

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y
FINANCIERAS



LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y SU RELACIÓN CON LA
COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA DEL
DISTRITO LA YARADA - LOS PALOS DE LA PROVINCIA DE TACNA
EN EL AÑO 2021

TESIS

PRESENTADA POR:

Br, ROXANA SOLEDAD JIMENEZ SANDIA

ASESOR:

Mag. ROSARIO GLADYS GUTIERREZ PEREZ

Para Optar el título profesional de:

CONTADOR PÚBLICO CON MENCIÓN EN AUDITORIA

TACNA –PERU

2023

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y
FINANCIERAS



LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y SU RELACIÓN CON LA
COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA DEL
DISTRITO LA YARADA - LOS PALOS DE LA PROVINCIA DE TACNA
EN EL AÑO 2021

TESIS

PRESENTADA POR:

Br, ROXANA SOLEDAD JIMENEZ SANDIA

ASESOR:

Mag. ROSARIO GLADYS GUTIERREZ PEREZ

Para Optar el título profesional de:

CONTADOR PÚBLICO CON MENCIÓN EN AUDITORIA

TACNA –PERU

2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo **Roxana Soledad Jimenez Sandia** , en calidad de: Egresado de la Escuela Profesional de **Escuela Profesional de Ciencias contables y Financieras** de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI **73090923** Soy autor de la tesis titulada: ***LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES DE NARANJA DEL DISTRITO LA YARADA – LOS PALOS DE LA PROVINCIA DE TACNA EN EL AÑO 2021*** , teniendo como asesor al Mag. Rosario Gladys Gutierrez Perez.

DECLARO BAJO JURAMENTO:

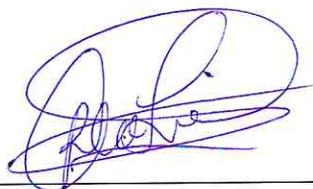
- Ser el único autor del texto entregado para obtener el **TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO CON MENCIÓN EN AUDITORIA**, y que tal texto no ha sido plagiado, ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual, como tal no atento contra derecho de terceros.
- Declaro, que la tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor (a) de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente, asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo de acciones,

reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o trabajo de investigación.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 15 de noviembre del 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Roxana Soledad Jimenez Sandia', written over a horizontal line.

Bach. Roxana Soledad Jimenez Sandia

DNI: 73090923

DEDICATORIA

Quiero agradecer a mi papa y a mi mama por haberme dado su apoyo incondicional durante estos años, por ser razón el más grande aliciente y por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye para el cumplimiento de mis objetivos que significa alegría y orgullo para mí y también para ellos.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es dedicado a mi familia, profesores que me guiaron y me dieron todo su apoyo y a los agricultores naranjeros del Distrito de la Yarada lo Palos por su apoyo y aporte para realizar esta investigación principalmente a la universidad me dio la bienvenida al mundo como tal, oportunidades que me brinda son incomparables.

RESUMEN

El trabajo de tesis *La educación financiera y su relación con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021*, tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021. En cuanto a la metodología, el estudio fue de tipo básica, con un diseño no experimental y transversal, de nivel correlacional, siendo la población de 803 productores y la muestra de 260, empleando como técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. El estudio concluyó que el nivel de relación entre la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 es significativa, lo que se determinó según el valor de significancia menor de 0.05, de acuerdo a la prueba Rho-Spearman, y lo que permite explicar que la educación financiera, en términos de niveles regulares de capacidad de ahorro, inversión, gestión de créditos y de seguros, guarda relación significativa con la competitividad que logran los productores para hacer frente a la amenaza de nuevos participantes, negociar con los clientes y proveedores, afrontar la amenaza de productos sustitutos e intensidad de rivalidad de la industria.

Palabras clave: Educación financiera, ahorro, inversión, crédito, competitividad

ABSTRACT

The thesis work Financial education and its relationship with the competitiveness of orange producers in the La Yarada - Los Palos District of the Province of Tacna in the year 2021, aimed to determine the level of relationship between financial education and competitiveness. of the orange producers of the La Yarada - Los Palos District of the Province of Tacna in the year 2021. Regarding the methodology, the study was of a basic type, with a non-experimental and cross-sectional design, at a correlational level, with the population of 803 producers and the sample of 260, using the survey as a technique and the questionnaire as the instrument. The study concluded that the level of relationship between financial education and the competitiveness of the orange producers of the La Yarada - Los Palos District of the Province of Tacna in the year 2021 is significant, which was determined according to the lower significance value of 0.05, according to the Rho-Spearman test, and which allows explaining that financial education, in terms of regular levels of savings, investment, credit management and insurance capacity, is significantly related to the competitiveness achieved by the producers to deal with the threat of new entrants, negotiate with customers and suppliers, deal with the threat of substitute products and intensity of industry rivalry.

Keywords: Financial education, savings, investment, credit, competitiveness

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Identificación y determinación del problema	2
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1. Problema Principal	5
1.2.2. Problemas Específicos.....	5
1.3. Objetivos: Generales y específicos	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.2. Objetivos Específicos	6
1.4. Justificación y alcances de la investigación.....	7
1.4.1. Justificación.....	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes del estudio	9
2.1.1. A nivel Internacional	9
2.1.2. A nivel Nacional.....	11
2.1.3. A nivel Local	14
2.2. Bases Teóricas	15
2.2.1. Educación Financiera	15
2.2.2. Competitividad	26
2.3. Definición de conceptos básicos.....	39
2.4. Sistema de Hipótesis.....	40
2.4.1. Hipótesis general	40
2.4.2. Hipótesis específicas	41
2.5. Sistema de variables.....	41
2.5.1. Identificación de las variables	41
2.5.2. Operacionalización	42
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	43

3.1. Tipo de investigación.....	43
3.2. Diseño de investigación.....	43
3.3. Nivel de investigación.....	43
3.4. Población y muestra.....	44
3.4.1. Población.....	44
3.4.2. Muestra.....	44
3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión.....	45
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	46
3.5.1. Técnicas.....	46
3.5.2. Instrumentos.....	46
3.5.3. Validación del instrumento de investigación.....	46
3.6. Técnicas de procesamiento de datos.....	47
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	48
4.1. Presentación de resultados.....	48
4.1.1. Educación financiera.....	48
4.1.2. Competitividad.....	58
4.2. Contraste de hipótesis.....	71
4.2.1. Contraste de hipótesis general.....	72
4.2.2. Contraste de hipótesis específicas.....	73
4.3. Discusión de resultados.....	77
CONCLUSIONES.....	80
SUGERENCIAS.....	82
REFERENCIAS.....	84
ANEXOS.....	88

Lista de Tablas

Tabla 1	Operacionalización de variables	42
Tabla 2	Análisis general de la variable Educación financiera	50
Tabla 3	Análisis de la dimensión Educación en ahorro	51
Tabla 4	Análisis de la dimensión Educación en inversión	53
Tabla 5	Análisis de la dimensión Educación en crédito	55
Tabla 6	Análisis de la dimensión Educación en seguros	57
Tabla 7	Análisis general de la variable Competitividad	59
Tabla 8	Análisis de la dimensión Amenaza de nuevos participantes	61
Tabla 9	Análisis de la dimensión Poder de negociación de los clientes	64
Tabla 10	Análisis de la dimensión Poder de negociación de los proveedores	66
Tabla 11	Análisis de la dimensión Amenaza de productos sustitutos	68
Tabla 12	Análisis de la dimensión Intensidad de la rivalidad de la industria	70
Tabla 13	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	71
Tabla 14	Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis general	72
Tabla 15	Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 1	73
Tabla 16	Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 2	74
Tabla 17	Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 3	75
Tabla 18	Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 4	76

Lista de Figuras

Figura 1	Modelo Competitivo de las 05 Fuerzas de Porter	36
Figura 2	La Cadena de Valor	37
Figura 3	Análisis general de la variable Educación financiera	50
Figura 4	Análisis de la dimensión Educación en ahorro	51
Figura 5	Análisis de la dimensión Educación en inversión	53
Figura 6	Análisis de la dimensión Educación en crédito	55
Figura 7	Análisis de la dimensión Educación en seguros	57
Figura 8	Análisis general de la variable Competitividad	59
Figura 9	Análisis de la dimensión Amenaza de nuevos participantes	61
Figura 10	Análisis de la dimensión Poder de negociación de los clientes	64
Figura 11	Análisis de la dimensión Poder de negociación de los proveedores	66
Figura 12	Análisis de la dimensión Amenaza de productos sustitutos	68
Figura 13	Análisis de la dimensión Intensidad de la rivalidad de la industria	70

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación *La educación financiera y su relación con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021*, presenta su desarrollo en función de cuatro capítulos.

El primer capítulo aborda la introducción del estudio, donde se analiza la identificación y formulación del problema, así como los objetivos y justificación.

El segundo capítulo expone el marco teórico, donde se profundizan en los antecedentes del estudio y se exploran las bases teóricas relacionadas con las variables de estudio y la definición de conceptos. Además, se plantean hipótesis y se describe la operacionalización de las variables.

El tercer capítulo se enfoca en la metodología, detallando el tipo, nivel y diseño de investigación, así como la descripción de la población, muestra, técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de data.

El cuarto capítulo presenta los resultados obtenidos en relación a las variables de educación financiera y competitividad, mostrándolos a través de tablas y gráficos. Se describe el contraste de hipótesis y se lleva a cabo una discusión de los resultados.

Finalmente, se exponen las conclusiones, recomendaciones y se adjuntan los anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación y determinación del problema

La educación en la actualidad, es un factor relevante para el desarrollo de las personas, la ausencia de este factor nos hace menos competitivos y posiblemente en esta realidad donde rige la ciencia y conocimientos no podríamos subsistir. Al respecto, la educación financiera es valiosa en la vida de cada uno de los seres humanos, ya que: el ahorro, consumo e inversiones; en la mayoría de casos son desconocidas por gran parte de la población mundial (Càrdenas, 2017).

No cabe duda, que la educación financiera, se ha transformado en un mecanismo relevante para el progreso y desarrollo de cada país; debido a que, este conocimiento les ayuda en gran medida al progreso y desarrollo de la población en general, respecto a la toma de decisiones en aspectos importantes de su vida, tal como, el manejo de su economía personal y/o familiar, así como, los recursos financieros de sus propios negocios, los cuales, influyen positivamente en la calidad de vida. Muy por el contrario, la ausencia de estos generaría crisis económicas fatales, afectando directamente a su entorno familiar y empresarial (Araujo, 2018).

A nivel mundial, el continente europeo se encuentra liderando el ranking, ya que, es más enfático en la educación financiera, desde un nivel escolar hasta las universidades; de tal forma que, los cursos financieros están presentes en los sílabus curriculares de los entidades educativas. Sin embargo, en Latinoamérica aún prevalece la poca aceptación a temas de educación financiera y esto se ha visto evidenciado en

el nulo conocimiento de términos básicos tales como: inflación, tasa de interés o la analogía de riesgo y rentabilidad. No obstante, la ausencia del conocimiento en estos temas repercute en la inclusión de la educación financiera, influyendo negativamente en el progreso de las naciones (Banco de desarrollo de América Latina, 2021).

Uno de los países en el mundo que viene siendo más incisivo en la práctica de la educación financiera es España, en el cual, se ha implementado diversos programas en la educación de nivel secundario e inclusive en los docentes de este nivel, los cuales, deben de titularse en educación financiera nivel secundario con obligatoriedad; si desean enseñar ese curso. Cabe recalcar que, el mayor propulsor fue el MINEDU, el Banco Español y la CNMVEFE. No cabe duda que la implementación de esta estrategia no sería sencillo, no obstante, los funcionarios públicos españoles, vieron la necesidad y el beneficio que traería a la sociedad en un mediano/largo plazo (CincoDías , 2021).

Por otro lado, en el Perú, la realidad en esta característica, es razón de urgencia latente. Según la SBS, los ciudadanos tiene un grado inferior al promedio de la región en conocimientos financieros, además revela que, menos del 5% de los peruano sabe que es: tasa de interés, lo cual, resulta valioso en el instante de solicitud de préstamo bancario, actividad que es muy recurrente entre los micros y pequeños empresarios. Resulta que, al pedir un préstamo bancario no miden las amenazas de la competencia, exponiéndose en muchos casos a la quiebra, motivados por empresas extranjeras (BBVA, 2021).

Asimismo, tener amplio conocimiento sobre la educación financiera, como se mencionó en párrafos anteriores, resulta una prioridad en nuestras vidas, debido a que, nos ayuda a manejar mejor nuestros recursos financieros en actividades que parecen tan simples como: gastar, ahorrar, invertir y presupuestar alguna actividad comercial futura, resulta el acúmulo de un gran bagaje de conocimiento, para poder llegar a una óptima toma de decisiones sobre cómo administrar tus recursos financieros.

Tacna no está alejado de esta realidad nacional, es por ello que, resulta necesario que los empresarios, además de conocer los procesos internos de su empresa, tengan presente la educación financiera tales como: el conocimiento, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos. De esta manera, puedan diferenciar por ejemplo: entre un pasivo y un activo; analizar los flujos de efectivo; asimismo, poder discernir entre las mejores ofertas de financiamiento; presupuestar inversiones futuras; entre otras actividades.

En el Distrito de la Yarada – Los Palos, se ha podido evidenciar que, en algunos productores de naranja existe cierto desconocimiento, respecto a temas relacionados con la educación financiera, tales como el ahorro, la inversión, créditos y seguros. No obstante, se sabe que estar instruido en temas financieros es una ventaja frente a la competencia, por lo tanto, los indicadores de competitividad se ven afectados de manera positiva. Es por esta razón que, debido a todas las situaciones descritas previamente y en calidad de investigador, resulta un factor motivacional para el desarrollo de la presente investigación, el cual, presenta como finalidad establecer el nivel de relación entre la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema Principal

¿Cómo se relaciona la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo se relaciona la educación en ahorro y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?
- ¿Cómo se relaciona la educación en inversión y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?
- ¿Cómo se relaciona la educación en crédito y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?

- ¿Cómo se relaciona la educación en seguros y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?

1.3. Objetivos: Generales y específicos

1.3.1. Objetivo General

Determinar el nivel de relación entre la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de relación entre la educación en ahorro y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.
- Determinar el nivel de relación entre la educación en inversión y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

- Determinar el nivel de relación entre la educación en crédito y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.
- Determinar el nivel de relación entre la educación en seguros y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

1.4. Justificación y alcances de la investigación

1.4.1. Justificación

La investigación se justifica en función del aporte teórico, metodológico y práctico.

En cuanto al aporte teórico, la investigación actual es justificada porque permite la revisión de las teorías relacionadas con la educación financiera y la competitividad en los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna para obtener información útil. Como resultado y en relación al contexto en el cual se realiza el estudio, ofrece la posibilidad de ampliar el conocimiento científico sobre las bases teóricas en cuestión.

Por otro lado, el aporte metodológico de este material científico, responde a que este material es un documento que sirve de referencia a otros investigadores, además, hace posible que se puedan realizar investigaciones novedosas que estudien

la educación financiera y la competitividad en distintas instituciones y/u empresas. Es decir que, los investigadores que opten por realizar estudios a futuro sobre contextos similares, podrán recurrir a este material bibliográfico, con la finalidad de, definir la metodología de estudio que deben emplear y con ello tener una mejor guía para su investigación.

Según los hallazgos del presente estudio, se puede explicar la educación financiera y la competitividad en los productores de naranja del Distrito La Yarada – Los Palos de la provincia de Tacna, obteniendo un diagnóstico, de tal forma que, los empresarios participantes, podrán hacer uso de la presente investigación, para realizar acciones de mejora e inclusive en el sector de la municipalidad distrital de la zona, incentivar la educación financiera, mediante charlas informativas, de tal forma que, influya de manera positiva en la población en general.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. A nivel Internacional

Molano (2019), desarrolló la tesis titulada "Educación financiera en pymes de la localidad de Ciudad Bolívar como programa de mejoramiento productivo", de la Universidad de La Salle, en Bogotá, Colombia. Su objetivo fue desarrollar un método de educación financiera y administrativa dirigida a las pymes en la localidad de Ciudad Bolívar como estrategia de mejoramiento productivo. El tipo de investigación fue descriptivo y documental. La muestra la conformaron 40 empresas, a quienes se les emplearon cuestionarios que fueron empleados a través de la técnica de la encuesta, y una entrevista semiestructurada. Una vez efectuado la tabulación de data y observación estadística respectiva, los hallazgos permitieron concluir que las ventajas de los adiestramientos organizacionales en finanzas particulares, están relacionados a la retención de talento del hombre y producción de fidelidad hacia la corporación. Asimismo, hay un aumento en la productividad, reducción de ausentismo, reducción de costos administrativos, y mejora de la salud. Se sugirió que el Banco Central de la República de Colombia se esfuerce por desarrollar las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas y adecuadas en apoyo de políticas económicas sostenibles, empoderando a las personas, brindándoles las herramientas para proteger sus derechos económicos ante los consumidores.

González (2019), realizó la investigación “Educación financiera: motor de las pequeñas y medianas empresas en Colombia, un punto de vista desde los emprendimientos tecnológicos”, de la Universidad EAN, en Bogotá, Colombia. El propósito principal fue establecer el impacto de la educación financiera en la supervivencia de las MYPES de base tecnológica en Colombia a través de la comparativa de los estados financieros con la percepción y aprendizaje de sus propietarios. El tipo de estudio fue descriptivo. La muestra estuvo compuesta por 52 empresarios, accionistas y gerentes con características de pequeñas y medianas empresas. Para la recolección de data, se aplicó la técnica de la encuesta. Los resultados mostraron que los representantes de las PYMES ven a las universidades como un actor importante en la educación, pero este resultado contradice la evidencia, ya que son los esfuerzos conjuntos del sector privado con las instituciones financieras, los sindicatos y algunos organismos gubernamentales los que crean este problema. obvio. Las variables conocimiento de la educación financiera y la cultura del ahorro son importantes en el modelo y aumentan la probabilidad de supervivencia organizacional de las pymes de base tecnológica en un 31,6% y un 34,1%, equivalentemente.

Acosta (2018), elaboró la tesis titulada “Evaluación del nivel de educación financiera de los microempresarios del Centro de Comercio del Comité del Pueblo y su impacto en el nivel de ahorro, en el D.M.Q, año 2018”, de la Universidad Internacional SEK, en Ecuador. Su propósito fue analizar el grado de educación financiera de las pymes del Centro de Comercio del Comité del Pueblo y su impacto en el nivel de ahorro. La investigación presentó un tipo descriptivo y de campo. 246 microempresarios constituyeron la muestra de estudio, a quienes se les aplicaron las

técnicas de la encuesta y entrevista. Los resultados mostraron que los pequeños y microempresarios del Centro de Emprendimiento del Comité Popular no tienen cultura de ahorro porque no tienen cogniciones de educación económica, y todos los ingresos se destinan al consumo. Debido a la falta de cultura del ahorro, de acuerdo a los datos adquiridos, el 71% de las personas no registran sus gastos e ingresos, primariamente porque no tienen el hábito de ahorrar, y todos los ingresos se destinan a comprar bienes suntuarios y pagar la deuda. Como conclusión se determinó que es fundamental desarrollar un programa de mejora utilizando 03 herramientas: educación, operaciones de publicidad y asistencia técnica para promover la educación financiera de los pequeños empresarios y fortalecer su negocio.

2.1.2. A nivel Nacional

Quezada y Cueva (2020), desarrollaron su tesis “La educación financiera y su relación con la competitividad empresarial en las microempresas del sector artesanal de joyería en Catacaos – Piura año 2019”, de la Universidad Privada Antenor Orrego, en Piura. Tuvo como propósito general establecer el vínculo existente entre la educación financiera con la competitividad de las empresas micro del rubro de artesanía y joyería de Catacaos durante el año 2019. El tipo de investigación fue correlacional, descriptivo, y longitudinal. La muestra estuvo conformada por 32 joyeros artesanos CITES. Se administró un cuestionario de medición de 25 enunciados a 32 artesanos. La técnica de recolección de datos fue una encuesta. Se usó el test de chi-cuadrado para probar la hipótesis. Los hallazgos de la encuesta evidenciaron que el nivel de educación financiera de las microempresas de la industria de fabricación de joyería artesanal Catacaos se encuentra en un nivel bajo a medio, pero la competitividad

empresarial se encuentra en un nivel alto a medio, lo que demuestra que la educación financiera se correlaciona positivamente con la competitividad de las empresas letonas para microempresas en Catacaos y la Industria de la Joyería Artesanal Piurana. Cabe señalar que, las dimensiones evaluadas fueron para educación financiera: capacidades financieras, conocimientos y oferta de los productos; y para competitividad empresarial: planificación, recursos humanos, contabilidad, sistemas de información, gestión del medioambiente, producción, calidad y comercialización.

Amasifuen (2020), realizó la investigación “La educación financiera y el desarrollo de las micro empresas, clientes de la Caja Piura SAC - provincia de Tocache - San Martín”, de la Universidad Nacional Agraria de La Selva, en Tingo María. El propósito esencial de este estudio fue determinar el vínculo entre la educación financiera y el desenvolvimiento de las microempresas que son clientes de Caja Piura S.A.C. en la provincia de Tocache. La investigación se realizó de manera descriptiva, a nivel relacional y con un enfoque transversal. La muestra consistió en 150 pequeños empresarios de diversos rubros económicos en Tocache. Se utilizó una encuesta anónima que constaba de tres preguntas de control y dieciséis preguntas en profundidad sobre las variables, con cinco alternativas de contestación en una escala ordinal. Los datos recopilados se procesaron y analizaron mediante técnicas de estadística descriptiva e inferencial no paramétrica, específicamente empleando el coeficiente de correlación de Spearman. Los hallazgos adquiridos indicaron que existía una correlación significativa directa entre la educación financiera (variable independiente) y el desenvolvimiento de las microempresas en la provincia de Tocache (variable dependiente), con un coeficiente de correlación perfecta de 1.000 y un valor de p de 0.000, que es menor que el grado de significancia establecido de

$\alpha=0.05$. Se observó que el grado de educación financiera de los pequeños empresarios era regular, con una media de 3.4. Asimismo, los conocimientos, actitudes y comportamientos financieros de estos empresarios además se consideraron regulares. Además, la valoración del desarrollo de las microempresas, con una media de 3.8, también se calificó como regular.

Ching (2017), elaboró la tesis titulada “La educación financiera como herramienta para contribuir al fortalecimiento económico del microempresario bodeguero de Lima Sur”, de la Universidad Inca Garcilaso de La Vega, en Lima. La finalidad de esta investigación fue analizar el impacto de la Educación Financiera como una herramienta para mejorar la situación económica de los propietarios de pequeñas tiendas en el sur de Lima. La investigación se llevó a cabo de manera descriptiva, utilizando un diseño no experimental y un enfoque transversal. La muestra consistió en 378 propietarios de pequeñas tiendas. Se emplearon entrevistas como técnica de recolección de datos, y se empleó un test que tenía interrogantes estructuradas con la escala de Likert. Para analizar los datos y probar las hipótesis, se utilizó la técnica estadística de correlación de Pearson, utilizando el programa estadístico SPSS. Los resultados del estudio indicaron que la Educación Financiera como herramienta presentó una repercusión positiva en el fortalecimiento económico de los propietarios de pequeñas tiendas en el sur de Lima. Esto se reflejó en diversas dimensiones, como el aprendizaje económico-financiero, el crecimiento sostenible, el acceso a productos financieros, los recursos económicos, la planificación financiera oportuna y la gestión financiera adecuada.

2.1.3. A nivel Local

Apaza (2021), realizó la tesis "La gestión financiera y su influencia en la competitividad de los comerciantes de la Asociación Centro Comercial Mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, 2019", de la Universidad Privada de Tacna. La finalidad de este estudio fue analizar el impacto de la administración financiera en la competitividad de los comerciantes de la Asociación Centro Comercial Mercadillo Bolognesi en Tacna durante el 2019. La investigación se clasificó como básica, utilizando un diseño no experimental, transversal y de nivel explicativo. La muestra consistió en 207 comerciantes de la mencionada asociación. Para recopilar los datos, se utilizó una encuesta como técnica y un cuestionario como instrumento. Asimismo, se empleó la Regresión Lineal Simple para verificar las hipótesis planteadas. Los hallazgos indicaron que la gestión financiera ejerce una influencia significativa del 75.0% en la competitividad de los comerciantes de la Asociación Centro Comercial Mercadillo Bolognesi en Tacna durante el año 2019. Esta conclusión se respaldó con el Valor-p obtenido mediante la prueba de regresión lineal simple, que registró un valor de 0.000, inferior al grado de error establecido de 0.05.

Arias (2020), realizó la tesis titulada "Impacto de la cultura financiera en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna, 2017 ", de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, en Tacna. La finalidad de este estudio fue analizar el impacto de la cultura financiera en la accesibilidad al sistema financiero de las pequeñas empresas en Tacna durante el año 2017. La investigación se clasificó como básica, utilizando un diseño no experimental y transversal, con un enfoque explicativo para establecer la analogía causa-efecto entre las variables de

investigación. La muestra consistió en 379 microempresas de la Región Tacna. Se utilizó un cuestionario como instrumento de medición para recopilar información, vincular y medir las variables de investigación, así como realizar las correspondientes regresiones y contrastes. La técnica de recolección de data empleada fue la encuesta. Una vez recopilados los data y examinados de manera estadística utilizando el programa SPSSv21, los resultados revelaron que la cultura financiera tuvo un impacto significativo en la accesibilidad al sistema financiero de las pequeñas empresas en Tacna en el año 2017. El índice de R cuadrado fue de 0.881, con un grado crítico de significancia de 0.000. Además, el Pseudo R cuadrado alcanzó un valor de 0.866. Las dimensiones consideradas para evaluar la cultura financiera fueron los conocimientos sobre productos financieros, las habilidades en elecciones financieras, las actitudes frente al ahorro y las actitudes frente a la inversión.

2.2.Bases Teóricas

2.2.1. Educación Financiera

Según Sudheer (2018), La habilidad de comprender cómo actúa el capital se conoce como educación financiera. Es la habilidad para invertir y administrar los recursos financieros, así como la habilidad para tomar decisiones financieras apropiadas. Muchas personas no pueden tomar decisiones financieras acertadas, lo que puede tener consecuencias catastróficas.

Por otro lado, López (2016) indica que la educación financiera es un sistema que otorga a los individuos financieros fortalecer sus conocimientos y aptitudes en el adecuado uso de bienes financieros y tomar mejores decisiones en para mejorar su situación.

Asimismo, la CPDUSF (2011) señala que la educación financiera es aprender a administrar mejor el capital, ahorrar, invertir, cuidar la riqueza y usar los productos y servicios financieros de manera responsable y adecuada.

Carbajal (2008), menciona que la educación financiera proporciona el conocimiento, las destrezas y las cualidades menesteres para adquirir buenas prácticas de gestión de fondos en el gasto, el ahorro, el endeudamiento y la inversión. O sea, enseña los instrumentos necesarios para tomar mejores elecciones financieras y controlar mejor los riesgos, a fin de lograr el propósito de mejorar la satisfacción económica de los individuos y las organizaciones.

Finalmente, la OCDE (2005), afirma que la educación financiera es un procedimiento a través del cual los inversores y consumidores buscan mejorar su entendimiento sobre bienes, definiciones y riesgos en las finanzas. Ello, mediante información, orientación y asesoramiento imparcial, se fomenta el crecimiento de destrezas y familiaridad necesarias para comprender los riesgos y oportunidades financieras, así como para tomar decisiones informadas. Además, se les capacita sobre cómo buscar asistencia y adquirir métricas eficientes para mejorar su situación financiera y seguridad.

2.2.1.1.Importancia de la Educación Financiera

De acuerdo a Domínguez (2013), La educación financiera es importante no solo para los mayores, sino también para los jóvenes que ya utilizan o eventualmente lo harán. Al aprender sobre finanzas desde una edad temprana, pueden obtener beneficios significativos para su futuro. Actualmente, es ampliamente aceptado que la educación financiera debe comenzar lo más temprano posible y estar integrada en el plan de estudios.

Según BAC - CREDOMATIC (2008), la educación financiera favorece a mejorar la calidad vivencial, promover la adquisición continua de conocimientos, inculcar valores, desarrollar habilidades, actitudes y habilidades de organización presupuestaria. También ayuda en la asignación de gastos, la inversión en educación, la elección de decisiones sobre la adquisición de productos y servicios, los préstamos, así como garantizar ingresos dignos y otros aspectos financieros cuando se llega a la jubilación.

En conclusión, López (2016) sostiene que la educación financiera contiene una amplia gama de temas y conocimientos que son fundamentales para transformarse en un ciudadano responsable y consciente al tomar elecciones financieras. Es importante comprender los temas relacionados directamente con el ambiente social y económico en el que interactuamos y adquirir las nociones financieras básicas para desarrollar habilidades y actitudes que nos guíen en la eficaz administración de nuestras finanzas particulares.

2.2.1.2. Características de la Educación Financiera

García (2011), sostiene que los aspectos esenciales de la educación financiera son 03.

Se detallan como sigue:

- La educación financiera implica el desarrollo de habilidades necesarias para tomar decisiones informadas sobre las finanzas personales y comprender su significado.
- Además, busca transmitir conocimientos clave que permitan a las personas adquirir esas habilidades.
- El objetivo final es elevar el grado de bienestar tanto a grado personal como familiar, y en última instancia, contribuir al bienestar general del país.

A través de la educación financiera, las personas pueden mejorar su capacidad para tomar decisiones financieras más acertadas. Al difundir los conocimientos necesarios, se les proporciona las herramientas para desarrollar las habilidades requeridas anteriormente. Como resultado, se espera que el bienestar de los individuos, los hogares y la nación en su conjunto mejore al contar con usuarios financieramente responsables y bien informados.

2.2.1.3. Aptitudes de la Educación Financiera

Kenton (2019), señala que la educación financiera se adquiere a través del desarrollo de habilidades específicas. Al comprender y dominar estas habilidades, los individuos pueden utilizar su conocimiento y destreza para administrar de forma eficaz sus

recursos financieros durante el transcurso de su vida, alcanzando así una mayor satisfacción económica. Estas habilidades incluyen:

- Generación de beneficios: Los empleados que reciben un salario suelen tener que descontar entre el 28% y el 30% de sus ingresos brutos por concepto de impuestos y otras deducciones antes de llegar a sus ganancias netas. Los dueños de pequeñas empresas necesitan tener un entendimiento sólido de este proceso para poder prever sus posibles ingresos futuros y así poder definir estrategias comerciales adecuadas.
- Ahorro e inversión: Esto requiere conocer las diversas instituciones y servicios financieros disponibles. Manejar sus finanzas requiere una cuenta corriente y una cuenta de ahorros. Empezar a ahorrar desde temprano y dar prioridad al auto pago nos ayuda a entender cómo el ahorro puede crecer con el tiempo, lo cual puede llevar a considerar inversiones a largo plazo, como los planes de jubilación.
- Adquisición de préstamos: Los préstamos implican la toma de deudas con el fin de crear activos. Muchos propietarios de pequeñas empresas necesitan recurrir a préstamos para cumplir sus metas y, con una estrategia financiera de reembolso bien estructurada, pueden usar estos fondos para invertir en sus negocios.
- Protección: La protección incluye cosas como el seguro, la protección contra el robo de identidad y la planificación para el retiro. Mantenerse seguro en todas las etapas de la vida, ya sea a nivel personal, de salud o social, es el objetivo principal. La seguridad financiera personal y de la familia depende de una buena comprensión de la gestión de riesgos, las pólizas de seguro, la prevención del robo de identidad, el fraude y las estafas.

2.2.1.4. Dimensiones de la Educación Financiera

La educación financiera, tomando como referencia lo citado por Yrigoin y Chacón (2019), presenta 04 dimensiones: Ahorro, Inversión, Crédito y Seguros. Se desarrollan a continuación cada una de ellas:

a) Ahorro:

Lisle (1973), manifiesta que el ahorro es el acto (práctica) de utilizar una parte de cualquier recurso para crear una herencia familiar. Incluye la distribución de inventarios para satisfacer el consumo directo de los hogares. Es una reserva de efectivo para gastos imprevistos y disminuciones en los ingresos del hogar. Presenta los siguientes indicadores:

- Motivos para ahorrar: Según Herrera et al. (2002), una de las razones para ahorrar es tener un fondo que se pueda utilizar cuando sea necesario. Meli y Bruzzone (2006), agregan que las motivaciones para ahorrar incluyen: ahorro para la vivienda, ahorro para la educación de los hijos, ahorro para la jubilación, vacaciones, compra de bienes no relacionados con la vivienda y ahorro para emergencias como la salud.
- Modos de ahorrar: Credifinanciera (2021), señala la forma en como los individuos pueden ahorrar:
 - ✓ *Fijarse un objetivo*: Establecer si los ahorros se utilizan para cosas especiales, se pueden emplear para la educación de los niños, viajes, compras o incluso cosas que no están planificadas para emergencias.
 - ✓ *El medio o instrumento (a través de qué ahorrar)*: Buscar los medios y herramientas para hacerlo según el dinero que se pueda ahorrar.

✓ *Qué es y cómo desarrollar un presupuesto:* Un presupuesto es la proyección de los ingresos y los gastos para un período de tiempo determinado.

- Medios para ahorrar: Se puede considerar: cuentas de ahorro, depósito a plazo, fondos mutuos, y renta (fija o variable).

b) Inversión

Desde el punto de vista de Gitman y Joehnk (2009), la inversión conforma cualquier herramienta para depositar fondos y se espera que genere ingresos futuros o aumente el valor de la inversión. Presenta los siguientes indicadores:

- Tipos: Tomando como referencia a los autores que se citaron, entre los tipos de inversiones se pueden identificar:
 - ✓ *Títulos o propiedad:* Son inversiones que representan deuda, o el derecho a adquirir o vender derechos de participación, todos los cuales se denominan propiedad; siendo los rubros más comunes son acciones, bonos u opciones. Del mismo modo, la propiedad es una inversión en bienes raíces, incluidos terrenos, edificios, etc.
 - ✓ *Directa o indirecta:* La inversión directa se refiere a una inversión en la que los inversores obtienen directamente la propiedad o los derechos de propiedad. La inversión indirecta es la inversión en una colección de derechos de propiedad para lograr uno o más objetivos de inversión.
 - ✓ *Deuda, patrimonio neto o derivados financieros:* La deuda es el dinero que se toma prestado para obtener ingresos por intereses y pagar el préstamo en una fecha determinada; el capital social es el interés de

propiedad de una organización, la clase más común son las acciones ordinarias y los derivados financieros. Su valor proviene de un título, siendo el más común las opciones.

c) Crédito

La Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), citado por Pairazamán (2003), indica que el crédito al consumo es un tipo de crédito que se otorga a personas físicas para pagar bienes, servicios o gastos que no están relacionados con el negocio. Presenta los siguientes indicadores:

- Préstamos: Ortega et al. (2009), postula que un préstamo es cuando una persona (llamada prestamista) proporciona una cierta cantidad de fondos a otra persona (llamada prestatario), quien acepta reembolsar la cantidad y el interés establecido en una fecha determinada. Tiene la siguiente tipología:
 - ✓ *Préstamos al consumo*: Se refiere a cualquier contrato que permita financiar el comportamiento del consumidor a través de tarjetas de crédito y venta regular, atendiendo principalmente al destino económico del consumo.
 - ✓ *Préstamos personales*: La denominación de préstamo personal se fundamenta básicamente en que en este tipo de préstamos no suele existir una garantía particular para recuperar el préstamo (aval). Solo los activos actuales y futuros del deudor se utilizan como garantías conjuntas.
 - ✓ *Préstamos hipotecarios*: Es una especie de préstamo hipotecario con garantía colateral, que se utiliza para proporcionar financiación para vivienda habitual, nueva o de segunda mano. Se direcciona a la persona

física, autónoma o trabajador por cuenta ajena y quienes cumplen la mayoría de edad.

- ✓ *Préstamos de libre disponibilidad*: Este tipo de préstamo permite obtener efectivo para comprar bienes y / o servicios o para satisfacer sus necesidades finales de financiamiento. Entre sus principales aspectos se pueden determinar los siguientes puntos: sin aval, amortización anticipada, ausencia de multas y los correspondientes descuentos de intereses; y seguro de vida crédito (en caso de fallecimiento o invalidez del titular, mediante cancelación deudas pendientes para proteger la familia).
 - ✓ *Préstamo vehicular*: Es un sistema que ofrece fondos para comprar vehículos nuevos o usados. Los vehículos aún están garantizados a nombre del banco y se amortizan en cuotas fijas mensuales, una de sus características.
- Uso de tarjetas financieras: Se puede identificar la siguiente tipología:
- ✓ *Tarjeta de débito*: Según Ortega et al. (2009), la tarjeta de débito es un método de pago en efectivo, su titular puede depositar fondos en la cuenta bancaria asociada a ella.
 - ✓ *Tarjeta de crédito*: Según Pairazamán (2003), estos productos ofrecidos por bancos y empresas financieras, que se clasifican en banca personal o banca de consumo. Las tarjetas de crédito permiten a los usuarios comprar una gran cantidad de artículos de consumo, así como tener suficiente dinero en caso de que no tengan suficiente dinero o quieran financiar compras por algún motivo.

- Comisiones: Ortega et al. (2009), manifiesta que las instituciones financieras suelen cobrar comisiones por las tarjetas emitidas a los clientes. La comisión a cobrar debe figurar en el contrato firmado con el cliente, y cualquier modificación debe ser notificada a este. Además, muestra que las tarjetas de débito y las tarjetas de crédito suelen tener los siguientes cargos:

- ✓ *Monto fijo por período y tarifa de renovación anual.*

- ✓ *Comisiones de cajeros automáticos.*

- ✓ *Comisión por copia de la tarjeta.*

d) Seguros

Opdyke (2012), sostiene que el seguro está relacionado con gastar dinero en productos (diferentes tipos de seguros). En caso de que lo necesiten es por desgracia, como robo, enfermedad, etc., porque sin ellos, cuando suceden ciertas cosas, la herencia está en peligro y suceden cosas desagradables. Presenta los siguientes indicadores:

- Tipos de préstamos: De acuerdo a BAC – CREDOMATIC (2008), los seguros más comunes son:

- ✓ *Seguro de vida:* Es un sistema financiero diseñado para proporcionar ingresos a las personas que dependen del asegurado y permitir que los miembros de su familia no quiebren si muere o queda discapacitado.

- ✓ *Seguro médico:* Este tipo de seguro es famoso por sus necesidades en la vida diaria. Para obtenerlo, existen diferentes formas según la compañía de seguros y el plan que se requiera. Una de las formas más habituales es

la cuota mensual que paga el asegurado a través del banco o descontada del salario pactado con su organización.

- ✓ *Seguro de automóvil*: Dado el creciente número de robos en el país, este tipo de seguro también es muy popular. Otra razón por la que este seguro ha aumentado y se ha convertido en una necesidad es la alta incidencia de accidentes de tráfico, que no solo afecta al conductor o su familia, sino también a otras víctimas.

2.2.1.5. *Evaluación Financiera en el Perú*

Según el BBVA (2019), la educación financiera en Perú se encuentra en el séptimo puesto de la región, y solamente el 28% de los residentes tiene un buen dominio del conocimiento financiero. En la actualidad, se están llevando a cabo acciones para cambiar esta situación y proporcionar a los peruanos la información financiera necesaria para tomar decisiones más acertadas. Adquirir conocimientos y adoptar hábitos específicos, como la planificación del ahorro, contribuirá a mejorar la situación financiera y el bienestar personal de las personas.

De acuerdo a un estudio de la firma de evaluación de riesgos Standard & Poor's, Uruguay lidera Sudamérica con el 45% de su población bien versada en asuntos financieros, mientras que Bolivia se encuentra en la última posición con un 24%. Estos datos sugieren que existe aún un amplio margen de mejora en la región, especialmente si se compara con países punteros en esta materia como Noruega y Suecia, donde el 71% de los habitantes poseen un adecuado conocimiento financiero.

Los especialistas argumentan que contar con una sólida educación financiera permite a las personas tomar decisiones conscientes respecto a su dinero, sus ahorros y sus inversiones. Adicionalmente, les habilita para gestionar sus ingresos de manera eficaz y lograr objetivos financieros. El desconocimiento en este ámbito puede conducir a problemas económicos, los cuales pueden impactar la salud mental y emocional. Aquellos con una buena educación financiera mantienen el control de sus responsabilidades bancarias, evitando deudas y gastos innecesarios. Cada adquisición que hacen tiene un valor importante y no es simplemente un antojo. De esta forma, pueden disfrutar más de su dinero, a la vez que protegen su salud física y mental (BBVA, 2019).

2.2.2. Competitividad

Según la Cámara de Comercio de España (2021), la competitividad es la habilidad de la organización para hacerlo mejor que la competencia, ya sea en términos de bienes, producción, costo, calidad, etc.; por lo que al final representa una ventaja que hace más rentable el negocio particular.

Por otro lado, EAE Business School (2021) indica que la competitividad se refiere a la capacidad de una organización para producir y comercializar bienes o servicios que cumplan con los estándares de calidad del mercado, al mismo tiempo que ofrece precios iguales o más bajos. Además, implica optimizar el rendimiento de los recursos utilizados durante el proceso de fabricación.

Asimismo, Argudo (2017) señala que la competitividad se define como la habilidad para ofrecer bienes y servicios de forma más efectiva y eficiente que la competencia. En última instancia, en los sectores de ventas y marketing, la competitividad de los emprendedores y las empresas se convierte en una herramienta crucial para mantener un éxito constante en el mercado internacional, sin la necesidad de protecciones o subsidios adicionales.

Larios (2016), menciona que la capacidad de una organización, ya sea pública o privada, para mantener sus ventajas, lo que les permite alcanzar y fortalecer su posición socioeconómica in relación a otras entidades se conoce como competitividad.

Finalmente, Porter (2015) afirma que la capacidad de una empresa para innovar y avanzar está estrechamente relacionada con su competitividad. Con la presión de la empresa, obtiene una ventaja sobre los competidores.

2.2.2.1.Importancia de la Competitividad

De acuerdo a Clavijo (2020), la competitividad comercial otorgará a la empresa posicionarse y conseguir sus metas. Es decir, la competitividad de una empresa es la viabilidad de la misma y también es la piedra angular para su desarrollo o crecimiento.

La buena competitividad empresarial es un elemento primordial para establecer estrategias y actividades eficientes y alcanzar las metas de crecimiento determinadas. Muy aparte de cimentar la base para un desarrollo continuo, la competitividad empresarial puede distinguirse también como un régimen de la

enfermedad o salud empresarial, con la finalidad de entender su renta. Por consiguiente, la competitividad está determinada por los 08 factores siguientes:

- 1) Gestión de dirección.
- 2) Diferencia en los roles o papeles de producción o servucción.
- 3) Analogía entre calidad y precio.
- 4) Bienes tecnológicos.
- 5) Habilidad de innovación.
- 6) Bienes comerciales.
- 7) Destrezas del capital humano.
- 8) Bienes financieros.

2.2.2.2.Elementos de la Competitividad

El autor Uribe (2013), indica que existen 03 elementos que apoyan a establecer el nivel de competitividad de una empresa. Estas son:

- a) La Estrategia: Es la respuesta a la pregunta "cómo" una empresa puede volverse más competitiva en el mercado. Se trata de un plan organizativo que utiliza y asigna los recursos disponibles para cambiar el equilibrio de la competencia y lograr estabilidad en beneficio de la organización.
 - Diferenciación: Es la capacidad de una empresa para destacar y ofrecer beneficios adicionales que satisfagan las demandas y expectativas de los compradores, posicionándose por encima de otras opciones similares.
 - Bajo costo de factor: Implica estrategias que permiten a una empresa centrarse en reducir los costos de los diferentes factores de producción.

- **Innovación:** Es una estrategia adoptada por algunas entidades que cumplen con los requisitos de sus clientes y destinan la mayor parte de su presupuesto a la creación de nuevos bienes y servicios.
- **Métodos eficientes:** Se refiere a un enfoque interno de la empresa que tiene un gran impacto en la productividad. A diferencia de los anteriores, que están relacionados con el entorno externo y la participación de proveedores de bienes y servicios, este se desarrolla internamente. (Uribe, 2013).

b) La Productividad micro: e refiere al orden interno de la organización y es fundamental para el desarrollo de la competitividad y el reconocimiento externo. La productividad se relaciona con obtener más resultados con menos recursos y está vinculada con la eficiencia y la eficacia. Es posible mejorar de tres maneras: mejorar los resultados y continuar invirtiendo, mantener los resultados reduciendo los recursos invertidos o aumentar los resultados y minimizar los recursos invertidos.

La microproductividad se centra en la forma en que las empresas mejoran sus resultados maximizando la utilización de sus recursos. Esto se consigue mediante dos elementos esenciales: el proceso de producción y la administración. El proceso de producción comprende el método que la empresa emplea para comercializar bienes y servicios a sus clientes, mientras que la administración tiene que ver con la planificación, obtención y aplicación de los recursos vinculados a distintas obligaciones comerciales.

La fórmula del éxito implica elementos como el conocimiento, la rapidez del proceso, la capacidad de interpretar las necesidades cambiantes de los clientes y adaptarse a las condiciones del producto o servicio. También se destaca la importancia de la calidad y el entusiasmo del personal involucrado. Es fundamental desarrollar una ventaja competitiva y comprender la preferencia del cliente hacia la organización en lugar de la competencia.

El segundo elemento implica la planificación, adquisición y utilización de los recursos de la organización en función de varias obligaciones de la empresa, tales como la atención al cliente, los mercados, la gestión del talento, la financiación y las relaciones con países y comunidades. La administración se realiza a través de métodos y procesos que capitalizan el conocimiento y la experiencia del personal pertinente, así como el aprendizaje institucional que se basa en la experiencia acumulada dentro de la organización (Uribe, 2013).

- c) La Productividad macro: Es un factor determinante de la competitividad que no está bajo el control del propietario y se refiere a variables externas que no pueden ser controladas por la organización. Las empresas se favorecen de las oportunidades y se resguardan de los riesgos que surgen del contexto macroeconómico. Existen cuatro políticas macroeconómicas que tienen un impacto directo en el desarrollo de los fundamentos necesarios, lo que permite a la empresa establecer ventajas competitivas más sólidas y lograr una competitividad mayor en los escenarios internacionales (Uribe, 2013).

2.2.2.3. Factores de la Competitividad

Calderón (2013), formuló que las dimensiones de la competitividad empresarial son:

- Innovación: La innovación implica la introducción de productos o servicios nuevos o mejorados que respondan a las necesidades de la sociedad, ya sea a través del uso de tecnología o mediante cambios en áreas organizativas y comerciales. El proceso de innovación incluye una variedad de acciones, tales como la creación de ideas novedosas (investigación básica y aplicada, desarrollo tecnológico), el desarrollo y diseño de productos y servicios (investigación aplicada y desarrollo tecnológico), la preparación para la fabricación (ingeniería y producción), y el marketing, las ventas y la distribución (marketing).

Este proceso facilita la definición de indicadores concretos para evaluar el grado de mejora, como los gastos en investigación y desarrollo en relación con las ventas, la envergadura del departamento de I+D, el número de nuevas ideas examinadas en el año anterior, y el tiempo necesario para desarrollar nuevos productos.

- Tecnología: Para los países desarrollados, esto no es un lujo. Más importante aún, es un instrumento que puede incrementar más oportunidades para todos los países en desarrollo. Sus indicadores son: equipos informáticos y maquinaria.
- Flexibilidad Productiva: Está referido a la habilidad de responder a los cambios, la capacidad de responder de manera eficiente y eficaz a los entornos fluctuantes

y la adaptabilidad requerida. Está conformada por la capacidad de la empresa para responder y extender recursos de manera eficiente en contestación a situaciones versátiles.

- Agilidad Comercial: Incluye la capacidad de responder rápidamente, adaptarse a los cambios del mercado y el bienestar del usuario y/o cliente. Demanda la agilidad del mercado de innovación de biense, a través de la conexión con los clientes, con rapidez de respuesta instantánea, y la implementación de nuevos métodos (producto-servicio-solución total) de forma integral e inteligente.

- Calidad: La función principal de la calidad ha pasado a formar parte del vocabulario corporativo basado en la exportación triunfante, adquirida por organizaciones de diferentes países, en los que se aplica la competitividad. Este concepto es importante ya que fomenta la innovación y el progreso en la tecnología, por lo que las organizaciones de tecnología no solo deben mejorar continuamente la producción, sino también mejorar continuamente los procesos organizacionales. Las métricas aceptadas son: determinación de reglamentos, auditorías exteriores e interiores y certificación ISO-9000(Calderón, 2013).

2.2.2.4.Ventaja Competitiva

Porter (2004), menciona que la ventaja competitiva proviene principalmente del valor que la empresa desea crear para sus clientes. Puede ser representado por costos más bajos que sus competidores para obtener las mismas ganancias u ofreciendo más beneficios exclusivos que los precios más altos.

Ésta es la diferenciación entre lo que los clientes están preparados a solventar por los bienes o servicios proporcionados por la organización y los costos incurridos para proporcionar esos productos o servicios. Por lo tanto, las ganancias pueden aumentar debido a un incremento en la cantidad que los clientes están preparados a pagar o una disminución de los costos. Por ende, se puede decir que las 02 fuentes de ventaja competitiva son las siguientes:

- Ventaja en Coste: La ventaja de costos significa que la organización pueda actuar al menor costo del mercado. Se trata de la habilidad de gestionar todas las operaciones de tal manera que el costo de producir y vender cada unidad de producto sea menor que el de cualquier competidor. Aunque el bien o servicio no sea buena o tenga características especiales, aún habrá clientes que utilicen el costo como su mayor factor de decisión.

Utilizar todos sus recursos y habilidades para reducir costos y, por supuesto, mantener un nivel mínimo de calidad de bien o servicio es necesario para obtener esta clase de beneficios. Proporcionar productos aceptables a precios bajos no es la ventaja de costos. Solo las empresas de la industria pueden ofrecer el precio minorista porque es una característica que los clientes valoran. Por lo tanto, solo uno es el más económico.

- Ventaja en Diferenciación: La ventaja de la diferenciación significa que la organización puede ofrecer precios de venta más altos que otras empresas porque tiene propiedades que otras empresas no tienen. Se trata de agregar ciertos atributos específicos a los bienes o servicios que brinda la corporación, creando

así un monopolio parcial que se refiere específicamente a ese atributo. Debido a que los productos y servicios que ofrece una empresa pueden tener una variedad de características, todas las empresas de esta industria pueden buscar ventajas distintas a diferencia de las ventajas de costos. El desafío es determinar qué funciones son las más apreciadas y valoradas por los clientes, así como qué funciones son más populares.

2.2.2.5. Modelo competitivo de las 05 Fuerzas de Porter

Este modelo fue propuesto por Porter (2004), y se usa con mayor frecuencia cuando se analiza el entorno competitivo en el que operan las empresas, se estudian los métodos de análisis de la industria y se evalúan varios aspectos del entorno empresarial desde una perspectiva estratégica. En este entorno, describe las 05 fuerzas que lo conforman:

- 1) La amenaza de participantes nuevos: Hace referencia a la posibilidad de que entren nuevos participantes en la industria. Un aspecto crucial es evaluar las barreras de entrada existentes en nuestra industria y las acciones que los competidores actuales pueden tomar. Estas barreras pueden incluir la diferenciación de bienes, economías a escala, requerimientos de capital, costos de cambio de proveedores, accesibilidad a canales de repartición y desventajas de costos específicas, como la propiedad de la tecnología o el acceso preferencial a materias primas.

- 2) El poder de negociación del cliente: Hace alusión a la capacidad que poseen los consumidores para demandar precios reducidos, mejor calidad y un servicio de atención al cliente superior, lo que intensifica la rivalidad entre los competidores. Este poder se manifiesta cuando los clientes compran grandes volúmenes de productos o cuando son clientes concentrados, cuando los productos son estándar y no hay diferenciación significativa, los costos de transacción son bajos, los clientes enfrentan la amenaza de integración hacia atrás, entre otros factores.

- 3) El poder de negociación de los proveedores: Los proveedores pueden manifestar su influencia al amenazar con incrementar los precios o disminuir la calidad de los materiales suministrados. Esto puede suceder cuando hay escasez de proveedores, el proveedor no tiene competidores que ofrezcan productos alternativos, la sección de ventas del proveedor no es crucial para ellos, hay costos fluctuantes o cuando los consumidores se ven ante el riesgo de una integración vertical.

- 4) La amenaza de bienes y / o servicios de sustitución: Se refiere a la posibilidad de que los consumidores elijan bienes o servicios alternos que satisfagan la misma función, lo que reduce la demanda de los productos existentes.

- 5) La intensidad de la rivalidad de la industria: Esto abarca las tácticas competitivas que las empresas implementan para asegurar una posición consolidada en el mercado. La rivalidad se agudiza cuando los competidores se sienten presionados para resguardar su cuota de mercado, lo que puede resultar en una competencia más feroz entre ellos (Porter M. , 2004).

Figura 1

Modelo Competitivo de las 05 Fuerzas de Porter

Nota: Porter (2004)

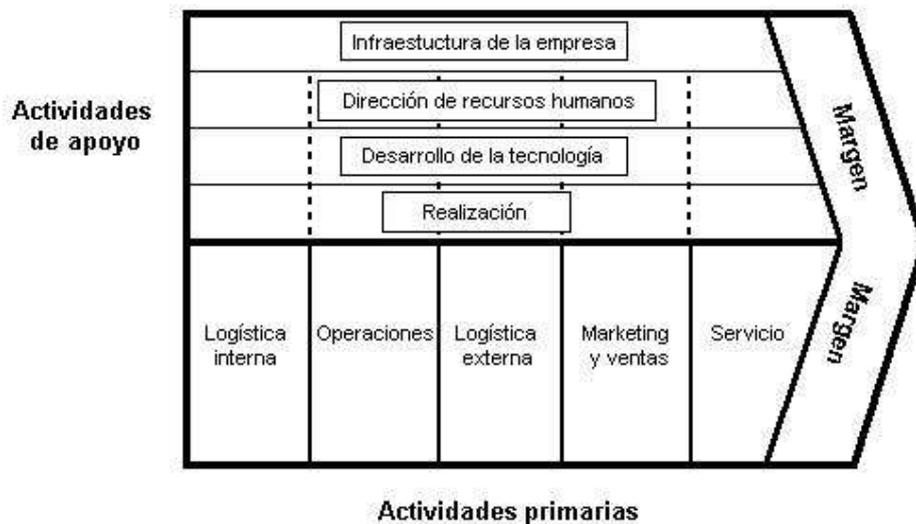
2.2.2.6. Cadena de Valor

Según Porter (2015), la capacidad de una empresa para alcanzar grados superiores de calidad, eficiencia, innovación y bienestar del cliente es la fuente de su ventaja competitiva. Para comprender los factores que generan esta ventaja, es importante analizar la cadena de valor, que muestra cómo las actividades de la empresa agregan valor al producto o servicio final. Estas actividades son fundamentales para determinar la estrategia a seguir, ya sea enfocada en costos o en diferenciación.

Las diversas acciones evaluadas en esta cadena de valor deben dividirse de acuerdo a su estrategia y tecnología. Es por eso que hay acciones principales y actividades de apoyo. Estas actividades se describen seguido de la figura siguiente:

Figura 2

La Cadena de Valor



Nota Porter (2004)

a) Actividades Primarias

De acuerdo a los autores Dess y Lumpkin (2003), estas actividades se centran directamente en la creación, venta y transferencia de productos o servicios a los clientes, así como en los servicios posteriores a la venta.

- Logística interna: Esto alude a las acciones vinculadas con la recepción, almacenamiento y reparto de materiales para los productos, incluyendo la gestión de materiales, el control de existencias, la planificación de vehículos y las devoluciones a los proveedores.

- Operaciones: Engloba las actividades relacionadas con la transformación de insumos en productos finales, como mecanizado, empaque, ensamblaje, sellado e impresión.
- Logística externa: Comprende las actividades relacionadas con la etapa final de desarrollo y distribución de productos, incluyendo recolección de productos de los clientes, almacenamiento y logística, y procesamiento y clasificación de pedidos.
- Marketing y ventas: Se refiere a las actividades que promocionan y venden los productos, así como a las estrategias para fidelizar a los consumidores, como publicidad, fuerza de ventas, promoción, puntos de distribución y los precios.

b) Actividades de Apoyo

Según lo formulado por Porter (2004), estas actividades brindan apoyo a las actividades primarias y, a su vez, se apoyan mutuamente a través de insumos, tecnología, recursos humanos e infraestructura. Estas categorías se subdividen según los requisitos específicos de cada sector industrial.

- Suministro o Administración de Materiales: Implica la transferencia física de materiales y suministros utilizados en la cadena de valor de la empresa, incluyendo la compra de insumos como materias primas y bienes de consumo.
- Recursos humanos: Se refiere a la gestión del personal y la búsqueda de la combinación adecuada de habilidades y capacidades requeridas para llevar a

cabo las acciones de manera efectiva, incluyendo reclutamiento, contratación, capacitación, desarrollo y compensación.

- **Infraestructura:** Está relacionada con la estructura organizacional, el sistema de control y la cultura de gestión corporativa. Incluye la administración general, finanzas, planificación, contabilidad, temas legales y estatales, y supervisión de calidad.

2.3. Definición de conceptos básicos

- a) **Ahorro:** Es la acción (práctica) de usar una parte de cualquier tipo de recursos para la composición de la herencia familiar. Incluye la asignación de existencias de bienes para beneficiar el consumo directo de los hogares (Lisle, 1973)
- b) **Competitividad:** Se refiere a la capacidad de las entidades públicas o privadas para conservar sus ventajas, permitiéndoles conseguir y mejorar su estado económico y social en comparación con otras organizaciones (Larios, 2016).
- c) **Crédito:** Es un crédito que se brinda a sujetos físicos para pagar productos, servicios o gastos no vinculados con acciones de comercio (Pairazamán, 2003).
- d) **Educación financiera:** Es la habilidad de entender cómo actúa el dinero. Es la destreza de inversión y gestionar recursos monetarios y la aptitud de tomar

elecciones financieras idóneas. Muchos individuos no pueden tomar elecciones financieras sólidas, provocando efectos desastrosos (Sudheer, 2018).

- e) **Inversión:** Conforman cualquier herramienta para depositar fondos y se espera que genere ingresos futuros o aumente el valor de la inversión (Gitman & Joehnk, 2009).

- f) **Seguros:** Está relacionado con gastar dinero en productos (diversas clases de seguros). En caso de que lo requieran es por desgracia, como robo, padecimiento, etc., porque sin ellos, cuando suceden ciertas cosas, la herencia está en peligro y suceden cosas desagradables (Opdyke, 2012).

- g) **Ventaja competitiva:** La fuente mayor es el valor que la empresa quiere crear para sus clientes. Puede ofrecer precios más bajos que sus competidores para obtener los mismos beneficios o ofrecer más beneficios exclusivos. (Porter M., 2004).

2.4.Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La educación financiera se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

2.4.2. Hipótesis específicas

- La educación en ahorro se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.
- La educación en inversión se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.
- La educación en crédito se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.
- La educación en seguros se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

2.5. Sistema de variables

2.5.1. Identificación de las variables

La variable de investigación número 1, es la educación financiera y la variable de investigación número 2 es la competitividad

2.5.2. Operacionalización

Se considera los modelos Yrigoin y Chacón (2019), para la medición de la educación financiera y el modelo de Calderón (2020), para medir la competitividad. En base a estos modelos, se pudo definir la operacionalización de cada variable.

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Variable 1: Educación financiera	Ahorro	Formas de ahorrar	Ordinal
		Hábito de ahorro	Ordinal
	Inversión	Motivos y medios para ahorrar	Ordinal
		Motivos para invertir	Ordinal
		Tipos de inversión	Ordinal
	Crédito	Frecuencia de obtención de un préstamo	Ordinal
		Tipos de préstamos	Ordinal
		Uso de tarjetas financieras	Ordinal
	Seguros	Comisiones	Ordinal
		Necesidad de adquirir un seguro	Ordinal
	Amenaza de nuevos participantes	Tipos de seguro	Ordinal
		Barreras de ingreso	Ordinal
		Economías de escala	Ordinal
	Poder de negociación de los clientes	Compra de los intermediarios	Ordinal
Relación compra/costo		Ordinal	
Diferenciación		Ordinal	
Bajo coste del cambio de proveedor		Ordinal	
Variable 2: Competitividad	Poder de negociación de los proveedores	Bajo beneficio	Ordinal
		Posibilidad de integración vertical	Ordinal
		Alta información	Ordinal
	Amenaza de productos sustitutivos	Presencia de productos sustitutos	Ordinal
		Integración vertical	Ordinal
		Diferencias de producto	Ordinal
	Intensidad de la rivalidad de la industria	Coste del producto final	Ordinal
		Diferenciación de los productos sustitutivos	Ordinal
		Costo de los productos sustitutivos	Ordinal
		Inversiones de capital	Ordinal
Intensidad de la rivalidad de la industria	Desventaja en costos	Ordinal	
	Acceso a los canales de distribución	Ordinal	
		Conocimiento de política gubernamental	Ordinal

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica, debido a que, se permanece sobre las bases y planteamientos previos, logrando que se generen nuevos conocimientos respecto a las variables intervinientes.

3.2. Diseño de investigación

Tomando en cuenta que, en calidad de investigadores, no se hará inferencia sobre la población y contexto del presente estudio, es decir que, no se efectuará inferencia alguna con fines de manipular los resultados, ni respuestas del personal laboral, a presente tiene diseño no experimental

Por otro lado, en función del ámbito temporal, el estudio requiere de realizar una única medición, es decir solamente se realizará una toma de datos por lo que el estudio tiene un diseño transversal.

3.3. Nivel de investigación

El nivel de investigación es correlacional. En tal sentido, la investigación propone el establecimiento de una relación entre educación financiera y la competitividad, en la

que se determina una interdependencia entre ambas variables, la misma que se determina en función de una relación de significancia.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población está compuesta por un total de 803 productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

3.4.2. Muestra

Además, teniendo en cuenta que tenemos una población conocida y para poder procesar y hallar la muestra respectiva, se aplicará la siguiente fórmula:

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

Los parámetros a emplear son:

Nivel de Confianza (A)	95% - 0.95
Coficiente de Confianza (Z)	1.96
Probabilidad de Éxito (p)	0.5
Probabilidad de Fracaso (q)	0.5
Tamaño de la Población (N)	803
Nivel de Error (e)	5% - 0.05
Tamaño de Muestra (n)	A determinar

$$n = \frac{771.2012}{2.9654}$$

$$n= 260.0665003$$

Por lo tanto, la muestra estará compuesta por un total de 260 productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión son:

- Productores del Distrito de La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 que se dediquen solo al cultivo y comercialización de naranjas
- Productores que se dediquen al cultivo y comercialización de naranjas del Distrito de La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 que deseen participar del presente trabajo de investigación.

Los criterios de exclusión son:

- Productores del Distrito de La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 que se dediquen al cultivo y comercialización de otras especies.
- Productores que se dediquen al cultivo y comercialización de naranjas del Distrito de La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 que no deseen participar del presente trabajo de investigación.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnicas

Se empleará como técnica la encuesta, cuya unidad de estudio son los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna.

3.5.2. Instrumentos

Tomando en cuenta la técnica, el instrumento es el cuestionario. Para ello se empleará el cuestionario basado en Yrigoin y Chacón (2019), para evaluar la educación financiera y un cuestionario basado en el modelo de Calderón (2020), para evaluar la competitividad.

3.5.3. Validación del instrumento de investigación

Para el caso de la validación y confiabilidad de instrumentos, en el caso de Educación financiera, se elaborará un cuestionario basado en Yrigoin y Chacón (2019) y para la variable competitividad, el cuestionario está basado en el modelo de Calderón (2020); ambos cuestionarios no tienen precedentes y se someterán a juicio de expertos, con el objetivo de buscar su validación y confiabilidad.

3.6. Técnicas de procesamiento de datos

El procesamiento de datos se llevó a cabo mediante el uso del software estadístico IBM SPSS v.24, que permitió obtener información a partir de los cuestionarios utilizados.

Para ello el programa permitirá en primera instancia realizar la tabulación de datos, con los cuales en los diferentes menús del software permiten que se elaboren las tablas y figuras de información, como también la ejecución de la prueba de correlación, siendo el caso la prueba de Rho Spearman, con el que se calculará el coeficiente de correlación y el valor de significancia.

Entre otras pruebas que se facilitan con el uso del software se podrá calcular la distribución normal mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov y el coeficiente de Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad de los instrumentos aplicados.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

4.1.1. Educación financiera

4.1.1.1. *Análisis general*

La variable *Educación financiera*, es evaluada en función de cuatro dimensiones: Educación para el ahorro, inversión, crédito y seguros.

Los resultados de la medición permiten explicar que los productores consideran que en niveles regulares cuentan con las competencias de educación financiera necesarias para lograr una adecuada gestión de sus finanzas personales, hecho que se debe al 71.15% de calificaciones en regular grado, seguido por el 22.69% en alto grado.

En cuanto a las dimensiones analizadas, la dimensión Ahorro, fue calificada mayormente en regular grado con el 65%, seguido con el 24.23% en alto grado.

Por otro lado, la dimensión Inversión, fue valorada principalmente en regular grado con un 63.46%, seguido por un 18.08% en alto grado.

Respecto a la dimensión Crédito, fue calificada principalmente en regular grado con un 53.85%, seguido por un 24.62% en alto grado.

Por último, la dimensión Seguros, fue calificada principalmente en alto grado con un 32.69%, seguido por un 29.23% en regular grado.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

Tabla 2

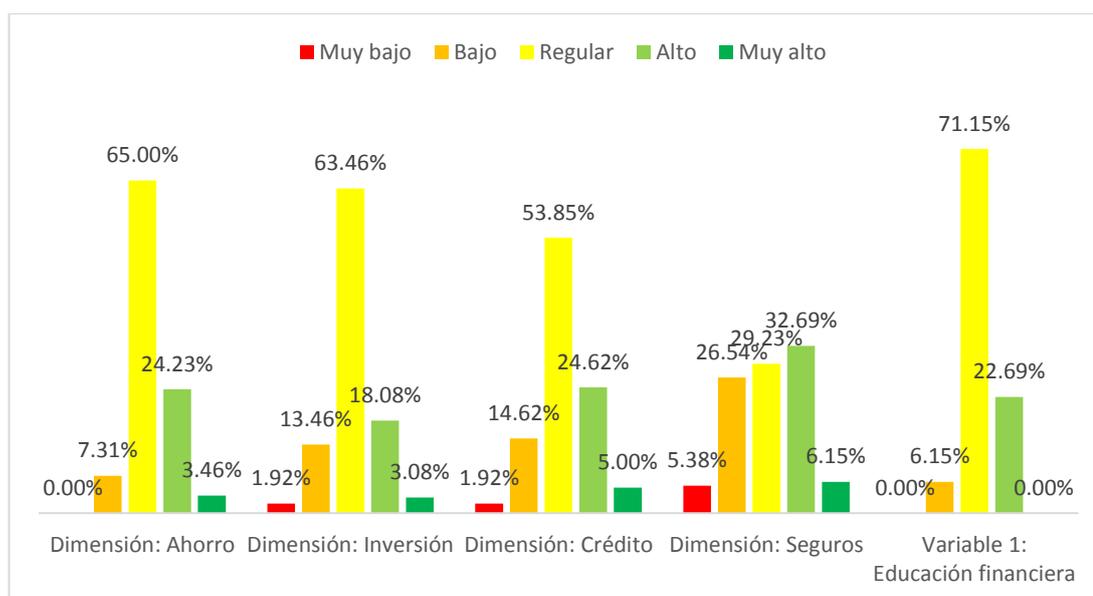
Análisis general de la variable Educación financiera

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Dimensión: Ahorro	0.00%	7.31%	65.00%	24.23%	3.46%
Dimensión: Inversión	1.92%	13.46%	63.46%	18.08%	3.08%
Dimensión: Crédito	1.92%	14.62%	53.85%	24.62%	5.00%
Dimensión: Seguros	5.38%	26.54%	29.23%	32.69%	6.15%
Variable 1: Educación financiera	0.00%	6.15%	71.15%	22.69%	0.00%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 3

Análisis general de la variable Educación financiera



Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.1.2. *Análisis según Dimensiones*

4.1.1.2.1. *Dimensión: Educación en ahorro*

La dimensión *Educación en ahorro* fue medida en base a tres indicadores: Formas de ahorrar, hábito de ahorro y motivos para ahorrar

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 65%, seguido con un 24.23% de calificaciones altas.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles regulares, según el 57.31%, los productores consideran que parte de sus ahorros no siempre tienen como objetivo utilizarse para cosas especiales (educación, viajes, compras y/o emergencias), como también, según sus ingresos generados, no siempre suelen buscar la forma de generar ahorro y que no siempre suelen desarrollar un presupuesto que permita destinar recursos para el ahorro.

De igual forma, en niveles altos según el 39.23%, los productores indicaron que tienen el hábito de ahorrar y el ahorro es una práctica importante que forma parte de sus estilos de vida.

En tanto, con niveles regulares según el 34.62%, los productores indicaron que no necesariamente el motivo de ahorrar es tener un fondo que pueda utilizarse cuando sea necesario, el motivo de ahorrar no siempre es poder atender necesidades familiares

y personales, y no disponen de medios para ahorrar (cuentas de ahorro, depósitos a plazo, fondos mutuos, renta, otros.).

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

Tabla 3

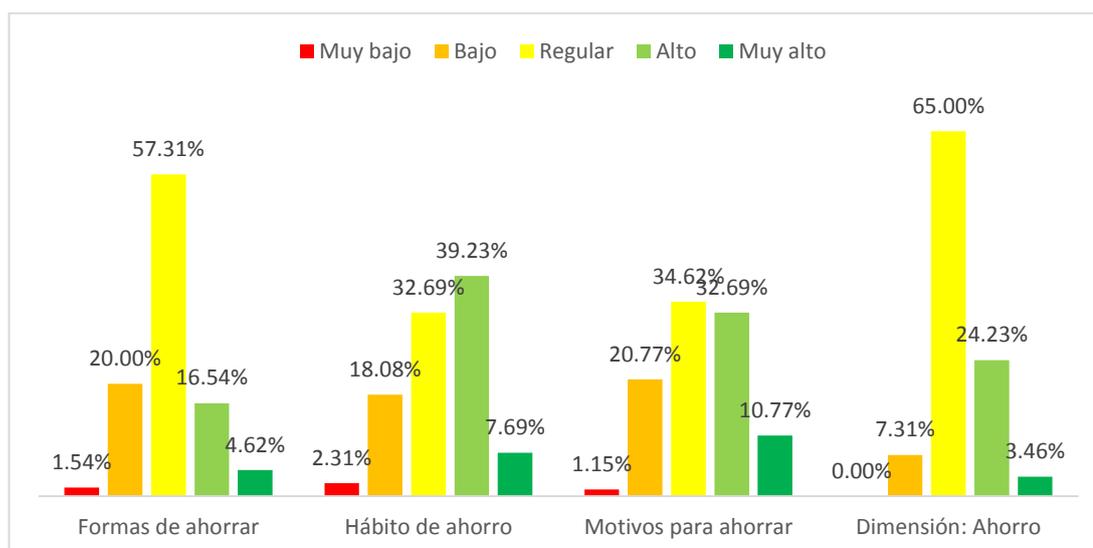
Análisis de la dimensión Educación en ahorro

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Formas de ahorrar	1.54%	20.00%	57.31%	16.54%	4.62%
Hábito de ahorro	2.31%	18.08%	32.69%	39.23%	7.69%
Motivos y medios para ahorrar	1.15%	20.77%	34.62%	32.69%	10.77%
Dimensión: Ahorro	0.00%	7.31%	65.00%	24.23%	3.46%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 4

Análisis de la dimensión Educación en ahorro



Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.1.2.2. Dimensión: Educación en inversión

La dimensión *Educación en inversión* fue medida en base a dos indicadores: Motivos para invertir y tipos de inversión.

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 63.46%, seguido con un 18.08% de calificaciones altas.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles bajos, según el 56.92%, los productores consideran que no tienen la motivación y conocimiento para realizar inversiones que me permitan generar ingresos adicionales.

De igual forma, en niveles regulares según el 63.46%, los productores indicaron que no siempre suelen considerar la realización de inversiones en títulos o propiedades que me permitan generar ingresos a partir de su uso, como también, no siempre toman en consideración realizar inversiones directa o indirecta en la adquisición de derechos de propiedad que permitan generar ingresos adicionales y no tienen el control adecuado de las deudas que pudieran generarse a partir del capital de inversión.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

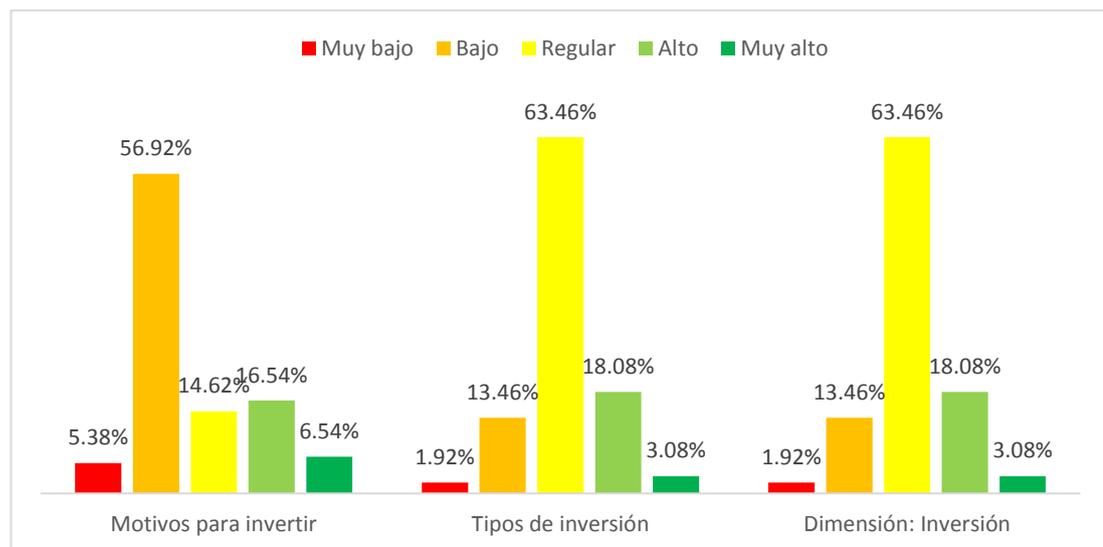
Tabla 4

Análisis de la dimensión Educación en inversión

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Motivos para invertir	5.38%	56.92%	14.62%	16.54%	6.54%
Tipos de inversión	1.92%	13.46%	63.46%	18.08%	3.08%
Dimensión: Inversión	1.92%	13.46%	63.46%	18.08%	3.08%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 5

Análisis de la dimensión Educación en inversión

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.1.2.3. Dimensión: Dimensión: Educación en crédito

La dimensión *Educación en crédito* fue medida en base a cinco indicadores: Frecuencia de obtención de un préstamo, tipos de préstamos, uso de tarjetas financieras y comisiones

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 53.85%, seguido con un 24.62% de calificaciones regulares.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles regulares, según el 33.08%, los productores consideran que no siempre tienen experiencias positivas en la adquisición de préstamos y no siempre cuando se hacen de un préstamo evalúan el riesgo y beneficios del mismo. De igual forma, en niveles bajos según el 33.08%, los productores indicaron que no necesariamente hacen uso responsable de las tarjetas de crédito y/u otro medio que le pueda generar deuda de consumo, como tampoco al momento de solicitar un préstamo, son conscientes que algunos préstamos personales requieren de avales o garantías para poder acceder a ello.

En tanto, con niveles regulares según el 34.62%, los productores indicaron que no siempre tienen conocimiento y hacen uso correcto de mi tarjeta de débito, midiendo responsablemente el gasto, como tampoco no cuentan del todo con conocimiento y hacen uso correcto de mi tarjeta de crédito, midiendo responsablemente el gasto. Así mismo, con un 36.15%, en niveles regulares, los productores mencionan que no

siempre tienen conocimiento y asumen con responsabilidad el pago de comisiones que pudieran generarse ante el uso de mi tarjeta de crédito u otro medio que genere deuda.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

Tabla 5

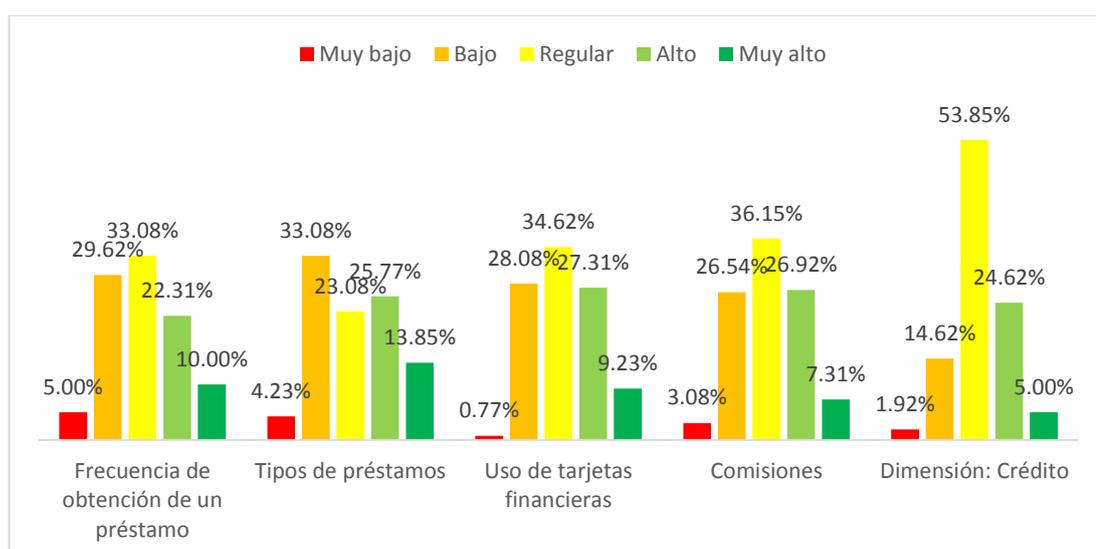
Análisis de la dimensión Educación en crédito

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Frecuencia de obtención de un préstamo	5.00%	29.62%	33.08%	22.31%	10.00%
Tipos de préstamos	4.23%	33.08%	23.08%	25.77%	13.85%
Uso de tarjetas financieras	0.77%	28.08%	34.62%	27.31%	9.23%
Comisiones	3.08%	26.54%	36.15%	26.92%	7.31%
Dimensión: Crédito	1.92%	14.62%	53.85%	24.62%	5.00%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 6

Análisis de la dimensión Educación en crédito



Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.1.2.4. Dimensión: Educación en seguros

La dimensión *Educación en seguros* fue medida en base a dos indicadores: Necesidad de adquirir un seguro, y tipos de seguro

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente alta con un 32.69%, seguido con un 29.23% de calificaciones regulares.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles bajos, según el 38.46%, los productores consideran que no consideran que adquirir seguro de vida y/o médicos es importante y necesario para enfrentar necesidades (desgracias, robo, enfermedad, etc.)

De igual forma, en niveles altos según el 38.46%, los productores indicaron que en los últimos años han adquirido seguros (de préstamos, seguro de vida, seguro médico, seguro de automóvil).

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

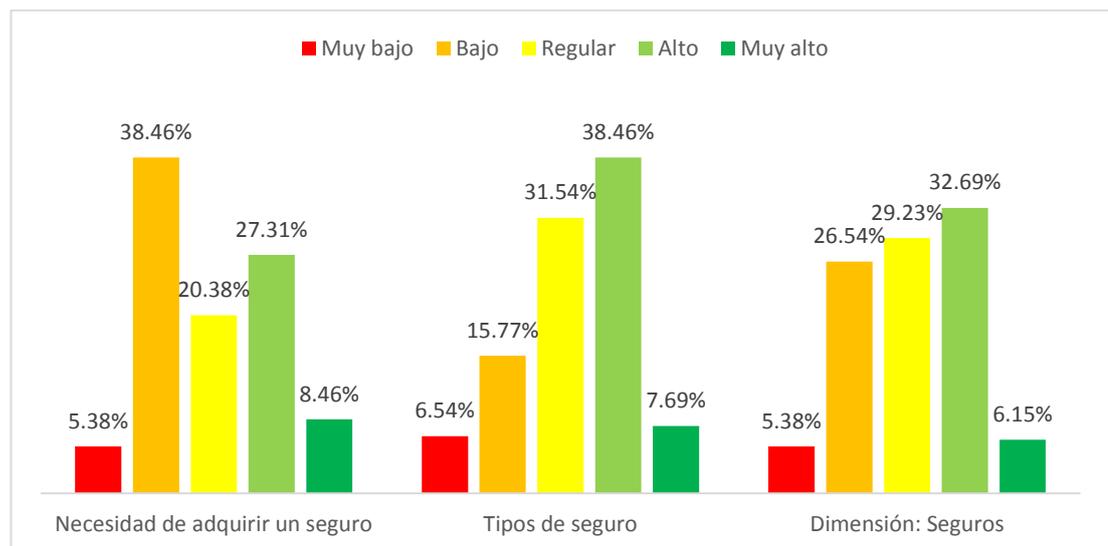
Tabla 6

Análisis de la dimensión Educación en seguros

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Necesidad de adquirir un seguro	5.38%	38.46%	20.38%	27.31%	8.46%
Tipos de seguro	6.54%	15.77%	31.54%	38.46%	7.69%
Dimensión: Seguros	5.38%	26.54%	29.23%	32.69%	6.15%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 7

Análisis de la dimensión Educación en seguros

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.2. Competitividad

4.1.2.1. *Análisis general*

Se utilizan cinco dimensiones para evaluar la variable competitiva: amenaza de nuevos participantes, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutivos y intensidad de la competencia en la industria.

Los resultados de la medición permiten explicar que los productores consideran que en niveles regulares logran los estándares de competitividad para sus negocios, hecho que se debe al 73.85% de calificaciones en regular grado, seguido por el 18.85% en alto grado.

En cuanto a las dimensiones analizadas, la dimensión *Amenaza de nuevos participantes*, fue calificada mayormente en regular grado con el 33.85%, seguido con el 28.85% en bajo grado. Por otro lado, la dimensión *Poder de negociación de los clientes*, fue valorada principalmente en regular grado con un 60.77%, seguido por un 25.77% en alto grado. Respecto a la dimensión *Poder de negociación de los proveedores*, fue calificada principalmente en regular grado con un 55.38%, seguido por un 20.38% en alto grado. En cuanto a la dimensión *Amenaza de productos sustitutos*, fue calificada principalmente en regular grado con un 46.54%, seguido por un 25.77% en alto grado. Por último, la dimensión *Intensidad de la rivalidad de la industria*, fue calificada principalmente en regular grado con un 53.08%, seguido por un 25.77% en bajo grado.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

Tabla 7

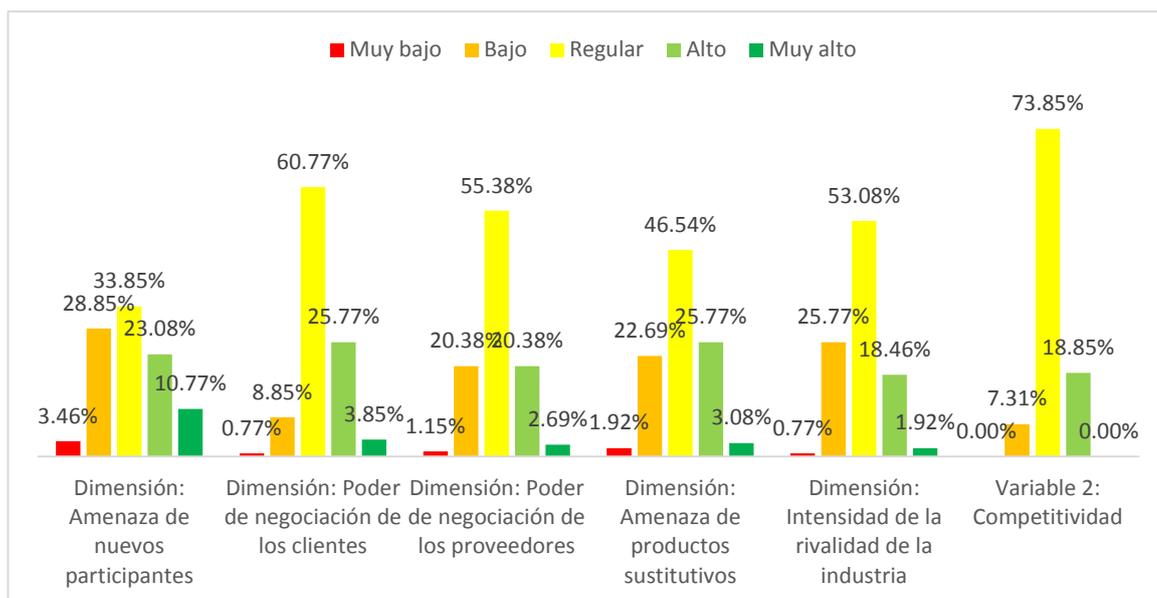
Análisis general de la variable Competitividad

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Dimensión: Amenaza de nuevos participantes	3.46%	28.85%	33.85%	23.08%	10.77%
Dimensión: Poder de negociación de los clientes	0.77%	8.85%	60.77%	25.77%	3.85%
Dimensión: Poder de negociación de los proveedores	1.15%	20.38%	55.38%	20.38%	2.69%
Dimensión: Amenaza de productos sustitutos	1.92%	22.69%	46.54%	25.77%	3.08%
Dimensión: Intensidad de la rivalidad de la industria	0.77%	25.77%	53.08%	18.46%	1.92%
Variable 2: Competitividad	0.00%	7.31%	73.85%	18.85%	0.00%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 8

Análisis general de la variable Competitividad



Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.2.2. *Análisis según Dimensiones*

4.1.2.2.1. *Dimensión: Amenaza de nuevos participantes*

La dimensión *Amenaza de nuevos participantes* fue medida en base a dos indicadores: Barreras de ingreso y economías de escala

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 33.85%, seguido con un 28.85% de calificaciones bajas.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles bajos, según el 51.54%, los productores consideran que como productores no tienen la capacidad para ingresar a nuevos mercados además de en los que ya realizan ventas.

De igual forma, en niveles altos según el 37.69%, los productores indicaron que procuran el proceso de producción no se reinventan constantemente para ser más competitivos.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

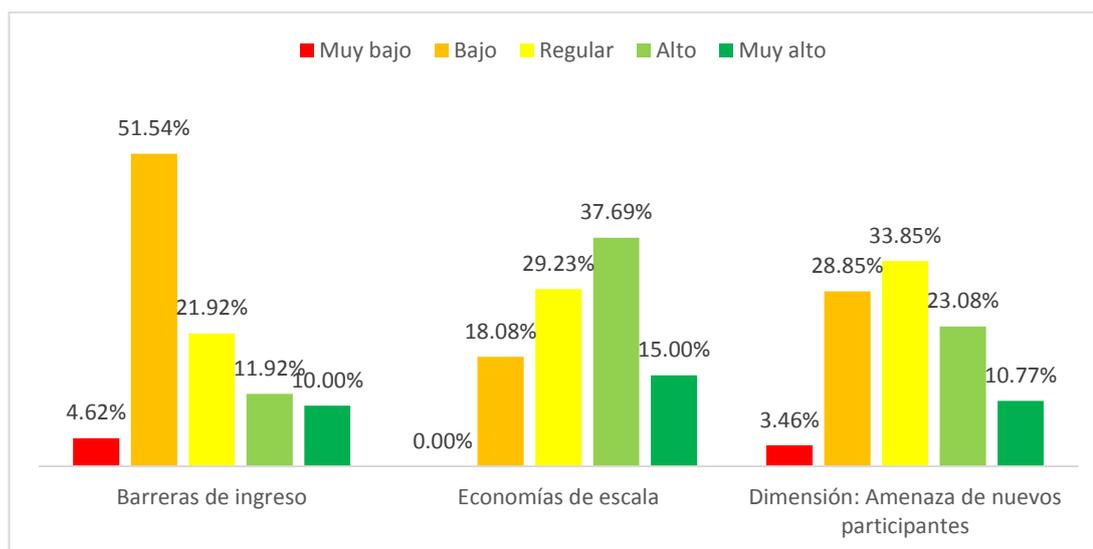
Tabla 8

Análisis de la dimensión Amenaza de nuevos participantes

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Barreras de ingreso	4.62%	51.54%	21.92%	11.92%	10.00%
Economías de escala	0.00%	18.08%	29.23%	37.69%	15.00%
Dimensión: Amenaza de nuevos participantes	3.46%	28.85%	33.85%	23.08%	10.77%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 9

Análisis de la dimensión Amenaza de nuevos participantes

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.2.2.2. Dimensión: Poder de negociación de los clientes

La dimensión *Poder de negociación de los clientes* fue medida en base a ... indicadores: Compra de los intermediarios, relación compra/costo, diferenciación, bajo coste del cambio de proveedor, bajo beneficio, posibilidad de integración vertical, y alta información.

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 60.77%, seguido con un 25.77% de calificaciones.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles bajos, según el 38.08%, los productores consideran que la naranja no se comercializa en el mercado por medio de más de un intermediario.

De igual forma, en niveles altos según el 41.92%, los productores indicaron que se puede disponer de naranjas con precios más competitivos que no pongan en riesgo la rentabilidad del negocio.

En tanto, con niveles bajos según el 34.62%, los productores indicaron que las naranjas que se venden en el mercado no se diferencian de los de la competencia debido a que tiene una mejor calidad.

Así mismo, en niveles altos según el 44.23%, los productores indicaron que los clientes consideran como la naranja que producen es una mejor opción frente a los demás productores o comerciantes

Además, los productores indicaron que sus clientes no necesariamente encontrarán mejores beneficios al comprar su naranja en comparación con la competencia, con niveles bajos del 33.85%.

Por otro lado, con un 38.08%, en niveles altos, los productores mencionan que cuentan con la capacidad de comercializar directamente su naranja en el mercado.

Finalmente, los productores mencionan que no proporcionaron a los clientes toda la información necesaria para que puedan tomar una mejor decisión al comprar sus naranjas, con un 33.46% en niveles bajos.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

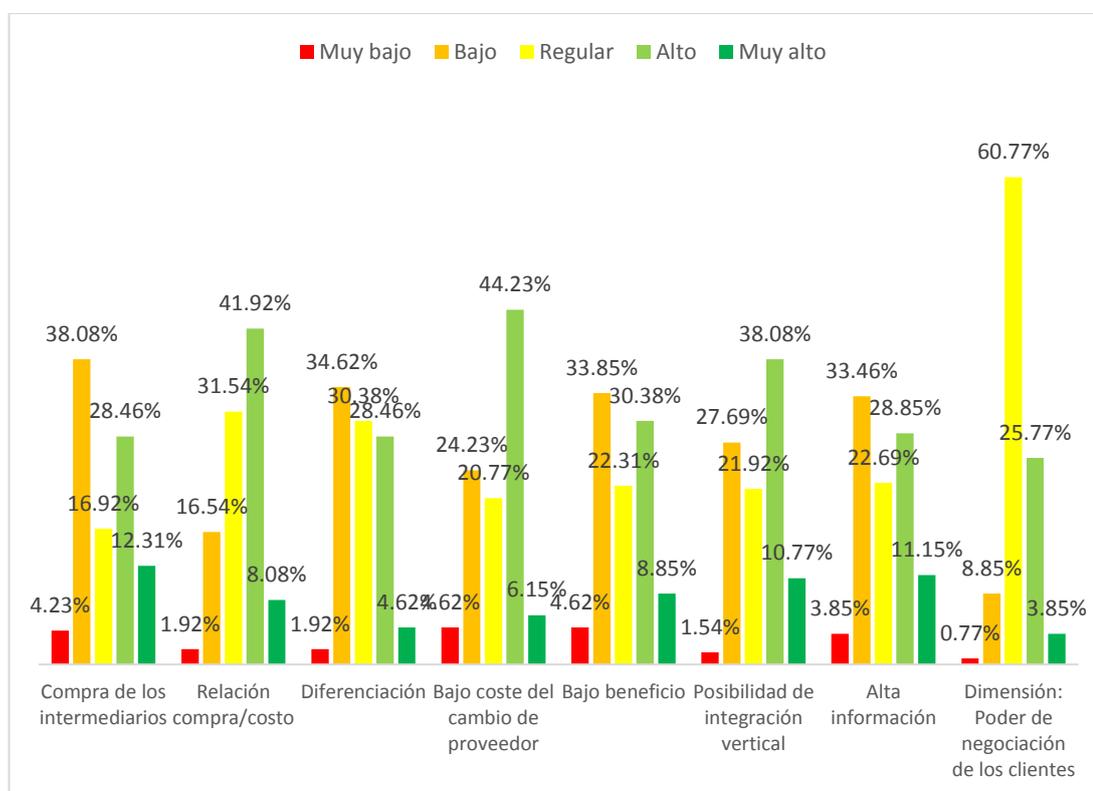
Tabla 9

Análisis de la dimensión Poder de negociación de los clientes

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Compra de los intermediarios	4.23%	38.08%	16.92%	28.46%	12.31%
Relación compra/costo	1.92%	16.54%	31.54%	41.92%	8.08%
Diferenciación	1.92%	34.62%	30.38%	28.46%	4.62%
Bajo coste del cambio de proveedor	4.62%	24.23%	20.77%	44.23%	6.15%
Bajo beneficio	4.62%	33.85%	22.31%	30.38%	8.85%
Posibilidad de integración vertical	1.54%	27.69%	21.92%	38.08%	10.77%
Alta información	3.85%	33.46%	22.69%	28.85%	11.15%
Dimensión: Poder de negociación de los clientes	0.77%	8.85%	60.77%	25.77%	3.85%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 10

Análisis de la dimensión Poder de negociación de los clientes

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.2.2.3. Dimensión: Poder de negociación de los proveedores

La dimensión *Poder de negociación de los proveedores* fue medida en base a cuatro indicadores: Presencia de productos sustitutos, integración vertical, diferencias de producto y coste del producto final

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 55.38%, seguido con un 20.38% de calificaciones altas.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles bajos, según el 45%, los productores consideran que no cuentan con un gran número de proveedores para la adquisición de diferentes insumos necesarios para la producción de naranja.

De igual forma, en niveles altos según el 41.92%, los productores indicaron que tienen una buena relación con los proveedores lo que permite lograr realizar actividades conjuntas a fin de ofrecer una mejor naranja en el mercado.

En tanto, con niveles bajos según el 39.23%, los productores indicaron que sus naranjas no se diferencian de los de la competencia

Así mismo, con un 32.31%, en niveles regulares, los productores mencionan que no siempre los costos de los insumos para la producción de naranja no atentan contra la rentabilidad del negocio.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

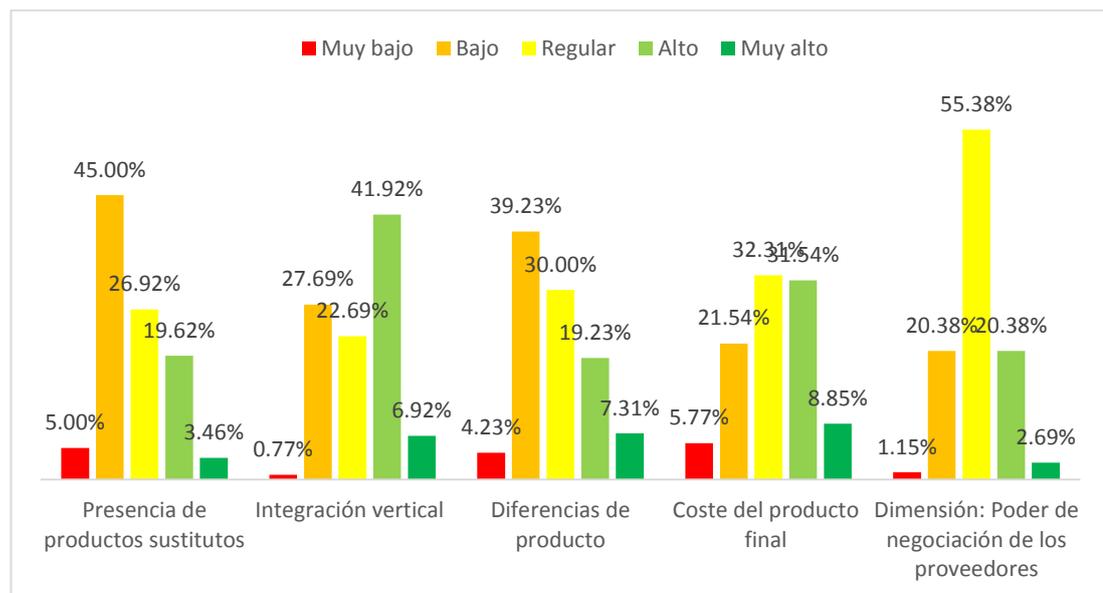
Tabla 10

Análisis de la dimensión Poder de negociación de los proveedores

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Presencia de productos sustitutos	5.00%	45.00%	26.92%	19.62%	3.46%
Integración vertical	0.77%	27.69%	22.69%	41.92%	6.92%
Diferencias de producto	4.23%	39.23%	30.00%	19.23%	7.31%
Coste del producto final	5.77%	21.54%	32.31%	31.54%	8.85%
Dimensión: Poder de negociación de los proveedores	1.15%	20.38%	55.38%	20.38%	2.69%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 11

Análisis de la dimensión Poder de negociación de los proveedores

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.2.2.4. Dimensión: Amenaza de productos sustitutos

La dimensión *Amenaza de productos sustitutos* fue medida en base a dos indicadores: Diferenciación de los productos sustitutos y costo de los productos sustitutos.

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 46.54%, seguido con un 25.77% de calificaciones altas.

Estos hallazgos explican por qué, incluso en niveles bajos, el 45.77% de los productores cree que los clientes prefieren comprar naranjas que otras frutas cítricas y/o frutas disponibles en el mercado.

Los productores también dijeron que manejaban precios más altos en el negocio que otras frutas en el mercado, según el 44.23%.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

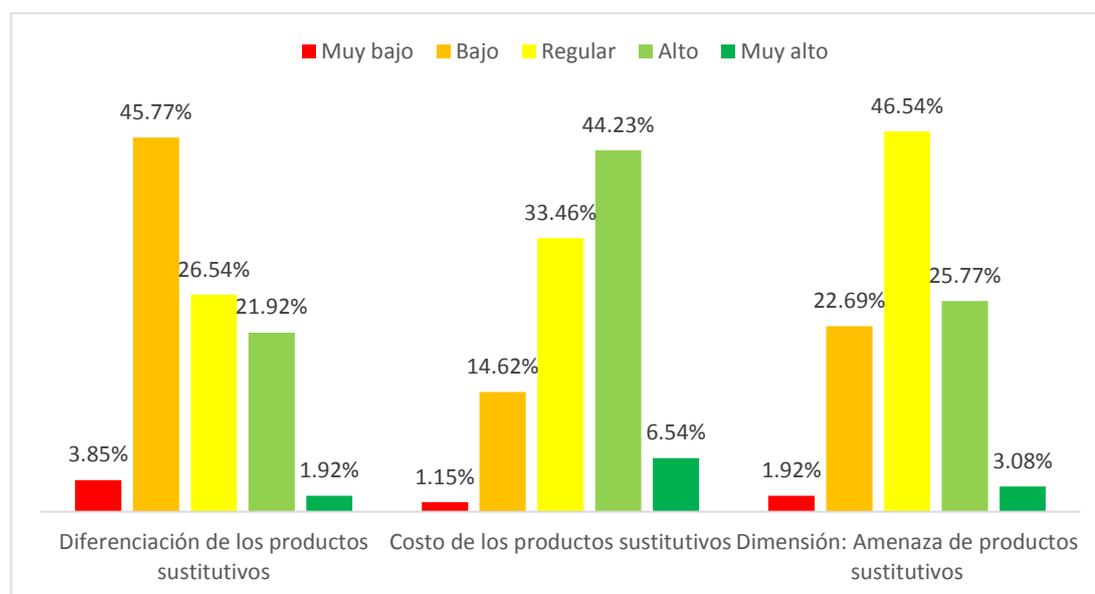
Análisis de la dimensión Amenaza de productos sustitutos

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Diferenciación de los productos sustitutos	3.85%	45.77%	26.54%	21.92%	1.92%
Costo de los productos sustitutos	1.15%	14.62%	33.46%	44.23%	6.54%
Dimensión: Amenaza de productos sustitutos	1.92%	22.69%	46.54%	25.77%	3.08%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 12

Análisis de la dimensión Amenaza de productos sustitutos



Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.1.2.2.5. *Dimensión: Intensidad de la rivalidad de la industria*

La dimensión *Intensidad de la rivalidad de la industria* fue medida en base a cuatro indicadores: Inversiones de capital, desventaja en costos, acceso a los canales de distribución y conocimiento de política gubernamental

Según los hallazgos, se tiene que la evaluación de la dimensión fue mayormente regular con un 53.08%, seguido con un 25.77% de calificaciones bajas.

Estos hallazgos permiten explicar que, en con niveles bajos, según el 44.23%, los productores consideran que no cuentan con el capital y financiamiento necesario para poder realizar sus operaciones.

De igual forma, en niveles regulares según el 35.38%, los productores indicaron que no siempre cuentan con acceso a mejores insumos en relación a precios que los de la competencia.

En tanto, con niveles regulares según el 34.23%, los productores indicaron que no siempre cuentan con acceso a diferentes medios para distribuir y vender la naranja que producimos.

Así mismo, con un 40.38%, en niveles regulares, los productores mencionan que no siempre procuran cumplir con las disposiciones legales para que el negocio funcione.

La siguiente tabla y figura presentan los resultados indicados.

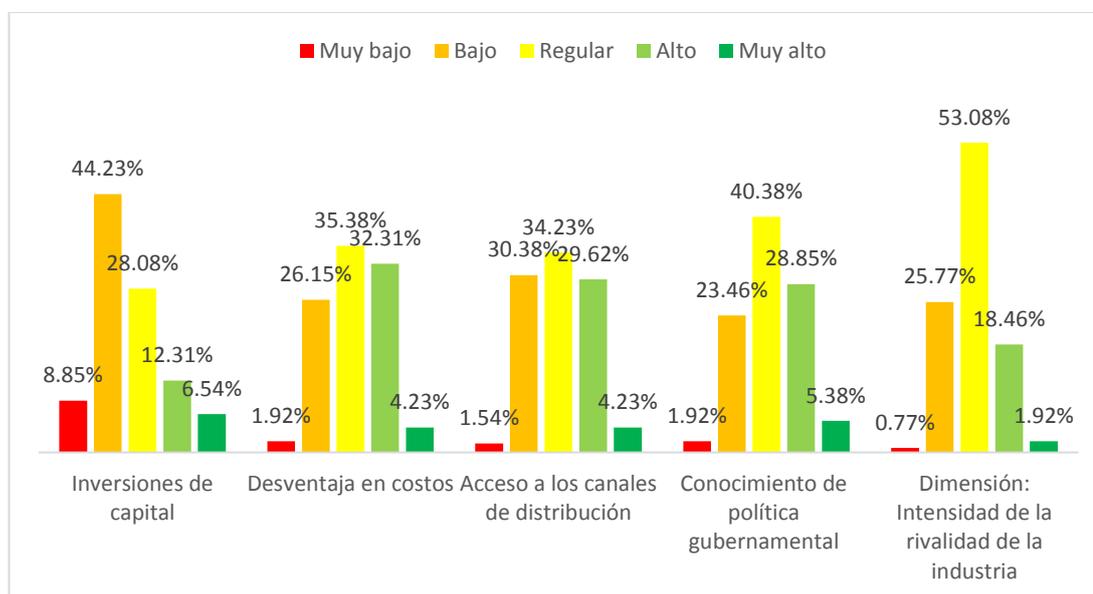
Tabla 12

Análisis de la dimensión Intensidad de la rivalidad de la industria

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Inversiones de capital	8.85%	44.23%	28.08%	12.31%	6.54%
Desventaja en costos	1.92%	26.15%	35.38%	32.31%	4.23%
Acceso a los canales de distribución	1.54%	30.38%	34.23%	29.62%	4.23%
Conocimiento de política gubernamental	1.92%	23.46%	40.38%	28.85%	5.38%
Dimensión: Intensidad de la rivalidad de la industria	0.77%	25.77%	53.08%	18.46%	1.92%

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

Figura 13

Análisis de la dimensión Intensidad de la rivalidad de la industria

Nota. Elaboración propia diseñada en IBM SPSS Windows XXIV

4.2. Contraste de hipótesis

Se precisa de la determinación de la distribución normal o no, en la data procesada para poder ejecutar la prueba de hipótesis que presente un mejor ajuste.

De esta forma, tomando en consideración el número de elementos a procesar, se ejecuta la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, donde:

No hay indicios de distribución normal si Valor de significancia < 0.05

Hay indicios de distribución normal si Valor de significancia > 0.05

Se tiene como resultante:

Tabla 13

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

		Variable 1: Educación financiera	Variable 2: Competitiv idad
N		260	260
Parámetros normales(a,b)	Media	3.17	3.12
	Desviación típica	.512	.499
Diferencias más extremas	Absoluta	.400	.403
	Positiva	.400	.403
	Negativa	-.312	-.336
Z de Kolmogorov-Smirnov		6.446	6.497
Sig. asintót. (bilateral)		.000	.000

Nota. Elaborado en el programa IBM SPSS Windows XXI

Debido a que el valor de significancia es menor de 0.05 se establece que no existe distribución normal. Por tanto, se empleará la prueba de correlación de Rho-Spearman para determinar la relación entre variables.

4.2.1. Contraste de hipótesis general

Se tiene como hipótesis general:

H0: La educación financiera no se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

H1: La educación financiera se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

La ejecución de la prueba Rho-Spearman tiene como resultado:

Tabla 14

Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis general

		Variable 1: Educación financiera	Variable 2: Competitiv idad
Rho de Spearman	Variable 1: Educación financiera	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.
		N	260
	Variable 2: Competitividad	Coefficiente de correlación	.330
		Sig. (bilateral)	.000
		N	260

Nota. Elaborado en el programa IBM SPSS Windows XXI

El resultado de la correlación tiene un valor de significancia menor de 0.05, lo que permite determinar que si existe relación entre las variables. Por tanto, se decide aprobar la hipótesis alterna.

4.2.2. Contraste de hipótesis específicas

4.2.2.1. Contraste de hipótesis específica 1

Se formula como hipótesis:

H0: La educación en ahorro no se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

H1: La educación en ahorro se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

La ejecución de la prueba Rho-Spearman tiene como resultado:

Tabla 15

Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 1

	Dimensión: Ahorro	Variable 2: Competitiv idad
Coefficiente de correlación	1.000	.328
Sig. (bilateral)	.	.000
N	260	260
Coefficiente de correlación	.328	1.000
Sig. (bilateral)	.000	.
N	260	260

Nota. Elaborado en el programa IBM SPSS Windows XXI

El resultado de la correlación tiene un valor de significancia menor de 0.05, lo que permite determinar que si existe relación entre las variables. Por tanto, se decide aprobar la hipótesis alterna.

4.2.2.2. Contraste de hipótesis específica 2

Se formula como hipótesis:

H0: La educación en inversión no se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

H1: La educación en inversión se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

La ejecución de la prueba Rho-Spearman tiene como resultado:

Tabla 16

Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 2

			Dimensión: Inversión	Variable 2: Competi- vidad
Rho de Spearman	Dimensión: Inversión	Coefficiente de correlación	1.000	.431
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	260	260
	Variable 2: Competitividad	Coefficiente de correlación	.431	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	260	260

Nota. Elaborado en el programa IBM SPSS Windows XXI

El resultado de la correlación tiene un valor de significancia menor de 0.05, lo que permite determinar que si existe relación entre las variables. Por tanto, se decide aprobar la hipótesis alterna.

4.2.2.3. Contraste de hipótesis específica 3

Se formula como hipótesis:

H0: La educación en crédito no se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

H1: La educación en crédito se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

La ejecución de la prueba Rho-Spearman tiene como resultado:

Tabla 17

Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 3

			Dimensión: Crédito	Variable 2: Competi- vidad
Rho de Spearman	Dimensión: Crédito	Coeficiente de correlación	1.000	.246
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	260	260
	Variable 2: Competitividad	Coeficiente de correlación	.246	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	260	260

Nota. Elaborado en el programa IBM SPSS Windows XXI

El resultado de la correlación tiene un valor de significancia menor de 0.05, lo que permite determinar que si existe relación entre las variables. Por tanto, se decide aprobar la hipótesis alterna.

4.2.2.4. Contraste de hipótesis específica 4

Se formula como hipótesis:

H0: La educación en seguros se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

H1: La educación en seguros se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

La ejecución de la prueba Rho-Spearman tiene como resultado:

Tabla 18

Prueba de hipótesis de Rho-Spearman para la hipótesis específica 4

			Dimensión: Seguros	Variable 2: Competi- vidad
Rho de Spearman	Dimensión: Seguros	Coefficiente de correlación	1.000	.176
		Sig. (bilateral)	.	.004
		N	260	260
	Variable 2: Competitividad	Coefficiente de correlación	.176	1.000
		Sig. (bilateral)	.004	.
		N	260	260

Nota. Elaborado en el programa IBM SPSS Windows XXI

El resultado de la correlación tiene un valor de significancia menor de 0.05, lo que permite determinar que existe relación entre las variables. Por tanto, se decide aprobar la hipótesis alterna.

4.3. Discusión de resultados

Los resultados de la tesis han permitido establecer que los niveles de educación financiera, como también los de competitividad son regulares, estableciéndose a partir de ello, y conforme a la prueba Rho-Spearman cuyo valor de significancia fue menor de 0.05.

En cuanto a la educación financiera, se ha logrado determinar que los productores presentan niveles regulares para lograr una adecuada capacidad para ahorrar, invertir, administrar créditos de forma adecuada y requerir de seguros, hecho que conduce a que se tenga indicios de una regular educación financiera.

Por otro lado, en cuanto a los niveles de competitividad, los resultados también denotan niveles de competitividad regulares, en las que los productores no se encuentran del todo preparados para hacer frente a las amenazas de nuevos participantes, como tampoco tienen la debida capacidad para poder negociar con sus clientes y proveedores, percibiendo también una amenaza de productos sustitutivos que no se pueden hacer frente del todo, e intensidad de rivalidad de la industria que se enfrenta en niveles regulares.

Estos resultados guardan relación con estudios previos, tales como es con el caso de Molano (2019), quien determina la importancia de la educación financiera para mejorar los sistemas productivos, habiendo una relación entre ambas variables, de forma similar con el estudio realizado, y estableciéndose la necesidad de promover

competencias para favorecer la productividad a partir de una educación financiera adecuada.

De igual forma, como indica González (2019), existe similitud en el hecho que se sostiene que la educación financiera es una herramienta que favorece a las pequeñas y medianas empresas, como es en este caso sobre los productores, favoreciendo sus emprendimientos y logrando un impacto positivo sobre su supervivencia.

Por otro lado, como precisa Acosta (2018), es importante que se mida la educación financiera, resaltando su importancia como en el caso del estudio, sobre los pequeños empresarios, toda vez que estos no cuentan con la educación financiera necesaria que promueva competencias como la cultura del ahorro, y que también se evidenció en la investigación presente.

De igual forma como indican Cueva y Quezada (2020), dan cuenta que la educación financiera guarda relación con la competitividad empresarial, como también se demostró en la presente investigación, habiendo una relación directa entre las variables y positiva. En ese sentido, a medida que los productores tengan mayor educación financiera es posible que logren también mejorar su competitividad.

Por otro lado, como precisa Amasifuen (2020), y en similitud a la presente tesis, se destaca la importancia de la educación financiera como una herramienta que promueve el desarrollo de las micro empresas, con similitud en la demostración de un valor de significancia menor de 0.05, a partir de la prueba Rho-Spearman, y que da

cuenta en niveles descriptivos de conocimientos, actitudes y comportamientos financieros regulares, de forma similar a la tesis.

Por otro lado, puede también resaltarse la similitud con Ching (2017), quien determinó una relación entre la educación financiera con el fortalecimiento económico, estableciéndose una relación directa, y que, como se demostró en la investigación, denotan que a partir de una mejor educación financiera es posible fortalecer a la organización, lo cual lograría a su vez una mayor competitividad.

En tanto, en cuanto a Apaza (2021), resalta de forma similar que una adecuada gestión financiera demanda de lograr competencias de educación adecuadas que a su vez promueven la competitividad.

Por último, como indica Arias (2020), destaca la importancia de lograr una cultura financiera que genere impactos en las microempresas, y lo cual de forma similar con la tesis, podría denotar que a medida que se logra una mejor educación financiera el impacto sobre la empresa, y en términos de competitividad, será favorable.

CONCLUSIONES

1. Se estableció que el nivel de relación entre la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 es significativa, lo que se determinó según el valor de significancia menor de 0.05, de acuerdo a la prueba Rho-Spearman, y lo que permite explicar que la educación financiera, en términos de niveles regulares de capacidad de ahorro, inversión, gestión de créditos y de seguros, guarda relación significativa con la competitividad que logran los productores para hacer frente a la amenaza de nuevos participantes, negociar con los clientes y proveedores, afrontar la amenaza de productos sustitutos e intensidad de rivalidad de la industria.
2. El nivel de relación entre la educación en ahorro y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 es significativa, lo que se determinó según el valor de significancia menor de 0.05, de acuerdo a la prueba Rho-Spearman, y lo que permite explicar que, según las formas, hábitos y motivos para ahorrar de parte de los productores, ello determinará la competitividad que presenten para hacer frente al mercado.
3. La educación en inversión y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021 es significativa, lo que se determinó según el valor de significancia menor de 0.05, de acuerdo a la prueba Rho-Spearman, y lo que permite explicar que los niveles

de educación medidos según las formas de ahorrar, el hábito de ahorro y los motivos para ahorrar se relacionan con los niveles de competitividad.

4. La educación crediticia y la competitividad de los productores de naranjas en el Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en 2021 son significativas, tal como se evidencia por el valor de significancia menor de 0.05, conforme a la prueba Rho-Spearman. Esto sugiere que la capacidad media de los productores para gestionar y su conocimiento acerca de la obtención de un préstamo, los tipos de préstamos, el uso de tarjetas financieras y las comisiones, están directamente relacionados con la competitividad de los empresarios.

5. La relación entre la educación en seguros y la competitividad de los productores de naranjas del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en 2021 es significativa, según se establece por el valor de significancia menor de 0.05, de acuerdo con la prueba Rho-Spearman. Esto permite inferir que la necesidad de contratar un seguro, y los tipos de seguros que los productores tienen, están directamente relacionados con la competitividad de los productores.

SUGERENCIAS

1. Es menester que los productores, por medio de sus representantes, consideren requerir de los servicios de un especialista en contabilidad, con fines de efectuar un análisis de costos, que permitan registrar los procedimientos que requieren de una mayor eficiencia, dotando así de políticas de ahorro e inversión, y que estas se vean traducidas a la oferta e productos con una mayor especialización y que sean más competitivos para el mercado en el que se desempeñan.
2. Es necesario que los productores consideren como parte de sus políticas internas, establecer cuotas, según los ingresos, que sean dirigidos al ahorro, a fin que se pueda generar una caja que permita afrontar responsabilidades futuras y contingencias, lo cual permitirá que estén mejor preparados para asumir ciertos desafíos que no atenten contra su competitividad.
3. Los productores deben de considerar diseñar planes de inversión que apunten hacia la especialización de sus procesos, para lo cual es necesario que se identifique una visión y misión claramente definida, con estrategias y objetivos con prospección, y que estos contribuyan a mejorar la competitividad.
4. Es preciso que los productores consideren evaluar la obtención de préstamos, que permitan destinarse para implementar adquisiciones en tecnologías y mejoras en infraestructura para la especialización de sus procesos, y que tengan como pilar lograr mayor competitividad.

5. Es necesario que los productores consideren la evaluación y adquisición de seguros para los bienes y patrimonio con el que cuenta, a fin que, en caso que se presente algún riesgo o contingencia que atente contra ellos, puedan estar cubiertos, y no se vea afectada la producción y competitividad del negocio.

REFERENCIAS

- Acosta, R. (2018). *Evaluación del nivel de educación financiera de los microempresarios del Centro de Comercio del Comité del Pueblo y su impacto en el nivel de ahorro, en el D.M.Q, año 2018*. Ecuador: Universidad Internacional SEK.
- Amasifuen, A. (2020). *La educación financiera y el desarrollo de las micro empresas, clientes de la Caja Piura SAC - provincia de Tocache - San Martín*. Tingo María: Universidad Nacional Agraria de La Selva.
- Apaza, J. (2021). *La gestión financiera y su influencia en la competitividad de los comerciantes de la Asociación Centro Comercial Mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, 2019*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Araujo, K. (2018). *La cultura financiera de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil - confecciones ubicadas en el emporio comercial de Gamarra, periodo 2017*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos .
- Argudo, C. (12 de septiembre de 2017). *¿Qué es la competitividad empresarial?* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-competitividad-empresarial.html>
- Arias, G. (2020). *Impacto de la cultura financiera en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna, 2017*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- BAC - CREDOMATIC. (2008). *Libro maestro de Educación Financiera. Un sistema para vivir mejor*. Costa Rica: Innova Technology.
- Banco de desarrollo de América Latina. (07 de Mayo de 2021). *¿Cómo están la inclusión y educación financiera en América Latina?* Obtenido de CAF: <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/05/como-estan-la-inclusion-y-educacion-financiera-en-america-latina/>
- BBVA. (02 de diciembre de 2019). *Sólo un 24% de peruanos poseen un buen nivel de educación financiera*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/pe/solo-un-24-de-peruanos-poseen-un-buen-nivel-de-educacion-financiera/>
- BBVA. (2021). *Solo un 24% de peruanos posee un buen nivel de educación financiera*. Lima: Banco BBVA.

- Calderón, C. (2013). *El capital intelectual en la competitividad de las empresas exportadoras del Estado de Oaxaca*. México: Universidad de Oaxaca.
- Calderón, C. (2020). *Niveles de competitividad y productividad de las empresas de comunidades prestadoras de servicios a minera Yanacocha - 2018*. Cajamarca: Universidad nacional de Cajamarca.
- Cámara de Comercio de España. (2021). *La competitividad*. Obtenido de <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>
- Carbajal, J. (2008). Educación financiera y bancarización en México. *Centro de Estudios Económico y Desarrollo Empresarial. Doc. de Trabajo N°9*.
- Cárdenas, J. (2017). *La importancia de la educación financiera, desde un enfoque social y autoritario que coayuda a alcanzar el ahorro y/o inversión*. Bogotá : Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.
- Ching, M. (2017). *La educación financiera como herramienta para contribuir al fortalecimiento económico del microempresario bodeguero de Lima Sur*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de La Vega.
- CincoDías . (26 de Abril de 2021). *Banco de España, CNMV y Economía proponen aumentar la educación financiera en el currículo escolar*. Obtenido de CincoDías Finanzas: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/04/26/mercados/1619433444_703038.html
- Clavijo, C. (2020). *Competitividad empresarial: 4 estrategias para tu negocio*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>
- Comisión para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros. (2011). *El ABC de la Educación financiera*. México: Gobierno de México.
- Credifinanciera. (2021). *Educación Financiera. (5° edición)*. Obtenido de <https://www.credifinanciera.com.co/educacion-financiera>
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 297-234. Obtenido de <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Cueva, L., & Quezada, C. (2020). *La educación financiera y su relación con la competitividad empresarial en las microempresas del sector artesanal de joyería en Catacaos – Piura año 2019*. Piura: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Dess, G., & Lumpkin, G. (2003). *Dirección estratégica: Creando*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana.

- Domínguez, J. (2013). *Educación Financiera para jóvenes: Una visión introductoria*. España: Instituto Universitario de Análisis Económico y Social.
- EAE Business School. (23 de abril de 2021). *Competitividad empresarial: qué es, 4 claves y ejemplos*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/cuatro-decisiones-para-mejorar-la-competitividad-empresarial/>
- García, Y. (2011). *Características e importancia de la educación financiera para niños, jóvenes y adultos de sectores populares de la ciudad de Oaxaca de Juárez*. Huajuapán de León, Oaxaca: Universidad Tecnológica de La Mixteca.
- Gitman, L., & Joehnk, M. (2009). *Fundamentos de Inversiones. 10ma Edición*. México: Pearson.
- González, D. (2019). *Educación financiera: motor de las pequeñas y medianas empresas en Colombia, un punto de vista desde los emprendimientos tecnológicos*. Bogotá, Colombia: Universidad EAN.
- Herrera, L., Garcés, P., & Vargas, J. (2002). *Ahorro y crédito. 1º Edición*. Perú: Santillana.
- Kenton, W. (2019). *Educación Financiera*. Investopedia.
- Larios, E. (2016). La gestión de la competitividad en la mipyme mexicana: diagnóstico empírico desde la gestión del conocimiento. *Revista de Administração da Unimep*, 14(2), 177-209.
- Lisle, E. (1973). *El ahorro y el ahorrador*. París, Francia: DUNOD.
- López, J. (2016). La (Des) Educación Financiera en Jóvenes Universitarios Ecuatorianos: Una Aproximación Teórica. *Revista Empresarial. Volumen (10)*, 36-41.
- Meli, J., & Bruzzone, P. (2006). *El dinero y el ahorro. Un buen mañana se planifica hoy*. Argentina: Saving Trust S.A.
- Molano, A. (2019). *Educación financiera en pymes de la localidad de Ciudad Bolívar como programa de mejoramiento productivo*. Bogotá, Colombia: Universidad de La Salle.
- Opdyke, J. (2012). *Finanzas personales: Guía para gestionar mejor su dinero*. España: Profit.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económico - OCDE. (2005). Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies. *Financial market trends*,

Vol. 2. OECD Publishing, 118.

- Ortega, M., Pino, C., González, M., & Ledrado, M. (2009). *Educación Financiera en Enseñanza Secundaria Obligatoria*. España: Banco de España.
- Pairazamán, R. (2003). *El crédito de consumo en el Perú. 1º Edición*. Perú: Universidad del Pacífico.
- Porter, M. (2004). *Ventaja Competitiva creación y sostenimiento de un desempeño superior. 2ed.* México: Editorial Continental.
- Porter, M. (2004). *Ventaja Competitiva creación y sostenimiento de un desempeño superior. 2ed.* México: Editorial Continental.
- Porter, M. (2015). *Ser competitivo*. España: Deusto.
- Sudheer, C. (2018). *Alfabetización financiera: la clave para el crecimiento de la economía*. India: Entrepreneur.
- Uribe, M. (2013). *Gerencia del servicio. Alternativa para la competitividad (2 ed.)*. Colombia: Ediciones de la U.
- Yrigoin, K., & Chacón, O. (2019). *Educación financiera y aplicación de un programa para mejorar las finanzas familiares de los padres del 5º año de secundaria de la IE Octavio Campos Otoleas*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

La educación financiera y su relación con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<u>Problema General</u>	<u>Objetivo General</u>	<u>Hipótesis General</u>			
¿Cómo se relaciona la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?	Determinar el nivel de relación entre la educación financiera y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021	La educación financiera se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021	Variable 1: Educación financiera	Ahorro	Formas de ahorrar
					Hábito de ahorro
					Motivos y medios para ahorrar
¿Cómo se relaciona el ahorro y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?	Determinar el nivel de relación entre el ahorro y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021	El ahorro se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021		Inversión	Motivos para invertir
					Tipos de inversión
				Crédito	Frecuencia de obtención de un préstamo
					Tipos de préstamos
					Uso de tarjetas financieras
				Seguros	Comisiones
					Necesidad de adquirir un seguro
¿Cómo se relaciona la inversión y la competitividad de los productores de naranja	Determinar el nivel de relación entre la inversión y la competitividad de los	La inversión se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de	Variable 2: Competitividad	Amenaza de nuevos participantes	Tipos de seguro
					Barreras de ingreso
					Economías de escala

del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?	productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021	naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021			Compra de los intermediarios
					Relación compra/costo
					Diferenciación
					Bajo coste del cambio de proveedor
					Bajo beneficio
					Posibilidad de integración vertical
					Alta información
¿Cómo se relaciona el crédito y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?	Determinar el nivel de relación entre el crédito y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021	El crédito se relaciona de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021			Presencia de productos sustitutos
					Integración vertical
					Diferencias de producto
					Coste del producto final
¿Cómo se relaciona los seguros y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021?	Determinar el nivel de relación entre los seguros y la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021	Los seguros se relacionan de forma significativa con la competitividad de los productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna en el año 2021			Diferenciación de los productos sustitutos
					Costo de los productos sustitutos
					Inversiones de capital
					Desventaja en costos
					Acceso a los canales de distribución
					Conocimiento de política gubernamental
METODO Y DISEÑO		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
Tipo de investigación:	Básica	Población:	803 productores de naranja del Distrito La Yarada - Los	Técnica:	Encuesta

			Palos de la Provincia de Tacna	
Nivel	No experimental / Transversal	Muestra:	260 productores de naranja del Distrito La Yarada - Los Palos de la Provincia de Tacna	Instrumentos: Cuestionario
Diseño de investigación:	Correlacional	Método:	Científico, analítico, sintético	Tratamiento estadístico: SPSS 24.0 Tablas de frecuencia

Anexo 2. Cuestionario

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y COMPETITIVIDAD

El presente cuestionario, el cual es de índole académico, tiene como finalidad evaluar su educación financiera y niveles de competitividad, para lo cual se requiere que marque con una “X” según su percepción, donde:

- 1: Totalmente en desacuerdo
- 2: En desacuerdo
- 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4: De acuerdo
- 5: Totalmente de acuerdo

Variable 1: Educación financiera						
Ahorro						
Formas de ahorrar	Parte de mis ahorros tienen como objetivo utilizarse para cosas especiales (educación, viajes, compras y/o emergencias)	1	2	3	4	5
	Según mis ingresos generados, siempre suelo buscar la forma de generar ahorro	1	2	3	4	5
	Suelo desarrollar un presupuesto que permita destinar recursos para el ahorro	1	2	3	4	5
Hábito de ahorro	Tengo el hábito de ahorrar	1	2	3	4	5
	El ahorro es una práctica importante que forma parte de mi estilo de vida	1	2	3	4	5
Motivos para ahorrar	El motivo de ahorrar es tener un fondo que pueda utilizarse cuando sea necesario	1	2	3	4	5
	El motivo de ahorrar es poder atender necesidades familiares y personales	1	2	3	4	5
Medios para ahorrar	Dispongo de medios para ahorrar (cuentas de ahorro, depósitos a plazo, fondos mutuos, renta, otros.)	1	2	3	4	5
Inversión						
Motivos para invertir	Tengo la motivación y conocimiento para realizar inversiones que me permitan generar ingresos adicionales	1	2	3	4	5
Tipos de inversión	Suelo considerar la realización de inversiones en títulos o propiedades que me permitan generar ingresos a partir de su uso	1	2	3	4	5
	Tomo en consideración realizar inversiones directa o indirecta en la adquisición de derechos de propiedad que permitan generar ingresos adicionales	1	2	3	4	5
	Tengo un control adecuado de las deudas que pudieran generarse a partir del capital de inversión	1	2	3	4	5
Crédito						
Frecuencia de obtención de un préstamo	Tengo experiencias positivas en la adquisición de préstamos	1	2	3	4	5
	Cuando me hago de un préstamo evalúo el riesgo y beneficios del mismo	1	2	3	4	5
Tipos de préstamos	Hago uso responsable de las tarjetas de crédito y/u otro medio que me pueda generar deuda de consumo	1	2	3	4	5

	Al momento de solicitar un préstamo, soy consciente que algunos préstamos personales requieren de avales o garantías para poder acceder a ello	1	2	3	4	5
Uso de tarjetas financieras	Tengo conocimiento y hago uso correcto de mi tarjeta de debito, midiendo responsablemente el gasto	1	2	3	4	5
	Tengo conocimiento y hago uso correcto de mi tarjeta de crédito, midiendo responsablemente el gasto	1	2	3	4	5
Comisiones	Tengo conocimiento y asumo con responsabilidad el pago de comisiones que pudieran generarse ante el uso de mi tarjeta de crédito u otro medio que genere deuda	1	2	3	4	5
Seguros						
Necesidad de adquirir un seguro	Considero que adquirir seguro de vida y/o médicos es importante y necesario para enfrentar necesidades (desgracias, robo, enfermedad, etc.)	1	2	3	4	5
Tipos de seguro	En los últimos años he adquirido seguros (de préstamos, seguro de vida, seguro médico, seguro de automóvil)	1	2	3	4	5
Variable 2: Competitividad						
Amenaza de nuevos participantes						
Barreras de ingreso	Como productor tengo la capacidad para ingresar a nuevos mercados además de en los que ya realizo ventas	1	2	3	4	5
Economías de escala	En el proceso de producción me reinvento constantemente para ser más competitivo	1	2	3	4	5
Poder de negociación de los clientes						
Compra de los intermediarios	La naranja se comercializa en el mercado por medio de más de un intermediario	1	2	3	4	5
Relación compra/costo	Se puede disponer de naranjas con precios más competitivos que no pongan en riesgo la rentabilidad del negocio	1	2	3	4	5
Diferenciación	Las naranjas que se venden en el mercado se diferencian de los de la competencia debido a que tiene una mejor calidad	1	2	3	4	5
Bajo coste del cambio de proveedor	Nuestros clientes consideran como la naranja que producimos es una mejor opción frente a los demás productores o comerciantes	1	2	3	4	5
Bajo beneficio	Nuestros clientes encuentran mejores beneficios al comprar nuestra naranja en comparación de los de la competencia	1	2	3	4	5
Posibilidad de integración vertical	Contamos con la capacidad de comercializar directamente nuestra naranja en el mercado	1	2	3	4	5
Alta información	Ponemos a disposición de los clientes toda la información necesaria para que pueda tomar una mejor decisión para la compra de nuestra naranja	1	2	3	4	5
Poder de negociación de los proveedores						
Presencia de productos sustitutos	Cuento con un gran número de proveedores para la adquisición de diferentes insumos necesarios para la producción de naranja	1	2	3	4	5
Integración vertical	Tenemos una buena relación con los proveedores lo que permite lograr realizar actividades conjuntas a fin de ofrecer una mejor naranja en el mercado	1	2	3	4	5
Diferencias de producto	Nuestras naranjas se diferencian de los de la competencia	1	2	3	4	5
Coste del producto final	Los costos de los insumos para la producción de naranja no atentan contra la rentabilidad del negocio	1	2	3	4	5
Amenaza de productos sustitutos						
Diferenciación de los productos sustitutos	Los clientes prefieren comprar nuestra naranja antes que otros cítricos y/o frutas que se venden en el mercado	1	2	3	4	5

Costo de los productos sustitutivos	En el negocio manejamos mejores precios que otras frutas que se venden en el mercado.	1	2	3	4	5
Intensidad de la rivalidad de la industria						
Inversiones de capital	Cuento con el capital y financiamiento necesario para poder realizar nuestras operaciones	1	2	3	4	5
Desventaja en costos	Cuento con acceso a mejores insumos en relación a precios que los de la competencia	1	2	3	4	5
Acceso a los canales de distribución	Cuento con acceso a diferentes medios para distribuir y vender la naranja que producimos	1	2	3	4	5
Conocimiento de política gubernamental	Procuramos cumplir con las disposiciones legales para que el negocio funcione	1	2	3	4	5

Muchas gracias

Anexo 3. Validación mediante Alfa de Cronbach

Cálculo del coeficiente de Alfa de Cronbach para el instrumento

Casos	N	%
Válidos	20	100
Excluidos(a)	0	0
Total	20	100

	N° de elementos	Alfa de Cronbach
Variable 1: Educación financiera	21	0.741
Variable 2: Competitividad	19	0.742
Total instrumento	40	0.87

En relación al cálculo del coeficiente de Alfa de Cronbach, el instrumento en su conjunto obtuvo una calificación de 0.87, lo que indica que la escala de medición tiene una muy buena consistencia interna. Esto sugiere que los ítems de la escala están altamente relacionados entre sí y miden de manera coherente las variables en medición. En otras palabras, ello indica que los resultados obtenidos a través de esta escala son confiables y precisos, lo que aumenta la validez de las conclusiones que se extrajeron de ellos.

Así mismo, la medición del Alfa de Cronbach se calculó según ítems por cada una de las variables. De ellos, por cada variable, de forma similar, se obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.74, lo que indica una buena consistencia interna. Si bien no es un valor excelente, sugiere que los ítems de la escala están razonablemente relacionados entre sí y miden de manera coherente las variables de

estudio. En consecuencia, se puede establecer que los resultados obtenidos a través de esta escala son confiables y precisos.

Respecto al Alfa de Cronbach, esta es una medida de la consistencia interna de una escala de medición. Se utiliza para evaluar cuán estrechamente relacionados están un conjunto de ítems que se supone miden la misma variable. Esta medida proporciona información sobre la confiabilidad de una escala de medición, es decir, qué tan precisas son las medidas obtenidas a través de la escala (Cronbach, 1951).

El coeficiente de Alfa de Cronbach se sitúa entre 0 y 1, donde 0 indica que no hay relación entre los ítems de la escala, y 1 indica que los ítems están perfectamente relacionados. Los valores de Alfa de Cronbach pueden ser interpretados de la siguiente manera:

0.9-1.0: Excelente consistencia interna

0.8-0.9: Muy buena consistencia interna

0.7-0.8: Buena consistencia interna

0.6-0.7: Aceptable consistencia interna

0.5-0.6: Consistencia interna dudosa

<0.5: Consistencia interna pobre

Es importante destacar que estos valores se sirven de guías generales para la interpretación del Alfa de Cronbach.