UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

# FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

## ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

## TESIS

# LAS MICROFINANZAS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE CAJABAMBA – 2018

## PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PUBLICO

**Autor:**

**Bach. Robles Valdéz Raúl Piomer**

**ORCID: 0000-0002-8142-458X**

**Asesora:**

**Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia**

**ORCID:0000-0003-2721-2698**

**Línea de Investigación:**

**Gestión empresarial y emprendimiento**

**Pimentel-Perú**

**2020**

## APROBACIÓN DEL JURADO

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios, por brindarme las fuerzas y darme la sabiduría necesaria durante el tiempo que me llevo culminarla, y con ello permitirme culminar con éxito dicho trabajo de investigación.

A mis amados padres, Eugenio Raúl y María Cruz por su infinito amor, cuidados y dedicación, por sus sabios consejos, y por animarme siempre a seguir adelante pese a las adversidades presentadas y gracias a sus oraciones he llegado hasta esta etapa de mi vida.

Dedico así mismo esta investigación a mis hermanas Irma Marilú y Sarita Robles Valdéz, por ser parte fundamental en mi vida, a ellas con todo el amor y cariño.

Así mismo a mi asesora la Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia por su tiempo y paciencia en este difícil camino.

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por su infinito amor, por las fuerzas puestas en mí para lograr cumplir mis objetivos.

A mis padres, gracias por estar conmigo, por sus ánimos y por apoyarme siempre, porque pese a esos momentos de retroceso, siempre supieron darme fuerzas para continuar.

Agradecer de una manera especial a mis hermanas Irma y Sarita, por su apoyo incondicional, por ser siempre portadoras de ánimo y no dejar que caiga en dudas, mis gracias infinitas.

A la Universidad Señor de Sipán por proporcionarme una formación de calidad y por brindarme las facilidades para lograr culminar con éxito mi carrera profesional.

Y un agradecimiento especial a mi asesora, Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia, quien tuvo la paciencia y dedicación para apoyarme en la culminación del presente trabajo de investigación.

# RESUMEN

El presente trabajo de estudio tuvo como objetivo determinar el efecto de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba – 2018, para este estudio se realizó una investigación de tipo descriptiva correlacional, tomando como población a los 250 comerciantes del mercado central de Cajabamba a los cuales se le aplicó el instrumento denominado cuestionario. Como resultado se obtuvo que el 61% de los encuestados tienen metas trazadas o algún objetivo, el 32% a veces lo tiene y el 7% nunca, así también se le pregunto si realizaba cotizaciones antes de la compra, siendo su respuesta del 57% que nunca. Como conclusión podemos afirmar que el 50% de los comerciantes no tienen conocimiento o no conocen las microfinanzas, así mismo se dio a conocer que el 74% de los comerciantes trabajan con una entidad financiera, pero no tienen información necesaria que sobre lo que implicaría tener o sacar crédito, ni cómo funcionan las tasas de interés.



*Palabras clave: empresarial, microcréditos, Microfinanzas.*

**ABSTRACT**

*The present study is entitled: Microfinance and entrepreneurial development of the central market merchants of Cajabamba - 2018, had as general objective to determine the effect of microfinance in the business development of the merchants of Cajabamba central market - 2018, For this study, a correlational and transversal descriptive type of research was carried out, taking as a population the 250 merchants of the central market of Cajabamba, to which the questionnaire instrument was applied. As a result, it was found that 61% of the respondents have goals or targets, 32% sometimes have them and 7% do not, so they were asked if they made contributions before the purchase, their response being 57 % never. In conclusion we can say that the merchants 50% have no knowledge or do not know microfinance, likewise it was announced that the merchants, minimum work with a financial institution, but they do not have necessary information that would involve having or taking credit or how the rates work. interest.*

*Keywords: business, microcredit, microfinance.*

# ÍNDICE

**APROBACIÓN DEL JURADO** ..... ii
**DEDICATORIA** ..... iii
**AGRADECIMIENTO** ..... iv
**RESUMEN** ..... v
**ABSTRACT** ..... vi
**ÍNDICE** ..... vii
**I. INTRODUCCIÓN** ..... 8
**1.1 Realidad Problemática** ..... 8
**1.2 Trabajos Previos** ..... 13
**1.3 Teorías relacionadas al tema.** ..... 19
**1.4 Formulación del Problema** ..... 25
**1.5 Justificación e importancia del estudio.** ..... 25
**1.6 Hipótesis** ..... 26
**1.7 Objetivos** ..... 26
**1.7.1 Objetivo General** ..... 26
**1.7.2 Objetivos Específicos** ..... 26
**II. MATERIAL Y MÉTODO** ..... 27
**2.1 Tipo y Diseño de la investigación** ..... 27
**2.2 Población y muestra** ..... 27
**2.3 Variables y Operacionalización** ..... 28
**2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad** ..... 31
**2.5 Procedimientos y análisis de datos** ..... 32
**2.6 Aspectos éticos** ..... 32
**2.7 Criterios de rigor científico** ..... 33
**III. RESULTADOS** ..... 34
**3.1 Tablas y Figuras** ..... 35
**3.2 Contrastación de Hipótesis** ..... 52
**3.3 Discusión** ..... 53
**3.4 Propuesta** ..... 56
**IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES** ..... 59
**Recomendaciones** ..... 60
**REFERENCIAS** ..... 61
**ANEXOS** ..... 67

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Realidad Problemática

Actualmente el Perú es escenario de un crecimiento económico con negocios emprendidos por personas sin estudios o con carreras técnicas, en su mayoría no tienen conocimiento del marco teórico de lo que es desarrollar una empresa, sin embargo, son muchos negocios que se han vueltos sostén económico para muchas familias peruanas, que les ha permitido tener una mejor calidad de vida. Estos empresarios empíricos solicitan prestamos pequeños para seguir invirtiendo en sus negocios, pero muchas veces no son bien administrados, o no miden los resultados, así mismo su desarrollo empresarial no es el más adecuado por lo que incurren en más prestamos lo cual genera gastos y su crecimiento es más lento.

Esquievel y Martinez (2018) En la revista Contralínea se dio a conocer dicho 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 repercuto 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 dirigido 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)

Gómez (2017), en el artículo publicado por la revista el País explicó que existe un consistente desembolso en los prestamos realizados a las personas de bajo recursos para que estos puedan realizar sus actividades que a la vez les generan ingresos que están semejantes a la economía informal.

> Es por lo cual se mencionaba que sus destinatarios, es decir los pobres podrían salir de su situación de carencia económica y poderles permitir establecer sus propias empresas pequeñas que tengan una posición exitosa dentro del mercado. Además, si es que los prestatarios eran mujeres esto les permitiría poder invertir mejor en su salud y favorecer en sus préstamos realizados a las entidades financieras. No obstante, las diversas ONG y los distintos organismos internacionales no habían cumplido con sus promesas propuestas por lo que aseguró que los microcréditos eran un fracaso dentro de la política de cooperación financiera. (p.2)

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

> México se ve como una situación de escándalo ya que las tasas de intereses para un crédito formal son iguales con las ilegales puesto que en américa latina las microfinanzas no son controladas de manera sistemática, es decir, aquellas que superan el 100 por cierto. Todo ello abarca que las autoridades estén en busca de cómo solucionar los problemas en las tasas de intereses, pero cabe recalcar que las instituciones buscan tener ganancias poniendo los porcentajes de las tasas por préstamo al igual que la tasa de interés activa sea la más alta posible. (p.4)

Arias (2018), En el artículo publicado en el diario El colombiano mencionó que "En Colombia ya cuenta con 54 organizaciones que se consideran familiarmente responsables"

> Se podría mencionar que las políticas tienen un objetivo el cuál es dar una vida de calidad a sus trabajadores puesto que busca ser un modelo para las más empresas. Más Familias es la encargada de certificar empresas familiarmente responsables, se orientan hacia la promoción de soluciones como el teletrabajo. En promedio las organizaciones que están con los papeles que se requiere son las que aplican medidas puesto que las microfinanzas tienen una importancia para el desarrollo que se requiere en los negocios. (p.2)

Mac (2017), En un artículo publicado por el diario La república colombiana donde nos comentó que Colombia se ha enfrentado al desarrollo económico con grandes contradicciones.

> Por una parte, existía problemas cuando se trataba de política pública ya que es un incentivo para algunos sectores también tenemos que por otro lado se reconoce las ventajas para el sector de construcción, el agro, la infraestructura, el turismo o el sector energético puesto que para otros sectores como el comercio, industrias, etc. se le pone paradigmas o más complicaciones evitando un desarrollo empresarial puesto que ayuda al crecimiento del país. (p.5)

### 1.1.2 Contexto Nacional

El Comercio (2017), Este diario publicó, que el ministro de producción Pedro Olaechea, informó acerca del estado de los subsectores que integran su cartera: Mype e Industria, Pesca y Acuicultura; y las acciones y programas que han iniciado para impulsar su plena formalización y desarrollo. Olaechea dijo que:

> En los últimos 3 años se ha estado observando una ciada en la industria, pero en el 2017 eso se debió a las intervenciones que vienen impulsando el sector. También hablo sobre la actualidad que se viene avanzando ya que se proyectan acciones importantes para continuar con el crecimiento

> en la industria, pero los colaboradores influyen en las empresas es por ello que se verá beneficiarlos con la formalización. (p.1)

En Perú, la Revista El Microfinanciero (2017), 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 seria 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. Nos dice que en la actualidad las cajas municipales han crecido de una manera destacable, pero es normal es las microfinanzas en el país. (p.5)

El diario Perú 21 (2016), publicó un artículo titulado, Asociación de Instituciones de Micro finanzas del Perú, donde ha manifestado que:

> las regiones de Lima, Arequipa, Piura, Puno y Cusco, acumularon en el 58% de los prestamos realizados por los pequeños y medianos microempresarios durante el periodo escolar. El préstamo promediado que solicitaron los microempresarios en dicha etapa fue de S/. 8,387. Una de las actividades que predomino unos considerables financiamientos en las entidades micro financieras fue el comercio, que obtuvo en un promedio de 34% de concentración dentro de la cartelera de colocaciones. También informó que las regiones de Cusco y Junín han presentado un aumento en el nivel de sus colocaciones con relación a su campaña del 2013, demostrando que dentro del mercado son activos al igual que la micro y pequeña empresa. (p.3)

En la Revista “Cepal” Diaz (2016), menciona que las microfinanzas son indispensables en la pobreza ya que,

> son un enfoque de desarrollo económico dirigido a personas de bajos ingresos que incluye tanto la intermediación financiera como intermediación social. De acuerdo a ello se puede decir que las microfinanzas son servicios financieros que van dirigidos a individuos

> de baja economia puesto que no estan cerca para acceder un servicio bancario. Además, es una oportunidad para aquellos que carecen de formación técnica profesional debido a que no han persistido en sus ideales los cuales no pudieron concretarse en su debido momento. (p.12)

Ríos ( 2015). En el artículo publicado en el diario La Gestión precisó que las Micro financieras han logrado ser un componente fundamental para las finanzas en los países emergentes como el Perú. Y es que:

Desde sus inicios tienen una característica particular ya que atiende los ingresos principales del país cuando las microfinanzas tiene la finalidad de dar un capital a los individuos que quieren crecer en el mundo empresarial. (p.1)

El mercado Central de Cajabamba, es un mercado que ha venido consolidándose y creciendo año a año, por lo que hoy en día alberga a 250 comerciantes (Puestos), que diariamente se esfuerzan por salir adelante, ya que todos tiene una familia que depende mucho de ellos, además de querer mejorar la calidad de vida que tiene, 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 microfinancieras. 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 y el desarrollo empresarial.

## 1.2 Trabajos Previos

### 1.2.1 Internacional

Parrales y Rodríguez (2018). Ejecutarón una tesis titulada "El microcrédito como ayuda de capital para la asociación de emprendedores minoristas del cantón Jipijapa", el objetivo consistió en diseñar un plan de educación financiera que permitirá optimizar el rendimiento monetario de los miembros de la asociación. Mediante una metodología descriptiva explicativa, como muestra tuvo a 220 comerciantes, haciendo uso de la técnica de la encuesta. Se concluyó que "los créditos otorgados en su mayoría son transferidos por usureros, manejando una tasa de interés elevado, determinando que existen dificultades en el momento de la cancelación.". (p. 60)

Los comerciantes al ser la principal fuente del desarrollo económico, tienen la necesidad de adquirir créditos, para optimizar sus recursos. Sin embargo, ellos hacen uso de estrategias para que optener un gran rendimiento monetario.

En Colombia Velásquez (2018), realizó una investigación titulada: "Análisis de la Competitividad del Sector Financiero de la ciudad de Manizales", como objeto principal fue indagar la competitividad del sector financiero de Manizales. Utilizando una metodología descriptiva con un diseño no experimental, la muestra fueron 12 entidades financieras. Los resultados de la investigación fueron que "las cinco fuerzas de la competitividad configuran el ambiente competitivo de las entidades financieras como son la amenaza de nuevos competidores, amenaza de los productos sustitutos y rivalidad de la industria sector, además que jerarquiza los recursos y sus capacidades". (p. 89)

Arroyo (2018). En su tesis titulada "Desarrollo económico, falta de dinero y repartición del ingreso en el Ecuador, período 2007-2016", por lo que el objetivo fue analizar el crecimiento económico, la pobreza y la distribución del ingreso. Trabajó con una metodología explicativa no experimental.

> La investigación concluyó en aumentar el crecimiento económico para no tener dificultades y poder erradicar diferentes formas desfavorables a los habitantes. Los acontecimientos que puedan presentarse en cada país dificultan un crecimiento adecuado, a la vez probocan manifestaciones de desacuerdo con las decisiones que toman sus autoridades. Es por eso que, el gobierno debe ser eficiente al momento de hacer uso de su propuesto y también tener un control administrativo adecuado. (p.102)

En México Mballa (2017), realizó un trabajo titulado: “Crecimiento nacional y las microfinanzas como factores que influyen en la atención a las necesidades sociales, el propósito de la investigación fue: “explorar las diferentes teorías del desarrollo local y las microfinanzas” (p. 18). La metodología en la que incurrió fue explicativa no experimental. Los resultados del trabajo indican que el micro financiamiento es de gran importancia porque apoya al desarrollo nacional al igual que ayuda económicamente a los individuos. (p. 72).

Gavilanes y Romero (2015). Desarrollaron una investigación llamada “Determinación del impacto de los microcréditos relacionado al nivel de vida de los habitantes del cantón San Fernando, año 2014”, el objetivo de la investigación fue “ofrecer una herramienta válida para evaluar si los programas están logrando un impacto favorable para la empresa” (p. 22). La investigación determinó que “la cooperativa de ahorro y crédito contribuye a mejorar la situación económica de los habitantes”. Además, Los habitantes del sector acotaron que debido a las dificultades que tiene al momento de adquir un crédito, son invalidados qes por eso que tiene que implantarse medidas que faciliten la eliminación de las barreras para acceder a una mejor economía.

### 1.2.2 Nacional

Ochoa (2017). En su investigación titulada “Influencia de las microfinanzas para el desarrollo y administración de su negocio de los emprendedores del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015”, el objeto fue

> Estudiar la influencia de las microfinanzas, para el desarrollo y administración del negocio de los emprendedores en el mercado. El método fue explicativo descriptivo no experimental. La investigación concluyó que los comerciantes del Mercado Internacional adquieren préstamos en algunas entidades financieras y que, del total de ellos, son divididos en partes diferentes con beneficios diversos, por lo que se demuestra que tienen complicaciones en el otorgamiento de créditos. (p. 49).
>
> Todos los comerciandes del sector manifestaron tener facilidad de adquirir algún préstamo, pero que al momento de obtener un crédito son separados por escalas lo cuál les dificulta poder acceder a un crédito

> superlativo del que necesitan. Ya que son tomados como incacitados para poder cubrir con los requisitos que se presenten. (p. 51).

Choque y Mamani (2017). En Arequipa desarrollaron una investigación titulada "Efecto de las microfinanzas en el crecimiento de los negociantes de la asociación de comerciantes de la Feria del Altiplano de Arequipa - 2017", la investigación tuvo como objeto principal, "cuestionar la influencia de las microfinanzas en el crecimiento de las Pequeñas y Micro Empresas de la Asociación de Comerciantes de la Feria del Altiplano de Arequipa – 2017" (p. 32). La metodología utilizada fue descriptiva y de diseño transversal y correlacional. La población tuvo a 1,152 asociados de la empresa en mención. Se concluye que:

> el financiamiento influyo de manera positiva al crecimiento afectó de las Mypes de la Asociación de Comerciantes de la Feria del Altiplano de Arequipa (ACFA), ya que pueden tener el apoyo y capital que le presten otras instituciones. (p. 89).

Carpio (2016). Llevó acabo el desarrollo de una investigación llamada "Caracterización del Financiamiento y el Crecimiento Económico de las Mypes del Distrito de Mórrope, año 2016", el objeto fue "Clasificar la importancia del financiamiento y el crecimiento económico de las Mypes." (p. 15). La metodología incurrida fue descriptiva correlacional. La investigación concluyó que: el financiamiento es un factor importante en los negocios, además, que existen intereses elevados que cobran las entidades dificultando el préstamo:

> Las MYPEs son organismos con beneficios diferentes, debido al sector en el que se encuentran, por lo que muchas veces adquieren financiamientos que sean una puerta de entrada para crecer como empresas. Sin embargo, los que otorgan los créditos tienden a aumentar los intereses al momento del pago y eso hace que se dificulten para acceder a otro crédito. (p. 95).

Alvarado (2016). En Chimbote se realizó una tesis titulada "Financiar con capital de trabajo para el crecimiento empresarial de comerciantes de gamarra, Chimbote, 2016", el objetivo principal de la investigación fue clasificar,

> La medida de influencia que tiene la financiación con el capital de trabajo para el crecimiento empresarial de los comerciantes de gamarra, Chimbote 2016. La metodología empelada fue descriptiva y aplicativa. La población fueron 83 comerciantes de la empresa en mención. (p.81).
>
> Se concluye que el 63% de los comerciantes cuentan con financiación para su negocio y así crecen e implementan con mercaderías ya que les ayudara a tener una economía favorable. (p. 81).

Benites (2015). Desarrolló su investigación titulada "Conocimiento de las microfinanzas en el crecimiento empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzáles de la Ciudad de Chiclayo – 2015", el objeto general fue clasificar,

> El conocimiento de las Microfinanzas en el crecimiento empresarial de los comerciantes. La investigación concluyó que existe influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial, de forma que los comerciantes se han beneficiado, además, aprendieron aspectos importantes para mantenerse activos siempre. (p.105)
> 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.(p. 105).

### 1.2.3 Local

Ramos y Zambora (2018), En Pimentel se desarrolló una investigación titulada "Importancia de las Microfinanzas en el crecimiento empresarial de los comerciantes del mercadillo de la ciudad de San Ignacio, Cajamarca-2017", como objeto general fue Verificar

> la importancia de las Microfinanzas en el crecimiento empresarial de los comerciantes de este mercadillo. Se usó una metodología de tipo descriptiva, aplicado a una población de 120 negociantes.
>
> Se concluye que el crecimiento de dichos negociantes se debe a que buscan financiar sus pequeñas empresas o negocios para obtener más

> ganancias en la ciudad de san Ignacio ya que el análisis de Pearson reflejó que existe una relación de 0,426 con respecto a 0,01 siendo bastante significativa ya que se el rango que se establece es de ± 0,7 ± 0,9. (p. 76).

Medina y Nuñez (2017). En Cajamarca se elaboró un trabajo con título: "Importancia de las entidades de financiamiento en el crecimiento de las Mypes en la ciudad de Chota", su objeto general fue clasificar:

> la importancia de las entidades de financiamientos en el crecimiento de la MYPES en la ciudad de chota. Para así según la investigación llegar a concluir que las MYPES han tenido un gran avance en su negocio han ido creciendo teniendo una vida de mejor calidad es por ello que piden crédito para que lo trabajen y puedan posicionarse en el mercado. (p.85).
> Esta investigación nos indica que existen diferentes formas de financiamiento y que todo depende del nivel de participación que puedan tener las entidades al momento de influenciar en los negocios. Sin embargo, se manifiesta que presenta un desconocimientoempresarial por parte de los empresarios. (p. 85).

Nacarino (2017). En Cajamarca se desarrolló una investigación titulada: "Factores limitantes del crecimiento de las microempresas formales en el departamento de Cajamarca y su relación con la toma de decisiones" se consignó como objeto general verificar

> La influencia que tiene el crecimiento de las microempresas formales y la importancia de tomar decisiones. Tuvo una metodología explicativa no experimental. Por lo que la investigación concluyó en la existente correlación entre las variables, la toma de decisiones empresariales y el desarrollo de las microempresas.
> La formalidad que presentan las empresas en la región Cajamarca es indispensable para determinar que existe un desarrollo adecuado en el desempeño de empresarial, estableciendo estrategias adecuadas por la eficiente toma de decisones que se asentuan. (p. 72).

Figueroa (2015). En Cajamarca se realizó una investigación de título: "Influencia de la Inteligencia Financiera en el desarrollo empresarial de la empresa Reencauchadora

Rubbers SRL de la ciudad de Cajamarca" la investigación tuvo como objetivo determinar,

> cómo la inteligencian financiera influye en el desarrollo empresarial de la empresa. Mediante una metodología descriptiva explicativa. Así la investigación concluyó que la influencia de la Inteligencia Financiera en la Empresa Reencauchadora Rubbers SRL es positiva y alta sobre el desarrollo empresarial de dicha empresa. (p.96).
>
> La empresa en estudio, tiende a manejar un nivel de competitividad accesible a otros medios, por lo que la inteligencia financiera que tenga la empresa depende de la pcapacitación que está tenga para adecuarse al desarrollo empresarial. (p. 96).

Parrado (2015), En Jaén se formula una investigación llamada "Riesgo de crédito y solidez financiera en el sector Bancario: Un enfoque Macroprudencial", el objetivo fue analizar:

> la evolución de cada aspecto de la solidez financiera de las entidades bancarias durante un periodo de crisis, agrupando a los países según el nivel del desarrollo financiero. Usando una metodología macroprudencial, debido a la notable variación que se a sucitado a mejorar el sistema actual que se incorpora con el único equilibrio de manejar la rentabilidad demandada. Generando que el riesgo percibido se determine mediante el valor que se le ha agregado a los gestores de la entidad. (p.86).
>
> El análisis que sea determinado según la adecuación que se percibe en la adecuación del capital y la calidad de sus servicios, produciendo un conocimiento oportuno para determinar el riesgo de sensibilidad según la liquidez obtenida. (p. 86).

## 1.3 Teorías relacionadas al tema.

### 1.3.1 Microfinanzas.

Las microfinanzas, está relacionado con los servicios financieros. 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 & Unceta, 2015, p.104 ).

La actividad de las micro finanzas se inició en 1974 por el economista bengalí Muhammad Yunis quién comenzó una experiencia inédita hasta entonces: prestar dinero con fondos propios a gente pobre para micro emprendimientos sin exigirles ninguna de las garantías usuales. Lo que comenzó como un intento de ayuda a algunas familias, creció hasta convertirse en el actual Grameen Bank (o Banco de los Pobres), institución financiera que se aboca a la prestación de servicios micro financieros. (Gutierrez & Unceta, 2015, p.105 ).

Según 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.

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 terrenos, vehículos, animales de trabajo o maquinaria y etc. países en desarrollo. Desarrollo, tanto en zonas rurales como urbanas. Muchos de ellos tienen múltiples fuentes de ingreso. (Ferrer & Ginés, 2010, p. 89).

Las microfinanzas es definida como un impulso de servicio otorgado a una conjunto de personas que han sido separadas por un sistema, pero que estás tienen garantizado un acceso y facilidad de ser conceptualizados en un sistema de innovación al crédito y la prestación de servicios, por lo que se considera la necesidad de que existean diferentes formas de acceso a los créditos. (Coca, 2013, p.10).

#### *1.3.1.1 Importancia de las microfinanzas.*

Según (El Microfinanciero, 2014), las microfinanzas han logrado tener un éxito ya que es fundamental para los emprendedores que quieren hacer crecer su negocio para obtener una economía satisfactoria.

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 El desarrollo del mercado de las microfinanzas.*

(García, Perossa, & Roncancio, 2015). 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 influente 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. (p. 15).

#### *1.3.1.3 El Microcrédito y microfinanzas.*

(Álvarez, 2013, s/p). Comenta que cuando se explica de microcrédito, tiene similitud con el concepto 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.

(Cruz, Perez, & Piedra, 2013). 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 concesionar créditos que mejoren su nivel de vida. (p.7).

La diferencia entre microcrédito y microfinanzas puede ser un poco confusa, pero es importante. Pero son palabras que están vinculadas con las finanzas es por ello que debemos conocer que el microcrédito es obtener un préstamo y las microfinanzas son los servicios financieros.

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).

#### *1.3.1.4 Principales características de los microcréditos*.

Reducir los niveles de pobreza se podría decir que ayudar a los que tienen bajos recursos con algún negocio para que emprendan.

Los préstamos de pequeñas cantidades de dinero para los que necesitan y son de bajos recursos. Las cantidades que se prestan son montos bajos y sus intereses accesibles para los individuos pobres que quieran emprender con algún negocio ya que no se pide garantías de patrimonio ni de otro tipo y a través de ello mejoren su calidad de vida.

### 1.3.2 Desarrollo empresarial.

El desarrollo empresarial tiene una variedad de elementos con los que el empresario dirige a la organización logrando sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. (Delfín & Acosta, 2016.p 4).

El desarrollo empresarial es el crecimiento que va teniendo las empresas con el pasar del tiempo, pero no solo se debe a una buena administración ya que con ello se podría decir que los dueños tienen metas en común, pero cabe recalcar que el financiamiento es fundamental puesto que cuentan con el capital de trabajo (Valera, 2001, p. 261)

#### *1.3.2.1 Importancia del desarrollo empresarial.*

El desarrollo organizacional es el uso de recursos organizacionales para mejorar la eficiencia y expandir la productividad. Puede ser usado para resolver problemas dentro de la organización o como manera de analizar un proceso y encontrar una manera más eficiente de hacerlo. Implementar el desarrollo organizacional requiere una inversión de tiempo y dinero. Pero cuando entiendes su importancia, se puede justificar los costos. El desarrollo organizacional es una herramienta importante en la administración y planificación del crecimiento corporativo. (Varela & Bedoya, 2006, p. 5).

Según (Varela & Bedoya, 2006), el desarrollo empresarial comprende los siguienes elementos:

#### *1.3.2.2 Crecimiento Económico.*

El crecimiento en una empresa no solo se puede observar en los estados financieros si no a la produccion pero no es de tanta imporancia si una empresa produce bastante si es que no vende nada ya que si no hay ventas la empresa no tiene ingresos y no se habla de crecimiento economico solo se puede mencionar cuando la entidad obtiene ingresos. (p.8).

#### *1.3.2.3 Cultura Empresarial.*

La cultura empresarial nos menciona como se debe llevar a cabo todo en una organización de manera controlada ya que existe varias personas que lo integran. La definición mas clara de cultura en una organización se provee a todos los miembros de un sentido de identidad, así como de guías de acción no escritas ni dichas, además de consolidar el sistema social que se aprecia.

#### *1.3.2.2 Influencia de los sectores productivos en el desarrollo económico.*

Los sectores de la producción son la principal fuente de fianaciamiento de cualquier estado, ya que son indispensables debido a que estás se encuentran agrupadas geográficamente a un sector de alto nivel de comercialización y tienen un dinamismo asociativo que es capaz de

generalizar una cooperación unificada en el desarrollo económico. (Rendón & Forero, 2014, (p.80).

***Liderazgo.***

La importancia de incluir el concepto de liderazgo es una cualidad que deben tener los geretes de las empresa o los administradores que no solo se trasen metas si no que lo logren.

Menciona Carroll Shartle, en la Universidad de Ohio (USA), clasificaron el comportamiento de liderazgo en dos factores independientes: Iniciación de estructura y Consideración. El primero se relaciona con la planificación, organización del trabajo y de las tareas; el segundo se refiere a las relaciones.

### *1.3.2.3 Etapas del desarrollo empresarial.*

Para el desarrollo que debe existir en una empresa es necesario que exista interacción fluida entre el personal y los líderes existentes, la empresa y el entorno, debido a eso puede consolidar y permanecer una adecuada permanencia del crecimiento empresarial.

Con referencia a las diferentes situaciones que pueden existir en una empresa, recae la necesidad en atravesar por etapas que controlen, planifiquen y apoyen al desarrollo.

*Etapa: Previsión y planeación***.** esta etapa es la determinación objetiva del negocio, la cual enfatiza la estructura, la misión y los objetivos de la empresa, siendo la principal responsable de elaborar los parámetros de la empresa, analizar el entorno, planificar los metas y la política de la empresa, además, delimita el mercado en el cual se desempeñará. Es necesario realizar esta etapa antes de que el negocio ingrese en función por lo que ayuda a conocer las dificultades a la cual se enfrenta.

Por lo tanto, si la empresa ha realizado un adecuado análisis de su entorno, obtendrá beneficios que ayudaran a su permanecían los cuales son:

Confianza en la empresa. Fe en el proyecto; Conocimiento objetivo de la realidad: de su contexto, mercado, recursos, posibilidades, etcétera.; Definición de la viabilidad del proyecto; Congruencia entre posibilidades

y recursos; Compromiso y arranque del proyecto; Rumbo para orientarse hacia el logro del objetivo; Establecer un ambiente predecible de trabajo.

*Etapa: Organización***.** en esta etapa recae la limitación del desarrollo que debe realizar la empresa al momento de que la empresa ingresa al mercado, además, es la que determina la actividad que desempeñará, establece los parámetros y reglas que deben cumplirse, esto incluye, definir jerarquías en las diferentes áreas de trabajo, las cuales tienen que regirse a los distintos espacios de la empresa. Y previo a esto, también tiene que definir una estructura que pueda ser ejecutada por todos los trabajadores de la empresa como, horarios, lugares de trabajo, roles, normas y sus funciones de la organización, esto facilitará conocer la finalidad de la empresa.

*Etapa: dirección***.** en esta etapa se precisa el control y la determinación de las funciones esquematizadas por un líder, la cual se precisa el cumplimiento de los objetivos, además es la que permite conocer si existe integración de los trabajadores para cumplir con la misión de la empresa. El líder tiene que tener la capacidad de saber dirigir y exigir que todos tengan el compromiso con la empresa, el cual debe establecer un sistema de control que facilite conocer la integración del equipo, también tiene que ejercer un liderazgo congruente, el cual le permita desarrollar una buena interacción con sus trabajadores, quienes se involucraran con las tareas de la empresa.

*Etapa: integración de recursos humanos y no humanos*. en esta etapa es la que se precisa la consolidación los esfuerzos que se deben realizar con el fin de que la empresa obtenga todo su equipo de trabajo, permitiéndole definir y reconocer los esfuerzos que realizan para cumplir con los objetivos, misión y los parámetros que tiene que realizar la empresa. Permite verificar el desarrollo y todo el proceso que realiza la empresa para obtener beneficios económicos.

*Etapa: ejecución***.** es la etapa más larga, en la que se realiza todo el proceso para lograr con los objetivos, siendo la etapa en la que recae todo el nivel

de concentración para cumplir con la programación y la estructura que se hizo en la etapa de planificación. Además, es aquella que permite crear medios que ayuden a la promoción, transformación y productividad de los productos que han sido elaborados a través de un análisis minucioso dentro de la actividad empresarial.

*Etapa: evaluación***.** es la etapa en la que se reconocen el cumplimiento de los objetivos, siendo la última etapa del desarrollo empresarial; se realiza un análisis que determine si existe algún problema en los resultados obtenidos, la cual puede conducir a realizar un sistema que permita corregir las dificultades encontradas para que la actividad de la empresa se mantenga activa y continué buscando un beneficio económico. Finalmente se establece mecanismos que respondan a identificar el cumplimiento del proceso empresarial. (Varela, La Situación en Colombia de la Iniciativa Empresarial, 2010,p.25).

### 1.3.3 Marco Legal.

Ley Orgánica de Municipalidades LEY N.º 27972-MEF. En el Perú existen leyes que regulan a las entidades públicos como los municipios, en la Ley N° 27972, donde establecen todas actividades y potestad que puedan ejecutar, el art. 1 determina que las municipalidades provinciales y distritales son los promotores para desarrollar la sociedad local con personería jurídica de derecho público. Así mismo cuentan con una autonomía política económica y de administración. La finalidad de estas entidades son representar al pueblo, promover la prestación de servicios públicos y el desarrollo sostenible y armónico del vecindario.

## 1.4 Formulación del Problema

¿Cuál es el efecto de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba - 2018?

## 1.5 Justificación e importancia del estudio.

La presente investigación se justifica metodológicamente en el libro de (Ñaupas, Mejía, Novoa, & 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. Así

mismo teóricamente porque utilizaremos las aportaciones de autores y haciendo uso de algunas dimensiones se realizará mejor análisis de las variables las microfinanzas y el desarrollo empresarial. Además de contribuir socialmente, con los comerciantes del mercado de Cajabamba, profundizando su conocimiento sobre las microfinanzas y la importancia del desarrollo de sus negocios eficientemente.

**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.

## 1.6 Hipótesis

Las Microfinanzas tienen efecto positivo en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba - 2018.

## 1.7 Objetivos

### 1.7.1 Objetivo General

- Determinar el efecto de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba - 2018.

### 1.7.2 Objetivos Específicos

- Analizar las microfinanzas de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba -2018.
- Identificar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba - 2018.
- Diseñar una propuesta de orientación sobre las Microfinanzas y el desarrollo empresarial a los comerciantes del mercado Central de Cajabamba.

# II. MATERIAL Y MÉTODO

## 2.1 Tipo y Diseño de la investigación

### 2.1.1 Tipo

**La presente investigación es de tipo descriptiva**

Según (Hernádez, Fernández, & 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 observará las características de los comerciantes del mercado central de Cajabamba.

### 2.1.2 Diseño

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

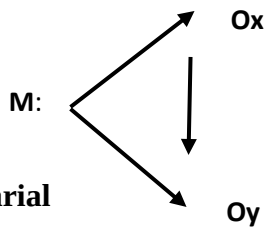
Según (Hernádez, Fernández, & Baptista, 2014, p. 154). una investigación no experimental es estudiar las variables en su contexto natural, tal cual como se encuentra, es como si se tomará una foto de algo que sucede, y transversal porque se hará la descripción de la población en estudio en un determinado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

**Donde**

**M: Muestra**

**Ox: Observación de la Variable Microfinanzas**

**Oy: Observación de la Variable desarrollo empresarial**




## 2.2 Población y muestra

### 2.2.1 Población

Según (Hernádez, Fernández, & Baptista, 2014, p. 170) nos dice que la población es 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 estará conformada por todos los comerciantes (250) del mercado central de Cajabamba.

### 2.2.2 Muestra

Para (Hernádez, Fernández, y Baptista, 2014, p. 170) la muestra es definida como "un sub grupo de la población de interes sobre el cual se puede hacer el estudio, recolectar información y que tiene que definirse, delimitarse de antemano con presición. Ademas debe ser representativo de la población".

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

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

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)

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

La muestra para presente investigación estará conformada por 150 comerciantes del mercado central de Cajabamba.

## 2.3 Variables y Operacionalización

### 2.3.2 Variables

**Variable Independiente**

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.p 4).

### Variable Dependiente

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 microfinancieras (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. (Gutierrez y Unceta, 2015,p.104 ).

### 2.2.1 Operacionalización

**Tabla 1. Operacionalización**

| Variables | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición |
|---|---|---|---|---|---|
| V.D 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 microfinancieras (IMF), a las que se puede definir como toda organización -unión de crédito, banco comercial pequeño. Gutierrez y Unceta (2015). | La variable Microfinanzas será analizada mediante una encuesta por medio de sus dimensiones. | Microfinanzas y Microcréditos | Conocimiento<br>Importancia (tasa de interés)<br>Instituciones Financieras | Ordinal |
| 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<br>Crecimiento empresarial | Planificación<br>Organización<br>Dirección<br>Control<br>Desarrollo económico<br>Cultura Empresarial<br>Liderazgo | Ordinal |

*Fuente: Elaborado en base la teoría de los autores Delfín y Acosta (2016), Gutierrez y Unceta (2015).*

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

### 2.4.2 Técnicas

**La presente investigación utilizará 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 utilizará 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 será medida por medio el juicio de expertos. Profesionales con alto nivel de conocimiento, con experiencia amplia en la materia.

### 2.4.5 Confiabilidad

Según (Hernádez, 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 utilizará los programas de Excel y SPSS versión 2.2 y procesará 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 seleccionará el instrumento que en este caso es el cuestionario estructurado para la encuesta respectiva.
b) Posteriormente se diseñará el mismo cuestionario con 12 premisas debidamente establecidas coherentemente en función a dar solución al problema.
c) Después de diseñar el instrumento se aplicará a los comerciantes del mercado central de Cajabamba, luego se tabulará los datos obtenidos a través de los programas Excel y SPSS para obtener la información correspondiente.
d) Finalmente se interpretarán los datos obtenidos.

## 2.6 Aspectos éticos

**Tabla 2**

***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 3

*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 | 1. Los resultados reportados son reconocidos como verdaderos por los participantes.<br>2. Se realizó la observación de las variables en su propio escenario.<br>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 | 1. Se realizará la descripción detallada del contexto y de los participantes en la investigación.<br>2. La recogida de los datos determinará mediante el muestreo teórico, ya que se codificarán y analizarán de forma inmediata la información proporcionada.<br>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 | 1. La triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión.<br>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.<br>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 | 1. Los resultados serán contrastados con la literatura existente.<br>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.<br>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

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 Central de Cajabamba, abarcando un área de una manzana.

Al día de hoy, Cajabamba se avizora como una provincia sobresaliente tanto en su gastronomía como en el desarrollo que muestran sus edificaciones, es por ello que no es de extrañar que en el año 2007 se inician los trabajos para remodelar el Mercado Central, dando con ello muestras de desarrollo en nuestra provincia, es por ello que en el lugar donde edificaba el mercado "viejo" hoy se muestra el imponente mercado Central de Cajabamba, situado en el centro de la cuidad, permitiendo a propios y extraños llegar con facilidad y poder observar la cultura in situ de esta hermosa tierra también llamada la Gloriabamba de Bolívar, puesto que este personaje de nuestra historia paso por estas tierras de la bella Cajabamba; en este mercado laboran miles de comerciantes, día a día ofertan los más variados productos, desde productos de primera necesidad, así como ropa, calzado, y cuentan con área de expendio de comida, venta de jugos, etc, gracias a este esfuerzo han logrado sacar a delante a sus familias, permitiéndoles tener una mejor calidad de vida.

## 3.1 Tablas y Figuras

**Información General de los comerciantes del mercado central.**

**Tabla 4.**

***Total, de comerciantes según su sexo***

| Sexo | Fi | Hi |
|---|---|---|
| Varones | 56 | 37% |
| Mujeres | 94 | 63% |
| Total | 150 | 100% |

*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 5.**

***Grado de instrucción***

| Grado de instrucción | Si | Hi |
|---|---|---|
| Sin estudios | 36 | 24% |
| Primaria | 69 | 46% |
| Secundaria | 42 | 28% |
| Superior | 3 | 2% |
| Total | 150 | 100% |

*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 6.**

***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%) | | |

*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.

**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 7**

**Conocimiento de las Microfinanzas**

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

*Nota:* En la tabla 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.

***Figura 1. ¿Usted ha escuchado o conoce que son las microfinanzas?***

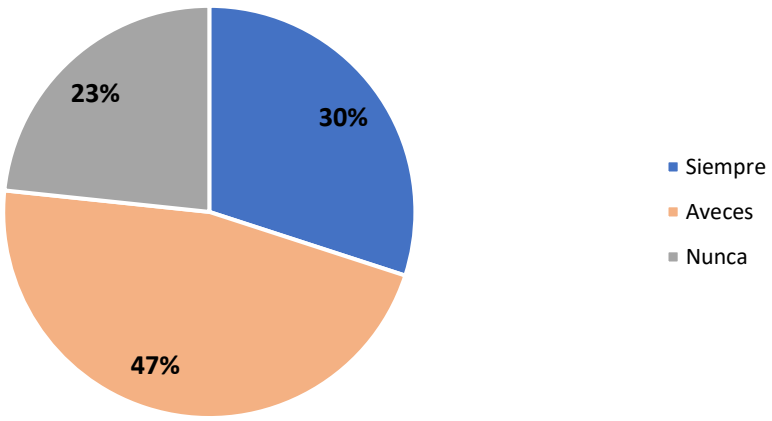



*Figura 1.* Como podemos observar en la figura 1, el 23% nunca ha escucha y tampoco conoce sobre las microfinanzas, mientras el 47% de los encuestados a veces ha escuchado sobre las microfinanzas y el 30% de los comerciantes siempre ha escuchado hablar sobre microfinanzas, además de tener el conocimiento respectivo sobre ello.

**Tabla 8**

**Trabaja con Microfinancieras**

| **Descripción** | **Frecuencia** | **Porcentaje Valido** |
|---|---|---|
| Siempre | 111 | 74% |
| A veces | 39 | 26% |
| Nunca | 0 | 0% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla 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.

***Figura 2. ¿En su vida de comerciante usted ha trabajado con alguna entidad microfinanciera?***

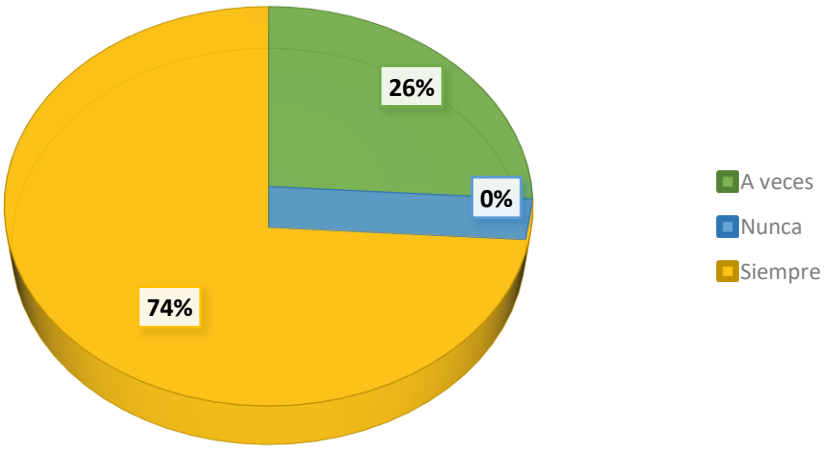



*Figura 2.* Como podemos observar en la figura 2, el 0% manifestaron que nunca han trabajado con una entidad financiera, mientras el 26% de los encuestados a veces con entidades financieras y el 74% de los comerciantes manifestaron que siempre trabajan con entidades financieras.

**Tabla 9**

**Los créditos son Oportunidades de crecimiento**

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

*Nota:* En la tabla 9 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.

***Figura 3. ¿Considera usted que acceder a un crédito pequeño es una oportunidad de crecimiento?***

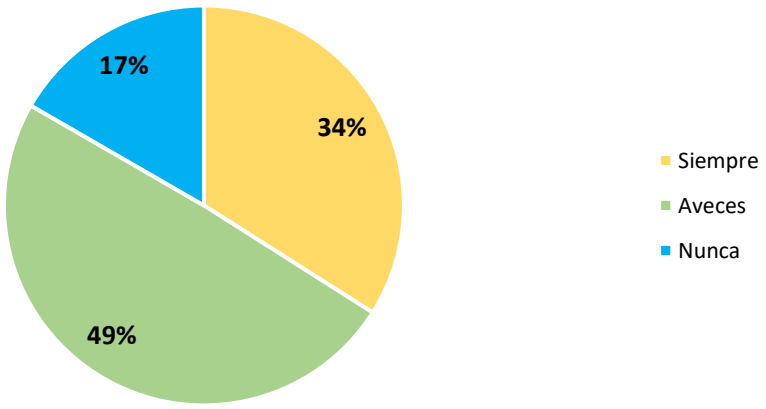



*Figura 3.* Como podemos observar en la figura 3, el 17% manifestaron que nunca han accedido a un crédito pequeño, mientras el 49% de los encuestados manifestaron que a veces han accedido a un crédito pequeño y el 34% de los comerciantes manifestaron que siempre trabajan con créditos pequeños.

**Tabla 10**

**Le dan información para otorgarle un crédito**

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

*Nota:* En la tabla 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.

***Figura 4. ¿Las entidades financieras a donde acude le dan la información necesaria para otorgarle un crédito?***

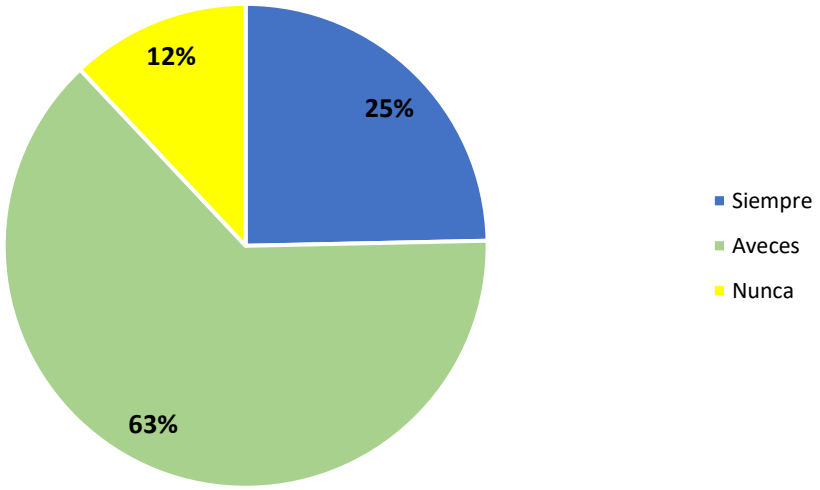



*Figura 4.* Como podemos observar en la figura 4, el 17% manifestaron que nunca han recibieron información completa, mientras el 63% de los encuestados manifestaron que a veces han recibido información completa y el 25% de los comerciantes manifestaron que siempre han recibo toda la información correspondiente al microcrédito.

**Tabla 11**

**Los prestamos contribuyo con el crecimiento de su negocio**

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

*Nota:* En la tabla 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.

***Figura 5. ¿Considera que los préstamos que ha realizado a contribuido con el crecimiento de su negocio?***

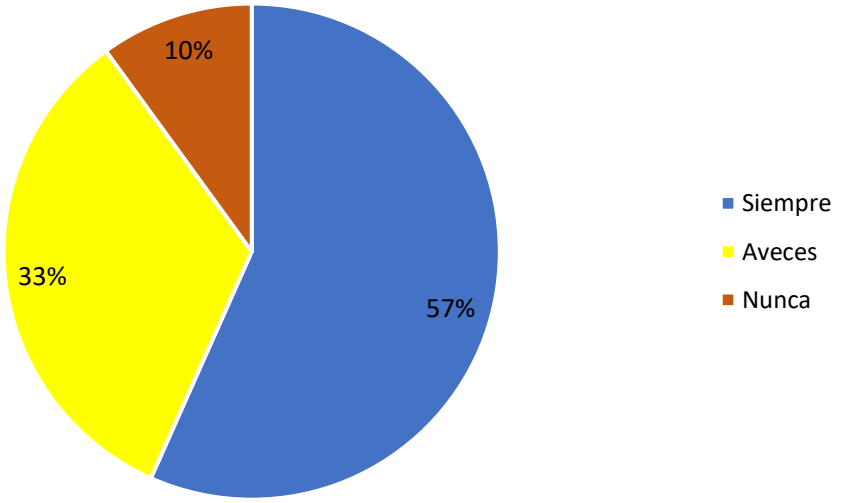



*Figura 5.* Como podemos observar en la figura 5, el 10% manifestaron que nunca, mientras el 33% de los encuestados manifestaron que a veces han logrado un ligero crecimiento y el 57% de los comerciantes manifestaron que sí, siempre han logrado un crecimiento gracias a los créditos otorgados.

**Tabla 12**

**Alguna entidad financiera ha asesorado respecto a las tasas de interés**

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

*Nota:* En la tabla 12, 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.

***Figura 6. ¿Usted ha sido asesorado por alguna entidad financiera respecto a las tasas de interés?***

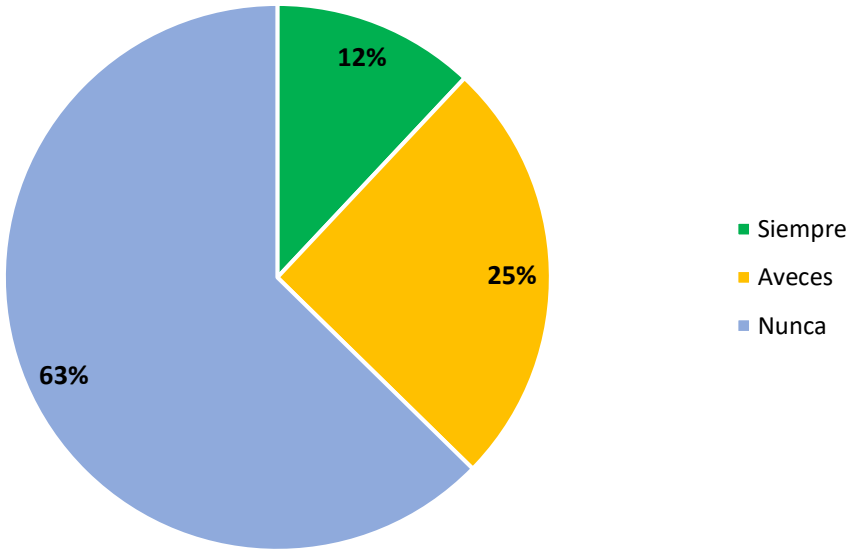



*Figura 6.* Como podemos observar en la figura 6, el 63% manifestaron que nunca han sido asesorados correctamente en lo que respecta al interés, mientras el 25% de los encuestados manifestaron que a veces les han explicado de una manera clara y el 12% de los comerciantes manifestaron que sí, siempre han tenido una asesoría clara y precisa sobre las tasas de los créditos.

**Tabla 13**

**Toma en cuenta la opinión de otros comerciantes**

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

*Nota:* En la tabla 13, 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.

***Figura 7. ¿Considera la opinión de otros comerciantes para realizar algún préstamo?***

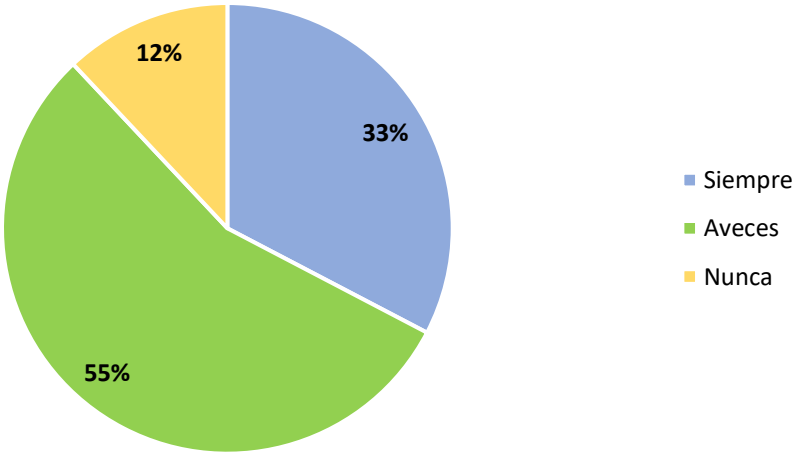



*Figura 7.* Como podemos observar en la figura 7, el 12% manifestó que nunca han tomado en cuenta opiniones d terceros para solicitar un préstamo, mientras el 55% de los encuestados manifestaron que a veces toman en cuenta opiniones que provengan de los comerciantes y el 33% de los comerciantes manifestaron que sí, siempre toman en cuenta opiniones de comerciantes al momento de solicitar un crédito.

### 3.1.1 Identificar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba - 2018.

**Tabla 14**

**Se traza metas u objetivos para incrementar sus ingresos**

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|---|---|---|
| Siempre | 92 | 61% |
| A veces | 48 | 32% |
| Nunca | 10 | 7% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se observa y se interpreta que el 61% de los comerciantes encuestados siempre traza metas u objetivos cada inicio de mes, el 32% de encuestados a veces lo hace mientras el 7% nunca ha realizado dicha actividad.

***Figura 8 ¿Cada inicio de mes usted se traza metas u objetivos con el fin de incrementar sus ingresos?***

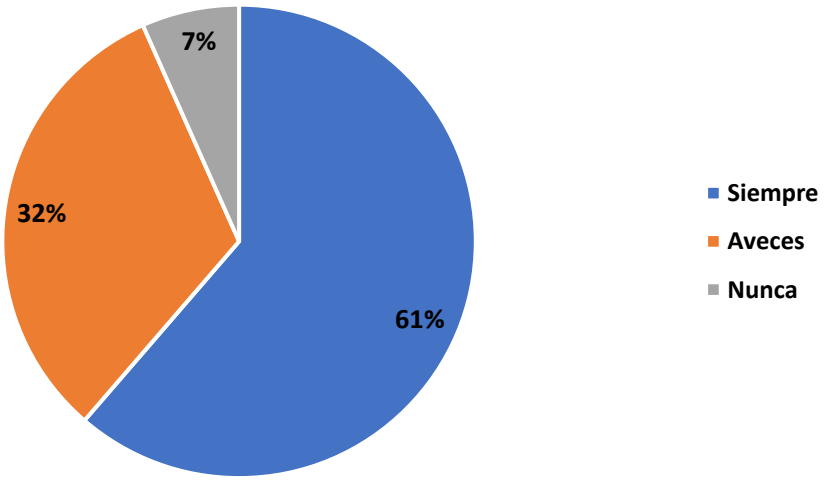



*Figura 8.* Como podemos observar en la figura 8, el 7% nunca ha trazado objetivos y metas, sin embargo, el 32% de los encuestados a veces lo ha realizado y el 61% de los comerciantes siempre se trazan objetivos y metas.

**Tabla 15**

**En la actualización de su stock considera los productos más vendidos**

| **Descripción** | **Frecuencia** | **Porcentaje Valido** |
|---|---|---|
| Siempre | 107 | 71% |
| A veces | 38 | 25% |
| Nunca | 5 | 3% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se observa que el 71% de los comerciantes encuestados manifestó que siempre actualiza su stock en base a sus ventas, el 25% mencionó que a veces lo realiza mientras que el 3% de la población nunca lo realizó.

***Figura 9. ¿Cuándo realiza la actualización de su stock considera los productos más vendidos?***

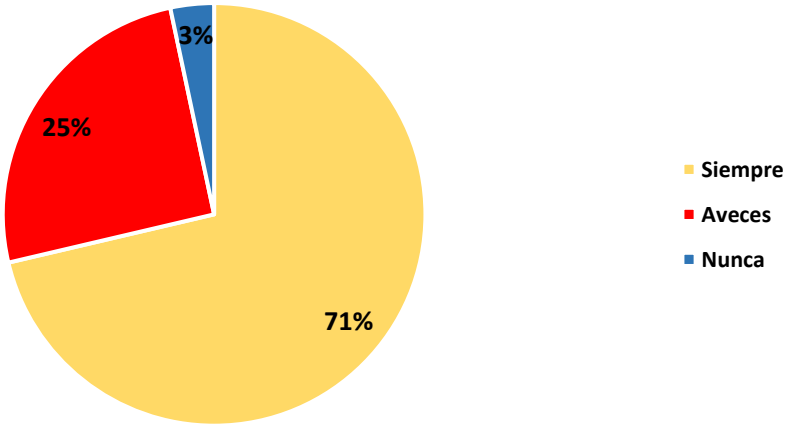



*Figura 9.* Como podemos observar en la figura 9, el 3% nunca ha realizado la actualización de su stock, mientras el 25% de los encuestados a veces lo ha realizado y el 71% de los comerciantes siempre actualiza su stock.

**Tabla 16**

**Hace cotizaciones con distintos proveedores**

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|---|---|---|
| Siempre | 40 | 27% |
| A veces | 25 | 17% |
| Nunca | 85 | 57% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se observa e interpreta que el 57% de los comerciantes encuestados manifestó que nunca cotizan precios antes de realizar una compra, el 27% siempre lo realiza, mientras que el 17% de los comerciantes a veces realizan cotizaciones antes de sus compras.

***Figura 10. ¿Realiza cotizaciones previas a la compra con distintos proveedores?***

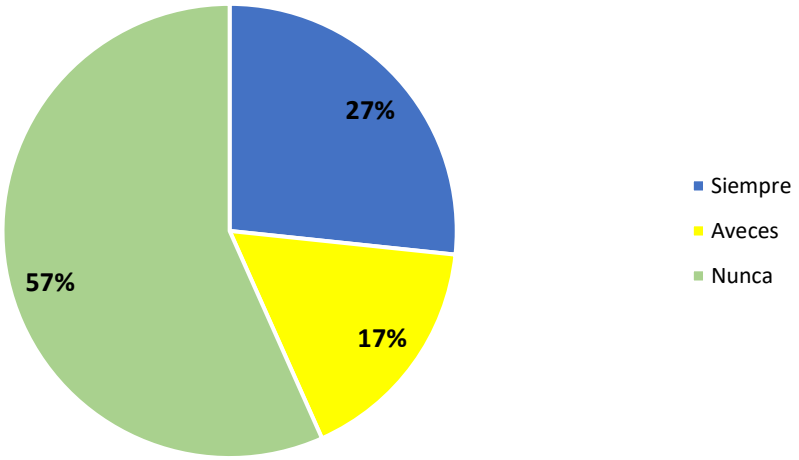



*Figura 10.* Como podemos observar en la figura 10, el 17% a veces ha realizado cotizaciones previas, sin embargo, el 27% de los encuestados siempre lo realiza y el 57% de los comerciantes nunca realizan cotizaciones al momento de comprar su mercadería.

**Tabla 17**

**Hace el conteo de sus productos**

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|---|---|---|
| Siempre | 24 | 16% |
| A veces | 48 | 32% |
| Nunca | 78 | 52% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se muestra que el 52% de los comerciantes encuestados manifestaron que nunca realizan el conteo de sus productos vendidos y cuantos mantienen, el 32% mencionó que a veces mientras el 16% restante dijo que siempre.

***Figura 11. ¿Realiza el conteo de sus productos, para saber cuántos fueron vendidos y cuantos quedan?***

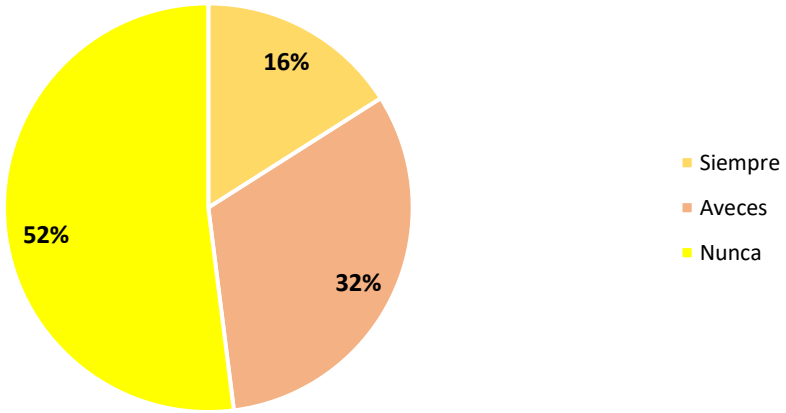



*Figura 11***.** Como podemos observar en la figura 11, el 32% a veces ha realizado el conteo de sus productos, sin embargo, el 16% de los encuestados siempre lo realiza y el 52% de los comerciantes nunca realizan el conteo de sus productos.

**Tabla 18**

**Hace arqueo de caja para controlar sus ingresos y egresos**

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|---|---|---|
| Siempre | 17 | 11% |
| A veces | 55 | 37% |
| Nunca | 78 | 52% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se puede observar e interpretar que el 52% de los comerciantes encuestados manifestaron que nunca realizaron un arqueo de caja para control de sus actividades, el 32% a veces y el 11% consideró que siempre.

***Figura 12. ¿Realiza un arqueo de caja, para tener control de sus ingresos y egresos?***

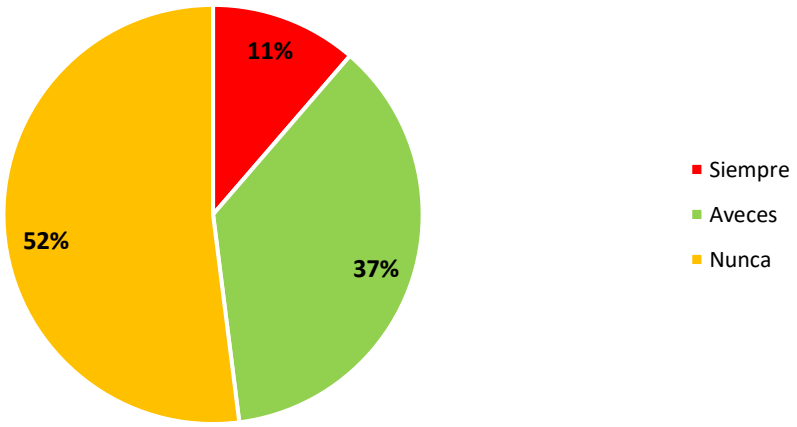



*Figura 12.* Como podemos observar en la figura 12, el 37% a veces un arqueo de caja, sin embargo, el 11% de los encuestados siempre lo realiza y el 52% de los comerciantes nunca realizan un arqueo de caja.

**Tabla 19**

**Considera que año a año se encuentran nuevas oportunidades de desarrollo empresarial.**

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|---|---|---|
| Siempre | 25 | 17% |
| A veces | 85 | 57% |
| Nunca | 40 | 27% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se observa que el 57% de los comerciantes encuestados manifestaron que a veces encuentran oportunidades que les permita el desarrollo de su negocio, el 27% menciona que nunca y el 17% siempre.

***Figura 13. ¿Cómo negociante considera que año a año se encuentran nuevas oportunidades de desarrollo empresarial?***

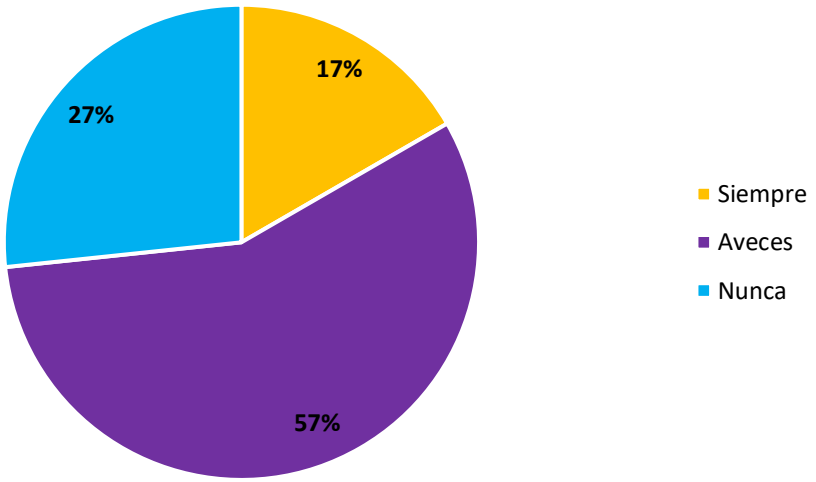



*Figura 13.* Como podemos observar en la figura 13, el 57% a veces se encuentran nuevas oportunidades de negocio, mientras el 17% de los encuestados siempre considera que hay oportunidades nuevas de negocio y el 27% de los comerciantes considera que nunca encuentra nuevas oportunidades de negocio.

**Tabla 19**

**Como parte de crecimiento considera acudir a terceros**

| **Descripción** | **Frecuencia** | **Porcentaje Valido** |
|---|---|---|
| Siempre | 43 | 29% |
| A veces | 89 | 59% |
| Nunca | 18 | 12% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se observó que, del total de comerciantes encuestados, el 59% manifestó que a veces acudió a una entidad financiera, el 29% siempre, mientras que el 12% nunca.

***Figura 14 ¿Considera como parte del crecimiento que es necesarios acudir a terceros, como entidades financieras?***

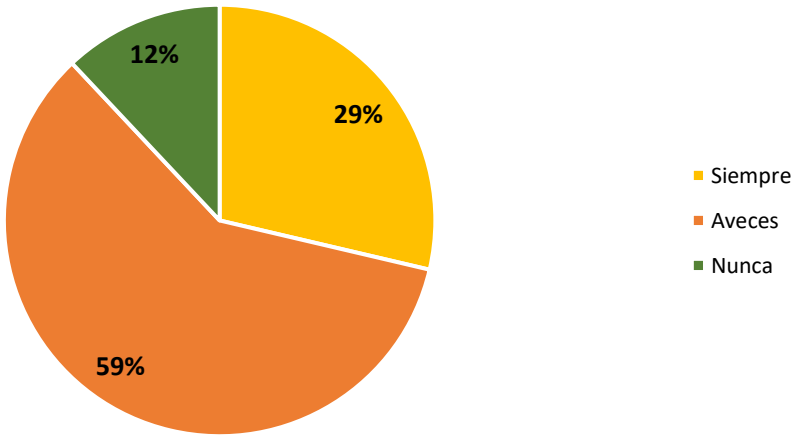



*Figura 14.* Como podemos observar en la figura 14, el 59% considera que a veces es necesario recurrir a terceros para poder logra su crecimiento, mientras el 29% de los encuestados siempre considera que se debe recurrir a terceros y el 12% de los comerciantes considera que nunca se debe recurrir a terceros, muestran desconfianza en las entidades financieras.

**Tabla 20**

**Ha implementado nuevos recursos en su negocio para incrementar sus ventas**

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje Valido |
|---|---|---|
| Siempre | 54 | 36% |
| A veces | 81 | 54% |
| Nunca | 15 | 10% |
| Total | 150 | 100% |

*Nota:* En la tabla se observó que el 54% de los comerciantes encuestados manifestó que a veces han utilizado recursos nuevos para mejorar su negocio, el 36% siempre y el 10% nunca lo realizó.

***Figura 15. ¿Usted ha implementado nuevos recursos en su negocio con el fin de incrementar sus ventas?***

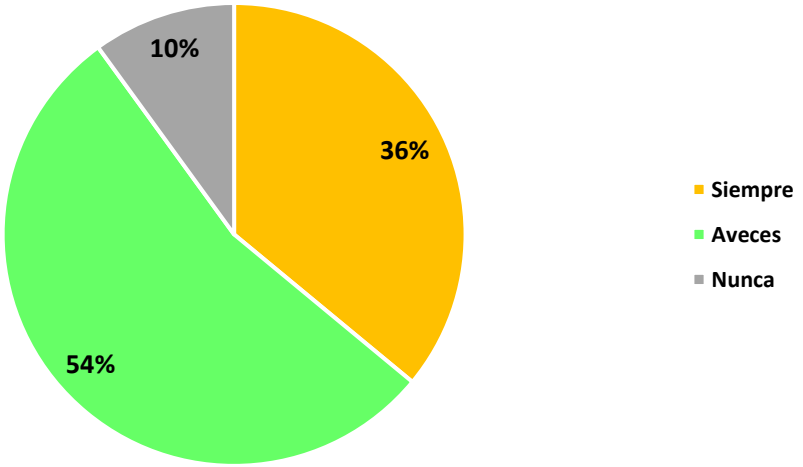



*Figura 15.* Como podemos observar en la figura 15, el 54% manifiesta que a veces implanta recursos para incrementar sus ventas, mientras el 36% de los encuestados siempre implantan estrategias para incrementar sus ventas y el 10% de los comerciantes considera que nunca implantan recursos para poder aumentar sus ventas.

**Determinar el efecto de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba - 2018.**

Para determinar el efecto de las microfinanzas sobre el desarrollo empresarial se ha realizado el coeficiente de Spearman, con la finalidad de medir y corroborar su influencia.

sformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| VAR00014 | Coeficiente de correlación | ,126 | ,488** | -,435** | ,174* | ,261** | -,289** | ,000 | ,000 | ,081 | ,535** | -,13 |
| | Sig. (bilateral) | ,124 | ,000 | ,000 | ,033 | ,001 | ,000 | 1,000 | 1,000 | ,323 | ,000 | ,11 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00015 | Coeficiente de correlación | -,238** | -,282** | ,274** | -,409** | ,357** | ,316** | ,394** | ,535** | ,082 | -,244** | ,234* |
| | Sig. (bilateral) | ,003 | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,320 | ,003 | ,00 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00016 | Coeficiente de correlación | ,089 | ,129 | -,219** | ,150 | ,150 | -,404** | -,183* | -,365** | ,323** | ,589** | -,161 |
| | Sig. (bilateral) | ,279 | ,115 | ,007 | ,068 | ,068 | ,000 | ,025 | ,000 | ,000 | ,000 | ,04 |
| | N | 150 | [illegible] | [illegible] | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00017 | Coeficiente de correlación | -,410** | [illegible] | [illegible] | [illegible]3* | -,087 | ,147 | -,110 | -,362** | -,809** | -,244** | -,659* |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,000 | ,000 | ,047 | ,288 | ,073 | ,179 | ,000 | ,000 | ,003 | ,00 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00018 | Coeficiente de correlación | ,607** | ,143 | -,583** | ,004 | ,073 | -,647** | ,122 | ,122 | ,301** | ,432** | ,14 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,080 | ,000 | ,963 | ,376 | ,000 | ,138 | ,138 | ,000 | ,000 | ,08 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00019 | Coeficiente de correlación | -,289** | ,471** | -,110 | ,110 | ,677** | ,120 | -,125 | ,000 | ,295** | ,484** | -,362* |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,000 | ,179 | ,179 | ,000 | ,145 | ,127 | 1,000 | ,000 | ,000 | ,00 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00020 | Coeficiente de correlación | -,274** | ,236** | ,126 | -,283** | ,220** | ,090 | ,375** | ,250** | -,236** | -,323** | -,283* |
| | Sig. (bilateral) | ,001 | ,004 | ,124 | ,000 | ,007 | ,275 | ,000 | ,002 | ,004 | ,000 | ,00 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00021 | Coeficiente de correlación | ,488** | ,097 | -,787** | -,148 | ,386** | -,606** | ,265** | ,265** | ,194* | ,304** | -,08 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,237 | ,000 | ,070 | ,000 | ,000 | ,001 | ,001 | ,017 | ,000 | ,32 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |
| VAR00022 | Coeficiente de correlación | ,076 | ,296** | -,753** | -,105 | ,606** | -,543** | ,463** | ,239** | -,021 | ,347** | -,316* |
| | Sig. (bilateral) | ,353 | ,000 | ,000 | ,199 | ,000 | ,000 | ,000 | ,003 | ,797 | ,000 | ,00 |
| | N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 15 |

Efectúe una doble pulsación para activar

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

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

*Nota:* Significa que el cuadro, son los resultados de aplicar el coeficiente de Spearman, arrojando como resultado, que existe una influencia significativa de 0.05 entre las microfinanzas y el desarrollo empresarial.

## 3.2 Contrastación de Hipótesis

En este caso aceptamos la hipótesis, que las microfinanzas tienen efecto positivo en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba, debido a que los datos han sido procesados en el programa estadístico SPSS 25, el resultado obtenido dio una influencia significativa de 0.05

### 3.3 Discusión

En base a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado central de Cajabamba, se logró identificar como es el desarrollo empresarial de estos comerciantes, ya que los resultados muestran que al inicio de cada mes solo el 61% de los encuestados se traza algún tipo de objetivo o meta, el 32% lo hace a veces y el 7% nunca, la actualización del stock de sus productos, del total de comerciantes, mencionaron que el 71% siempre lo actualiza con el fin de saber cuánta compra se hará en las siguientes ordenes, el 25% a veces. Así mismo se les preguntó si realizaban cotizaciones antes realizar cualquier tipo de compra, para ello el 57% mencionó que nunca, ya que siempre le compran a un solo proveedor, el 27% siempre lo hace, busca otras opciones, y un 17% lo realiza a veces.

Como parte del control de sus productos, para verificar las ventas, se les preguntó si realizan un conteo físico, el 52% mencionó que nunca lo hace, el 32% a veces mientras el 16% nunca, lo que significa que el control en sus inventarios no es eficiente, lo cual puede generales perdidas. Respecto al control de dinero, el 52% mencionó que nunca han realizado un arqueo de caja para ver el cuadre, el 37% a veces lo realiza y un 11% nunca, lo cual es importante realizar esta actividad porque es parte del control y el control parte del crecimiento lo que se llama desarrollo empresarial. Sobre las oportunidades de mercado para crecer mencionaron que a veces lo logran identificar, por lo que el 57% mencionó que a veces, el 22% nunca ve ese tipo de oportunidades y el 17% siempre.

Tener en cuenta que las oportunidades que brinda el mercado hacen parte del crecimiento como negociante, de lo contrario se quedará estancado o en su zona de confort, lo que busca según el mundo globalizado es romper esquemas. Así mismo el 59% de los comerciantes encuestado acotaron que a veces es necesario acudir alguna entidad financiera para seguir creciendo o invirtiendo, el 29% de ellos mencionan que siempre se debe acercarse y el 12% nunca, porque posiblemente han identificado otras fuentes de financiamiento.

El desarrollo empresarial es importante para las empresas, sociedad y país, pero para lograr ello se tienen que seguir una serie de procesos y contar con recursos.

Por ello (Varela y Bedoya, 2006) Mencionan que “el desarrollo organizacional es el uso de recursos organizacionales para mejorar la eficiencia y expandir la productividad. Puede ser usado para resolver problemas dentro de la organización o como manera de analizar un proceso y encontrar una manera más eficiente de hacerlo. Implementar el desarrollo organizacional requiere una inversión de tiempo y dinero.” (p. 5).

También se han realizado investigaciones antecedentes a la presente, como Choque y Mamani (2017). Quien desarrollaron un trabajo en Arequipa, sobre el desarrollo de los comerciantes teniendo como recurso el financiamiento, concluyeron que el financiamiento afectó directamente al desarrollo de las MYPES de la Asociación de los comerciantes de la feria del Altiplano.

Para evaluar y cumplir con el segundo objetivo que fue diagnosticar el conocimimiento 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, debil y errado.

Teóricamente tienen desconocimiento, ya que en la práctica en su mayoria han acudido o han hecho uso de las microfinanzas, debido a que el 74% de los encuetados siempre han trabajado con una entidad financiera y el 26% a veces, pero nadie alguna vez nunca ha dejado de ir. Asi 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 perdidas.

Respecto a las tasas de intereses que muchos no le dan importancia se les hizo mención si habian 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 bridar toda la información sobre ello, causando problemas de pago de dicho préstamo. Asi 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 valido al 100% las opiniones ya que cada servicio es unico 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 como Benites (2015), menciona en sus conclusiones que existe influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial, de forma que los comerciantes se han beneficiado, además, aprendieron aspectos importantes para mantenerse activos siempre.

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.

Dentro de nuestros objetivos, se realizó una medida mediante un coeficiente conocido como el “Coeficiente de Spearson”, que un sistema que procesa datos encargándose de medir si existe influencias de una variable independiente sobre otra, lo cual se realizó este procedimiento teniendo como resultado 0.05, esto quiere decir que existe una influencia significativa entre las microfinanzas y el desarrollo empresarial.

Ramos y Zambora (2018), realizaron investigaciones, donde sus resultados muestran que las Microfinanzas influyen de manera efectiva en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercadillo de san Ignacio, ya que, a través de los microcréditos adquiridos, los microempresarios están incrementando su economía y teniendo un cambio favorable en su vida.

Así mismo se diseñó un programa de un conjunto de actividades que contribuyan con la educación e información por parte de las entidades financieras hacia los comerciantes. El objetivo es brindarles información por medio de charlas, conversatorios, haciendo uso de los recursos como las redes sociales, plataformas y portal webs.

## 3.4 Propuesta

Diseñar una propuesta de orientación sobre las finanzas y el desarrollo empresarial a los comerciantes del mercado Central de Cajabamba.

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 las 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.

La presente propuesta incurre en un costo de S/1550.00, que podría ser cubierto por la municipalidad con los recursos directamente recaudados, sin embargo, las Financieras podrían hacerlo como parte de su servicio y así mismo hacer publicidad, generando estrategias con la misma municipalidad y mercado Central de Cajabamba.

**Tabla 21**

***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<br>Cultura financiera | Público en general | 400 |
| | | | Pagos prontos y beneficios | | |
| Total | | | | | 1550 |

# IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## Conclusiones

a) Se concluye, mencionando que el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba, es medio, ya que en base a los resultados obtenidos el 80% de los comerciantes no contaban con un plan estratégico, con proyecciones, no tienen control eficaz sobre sus inventarios, y cuadre de sus cajas, siendo principales factores que no contribuyen con el desarrollo empresarial.

b) Finalmente los comerciantes del mercado central de Cajabamba, no tiene un conocimiento o conocen teóricamente de las microfinanzas, sin embargo en la práctica lo utilizan mucho, ya que en su mayoría de los comerciantes trabaja como mínimo con una entidad financiera, mantiene créditos, que son utilizados en su inversión del negocio, así mismo se identificó que dichas financieras no logran brindarles toda la información que implica tener o sacar un crédito, ni qué y cómo funcionan las tasas de interés.

c) Se diseñó un programa con un conjunto de acciones para contribuir con el conocimiento de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba respecto a la importancia de las microfinanzas y su efecto en el desarrollo empresarial.

## Recomendaciones

a) Se recomienda que los comerciantes del mercado central de Cajabamba, se capaciten en el manejo de sus inventarios, y optar por utilizar un sistema de control interno, porque el trabajo que vienen desarrollando se perderá y no podrán desarrollarse empresarialmente.

b) 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 les producto que les ofrecen, y ver estos créditos como recursos de crecimiento empresarial.

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

## REFERENCIAS


Alvarado Carranza, C. (2016). *Financiamiento de capital de trabajo y el desarrollo empresarial de comerciantes de gamarra, Chimbote, 2016.* Chimbote. Obtenido de http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/1878/Tesis_45168.pdf?sequence=1&isAllowed=y

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

Arroyo, C. (2018). *Crecimiento económico, pobreza y distribución del ingreso en el Ecuador, período 2007-2016.* Gauayaquil. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28321

Benites, M. (2015). *Influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzáles de la Ciudad de Chiclayo - 2015.* Chiclayo. Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/3025

Carpio, R. (2016). *Caracterización del financiamiento y el desarrollo económico de las Mypes del distrito de Mórrrope, año 2016.* Chiclayo. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2185

Choque Castro , I., & Mamani Condori, S. (2017). *Impacto de las microfinanzas en el desarrollo de los emprendedores de la asociación de comerciantes de la Feria del Altiplano de Arequipa - 2017.* Arequipa. Obtenido de http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5510/ADchcair.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coca, A. (2013). Una aproximación al conocimiento de las microfinanzas. *Redalyc*. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231002

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

Delfín, F., & Acosta, M. (20 de Junio de 2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión*. Obtenido de http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810/9526https://books.google.com.pe/books?id=2GuHhOYk59kC&pg=PA9&dq=desarrollo+empresarial+libros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz2e_aioTgAhXnYN8KHVRrB-kQ6AEILjAB#v=onepage&q=desarrollo%20emp

Diario Gestión. (21 de 12 de 2018). CAF y Caja Huancayo acuerdan financiamiento por US$ 10 millones para impulsar las microfinanzas. *Gestión*. Obtenido de https://gestion.pe/economia/empresas/caf-caja-huancayo-acuerdan-financiamiento-us-10-millones-impulsar-microfinanzas-253610

Diaz Valencia , G. (2016). LAS MICROFINANZAS Y LOS CRÉDITOSINFORMALES PARA LA FINANCIACIÓN DE EMPRESAS INFORMALESEXCLUSIÓN FINANCIERA. *Cepal*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/05b_gustavo_diaz_valencia_-_presentacion_-_microfinanzas.pdf

El Comercio. (05 de Septiembre de 2017). Produce: Así buscarán impulsar el desarrollo de las Mypes y el sector pesca. *El Comercio*. Obtenido de https://elcomercio.pe/economia/peru/produce-buscaran-impulsar-desarrollo-mypes-sector-pesca-noticia-455957

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

FIGUEROA, J. (2015). *INTELIGENCIA FINANCIERA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA EMPRESA REENCAUCHADORA RUBBERS SRL DE LA REENCAUCHADORA RUBBERS SRL DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA.* Cajamarca. Obtenido de http://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/uap/2400/2/VARGAS_FIGUEROA-Resumen.pdf

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

Gavilanes, A., & Romero, M. (2015). *Medición del impacto de los microcréditos sobre el nivel de vida de los habitantes del cantón San Fernando, año 2014.* Cuenca. Obtenido de http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/22306

Gomez , C. (18 de Septiembre de 2017). El Fracaso de los Microcreditos. *El Pais*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2017/09/14/3500_millones/1505372001_046434.html

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

Hernádez, S., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta edición ed.). México: Mc Graw.

La República. (14 de Enero de 2019). Fortalecen la competitividad empresarial de Las Cámaras de Comercio. *La República*. Obtenido de https://larepublica.pe/sociedad/1393813-rol-camaras-comercio-desarrollo-economico-social-peru

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/

Mac Master, B. (11 de Agosto de 2017). *La republica colombiana*. Obtenido de https://www.larepublica.co/analisis/bruce-mac-master-400335/hacia-un-desarrollo-empresarial-2535646

Mballa, L. (2017). *Desarrollo local y microfinanzas como estrategias de atención a las necesidades sociales.* México. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182017000100101

Medina, B., & Nuñez, C. (2017). *INFLUENCIA DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO EN EL DESARROLLO DE LAS MYPES EN LA CIUDAD DE CHOTA.* Chota. Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4296/Llamo%20Medina%20-%20Sempertegui%20Nu%C3%B1ez.pdf?sequence=7&isAllowed=y

Meneses , R. (Septiembre de 2017). LA INDUSTRIA MICROFINANCIERA EN MÉXICO Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO (MARCO TEORICO Y EXPERIENCIA). Obtenido de http://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2017/07/10te2.pdf

Nacarino, J. (2017). *"FACTORES LIMITANTES DEL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS FORMALES EN EL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA Y SU RELACIÓN CON LA TOMA DE DECISIONES".* Cajamarca. Obtenido de http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/1227/%E2%80%9CFactores%20limitantes%20del%20desarrollo%20de%20las%20microempresas%20formales%20en%20el%20departamento%20de%20Cajamarca.pdf?sequence=1&isAllowed=y

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

Ochoa, J. (2017). *Influencia de las microfinanzas para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015.* Puno. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/3993

Parrado, P. (2015). *Riesgo de crédito y solidez financiera en el sector bancario: Un Enfoque Macroprudencial.* Jaén. Obtenido de http://hdl.handle.net/10953/687

Parrales, J., & Rodríguez, K. (2018). *El microcrédito como fuente de financiamiento para la asociación de comerciantes minoristas del cantón Jipijapa.* Gauayaquil. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/37195

Parrales, J., & Rodríguez, K. (2018). *El Microcrédito como fuente de financiamiento para la Asociación de Comerciantes Minoristas del Cantón Jipijapa.* Guayaquil. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/37195

Perú21. (22 de Diciembre de 2016). Cajas Municipales esperan crecimiento en depósitos de hasta 15% el 2017. *Perú21*. Obtenido de https://peru21.pe/economia/cajas-municipales-esperan-crecimiento-depositos-15-2017-236624

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

Ramos García , S., & Zambora Chuquihuanga, E. (2018). *INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADILLO DE LA CIUDAD DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA-2017.* Pimentel . Obtenido de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5363/Zambora%20Chuquihuanga%20%26%20Ramos%20Garc%C3%ADa.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Rendón, J., & Forero, J. (2014). Ssiemas productivos locales: Estrategias empresariales para el desarrollo. *Redalyc*. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165036220003

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

Ríos, M. (06 de Agosto de 2015). Las microfinancieras y su rol descentralizador. *Gestión*. Obtenido de https://archivo.gestion.pe/mercados/microfinancieras-y-su-rol-descentralizador-2138997

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

Valera, R. (2001). *Innovación empresarial* (2da edición ed.). Bogotá: Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=RQ_4NcwhagQC&printsec=frontcover&dq=que+es+el+desarrollo+empresarial+de+empresas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjg8ImJ0oXgAhVhqlkKHVXICWsQ6AEIKzAB#v=onepage&q=que%20es%20el%20desarrollo%20empresarial%20de%20empresas&f=false

Varela, R. (2010). *La Situación en Colombia de la Iniciativa Empresarial.* República de San Marino. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/313114659_La_situacion_en_Colombia_de_la_iniciativa_empresarial

Varela, R., & Bedoya, L. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *ICESI*. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/4078/1/modelo_conceptual_de_desarrollo_empresarial_basado_en_competencias.pdf

Velásquez , D. (2018). *Análisis de la Competitividad del Sector Financiero de la ciudad de Manizales.* Manizales. Obtenido de http://bdigital.unal.edu.co/69783/1/30238391.2018.PDF

**ANEXOS**
**Anexo N° 1**

**Encuesta N° 1**

| **Las Microfinanzas y el Desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba - 2018** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Instrucciones:** Sírvase a marcar su conformidad en los siguientes Ítems | | | | |
| Siempre (S)- A veces (A)- Nunca (Nunca) | | | | |
| **Nª** | **ITEMS/ Desarrollo Empresarial** | **S** | **A** | **N** |
| **1** | ¿Cada inicio de mes usted se traza metas u objetivos con el fin de incrementar sus ingresos? | | | |
| **2** | ¿Cuándo realiza la actualización de su stock considera los productos más vendidos? | | | |
| **3** | ¿Realiza cotizaciones previas a la compra con distintos proveedores? | | | |
| **4** | ¿Ha delegado funciones a otras personas para realizar alguna actividad del negocio? | | | |
| **5** | ¿Las actividades de su negocio como cobrar, vender, comprar, ordenar, limpieza lo realiza solo su persona? | | | |
| **6** | ¿Usted ha cumplido todas sus expectativas, metas u objetivos de su negocio? | | | |
| **7** | ¿Realiza el conteo de sus productos, para saber cuántos fueron vendidos y cuantos quedan? | | | |
| **8** | ¿Realiza un arqueo de caja, para tener control de sus ingresos y egresos? | | | |
| **9** | ¿Cómo negociante considera que año a año se encuentran nuevas oportunidades de desarrollo empresarial? | | | |
| **10** | ¿Considera como parte del crecimiento es necesarios acudir a terceros como entidades financieras? | | | |
| **11** | ¿Usted siente que más allá de generar ingresos contribuye con el crecimiento de la región? | | | |
| **12** | ¿Usted ha implementado nuevos recursos en su negocio con el fin de incrementar sus ventas? | | | |

**Encuesta N° 2**

| **Las Microfinanzas y el Desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central 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 al crecimiento de 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 a 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? | | | |

**Anexo Nº 2**

## *MATRIZ DE CONSISTENCIA*

<table>
<tr><td colspan="5">Título: “LAS MICROFINANZAS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE CAJABAMBA - 2018”.</td></tr>
<tr><td>Problema</td><td>Objetivos</td><td>Trabajos previos</td><td>Variables</td><td>Metodología</td></tr>
<tr><td rowspan="2">¿Cuál es el efecto de las micro finanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba - 2018?</td><td>General:<br>Determinar el efecto de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba - 2018.</td><td rowspan="2">Apellido y año:<br>Parrales y Rodríguez (2018).<br>Ochoa (2017).<br>Medina y Nuñez (2017).</td><td>Microfinanzas<br>Desarrollo empresarial</td><td rowspan="4">Tipo de investigación: Descriptiva correlacional<br>Nivel de investigación: Descriptiva<br>Diseño de investigación: No experimental<br>Población – Muestra –Muestreo: Mercado - Comerciantes - 2018<br>Técnicas: Encuesta<br>Instrumentos: Cuestionario</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Específicos<br>Analizar las microfinanzas de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba -2018.<br>Identificar el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado Central de Cajabamba - 2018.<br>Diseñar una propuesta de orientación sobre las</td><td>Indicadores</td></tr>
<tr><td>Hipótesis</td><td rowspan="2">Marco teórico:<br>Las microfinanzas, 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</td><td rowspan="2">Conocimiento<br>Importancia<br>Instituciones financieras<br>Planificación<br>Organización<br>Cultura empresarial<br>Liderazgo</td></tr>
<tr><td>Las Microfinanzas afectan en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado central de Cajabamba - 2018.</td></tr>
</table>

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Microfinanzas y el desarrollo empresarial a los comerciantes del mercado Central de Cajabamba. | crédito- que provee servicios financieros a los pobres. Tales servicios incluyen financiamiento, instrumentos de ahorro y de pago, entre otros. Gutierrez y Unceta (2015).<br><br>El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Delfin y Acosta (2016)<br><br>La variable Microfinanzas está regulada mediante la Ley Orgánica de Municipalidades LEY N.º 27972-MEF, realmente explicada en la Ley N° 27972, donde establecen todas actividades y potestad que puedan ejecutar. | | |

**Anexo N.º 3**

Confiabilidad de los instrumentos

## Fiabilidad

### Escala: ALL VARIABLES

**Resumen de procesamiento de casos**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Casos | Válido | 150 | 100,0 |
| | Excluido[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 150 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|---|---|
| ,742 | 11 |

## Fiabilidad

### Escala: ALL VARIABLES

**Resumen de procesamiento de casos**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Casos | Válido | 150 | 100,0 |
| | Excluido[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 150 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|---|---|
| ,648 | 10 |