

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

**TESIS**

**CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL  
DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS  
COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO,  
CUSCO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**Autor:**

**Bach. Rosillo Madrid Rogger Paul**

**<https://orcid.org/0000-0002-4327-4082>**

**Asesor:**

**Mg. Liliana Del Carmen Suárez Santa Cruz**

**<https://orcid.org/0000-0003-2560-7768>**

**Línea de investigación:**

**Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel - Perú**

**2022**

**CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL  
EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO.**

**APROBACIÓN DEL JURADO**

---

Rosillo Madrid Rogger Paul  
**AUTOR**

---

Dra. Cabrera Sánchez, Mariluz  
**PRESIDENTE DEL JURADO DE TESIS**

---

Mg. Hernández Terán Saul  
**SECRETARIO DEL JURADO DE TESIS**

---

Mg. Mendo Otero, Ricardo Francisco Antonio  
**VOCAL DEL JURADO DE TESIS**

---

Mag. Suárez Santa Cruz, Liliana Del Carmen  
**ASESOR DE TESIS**



### DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, soy **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Escuela Académica Profesional de Contabilidad** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

#### **CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y auténtico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

<b>Rosillo Madrid Rogger Paul</b>	<b>DNI: 42801993</b>	
-----------------------------------	----------------------	--

Pimentel, 24 de Enero de 2023.

## **Dedicatoria**

A mi padre Franklin Rosillo Guerrero, que desde el cielo me bendice e ilumina en el camino de la vida y de la gratitud.

A mi madre, Mariana Madrid Zapata, quien en todo momento fue mi ayuda y soporte en los momentos de dificultad.

A mi esposa, Jhared Calancha, quien con mucho sacrificio y esfuerzo me apoyo en todo momento para salir adelante.

Y a mis hermosas hijas Rosamaris y Catalina, quienes son mi motor y motivo de vida.

**Rogger Paul Rosillo Madrid.**

## **Agradecimientos**

A la Universidad Señor de Sipán por permitirme abrir camino en mi vida profesional.

Del mismo modo a toda mi familia, mi padre en el cielo, mi madre y mis hermanos, quien, con su ejemplo, me ayudaron a salir siempre adelante.

Así mismo mi esposa e hijas por su gran apoyo a lo largo de mi vida, sin ellos hubiese sido imposible lograr el objetivo de ser profesional.

# **CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO**

*Rosillo Madrid, Rogger Paúl*

## **Resumen**

De acuerdo a la investigación realizada, se ha llegado a determinar que la Cultura financiera tiene efecto en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro de la ciudad del Cusco, en razón de que les ayudará a la mejor toma de decisiones, y a la manera más óptima de administrar su capital propio, y de aquellos fondos obtenidos mediante financiamiento bancario. En tal sentido, el estudio tiene como objetivo proponer la Cultura financiera con la finalidad de que los comerciantes tengan clara la importancia del ahorro, del crédito, del presupuesto, y, sobre todo, del orden en sus finanzas. Por tales consideraciones se planteó el problema de la investigación ¿En qué medida la Cultura financiera tendrá efecto en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco?

La investigación se justifica debido a que, al aplicarse la propuesta de la Cultura financiera se podrá establecer su impacto en el desarrollo empresarial de tales comerciantes. El estudio tiene enfoque cuantitativo, del tipo descriptivo, propositivo, con diseño No experimental, cuya población está constituida por 1,200 comerciantes, en tanto que la muestra estuvo conformada por 40 comerciantes, a quienes se les realizó una encuesta que fue validada por tres jueces expertos, asimismo se realizó el análisis documental con la finalidad de evaluar la información proporcionada por SUNAT, INFOCORP y entidades bancarias, para comprobar el estado en que se encuentran algunos comerciantes, en tanto los resultados indican que los comerciantes no cuentan con una adecuada cultura financiera.

**Palabras clave:** Cultura financiera, Desarrollo empresarial, Comerciantes.

## **Abstract**

According to the research carried out, it has been determined that the Financial Culture has an effect on the business development of the merchants of the San Pedro market of the city of Cusco, because it will help them to make better decisions, and the most optimal way to manage their own capital, and those funds obtained through bank financing. In this sense, the study aims to promote financial culture in order for merchants to be clear about the importance of saving, credit, budget, and, above all, order in their finances. For these considerations the problem of research was raised: To what extent will the Financial Culture have an effect on the business development of traders in the San Pedro market?

The research is justified because, by applying the proposal of the Financial Culture, it will be possible to establish its impact on the business development of such traders. The study has a quantitative approach, of the descriptive type, propositive, with non-experimental design, whose population is constituted by 1,200 merchants, while the sample was made up of 40 merchants, who were conducted a survey that was validated by three expert judges, also the documentary analysis was carried out in order to evaluate the information provided by SUNAT, INFOCORP and banks, to check the state of some merchants, while the results indicate that merchants do not have an adequate financial culture.

**Keywords:** Financial culture, Business development, Comerciants.

## Índice

Páginas preliminares:	
Aprobación del jurado .....	ii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos .....	v
Resumen .....	vi
Palabras clave .....	vi
Abstract.....	vii
Keywords .....	vii
Índice .....	viii
Índice de tablas .....	x
Índice de figuras.....	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>13</b>
1.1 Realidad Problemática.....	13
1.2 Antecedentes de estudios.....	23
1.3 Teorías Relacionadas al tema.....	32
1.4 Formulación del Problema .....	49
1.5 Justificación e importancia de estudio .....	49
1.6 Hipótesis .....	50
1.7 Objetivos.....	50
1.7.1.Objetivo General.....	50
1.7.2. Objetivos Específicos .....	50
<b>II MATERIAL Y MÉTODO.....</b>	<b>52</b>
2.1 Tipo y Diseño de investigación .....	52
2.2 Operacionalización de Variables.....	53
2.3 Población, muestra y muestreo .....	54
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	55
2.5 Procedimientos análisis de datos .....	57
2.6 Aspectos éticos.....	57
2.7 Criterio de rigor científico .....	58
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>59</b>
3.1 Resultado en tablas y Figuras.....	59



3.2 Discusión de Resultados.....	78
3.3. Aporte científico .....	87
<b>IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>98</b>
4.1 Conclusiones.....	98
4.2 Recomendaciones.....	99
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>100</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>109</b>

## Índice de tablas

Tabla 1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	56
Tabla 2 Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales. .....	59
Tabla 3 Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar. ....	60
Tabla 4 Considera que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses .....	61
Tabla 5 Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo.....	62
Tabla 6 Considera que la inflación no tiene impacto en su situación financiera....	63
Tabla 7 Acceso al Crédito Formal .....	64
Tabla 8. Reportes de INFOCORP .....	65
Tabla 9 Presentación de Ficha RUC .....	65
Tabla 10 Régimen Tributario .....	66
Tabla 11 Licencia de Funcionamiento .....	67
Tabla 12 Es consciente de sus responsabilidades de carácter financiero .....	67
Tabla 13 Consideran necesario implementar flujos de caja semanales y mensuales .....	68
Tabla 14 Considera que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas .....	70
Tabla 15. Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos .....	71
Tabla 16 Considera que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales .....	72
Tabla 17 Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio .....	73
Tabla 18 Considera que el desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria a su negocio. ....	74
Tabla 19 Considera que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores .....	75

Tabla 20 Considera que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento .....	76
Tabla 21 Considera que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio.....	77
Tabla 22 Materiales para propuesta .....	96

## Índice de figuras

Figura 1. Cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector.....	44
Figura 2 Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales. .....	59
Figura 3 Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar .....	60
Figura 4 Considera que todo préstamo conlleva al pago elevado de intereses ....	61
Figura 5 Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo. ....	62
Figura 6 Considera que la inflación no tiene impacto en su situación financiera. .	63
Figura 7 Es consciente de sus responsabilidades de carácter financiero. ....	68
Figura 8 Consideran implementar flujos de caja semanales y mensuales.....	69
Figura 9 la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas .....	70
Figura 10 Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos .....	71
Figura 11 El desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades .....	72
Figura 12 Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio .....	73
Figura 13 El desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria ...	74
Figura 14 Al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores .....	75
Figura 15 el desarrollo empresarial va a permitir acceder a fuentes de financiamiento.....	76
Figura 16 régimen tributario al que podría acceder su negocio .....	77

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad Problemática

El presente trabajo de investigación denominado “Cultura financiera y su efecto en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco”, se ha desarrollado considerando la viabilidad de recomendar a dichos comerciantes cumplir debidamente con la mejor toma de decisiones, así como la manera más óptima de administrar su capital propio, y de aquellos fondos obtenidos mediante financiamiento bancario

Por información obtenida de los propios comerciantes, señalan que en los últimos años ha sido mínimo el ordenamiento de sus finanzas y de sus aspectos financieros, relacionando dicha situación al hecho de que no existe una adecuada cultura financiera, y más aun considerando, que la obtención de recursos y el requerimiento de financiamiento a las entidades bancarias se hace de manera empírica y en base a sus propias experiencias.

Los comerciantes del mercado San Pedro se dedican desde hace varias décadas a la comercialización de todo tipo de productos, pero pocos han sido los que realmente tienen una adecuada cultura financiera, y que en cierta medida nos les permite operar debidamente con sus propios recursos. Para ello será necesario e imprescindible establecer una adecuada Cultura financiera a fin de que tomen conciencia de la forma en como deberán llevar a cabo sus aspectos financieros y cumplir debidamente con sus obligaciones contractuales.

Es importante que la cultura financiera procure que los comerciantes tengan una visión positiva del origen y destino de sus recursos, haciendo el uso adecuado de los fondos obtenidos, y para lo cual se requiere que tengan los conocimientos adecuados sobre las variables de estudio, y comprendan la importancia de sus responsabilidades financieras. Por esta razón se puede señalar que la base fundamental para una correcta aplicación de la cultura

financiera es contar con información oportuna, y con una eficaz concientización, sin dejar de mencionar que problema central radica en que muchas veces no existe una cultura financiera eficaz que permita tener un adecuado progreso empresarial y con el debido sostenimiento en el tiempo.

En tal sentido, la investigación permitió demostrar la realidad problemática por la que vienen atravesando muchas empresas por efecto de la pandemia del Coronavirus, y básicamente los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco, así como el tipo de herramientas que se requerirán con la finalidad de optimizar su cultura financiera, y por consiguiente su desarrollo empresarial, que comprenderá además, la puesta en marcha de un conjunto de lineamientos financieros que permitan señalar de manera inequívoca, que la propuesta mencionada le procurará a estos comerciantes mejorar sus resultados.

Se deberá señalar que estos lineamientos por su propia complejidad, deberán estar acompañados de una serie de procedimientos de gestión, que involucren el diagnóstico situacional y financiero de cada uno de estos microempresarios, detallando sus actividades, evaluando de manera específica sus procesos operativos, e identificando a la vez el tipo de inconvenientes en cada etapa de la planificación financiera, conjuntamente con la adecuada administración de los recursos económicos, y financieros.

No está demás mencionar que la identificación de la problemática ha permitido tener un panorama mucho más amplio sobre cada proceso financiero, y una vez identificados los inconvenientes que tienen mayor recurrencia, proponer las acciones correctivas necesarias.

En tal sentido se ha considerado pertinente plantear las siguientes preguntas para el logro del objetivo general:

- ¿Cuentan los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco con la suficiente cultura financiera para lograr su desarrollo empresarial?

- ¿Cuentan los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco con los instrumentos de gestión necesarios para llevar a cabo su desarrollo empresarial?
- ¿Los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco vienen llevando a cabo el debido monitoreo de sus actividades financieras?
- ¿Los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco han efectuado las debidas evaluaciones que les permitan inferir si la planificación financiera optimizará sus resultados?
- ¿En qué medida el desarrollo empresarial hará más competitivos a los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco?
- ¿Se tienen los estudios necesarios con la finalidad de determinar si la propuesta de la cultura financiera implicará mayores costos para los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco?
- ¿Los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco se encuentran en condiciones para asumir la cultura financiera con la finalidad de mejorar la generación de sus recursos?
- ¿Los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco han podido identificar otro tipo de alternativas financieras para hacer más eficiente su desarrollo empresarial?

### **1.1.1 Internacional**

Morelos (2021), en su artículo *“La cultura financiera en México”*, señala que, en cada actividad comercial, sea esta grande o pequeña, se requiere del uso de estrategia financieras, y como en todo negocio, surge el momento en el cual se torna muy difícil llevar el control de todas las operaciones financieras, básicamente por no contar con un adecuado sistema de control de los recursos requeridos y obtenidos, o por la ineficiencia de quienes tienen la responsabilidad de llevar a cabo estas actividades, así como la supervisión constante de los

recursos y el manejo óptimo de dichos fondos. Ante esta problemática resulta necesario que las empresas y los comerciantes de todo nivel se adhieran a los procedimientos que resulten necesarios, con la finalidad de evitar inadecuadas gestiones en materia financiera que podrían causar pérdidas innecesarias.

Mejía (2018), en su artículo *“Encuesta evidencia los desafíos de Argentina en educación financiera”*, en Argentina, para el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y el Banco Central (BCRA), señala que la mayor parte de la población de este país tiene un conocimiento moderado de los productos financieros, así como las menores actitudes financieras del mundo. Como se indica en los documentos emitidos por el BCRA, el índice de conocimiento financiero no les permite comprender una mejor forma de comprensión de los conceptos financieros y de los cálculos matemáticos esenciales. Por ello, se concluye que los resultados de esta encuesta muestran que los argentinos tienen un bajo nivel de conocimiento financiero. Es importante señalar que Argentina tiene un puntaje de educación financiera de 11.5 lo que la ubica en el puesto 37 de 39 economías medidas

Salamea (2020), en su artículo *“Estado de la cultura financiera de la ciudad de Cuenca”*, en Ecuador, menciona que se ha podido identificar que la mayoría de los comerciantes de esta ciudad carecen de una adecuada cultura financiera que les permita atender sus necesidades financieras con total eficiencia, sin tomar en consideración que a la fecha se ha constituido como el mejor mecanismo para orientar y supervisar las finanzas personales y empresariales, siendo que para lograr una buena educación financiera, es necesario tener conocimiento de los productos e instrumentos financieros y de esta manera adquirir el comportamiento y las habilidades necesarias para tomar las mejores decisiones financieras y las más efectivas, por lo que cuando la cultura financiera mejore, definitivamente va a tener impacto positivo en las personas, en sus familias y en los comerciantes, permitiendo demostrar la salud financiera de los pobladores de la ciudad de Cuenca.



Laffer (2020) en su artículo *“Una buena gestión financiera es posible en tiempos de coronavirus”*, en España, para el Diario Libre Mercado, señaló que el remezón que provocó la Pandemia del Covid 19 en los empresarios españoles dejó muchos afectados, y no solo en vidas humanas, sino también en la mayoría de negocios, sobre todo, en las partes más vulnerables del sistema productivo como las pymes y los autónomos, que han sido las más afectadas, porque a todos les sorprende la situación de iliquidez que encarece los costos, señalándose que se espera su pronta recuperación, por lo que las empresas consultoras, e instituciones tiendan a buscar soluciones que ayuden a los pequeños y medianos empresarios y autónomos a mejorar sus índices de rentabilidad, su estructura de costos y sus alternativas financieras.

Lastra (2021), en su estudio denominado *“Estimación del potencial de comerciantes”* en Colombia, señala que actualmente la informalidad ha tenido avances preocupantes en el otorgamiento y adquisición de permisos para poder operar pero sin contar con los requisitos necesarios, situación que tiene influencia negativa en los aspectos legales de muchos de los comerciantes por la ilegalidad que acarrearán al ser informales, y venir ocasionando perjuicios irreparables al marco legal vigente, por lo que resulta necesario y oportuno revertir esta situación considerando el potencial de los comerciantes Colombianos, que por su propia naturaleza son considerados como una fuente inagotable de recursos con mucha demanda, debido a su rápido crecimiento y por la resolución de sus propias dificultades económicas, siendo esta la razón del porqué se ha decidido investigar su desarrollo empresarial.

Espinoza (2021), en su artículo denominado *“Desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado tipo centro comercial del Cantón Santa Rosa de la provincia de el Oro”* en Ecuador, señala que las actividades de la mayoría de comerciantes son informales, por lo tanto no son reguladas por las instituciones que tienen esta responsabilidad y no necesitan requerir de información personal ni financiera para acceder a créditos que se ajusten a sus necesidades, debiendo mencionarse que la mayoría de microempresas de este tipo no tienen la facilidad y acceso a la formalización, por lo que prefieren seguir siendo informales, algunas veces por sus propias decisiones, otras por la enorme

cantidad de requisitos que se solicitan, muy distantes a los que se exigen en otro tipo de actividades, y que les permita lograr su desarrollo empresarial.

Dini, Gligo y Patiño (2021), en su publicación *“Transformación digital de las MIPYMES”* en España, mencionan que se han identificado un sinnúmero de microempresarios que constantemente vienen operando bajo sistemas completamente obsoletos y sin tener la menor intención de cambiar esta modalidad, y dadas las enormes necesidades, es que optan por trabajar con este tipo de programa que a todas luces es demasiado desactualizado, por ello es que en amplios sectores de estos comerciantes se ha determinado tomar la decisión de contar sistemas digitales, que, en definitiva van a tener enorme influencia de manera positiva para atender alta demanda de la población, siendo que la investigación recoge información muy importante relacionada con el desarrollo empresarial, y la forma de cómo incide en las actividades de estos microempresarios de mercados a nivel global.

### **1.1.2 Nacional**

Morante (2021), en su artículo *“Que es la cultura financiera”*, en Lima, señala que una gran mayoría de comerciantes se encuentran con serios problemas financieros en razón de no contar con una adecuada cultura financiera que les permita articular de manera eficaz sus requerimientos de fondos, por lo que resulta necesario que ante estas incertidumbres por la falta de recursos, se vean en la posibilidad de acogerse a cualquier tipo de fuentes de financiación interna o externa, pero sin tener soluciones esperadas, ni esperar los numerosos beneficios que representa contar con una eficiente cultura financiera, siendo necesario pactar una serie de soluciones financieras para el buen manejo de su organización y además porque ya no supondrá elevados costos financiero por no conocer debidamente las diferentes opciones de financiación.

Torreblanca (2020), en su artículo *“Cultura financiera: Fase 0”*, en Lima, manifiesta que uno de los mayores desafíos que afrontan los empresarios y comerciantes en el Perú de cara a lograr su crecimiento empresarial, es fortificar su ámbito de acción, siendo diversas las dificultades que enfrentan y que requieren de una adecuada aptitud empresarial y una eficaz cultura financiera,

es decir, se necesita que al interior de ellas se forje un esquema relevante para acceder a fuentes de financiación en las instituciones bancarias, habiéndose podido identificar que dentro de las enormes barreras que imposibilitan el ingreso al sistema financiero de estas organizaciones es el escaso y decidido apoyo por parte del gobierno y la manera de adecuarse debidamente a estos modelos de financiamiento, más aun considerando los interminables requerimientos y las limitaciones de acceso a este gran sector de comerciantes.

López (2022), en su artículo *“Educación financiera: Un reto pendiente en el Perú”*, en Lima, sostiene que la escases de cultura financiera en Latinoamérica llega al 60% y en el Perú la brecha es aún mucho mayor, lo que significa que más de la mitad de la población desconoce los beneficios que pueden ofrecer los variados instrumentos del sistema financiero, por lo que se necesita actuar de manera inmediata para revertir esta situación, señalándose asimismo que los comerciantes no disponen de la suficiente cultura financiera para hacer frente a sus compromisos a corto plazo, por lo que se concluye que únicamente se centran en sus cancelaciones de deudas y el saldo de sus compromisos, pero sin considerar el efecto en su rentabilidad, ni en la consecución de beneficios al mediano y largo plazo en base a esquemas de planificación financiera.

Luna (2021), en su artículo *“Las Micro y pequeñas empresas en el Perú resultados en el 2019”*, en Lima, señala que la investigación recoge información muy importante relacionada con el desarrollo empresarial de estos negocios y la forma de cómo incide en el crecimiento de estas microempresas de los diferentes sectores de venta de productos, y por información obtenida de los propios comerciantes, se ha conocido que en los últimos años el crecimiento ha sido casi nulo, más aun si se considera que el acceso a las fuentes de financiamiento que ofrece el sistema bancario no ha sido posible, siendo la causa del porque muchos de estos emprendedores han tenido poco desarrollo en sus actividades, no habiendo podido adquirir mercaderías, ni nuevos mobiliarios, como tampoco realizar inversiones para mejorar su infraestructura.

Prado (2019), en su artículo *“Produce: Comerciantes de mercados de abastos y bodegueros son capacitados para mejorar competitividad”*, en Lima, señala que después de las evaluaciones realizadas ha permitido conocer la problemática que se está presentando en los microempresarios del sector mercados de abastos y bodegueros, que ha implicado identificar las vivencias de estos emprendedores que han intentado lograr una mayor formalización pero que al no contar con los apoyos necesarios, es que se ha optado por darles la debida capacitación con la finalidad de hacerlos más competitivos, y que comprendieron talleres sobre buenas practicas, organización y administración interna, debiendo destacarse que estas charlas se dirigieron a más de 4,200 conductores de mercados de abastos de once regiones del país con la finalidad de mejorar su competitividad y la calidad de sus productos.

Afuso (2019), en su artículo *“Ministerio de la Producción financia proyectos de modernización de mercados de abastos”*, en Lima, señala que se ha determinado que en cada proyecto de ampliación o construcción de centros de abastos no se ha identificado la participación de los propios comerciantes en estas tareas, siendo que se ha estimado pertinente lograr su participación en las diversas obras a realizar como una forma de lograr su desarrollo empresarial, básicamente para conseguir su acceso inmediato a las fuentes de financiamiento y de esta manera tener un adecuado sistema de control de estas financiaciones y así llevar con mayor facilidad sus actividades operativas de control y supervisión, con el manejo óptimo de los recursos con la finalidad de evitar fallos e inconsistencias en la búsqueda constante de su desarrollo empresarial.

Patrón (2020), en su artículo *“Siete ideas de negocios rentables para los emprendedores”*, en Lima, mencionó que debido a la poca rentabilidad que vienen obteniendo muchas empresas en el Perú con motivo de la Pandemia del Covid 19, muchas entidades bancarias y financieras han decidido ejecutar planes de desarrollo para muchos de estos negocios existentes, así como para los que se encuentran listos para iniciar sus operaciones, mejorando la oferta de sus productos y a precios bastante asequibles, lo que en definitiva va a permitirles obtener recursos de manera inmediata, logrando de esta forma su desarrollo empresarial, considerando asimismo con la posibilidad de ofrecer también un

eficiente servicio de post venta que sus inventarios y servicios los podrán ofertar también por internet vía Online, generándoles mayor rentabilidad.

### **1.1.3 Regional**

Casas (2020), en su artículo *“Los empresarios del Mercado Modelo Urbano carecen de educación financiera”*, en Cusco, para el Diario El Regional, señala que la mayoría de empresarios del mercado modelo urbano no cuentan con una adecuada educación financiera, ya que constantemente vienen haciendo un manejo ineficiente de sus recursos y casi en su totalidad carecen de los controles suficientes para llevar a cabo sus finanzas, desconociendo en detalle, de cómo se articulan debidamente las fuentes de financiamiento, y esto se ha podido observar cuando se han analizado los diversos factores que vienen afectando financieramente a este sector de comerciantes, y que tiene un impacto negativo en sus finanzas y en sus operaciones habituales, en razón de que no tienen un adecuado entendimiento de cuánto deben producir y vender para obtener óptimos niveles de liquidez, de solidez y de rentabilidad.

Zúñiga (2019), en su artículo *“Realidad problemática de los comerciantes en la Avenida Ejército”*, en Cusco, para el Diario El Sol, menciona que la realidad problemática de estos comerciantes ha creado tantos inconvenientes financieros en razón de su propia informalidad, siendo que se ha notado su poco interés en obtener créditos bancarios, a pesar de no contar con la liquidez suficiente y poca disponibilidad de efectivo, y que ha traído por lo tanto numerosas consecuencias, como el ingreso de prestatarios informales de otros lugares, que les hacen préstamos con intereses completamente elevados y con graves consecuencias sociales, y que dificulta continuar las labores de muchas de estas organizaciones de comerciantes para hacer frente a sus limitaciones financieras, teniendo finalmente pocas opciones de financiamiento por la inadecuada previsión.

Casas (2020), en su artículo *“Mercado San Antonio: informalidad y poca cultura financiera”*, en Cusco, para el Diario del Cusco, sostiene que en el distrito de San Sebastián, específicamente en el mercado San Antonio de la Urbanización Túpac Amaru se puede apreciar que la informalidad y la escasa cultura financiera ha traído consecuencias negativas como el poco nivel de éxito

y desarrollo de los comerciantes, los cuales muchas veces se encuentran enfrascados en la problemática de no poder pagar sus compromisos contraídos con las entidades financieras, quienes los apoyaron con sus requerimientos de capital para poder emprender e implementar sus negocios, situación que se ha venido presentando por el poco o casi nulo conocimiento e interés de estos microempresarios en temas económicos y financieros, que en definitiva los está afectando sobre manera en el corto y mediano plazo.

Salardi (2019), en su artículo *“Cusco: Nuevo CDE del Produce permitirá elevar competitividad de unas 43 mil MYPES”*, en Cusco, señala que con la finalidad de mejorar y elevar el nivel de competitividad y productividad de los emprendedores, básicamente de los comerciantes de mercados para que tengan el soporte necesario y de esta manera lograr su desarrollo económico, así como hacer frente a sus compromisos a corto plazo, se requiere de una serie de estrategias completamente rentables, debiendo mencionarse que dentro de los muros que imposibilitan la gran entrada de estos microempresarios al sistema financiero, es el escaso apoyo financiero y de modelos de financiamiento que tengan relación directa con los requerimientos y con las posibilidades de este sector, superando ante todo las limitaciones de acceso a las diversas fuentes de financiamiento de unas 43 mil MYPES debidamente registradas.

Benavente (2020), en su *“Ordenanza regional N° 182-2020-CR/GR Cusco”*, precisa que, ante la declaración oficial de la Pandemia del COVID 19, la población cusqueña, especialmente los comerciantes formales de los mercados de abastos han sido testigos del descenso económico y de la afectación de sus ventas e ingresos, siendo la razón principal por las cuales se ha propuesto el Plan de Reactivación económica denominado *“Redención Cusqueña: Plan de contención, afianzamiento y reactivación económica de la Región”*, precisando ante todo que la gran mayoría de negocios y comerciantes se encuentran pasando por serios problemas de liquidez, por lo que resulta necesario que, para afrontar debidamente la falta de recursos, se contemple la posibilidad de acceder a financiaciones externas, en razón a que estas alternativas financieras se van a convertir en la mejor salida para afrontar los inconvenientes de caja.

Bayona (2018), en su estudio *“Reporte Regional de Comercio Cusco”*, para el Vice Ministerio de Comercio Exterior, señala que, a pesar de que la región concentra el 4.2% de la población del país, el 3.7% de la producción y el 3.2% de las exportaciones, Cusco tiene una economía bastante diversificada que hace que presente un nivel de pobreza comparativamente alto en relación con el resto de las regiones del Perú, esta situación atípica nos indica que a pesar de existir este tipo de desarrollo, la población y los comerciantes no perciben los numerosos beneficios que acarrea esta bonanza económica, siendo necesario pactar una serie de mecanismos de desarrollo, tomando como base diversos escenarios en el ámbito financiero, pero contemplando sobre todo la menor afectación de costos financieros, y que estén acorde con las posibilidades de la población y de los comerciantes con estas opciones de financiación.

## **1.2 Antecedentes de estudios**

### **1.2.1 Internacional**

Zúñiga (2019) en su investigación *“Propuesta para incentivar la Cultura Financiera del sector de vivanderas del centro comercial de la ciudad de Loja”* en Ecuador, tesis de grado en la Universidad Nacional de Loja. Se plantea como objetivo general la propuesta para incentivar la cultura financiera del sector de vivanderas del centro comercial de dicha zona geográfica. Se empleó una investigación del tipo descriptiva, cualitativa, con diseño No experimental, utilizando la técnica de las encuestas, contando con una población de 746 comerciantes. Los resultados dieron a conocer que es necesario analizar el grado de conocimiento y habilidades sobre el concepto generalizado de la cultura financiera, tomando como condicionante la serie de aspectos complejos y las dificultades que presenta el sector de vivanderas del centro comercial de Loja.

El autor concluyó que, el factor más apremiante y que ha afectado el flujo de caja, la liquidez y la rentabilidad de los comerciantes del sector de vivanderas del centro comercial de Loja, es el no contar con una eficiente cultura financiera, razón por la cual se han reportado pérdidas por efecto de condiciones externas e internas, tomando como base su complejidad y las dificultades que presenta.

Soliz (2019) en su *investigación “Análisis de la gestión financiera a corto plazo en empresas comerciales de computadoras, y equipos informáticos de Cuenca. Caso APC Cía. Ltda., 2016 – 2017”*, tesis de grado en la Universidad de Cuenca. Su objetivo general es realizar un análisis de la gestión financiera a corto plazo de las empresas que venden equipos informáticos. Se realizó una investigación cuantitativa, descriptiva, no experimental, aplicando encuestas a los profesionales responsables de estos negocios para recoger información del problema planteado. Los resultados indican que luego de aplicar las encuestas e identificar la situación económica y financiera de estas empresas, se ha podido establecer que la gestión financiera a corto plazo es completamente deficiente tal como se puede demostrar mediante los indicadores financieros.

El autor concluye que es importante identificar la situación económica y financiera de estas empresas, en base a comparaciones mediante análisis de sus Estados financieros, cálculos, así como con la aplicación de indicadores financieros, debiendo señalarse además que con relación a la reducción de estas incertidumbres, será muy beneficioso para determinados en los que se han detectado pérdidas bastante recurrentes con un enorme perjuicio económico.

Jaramillo y Rivera (2017) en su investigación *“La educación financiera en los comerciantes de las zonas geográficas en Antioquia: Comuna siete del sector de Robledo y Niquía”* en Colombia, tesis de grado en el Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. Su objetivo general es determinar en qué medida la educación financiera tiene impacto en los comerciantes de las zonas geográficas de Antioquia. Se realizó una investigación del tipo aplicada, descriptiva, con diseño No experimental, utilizando encuestas a empresarios y residentes de esta localidad, previa elaboración de cuestionarios para una muestra de 160 comerciantes, obteniendo como resultados concretos que los comerciantes de las zonas geográficas de Antioquia carecen de una adecuada educación financiera que no les permite programar y controlar sus procesos financieros por una mala organización e inadecuado uso de sus recursos.



Los autores concluyeron que la investigación sirve de gran apoyo y sustento para los comerciantes involucrados en cuanto a la ejecución de sus gastos, y en qué medida, con la aplicación de las mejoras en la educación financiera, se podrán disminuir los riesgos inherentes a sus actividades habituales, y para lo cual se deberán llevar a cabo controles estrictos de sus procesos financieros, y mejorando en definitiva sus organizaciones.

González (2020), en su investigación "*La gestión en los mercados tradicionales de México*", tesis de grado en la Universidad Autónoma de San Luis de Potosí. Plantea como objetivo central analizar y mejorar la gestión en los mercados tradicionales de este país. Se realizó una investigación explicativa, y diseño no experimental, aplicando la encuesta, la observación y el análisis documental, a una muestra compuesta por los mercados de la capital. Los resultados dieron a conocer que la mayoría de estos centros de abastos tienen un conjunto de deficiencias bastante marcadas por la falta de una adecuada gestión administrativa, económica y financiera, lo que las ha conllevado a un atraso en función a sus actividades habituales diarias.

La autora concluyó, que los mercados tradicionales de México no han tenido una buena planificación de sus operaciones, así como el tiempo excesivo ocupado en sus actividades habituales, las demoras entre una actividad y otra por la falta de planificación que vaya acorde con la magnitud de sus movimientos y de sus ventas, para ello, la investigación propone la mejora de su gestión.

Melo (2018), en su investigación "*Los comerciantes minoristas y su aporte al desarrollo económico del Cantón Paján.*", en Ecuador, tesis de grado en la Universidad del Sur de Manabí. Su objetivo general es establecer en qué medida los comerciantes minoristas contribuyen con el desarrollo económico del Cantón. Se empleó una investigación del tipo descriptiva cualitativa, utilizando el método inductivo y de análisis, aplicando encuestas a todos los comerciantes minoristas mediante un cuestionario. Los resultados dieron a conocer que, al analizar la realidad de los comerciantes, se encontró una mínima contribución con el desarrollo económico del Cantón Paján, lo cual viene sucediendo por el

desconocimiento de muchas estrategias en materia de gestión, por lo que se evidencia el riesgo asociado a su escaso desarrollo empresarial.

El autor concluyó que los factores más determinantes y que vienen afectando el desarrollo económico del Cantón Paján, es la poca disponibilidad de los comerciantes minoristas para contribuir con los requerimientos y las necesidades de la entidad edil, y sobre todo con las expectativas de la población, hechos que han estado ocurriendo por la carencia de estrategias de gestión.

Correa (2018), en su investigación "*Definición de estrategias de CRM en empresas PYMES de los mercados de abastos de Bogotá D.C.*", en Colombia, tesis de grado en la Universidad Estatal del Sur. Su objetivo general es diseñar y definir estrategias de CRM en empresas PYMES de los mercados de abastos. Se empleó una investigación del tipo descriptiva, con diseño No experimental, aplicando el análisis documental, las encuestas, y como muestra los registros históricos de los mercados. Los resultados dieron a conocer que después de realizar las revisiones a los movimientos de ventas de los últimos años, se encontró que la mayoría de comerciantes no realizan estudios de mercado ni tampoco aprovechan las ventajas que ofrecen las novedosas herramientas digitales para tener un mayor acercamiento con los consumidores.

El autor concluyó que, los problemas puntuales que se han encontrado en los resultados económicos de los mercados de abastos de Bogotá D.C., se han originado básicamente por una deficiente gestión en el manejo de sus operaciones diarias, por lo que la mayoría de comerciantes ha sufrido pérdidas en sus recursos económicos, es por ello, que el desarrollo de la investigación tiende a diseñar, proponer y mejorar estrategias de CRM en las empresas PYMES de los mercados de abastos de la capital colombiana.

Quimbayo, Oviedo y Cadena Gallegos (2020), en su investigación "*Formalización empresarial del establecimiento comercial StevHard en el municipio del Carmen de Apicalá - Tolima*", en Colombia, tesis de grado en la Universidad Piloto. Su objetivo general es determinar la incidencia de la formalización empresarial en dicho establecimiento comercial. Se realizó una

investigación del tipo descriptiva correlacional, propositiva, con diseño no experimental, aplicando la técnica de la entrevista dirigida a Gerente General. Los resultados indican que se busca proponer un plan de formalización empresarial para el negocio y para lo cual se utilizó la identificación y el análisis de los determinantes que inciden en la formalización son las que deben adoptar de manera simultánea este tipo de organizaciones empresariales.

Los autores concluyeron que se espera definitivamente que la empresa comercial StevHard se formalice de manera ordenada y organizada, y para lo cual deberá implementar manuales de procedimientos que contribuyan a desarrollar una adecuada estructura organizacional, por otra parte, se tienen que emplear estrategias para operar correctamente en un contexto de demasiada competencia, superando ante todo las deficiencias identificadas.

### **1.2.2 Nacional**

Marchena, Mendoza y Castro (2020) en su investigación *“Educación Financiera de los comerciantes del mercado de abastos de Pimentel - Chiclayo, 2020”* en Lima, tesis de grado en la Universidad Peruana Unión. Su objetivo general fue analizar la educación financiera en los comerciantes de este centro de abastos, así como mejorar los modelos de gestión financiera. La investigación tiene un enfoque del tipo descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, con una población y muestra de 104 y 82 comerciantes respectivamente, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta. Los resultados dieron a conocer que el 78% de este segmento tiene una escasa educación financiera, pero si tiene conocimiento de los planes de negocio, en tanto el 65% no sabe cómo utilizar sus habilidades financieras.

Los autores concluyeron que los problemas medulares que se han encontrado en los comerciantes del mercado de abastos de Pimentel - Chiclayo, están relacionados con la deficiente educación financiera, y por lo tanto, se han encontrado también grandes deficiencias en el manejo de los recursos, en tal sentido es importante que los comerciantes establezcan una guía de procedimientos para el control de los fondos utilizados en sus actividades.

Chuquisuta (2020), en su investigación "*Cultura Financiera de los comerciantes del mercado ferial Sachachorro, Iquitos 2020*" tesis de grado en la Universidad Privada de la Selva Peruana". Su objetivo general es determinar el nivel de cultura financiera de los comerciantes del mercado ferial. Se utilizó el enfoque cuantitativo, y la población fueron los 160 comerciantes del mercado mediante la aplicación de encuestas de 24 ítems a través de cuestionario con el Alfa de Cronbach. Los resultados dieron a conocer que después de utilizar los niveles alto, intermedio y bajo, se encontró que el 62% de comerciantes tiene un nivel intermedio de cultura financiera debido a los conocimientos necesarios en el uso cauteloso de los créditos para emprendedores, y los escasos conocimientos en el uso de pólizas de seguro.

El autor concluye que en la actualidad es fundamental contar con una adecuada cultura financiera, ya que mediante ella se toman las decisiones correctas y oportunas, y el estar bien informado implica también estar preparado para manejar los productos y servicios financieros, con el conocimiento adecuado de los negocios, y de esta manera optimizar la deficiente gestión en el manejo de los recursos sin llegar a obtener pérdidas.

Hoyos (2021) en su investigación "*Cultura Financiera para administrar el capital de trabajo de los comerciantes del mercado A - Z del distrito de la Victoria Chiclayo*" en Lima, tesis de grado en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tiene como objetivo general determinar el impacto de la cultura financiera en la administración del capital de trabajo de los comerciantes del mercado. Se empleó el tipo de investigación no aplicada, descriptiva, con enfoque mixto, con diseño No experimental transversal, en cuanto a las técnicas se aplicaron la observación y la encuesta dirigida 184 comerciantes, cuya población de estudio fue de 555 personas. Los resultados dieron a conocer que la mayoría de los entrevistados tienen dificultades económicas por carecer de adecuadas estrategias de ahorro y de control de sus ingresos y gastos.

El autor concluye que, debido a la falta de una eficaz cultura financiera por parte de los comerciantes del mercado A - Z del distrito de la Victoria, no se puede lograr una adecuada administración del capital de trabajo, básicamente de la estructura del control de sus inventarios, originando la falta de provisiones y, además de no tener prevista la demanda oportuna de recursos, es por ello, que el desarrollo de la investigación conllevó a proponer un sistema eficiente de gestión financiera para optimizar la administración del capital de trabajo.

Gallegos y Zapana (2018), en su investigación "*Plan de Merchandising diseñado para el mercado San Camilo en el 2015 - 2016*", en Arequipa, tesis de grado en la Universidad Nacional de San Agustín. Su objetivo general es diseñar estrategias de Merchandising para los comerciantes del citado centro de abastos en donde se ha identificado una baja recurrencia de clientes. Se empleó una investigación del tipo descriptiva y documental, de enfoque cualitativo, basada en la técnica de la observación y en las encuestas dirigidas a los comerciantes del mercado. De acuerdo a los resultados se observó una baja recurrencia de compradores que vienen ocasionando la baja recaudación y una notable baja de las ganancias, debiendo estudiarse en detalle el tipo de estrategias a aplicar, que contemple la mejora de la imagen para incrementar los niveles de ventas.

Las autoras concluyeron que se requiere diseñar un conjunto de estrategias de Merchandising para los comerciantes del mercado San Camilo en el periodo 2015 – 2016, debido a la baja recurrencia de los clientes, que a la vez permita efectuar una adecuada administración de sus actividades en vista de que no se tiene una buena organización del centro de abastos, mejorando a la vez la baja recurrencia de los compradores, así como las ganancias.

Villantoy (2018), en su investigación "*Gestión y desarrollo empresarial y su incidencia en la efectividad de las Microempresas en Lima Metropolitana*", tesis de grado en la Universidad Nacional Federico Villarreal. Su objetivo general es determinar en qué medida la gestión y desarrollo empresarial tendrán incidencia en la efectividad de las microempresas. Se realizó una investigación del tipo descriptiva correlacional, con diseño No experimental, aplicando la técnica de la encuesta dirigida a 322 MYPES. Los resultados indicaron que la

mayoría de las microempresas encuestadas tienen grandes deficiencias en sus sistema de gestión y desarrollo empresarial, mucho menos tienen implementados manuales de procedimientos para las diferentes áreas que sirva y que les sirva como guía para las funciones que deben realizar los trabajadores de manera adecuada y en base a las normas técnicas.

El autor concluye que las microempresas en su mayoría no vienen realizando una gestión y desarrollo empresarial ordenado, muchas veces por no contar con manuales de procedimientos que contribuyan a desarrollar una adecuada estructura organizacional, por otra parte, no cuentan con un esquema de gestión que contemple debidamente las normas técnicas que colaboren con la formalización y la composición adecuada de la oferta de sus productos.

Tantaleán (2020), en su investigación "*Factores que determinan el desarrollo de las Microempresas en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo*", en Lambayeque, tesis de posgrado en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Tiene como objetivo general establecer los factores que determinan el desarrollo empresarial de las MYPES textiles en esta ciudad. Se realizó una investigación del tipo mixta, explicativa secuencial, con diseño no experimental, aplicando las encuestas y el análisis documental, a una muestra compuesta por 50 MYPES. Los resultados dieron a conocer que las microempresas son las principales dinamizadoras de la economía regional, sin embargo presentan una serie de inconvenientes en sus organizaciones y en la ejecución de sus procesos internos y en una deficiente planificación de sus gestiones operativas.

El autor concluye que se ha llegado a establecer debidamente la analogía entre los factores que determinan el desarrollo empresarial de las MYPES textiles de la ciudad de Chiclayo, siendo la falta de planificación de sus actividades la que genera los mayores cuellos de botella en sus sistemas operativos, aunado a la falta de controles, y que viene repercutiendo de manera adversa e imprevisible en la reducción de sus costos y gastos de ventas.

### **1.2.3 Local**

Zúñiga (2019) en su investigación *“Nivel de Cultura Financiera de los comerciantes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, año 2018”* en Cusco, tesis de grado en la Universidad Andina. Tuvo como objetivo general determinar el nivel de Cultura Financiera de los comerciantes de dicho centro de abastos, así como medir su nivel de conocimiento financiero. Se empleó la investigación del tipo descriptiva, cualitativa, mediante la técnica de las encuestas, cuya población está constituida por los comerciantes del mercado. Los resultados dieron a conocer que, al analizar el nivel de cultura financiera de los comerciantes, también permitirá medir su nivel de conocimiento financiero, el comportamiento financiero y el nivel de actitud financiera, aportando información veraz con la finalidad de contribuir al desarrollo empresarial.

El autor concluyó que, el factor más determinante en los comerciantes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo está definido por un nivel de cultura financiera regular, y en cuanto a sus dimensiones poseen un conocimiento también regular, un comportamiento regular y una actitud positiva, lo que puede sintetizarse en escasos conocimientos económicos y financieros, por ello, es que se ha establecido la implementación de estrategias de gestión.

Condori y Huamán (2021) en su investigación *“Marketing digital y nivel de ventas de los comerciantes del mercado El Molino I de la ciudad de Cusco 2020”* en Cusco, tesis de grado en la Universidad Andina. Su objetivo general es determinar la relación entre el marketing digital y el nivel de ventas de los comerciantes de dicho centro de abastos. Se realizó una investigación del tipo aplicada, con nivel descriptivo, y diseño no experimental, aplicando la técnica de la observación y de las encuestas dirigidas a 90 comerciantes. Los resultados evidenciaron que existe relación estadística entre el marketing digital y el nivel de ventas de los comerciantes de dicho mercado, mediante la prueba del Chi cuadrado con  $p = 0.000 < 0.05$  y un nivel de asociación mediante la correlación de Spearman de 0.386 equivalente a una relación positiva media.

Los autores concluyeron que, es necesario evaluar el marketing digital a fin de determinar su incidencia en el nivel de ventas de los comerciantes del mercado El Molino I de la ciudad de Cusco en el año 2020, ya que en la actualidad no viene siendo totalmente eficaz en cuanto a la obtención de eficientes resultados, lo que ocasiona que en el transcurso de la ejecución de sus operaciones existan serios inconvenientes y que afectan su nivel de ventas.

Cárdenas y Soto (2017) en su investigación *“Efecto de los créditos financieros en el desarrollo empresarial de los comerciantes del centro comercial Confraternidad en el Cusco”*, tesis de grado en la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Planteó como objetivo general determinar y analizar el efecto de los créditos en el desarrollo empresarial de los comerciantes de dicho centro comercial. La investigación tuvo una metodología explicativa, con diseño no experimental, aplicando las técnicas de la observación, análisis documental, y de las encuestas aplicadas a una muestra de 103 comerciantes. Los resultados dieron a conocer que los comerciantes deberán acceder a créditos financieros con la finalidad de lograr su desarrollo empresarial, mediante la financiación y ejecución de sus inversiones en bienes del inmovilizado material, para adquirir capital de trabajo o para destinarlos a gastos corrientes.

Los autores concluyeron que los comerciantes del centro comercial Confraternidad en el Cusco no han tenido una buena planificación con sus créditos financieros, habiendo optado por otras alternativas para poder financiarse como préstamos personales, prestamos informales, o de otro tipo, lo cual les ha generado elevados costos financieros y retrasos en los pagos, por lo que la investigación propone la aplicación de métodos de financiamiento.

### **1.3 Teorías Relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Cultura Financiera**

##### **Cultura**

Imaginario (2018), señala que la cultura financiera se refiere al conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo social transmitido de generación



en generación a fin de orientar las prácticas individuales y colectivas, e incluye lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimientos generales, siendo su función el garantizar la supervivencia y facilitar la adaptación de las personas a su entorno.

### **Cultura Financiera**

Ramírez (2021), señala que la cultura financiera es el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que ayudarán a tomar decisiones acertadas y así lograr el bienestar económico de las personas. Lo real es que cuanto menos cultura financiera exista, las personas se mantendrán al margen del sistema y con ello los productos no se abaratarán totalmente.

La define también como el proceso de adquirir una visión para el mediano y largo plazo mediante la adopción de habilidades, y actividades para tomar decisiones financieras a través de la elección de un plan de acción, durante el cual se pueden implementar, fijar y desarrollar los objetivos previamente trazados, permitiendo aprender a administrar sus propios capitales, ayudando a manejar de la mejor manera la economía por medio de la administración eficiente a fin de no caer en deudas o en problemas de índole económico.

La Organización de Cooperación al Desarrollo OCDE (2020), define a la cultura financiera como la combinación de conciencia un conjunto de percepciones, conocimientos, habilidades, actitudes y acciones necesarias para tomar decisiones financieras y alcanzar la condición financiera, a la vez menciona que la cultura financiera es como alistar un buen viaje en donde se tiene un escenario financiero actual y uno futuro que logre las metas con la ayuda de decisiones financieras completamente meditadas y valoradas.

### **Funciones de la Cultura Financiera**

Puga (2021), sostiene que las funciones principales de la cultura financiera se encuentran relacionadas básicamente en que:

- Van a procurar que las personas y las empresas adopten una serie de conocimientos económicos y financieros con la finalidad de organizar actividades sumamente rentables, así como para la creación de valor.
- Estos procesos significan que se estudiarán en conjunto, tanto la toma de decisiones con las operaciones, a la vez que se compararán los resultados para someterlos a juicio de las personas entendidas en la materia.
- Se ejecutará en base a los siguientes criterios básicos: criterios de productividad y de rendimiento, criterios de responsabilidad social, y criterios de evaluación continua.
- Comprenderá el conjunto de actividades relacionadas con la buena toma de decisiones, y la forma en que estas tendrán incidencia con las inversiones, con el financiamiento, con la planificación y con el control.
- Asegurará la rentabilidad de las operaciones de la empresa, la adecuada disponibilidad de los recursos, así como logrará también que los resultados previstos sean totalmente óptimos.
- Permitirá utilizar métodos y tecnologías con la finalidad de proporcionar información relevante para la correcta toma de decisiones, en función a las inversiones y a los activos líquidos disponibles.
- En tal sentido y considerando que el conjunto de actividades personales y empresariales dependen en gran medida de la adopción de una eficaz cultura financiera, es evidente que tendrá notable incidencia en todos los ámbitos de la actividad económica y financiera.

### **Objetivos de la Cultura Financiera**

Fernández (2017), señala que los objetivos de la cultura financiera son:

- Establecer los lineamientos básicos con la finalidad de evitar inadecuadas gestiones en materia financiera que podrían causar pérdidas innecesarias e imprevisibles en las empresas.
- Implementar procedimientos y planes de acción a través de un conjunto de tareas para lograr los objetivos financieros.
- Establecer una adecuada disciplina presupuestaria que permita gestionar y optimizar debidamente los recursos, al conocer la cantidad de fondos requeridos.
- Aumentar las ventas a corto, mediano y largo plazo, mediante diferentes metas que se deben cumplir para lograr el objetivo final, realizando estudios de mercado y de los competidores en forma permanente.
- Mejorar las políticas generales en materia financiera, que indiquen el marco en el que la empresa deberá enmarcarse para la toma de decisiones.
- Enfrentar los cambios que se dan en el entorno interno y externo con el fin de lograr los objetivos financieros previstos, mediante estrategias, políticas y tareas que permitan finalmente alcanzar las metas, y determinar el tiempo requerido en su ejecución, así como los costos a asumir
- Debe señalarse que los objetivos de la cultura financiera son la base para la formulación de los diversos planes financieros, y su relación con las metas de la empresa, incluida información financiera.

### **Ventajas de la Cultura Financiera**

Puga (2021), menciona que las ventajas de la cultura financiera se encuentran estrechamente relacionadas en que las personas y las empresas van a contar con un conjunto de habilidades, conocimientos y prácticas cotidianas para administrar adecuadamente los ingresos y egresos obtenidos, así como saber aprovechar los instrumentos financieros para la eficaz toma de decisiones.

Esto implica que las personas y las empresas mejoren sus niveles de negociación financiera con las entidades bancarias, optimicen sus niveles de ahorro, tomen mejores decisiones de inversión, sepan identificar las alternativas más convenientes para racionalizar debidamente sus recursos, manejar adecuadamente sus niveles de endeudamiento y finalmente elaborar como corresponden los flujos de presupuestales y de caja mensuales y anuales.

### **Gestión de la Cultura Financiera**

Puga (2021), señala que la gestión de la cultura financiera se encuentra relacionada básicamente:

- Con el desarrollo empresarial y con la toma de decisiones, permitiendo administrar de manera óptima los capitales propios, o aquellos fondos obtenidos mediante financiamiento bancario.
- Con el ordenamiento de las finanzas, con los aspectos financieros, con la obtención de los recursos y con el requerimiento de financiamiento a las entidades bancarias.
- Permite tener una visión clara del origen y del destino de dichos recursos, sobre todo, dando los conocimientos necesarios que procuren comprender la importancia de las responsabilidades en materia financiera.
- La gestión de la cultura financiera va a permitir organizar mejor los recursos con mayores rendimientos, así como otorgar una mejor calidad de vida en el futuro, y saldar obligaciones y deudas.
- Gestionar correctamente las finanzas, sortear debidamente los obstáculos financieros, hacer uso inteligente de los fondos obtenidos, y seleccionar adecuadamente las fuentes de financiamiento.
- Mejorar los historiales crediticos, así como las relaciones con los acreedores y proveedores, además de operar debidamente con sus propios recursos.

- Tomar conciencia de la forma en como deberán llevar a cabo los aspectos financieros y cumplir debidamente con las obligaciones contractuales con terceros por concepto de deudas y obligaciones.
- Contar con información oportuna y con una eficaz concientización que permita a las personas y a las empresas tener un adecuado progreso empresarial, y contar con los fondos presupuestarios necesarios.
- Determinar el tipo de herramientas financieras que se requerirán con la finalidad de optimizar la gestión financiera, y por consiguiente el desarrollo empresarial, que comprenderá, además, la puesta en marcha de un conjunto de lineamientos para mejorar los resultados en el corto plazo.
- Implementar procedimientos de gestión que involucren el diagnóstico situacional y financiero de cada uno de los involucrados, detallando sus operaciones y evaluando de manera específica sus procesos financieros.
- Identificar el tipo de inconvenientes que pudieran presentar en cada fase etapa de la gestión financiera, conjuntamente con la eficaz administración de los recursos económicos, y financieros.
- Proponer las acciones correctivas cuando se logren identificar procesos e inconvenientes financieros y operativos que tienen una mayor recurrencia y que no permiten lograr el desarrollo empresarial.

### **Organización de la Cultura Financiera**

Ramírez (2021), señala que la organización de la cultura financiera deberá seguir las siguientes recomendaciones:

- Organizar las finanzas mediante el presupuesto.
- Controlar los desembolsos pequeños.
- No dilapidar los recursos en gastos innecesarios.
- Ahorrar dinero con un propósito específico.
- Utilizar el crédito como última opción de endeudamiento.

- Implementar un fondo de emergencia.
- Destinar recursos mensuales para realizar inversiones.
- Comparar todas las opciones posibles antes de elegir alguna fuente de financiamiento y la entidad bancaria.

Para tal efecto es importante responder a las siguientes interrogantes como base para una eficaz cultura financiera:

- ¿Se cuenta con un presupuesto definido en base a las metas y objetivos que se espera alcanzar?
- ¿Se cuenta con los conocimientos y aptitudes necesarias para administrar con responsabilidad las deudas y obligaciones?
- ¿Se cuenta con los conocimientos necesarios acerca de los beneficios que brindan los programas de ahorro en el sistema financiero?
- ¿Se cuenta con los conocimientos necesarios acerca de los beneficios que brindan las pólizas de seguros que ofrece el sistema financiero cuando se accede a algún tipo de financiamiento o de aseguramiento?

Debe señalarse asimismo que una eficaz organización de la cultura financiera involucrará cinco fases fundamentales, las que permitirán llevar a cabo un buen plan financiero, así como asegurar el éxito y alcanzar los objetivos trazados durante todo el proceso financiero:

- Identificación del objetivo financiero.
- Establecer los intereses financieros de la empresa.
- Estudio de la situación económica de la empresa.
- Eficaz y eficiente evaluación financiera.
- Controles y monitoreo respectivos.

Valle (2020), señala que una adecuada organización de la cultura financiera ayudará la permanencia de las diferentes áreas de la empresa, lo que requerirá plantear las siguientes actividades:

- Análisis de la actual situación financiera de la empresa.
- Programar las metas e intereses de la empresa.
- Identificar las herramientas de gestión a utilizar.
- Evaluar las amenazas y oportunidades que se pudieran presentar.
- Evaluación y controles respectivos.

### **1.3.2 Desarrollo Empresarial**

El crecimiento empresarial se refiere al progreso que experimenta una empresa a medida que crece con el tiempo.

Lograr una imagen corporativa o de marca, potenciar un cierto nivel de competencia, tener un buen clima laboral o cambiar a una empresa socialmente comprometida son muestras claras de desarrollo empresarial (Campos, 2017).

Según Jandossova (2021) define al desarrollo empresarial como aquella actividad que tiene por objetivo hacer que un determinado negocio mejore a futuro.

Esto involucra emplear uso de clientes, aplicar estrategias competitivas, usar el mercado y forjar la reputación del negocio.

Mendoza et al. (2021) señalan que el desarrollo empresarial se relaciona con el crecimiento sobre la base de una unidad económica, crecimiento generando otras unidades, mejorar la economía, eficiencia, productividad y competitividad, así como la generación de adecuados niveles de liquidez, gestión y rentabilidad.

El desarrollo empresarial resulta ser fundamental para el crecimiento económico y social de un determinado país. Para permanecer y crecer en dicho entorno se deberán plantear estrategias dinámicas que coadyuven a llegar a las metas establecidas en el manejo del negocio (p.322).

El desarrollo empresarial agrupa distintos componentes con los cuales, el líder está en la posibilidad de llevar a la empresa al éxito. Dichos componentes se constituyen un aspecto integrador a través del cual se puede llegar a tener un impacto favorable en las empresas por medio del reconocimiento de las capacidades del recurso humano (Mendoza et al., 2021, p.323).

Pacheco (2021) sostiene que el desarrollo empresarial es aquel proceso mediante el cual el líder de una empresa y su equipo obtienen nuevas fortalezas y habilidades que ya poseen para que la organización sea mucho más efectiva y productiva.

Este desarrollo puede darse en diversos entornos, y abarca tanto a empresas, organizaciones benéficas, centros de educación y entre otros escenarios, la misma que permite la capacitación humana continua con la finalidad de fomentar la productividad a través de una cultura empresarial bien establecida, en razón de que esta será el puente de enlace de todos los elementos de la empresa.

### **Elementos del desarrollo empresarial**

Mendoza et al. (2021) manifiestan que los elementos como crecimiento económico, la cultura empresarial, la gestión del conocimiento y la innovación se consideran aquellos que han orientado al desarrollo empresarial:

**Crecimiento económico-** El crecimiento de un negocio se define con relación a la habilidad o capacidad de producir, lo cual está sobreentendido el reconocimiento del gobierno y la forma en cómo han sido empleados los amplios recursos en los procesos productivos.

En ese sentido, el crecimiento económico es el propósito de toda empresa lucrativa, y se puede alcanzar mediante la sinergia de distintos aspectos que involucran al desarrollo de las empresas.

**Cultura empresarial-** Es un elemento esencial para que toda empresa presente sus pensamientos al público externo, y están compuestos por los



valores, supuestos, expectativas y conceptos que identifican a la organización y a su talento humano.

La definición clara de la cultura en la empresa, así como la consolidación del sistema social reconocido, facilitan a todos los trabajadores un sentido de identidad y lineamientos de acción positivos.

**Gestión del conocimiento-** Se genera cuando se transmite conocimiento y experiencias de una persona o grupo hacia otros que conforman una organización. Por lo tanto, la gestión del conocimiento es un procedimiento que facilita la transferencia de prácticas individuales y grupales.

Estas prácticas o experiencias integran el conocimiento del talento humano que labora en una determinada empresa. Su propósito consiste en lograr que dicho conocimiento se transforme en un valor añadido para la organización y le permita generar una ventaja razonable sobre otras.

**Innovación-** Aquel proceso de realizar algo innovador o bien, es tradicional mediante un protocolo o una nueva estrategia.

Por lo tanto, la innovación empresarial promueve el desarrollo de un nuevo producto o la mejora de los sistemas ya establecidos, procesos, diseños y marketing, a fin de solucionar ciertos inconvenientes que pudiera presentarse durante el crecimiento de la empresa.

### **Competitividad empresarial**

Según Ibarra et al. (2017) señalan que se deriva de la ventaja competitiva que posee una organización mediante la aplicación de métodos productivos y de organización (mostrados en precio y calidad del bien final) relacionados a dos de sus aspectos de rivalidad en el mercado.

Por otro lado, es la factibilidad de que un negocio logre y mantenga sus índices de competitividad enfocada en las competencias que distinguen de las demás y que se llevan a cabo de manera interna y en los condicionamientos

externos que le proporcionan tanto el mercado o sector al que opera, así como la región en que se localice (p.112).

Díaz et al. (2020) mencionan que la competitividad es la capacidad de mantener y amplificar la participación de las empresas en mercados regionales e internacionales, de forma lucrativa que coadyuve su crecimiento.

Se considera como un elemento clave del crecimiento económico de un país en un escenario global continuamente abierto y evolutivo.

La competitividad de las empresas es entendida de diversas formas, pero básicamente, alude al conjunto de mecanismos que, relacionados entre sí, procuran liderar el aumento de la productividad a través del manejo de recursos, administrándolos de la mejor manera, así como permite prestar atención a la solución rápida de los requerimientos del mercado.

La competitividad se origina como resultado de la rivalidad entre negocios del entorno y se alcanza a través de un proceso de gestión óptimo entre la industria y participantes de interés tales como; cliente, proveedor, directivos, acreedores, competidores del mercado con la finalidad de manifestarse ante los demás como una organización segura de satisfacer las necesidades de sus usuarios mejor que su competencia (Díaz et al., 2020, p.147).

### **Factores que afectan la competitividad**

Los factores que determinan y puede afectar la medición de la competitividad varían a raíz de las variables que se tomen como referencia.

El entorno empresarial se conforma un factor importante y extenso que abarca una serie de fuerzas sociales y económicas, las mismas que se analizan debido a que de alguna u otra forma afectan a los negocios y por tanto.

No puede ser valorada de la misma manera a todas las industrias ya que, el mercado y las características de sus productos o servicios requieren un conjunto de parámetros que midan aquellos factores que intervienen en la

estrategia y por tanto, establecen el comportamiento entre unas y otras (Díaz et al., 2020, p.154).

Hay factores que podrían significar una inseguridad en la competitividad de las compañías y ello necesita que los planes de acción y procedimientos de gestión, se encuentren alineados a reducir riesgos y amenazas que pudieran afectar de manera drástica la disponibilidad de provisiones, escasez o retrasos y demás hechos los cuales asumen un costo en poco tiempo en las ventas y perjuicio en la satisfacción del cliente a largo plazo.

Son diversos los elementos que pueden originar en el deterioro de la competitividad de las empresas, algunos son externos al control de la organización, pero otros si pueden ser gestionados internamente por la misma.

Los más habituales son errores de manufactura que son identificados al finalizar el proceso productivo ocasionando, un re procesamiento con los costos respectivos de materias primas, recurso humano y tiempo de producción que esto involucra.

Este acontecimiento ocurre por motivo de faltas de los trabajadores operativos y mayormente es por la escasa comunicación, poco o ningún orden en el desarrollo de la producción y escasos controles que abarcan parámetros de calidad en los recursos materiales.

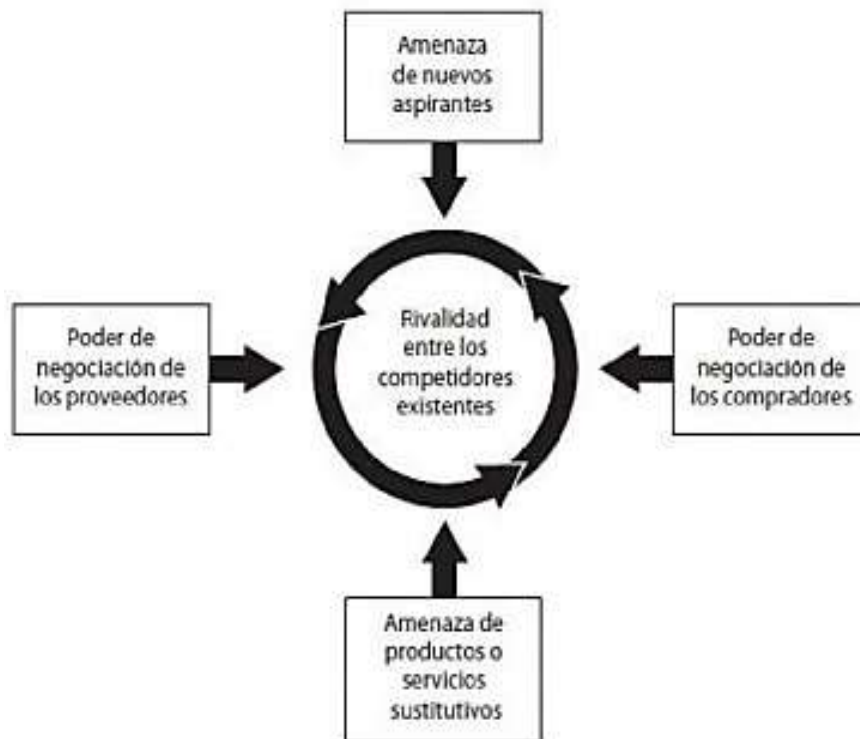
Es necesario entonces considerar estas situaciones y llevar un manejo óptimo de la gestión de los procesos en bien de la mejora de los índices de competitividad y de esta forma, procurar garantizar la supervivencia y estabilidad en el mercado de estos comerciantes.

Estriba en buena dimensión de que las necesidades del cliente se puedan satisfacer de manera oportuna iniciando por un análisis de oportunidades que se presentan en el mercado con la finalidad de generar productos nuevos, brindar mejoras a los ya disponibles o, detectar nuevas necesidades que faltan por satisfacer en todos los ámbitos.

Por tanto, analizar el escenario competitivo si podría afectar la competitividad de las empresas por lo que es importante llevar a cabo un estudio global previo a la definición de estrategias y planes de acción a ejecutar.

Se incluye en este estudio las cinco fuerzas competitivas que resultan necesarias para poder comprender en qué medida puede contribuir o deteriorar la competitividad de la empresa y de qué manera interactúan entre sí, para ello se muestra la siguiente imagen:

Figura 1. Cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector



*Fuente: Díaz et al. (2020) citando a Porter (2017).*

La propuesta de esta teoría por el académico Michael Porter, es de gran valor en el entorno empresarial y abarca un componente que no puede pasar por alto ni darle la mínima importancia a la hora de establecer las reglas y oportunidades de penetración en el mercado que posee la industria.

El ímpetu de la competencia a nivel mundial de las empresas no es imprevisión ni un tema al azar, dado que la naturaleza del sector muestra un esquema económico basado en el comportamiento de los competidores y, mediante ello, es que se puede establecer las fortalezas del negocio.

Después de identificar sus debilidades, coadyuvan al diseño de la estrategia con la que puede ganar el desafío por acaparar el mercado de la mejor forma (Díaz et al., 2020, p.155).

### **Formalización empresarial**

La Organización internacional del trabajo (2017) precisa que es el proceso a través del cual las empresas llevan a cabo para ceñirse a las actividades de manera formal.

Es un proceso gradual en el que el empresario podrá disponer de los permisos necesarios de funcionamiento para poner en marcha sus operaciones partiendo de la ubicación a la cual pertenece sin haberse registrado en la oficina tributaria y de seguridad social.

Asimismo, Umaña (2018) señala que la formalidad empresarial es un proceso multifacético en el cual las empresas cumplen con todas las normativas que se le aplican de forma obligatoria.

La formalización empresarial permite la inserción de más colaboradores al sistema de seguridad social, un gran cumplimiento de las normas y pautas de cada sector que pretenden asegurar la salud de los usuarios y generar mayores ingresos fiscales para la inversión estatal.

De la misma forma, cuando un negocio decide ser informal, su decisión le generará costos para la sociedad muy aparte de los asumidos por la empresa, por ejemplo, competencia desleal con negocios formales.

### **Dimensiones de la formalización empresarial**

De acuerdo a la Organización internacional del trabajo (2017) la formalidad abarca una serie de dimensiones tales como:

- Inscripción y otorgamiento de licencias por medio de las autoridades nacionales, provinciales y municipales.
- Ingreso al sistema de seguridad social para el titular del negocio y sus trabajadores.
- Cumplimiento del ordenamiento jurídico actual, entre otros aspectos en términos de impuestos, cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral.

En palabras de Umaña (2018) señala que la formalización empresarial ejerce un conjunto de dimensiones las mismas que se mencionan a continuación:

- Entrada: comprende la formalidad orientada a la existencia de la empresa, la cual incluye los requisitos de Registro empresariales.
- Insumos o factores de producción: es aquella formalidad orientada a los insumos o factores productivos empleados por la empresa.
- Incluye requisitos para la utilización de mano de obra (se refiere a la contratación formal y seguridad del personal) y el manejo de la tierra (puesto en marcha del negocio).
- Producción y comercialización: aquella formalidad vinculada a los procesos productivos y comercio de productos y servicios, incorporando las normativas sanitarias, reglamentos, normas propias del sector que opera la empresa.
- Tributaria: refiere al registro, declaración y pago de tributos frente a las entidades como la Hacienda Distrital o Municipal.

### **Medidas de la formalización**

La Organización internacional del trabajo (2017) hace referencia que las medidas para la formalización de los negocios presentan por fines:

- Minimizar las barreras que les impiden ingresar al mercado, simplificar los trámites de registro, permisos y cumplir con la ley.
- Fomentar la formalización ingresando al mercado, ampliando la cobertura de la seguridad social y reduciendo impuestos u otras obligaciones financieras.
- Incrementar la productividad a través de la modernización empresarial, la formación técnica y el acceso a servicios de financiamiento y desarrollo empresarial.
- Promoviendo activamente estas medidas, ayudando a las organizaciones de empleadores a desarrollar servicios relacionados y participar en asociaciones empresariales informales y oficinas de representación, promoviendo así el diálogo.
- Fortificar la ejecución y el cumplimiento de la legalidad a través de lineamientos preventivos y correctivos.

### **Componentes para promover la formalización**

La iniciativa para promover la formalización empresarial integra reformas legales, regulatorias y de políticas con planes de apoyo e incentivos.

Algunos de los componentes que adoptarán el proceso de formalización son: (OIT, 2017).

- Sensibilización y desarrollo de la capacidad.
- Familiarizar a los miembros tripartitos y otras partes interesadas con los conceptos y buenas prácticas de la formalización empresarial.
- Esbozar propuestas relacionadas con la formalización empresarial y compartir los principios lógicos y los principios rectores de las estrategias de participación y formalización empresarial.

- Acelerar el registro de empresas, otorgamiento de licencias y el cumplimiento.
- Este componente proporciona información y soporte para el registro y la concesión de licencias de empresas centrales y locales (por ejemplo, revisar las reglas y regulaciones, crear un sistema de registro único).
- Establece un formato jurídico simplificado y requisitos de concesión de licencias para las PYME, mejora la coordinación administrativa.
- Incentivar la Formalización: se refiere a la simplificación del registro y el funcionamiento de las empresas.
- Ofrece incentivos financieros a las PYME, como exenciones fiscales (temporales) o contribuciones tributarias y de seguridad social simplificadas vinculadas al tamaño de la empresa.
- Incrementa la cobertura de la seguridad social.
- Mejorar la productividad de las empresas.
- Proporciona información sobre mercados, formación en competencias técnicas y en gestión empresarial.
- A fin de ofrecer servicios de desarrollo empresarial para las PYME en determinadas áreas.
- Facilitar el Dialogo: mediante iniciativas que fortalezcan las asociaciones y faciliten el diálogo, consolidando las iniciativas de diálogo público-privado.
- Apoyar a las organizaciones de empleadores a brindar servicios para promover la formalización de la economía informal y apoyar la participación de asociaciones empresariales informales.



- Fortalecer la ejecución y el cumplimiento: a través de medidas preventivas y correctivas.
- Desarrolla estrategias de cumplimiento formalizado para resolver las principales causas de incumplimiento de las obligaciones registrales.

#### **1.4 Formulación del Problema**

¿Cuál es el efecto de la cultura financiera en el desarrollo empresarial en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco?

#### **1.5 Justificación e importancia de estudio**

##### **Justificación teórica**

La investigación se sustenta en las diferentes teorías relacionadas a las variables de estudio, las cuales contribuyen a una mejor comprensión de la problemática planteada sobre la escasa cultura financiera que presentan los comerciantes del mercado San Pedro, y su efecto en el desarrollo empresarial.

##### **Justificación práctica**

Se justifica el estudio ya que ha permitido proponer una adecuada cultura financiera que procure que los comerciantes tengan una visión positiva del origen y destino de sus recursos, haciendo el uso adecuado de los fondos obtenidos, y para lo cual se brindarán los conocimientos necesarios sobre las variables de estudio, para una mejor comprensión sobre la importancia de sus responsabilidades financieras.

##### **Justificación metodológica**

Para el desarrollo del trabajo de investigación, se empleó el instrumento tradicional para el recojo de información como encuestas, estableciéndose un diseño metodológico No experimental, de corte transversal, bajo un nivel descriptivo y enfoque cuantitativo, el cual ha permitido el aporte de información para identificar los resultados que reflejen la situación problemática encontrada.

## **Importancia del estudio**

La investigación es de gran importancia porque sirve de apoyo para poder identificar la resolución a la problemática que tienen los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco, sobre la deficiente cultura financiera.

Esta situación ha generado el aumento de la informalidad por el escaso conocimiento sobre aspectos financieros, por lo que el financiamiento a las entidades bancarias se torna empírica en base a sus propias experiencias.

Por lo cual, con una adecuada educación financiera que fortalecerá la cultura financiera de los comerciantes se lograrán obtener las herramientas necesarias para poder fortalecer su crecimiento empresarial.

## **1.6 Hipótesis**

### **Hipótesis Hi**

La cultura financiera tiene efecto positivo en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

### **Hipótesis Ho**

La cultura financiera no tiene efecto positivo en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

## **1.7 Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar el efecto de la Cultura Financiera en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

- Evaluar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.
- Analizar en qué medida la cultura financiera va a contribuir con el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

## II MATERIAL Y MÉTODO

### 2.1 Tipo y Diseño de investigación

En la investigación existe una vinculación entre las variables de estudio, es decir, de qué manera la Cultura Financiera tiene efecto en el Desarrollo Empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

#### ***Enfoque de investigación***

La dirección de la investigación concierne al enfoque cuantitativo ya que se ha llegado a determinar el nivel de cultura financiera de los comerciantes en el mercado de San Pedro, a través del uso de datos numéricos proporcionados de la aplicación de la técnica tradicional de encuesta y análisis documental.

Según (Monje, 2017) los estudios cuantitativos como bien su nombre lo indica, permite cuantificar y medir una serie de datos diseñando directrices para formular nuevas hipótesis y construir conceptos mediante el conocimiento cuantitativo.

#### ***Diseño de investigación***

El diseño de estudio es No experimental y correlacional, ya que los fenómenos se estudian en circunstancias naturales sin alterar las variables de estudio, es decir, son observados y analizados tal como acontecen en la realidad dentro de un tiempo específico.

En ese sentido, Fernández y Baptista (2020) definen al diseño no experimental a aquellas investigaciones en las que no se hacen variar o manipular de manera intencional las variables independientes para conocer su efecto en base a otras variables.

#### ***Alcance de la investigación***

La investigación es descriptiva porque no solamente se explican conceptos y fenómenos y establece relaciones entre ellos, sino que también

describe las causas del problema planteado con relación a la cultura financiera y su efecto en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

Se define a la investigación descriptiva como aquella que analiza define o clasifica los rasgos de una determinada población o fenómeno, utilizando métodos e indicadores que sirvan de utilidad para tener en claro lo que se muestra en los resultados para poder interpretarlos sin entrar a posibles relaciones (Rus, 2021).

## **2.2 Operacionalización de Variables**

***Variable Independiente: Cultura Financiera.***

Ramírez (2021), señala que la cultura financiera es el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que ayudarán a tomar decisiones acertadas y así lograr el bienestar económico de las personas. Lo real es que cuanto menos cultura financiera exista, las personas se mantendrán al margen del sistema y con ello los productos no se abaratarán totalmente.

La define también como el proceso de adquirir una visión para el mediano y largo plazo mediante la adopción de habilidades, y actividades para tomar decisiones financieras a través de la elección de un plan de acción, durante el cual se pueden implementar, fijar y desarrollar los objetivos previamente trazados, permitiendo aprender a administrar sus propios capitales, ayudando a manejar de la mejor manera la economía por medio de la administración eficiente a fin de no caer en deudas o en problemas de índole económico.

***Variable Dependiente: Desarrollo Empresarial.***

Pacheco (2021) sostiene que el desarrollo empresarial es aquel proceso mediante el cual el líder de una empresa y su equipo obtienen nuevas fortalezas y habilidades que ya poseen para que la organización sea mucho más efectiva y productiva. Este desarrollo puede darse en diversos entornos, y abarca tanto a empresas, organizaciones benéficas, centros de educación y entre otros escenarios, la misma que permite la capacitación humana continua con la

finalidad de fomentar la productividad a través de una cultura empresarial bien establecida, en razón de que esta será el puente de enlace de todos los elementos de la empresa.

## 2.3 Población, muestra y muestreo

### ***Población***

“La población es conocida como el universo integrado por unidades de análisis que requieren de gran inversión de recursos, y generalmente, son limitados en el área de investigación” (Hernández y Carpio, 2019).

Considerando la perspectiva del autor, se ha tomado como población de estudio a un universo conformado por 1,200 comerciantes matriculados del Mercado Central de San Pedro, Cusco – 2017. Gerencia de Comercio (2017).

### ***Muestra***

Según define Hernández y Carpio (2019) “la muestra de estudio es el subconjunto de la población o su parte representativa, compuesta a la vez por unidades muestrales que son componentes objetos de investigación, y es apoyado por el muestreo como instrumento de la investigación científica”.

En este caso, la muestra ha sido seleccionada mediante la siguiente fórmula del muestreo probabilístico y aleatorio:

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

Dónde:

n = Tamaño de muestra a calcular

N = Universo o población total (1200)

d = Margen de error (0.105 %)

p = Probabilidad de nivel de éxito (0.5% = 50)

q = Probabilidad de nivel de fracaso (0.5% =50)

Z = Nivel de confianza (95.00 %, 1.96)

Reemplazando los datos en la fórmula:

$$\frac{n = 1200 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.105)^2 \times (1200 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$\frac{n = 1152.48}{14.1793}$$

$n = 40$
----------

## 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos utilizados para recopilar y procesar datos para lograr los objetivos de este estudio son las siguientes:

### ***Técnicas:***

**Encuesta.** Esta técnica se aplicó a los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco para poder recolectar la información de cada una de las variables a investigar.

Según Salvador et al. (2021) definen a la encuesta como una técnica sistemática de generar datos a través de respuestas inmediatas a preguntas formuladas a un determinado grupo de personas con la finalidad de descifrar y conocer las características de la población en la cual pertenecen.

**Análisis documental.** Esta técnica se utilizó en los comerciantes del mercado San Pedro de Cusco y se realizó un análisis de la información solicitada a las diferentes entidades como SUNAT INFOCORP y algunas entidades bancarias para ver el estado en que se encuentran algunos comerciantes como muestra para poder tener un análisis más certero de la realidad exacta y si esto refleja la veracidad recabada mediante las encuestas.

Fernández y Baptista (2020) definen a esta técnica como el conjunto de documentos, materiales o artefactos diversos que ayudan a comprender el fenómeno central de la investigación y sirven al investigador para identificar antecedentes de un escenario, así como situaciones o vivencias producidas.

***Instrumentos:***

Los instrumentos utilizados y que se aplicaron son:

**Cuestionario.** Para la presente investigación se utilizó un cuestionario tanto para la variable dependiente como para la variable independiente cada uno a su vez constó de un total de 15 preguntas.

Para el conjunto de respuestas se ha utilizado la escala tipo Likert con 5 opciones.

Se define al cuestionario como aquel documento que reúne organizadamente los indicadores de las variables involucradas en el objetivo de la encuesta, mediante preguntas que son dirigidas a los participantes objeto de estudio (Casas et al., 2017).

**Guía de análisis Documental.** Se utilizó este instrumento a fin de evaluar la información sobre el estado en que se encuentran algunos comerciantes como muestra para poder tener un análisis más certero de la realidad exacta y si esto refleja la veracidad recabada mediante las encuestas.

**Tabla 1** Técnicas e instrumentos de recolección de datos

<b>Técnica</b>	<b>Instrumentos</b>
Encuesta	Cuestionario
Análisis Documental	Guía de análisis documental

*Fuente: Elaboración propia.*

***Validez***



Para verificar la efectividad de las herramientas de investigación, dos expertos, preferiblemente de la especialidad de contabilidad con grado de maestría, participaron en la verificación de los instrumentos y firmaron el formato del documento emitido por la Universidad Señor de Sipán con su respectiva firma.

### ***Confiabilidad.***

La confiabilidad y consistencia interna del elemento del instrumento se infiere del coeficiente alfa de Cron Bach, una medida de la confiabilidad de la escala, y es suficientemente confiable para permitir la aplicación del instrumento.

Si el factor de tolerancia es 1, un valor entre 0 y 1.

Este es un dispositivo que realiza mediciones estables porque demuestra que el dispositivo es muy consistente.

Si el valor es menor a 0.5, el ítem evaluado mostrará un cambio irregular en el ítem y puede llevar a conclusiones incorrectas.

## **2.5 Procedimientos análisis de datos**

Para el desarrollo de la presente investigación, se obtuvieron los datos y se analizaron mediante tablas y figuras con la información obtenida de la aplicación de los instrumentos lo cual se refleja en los resultados los cuales fueron interpretados por el autor de la investigación.

## **2.6 Aspectos éticos**

La investigación fue realizada bajo los más estrictos criterios éticos del autor y las personas que apoyaron con brindar información certera y verás.

***Transparencia en los objetivos de investigación:*** Se plantearon los objetivos precisos y transparentes para la realización de esta investigación.

### ***Transparencia de los datos obtenidos***

Se elaboró y tuvo su aplicación el cuestionario de acuerdo al plan obtenido de la población, de acuerdo que se pudo recopilar de manera fehaciente el testimonio de cada uno de los comerciantes del Mercado San Pedro de Cusco.

### ***Confidencialidad***

Los datos recopilados son de uso exclusivo de la actual investigación siguiendo los criterios éticos y morales de los mismo, en cuidado de la identidad y buen aporte de los participantes de la misma.

## **2.7 Criterio de rigor científico**

### ***Credibilidad***

Los resultados obtenidos son de alta calidad de acuerdo a la aplicación de los instrumentos debidamente acreditados pro profesionales en la materia.

### ***Consistencia.***

El resultado presenta consistencia y coherencia luego de ser analizados e interpretados.

### **Beneficencia**

Se buscaron intereses comunes de los participantes en la investigación, a fin de obtener el mayor beneficio para ambos y reducir a su vez, riesgos colaterales.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Resultado en tablas y Figuras.

##### 3.1.1 Identificar el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

##### Resultado de la Encuesta.

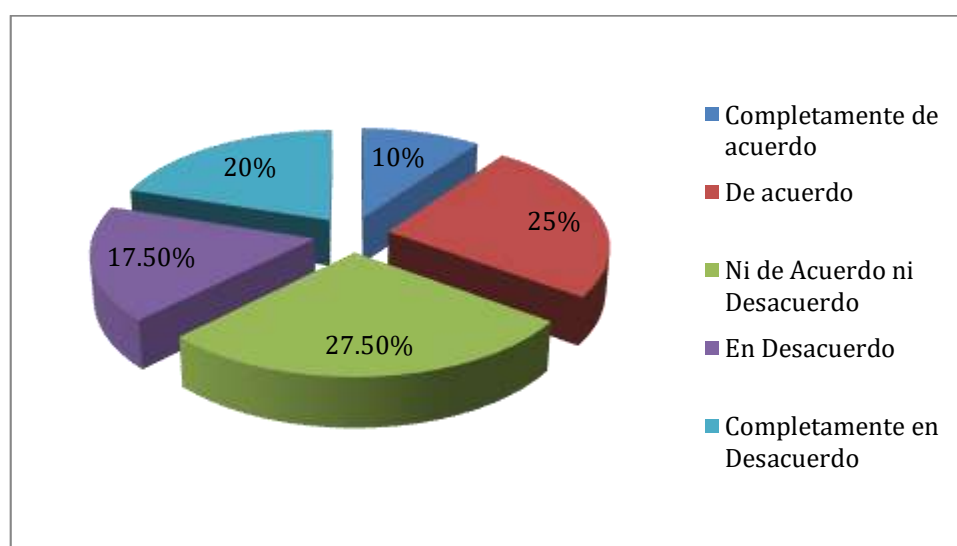
Se realizó la encuesta dirigida a 40 comerciantes del Mercado San Pedro, Cusco, a fin de evaluar el nivel de Cultura Financiera, cuyos resultados se muestran:

#### DIMENSIÓN 01: CONOCIMIENTO FINANCIERO

**Tabla 2** Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	4	10%
De acuerdo	10	25%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	11	27.5%
En Desacuerdo	7	17.5%
Completamente en Desacuerdo	8	20%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 2** Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.

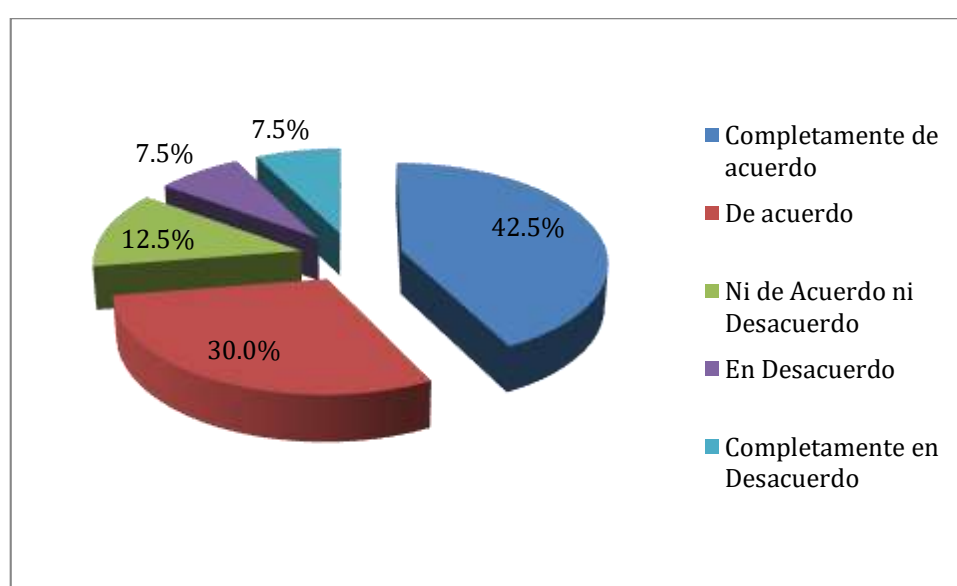
### Interpretación.

Del total de encuestados sólo el 10% indica que está completamente de acuerdo en que el dinero es fundamental para las operaciones habituales de los comerciantes del Mercado San Pedro en Cusco, 25% está de acuerdo, el 27.5 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 17.5 % está en desacuerdo y 20% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes están de acuerdo en que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.

**Tabla 3** Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar.

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	17	42.5%
De acuerdo	12	30%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	5	12.5%
En Desacuerdo	3	7.5%
Completamente en Desacuerdo	3	7.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 3** Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar

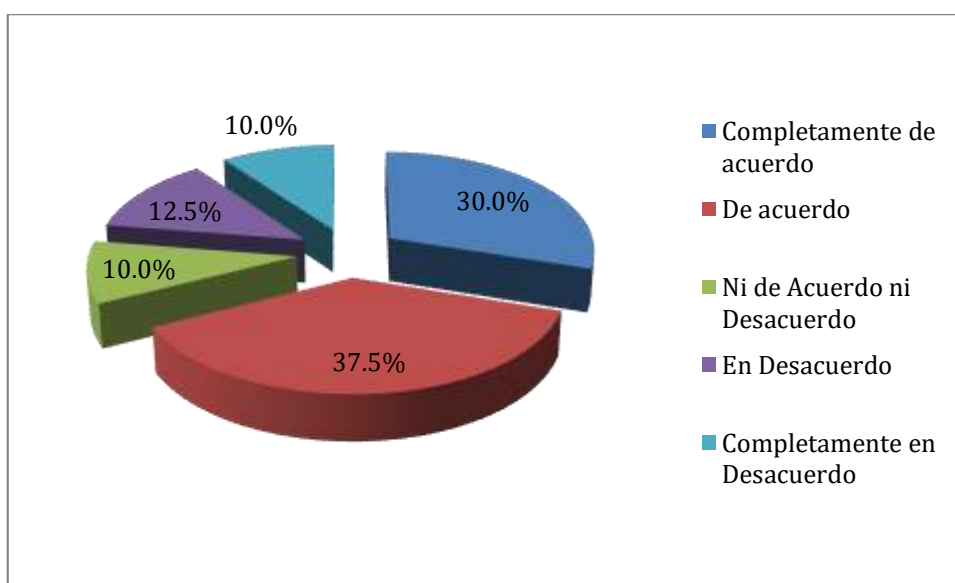
### Interpretación.

Del total de encuestados, 42% indica que está completamente de acuerdo en que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar, 30 % está de acuerdo, 12.5 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, 7.5 % está en desacuerdo, y otro 7.5 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes están de acuerdo en que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar.

**Tabla 4** Considera que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	12	30.0%
De acuerdo	15	37.5%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	4	10.0%
En Desacuerdo	5	12.5%
Completamente en Desacuerdo	4	10.0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 4** Considera que todo préstamo conlleva al pago elevado de intereses

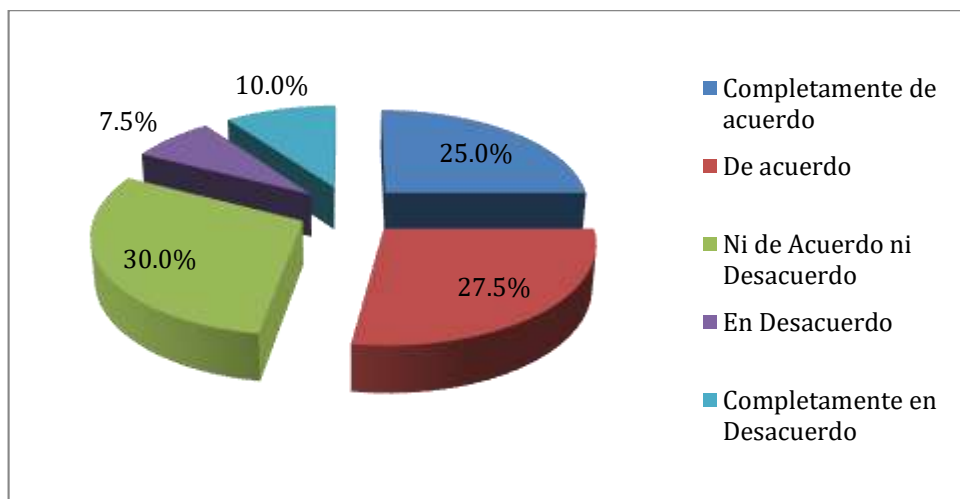
Interpretación.

Del total de encuestados, el 25% indica que está completamente de acuerdo en considerar que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses, 37.5 % está de acuerdo, el 10 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5 % está en desacuerdo y el 10 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes están de acuerdo en que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses.

**Tabla 5** Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo.

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	10	25.0%
De acuerdo	11	27.5%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	12	30.0%
En Desacuerdo	3	7.5%
Completamente en Desacuerdo	4	10.0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 5** Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo.

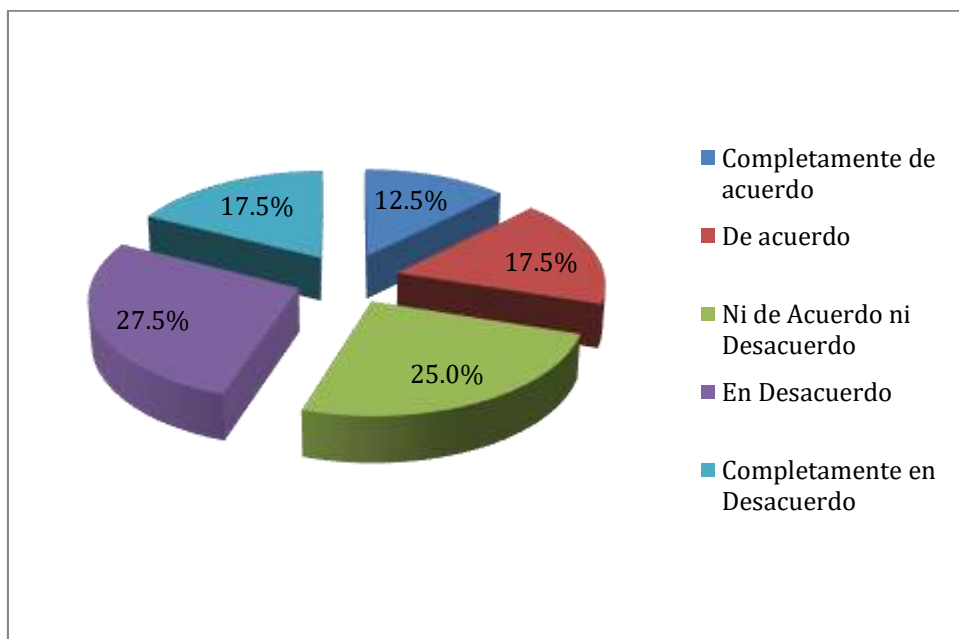
Interpretación.

Del total de encuestados el 25 % indica que está completamente de acuerdo en considerar que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo, 27.5 % está de acuerdo, el 30 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 7.5 % está en desacuerdo, y el 10 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes están de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para destinarlos a capital de trabajo.

**Tabla 6** Considera que la inflación no tiene impacto en su situación financiera.

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	5	12.5%
De acuerdo	7	17.5%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	10	25.0%
En Desacuerdo	11	27.5%
Completamente en Desacuerdo	7	17.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 6** Considera que la inflación no tiene impacto en su situación financiera.

Interpretación.

Del total de encuestados el 12.5 % indica que está completamente de acuerdo en considerar que la inflación no tiene impacto en su situación financiera, 17.5 % está de acuerdo, el 25 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.5 % está en desacuerdo, y el 17.5 % está completamente en desacuerdo en considerar que la inflación no tiene impacto en su situación financiera, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes están de acuerdo en que la inflación si tiene impacto en su situación financiera, es decir, si viene afectando sus operaciones.

### **3.1.2 Evaluar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco**

## **RESULTADO DEL ANÁLISIS DOCUMENTAL**

### **Dimensión 01: Crecimiento económico.**

**Tabla 7** Acceso al Crédito Formal

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Presentan Créditos Bancarios	14	35%
No presentan Créditos Bancarios	26	65%
Total	40	100%

Fuente: Sentinel

Interpretación:

Del total de comerciantes tenemos que un 35% presentan acceso al crédito bancario, y un 65% no presentan créditos bancarios.



**Tabla 8.** Reportes de INFOCORP

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Reportados a INFOCORP	18	45%
No Reportados a INFOCORP	22	55%
Total	40	100%

Fuente: Sentinel

Interpretación:

Del total de comerciantes tenemos que un 45% se encuentran reportados a INFOCORP y un 55% no se encuentran reportados a INFOCORP.

#### **Dimensión 02: Formalización**

**Tabla 9** Presentación de Ficha RUC

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
No presentan Ficha RUC	12	30%
Presentan Ficha RUC	28	70%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de 40 comerciantes encuestados, el 70% manifestaron que si presentan ficha RUC, con el cual realizan sus actividades comerciales para el pago correspondiente de impuestos a los que están obligados. Sin embargo, un 30% indicó no presentar ficha RUC; lo cual significa que este porcentaje viene operando sin estar inscritos en el Registro Único de

Contribuyentes, por lo que cabe mencionar que no emiten comprobantes de pago y por ende, están evadiendo el pago de sus impuestos.

Con estos resultados, se pone en evidencia que existen comerciantes que vienen incumpliendo con sus obligaciones tributarias; y en caso de no regularizar su situación, están expuestos a que la Administración Tributaria ejecute las acciones de fiscalización correspondientes para después aplicarse las sanciones respectivas.

**Tabla 10** Régimen Tributario

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
NUEVO RUS	32	80.0%
Régimen General	0	0
MYPE Tributario	3	7.5%
Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)	5	12.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de 40 comerciantes, tenemos que un 80% está bajo el Régimen tributario del Nuevo RUS, un 7.5% bajo el Régimen MYPE tributario y un 12.5% en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta.

**Tabla 11** Licencia de Funcionamiento

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
SI Presenta	40	100%
No presenta	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Del total de comerciantes tenemos que un 100% presentan licencia de funcionamiento.

**3.1.3. Analizar en qué medida la cultura financiera va a contribuir con el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.**

**Resultado de la Encuesta.**

Se realizó la encuesta dirigida a 40 comerciantes del Mercado San Pedro, a fin de evaluar los efectos de la Cultura Financiera, cuyos resultados se muestran:

**Dimensión 02: Comportamiento Financiero.**

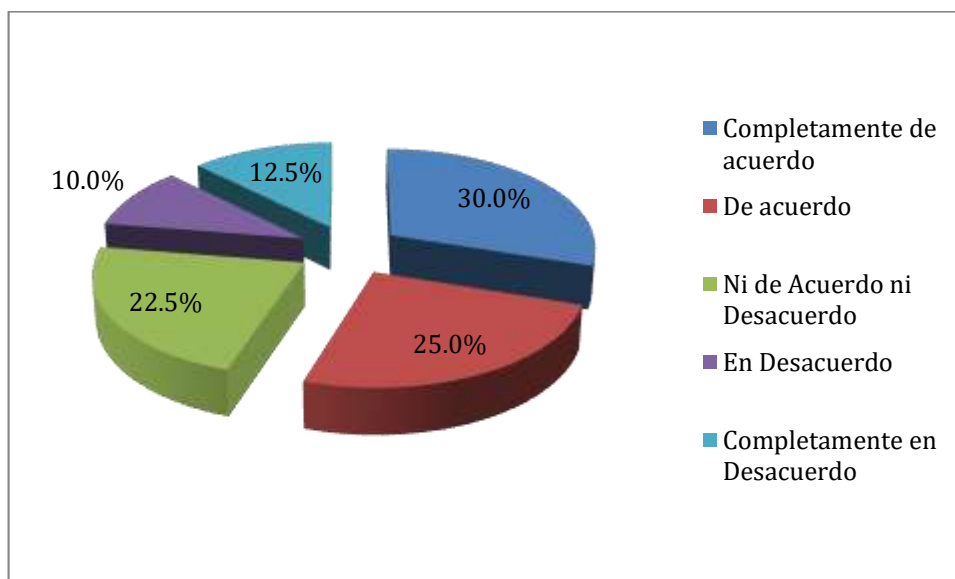
.

**Tabla 12** Es consciente de sus responsabilidades de carácter financiero

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	12	30.0%
De acuerdo	10	25.0%

Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	9	22.5%
En Desacuerdo	4	10.0%
Completamente en Desacuerdo	5	12.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 7** Es consciente de sus responsabilidades de carácter financiero.

Interpretación.

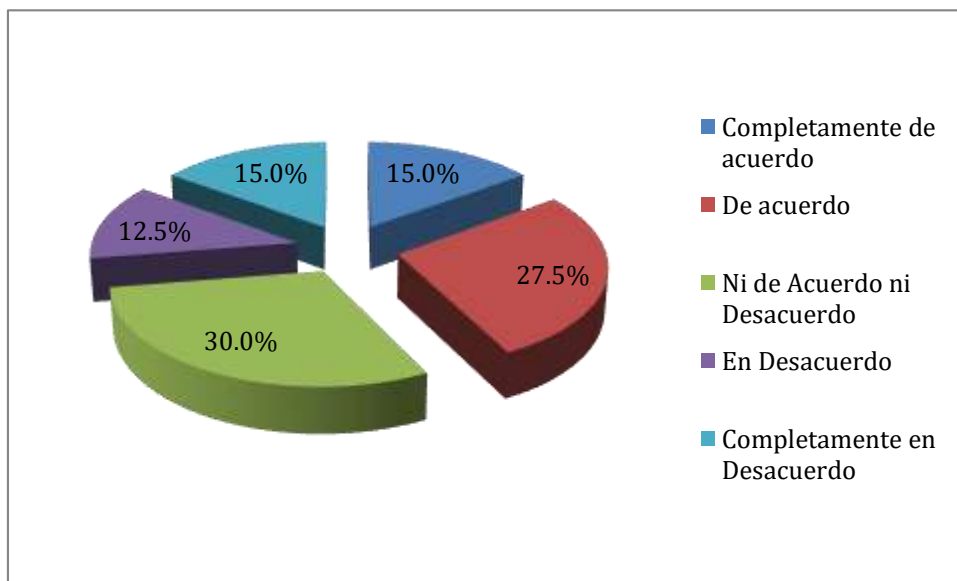
Del total de encuestados el 30 % indica que está completamente de acuerdo en que es consciente con sus responsabilidades de carácter financiero, 25% está de acuerdo, 22.5 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 10 % está en desacuerdo, y el 12.5 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro son conscientes con sus responsabilidades de carácter financiero.

**Tabla 13** Consideran necesario implementar flujos de caja semanales y mensuales

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	6	15.0%

De acuerdo	11	27.5%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	12	30.0%
En Desacuerdo	5	12.5%
Completamente en Desacuerdo	6	15.0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 8** Consideran implementar flujos de caja semanales y mensuales

Interpretación.

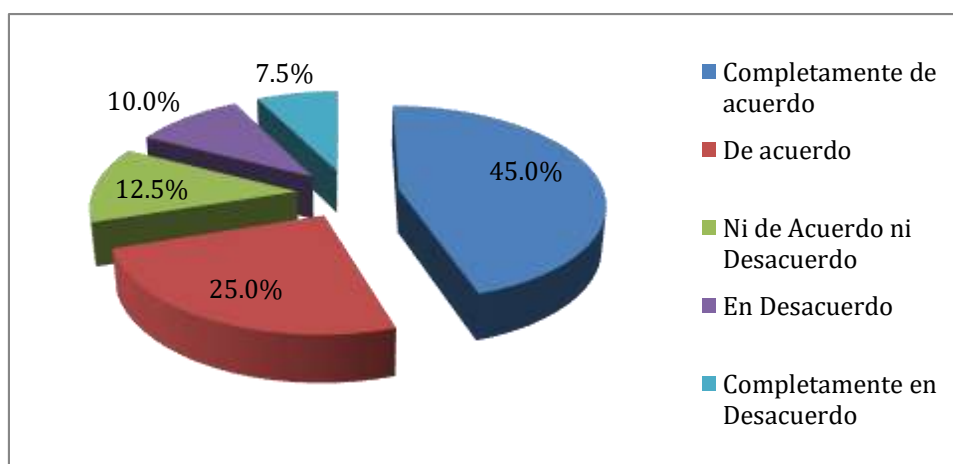
Del total de encuestados, el 15% indica que está completamente de acuerdo en implementar flujos de caja semanales y mensuales, 27.5% está de acuerdo, el 30% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% está en desacuerdo, y el 15% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en implementar flujos de caja semanales y mensuales.

### **Dimensión 03: Aptitud Financiera.**

**Tabla 14** Considera que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	18	45.0%
De acuerdo	10	25.0%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	5	12.5%
En Desacuerdo	4	10.0%
Completamente en Desacuerdo	3	7.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 9** la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas

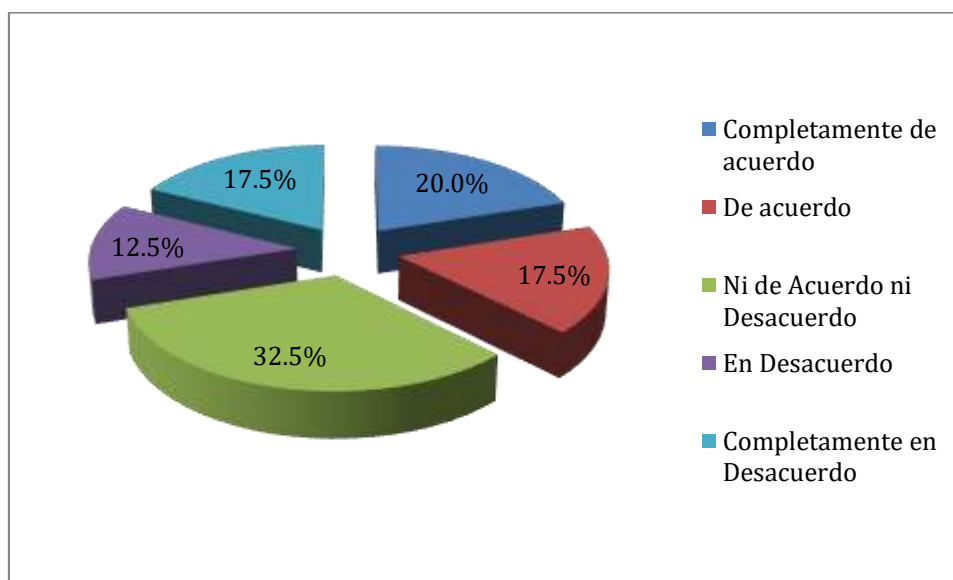
#### Interpretación.

Del total de encuestados el 45% indica que está completamente de acuerdo en que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas, 25% está de acuerdo, el 12.5% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% está en desacuerdo, y el 7.5% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas.

**Tabla 15.** Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	8	20.0%
De acuerdo	7	17.5%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	13	32.5%
En Desacuerdo	5	12.5%
Completamente en Desacuerdo	7	17.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 10** Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos

Interpretación.

Del total de encuestados el 45% indica que está completamente de acuerdo en destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos, 25% está de acuerdo, el 12.5% no está de acuerdo ni en desacuerdo el 10% está en desacuerdo, y el 7.5% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están

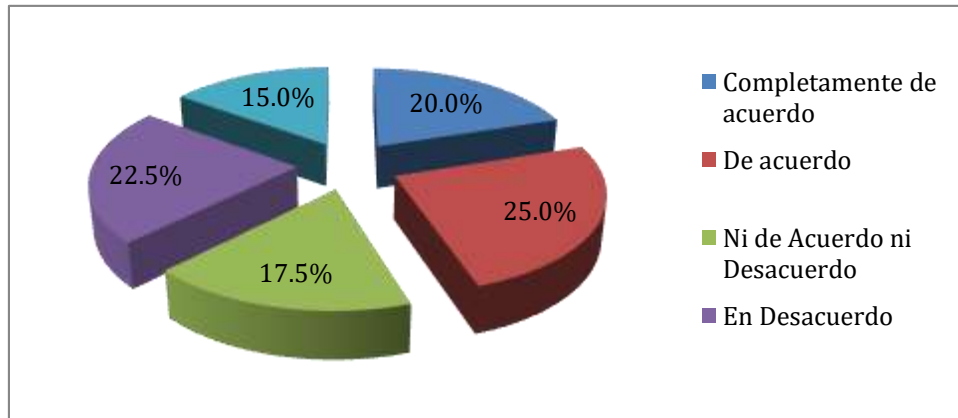
de acuerdo en destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos por ser más responsable y por qué van a rentabilizar.

#### Dimensión 04: Crecimiento Económico.

**Tabla 16** Considera que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	8	20.0%
De acuerdo	10	25.0%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	7	17.5%
En Desacuerdo	9	22.5%
Completamente en Desacuerdo	6	15.0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 11** El desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades

Interpretación.

Del total de encuestados, el 20 % indica que está completamente de acuerdo en que su desarrollo empresarial les permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales, 25.0 % está de acuerdo, el 17.5 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 22.5 % está en desacuerdo, y el 15.0% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los

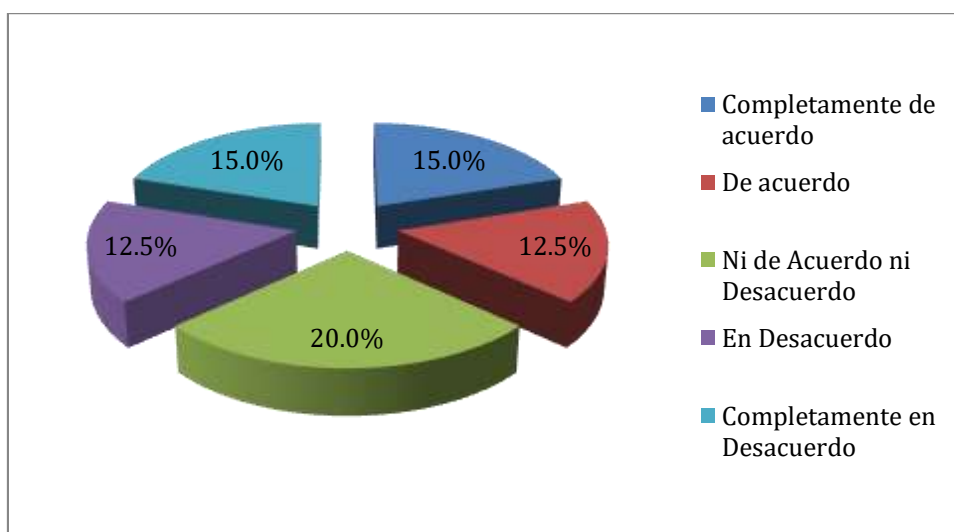


comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que su desarrollo empresarial les permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales.

**Tabla 17** Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	6	15.0%
De acuerdo	5	12.5%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	8	20.0%
En Desacuerdo	5	12.5%
Completamente en Desacuerdo	6	15.0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 12** Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio

Interpretación.

Del total de encuestados el 15% indica que está completamente de acuerdo en que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio, 12.5% está de acuerdo, el 20% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% está en desacuerdo, y el 15% está

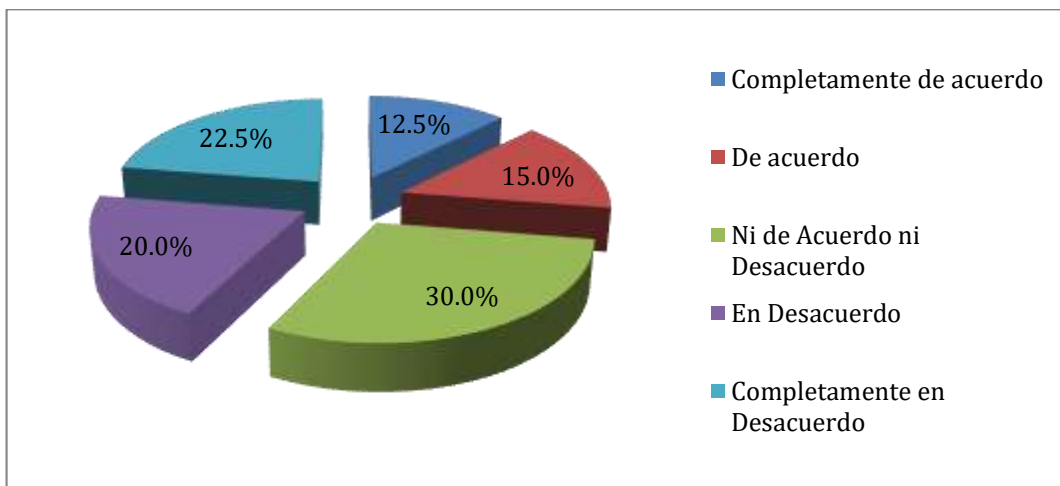
completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio

**Dimensión 05: Competitividad.**

**Tabla 18** Considera que el desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria a su negocio.

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	5	12.5%
De acuerdo	6	15.0%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	12	30.0%
En Desacuerdo	8	20.0%
Completamente en Desacuerdo	9	22.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 13** El desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria

**Interpretación.**

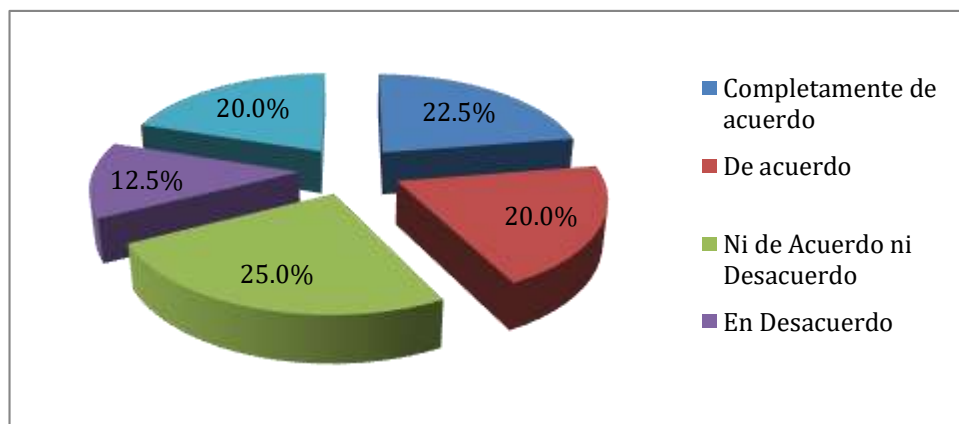
Del total de encuestados el 12.5% indica que está completamente de acuerdo en que el desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria a su negocio, 15 % está de acuerdo, el 30 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% está en desacuerdo, y 22.5% está completamente

en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que el desarrollo empresarial no les va a generar una mayor carga tributaria a su negocio.

**Tabla 19** Considera que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	9	22.5%
De acuerdo	8	20.0%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	10	25.0%
En Desacuerdo	5	12.5%
Completamente en Desacuerdo	8	20.0%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 14** Al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores

Interpretación.

Del total de encuestados el 22.5 % indica que está completamente de acuerdo en que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores, el 20 % está de acuerdo, el 25 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5 % está en

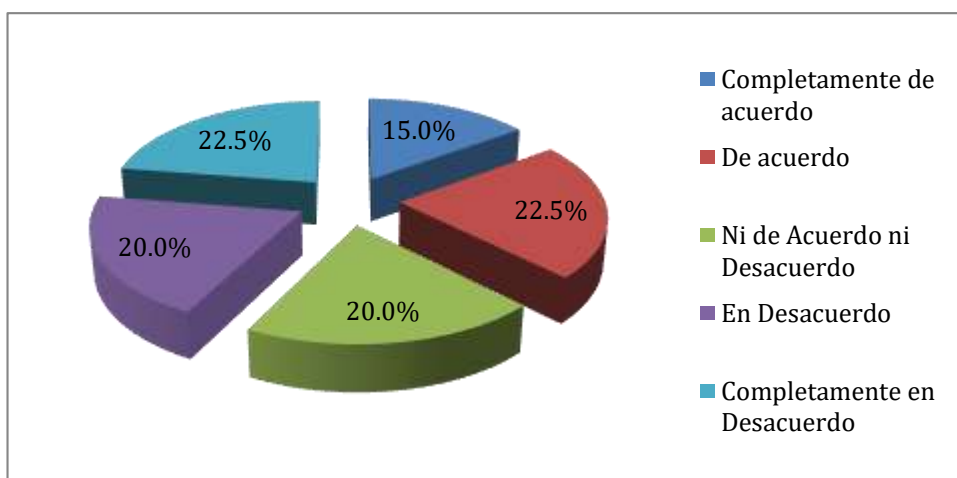
desacuerdo, y el 20 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores.

**Dimensión 06: Formalización.**

**Tabla 20** Considera que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	6	15.0%
De acuerdo	9	22.5%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	8	20.0%
En Desacuerdo	8	20.0%
Completamente en Desacuerdo	9	22.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 15** el desarrollo empresarial va a permitir acceder a fuentes de financiamiento

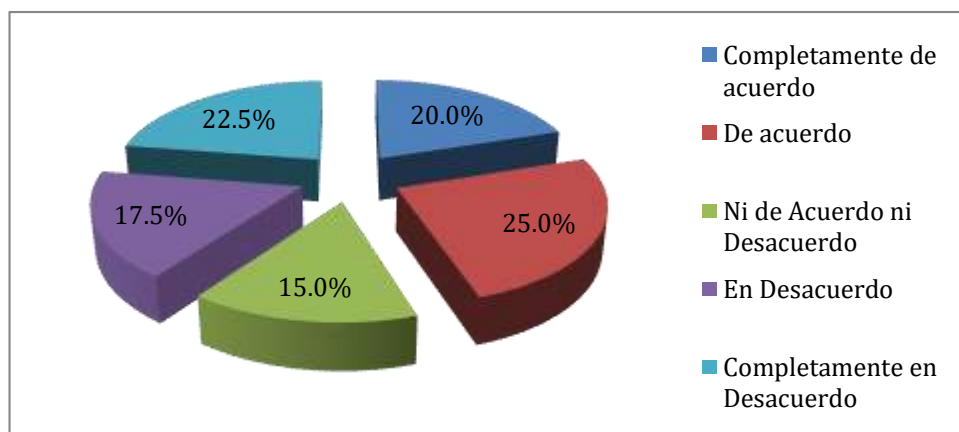
### Interpretación.

Del total de encuestados el 15% indica que está completamente de acuerdo en que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento, 22.5% está de acuerdo, el 20% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% está en desacuerdo, y el 22.5% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que el desarrollo empresarial les va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento.

**Tabla 21** Considera que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio

VALORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Completamente de acuerdo	8	20.0%
De acuerdo	10	25.0%
Ni de Acuerdo ni Desacuerdo	6	15.0%
En Desacuerdo	7	17.5%
Completamente en Desacuerdo	9	22.5%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 16** régimen tributario al que podría acceder su negocio

Interpretación.

Del total de encuestados el 20 % indica que está completamente de acuerdo en que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio, 25% está de acuerdo, el 15 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 17.5 % está en desacuerdo, y el 22.5 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco están de acuerdo en que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio.

### **3.2 Discusión de Resultados**

Luego de aplicados los instrumentos a través de las encuestas, conjuntamente con el análisis documental, y las referencias de las citas sustraídas de la realidad problemática y de los antecedentes de estudio, se presentan en primer lugar los resultados de tales encuestas aplicadas a los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco.

De acuerdo al Objetivo General de determinar el efecto la cultura financiera en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco, se puede afirmar que sí existe este nivel de incidencia que se corrobora con la información obtenida tanto con los instrumentos de la encuesta como del análisis documental.

**En cuanto al Objetivo Específico 1.** Identificar el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco, se logró.

De acuerdo a los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales, 10% indica que está completamente de acuerdo, 25% está de acuerdo, el 27.5 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 17.5 % está en desacuerdo y 20% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro, están de acuerdo en que el dinero es totalmente fundamental para

sus operaciones habituales. Coincide con lo señalado por Mejía (2018) cuando manifiesta en que la mayor parte de la población de este país tiene un conocimiento moderado de los productos financieros, y el índice de conocimiento financiero no les permite comprender de mejor forma los conceptos financieros y de los cálculos matemáticos esenciales. Por ello, se concluye que los argentinos en su mayoría tienen un bajo nivel de conocimiento financiero.

Asimismo, Salamea (2020) tiene similar opinión cuando indica que la mayoría de los comerciantes de la ciudad de Cuenca carecen de una adecuada cultura financiera que les permita atender sus necesidades financieras con total eficiencia, sin tomar en consideración que a la fecha se ha constituido como el mejor mecanismo para orientar y supervisar las finanzas personales y empresariales. Sin embargo Morelos (2021) señala que en cada actividad comercial se requiere del uso de estrategia financieras, y como en todo negocio, surge el momento en el cual se torna muy difícil llevar el control de todas las operaciones financieras, básicamente por no contar con un adecuado sistema de control de los recursos requeridos y obtenidos, o por la ineficiencia de quienes tienen la responsabilidad de llevar a cabo estas actividades, así como la supervisión constante de los recursos y el manejo óptimo de dichos fondos.

Otro de los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar, 42% indica que está completamente de acuerdo, 30 % está de acuerdo, 12.5 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, 7.5 % está en desacuerdo, y otro 7.5 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes están de acuerdo en que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar. Esta información coincide con lo manifestado por Laffer (2020) cuando sostiene que el remezón que provocó la Pandemia del Covid 19 en los empresarios españoles dejó muchos afectados, y no solo en vidas humanas, sino también en la mayoría de negocios, sobre todo, en las partes más vulnerables del sistema productivo como las pymes y los autónomos, que han sido las más afectadas, porque a todos les sorprende la situación de iliquidez que encarece los costos, señalándose que se espera su pronta recuperación.

Otro de los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses, 25% indica que está completamente de acuerdo, 37.5 % está de acuerdo, el 10 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5 % está en desacuerdo y el 10 % está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes están de acuerdo en que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses. Coincide con lo manifestado por Morante (2021), cuando sostiene que una gran mayoría de comerciantes se encuentran con serios problemas financieros en razón de no contar con una adecuada cultura financiera que les permita articular de manera eficaz sus requerimientos de fondos, por lo que resulta necesario que ante estas incertidumbres por la falta de recursos, se vean en la posibilidad de acogerse a cualquier tipo de fuentes de financiación con la finalidad de afrontar sus inconvenientes de caja, señala además que aún persisten una serie de inconvenientes por parte de la mayoría de estos negocios para agenciarse de recursos propios a través de la financiación.

Por su parte López (2022), sostiene que la escases de cultura financiera en Latinoamérica llega al 60% y en el Perú la brecha es aún mucho mayor, lo que significa que más de la mitad de la población desconoce los beneficios que pueden ofrecer los variados instrumentos del sistema financiero, por lo que se necesita actuar de manera inmediata para revertir esta situación, señalándose asimismo que los comerciantes no disponen de la suficiente cultura financiera para hacer frente a sus compromisos a corto plazo, pero sin considerar el efecto en su rentabilidad. En tanto Casas (2020), menciona que la mayoría de empresarios del mercado modelo urbano no cuentan con una adecuada educación financiera, ya que constantemente vienen haciendo un manejo ineficiente de sus recursos, y esto se ha podido observar cuando se han analizado los diversos factores que vienen afectando financieramente a este sector de comerciantes, y que tiene un impacto negativo en sus finanzas, con efectos adversos en sus flujos económicos financieros, básicamente debido a una escasa cultura financiera y a una serie de deficiencias operativas y administrativas que impiden una adecuada financiación.



**En relación con el Objetivo Específico 2.** Evaluar el crecimiento y el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco, también se logró.

De acuerdo a los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales, 20% indica que está completamente de acuerdo, 17.5% está de acuerdo, el 32.5% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% está en desacuerdo, y el 17.5% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que su desarrollo empresarial les permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales. Esta información coincide con lo manifestado por Lastra (2021), cuando sostiene que actualmente la informalidad ha tenido avances preocupantes en el otorgamiento y adquisición de permisos para poder operar pero sin contar con los requisitos necesarios, por lo que resulta necesario y oportuno revertir esta situación considerando el potencial de los comerciantes Colombianos, siendo esta la razón del porqué se ha decidido investigar su desarrollo empresarial.

De la misma manera Espinoza (2021), señala que las actividades de la mayoría de comerciantes son informales, por lo tanto no son reguladas por las instituciones que tienen esta responsabilidad y no necesitan requerir de información personal ni financiera para acceder a créditos que se ajusten a sus necesidades, debiendo mencionarse que la mayoría de microempresas de este tipo no tienen las facilidad y acceso a la formalización, por lo que prefieren seguir siendo informales, muy distantes a los que se exigen en otro tipo de actividades, y que les permita lograr su desarrollo empresarial. De contraria opinión es Dini, et al (2021), cuando manifiesta que se han identificado un sinnúmero de microempresarios que vienen operando bajo sistemas completamente obsoletos y sin tener la menor intención de cambiar esta modalidad, por ello es que en amplios sectores de estos comerciantes ha determinado tomar la decisión de contar sistemas digitales, que van a tener enorme influencia de manera positiva para atender alta demanda de la población, siendo que la investigación recoge información muy importante relacionada con el desarrollo empresarial.

Otro de los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio, 15% indica que está completamente de acuerdo, 12.5% está de acuerdo, el 20% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% está en desacuerdo, y el 15% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio. Este punto de vista coincide con lo manifestado por Torreblanca (2020), cuando señala que uno de los mayores desafíos que afrontan los empresarios y comerciantes en el Perú de cara a lograr su crecimiento empresarial, es fortificar su ámbito de acción, siendo diversas las dificultades que enfrentan y que requieren de una adecuada aptitud empresarial y una eficaz cultura financiera, es decir, se necesita que al interior de ellas se forje un esquema relevante para acceder a fuentes de financiación en las instituciones bancarias.

En el mismo orden de ideas Prado (2019), señala que después de las evaluaciones realizadas ha permitido conocer la problemática que se está presentando en los microempresarios del sector mercados de abastos y bodegueros, que ha implicado identificar las vivencias de estos emprendedores que han intentado lograr una mayor formalización pero que al no contar con los apoyos necesarios, es que se ha optado por darles la debida capacitación con la finalidad de hacerlos más competitivos, y que comprendieron talleres sobre las buenas practicas, la organización y la administración interna. Sin embargo Torreblanca (2021), recoge información muy importante relacionada con el desarrollo empresarial de estos negocios y la forma de cómo incide en el crecimiento de estas microempresas de los diferentes sectores de venta de productos, y por información obtenida de los propios comerciantes, se ha conocido que en los últimos años el crecimiento ha sido casi nulo, más aun si se considera que el acceso a las fuentes de financiamiento que ofrece el sistema bancario no ha sido posible, siendo la causa del porque muchos de estos emprendedores han tenido poco desarrollo en sus actividades.

Otro de los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores, 22.5% indica que está completamente de acuerdo, 20% está de acuerdo, 25% no está de acuerdo ni en desacuerdo, 12.% está en desacuerdo, y 20% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores. Estas apreciaciones coinciden con lo sostenido por Patrón cuando menciona que debido a la poca rentabilidad que vienen obteniendo muchas empresas en el Perú con motivo de la Pandemia del Covid 19, las entidades bancarias han decidido ejecutar planes de desarrollo, así como para los que se encuentran listos para iniciar sus operaciones, mejorando la oferta de sus productos y a precios bastante asequibles, que en definitiva va a permitirles obtener recursos de manera inmediata, logrando su desarrollo empresarial.

Asimismo Salardi (2019), señala que con la finalidad de mejorar y elevar el nivel de competitividad y productividad de los emprendedores, básicamente de los comerciantes de mercados para que tengan el soporte necesario y de esta manera lograr su desarrollo económico, se requiere de una serie de estrategias completamente rentables, debiendo mencionarse que dentro de los muros que imposibilitan la gran entrada de estos microempresarios al sistema financiero, es el escaso apoyo financiero y de modelos de financiamiento que tengan relación directa con los requerimientos y con las posibilidades de este sector, superando ante todo las limitaciones de acceso a las diversas fuentes de financiamiento de unas 43 mil MYPES debidamente registradas. En tanto Barrios (2019), señala que en cada proyecto de ampliación o construcción de centros de abastos no se ha identificado la participación de los propios comerciantes en estas tareas, siendo que se ha estimado pertinente su participación en las diversas obras a realizar como una forma de lograr su desarrollo empresarial, básicamente para conseguir su acceso inmediato a las fuentes de financiamiento y de esta manera tener un adecuado sistema de control de estas financiaciones.

**En cuanto al Objetivo Específico 3.** Analizar en qué medida la cultura financiera va a contribuir con el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco, se logró.

De acuerdo a los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento, 15% indica que está completamente de acuerdo, 22.5% está de acuerdo, el 20% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% está en desacuerdo, y el 22.5% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que el desarrollo empresarial les va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento. Coincide con Zúñiga (2019) cuando sostiene que es necesario analizar el grado de conocimiento y habilidades sobre la cultura financiera, tomando como condicionante la serie de aspectos complejos y las dificultades que presenta el sector de vivanderas, y el no contar con una eficiente cultura financiera, razón por la cual se han reportado pérdidas por condiciones externas e internas.

Coincide asimismo con lo manifestado por Melo (2018), cuando sostiene que, al analizar la realidad de los comerciantes, se encontró una mínima contribución con el desarrollo económico del Cantón Paján, lo cual viene sucediendo por el desconocimiento de muchas estrategias en materia de gestión, por lo que se evidencia el riesgo asociado a su escaso desarrollo empresarial, como la poca disponibilidad de los comerciantes para contribuir con los requerimientos y las necesidades de la entidad edil, y sobre todo con las expectativas de la población, hechos que han estado ocurriendo por la carencia de estrategias de gestión. En tanto Quimbayo, Et al (2020), menciona que se busca proponer un plan de formalización empresarial para el negocio y para lo cual se utilizó la identificación y el análisis de los determinantes que inciden en la formalización son las que deben adoptar de manera simultánea este tipo de organizaciones empresariales, concluyeron que se espera definitivamente que la empresa se formalice de manera ordenada y organizada, y para lo cual deberá implementar manuales de procedimientos que contribuyan a desarrollar una adecuada estructura.

Otro de los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos, 45% indica que está completamente de acuerdo, 25% está de acuerdo, el 12.5% no está de acuerdo ni en desacuerdo el 10% está en desacuerdo, y el 7.5% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos por ser más responsable y por qué van a rentabilizar. Coincide con los manifestado por Marchena, Et al (2020) cuando sostiene que el 78% de este segmento tiene una escasa educación financiera, pero si tiene conocimiento de los planes de negocio, en tanto el 65% no sabe cómo utilizar sus habilidades financieras, y por lo tanto, se han encontrado también grandes deficiencias en el manejo de los recursos financieros, en tal sentido es importante que los comerciantes establezcan una guía de procedimientos para el control de los fondos utilizados en sus actividades habituales.

Asimismo Hoyos (2021) dio a conocer que la mayoría de los entrevistados tienen dificultades económicas por carecer de adecuadas estrategias de ahorro y de control de sus ingresos y gastos, concluyendo que, debido a la falta de una eficaz cultura financiera por parte de los comerciantes del mercado A - Z del distrito de la Victoria, no se puede lograr una adecuada administración del capital de trabajo, básicamente de la estructura del control de sus inventarios, originando la falta de provisiones y, además de no tener prevista la demanda oportuna de recursos, es por ello, que el desarrollo de la investigación conllevó a proponer un sistema eficiente de gestión financiera para optimizar el capital de trabajo. En tanto Villantoy (2018), manifiesta que la mayoría de las microempresas tienen grandes deficiencias en sus sistema de gestión y desarrollo empresarial, mucho menos tienen implementados manuales de procedimientos para las diferentes áreas que sirva y que les sirva como guía para las funciones que deben realizar los trabajadores de manera adecuada y en base a las normas técnicas, por otra parte, no cuentan con un esquema de gestión que contemple debidamente las normas técnicas y los procedimientos que colaboren con la formalización y la composición adecuada de la oferta de sus productos.

Otro de los resultados encontrados ante la pregunta realizada a los comerciantes del mercado San Pedro, si consideran que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas, 45% indica que está completamente de acuerdo, 25% está de acuerdo, el 12.5% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% está en desacuerdo, y el 7.5% está completamente en desacuerdo, datos que señalan que en su mayoría los comerciantes del mercado San Pedro están de acuerdo en que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas. La información coincide con lo señalado por Condori y Huamán (2021) cuando manifiesta que existe relación estadística entre el marketing digital y el nivel de ventas de los comerciantes de dicho mercado, ya que en la actualidad no viene siendo totalmente eficaz en cuanto a la obtención de eficientes resultados, lo que ocasiona que en el transcurso de la ejecución de sus operaciones existan serios inconvenientes y que afectan en definitiva su nivel de ventas.

Asimismo Gallegos y Zapana (2018), señalan que se observó una baja recurrencia de compradores que vienen ocasionando una deficiente recaudación y una notable baja de las ganancias, debiendo estudiarse en detalle el tipo de estrategias a aplicar, que contemple la mejora de la imagen para incrementar los niveles de ventas, y concluyeron que se requiere diseñar un conjunto de estrategias de Merchandising para los comerciantes del mercado San Camilo, debido a la baja recurrencia de los clientes, que a la vez permita efectuar una adecuada administración de sus actividades. Sin embargo Cárdenas y Soto (2017) sostienen que los comerciantes deberán acceder a créditos financieros con la finalidad de lograr su desarrollo empresarial, mediante la financiación y ejecución de sus inversiones en bienes del inmovilizado material, para adquirir capital de trabajo o para destinarlos a gastos corrientes, y concluyeron que los comerciantes no han tenido una buena planificación con sus créditos financieros, habiendo optado por otras alternativas para poder financiarse como préstamos personales, prestamos informales, o de otro tipo, lo cual les ha generado elevados costos financieros y retrasos en los pagos.

### **3.3. Aporte científico**

#### **Cultura financiera para promover el desarrollo empresarial en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.**

La Cultura financiera bajo cualquier contexto, deviene en que se tiene que asumir una gran responsabilidad y una obligación permanente por parte de los comerciantes del mercado San Pedro de la ciudad de Cusco, a fin de permitirles mejorar sus niveles de ventas, de ingresos y de inversiones, y para lo cual se deberán establecer los mecanismos pertinentes para inculcarles e implantarles este patrón de conducta como norma general.

Se hace imperativo por lo tanto, establecer la cultura financiera en razón de que por información obtenida de los propios comerciantes, en estos últimos años ha disminuido de manera sustancial el financiamiento obtenido, y relacionan dicha coyuntura al hecho de que desconocen en detalle la forma de cómo obtener créditos, y de ahorrar, a la vez que las principales entidades bancarias no atienden sus requerimientos de fondos por la falta de la información necesaria que no pongan en riesgo los recursos otorgados.

Por información de distintas fuentes, señalan que los comerciantes del mercado San Pedro, a pesar de las grandes ventas realizadas, no todos son los que realmente tienen una adecuada cultura financiera, y esto ha conllevado a que no operen con total normalidad, y que siempre exista el temor a quedarse desfinanciados, o a no poder hacer efectiva sus deudas por la falta de recursos.

La propuesta de implementar estrategias financieras como tema central de la investigación, comprenderá una serie de actividades que permitan optimizar la gestión de los recursos, a través de una mayor y mejor negociación con las entidades bancarias, con la finalidad de atender el pago de las obligaciones, conformadas por deudas y obligaciones contraídas básicamente con terceros, para de esta manera ofrecer un mejor servicio a los consumidores.

De acuerdo a los resultados que arrojó la aplicación de los instrumentos como las encuestas, se pudo percibir las fallas y debilidades por parte de los comerciantes en el desarrollo de sus actividades, especialmente en los aspectos financieros. Los enfoques de las finanzas y de los financiamientos que han tenido estos microempresarios en años anteriores, proporcionan información que señalan de manera inequívoca la falta total de conocimientos financieros.

El presente aporte sobre implantar un plan de cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro, es considerado como una herramienta de gran apoyo a las decisiones financieras del sector y a su desarrollo empresarial, tomando en cuenta que el propósito es generar conocimientos o fortalecerlos en medida en que puedan mejorar la toma de decisiones en cuanto al manejo del dinero, del ahorro o de la inversión.

En tal sentido, partiendo de la problemática identificada en que la mayoría de comerciantes no cuentan con la suficiente cultura financiera para tomar decisiones apropiadas en términos económicos, esta es la razón por la que no les está permitiendo acceder a los diferentes servicios que brindan las instituciones financieras; es por ello que la presente propuesta pretende coadyuvar el desarrollo sostenible de los comerciantes por medio de una adecuada cultura financiera, mejorando su nivel de conocimiento acerca de los productos financieros y de las modalidades de financiamiento.

**Objetivo general:**

Implantar un plan de estrategias sobre la cultura financiera que deberán adoptar los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco para conseguir su desarrollo empresarial.

**Objetivos específicos:**

- Brindar información a los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco sobre cómo llevar a cabo un buen planeamiento financiero.



- Elaborar un plan de capacitación sobre conceptos y procedimientos del ahorro, financiamientos, banca, finanzas, créditos e inversiones, dirigido a los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco.

**Metas:**

- Implantar una adecuada cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco.
- Evaluar financieramente a los Comerciantes del mercado San Pedro.
- Capacitar a los Comerciantes del mercado San Pedro en el debido uso de las tarjetas de crédito.

**Recursos:**

- Humanos: Autor de la investigación.
- Materiales: Folletos, carteles, proyector, laptop.

**Estrategias:**

Tomando en cuenta que las actividades relacionadas con los procesos financieros suponen un conjunto de etapas de planificación, es que se requerirá de procedimientos eficaces de gestión financiera, así como la utilización de estrategias eficientes, que es lo que facilitará para que los comerciantes del mercado San Pedro opten por la cultura financiera.

La propuesta involucrará alternativas de solución, así como una serie de recomendaciones con la finalidad de aplicarlas al desarrollo empresarial y para lo cual se requerirá llevar a cabo evaluaciones permanentes y completamente monitoreadas, que permitan determinar en qué medida la cultura financiera va a cumplir con los objetivos previstos, por lo que se requerirá identificar los procesos clave requeridos en la planificación financiera.

Se debe señalar que en la actualidad los comerciantes del mercado San Pedro no cuentan con las condiciones mínimas para llevar a cabo adecuados procesos financieros, en razón de que la mayoría de sus procesos y actividades financieras las vienen haciendo de manera empírica y en base a la propia experiencia de dichos microempresarios.

No se puede dejar de considerar que los principales recursos con los que cuentan los comerciantes del mercado San Pedro se encuentran constituidos básicamente por aquellos fondos obtenidos de sus ventas realizadas diariamente, debiendo resaltar que no se cuenta con políticas para la gestión financiera, por lo que en más de una oportunidad no han podido definir la cantidad de recursos que necesitan para su operatividad.

Para tal efecto, se deberán aplicar las siguientes estrategias para el logro del objetivo general:

1. Los comerciantes del mercado San Pedro deberán evaluar debidamente la propuesta y la puesta en marcha de la cultura financiera, determinando en detalle cuál será su valor agregado, que es finalmente lo que les permitirá optimizar su desarrollo empresarial.
2. Considerando que muchas son las actividades utilizadas en los procesos operativos de los comerciantes, es que se requiere de una adecuada planificación financiera con la finalidad de que les permita racionalizar debidamente sus recursos.
3. La cultura financiera va hacer más expeditiva la planificación financiera, así como la correcta medición de estos procedimientos, generando a la vez mayores controles a los procesos operativos, y que conllevará a que se tengan que asumir controles más eficaces.
4. La propuesta estará centrada básicamente en inculcar patrones de conducta para el cumplimiento de las obligaciones financieras a los

comerciantes del mercado San Pedro y cuya ejecución está prevista para un periodo de tres meses.

5. Para tal efecto y con la finalidad de mejorar los conocimientos financieros de los comerciantes del mercado San Pedro, se difundirá la información necesaria y oportuna a fin de que dichos microempresarios se acojan de manera voluntaria a asumir la cultura financiera como una obligación.
6. Identificar las condiciones necesarias para implantar una adecuada cultura financiera a los comerciantes del mercado San Pedro, y para lo cual se considera pertinente plantear las siguientes interrogantes:
  - ¿Por qué razones se considera importante que la implantación de una adecuada cultura financiera a los comerciantes del mercado San Pedro, les permitirá optimizar su planificación financiera?
  - ¿Cuál debería ser la delimitación de la propuesta de la cultura financiera para lograr el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro en la ciudad del Cusco?
  - ¿Qué tipo de indicadores deberían considerarse para llevar a cabo una adecuada cultura financiera?
  - ¿Por qué razones se considera que la implantación de la cultura financiera tendrá incidencia en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro en la ciudad del Cusco?
  - ¿Cuáles son los lineamientos operativos y financieros que se deberá tener en cuenta para lograr un eficaz desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro en la ciudad del Cusco?
  - ¿Lograrán los comerciantes del mercado San Pedro obtener mayores recursos luego de implantada la propuesta de la cultura financiera?

- ¿Los comerciantes del mercado San Pedro cuentan actualmente con indicadores de gestión que les permita medir de manera adecuada su situación económica y financiera?
  - ¿Los comerciantes del mercado San Pedro cuentan con las habilidades necesarias para cumplir debidamente con la propuesta y lograr su desarrollo empresarial?
  - ¿Se cuenta con las fases requeridas para llevar a cabo la propuesta, así como con los parámetros necesarios para que los comerciantes del mercado San Pedro logren su desarrollo empresarial?
  - ¿Se tienen delimitados los procedimientos de cómo deberán llevarse a cabo los procesos para un buen desarrollo empresarial, así como la elección de las fuentes de financiamiento requeridas?
7. Establecer los mecanismos pertinentes para evaluar los riesgos que conlleva el no contar con una debida cultura financiera, así como las ventajas que se tendrán luego de su implantación, conjuntamente con las estrategias a aplicar para el manejo eficiente de los recursos.
  8. Identificar oportunamente las deficiencias que se vienen generando en los comerciantes del mercado San Pedro por no contar con una debida planificación financiera, y que va a conllevar a rediseñar sus planes operativos para optimizar la toma de decisiones.
  9. Establecer de manera rigurosa los planes y procedimientos que deberán adoptarse para requerir fuentes de financiamiento en las entidades bancarias, así como normar y reglamentar las condiciones de cómo deberían negociarse dichos fondos.
  10. Precisar de manera puntual las políticas a seguir en materia de planificación financiera, de otorgamiento de créditos, y de recuperación de deudas, procesos que deberán seguirse a través del irrestricto cumplimiento de los procedimientos establecidos.

11. Tomar debidamente en cuenta las condiciones financieras en la que se aplicará la cultura financiera, asegurando que su implantación tenga notable incidencia en su desarrollo empresarial, y considerando ante todo, el cálculo adecuado de los intereses por los financiamientos obtenidos.
12. La cultura financiera comprenderá además el involucramiento de los comerciantes del mercado San Pedro en comprender la información proporcionada por las centrales de riesgo, así como de INFOCORP, de las entidades del sistema financiero, y de la SBS.
13. Establecer las condiciones necesarias a fin de que los comerciantes del mercado San Pedro negocien sus adquisiciones, tanto para aquellas que sean al contado, como para aquellas que sean adquiridas al crédito.
14. No tener que incurrir en procedimientos innecesarios, ya que solo se requerirá contar con información necesaria o de cierta información adicional cuando así se considere pertinente y oportuno.
15. Llevar a cabo la reestructuración de las deudas que en la actualidad mantienen los comerciantes del mercado San Pedro, mediante la eficiente gestión de sus recursos propios, o de aquellos fondos obtenidos a través de financiamiento bancario.
16. Monitorear de manera recurrente la situación económica y financiera de los comerciantes del mercado San Pedro, y para lo cual se deberá realizar la supervisión permanente de los requerimientos de fondos, así como de su utilización, privilegiando que estos se destinen preferentemente en adquirir capital de trabajo o en bienes del inmovilizado material.
17. Implantar políticas eficaces de gestión financiera y operativa, así como procedimientos de control, que permitan identificar las debilidades presentadas en materia de financiamientos, mediante una eficaz planificación financiera para la adecuada toma de decisiones.

18. Implementar Manuales operativos y de planificación financiera, en donde se establezca la forma de cómo aplicar adecuadamente los procedimientos para generar recursos, en base a la debida selección de las fuentes de financiamiento internas y externas.
19. Mejorar la obtención y asignación de los recursos, optimizándolos especialmente en actividades productivas, así como tener los saldos actualizados de dichos fondos con la finalidad de administrarlos adecuadamente y en base a su libre disponibilidad.
20. Llevar controles rigurosos de los recursos y de las operaciones que involucren la administración de fondos, proponiendo medidas preventivas para su buena administración, y gestionando de manera adecuada los financiamientos bancarios.
21. Implementar el TOKEN satelital para todas aquellas operaciones bancarias que realicen los comerciantes de manera virtual, así como cancelar a sus acreedores y proveedores por este medio, estableciendo de manera adecuada el monto de las operaciones realizadas, así como promoviendo el uso de otras tecnologías para optimizar sus procesos.

En síntesis, se puede señalar que la propuesta va a permitir describir y analizar debidamente el nivel de cultura financiera, así como el actual sistema de finanzas que vienen aplicando los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco, así como determinar los aspectos y procedimientos técnicos y legales que conllevan los financiamientos bancarios, determinando a la vez las consecuencias de no insertarse en el sistema financiero.

En tal sentido, se recomienda a estos microempresarios a no sustraerse de este esquema financiero, ya que podrían comprometer seriamente su desarrollo empresarial. Por estas consideraciones resulta necesario recalcar que cuando se inculque la cultura financiera a dichos comerciantes, se les recomiende no soslayar su integración a lo establecido en la cultura financiera, ilustrándoles las ventajas que esta adopción conllevará.

De la misma manera resultará oportuno que los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco reconozcan la pertinencia de adoptar la cultura financiera como la base fundamental que servirá de respaldo para sus operaciones bancarias y que les permitirá solventar sus costos y gastos, a la vez que se verá reflejado en los diferentes programas de capacitación que se tiene planificado implementar, con la finalidad de crear una mayor conciencia financiera en los comerciantes de dicho centro de abastos.

Asimismo, se deberán hacer los esfuerzos con la finalidad de que la cultura financiera se imparta también a los familiares de los comerciantes, así como a todos aquellos microempresarios que deseen mejorar sus conocimientos en temas financieros. De la misma manera la propuesta busca sensibilizar a las entidades financieras y bancarias con la finalidad de que contribuyan a impartir capacitaciones totalmente gratuitas a este sector de la economía.

Cabe señalar que los programas de sensibilización consistirán en:

- Dictado de talleres con temas relacionados a los financiamientos bancarios.
- Procedimientos y requisitos que se deberán seguir para la obtención de créditos.
- Selección de los distintos instrumentos financieros a los que se podrá acceder.
- Centrales de riesgo, INFOCORP, SBS, Cámara de Comercio.
- Obligación de pagar las deudas contraídas.
- Tratamiento y consecuencias de las deudas morosas.

No se puede dejar de señalar que la ausencia de una eficaz cultura financiera les ha venido generando a los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco, resultados no acordes con sus planes previstos, y que no han podido ser corregidos oportunamente por una ineficiente gestión de sus actividades financieras, afectando seriamente su desarrollo empresarial.

Concluida la investigación, se ha podido establecer con total puntualidad, que a los comerciantes del mercado San Pedro del Cusco les urge acceder a una serie de instrumentos financieros con la finalidad de lograr su crecimiento

que se han visto seriamente afectados con motivo de la Pandemia del COVID 19, que les permitirá asimismo optimizar sus requerimientos de fondos por una mejor y adecuada planificación de sus recursos.

Para llevar a cabo la propuesta, se tiene planificado gestionar el apoyo de las entidades bancarias, y para lo cual se ha previsto gestionar ante la Municipalidad Provincial del Cusco la cesión permanente de un ambiente dentro de las instalaciones del centro de abastos, así como contar con el siguiente mobiliario, equipos y útiles de oficina:

Tabla 22 Materiales para propuesta

PARTIDA	DETALLE
01 escritorio	Para personal coordinador.
01 silla giratoria	Para personal coordinador.
06 sillas	Para atención a los comerciantes.
01 Laptop	Para personal coordinador.
01 Impresora	Para personal coordinador.
01 Celular	Para personal coordinador.
01 Calculadora	Para personal coordinador.
01 Útiles de oficina	Para personal coordinador.

De la misma manera se tiene planificado gestionar el apoyo de las entidades financieras para el dictado de 03 charlas:

01 Local para las tres charlas	Para 500 comerciantes cada una.
01 Equipo de sonido	Profesional con 04 parlantes.
500 Sillas por cada charla	Para los comerciantes.
01 Atril	Para el expositor.
01 Proyector	Para dictado de charlas.
01 ECRAN	Para dictado de charlas.



---

## IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

1. De acuerdo con el trabajo de investigación, se ha llegado a identificar la carencia de un adecuado nivel de cultura financiera por parte de los comerciantes del mercado San Pedro de la ciudad de Cusco, tal como ha quedado demostrado con el resultado de las encuestas, en donde solo el 30% de los comerciantes entrevistados indica que está completamente de acuerdo en que es consciente con sus responsabilidades de carácter financiero, en tanto el 25% señala estar de acuerdo, y un 22.5% manifiesta no estar de acuerdo ni en desacuerdo con contar con un adecuado nivel de cultura financiera, ni con los conocimientos relacionados con dicho tema.
2. De acuerdo con la evaluación realizada al nivel de desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro de la ciudad de Cusco, se ha llegado a determinar, tal como ha quedado demostrado con el resultado de las encuestas, en que solo el 20% de los comerciantes entrevistados indica que está completamente de acuerdo en que su desarrollo empresarial les permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales, en tanto el 17.5% sostiene estar de acuerdo, mientras un 32.5% manifiesta no estar de acuerdo ni en desacuerdo, y que señalan de manera inequívoca, que en su mayoría los comerciantes de este centro de abastos están de acuerdo en que su desarrollo empresarial les permitirá acceder a mejores oportunidades.
3. De acuerdo con los análisis realizados, se ha llegado a determinar qué una adecuada cultura financiera si va a contribuir con el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco, ya que se considera que este desarrollo se complementa básicamente con la capacidad productiva de sus negocios, tal como ha quedado demostrado con el resultado de las encuestas realizadas, en que solo el 15% de los comerciantes entrevistados indica que está completamente de acuerdo en que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva

de su negocio, en tanto 12.5% está de acuerdo, mientras el 20% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

## **4.2 Recomendaciones**

1. Tomando en cuenta la carencia de cultura financiera por parte de los comerciantes del mercado San Pedro de la ciudad de Cusco, se recomienda a las instituciones interesadas implantar la materia sobre educación financiera de manera conjunta con las entidades de la provincia con la finalidad de emprender capacitaciones a los comerciantes en cuanto al financiamiento y al uso eficiente de sus recursos obtenidos para generar conocimiento y buena toma de decisiones que permitan optimizar el manejo de los ingresos.
2. Es recomendable que para permitir que los comerciantes del mercado San Pedro tengan acceso a mejores oportunidades, las instituciones financieras deben flexibilizar sus requisitos rigurosos, y proceder a brindar un apoyo a este sector con el fin de aportar a su crecimiento, abriendo mejores alternativas de financiamiento y de esta manera puedan tener un adecuado desarrollo empresarial.
3. Considerando que una adecuada cultura financiera si va a contribuir con el desarrollo empresarial en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco, se recomienda que mantengan un ahorro en el sistema financiero para que puedan tener el respaldo necesario así como llevar a cabo un control de sus ingresos con la finalidad de reforzar e invertir adecuadamente en sus actividades económicas, de esta manera, estarían generando un récord de calidad para ser sujetos de crédito y les permita desarrollarse como empresa.

## REFERENCIAS

- Afuso, A. (2019). *Ministerio de la Producción financia proyectos de modernización de mercados de abastos*. Proinnovate, Ministerio de la Producción, Perú.  
<https://www.proinnovate.gob.pe/noticias/noticias/item/2496-atencion-comerciantes-ministerio-de-la-produccion-financia-proyectos-de-modernizacion-de-mercados-de-abastos>
- Bayona (2019). Reporte Regional de Comercio Cusco, para el Vice Ministerio de Comercio Exterior.  
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410232/Reporte de Comercio - Reporte Comercio Regional - RCR - Cusco 2017 - I Sem20191030-24204-1lbubc6.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410232/Reporte_de_Comercio_-_Reporte_Comercio_Regional_-_RCR_-_Cusco_2017_-_I_Sem20191030-24204-1lbubc6.pdf)
- Benavente, J. (2020). Ordenanza regional N° 182-2020-CR/GR Cusco.  
[https://transparencia.regioncusco.gob.pe/attach/docs\\_normativo/ordenanzas/2020/O.R.182.2020.pdf](https://transparencia.regioncusco.gob.pe/attach/docs_normativo/ordenanzas/2020/O.R.182.2020.pdf)
- Cárdenas, B. y Soto, B. (2017). *Efecto de los créditos financieros en el desarrollo empresarial de los comerciantes del centro comercial Confraternidad en el Cusco*. [Tesis de grado, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco].  
<https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/2090>
- Casas, J., Repullo, J., y Donado, J. (2017). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Revista Elsevier*, 31(8), pp.527-538. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Casas (2020). Mercado San Antonio: informalidad y poca cultura financiera.  
[https://issuu.com/diarioelsoldelcusco/docs/diario\\_el\\_sol\\_14\\_02\\_17](https://issuu.com/diarioelsoldelcusco/docs/diario_el_sol_14_02_17)

Chuquisuta, L. (2020). *Cultura Financiera de los comerciantes del mercado ferial Sachachorro, Iquitos 2020*. [Tesis de grado, Universidad Privada de la Selva Peruana].

<http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/108/Lidia%20Thais%20Chuquizuta%20Burga.pdf>

Condori, R. y Huamán, E. (2021). *Marketing digital y nivel de ventas de los comerciantes del mercado El Molino I de la ciudad de Cusco 2020*. [Tesis de grado, Universidad Andina].

[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4127/Rocio\\_Eva\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4127/Rocio_Eva_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Correa (2018). *Definición de estrategias de CRM en empresas PYMES de los mercados de abastos de Bogotá D.C.* [Tesis de grado, Universidad Católica].

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16064/1/DEFINICI%C3%93N%20DE%20ESTRATEGIAS%20DE%20CRM%20EN%20EMPRESAS%20PYMES%20DE%20LA%20CENTRAL%20DE%20ABASTOS%20DE%20BOGOT%C3%81%20D.C.%20F.pdf>

Díaz, G., Quintana, M. y Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

Dini, M., Gligo, N., y Patiño, A. (2021). *Transformación digital de las MIPYMES*. Publicación de las Naciones Unidas [PDF].

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47183/1/S2100372\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47183/1/S2100372_es.pdf)

Espinoza, E. (2021). Desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado tipo centro comercial del Cantón Santa Rosa de la provincia de el Oro. Ecuador.

<https://www.umet.edu.ec/desarrollo-empresarial-de-los-comerciantes-del-mercado-tipo-centro-comercial-del-canton-santa-rosa-de-la-provincia-de-el-oro/>

- Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2020). Metodología de la investigación. 6ta edición, Interamericana Editores, S.A. de C.V. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Gallegos, S. y Zapana, Y. (2018). *Plan de Merchandising diseñado para el mercado San Camilo en el 2015 – 2016*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de San Agustín]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5832/MKgapasa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González, G. (2020). *La gestión en los mercados tradicionales de México*. [Tesis de grado, Universidad Autónoma de San Luis de Potosí]. [https://repositorioinstitucional.uaslp.mx/xmlui/bitstream/handle/i/5915/Tesis M.FH.2018.Gesti%C3%B3n.Gonz%C3%A1lez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioinstitucional.uaslp.mx/xmlui/bitstream/handle/i/5915/Tesis%20M.FH.2018.Gesti%C3%B3n.Gonz%C3%A1lez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, C., y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica Del Instituto Nacional De Salud*, 2(1 (enero-junio), 75–79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hoyos, L. (2021). *Cultura Financiera para administrar el capital de trabajo de los comerciantes del mercado A - Z del distrito de la Victoria Chiclayo*. [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3870/1/TL\\_HoyosAlayoLuz.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3870/1/TL_HoyosAlayoLuz.pdf)
- Ibarra, M., González, L. y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), pp.107-130. <https://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>

Jandossova, D. (2021). Desarrollo empresarial, definición y guía. Marketsplash.  
<https://marketsplash.com/es/desarrollo-de-negocios/>

Jaramillo, M. y Rivera, D. (2017). *La educación financiera en los comerciantes de las zonas geográficas en Antioquia: Comuna siete del sector de Robledo y Niquía*. [Tesis de grado, Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria].  
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/456/LA%20EDUCACION%20FINANCIERA%20EN%20LOS%20COMERCIANTES%20DE%20LA%20ZONAS%20GEOGRAFICAS%20EN%20ANTIOQUIA%20COMUNA%20SIETE%20DEL%20SECTOR%20DE%20ROBLEDO%20Y%20NIQUIA%20BELLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jesús, A. (2021). Gestión de la cultura financiera. *Redacción Kondinero*.  
<https://www.kondinero.com/blog/educacion-financiera/como-tener-una-buena-cultura-financiera>

Laffer, L (2020). Una buena gestión financiera también es posible en tiempos de coronavirus. *Libre mercado*. <https://www.libremercado.com/2020-04-25/finout-una-buena-gestion-financiera-clave-para-sobrevivir-al-coronavirus-1276656509>

Lastra, A. (2021). Estimación del potencial de comerciantes. *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena, Colombia*.  
<https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/send/78-investigaciones/50327-estimacion-del-potencial-de-comerciantes-en-el-departamento-del-magdalena-2021.html>

López, P. (2022). *Educación financiera: Un reto pendiente en el Perú*. Banco BBVA.  
<https://www.bbva.com/es/pe/sostenibilidad/educacion-financiera-un-reto-pendiente-en-el-peru/>

- Luna, J. (2021). Las Micro y pequeñas empresas en el Perú resultados en el 2019. *Comex* Perú.  
<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>
- Marchena, A. Mendoza, J. y Castro, W. (2020). *Educación Financiera de los comerciantes del mercado de abastos de Pimentel - Chiclayo, 2020*. [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión].  
[https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3986/Amalia\\_Jose\\_Wilder\\_trabajo\\_bachiller\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3986/Amalia_Jose_Wilder_trabajo_bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mejía, D. (2018). Encuesta evidencia los desafíos de Argentina en educación financiera. *Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y Banco Central (BCRA)*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2018/10/encuesta-evidencia-los-desafios-de-argentina-en-educacion-financiera/>
- Melo, E. (2018). Los comerciantes minoristas y su aporte al desarrollo económico del Cantón Paján. [Tesis de grado, Universidad del Sur de Manabí].  
<http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/1112>
- Mendoza, J., Macías, G., y Parrales, M. (2021). Desarrollo empresarial de las mipymes ecuatorianas: su evolución 2015-2020. *Revista Publicando*, 8(31), 320-337. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2253>
- Monje, C. (2017). Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Colombia. Guía didáctica <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Morante, A. (2021). Que es la cultura financiera. *Revista Compara bien*.  
<https://comparabien.com.pe/blog-consejos/cultura-financiera-peru#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20cultura%20financiera,bienes tar%20econ%C3%B3mico%20de%20una%20persona.>



Morelos, J. (2021). La cultura financiera en México. *Privesa Sofom ENR*. <https://privesasofom.mx/blog/2021/04/07/la-cultura-financiera-en-mexico/#:~:text=La%20cultura%20financiera%20son%20los,productos%20y%2Fo%20servicios%20financieros.>

Organización Internacional del Trabajo (2017). Formalización de las empresas. Documento PDF. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_549523.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf)

Organización de Cooperación al Desarrollo OCDE (2020). Estrategias nacionales de inclusión y educación financiera en América Latina. Banco de Desarrollo e América Latina. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/Estrategias-nacionales-de-inclusion-y-educacion-financiera-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Pacheco, C. (2021). Que es desarrollo empresarial. Euroinnova International Online Education. <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-desarrollo-empresarial#queacutecute-es-desarrollo-empresarial-y-sus-caracteriacutesticasnbsp>

Patrón, C. (2020). Siete ideas de negocios rentables para los emprendedores. *Bussines Emprensarial*. <https://www.businessempresarial.com.pe/siete-ideas-de-negocios-rentables-para-los-emprendedores/>

Prado, J. (2019). *Produce: Comerciantes de mercados de abastos y bodegueros son capacitados para mejorar competitividad*. Ministerio de la Producción. <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/71393-produce-comerciantes-de-mercados-de-abastos-y-bodegueros-son-capacitados-para-mejorar-competitividad>

Quimbayo, F. Oviedo, O. y Cadena, H. (2020). *Formalización empresarial del establecimiento comercial StevHard en el municipio del Carmen de Apicalá – Tolima*. [Tesis de grado, Universidad Piloto]. <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/7505/Mono>

grafia-

%20Formalizaci%C3%B3n%20Empresarial%20del%20Establecimiento%20Comercial%20StevHard.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quiroa, M. (2021). Gestión del conocimiento. *Economipedia*.  
<https://economipedia.com/definiciones/gestion-del-conocimiento.html>

Rus, E. (2021). Investigación descriptiva. *Revista Economipedia*.  
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>

Salamea, P. (2020). Estudio de la cultura financiera de la ciudad de Cuenca. *Revista Polo del conocimiento*, 5(6), pp.260-295.  
<file:///C:/Users/Samsung/Downloads/Dialnet-EstudioDeLaCulturaFinancieraDeLaCiudadDeCuenca-7518078.pdf>

Salardi, J. (2019). *Cusco: Nuevo CDE del Produce permitirá elevar competitividad de unas 43 mil MYPES*. Ministerio de la Producción.  
<https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/71152-cusco-nuevo-cde-del-produce-permitira-elevar-competitividad-de-unas-43-mil-mypes>

Salvador, J., Marco, G., y Arquero, R. (2021). Evaluación de la investigación con encuestas en artículos publicados en revistas del área de Biblioteconomía y Documentación. *Revista Española de Documentación Científica*, 44 (2).  
<https://doi.org/10.3989/redc.2021.2.1774>

Soliz, A. (2019). *Análisis de la gestión financiera a corto plazo en empresas comerciales de computadoras, y equipos informáticos de Cuenca. Caso APC Cía. Ltda., 2016 – 2017*. [Tesis de grado, Universidad de Cuenca].  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/33440>

Tantaleán, F. (2020). *Factores que determinan el desarrollo de las Microempresas en el sector comercio textil en el distrito de Chiclayo*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].

[https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8912/Tantal%C3%A9an\\_Ze%C3%B1a\\_Francisco\\_Antonio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8912/Tantal%C3%A9an_Ze%C3%B1a_Francisco_Antonio.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Torreblanca, J. (2020). *Cultura financiera: Fase 0. Comex Perú*.  
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/cultura-financiera-fase-0>

Umaña, G. (2018). *Formalización empresarial*. Ministerio de comercio, industria y turismo, Colombia. *Revista MiPymes*.  
<https://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial>

Valle, A. (2020). *Planificación financiera una herramienta clave para el logro de objetivos empresariales*. *Revista Scielo*, 12(3).  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000300160](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160)

Villantoy, N. (2018). *Gestión y desarrollo empresarial y su incidencia en la efectividad de las Microempresas en Lima Metropolitana*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Federico Villarreal].  
<http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/3707/VILLANTOY%20OPALOMINO%20NORMA%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zúñiga (2019). *Realidad problemática de los comerciantes en la Avenida Ejército*. *Diario El Sol*. <https://diarioelsolcusco.pe/category/edicion-impresa/page/2/>

Zúñiga, J. (2019). *Nivel de Cultura Financiera de los comerciantes del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, año 2018*. [Tesis de grado, Universidad Andina Del Cusco].  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3342/Juli\\_a\\_Tesis\\_bachiller\\_2019.pdf?sequence=1](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3342/Juli_a_Tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1)

Zúñiga, A. (2019). *Propuesta para incentivar la Cultura Financiera del sector de vivanderas del centro comercial de la ciudad de Loja*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja.  
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22152>

## ANEXOS

### Anexo 1. Operacionalización

Tabla 1: Operacionalización de la variable independiente

Variable	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumento
<b>CULTURA FINANCIERA</b>	Según Eysaguirre Walter, se ha definido la cultura financiera como: "la combinación de conciencia, conocimiento, habilidad, actitud y comportamiento necesarios para tomar decisiones financieras robustas e informadas, para finalmente alcanzar un bienestar financiero individual".	Conocimiento Financiero.	Valor del dinero en el tiempo	Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.	Encuesta / Cuestionario
	Esta definición habla de lograr un bienestar financiero individual, teniendo como principio que el individuo es la base para el desarrollo familiar y por ende de la sociedad. Para ello la Educación Financiera buscará concientizar sobre el buen uso		Riesgo Intereses pagados sobre préstamos. Interés Simple Interés Compuesto Diversificación de la inversión Inflación. Instrumentos financieros. Responsabilidad sobre las decisiones financieras. Manejo de presupuesto. Pago de cuentas a tiempo.	Considera que existe un riesgo latente / frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar Considera que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo. Considera que la inflación no tiene impacto en su situación financiera Es consciente con sus responsabilidades de carácter financiero	
		Comportamiento financiero.			Encuesta /

de los recursos con los que cuentan cada persona.		Sobreendeudamiento	Consideran necesario implementar flujos de caja semanales y mensuales	Cuestionario
	Aptitud Financiera	Metas financieras a largo plazo. Preferencia de vivir del día a día Preferencia en el uso del dinero.	Considera que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos	

*Fuente: elaboración propia*

Variable Dependiente	CONCEPTO	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnicas e Instrumento
<b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>	Según Merodio, Juan, el desarrollo empresarial, también conocido como desarrollo de negocios o desarrollo de negocio, es en las ciencias empresariales es la gestión multidisciplinar para la definición de productos y servicios, encaminada a reforzar su comercialización. Esta definición más bien académica se centra por tanto en el crecimiento orgánico de la empresa,	Crecimiento Económico	Evolución positiva de estándares de vida. Capacidad productiva Aumento de cantidad de Bienes y Servicio.	Considera que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio	Encuesta / Cuestionario
		Competitividad	Exigencias de los consumidores. Adaptación a los cambios.	Considera que el desarrollo empresarial le va a generar una	Encuesta / Cuestionario

---

mejorando los servicios y productos en mercados existentes.

Innovación

mayor carga tributaria a su negocio.

Persona natural  
Persona Jurídica  
Acceso Créditos  
Créditos formales  
Créditos informales

Considera que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores

Formalización

Considera que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento

Análisis Documental

Considera que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio

## Anexo 2. Encuesta

### Encuesta dirigida a los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.

**Objetivo:** Las interrogantes formuladas en la presente encuesta tiene por objetivo recopilar los datos esenciales para el desarrollo del estudio titulado: **“CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO”**.

De tal forma, nos permitirá medir la variable dependiente: Cultura Financiera

Instrucciones: Trace una (X) la alternativa que considere necesario.

<b>1. COMPLETAMENTE DE ACUERDO</b>	<b>2. EN DESACUERDO</b>	<b>3. NI ACUERDO, NI DESACUERDO</b>	<b>4. DE ACUERDO</b>	<b>5. COMPLETAMENTE DE ACUERDO</b>
--	---------------------------------	---	------------------------------	--

<b>ENCUESTA</b>						
<b>ITEMS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CONOCIMIENTO FINANCIERO.</b>						
1	Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.					
2	Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar.					
3	Considera que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses.					
4	Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo.					
5	Considera que la inflación no tiene impacto en su situación financiera.					
<b>COMPORTAMIENTO FINANCIERO.</b>						
6	Es consciente con sus responsabilidades de carácter financiero					
7	Consideran necesario implementar flujos de caja semanales y mensuales					
<b>APTITUD FINANCIERA.</b>						
8	Considera que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas					
9	Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos.					



**Encuesta dirigida a los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.**

**Objetivo:** Las interrogantes formuladas en la presente encuesta tiene por objetivo recopilar los datos esenciales para el desarrollo del estudio titulado: **“CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO”**.

De tal forma, nos permitirá medir la variable independiente: Desarrollo Empresarial Instrucciones: Trace una (X) la alternativa que considere necesario.

<b>1. COMPLETAMENTE DE ACUERDO</b>	<b>2. EN DESACUERDO</b>	<b>3. NI ACUERDO, NI DESACUERDO</b>	<b>4. DE ACUERDO</b>	<b>5. COMPLETAMENTE DE ACUERDO</b>
--	---------------------------------	---	------------------------------	--

<b>ENCUESTA</b>						
<b>ÍTEMS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CRECIMIENTO ECONOMICO</b>						
1	Considera que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales					
2	Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio					
<b>COMPETITIVIDAD.</b>						
3	Considera que el desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria a su negocio.					
4	Considera que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores					
<b>FORMALIZACIÓN</b>						
5	Considera que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento.					
6	Considera que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio					

### Ficha de Investigación

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>VARIABLE DE ESTUDIO</b>	<b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>
<b>NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN</b>	CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO
<b>NOMBRE DEL LUGAR</b>	MERCADO DE SAN PEDRO
<b>RUC</b>	
<b>PERIODO A INVESTIGAR</b>	2021
<b>Documentos a solicitar</b>	<b>Contenido a evaluar</b>
Informe de Reporte de INFOCORP	Consolidación de comportamiento en el sistema financiero.
Historial Crediticio	Antecedentes de pagos o impagos.
Ficha RUC de los comerciantes.	Formalización ante SUNAT
Nivel de endeudamiento	Capacidad de pago.

### Anexo 3. Resolución de aprobación de Proyectos de Investigación.



#### FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 1219-FACEM-USS-2020

Chiclayo, 26 de noviembre de 2020.

#### VISTO:

El Oficio N°0605-2020/FACEM-DC-USS de fecha 25/11/2020, presentado por el (la) Director (a) de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad y el proveído del Decano de FACEM, de fecha 26/11/2020, sobre aprobación de proyectos de investigación, y;

#### CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 20 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 210-2019/PD-USS de fecha 08 de noviembre de 2019, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. **El período de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.**

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

#### SE RESUELVE

**ARTICULO ÚNICO: APROBAR** los proyectos de investigación, de los estudiantes del IX ciclo de la asignatura de Investigación I, sesión "A", de la modalidad presencial regular, semestre 2020- II, de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad, a cargo de la docente Mg. SUAREZ SANTA CRUZ LILIANA DEL CARMEN, según se indica en cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

**Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES**  
Decano(a)  
Facultad de Ciencias Empresariales

#### ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

#### CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
RESOLUCIÓN N° 1219-FACEM-USS-2020**

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TÍTULO	LÍNEA
1	AGAPITO FLORES ALEXIS RONALD	AUDITORIA TRIBUTARIA PREVENTIVA Y SU INCIDENCIA EN LOS RIESGOS TRIBUTARIOS EN LA EMPRESA COMERCIO Y DISTRIBUCIONES MARDANY E.I.R.L., CHICLAYO.	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2	ALARCON PERALTA SOLEDAD DIAZ REQUEJO VIVIANA BEATRIZ	PLANEAMIENTO TRIBUTARIO COMO HERRAMIENTA PARA EVITAR CONTINGENCIAS TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA J&J CLIMA FRIJO E.I.R.L. CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
3	ASTE CORBETTO GUISELA ELIZABETH MEGO HERNANDEZ CONSUELO ESTEFANIA	IMPACTO FINANCIERO A CONSECUENCIA DEL COVID 19 EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA METZER PERU SAC - LIMA	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4	BALDERA VENTURA ROSA MARIA	CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTION ADMINISTRATIVA Y CONTABLE DE LA EMPRESA CONSTRUYENDO CHICLAYO SAC - CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
5	BANDA CAMPOS KAREN JULISA MEGO QUESPE GLEDYS	GASTOS NO DEDUCIBLES Y SU IMPLICANCIA EN LA DETERMINACION DEL IMPUESTO A LA RENTA, EMPRESA SERVICIOS Y TRANSPORTES DILMER E.I.R.L.	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
6	BRENIS VASQUEZ, KATHERINE ESTEPHANI DELGADO CUBAS, ANGEL GUZMAN	PROCESO DE EJECUCION PRESUPUESTARIA Y LA CALIDAD DE GASTO EN OBRAS VIALES Y ORNATOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL SAN JOSE	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
7	LORDNEL SALAZAR VIVIANA DEL ROCIO IRIGOINDROGO RUTH ANALI	INCIDENCIA DEL PROGRAMA REACTIVA PERU EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA CONSULTORA & CONSTRUCTORA EURID SAC -CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
8	CRUZADO CUZQUE YULISSAYEBALDINE GARCIA QUINTANA ESTELITA	GESTIÓN DE COBRANZA PARA MEJORAR LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA EL AGUILA IMPORT S.R.L., CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
9	DE LA CRUZ RAMIREZ JOSE ANTONIO	GESTIÓN TRIBUTARIA PARA INCREMENTAR LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS MUNICIPALES EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SALAS	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
10	DELGADO CABRERA SHIGANA EDITH PAZ LLANOS LIZ MARITA	AUDITORIA OPERATIVA EN EL PROCESO DE COMPRAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO OPTICENTERSERVISIÓN S.A.C - TRUJILLO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
11	ESPINOZA PASTOR DARWIN JOSE MENDOZA CAMPOS HECTOR JESUS	CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA OPTIMIZAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA FERRETERIA BRAYAN E.I.R.L, FERREÑAFE	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
12	SACCACO DIAZ, DAN ISRAEL GASTELO GOMEZ, MAYUMI ELIANY RAMOS ESQUEN MANUEL	AUDITORIA OPERATIVA PARA MEJORAR LA GESTION DEL AREA DE LOGISTICA DE LA EMPRESA DESARROLLO INTEGRAL DE NUEVO PACHACUTEC SAC LIMA	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
13	HUANCA ZAPATA INGRID	SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTION DEL AREA DE TESORERIA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MORONA, LORETO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
14	RODRIGUEZ SANCHEZ, VICTOR JOEL HUERTAS CACERES, MARCO ARNALDO	GESTION FINANCIERA Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CECIPLAST SAC CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
15	LLONTO SANCHEZ MARY CIELO	PLAN DE CONTROL INTERNO Y SU REPERCUSION PARA DISMINUIR EL RIESGO TRIBUTARIO EN LA EMPRESA PESQUERA ROSSY ALESSANDRA S.A.C, CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
16	LOPEZ DIAZ SARA NOEMÉ MONSALVE ALVAREZ CRISTELMARGORI	PLANEAMIENTO TRIBUTARIO Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA LEONCITO SOCIEDAD ANÓNIMA, CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
17	LUCERO YAIPEN PAUL HANS MELENDES MUNDACA BRYAN NARCES	LA MOROSIDAD Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES SOL & CAFÉ Ltda JAÉN	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
18	MERINO SAMILLAN PAOLA JULISSA PÉREZ VIGO KEILA ANGELITA	PLANEAMIENTO FINANCIERO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA "SINERGIÁ PERÚ CONSULTORES GENERALES S.A.C. CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
19	MONTENEGRO VÁSQUEZ MILAGROS DE JESÚS	GESTIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL Y SU INFLUENCIA EN LA RECAUDACIÓN DE INGRESOS PROPIOS DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TUMÁN - CHICLAYO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
20	MUÑOZ DÁVILA MICHAEL JEFFRY	EVALUACION DE LA MOROSIDAD DEL IMPUESTO PREDIAL Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACION TRIBUTARIA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MORALES - TARAPOTO	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

 Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
RESOLUCIÓN N° 1219-FACEM-USS-2020**

N°	APellidos y Nombres	TÍTULO	LÍNEA
21	MUSAYON CHIRA DIANA CAROLINA RODRIGUEZ HUDOBRO RAQUEL	GESTIÓN DE COBRANZA TARIFA DE AGUA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO DE LA JUNTA DE USUARIOS MOTUPE	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
22	NIMA ÑOPO, ALEXANDRA CAROLINA RUIZ TORRES, CRISTINA MIRELLY	SISTEMA DE INVENTARIO VALORIZADO PARA MEJORAR LA GESTIÓN DEL ÁREA DE ALMACÉN PARA LA EMPRESA PROCESOS INDUSTRIALES ROMA SAC, CHICLAYO	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
23	ORDINOLA DEL CASTILLO MARÍA DEL ROSARIO TIPS IRÓN NATALY CRISTEL	FORTALECIMIENTO DEL CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE TESORERÍA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MOTUPE, LAMBAYEQUE	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
24	POZO VIRA TAMARA HARLEI	AUDITORIA TRIBUTARIA PREVENTIVA COMO INSTRUMENTO PARA REDUCIR CONTINGENCIAS TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA ESPROIN SAC, PIMENTEL	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
25	QUICHO MATAJUANAMERICIELO	PLAN FINANCIERO COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA PROCESOS INDUSTRIALES ROMA-CHICLAYO	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
26	RAMIREZ CARRASCO HARALUZ ZAMORA CALDERÓN JOSÉ ERLAND	FACTURACIÓN ELECTRÓNICA Y SU IMPACTO TRIBUTARIO EN LA EMPRESA BIODIA INVERSIONES FERRETERIAS E.I.R.L. CHICLAYO	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
27	REQUEJO ZAMORA JULIAN VÍCTOR	INFLUENCIA DEL IMPUESTO PREDIAL EN LA RECALCULACIÓN TRIBUTARIA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SANTA CRUZ	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
28	ROSILLO MAORIO, RODGER PAÚL	CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
29	SALAZAR CORNEJO ALEXANDRA JOHANA SALAZAR GUEVARA STEFANY CATHERINE	PLANEACIÓN FINANCIERA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD EN LA COMISIÓN DE RESANTES DEL SUB SECTOR DE RIBCO CHONGOSAYPE	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
30	SALAZAR TULLIAME FERNANDO BRAHMAN TRADO MEDINA LESLY EVELYN	SISTEMA DE COSTOS ABC PARA OPTIMIZAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA PIJADORA NUEVO HORIZONTE SAC – CHICLAYO	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO
31	SÁNCHEZ RAMOS MELISKA LORENA	ALICATORIA TRIBUTARIA PREVENTIVA COMO HERRAMIENTA PARA EVITAR CONTINGENCIAS TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA SERVIMED PERÚ SAC, CHICLAYO.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y DIPLOMADO

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

## Anexo 4. Consentimiento Informado.

### FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

El propósito de este formulario es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con el documento digital firmado.

La presente investigación se titula **"CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO"** y es elaborado por el investigador Rosillo Madrid Rogger Paul, de la Universidad Señor de Sipán, Lambayeque. Este proyecto tiene apoyo por la asesora Mag. Lilliana Del Carmen Suárez Santa Cruz, perteneciente, a la Escuela de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán. El propósito de la investigación es ***"Determinar el efecto de la Cultura Financiera en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco"***.

Para ello, se le solicita participar en una encuesta que le tomará 8 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria, del mismo modo podrá decidir su interrupción en cualquier momento. Asimismo, aclarar que su participación no le ocasionara ningún inconveniente o perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente.

Su identidad y respuestas será tratadas de manera anónima, de la misma manera la información recolectada será analizada junto con las respuestas de los demás participantes, la cual servirá de base a los investigadores para generar los resultados referentes a la investigación, cuya finalidad es netamente académica.

Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

1. Razón Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Gonza Lucana, Eustaquia

Firma del participante o DNI: 23842753

Firma del investigador (o encargado de recoger información):




2. Razón Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Almanza Collavinos, Katherine M.

Firma del participante o DNI: 70412295

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

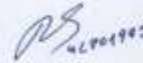


3. Razón Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Pacheco Pantoja, Lucía

Firma del participante o DNI: 23915952

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



4. Razón Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Cartagena Huilcapas, Zenayda

Firma del participante o DNI: 43081550

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



5. Razón Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Pezo Cavero, Laureano

Firma del participante o DNI: 23906687

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



6. Razón Social de la Empresa: Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Cruz Huayhua, Giovanna

Firma del participante o DNI: 24005051

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

7. Razón Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Yupanquí Baez, María Luisa

Firma del participante o DNI: 43644812

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

8. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Fernandez Garcia, Celia.

Firma del participante o DNI: 24001590

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

9. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Paucar Fucilla, Margot.

Firma del participante o DNI: 40372833

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

10. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Curi Sota, Rosaida.

Firma del participante o DNI: 45293736

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



11. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Palomino Gamarra, Maribel.

Firma del participante o DNI: 23986921

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



12. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Escobedo Gorveña, Carmen.

Firma del participante o DNI: 23958775

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



13. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Cartagena Puma, Silveiro.

Firma del participante o DNI: 23892589

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



14. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Hinojosa Huamán, Vilma

Firma del participante o DNI: 23958421

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



15. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Tito Chamorro, Elizabeth.

Firma del participante o DNI: 41320684

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

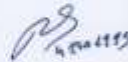


16. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Tito Chamorro, Clorinda.

Firma del participante o DNI: 23977745

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):



17. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Checca Apaza, Flor de Maria.

Firma del participante o DNI: 72743452

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):




18. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Huañac de Pacheco, Faustina.

Firma del participante o DNI: 23819285

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):



19. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Corvacho Huamán, Leonor.

Firma del participante o DNI: 23959478

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):



20. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Tito Loayza, Carmen Rosa.

Firma del participante o DNI: 23821910

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):



21. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Flores Quispe, Doris Marleny

Firma del participante o DNI: 23865033

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):



22. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Sancho Baca, Anselma.

Firma del participante o DNI: 23912334

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):




23. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Machaca Tito, Deysi.

Firma del participante o DNI: 46660460

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):

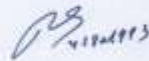


24. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Escalante Prieto, Ofelia.

Firma del participante o DNI: 40122926

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):



25. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Quispe de Ríos Faustina.

Firma del participante o DNI: 23825131

Firma del Investigador (o encargado de recoger información):



26. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Chullca de Torres, Luisa Gavina.

Firma del participante o DNI: 23879078

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



27. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Mamani Medrano, María Belén.

Firma del participante o DNI: 23910521

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



28. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Llamocca Albaro, Ruth Magali.

Firma del participante o DNI: 42556522

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



29. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Sulca de Zavaia, Beatriz.

Firma del participante o DNI: 23908254

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



30. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Tuero Quispe, Agustina.

Firma del participante o DNI: 23910306

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



31. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Meza Chávez, Guadalupe.

Firma del participante o DNI: 23994849

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



32. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Morales Sota, Maria Magdalena.

Firma del participante o DNI: 23859760

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

33. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Molina Quiñonez, Georgina.

Firma del participante o DNI: 23857436

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

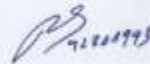


34. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Qquecho Galiano, Flavia.

Firma del participante o DNI: 23918671

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



35. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Galiano Gutiérrez, Clorinda.

Firma del participante o DNI: 23905081

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



36. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Curo Díaz, Zenovia.

Firma del participante o DNI: 42581884

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



37. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Huilca Gómez, Rebeca.

Firma del participante o DNI: 20155512

Firma del investigador (o encargado de recoger información):




38. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Aguilar Condori, Luz.

Firma del participante o DNI: 23858555

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



39. Razon Social de la Empresa : Mercado de San Pedro , Cusco , Perú

Nombre del Participante: Vargas Peña, Anny.

Firma del participante o DNI: 23824040

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



40. Razon Social de la Empresa: Mercado de San Pedro, Cusco, Perú

Nombre del Participante: Ramos Valderrama, Rocio.

Firma del participante o DNI: 24381732.

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



## Anexo 5 . Validación de instrumento

Experto 1:

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE CONTABILIDAD**

Chiclayo, 26 de agosto del 2021

Señor.

**Mg. Antonio Mendo Otero**

Ciudad.

**Chiclayo**

Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que el suscrito es estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Investigación II, estoy trabajando la Investigación: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO".

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos me permito solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de nuestro trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente

---

Rosillo Madrid, Rogger Paúl  
DNI N°

## INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

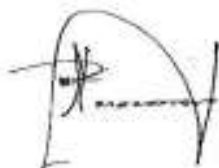
NOMBRE DEL JUEZ		Ricardo Francisco Antonio Mendo Otero
	PROFESION	Contador Público
	ESPECIALIDAD	Finanzas
	EXPERIENCIA PROFESIONAL( EN AÑOS)	39 años
	CARGO	Docente Universitario
<b>CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO.</b>		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	Rosillo Madrid, Rogger Paúl	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar el efecto de la Cultura Financiera en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.	
	<u>ESPECIFICOS</u> Identificar el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.  Evaluar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.  Analizar en qué medida la cultura financiera va a contribuir con el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.	
	Recopilar los datos esenciales para el desarrollo del estudio titulado: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO".	
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO		



<p>EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "7.4" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>	
<p>DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de ítems y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p><b>CULTURA FINANCIERA</b></p>	
<p>Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.</p>	<p>TA(x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar.</p>	<p>TA(x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>Considera que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses.</p>	<p>TA(x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo.</p>	<p>TA(x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>Considera que la inflación tiene impacto en su situación financiera.</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>Es consciente con sus responsabilidades de carácter financiero.</p>	<p>TA(x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

Consideran necesario implementar flujos de caja semanales y mensuales.	TA( x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas	TA( x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos.	TA( x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
<b>DESARROLLO EMPRESARIAL.</b>	
Considera que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales	TA( x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio.	TA(x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria a su negocio.	TA(x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores.	TA( x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento.	TA( x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio.	TA(x )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	N° TA 15 N° TD _____
<b>COMENTARIO GENERALES</b>	
<b>OBSERVACIONES</b>	

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, cursive letter 'A' with a horizontal line through the middle and a vertical line on the left side.

---

JUEZ - EXPERTO  
DNI 16589291

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Ricardo Francisco Antonio Mendo Otero, Magister en Docencia Universitaria, docente adscrito a la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborado por: Rosillo Madrid, Rogger Paúl, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO"

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, agosto del 2021.



---

JUEZ - EXPERTO  
DNI: 16589291

Experto 2:

---

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE CONTABILIDAD

Chiclayo, 26 de agosto del 2021

Señora:

**Dra. María Rosa Cruzado Puente**

Ciudad.

**Chiclayo**

Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que el suscrito es estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Investigación II, estoy trabajando la Investigación: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO".

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos me permito solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de nuestro trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente

---

Rosillo Madrid, Rogger Paúl  
DNI N°

## INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		María Rosa Cruzado Puente
	PROFESIÓN	Contador Público
	ESPECIALIDAD	Finanzas
	EXPERIENCIA PROFESIONAL( EN AÑOS)	30 años
	CARGO	Docente Universitario
<b>CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO.</b>		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	Rosillo Madrid, Rogger Paúl	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar el efecto de la Cultura Financiera en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Identificar el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.  Evaluar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.  Analizar en qué medida la cultura financiera va a contribuir con el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.	

OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recopilar los datos esenciales para el desarrollo del estudio titulado: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO".
--------------------------	---

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO será aplicado a las unidades de análisis de	El instrumento consta de ítems y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido sometido a prueba de piloto para el cálculo de la coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será esta investigación.
--	--

<b>CULTURA FINANCIERA</b>	
Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.	TA(X)      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar.	TA(X)      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses.	TA( X )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo.	TA( X )      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

Considera que la inflación tiene impacto en su situación financiera.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Es consciente con sus responsabilidades de carácter financiero.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Consideran necesario implementar flujos de caja semanales y mensuales.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
<b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>	
Considera que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria a su negocio.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____



Considera que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio.	TA( X )                      TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	N° TA <u>15</u> N° TD <u>0</u>
<b>COMENTARIO GENERALES:</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> Ninguna	

  
 \_\_\_\_\_  
 JUEZ EXPERTO

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, María Rosa Cruzado Puente, Doctora en Educación y Magister en Administración y mención en Gerencia Empresarial, Docente universitario, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborado por: Rosillo Madrid, Rogger Paúl, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO"

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, agosto del 2021.

  
JUEZ - EXPERTO

Experto 3:

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE CONTABILIDAD**

Chiclayo, 26 de agosto del 2021

Sr.

**Dr. Sebastián Ramon Llontop**

Ciudad.

**Chiclayo**

Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que el suscrito es estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Investigación II, estoy trabajando la Investigación: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO".

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos me permito solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de nuestro trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente

---

Rosillo Madrid, Rogger Paúl  
DNI N°

## INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Sebastián Ramon Llontop
	PROFESION	Contador Público
	ESPECIALIDAD	TRIBUTACIÓN
	EXPERIENCIA PROFESIONAL( EN AÑOS)	30 AÑOS
	CARGO	Docente Universitario
<b>CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO.</b>		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	Rosillo Madrid, Rogger Paúl	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar el efecto de la Cultura Financiera en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Identificar el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.  Evaluar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.  Analizar en qué medida la cultura financiera va a contribuir con el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco.	
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recopilar los datos esenciales para el desarrollo del estudio titulado: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO".	

<p>EVALUE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>	
<p>DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de ítems y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p><b>CULTURA FINANCIERA</b></p>	
<p>Considera que el dinero es fundamental para sus operaciones habituales.</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>Considera que existe un riesgo latente frente a cualquier inversión financiera que puedan realizar.</p>	<p>TA(x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>Considera que todo préstamo que puedan realizar conllevará al pago de elevados intereses.</p>	<p>TA(x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>Está de acuerdo en que los financiamientos obtenidos sean exclusivamente para capital de trabajo.</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>Considera que la inflación no tiene impacto en su situación financiera.</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>Es consciente con sus responsabilidades de carácter financiero.</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>

Consideran necesario implementar flujos de caja semanales y mensuales.	TA(x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que la cultura financiera optimizará el manejo de sus finanzas.	TA( x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera oportuno destinar sus recursos obtenidos a inversiones antes que a gastos.	TA(x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
<b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>	
Considera que su desarrollo empresarial le permitirá acceder a mejores oportunidades comerciales	TA( x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial se complementa con la capacidad productiva de su negocio.	TA(x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial le va a generar una mayor carga tributaria a su negocio.	TA(x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que al mejorar sus condiciones económicas y comerciales se logrará una mayor satisfacción de los consumidores.	TA( x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial le va a permitir acceder a mayores fuentes de financiamiento.	TA( x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____
Considera que el desarrollo empresarial irá aparejado con el régimen tributario al que podría acceder su negocio.	TA( x ) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	Nº TA 15 - Nº TD _____
<b>COMENTARIO GENERALES</b>	
<b>OBSERVACIONES</b>	



Dr. CPC. Sebastian Ramón Llantop  
MAT. 2188

JUEZ - EXPERTO

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, SEBASTIAN RAMÓN LLONTOP Doctor en CONTABILIDAD Y FINANZAS, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborado por: Rosillo Madrid, Rogger Paúl, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO"

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, agosto del 2021.



Dr. CPC. Sebastian Ramón Llontop  
MAT. 2188

---

JUEZ – EXPERTO  
DNI 16628148



Anexo 6 . Formato T-1



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR  
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 07 de setiembre de 2022

Señores  
Vicerrectorado de Investigación  
Universidad Señor de Sipán  
Presente. -

EL suscrito:

**Rosillo Madrid Rogger Paul con DNI 42801993**

En mí calidad de autor exclusivo del trabajo de grado titulado: "*Cultura Financiera y su efecto en el Desarrollo Empresarial en los comerciantes del Mercado San Pedro, Cusco*", presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar el título de CONTADOR PUBLICO, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de CONTABILIDAD, por medio del presente escrito autorizo al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Rosillo Madrid RoggerPaul	42801993	

## Anexo 7. Acta de Originalidad.



### ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **Chapoñan Ramírez, Edgard**, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Contabilidad y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1220-FACEM-USS-2020, del (los) estudiante (s), **Rogger Paul Rosillo Madrid** Titulada "CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO, CUSCO"

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 7 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 21 de noviembre de 2022



Mg. Chapoñan Ramírez Edgard  
DNI N° 43068346

Mg. Chapoñan Ramírez Edgard  
DNI N° 43068346

## Anexo 8. Reporte de Turnitin

**Reporte de similitud**

---

<p>NOMBRE DEL TRABAJO</p> <p><b>CULTURA FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN PEDRO</b></p>	<p>AUTOR</p> <p><b>Rosillo Madrid Rogger Paúl</b></p>
---	---

---

<p>RECuento DE PALABRAS</p> <p><b>22553 Words</b></p>	<p>RECuento DE CARACTERES</p> <p><b>129510 Characters</b></p>
<p>RECuento DE PÁGINAS</p> <p><b>95 Pages</b></p>	<p>TAMAÑO DEL ARCHIVO</p> <p><b>1.2MB</b></p>
<p>FECHA DE ENTREGA</p> <p><b>Nov 14, 2022 9:29 AM GMT-5</b></p>	<p>FECHA DEL INFORME</p> <p><b>Nov 14, 2022 9:35 AM GMT-5</b></p>

---

● **7% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

<ul style="list-style-type: none"><li>• 4% Base de datos de Internet</li><li>• Base de datos de Crossref</li><li>• 4% Base de datos de trabajos entregados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 0% Base de datos de publicaciones</li><li>• Base de datos de contenido publicado de Crossref</li></ul>
--	--

● **Excluir del Reporte de Similitud**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Material bibliográfico</li><li>• Coincidencia baja (menos de 15 palabras)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Material citado</li></ul>
---	---

---

Resumen