



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**LAS MICROFINANZAS DE LOS COMERCIANTES
DEL MERCADO DE ABASTOS DE CAJABAMBA –
2018**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL
DE BACHILLER EN CONTABILIDAD**

Autor (es):

Robles Valdéz Raúl Piomer

Asesor:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel – Perú

2020

RESUMEN

El Presente trabajo de investigación titulado: Las Microfinanzas en el mercado de Abastecimiento de Cajabamba, tuvo como objetivo general analizar las microfinanzas de los comerciantes del mercado, mediante una metodología descriptiva no experimental, la muestra de la investigación estuvo conformada por 150 comerciantes. Para la evaluación de dicho objetivo se utilizó la técnica de encuesta el cual contribuyó con el análisis de los resultados. Concluyendo que los comerciantes del mercado de abastecimientos no tienen conocimiento suficiente de la importancia de las Microfinanzas, sin embargo, empíricamente siempre están involucrado debido a que todos trabajan con microcréditos para invertir en sus negocios.

Palabra clave: Microfinanzas.

ABSTRAC

The present research work entitled: Microfinance in the supply market of Cajabamba, had as its general objective to analyze the microfinance of market traders, through a non-experimental descriptive methodology, the sample of the research was made up of 150 traders. For the evaluation of this objective, the survey technique was used, which contributed to the analysis of the results. Concluding that the merchants of the supply market do not have enough knowledge of the importance of Microfinance, however, empirically they are always involved because they all work with microcredit to invest in their businesses.

Keyword: Microfinance.

INDICE

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN..... | 2 |
| ABSTRAC..... | 3 |
| INDICE 4 | |
| I. INTRODUCCIÓN | 5 |
| 1.1 Realidad Problemática..... | 5 |
| 1.2 Antecedentes..... | 7 |
| 1.3 Teorías Relacionadas | 10 |
| 1.4 Formulación del problema | 12 |
| 1.5 Justificación del estudio | 12 |
| 1.6 Hipótesis | 13 |
| 1.7 Objetivos | 13 |
| II. MATERIAL Y MÉTODO | 14 |
| 2.1 Tipo y Diseño de la investigación | 14 |
| 2.2 Población y muestra | 14 |
| 2.3 Variables y operacionalización | 15 |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 16 |
| 2.5 Procedimientos y análisis de datos..... | 17 |
| 2.6 Criterios éticos | 17 |
| 2.7 Criterios de rigor científico | 18 |
| III. RESULTADOS | 19 |
| IV. DISCUSIÓN | 26 |
| V. CONCLUSION | 28 |
| VI. RECOMENDACIONES | 29 |

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Esquievel y Martinez (2018) En la revista Contra línea se manifestó que en el presente estudio que realizaron los especialistas de finanzas, han detectado que: las tasas de interés que cobran las instituciones financieras a los comerciantes de la ciudad de México son muy elevadas y demasiados desmedidas debido a que los prestamos requeridos que se hacen son por gente de bajos recursos la cual debería ser evaluada por los microcréditos.

Los países como Nicaragua e India son un ejemplo claramente sobre las alzas de las tasas de interés, debido a que, en el primer país, el movimiento de no pago que fue impulsado por los agricultores, en mención al aumento excesivo que las instituciones cobraban por las tasas a crédito, este problema repercutó en la decisión gubernamental debido a que impuso techos a las tasas de interés, algo que perjudica un debilitamiento en el sistema bancario. (p.2)

Un artículo publicado por el diario La Tribuna recalcó que encuentra una relación de género en los microcréditos, ya que en los últimos años se han visto un porcentaje considerable sobre las influencias de las mujeres en el ámbito de préstamos financieros en los diversos proyectos de emprendedurismo.

El sector cooperativo es una entidad dirigida democráticamente que busca satisfacer las necesidades económicas de la población, es por ello que existen miles de afiliados que desempeñan varias actividades productivas en la economía hondureña. Sin embargo, el gerente general de Cooperativa explico que existen cambios en la inclusión financiera que busca incluir a las mujeres y las personas que tienen dificultades para solicitar financiamiento, es decir que las personas de bajos recursos tengan la misma accesibilidad que las personas que poseen recursos. La (Tribuna, 2018, p. 3)

(Cruz, 2017, p.4) En el artículo publicado en la revista El financiero explicó que,

México es visto en América Latina como un caso escandaloso que permite tasas de intereses en operaciones de microcrédito formal equiparables a las de la usura ilegal, es decir, aquellas que superan el 100 por ciento. Ante eso la autoridad generalmente busca soluciones rápidas en las que la reducción de tasas de interés en la microfinanzas se dé por decreto o entregando el crédito directamente con un subsidio insostenible a la tasa; por su parte, las instituciones pugnan por que la tasa de interés activa sea la más alta posible.

(Arias, 2018, p.2). En el artículo publicado en el diario El colombiano mencionó que “En Colombia ya son 54 las empresas que se consideran familiarmente responsables”

Es decir que tiene políticas para mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y la intención es que de aquí al año 2020 sean cien las que hayan implementado ese modelo. Más Familias es la encargada de certificar empresas familiarmente responsables, se orientan hacia la promoción de soluciones como el teletrabajo.

En promedio las empresas certificadas aplican entre 50 o 60 medidas de conciliación, aunque hay algunos casos en los que llegan a 180. Las más usuales tiene que ver con la flexibilidad de los tiempos de trabajo y las asociadas a la maternidad, pero también se cuentan otras más innovadoras como las ayudas para que el trabajador practique alguna actividad física o deporte. (p.2)

En Perú, la Revista (El Microfinanciero, 2017, p.3), acotó que las microfinanzas contienen factores claves con el fin de favorecer a los comerciantes los cuales se reducen en poder identificar entidades que puedan desarrollarse debidamente en sus indicadores financieros:

Otro factor a tomar en cuenta sería verificar el grado de inclusión financiera que se tiene en las zonas rurales, lo cual es sumamente importante para el desarrollo empresarial de las personas que quieran emprender un determinado negocio. Menciona que en los últimos años las cajas municipales lograron un importante incremento, tanto de colocaciones como de captaciones. Este crecimiento es normal en el desarrollo de las microfinanzas en el país. (p.5)

El mercado Central de Abastecimiento, es un mercado que ha venido consolidándose y creciendo año a año, por lo que hoy en día alberga a 200 comerciantes (Puestos), que diariamente se esfuerzan por salir adelante, ya que todos tienen una familia que depende mucho de ellos, además de querer mejorar la calidad de vida que tienen, ya que muchos de ellos aún tienen condición de pobres.

Pero así mismo este sector ha creado nuevas oportunidades, cambios, acceso a trabajar con otras entidades como por ejemplo las financieras, cajas municipales y micro financieras. Sin embargo, en su mayoría no tienen conocimiento de que son las microfinanzas, los créditos que han adquirido en el pasar de los años ha sido con el fin de seguir desarrollándose como empresarios pero desconocen si realmente este objetivo ha logrado darse, porque empíricamente consideran que algunas veces logran crecer un poco pero no lo esperado, todo ello porque no tienen el conocimiento suficiente, entonces decimos que la presente investigación busca analizar el desempeño de los comerciantes y el nivel de conocimiento que tienen sobre las microfinanzas

1.2 Antecedentes

En La Paz Guzmán Vedia (2014), desarrolló una investigación “Las Microfinanzas un medio en el desarrollo de iniciativas empresariales para las mujeres de escasos recursos en la ciudad de La Paz”, se consignó como objetivo general analizar el aporte significativo de la Banca Comunal en el desarrollo de las iniciativas empresariales sobre las diferentes dimensiones del empoderamiento de las mujeres de escasos recursos en el proceso de mejorar las condiciones de vida. El estudio fue descriptivo-explicativo, teniendo como población a los clientes de emprender Banca Comunal.

Se concluyó que la economía refleja niveles bajos de ingresos para las familias, así como mínimas fuentes de empleos fijos, estas desventajas restringen el acceso a servicios de créditos financieros. Por lo que el programa comunal ayuda a las personas emprendedoras que desean superarse desarrollando habilidades empresariales. (p.75)

En Valladolid Madrazo y Lacalle Calderón (2015), desarrolló una investigación “El impacto de las microfinanzas sobre el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo”, se consignó como objetivo general advertir del impacto que las microfinanzas tienen a nivel macroeconómico.

El estudio fue descriptivo-explicativo, teniendo como instrumentos la ficha documental y la entrevista.

Se concluyó que existen determinadas funciones de las entidades financieras sensibles para influir en el crecimiento económico. De esta forma generara crecimiento para los agentes financieros, por el contrario, en los países de vías de desarrollo es un poco más complicado acceder a créditos financieros por lo que puede limitar el crecimiento económico o presentarle limitaciones. (p.78)

En Lima Flores (2018), desarrolló una investigación “Microfinanzas y su relación con la calidad del servicio en las MYPES del distrito Callao, 2014”, se consignó como objetivo general determinar el nivel de relación entre la percepción del manejo de las Microfinanzas con la calidad del servicio de atención financiera en las MYPES del distrito Callao, 2014. El estudio fue descriptivo-correlacional, con un diseño no experimental. Se tomaron como instrumentos la ficha documental y el cuestionario.

“Se concluyó que existe una relación altamente significativa, entre la calidad de servicio y el uso de las microfinanzas, por lo que se sugirió promover una mejor calidad de servicios financieros en las Mypes del Callao.” (p.56)

En Cajamarca Tuestas (2017), desarrolló una investigación “Contribución de las microfinanzas y la educación en la disminución del nivel de la pobreza de las familias del distrito de Cajamarca 2003-2015”, se consignó como objetivo general determinar y analizar la contribución de las microfinanzas y la educación en la disminución de la pobreza en el distrito de Cajamarca: 2003-2015. El estudio fue descriptivo-correlacional. Se tomó como instrumento la ficha documental.

Se concluyó que existen factores relacionados a la pobreza, y son las microfinanzas y la educación, por otro lado, gracias a los avances de

especialización de las microfinanzas en Cajamarca se pudo llegar a la población de bajos ingresos. Por tanto, las microfinanzas cumplen un rol importante porque generan crecimiento económico en el Distrito de Cajamarca a través del microcrédito. (p.60)

En Trujillo Vásquez (2014), desarrolló una investigación “Influencia de la microfinanzas en el nivel de vida de los clientes de la Asociación Sinergia del distrito de La Esperanza 2010-2012”, se consignó como objetivo general determinar la influencia de las Microfinanzas en el nivel de vida de los clientes de la Asociación SINERGIA en el Distrito de la Esperanza. 2010 - 2012. El estudio fue descriptivo con un diseño no experimental. Se tomó como instrumento la encuesta y la guía de análisis.

Se concluyó que gracias a que las mujeres microempresarias se desarrollan con facilidad no solo en el ámbito económico sino también de manera integral, en sus empresas o negocios. Se traduce como que las microfinanzas influyen de una manera positiva, para cambiarles de manera positiva la vida y la de su familia. (p.74)

Ramirez (2017), con su tesis titulada “Las microfinanzas como principal propulsor del desarrollo económico de las Mypes dedicadas a la venta de repuestos automotrices ubicadas en la Avenida Leguía de Chiclayo - 2011”, El objetivo general fue determinar el efecto de las microfinanzas en el desarrollo económico de las Mypes dedicadas a la venta de repuestos automotrices ubicadas en la avenida Leguía de Chiclayo. El estudio es de tipo aplicada-correlacional, el instrumento que se utilizó fue la encuesta.

La investigación concluyó que las empresas que accedieron a las microfinanzas experimentan cierto crecimiento en sus niveles de ingresos, así como en el volumen de sus activos, en su rentabilidad y hasta en el número de trabajadores, por tanto, las microfinanzas, es un principal impulsor ya que el 76% accedió a ella.

1.2 Teorías Relacionadas

1.2.1 Microfinanzas

Las micro finanzas, se refiere a la provisión de servicios financieros a personas de bajo ingresos, especialmente a los pobres. Las entidades que llevan a cabo esas actividades son denominadas instituciones micro financieras (IMF), a las que se puede definir como toda organización -unión de crédito, banco comercial pequeño, organización no gubernamental financiera, o cooperativa de crédito- que provee servicios financieros a los pobres. Tales servicios incluyen financiamiento, instrumentos de ahorro y de pago, entre otros. (Gutiérrez y Unceta, 2015, p.104).

Microfinanzas, por lo tanto, se refiere a servicios. Finanzas a escala reducida, especialmente crédito y ahorros, que se proporcionan a las personas que tienen negocio, pesca o cría de animales; que opera pequeñas empresas o microempresas donde se encuentra producir, reciclar, reparar o vender mercadería; que prestan servicios; ellos ganan un ingreso por el alquiler de pequeñas parcelas de tierra, vehículos, animales de trabajo o maquinaria y herramientas; ya otros individuos y grupos en el entorno local de los países en desarrollo. Desarrollo, tanto en zonas rurales como urbanas. Muchos de ellos tienen múltiples fuentes de ingreso. (Ferrer y Ginés, 2010, p. 89).

1.3.1.1 Importancia de las microfinanzas

El diario Perú21 mencionó que la FEPCMAC acotó que las microfinanzas son una estrategia productiva para desarrollar un alto nivel de crecimiento en la economía del país, por lo que las empresas de diverso dinamismo permiten mayores estrategias en su sistema financiero. (Perú21, 2016, p.3).

1.3.1.2 Microcrédito y microfinanzas

(Álvarez, 2013) Comenta que cuando se habla de microcrédito, resulta fácil confundir este concepto con el de microfinanzas. Hay personas que consideran al microcrédito como un producto de las microfinanzas, para otras, los términos son sinónimos y para algunas, se trata de dos cosas totalmente diferentes.(s/p)

(Cruz, Perez, y Piedra, 2013, p.7). Manifestaron que los microcréditos son situaciones ventajosas para aquellas personas que tienen alguna dificultad y que a su vez son estimados como individuos que carecen de oportunidades para acceder a préstamos cuantiosos, sin embargo, tienen la disponibilidad de conceder créditos que mejoren su nivel de vida.

La diferencia entre microcrédito y microfinanzas puede ser un poco confusa, pero es importante. Ambos términos están vinculados y hacen referencia a transacciones de pequeña cuantía, pero el microcrédito se relaciona exclusivamente con la concesión de préstamos; en cambio, las microfinanzas hacen referencia a una amplia gama de servicios financieros, entre los cuales se incluye el microcrédito. Se podría decir que las microfinanzas son una evolución del sistema de microcréditos.

Sin embargo, las micro finanzas precisan que se trata de una provisión de los servicios financieros y que son los que afrontan las dificultades que tienen las personas con recursos económicos escasos. A la vez se crearon tecnologías de microcréditos que facilitan un intercambio al momento de utilizar la tecnología eficiente, ya que se caracteriza por ser de libre disponibilidad. (Coca, 2014, p. 8).

1.3.2.3 El desarrollo del mercado de las micro finanzas.

(García, Perossa, y Roncancio, 2015, p. 15). Aportaron que el crecimiento del nivel económico de un país existe por la necesidad que los microempresarios transmiten:

siendo ellos los que tienen impulsos de abarcar un mercado influyente para su desarrollo, expandiendo grandes segmentos de servicios que carecen de la población más pobre. Asimismo, manifiesta que es necesario ofrecer diversos servicios financieros que puedan ser cancelados por diversas transacciones hasta los envíos que hacen del exterior, facilitando

que non existan límites, ni nexos para el crecimiento de la industria de las micro finanzas.

1.3.2.4 Principales características de los microcréditos.

Reducir los niveles de pobreza, es decir, mejorar las condiciones de vida de los más pobres. Sacar del círculo vicioso de la pobreza a los más desfavorecidos a través de la financiación de pequeños negocios.

Son la repuesta a la falta de acceso al crédito por parte de millones de personas excluidas de los sistemas financieros formales. Por tanto, son una herramienta para reducir las diferencias en el acceso a la financiación.

Se centran en préstamos de pequeñas cantidades de dinero para los más necesitados. La cuantía media de los microcréditos varía mucho dependiendo del continente donde se preste.

Son operaciones de préstamo muy sencillas y con pocos trámites burocráticos. Los periodos de reposición son muy cortos y en cada reembolso las cantidades también son muy pequeñas.

Se conceden sin avales ni garantías patrimoniales. El microcrédito se basa en la confianza hacia el prestatario, bien porque su proyecto de negocio constituya el aval por sí mismo.

1.3 Formulación del problema

¿Por qué es importante las microfinanzas en el mercado Central de Cajabamba?

1.4 Justificación del estudio

La presente investigación se justifica metodológicamente en el libro de (Ñaupas, Mejía, Novoa, y Villagómez, 2014, s/p), porque utilizará el proceso del método científico, ya que identificamos el problema, ahí nació la formulación del problema y en base a ello se diseñó una hipótesis como posible respuesta a la interrogante.

Justificación Metodológica. se refiere al estudio de la investigación en el momento que se va a realizar, y poder determinar una nueva estrategia o método que faciliten obtener una información adecuada y concordante, por lo que esta investigación se relaciona a contrastar con lo mencionado.

Justificación Social. permite asimilarse con el proceso y el resultado que se pretende manifestar, además, facilita medios que comprueben la veracidad de la información que se está dando a conocer, ya que se pretende a dar solución de los objetivos.

Justificación Teórica. se hace en el momento que se necesita obtener una reflexión y una contraposición sobre la información obtenida, por lo que busca dar a conocer respuestas a los desacuerdos generados en la investigación.

1.5 Hipótesis

Las microfinanzas en el mercado central si son relevantes.

1.6 Objetivos

General

Analizar las microfinanzas de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba.

Específicos

Evaluar las microfinanzas de los comerciantes del Mercado Central de Cajabamba.

Diseñar estrategias para mejorar el conocimiento de las microfinanzas del Mercado Central de Cajabamba.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de la investigación

1.1.1 Tipo

La presente investigación es de tipo descriptiva

Según (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 98). una investigación descriptiva es “busca especificar las características, elementos, propiedades, maneras de un grupo de personas, objetos, procesos y cualquier otro fenómeno que se encuentre en estudio”. Por lo que durante la investigación se observó las características de los comerciantes del mercado central de Cajabamba.

1.1.2 Diseño

El diseño de la presente investigación es no experimental de corte transversal.

Según (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 154). una investigación no experimental es estudiar las variables en su contexto natural, tal cual como se encuentra, es como si se tomará una foto de algo que sucede, y transversal porque se hará la descripción de la población en estudio en un determinado tiempo.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Según (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 170) nos dice que la población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Para la presente investigación la población estuvo conformada por todos los comerciantes (250) del mercado central de Cajabamba.

2.2.2 Muestra

Para (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 170) la muestra es definida como “un sub grupo de la población de interés sobre el cual se puede hacer el

estudio, recolectar información y que tiene que definirse, delimitarse de antemano con precisión. Además debe ser representativo de la población”.

Para la presente investigación se utilizó un muestro probabilístico, ya que todos los comerciantes tienen la misma oportunidad de ser elegidos para formar parte de la muestra, se realizó mediante la siguiente fórmula.

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

Valores de las variables para el cálculo del número de encuesta a aplicar.

N= 250

K= 95% = 1.96 (nivel de confianza)

e= 5% = 1.96 (nivel de error)

p= 50% = 0.5 (probabilidad de éxito)

q= 50% = 0.5 (probabilidad de fracaso)

$$n = \frac{250 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(250 - 1) * 0.05 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 150$$

La muestra para presente investigación estuvo conformada por 150 comerciantes del mercado de abastecimiento.

2.3 Variables y operacionalización

| Variab | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|----------------------------|--|--|---|--|---|
| V.I.Desarrollo Empresarial | El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. Delfín y Acosta (2016). | La variable será analizada mediante una encuesta por medio de sus dimensiones. | Fases del desarrollo empresarial Crecimiento empresarial | Planificación Organización Dirección Control Desarrollo económico Cultura Empresarial | Escala Likert (siempre) (A veces) (Nunca) |

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.2 Técnicas

La presente investigación utilizo la técnica de encuesta

Encuesta: La encuesta es el método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.

2.4.3 Instrumentos

Cuestionario: Este instrumento es un conjunto de preguntas respecto a una o más variables, son usados en encuestas de todo tipo para calificar, medir y conocer alguna información que se requiera.

La presente investigación se utilizó el cuestionario para recolectar información de los comerciantes del mercado central de Cajabamba.

2.4.4 Validez

La validez de los instrumentos de la presente investigación fue medida por medio el juicio de expertos. Profesionales con alto nivel de conocimiento, con experiencia amplia en la materia.

2.4.5 Confiabilidad

Según (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 235), existen distintos coeficientes para medir la confiabilidad de los instrumentos en una investigación como el alfa de Cronbach y Spearson, donde cero significa una confiabilidad nula y uno confiabilidad super alta.

Para la presente investigación utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach con el fin de medir la confiabilidad de los cuestionarios mientras que para la correlación el coeficiente de Spearman.

Los cuadros muestran la confiabilidad de los instrumentos utilizados en la investigación, teniendo confiabilidad buena, ya que el resultado para la primera

variable fue de 7.69 y para la segunda fue de 7.45, evidenciando la confiabilidad de los instrumentos utilizados.

2.5 Procedimientos y análisis de datos

Para la presente investigación se utilizó los programas de Excel y SPSS versión 2.2 y proceso la información extraída del cuestionario elaborado por los propios investigadores que se aplicará a los comerciantes del mercado central de Cajabamba.

La recolección de datos fue mediante el siguiente procedimiento como a continuación se detalla:

- a) Se seleccionó el instrumento que en este caso es el cuestionario estructurado para la encuesta respectiva.
- b) se diseñó el mismo cuestionario con 12 premisas debidamente establecidas coherentemente en función a dar solución al problema.
- c) Se aplicó a los comerciantes del mercado central de Cajabamba, luego se tabulo los datos obtenidos a través de los programas Excel y SPSS para obtener la información correspondiente.
- d) Finalmente se interpretó los datos obtenidos.

2.6 Criterios éticos

Tabla 1

Criterios Éticos

| Criterios | Características éticas del criterio |
|--------------------------|--|
| Consentimiento informado | “Los participantes estuvieron de acuerdo con ser informantes”. |
| Confidencialidad | “Se les informó acerca de la seguridad y protección de su identidad”. |
| Observación participante | “Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos”. |

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas, y Rebolledo (2012).

2.7 Criterios de rigor científico

Tabla 2

Criterios de Rigor Científico

| CRITERIOS | CARACTERÍSTICAS DEL CRITERIO | PROCEDIMIENTOS |
|---|---|--|
| Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad | Resultados de las variables observadas y estudiadas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Los resultados reportados son reconocidos como verdaderos por los participantes. 2. Se realizó la observación de las variables en su propio escenario. 3. Se procederá a detallar la discusión mediante el proceso de la triangulación. |
| Transferibilidad y aplicabilidad | Resultados para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizará la descripción detallada del contexto y de los participantes en la investigación. 2. La recogida de los datos determinará mediante el muestreo teórico, ya que se codificarán y analizarán de forma inmediata la información proporcionada. 3. Se procederá a la recogida exhaustiva de datos mediante el acopio de información suficiente, relevante y apropiada mediante el cuestionario, la observación y la documentación. |
| Consistencia para la replicabilidad | Resultados obtenidos mediante la investigación mixta | <ol style="list-style-type: none"> 1. La triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión. 2. El cuestionario empleado para el recojo de la información será certificado por evaluadores externos para autenticar la pertinencia y relevancia del estudio por ser datos de fuentes primarias. 3. Se detallará con coherencia el proceso de la recogida de los datos, el análisis e interpretación de los mismos haciendo uso de los enfoques de la ciencia: (a) empírico, (b) crítico y, (c) vivencial. |
| Confirmabilidad y neutralidad | Los resultados de la investigación tienen veracidad en la descripción | <ol style="list-style-type: none"> 1. Los resultados serán contrastados con la literatura existente. 2. Los hallazgos de la investigación serán contrastados con investigaciones de los contextos internacional, nacional y regional que tuvieron similitudes con las variables estudiadas de los últimos cinco años de antigüedad. 3. Se declaró la identificación y descripción de las limitaciones y alcance encontrada por el investigador. |

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas, y Rebolledo (2012).

III. RESULTADOS

3.1 Tablas y Figuras

La Provincia de Cajabamba es una de las trece que conforman el Departamento de Cajamarca, bajo la administración del Gobierno Regional de Cajamarca, en el Perú. Limita al norte con la provincia de San Marcos, al este y al sur con la Región La Libertad y al oeste con la provincia de Cajamarca. La Municipalidad de Cajabamba en la actualidad, está bajo la tutela del Alcalde Mg. Víctor José Morales Soto, tiene como Misión Institucional: Atendemos a los problemas y necesidades de la provincia a través de un municipio insertado en la modernidad, la tecnología y el desarrollo de capacidades, trabajando en acciones y proyectos que generen el desarrollo integral y sostenible de la población, a través de una gestión participativa e innovadora.

En la zona céntrica de la ciudad se encuentra el Mercado de Abastecimiento, abarcando un área de una manzana.

Información General de los comerciantes del mercado central.

Tabla 3.

Total de comerciantes según su sexo

| Comerciantes | Sexo |
|--------------|---------|
| 56 | Varones |
| 94 | Mujeres |
| 150 | total |

Fuente: elaboración propia

Nota: En la tabla 4, observamos el total de comerciantes, de los cuales 56 comerciantes son varones y 94 son mujeres, siendo evidente en su mayoría son empresarias.

Tabla 4.

Grado de instrucción

Fuente: elaboración propia

| Grado de Instrucción | Total |
|----------------------|-------|
| Sin estudios | 36 |
| Primaria | 69 |
| Secundaria | 42 |
| Superior | 3 |
| Total | 150 |

Nota: en la tabla 5 observamos que en su mayoría los comerciantes no han terminado de estudiar la primaria y otros son sin estudios, evidenciando su falta de educación.

Tabla 5.

Información general de las financieras de alrededor

| Entidades | Caja Piura | Mi Banco | Coopac NSR |
|-----------------|---|------------|------------|
| Tasas | 4% | 5% | 2% |
| Comerciantes | 82 | 47 | 21 |
| Montos | 300 a 1200 | 300 a 1500 | 500 a 1000 |
| Fin de Créditos | Capital de trabajo (85%) - Consumo personal (15%) | | |

Fuente: elaboración propia

Nota: en la tabla 6, se observa las tasas de interés otorgados por las entidades financieras con las que más trabajan los comerciantes, como son Caja Piura, Mi Banco y Coopac NSR que es una cooperativa para los socios le dan a una tasa más baja del 2%, mientras las otras dos entidades están en el rango del 4%, y el 85% obtiene un crédito para su capital de trabajo.

1.1.3 Analizar las microfinanzas de los comerciantes del mercado central de Cajabamba -2018.

Para conocer el diagnostico se aplicó una encuesta dirigida a cada uno de los comerciantes del mercado central de Cajabamba.

Tabla 6

Conocimiento de las microfinanzas

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|-------------|------------|-------------------|
| Siempre | 45 | 30% |
| A veces | 70 | 47% |
| Nunca | 35 | 23% |
| Total | 150 | 100% |

Fuente: elaboración propia

Descripción: En la figura se observó que el 47% de los comerciantes encuestados manifestó que a veces ha escuchado el tema de las microfinanzas, el 30% dijeron que siempre mientras el 23% mencionaron que nunca.

Tabla 7

Trabajó con entidades financieras

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|-------------|------------|-------------------|
| Siempre | 111 | 74% |
| A veces | 39 | 26% |
| Total | 150 | 100% |

Fuente: elaboración propia

Descripción: En la figura los comerciantes encuestados manifestaron que el 74% alguna vez en su vida trabajó con una entidad financiera, mientras que el 26% mencionó que a veces.

Tabla 8

Oportunidad de crecimiento empresarial

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|-------------|------------|-------------------|
| Siempre | 51 | 34% |
| A veces | 74 | 49% |
| Nunca | 25 | 17% |
| Total | 150 | 100% |

Fuente: elaboración propia

Descripción: En la figura 11 se mostró que el 49% de los comerciantes encuestados manifestaron que a veces han considerado como oportunidad trabajar con un crédito, el 34% siempre y un 17% nunca.

Tabla 9

Información brindada por las financieras

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|-------------|------------|-------------------|
| Siempre | 37 | 25% |
| A veces | 95 | 63% |
| Nunca | 18 | 12% |
| Total | 150 | 100% |

Fuente: elaboración propia

Descripción: En la figura se observó que el 63% de los comerciantes encuestados manifestaron que a veces se les brindó asesoría, el 25% de los comerciantes dijo que siempre mientras que el 12% nunca.

Tabla 10

L
os
pr
es
ta
m
os
re

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|-------------|------------|-------------------|
| Siempre | 85 | 57% |
| A veces | 50 | 33% |
| Nunca | 15 | 10% |
| Total | 150 | 100% |

alizados contribuyen con el negocio

Fuente: elaboración propia

Descripción: En la figura se observó que el 57% de los encuestados manifestaron que siempre han considerado al préstamo como una herramienta de crecimiento, el 33% consideró que a veces y el 10% restante nunca.

Tabla 11

Asesoramiento respecto a las tasas de interés

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|-------------|------------|-------------------|
| Siempre | 18 | 12% |
| A veces | 38 | 25% |
| Nunca | 94 | 63% |
| Total | 150 | 100% |

Fuente: elaboración propia

Descripción: En la figura 14, el 63% de los comerciantes encuestados manifestaron que nunca han sido asesorados por una entidad financiera sobre las tasas de interés, el 25% mencionó que a veces y el 12% siempre.

Tabla 12

Considera Opiniones de terceros

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|-------------|------------|-------------------|
| Siempre | 49 | 33% |
| A veces | 83 | 55% |
| Nunca | 18 | 12% |
| Total | 150 | 100% |

Fuente: elaboración propia

Descripción: En la figura 15, el 55% de los comerciantes del mercado central de Cajabamba manifestaron que a veces toman en cuenta las opiniones de terceros para pedir un préstamo, el 33% consideró que siempre mientras el 12% nunca.

En base a los resultados obtenidos se diseñó una propuesta que contribuya con la orientación educacional para los comerciantes del mercado central de Cajabamba respecto a los temas evaluados como es la microfinanzas y el desarrollo empresarial.

Objetivo: Orientar a los comerciantes respecto a las microfinanzas y el desarrollo empresarial.

- Conocer sobre las microfinanzas y el desarrollo empresarial
- Brindar a los comerciantes charlas informativas de la importancia de las microfinanzas.
- Dar a conocer sus ventajas que tienen sobre el desarrollo empresarial.
- Informar sobre las tasas de interés de los créditos.
- Brindar manuales de educación financiera.
- Utilizar las plataformas de las entidades financieras para transmitir información.
- Las entidades financieras deben realizar más visitas a cada uno de los comerciantes.
- Dar a conocer sus manuales y políticas para generar los pagos al día.
- Informar sobre las prevenciones del sobreendeudamiento.
- Generar compromiso con los comerciantes de parte de las entidades financieras.

Tabla 14***Programa de Actividades de la propuesta***

| Entidad | Canales | Actividad | Temario | Población Objetiva | Costo |
|----------------|----------------------------|---------------------------------|---|---|--------------|
| Caja Piura/ | Plataformas | Charlas educativas | Microfinanzas | Comerciantes del mercado Central de Cajabamba- | 300 |
| | Charlas institucionales | Conferencias | Desarrollo empresarial | | 500 |
| Mi Banco/ | Foros | Uso de las redes sociales | Tasa de interés | Inversionistas- | 150 |
| | Impresos | Boletines informativos | Tipos de créditos | | 100 |
| Coopac NSR | | Conversatorios | Seguridad financiera | Instituciones educativas- | 100 |
| | | Manuales sobre el desarrollo | Deberes y derechos de los consumidores | | |
| | Portales webs | | Gama de productos financieros | | |
| | | Ferias financieras | Control interno Cultura financiera | Público en general | 400 |
| | | | Pagos pronto y beneficios | | |
| Total | | | | | 1550 |

Fuente: elaboración propia

IV. DISCUSIÓN

Para evaluar y cumplir con el objetivo que fue diagnosticar el conocimiento de los comerciantes del mercado sobre las microfinanzas se les aplicó un cuestionario, y como resultados obtuvimos que el 47% de los comerciantes han escuchado sobre las microfinanzas, el 30% siempre y el 23% nunca, lo que significa que el conocimiento sobre esta variable es vaga, débil y errado.

Teóricamente tienen desconocimiento, ya que en la práctica en su mayoría han acudido o han hecho uso de las microfinanzas, debido a que el 74% de los encuestados siempre han trabajado con una entidad financiera y el 26% a veces, pero nadie alguna vez nunca ha dejado de ir. Así mismo el 49% mencionaron que a veces estos créditos son una oportunidad de crecimiento, el 34% considera que siempre es una manera de crecimiento y el 17% considera que no. Sin embargo el papel que juegan estas financieras ofreciendo la herramienta de las microfinanzas, no es muy eficaz ya que solo se han preocupado en otorgar créditos sin dar a conocer toda las responsabilidades que esta implica, por ello el 63% de los encuestados menciona que a veces estas financieras les han concedido la información necesaria, el 25% siempre y el 12% nunca han recibido información respecto a ello. Por lo cual se les preguntó si dichos créditos que ofrecen estas financieras han contribuido con su desarrollo, el 57% menciona que siempre, el 33% a veces y el 10% nunca, lo que significa que estos créditos si ayudan al crecimiento de muchos negociantes dandoles la oportunidad de mejorar la calidad de vida, sin embargo el mal control de este dinero puede causar lo contrario, por ello es necesario contar con un conocimiento y herramientas para ejecutar las actividades evitando pérdidas.

Respecto a las tasas de intereses que muchos no le dan importancia se les hizo mención si habían sido asesorados sobre esos aspectos, teniendo como resultado, el 63% nunca ha tenido asesoramiento respecto a ello, el 25% a veces y el 12% nunca, por ello decimos que las empresas dedicadas a las microfinanzas solo buscan vender sin tomarse la molestia de brindar toda la información sobre ello, causando

problemas de pago de dicho préstamo. Así mismo nos manifestaron que entre ellos comparten sus experiencias con los préstamos y los servicios que les ofrecen las entidades financieras, por ello se les preguntó si consideraban la opinión de sus colegas, el 55% mencionó que a veces, el 33% siempre y un 12% nunca, se considera necesario compartir las experiencias, pero no considerar válido al 100% las opiniones ya que cada servicio es único y diferente.

Por ello Sanhueza (2014), menciona de forma general, las micro finanzas implican una serie de instrumentos financieros (cuentas de ahorro, seguros, planes de pensiones, entre otros) de apoyo a sectores que quedan excluidos del ámbito financiero tradicional. El microcrédito es uno de estos instrumentos. Así mismo la FEPCMAC acotó que las microfinanzas son una estrategia productiva para desarrollar un alto nivel de crecimiento en la economía del país, por lo que las empresas de diverso dinamismo permiten mayores estrategias en su sistema financiero. (Perú21, 2016, p.3).

Este sentido y respaldo de nuestros resultados existen investigaciones antecedentes, que manifiestan o han encontrado resultados similares Vásquez (2014) en su investigación desarrollada concluyó que gracias a las microfinanzas las microempresarias se desarrollan con facilidad no solo en el ámbito económico sino también de manera integral, en sus empresas o negocios. Por lo que podemos interpretar que las microfinanzas influyen de una manera positiva, para cambiarles de manera positiva la vida y la de su familia. (p.74)

Así mismo Ramírez (2017), menciona en base a su investigación que las empresas que accedieron a las microfinanzas experimentan cierto crecimiento en sus niveles de ingresos, así como en el volumen de sus activos, en su rentabilidad y hasta en el número de trabajadores, por tanto, las microfinanzas, es un principal impulsor del desarrollo ya que un 76% accedió a ella.

Los comerciantes manifestaron que es necesario contar con un nuevo ambiente empresarial, y ser innovadores permite que cada negocio crezca. Además, las microfinanzas permite que los negocios se acoplen a un nuevo mercado.

V. CONCLUSION

- a) Se analizó las microfinanzas de los comerciantes del mercado central de Cajabamba, donde se pudo identificar que no tienen conocimiento sobre ello teóricamente, sin embargo, todos trabajan con micro créditos como capital de sus negocios.
- b) Los comerciantes mencionaron que no tenían conocimiento de la importancia de las microfinanzas ya que estos en su mayoría solo han terminado el colegio y otros solo asistieron a la primaria, lo cual es un factor que ha generado este desconocimiento.
- c) Se diseñó una serie de estrategias en conjunto con las microfinancieras para que que puedan brindar una educación microfinanciera a los comerciantes, además de informar sobre las tasas de interés por medio de distintos canales de comunicación.

VI. RECOMENDACIONES

- a) Se sugiere a los comerciantes del mercado central de Cajabamba, informarse más sobre la importancia y desenvolvimiento de las microfinanzas en los negocios, además siempre exigir que las entidades financieras les informen todo sobre los productos que les ofrecen, y ver estos créditos como recursos de crecimiento empresarial.

- b) Se sugiere aplicar la propuesta realizada, mediante las charlas, conferencias y haciendo uso de sus recursos tecnológicos por parte de las entidades financieras.

Referencias

- Arias Fernandez, F. (19 de Marzo de 2018). *El colombiano*. Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/negocios/el-trabajo-no-debe-renir-con-la-vida-en-familia-AA8406112>
- Coca, A. (2014). El microcrédito: Perspectiva perceptual de los usuarios. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941263001>
- Cruz, D., Perez, S., & Piedra, V. (2013). La opción de las microfinanzas para salir de la pobreza, en México. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511651378002>
- Cruz, I. (11 de Septiembre de 2017). *El financiero*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/isabel-cruz/microfinanzas-tasas-usureras-o-tasas-realistas-en-mexico-2>
- Esquievel, H., & Martinez, T. (27 de Noviembre de 2018). Microcrédito: México, lejos de una tasa de interes justa. *Contralinea*. Obtenido de <https://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/2018/11/27/microcreditos-mexico-lejos-de-una-tasa-de-interes-justa/>
- Ferrer , J., & Ginés, M. (2010). *Experiencias internacionales sobre microfinanzas*. KRK EDICIONES. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=uAPQCgAAQBAJ&pg=PA89&dq=que+son+las+microfinanzas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi8-tWh7YLgAhVPSN8KHan9DvwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=que%20son%20las%20microfinanzas&f=false>
- Flores, H. (2018). *Microfinanzas y su relación con la calidad del servicio en las MYPES del distrito Callao, 2014*. Lima. Obtenido de <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/2350>
- García, S., Perossa, M., & Roncancio, Á. (2015). *Una nueva mirada a las microfinanzas y al microcrédito*. Bogotá. Obtenido de http://www.findevgateway.org/sites/default/files/publication_files/microfinanzas_version_digital_2_2.pdf
- Gutierrez , J., & Unceta, K. (Noviembre de 2015). Compatibilidad o conflicto entre objetivos sociales y financieros de las microfinanzas. *Redalyc*, vol.25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81842948009>

- Guzmán Vedia, R. (2014). *Las Microfinanzas un medio en el desarrollo de iniciativas empresariales para las mujeres de escasos recursos en la ciudad de La Paz*. La Paz. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/5446/T-2017.pdf?sequence=1>
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta edición ed.). México: Mc Graw.
- La Tribuna. (28 de Agosto de 2018). Mujeres a la cabeza de los microcréditos. *La Tribuna*. Obtenido de <http://www.latribuna.hn/2018/08/28/mujeres-a-la-cabeza-de-los-microcreditos/>
- Madrazo, P., & Lacalle Calderón, M. (2015). *El impacto de las microfinanzas sobre el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo*. Valladolid. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/61531954.pdf>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. Lima. Obtenido de https://www.google.com/search?q=%C3%B1aupas+metodologia+dela+investigacion&source=lnms&tbm=bks&sa=X&ved=0ahUKEwiWvYuF6pXgAhVJj1kKHWOECPwQ_AUIEyGA&biw=1366&bih=657
- Perú21. (13 de Febrero de 2016). Cinco regiones concentraron el 58% de microcréditos por campaña escolar. *Perú21*. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/cinco-regiones-concentraron-58-microcreditos-campana-escolar-92844>
- Ramirez, S. (2017). *Las microfinanzas como principal propulsor del desarrollo económico de las Mypes dedicadas a la venta de repuestos automotrices ubicadas en la Avenida Leguía de Chiclayo - 2011*. Chiclayo. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/966>
- Revista El Microfinanciero. (2017). La coyuntura plantea la aplicación de estrategias innovadoras. *El microfinanciero*. Obtenido de <https://www.fpcmac.org.pe/wp-content/uploads/2016/06/Revista-38-3.pdf>
- Sanhueza, P. (2014). Las Microfinanzas como Instrumento de Apoyo al Sector Microempresarial. *Redalyc*, vol.8. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84727488017>
- Tuestas, R. (2017). *Contribución de las Microfinanzas y el Nivel Educativo en la Disminución del Nivel de la Pobreza de las Familias del Distrito de Cajamarca: 2003 -2015*. Cajamarca. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/923>

Vásquez, G. (2014). *Influencia de la microfinanzas en el nivel de vida de los clientes de la Asociación Sinergia del distrito de La Esperanza 2010-2012*. Trujillo. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/654>

ANEXOS

Encuesta N° 1

| LAS MICROFINANZAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE ABASTOS DE CAJABAMBA – 2018. | | | | |
|--|---|----------|----------|----------|
| Instrucciones: Sírvase a marcar su conformidad en los siguientes Ítems | | | | |
| Siempre (S)- A veces (A)- Nunca (Nunca) | | | | |
| Nª | ITEMS/ Microfinanzas | S | A | N |
| 1 | ¿Usted ha escuchado o conoce que son las microfinanzas? | | | |
| 2 | ¿En su vida de comerciante usted ha acudido alguna entidad financiera? | | | |
| 3 | ¿Considera que los pequeños préstamos que otorgan las entidades contribuyen con los comerciantes? | | | |
| 4 | ¿Considera usted que acceder a un crédito pequeño es una oportunidad de crecimiento? | | | |
| 5 | ¿Las entidades financieras a donde acude le dan la información necesaria para otorgarle un crédito? | | | |
| 6 | ¿Considera que los préstamos que ha realizado ha contribuido con el crecimiento de su negocio? | | | |
| 7 | ¿Usted ha sido asesorado por alguna entidad financiera respecto a las tasas de interés? | | | |
| 8 | ¿Considera que sus ingresos han sido afectados por el pago de los préstamos que obtenido durante un determinado tiempo? | | | |
| 9 | ¿Considera la opinión de otros comerciantes relevante, para realizar algún préstamo? | | | |
| 10 | ¿Usted alguna vez ha acudido alguna charla, asesoramiento sobre las microfinanzas? | | | |