

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE CONTABILIDAD**



**Cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los  
comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo  
2022**

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

**AUTOR**

**Juliana Lucero Sanchez Rivera**

**ASESOR**

**Karhy Estela Cipriano Urtecho De Yong**

**<https://orcid.org/0000-0002-2848-6642>**

**Chiclayo, 2024**

**Cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los  
comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el  
periodo 2022**

PRESENTADA POR  
**Juliana Lucero Sanchez Rivera**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**CONTADOR PÚBLICO**

APROBADA POR

**Cecilia Del Rosario Alayo Palomino**  
PRESIDENTE

**Pedro Jesus Cuyate Reque**  
SECRETARIO

**Karhy Estela Cipriano Urtecho De Yong**  
VOCAL

## **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación es dedicado a Dios porque está presente en cada momento de mi vida enseñándome a dar pasos firmes y a mis padres que siempre son mi apoyo incondicional, velan por mi bienestar y educación, siendo soporte en los retos y adversidades atravesadas, la confianza que pusieron en mi capacidad de conocimientos y esfuerzos realizados durante todo el proceso.

## **Agradecimientos**

A Dios por ser mi fortaleza, guía y refugio en mi etapa universitaria.

A mis padres por darme la oportunidad para superarme y motivarme constantemente a continuar a pesar de las adversidades.

A la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, por darme la oportunidad de conocer excelentes docentes de la escuela de Contabilidad dispuestos a compartir sus conocimientos y experiencias que contribuyeron en mi formación permitiéndome adquirir mejores conocimientos a lo largo del tiempo.

Agradezco a mi Asesora, Mgtr. Karhy Estela Cipriano Urtecho por compartir sus conocimientos, experiencia y su motivación para lograr concluir con éxito la investigación.

# TESIS TURNITIN - SANCHEZ RIVERA JULIANA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[hdl.handle.net](https://hdl.handle.net)

Fuente de Internet

3%

2

[repositorio.uladech.edu.pe](https://repositorio.uladech.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

3

[repositorio.ucv.edu.pe](https://repositorio.ucv.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

4

[tesis.usat.edu.pe](https://tesis.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

5

[repositorio.ulasamericas.edu.pe](https://repositorio.ulasamericas.edu.pe)

Fuente de Internet

<1%

6

[repositorio.unap.edu.pe](https://repositorio.unap.edu.pe)

Fuente de Internet

<1%

7

[www.coursehero.com](https://www.coursehero.com)

Fuente de Internet

<1%

8

[www.dspace.unitru.edu.pe](https://www.dspace.unitru.edu.pe)

Fuente de Internet

<1%

9

[repositorio.espe.edu.ec](https://repositorio.espe.edu.ec)

Fuente de Internet

<1%

## Índice

<b>Resumen</b> .....	10
<b>Abstract</b> .....	11
<b>I. Introducción</b> .....	12
<b>II. Revisión de literatura</b> .....	15
2.1. Antecedentes .....	15
2.2. Bases Teórico Científicas.....	21
2.2.1. Cultura Financiera.....	21
2.2.2. Crecimiento Económico.....	26
<b>III. Materiales y métodos</b> .....	32
3.1. Tipo y nivel de investigación .....	32
3.2. Diseño de investigación .....	33
3.3. Población, muestra y muestreo .....	33
3.4. Criterios de selección:.....	34
3.5. Operacionalización de variables .....	34
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.7. Procedimientos.....	36
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos .....	36
3.9. Matriz de consistencia.....	36
3.10. Consideraciones éticas .....	38
<b>IV. Resultados y discusión</b> .....	39
4.1. Resultados .....	39
4.1.1. Descripción de las características de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022 .....	39
4.1.2. Evaluación de la cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022 .....	43
4.1.3. Análisis del crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022 .....	51
4.1.4. Elaboración de un programa de capacitación de cultura financiera para los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022 .....	60
4.2. Discusión.....	84
<b>V. Conclusiones</b> .....	87

<b>VI.</b>	<b>Recomendaciones</b> .....	<b>88</b>
<b>VII.</b>	<b>Referencias</b> .....	<b>89</b>
<b>VIII.</b>	<b>Anexos</b> .....	<b>93</b>

## Lista de tablas

<b>Tabla 1:</b> Operacionalización de variables .....	35
<b>Tabla 2:</b> Matriz de consistencia .....	37
<b>Tabla 3:</b> Años de antigüedad tiene su negocio .....	40
<b>Tabla 4:</b> Régimen tributario en que se encuentra .....	40
<b>Tabla 5:</b> Financiamiento para su actividad comercial mensualmente .....	41
<b>Tabla 6:</b> Totales de ingresos que obtiene al mes .....	42
<b>Tabla 7:</b> Significado de cultura financiera .....	44
<b>Tabla 8:</b> Significado de capital de trabajo .....	45
<b>Tabla 9:</b> Su negocio le permite ahorrar .....	46
<b>Tabla 10:</b> De sus ingresos percibidos, destina una parte a sus ahorros personales.....	47
<b>Tabla 11:</b> Significado de inversión .....	47
<b>Tabla 12:</b> Actualmente préstamo (s) emitido (s) por una entidad financiera.....	48
<b>Tabla 13:</b> Conocimiento sobre las tasas de interés que ofrecen las entidades financieras .....	50
<b>Tabla 14:</b> Presupuesto para las diferentes actividades de su negocio .....	50
<b>Tabla 15:</b> Gatos mayores a los ingresos obtenidos .....	55

## Lista de figuras

<b>Figura 1:</b> Propietarios del local.....	39
<b>Figura 2:</b> Financiamiento de su actividad comercial mensualmente .....	42
<b>Figura 3:</b> El total de ingresos que obtiene al mes .....	43
<b>Figura 4:</b> Significado de cultura financiera .....	44
<b>Figura 5:</b> Significado de capital de trabajo .....	45
<b>Figura 6:</b> Prestamos actualmente emitidos por una entidad financiera .....	49
<b>Figura 7:</b> Inversión clave para el crecimiento de su negocio .....	53
<b>Figura 8:</b> Ganancias al mes en su negocio.....	54
<b>Figura 9:</b> Reinvertir las ganancias obtenidas en su negocio .....	55
<b>Figura 10:</b> Frecuencia de gastos mayores a los ingresos obtenidos.....	56
<b>Figura 11:</b> Ahorro en entidades financieras .....	57
<b>Figura 12:</b> Decisiones de inversión en bienes.....	58
<b>Figura 13:</b> Tienda en otro local.....	59

## Lista anexos

<b>Anexo 1:</b> Instrumento I (Cuestionario).....	93
<b>Anexo 2:</b> Tablas y gráficos (interpretaciones).....	96
<b>Anexo 3:</b> Validación del experto.....	146
<b>Anexo 4:</b> Ejecución del 4to objetivo .....	148

## Resumen

La cultura financiera en el Perú ha experimentado mejoras significativas en los últimos años, siendo participe los comerciantes del sector ropa, quienes día a día buscan forjar el crecimiento económico de sus negocios para así generar estabilidad económica y un mejor posicionamiento en el mercado comercial. Los comerciantes todavía enfrentan desafíos para acceder a servicios financieros y carecen de los conocimientos, necesarios para tomar decisiones financieras informadas. Además, la falta de educación financiera formal en el sistema educativo puede ser un obstáculo para mejorar la cultura financiera.

El presente trabajo tuvo como objetivo general determinar el nivel de cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo 2022.

Asimismo, fue de enfoque cualitativo, con un tipo de investigación aplicada, de nivel descriptivo, diseño no experimental, considerando una muestra de 58 comerciantes, abocado a un muestreo no probabilístico y para la recopilación de datos se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento la ficha de cuestionario.

En definitiva, se evidenció que existe un impacto significativo entre la cultura financiera y el crecimiento económico en los negocios, pues, el 53.4% de comerciantes con una cultura financiera más sólida mostraron un mejor desempeño financiero en términos de crecimiento de ingresos y rentabilidad, sin embargo, el 46.6% de los comerciantes presentan dificultades de ahorro, debido a las bajas ventas que perciben en su negocio, conllevándolos a verse limitados a invertir en bienes que permitan su crecimiento económico.

**Palabras clave:** Comerciantes, crecimiento económico, cultura financiera, servicios financieros, ingresos, rentabilidad.

## Abstract

The financial culture in Peru has experienced significant improvements in recent years, with the participation of merchants in the clothing sector, who every day seek to forge the economic growth of their businesses in order to generate economic stability and a better position in the commercial market. Merchants still face challenges accessing financial services and lack the knowledge necessary to make informed financial decisions. In addition, the lack of formal financial education in the educational system can be an obstacle to improve financial literacy.

The general objective of this work was to determine the level of financial culture and its impact on the economic growth of the merchants of the Ivanlika gallery in the Chiclayo district in the period 2022.

Likewise, it was of a qualitative approach, with a type of applied research, descriptive level, non-experimental design, considering a sample of 58 merchants, dedicated to a non-probabilistic sampling and for data collection the survey was applied as a technique and as an instrument. the questionnaire sheet.

In short, it was evident that there is a significant impact ( $p < 0.902$ ) between financial culture and economic growth in business, since those merchants with a more solid financial culture showed better financial performance in terms of income growth and profitability. , compared to the rest, in fact, it is concluded that attending talks or training on financial culture helped them contribute to the development of financial skills at both an individual and organizational level.

**Keywords:** Merchants, economic growth, financial culture, financial services, income, profitability.

## **I. Introducción**

Actualmente, las mypes son consideradas importantes en el país al cumplir con una labor fundamental, puesto que no solo generan empleo, sino que también aportan al PBI para el desarrollo socioeconómico. Es por ello que la necesidad de que cuenten con conocimientos de cultura financiera para emprender en un negocio es primordial, puesto que, a través de ella, se logra el desarrollo de habilidades, conocimientos, mejoras en la administración de sus finanzas y progreso en el crecimiento económico. Sánchez et al. (2022) enfatizan que, en un mundo tan globalizado, se ha presenciado un incremento en el ingreso de nuevos negocios al mercado, permitiendo oportunidades de empleo. Sin embargo, parte de los comerciantes constituidos carecen de conocimientos financieros en cuanto al manejo de créditos, ahorro y financiamiento.

Es importante la presente investigación para que las mypes conozcan sobre las finanzas y la necesidad de administrar eficientemente el dinero para darle buen manejo a las finanzas en su negocio, ya que hoy en día muchas mypes lo necesitan. Por ello, será oportuno que las mypes reconozcan que tener una buena cultura financiera les permitirá también desarrollar sus actividades comerciales de forma más eficiente para lograr el objetivo del crecimiento económico.

Polania et al. (2016) afirman que el bajo nivel de conocimiento financiero influye en sus actividades comerciales, llevándolos a manejar a su antojo sus finanzas, es por ello que se considera necesario combatir la ignorancia colectiva sobre temas financieros. Sin embargo, esto podría realizarse contando con el apoyo del gobierno, quien debería de promover charlas o capacitaciones que informen a los comerciantes sobre cómo tomar decisiones responsables frente a los créditos que brindan las entidades financieras. Rivera (2021) expresa que el problema está en el conocimiento, comportamiento y capacidad económica que las mypes presentan en su interior para el desarrollo de sus actividades, debido a la falta de capacitaciones sobre temas financieros.

El problema del presente trabajo de investigación radica en que la mayoría de los comerciantes de la Galería Ivanlika de la ciudad de Chiclayo, dedicados a la venta de prendas de vestir, desconocen acerca de la cultura financiera, presentando diversos factores que

involucran su deficiente conocimiento. Dentro de ello está la inadecuada educación financiera, falta de programas o capacitaciones, falta de ahorros, la mala planificación del presupuesto y las dificultades que tienen para acceder a un crédito financiero, lo cual implica un mal manejo de las finanzas, siendo perjudicial para el logro de sus objetivos. En tal sentido, se tuvo como objetivo dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿De qué manera el nivel de cultura financiera impacta el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022?

Eyzaguirre (2016) menciona que la cultura financiera son conocimientos, habilidades y comportamiento necesarios para tomar decisiones acertadas frente al manejo de ahorros, presupuesto y créditos, con el fin de concretar una buena estabilidad económica y llena de oportunidades. Así mismo, Toscano et al. (2019) señala que el crecimiento económico es la capacidad que se tiene para generar ingresos con el fin de mejorar la condición de vida mediante la mejora de producción de bienes y/o servicios los cuales son proporcionados para satisfacer necesidades.

En las investigaciones sobre el tema, Ichpas y Ñope (2018) en su investigación: “Análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (Mypes) de confecciones de prendas de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años”, mencionan que la falta de conocimientos financieros, hace que sus negocios se vuelvan menos competitivos frente al mercado, dado que no diversifica posibles estrategias para incrementar sus ganancias, logrando ser más rentable. Por consiguiente, les sería factible invertir en las necesidades más significativas para el negocio, permitiendo su crecimiento económico.

Por tanto, se planteó como objetivo general determinar el nivel de cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo 2022. Asimismo, se establecieron como objetivos específicos: describir las características de los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo 2022, evaluar la cultura financiera de los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo 2022, analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022, y por último, elaborar un programa de capacitación de cultura financiera para los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo 2022.

Respecto a la justificación social, se esperó fomentar la cultura financiera en los comerciantes de la galería Ivanlika, generando un impacto positivo en su mejora de habilidades financieras, promoviendo una gestión más eficiente de sus recursos económicos, lo que permitirá maximizar sus ingresos, reducir riesgos y tomar decisiones más informadas. Esto, a su vez se traduce en una mayor estabilidad financiera a nivel comercial, lo que contribuye a la reducción de la pobreza y la desigualdad económica.

En cuanto a la justificación teórica, se tuvo como propósito identificar que tantos comerciantes muestran conocimiento acerca de la cultura financiera y como esta influye en el crecimiento económico de su negocio. En tal sentido, se buscó conocer la contrastación de la manera en que la cultura financiera impacta en el crecimiento económico de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo 2022. Es decir, de quienes destacan en la economía del país por su desempeño empresarial, dedicados a la comercialización de mercadería, en este caso, a la venta de prendas de vestir, y como tal, presentan diversas características que contribuyen a la búsqueda de alternativas que desarrollen potencial económico y a la vez su reconocimiento en el mercado, permitiendo ser más competitivos.

La justificación metodología de esta investigación servirá de apoyo y podrá ser utilizado por aquellas mypes comerciales dedicadas a la venta de prendas de vestir y que necesitan enriquecer sus conocimientos financieros, siendo el soporte para el crecimiento económico de sus negocios con el fin de alcanzar el éxito. Para ello, se utilizó la técnica de encuesta para obtener la recolección de los datos, teniendo presente el manejo de un instrumento, en otras palabras, un cuestionario, aplicado a los comerciantes de la galería con el propósito de medir las variables estudiadas: cultura financiera y crecimiento económico.

Así mismo, la justificación práctica de los resultados obtenidos en la investigación permitió encontrar soluciones concretas que afiancen sus conocimientos ante la necesidad de fomentar hábitos financieros, incentivando al crecimiento económico de su negocio, alcanzando una mejoría en cuanto a sus posibilidades e incrementando su riqueza. Frente al deficiente crecimiento económico que muestran los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022, de comprobarse el impacto de la cultura financiera en el crecimiento económico, se permitirá a los comerciantes contribuir a la mejora en la toma de decisiones, de tal manera que se vean favorecidos y les permita competir en el mercado.

## II. Revisión de literatura

### 2.1. Antecedentes

A nivel internacional, en Ecuador, Melo (2018) en su investigación enfatiza que tiene como objetivo general, determinar de qué manera los comerciantes minoristas aportan al desarrollo económico del Cantón Paján. La metodología fue de tipo no experimental y el método analítico - deductivo, así mismo, tuvo una muestra de 42 comerciantes a quienes aplicó una encuesta con el propósito de obtener información necesaria para la investigación. En síntesis, se determinó que la mayoría carece conocimientos para un mejor manejo de sus ventas, así como también la falta de apoyo por parte de las entidades y acceso a los mismo, hacen que los esfuerzos que realizan por mejorar la calidad de vida en su negocio se vean perjudicada. Por tanto, se plantearon propuestas necesarias para brindar una capacitación a los comerciantes minoristas y de esta manera incrementar su crecimiento económico para una mejor calidad de vida.

Lozano (2020) realizó una investigación con el objetivo de proponer herramientas las cuales fomenten la cultura financiera en microempresarios. En su metodología aplica un enfoque mixto, con diseño transversal, considerando una muestra de 25 microempresarios. Se evidencia que al realizar un programa de cultura financiera para mypes permitirá conocer la relación de su crecimiento económico de acuerdo a la cultura financiera, y a la buena práctica de sus finanzas al invertir. En síntesis, consideran que para realizar algún programa sobre finanzas es indispensable manejar estrategias que faciliten el acceso y un mejor entendimiento sobre los financiamientos que ofrecen las entidades financieras a las mypes teniendo presente los conceptos básicos oportunos, tales como ahorro, inversión, presupuesto y gastos, dado que se espera que las mypes se proyecten en cuanto al crecimiento económico de su negocio mediante la apropiada práctica financiera.

En Colombia, Osorio et al. (2020) en su investigación manifestó que tuvo como propósito lograr identificar los factores de la cultura financiera que inciden al momento de elegir un producto de inversión y ahorro. Su metodología fue realizada desde un enfoque cualitativo, empleando un tipo de investigación transversal, aplicado a través de la técnica de encuesta a los microempresarios con la finalidad de conseguir la información adecuada y

oportuna, para llevar a cabo un análisis estadístico en el cual detallará si existe o no relación alguna entre las variables, mencionadas como objetivo principal. Se obtuvo que, el poco conocimiento de cultura financiera limita a los microempresarios a generar mayores ingresos, puesto que desconocen de los servicios que ofrecen las entidades financieras, optando por considerar más favorable los servicios que ofrece la misma. En tal sentido, los comerciantes muestran interés en querer ahondar sobre los beneficios que les trae el mejorar su cultura financiero, logrando una mejor administración de lo que gastan y lo que ganan.

A nivel nacional, Cabanillas y Moreno (2021) tuvieron como objetivo determinar la influencia de la cultura financiera del ahorro e inversión en el crecimiento económico en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Trujillo, año 2020. La investigación tiene como metodología, ser de carácter descriptivo, explicativo, histórico, de nivel no experimental con una correlación causal. Se añade que, la población está representada por 20,000 micro y pequeñas empresas, considerando que para la muestra se utilizó técnicas estadísticas, a través de un muestreo aleatorio, no paramétrico, llegando a obtener una muestra conformada por 50 microempresas. Se precisa que, las micro y pequeñas empresas se enfrentan a dificultades de liquidez que les impiden cubrir sus deudas a corto plazo, debido a su bajo nivel de cultura financiera, limitando su capacidad de ahorro, reduciendo las oportunidades de inversión y afectando negativamente su rentabilidad y estabilidad económica. En síntesis, frente al desconocimiento de la importancia de cultura financiera en el negocio, y falta de asistencia a charlas y cursos de temas financieros se ven limitadas acceder a créditos financieros favorables, ya que las tasas de interés ofrecidas por los mismos son altas, dificultando ser competencia para las grandes empresas y mejorar su crecimiento económico.

En Trujillo, Lujan (2019) estableció como objetivo determinar la influencia de la Cultura Financiera en el Desarrollo Empresarial las MYPES del sector calzado del Distrito el Porvenir. La investigación tuvo como desarrollo ser de carácter no experimental, de corte transversal con un nivel correlacional, así mismo, se consideró una muestra de 59 empresas ubicadas en el Distrito el Porvenir, para ello se utilizó una encuesta con la finalidad de establecer métodos, técnicas y procedimientos que sirvan de ayuda para la mejora de la cultura financiera en los microempresarios. Se precisó que la cultura financiera sí influye en el desarrollo empresarial de las MYPES; sin embargo, según los resultados obtenidos, estos poseen un nivel medio al saber poco de temas financieros. Por lo cual, se elaboró un plan de capacitación con el propósito de que refuercen conocimientos y tomen conciencia acerca de los temas financieros, como ahorro,

presupuesto, dinero, los cuales contribuyan al crecimiento económico y al mismo tiempo a su desarrollo en mercado empresarial.

En Lima, Talavera (2018) en su investigación describe como objetivo general, identificar los factores determinantes que limitan a la Micro y pequeña empresa en su desarrollo económico y social en el Perú. En su metodología, empleó como instrumento un cuestionario contenido en 20 preguntas, así mismo, presentó una población conformada por 73 empresarios. Se evidenció que existen diversos factores determinantes de su influencia negativa en el crecimiento de las mypes, lo cual les impide competir y mantenerse en el mercado, puesto que presentan conocimientos muy básicos respecto al manejo de sus finanzas, también se detalla que dentro de las características que afectan a su desarrollo es la poca visión que desarrollan a corto plazo, esto debido a la poca planificación de estrategias que les permita ser más eficiente en cuanto a la administración de su negocio; así mismo, la falta de educación y experiencia, limita su crecimiento al no interesarse en ampliar sus conocimientos y de esta manera lograr un mejor manejo de sus negocios.

En Puno, Pacori (2019) en su investigación tiene como objetivo general determinar la incidencia del crédito financiero en el crecimiento económico de los comerciantes del rubro prendas de vestir del mercado internacional 24 de octubre de Juliaca. Se evidencia como metodología ser de tipo descriptivo, y también correlacional, de enfoque cuantitativo, con un diseño de investigación no experimental, puesto que se va a observar la variable tal y como se muestra. Así mismo, como técnica para la recolección de datos se utilizó un análisis documental, ya que se obtuvo información de libros, tesis, artículos, entre otros. Se añade que la encuesta fue aplicada a una muestra, es decir, a un pequeño grupo de comerciantes del mercado 24 de octubre. En suma, según lo obtenido en los resultados, los microempresarios muestran un nivel de conocimiento bajo, esto debido a una falta de capacitación sobre temas que ayuden a mejorar el manejo de finanzas. Se concluye que la información financiera es necesario para acceder a un crédito financiero el cual permita lograr el crecimiento del negocio en base a las posibles inversiones que se desean realizar generando beneficios a futuro.

A nivel local, en Chiclayo, Asenjo (2020) en su investigación, de acuerdo a su objetivo busca determinar la relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento en los comerciantes del mercado Carolina, Chiclayo. Metodológicamente, es de enfoque cuantitativo,

de diseño no experimental y de nivel correlacional, puesto que se desea conocer la relación que se puede dar entre las dos variables. A su vez, se detalla que la población estuvo conformada por un pequeño grupo de comerciantes, considerando a todos como la muestra. Según lo manifestado, se requirió hacer usos de 2 cuestionarios como técnica de investigación, con el propósito de poder conseguir información exacta y precisa. En síntesis; se determinó que las variables cultura financiera y endeudamiento, muestran un nivel significativo, de modo que guardan relación, así como también el crédito, ahorro e inversión, teniendo por propósito que se tome las decisiones más convenientes para el negocio, evitando gastos innecesarios que afecten su crecimiento.

Gomero (2015) ejecutó una investigación con el propósito de reflejar la calidad de vida de las mypes peruanas a través de factores y crecimiento económico. Se evidencia como metodología ser de tipo analítico y como técnica para la recolección de datos se utilizó un análisis documental, ya que se obtuvo información de libros, tesis, artículos, entre otros. Se añade que la población estuvo conformada por el número de empresas según departamento. En conclusión, se analizó que las mypes tienden a establecerse en áreas metropolitanas, destacando particularmente Lima y Callao, que concentran aproximadamente el 51.0% de las micro y pequeñas empresas formales. En comparación, la región de la sierra alberga el 21.4% de estas organizaciones, mientras que en la selva, la cifra es aún más baja, con solo un 6.2% del total de empresas. Por tanto, el crecimiento económico conlleva a que los negocios se esfuercen por maximizar la rentabilidad de sus operaciones, y para lograrlo será necesario que busquen en sus entornos económicos un lugar que les permitan garantizar su posición en el mercado. Para ello deberán reducir costos y adoptar nuevas tecnologías, puesto que estas estrategias les ayudan a fortalecer su competitividad y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

Aliaga (2021) en su artículo, presenta como objetivo describir la situación de la micro y pequeña empresa (mype). Para la metodología de su investigación es de carácter descriptivo, optando como técnica ser de análisis documental, para ello utilizó datos estadísticos nacionales y aspectos legales, su población está conformada por las mypes del Perú. Se describe que, en la coyuntura actual, las empresas no solo deben centrarse en obtener crecimiento económico, sino también en atender las necesidades fundamentales del cliente, no obstante, la escasa inversión y falta de organización les impide generar beneficios o utilidad. En suma, las mypes son esenciales para la vitalidad económica, ofreciendo flexibilidad, innovación y oportunidades económicas, aunque enfrentan desafíos significativos que requieren apoyo y políticas

específicas para maximizar su impacto positivo, con el fin cumplir con los objetivos de la sociedad a la que pertenece.

Domínguez (2017) en su artículo tiene como propósito presentar una visión panorámica de los aspectos básicos de los programas de educación financiera, llevando a cabo aspectos básicos en referencia a España. La metodología de la investigación tiende a ser de carácter descriptivo conceptual, con un enfoque general, teniendo como población a estudiantes (secundaria/universitarios), empresarios, entre otros. Se detalla que los programas de capacitación sobre la educación financiera son justificadamente fundamentales por tres razones, en primera instancia, la falta de conocimientos financieros en la población, desata barreras y pérdida de oportunidades; asimismo se ven excluidas de participar con entidades financieras, siendo para ello necesario reconocer los beneficios que tiene la cultura financiera, tanto a nivel individual como social. En suma, la principal guía para los programas de educación financiera debería ser proporcionar a las personas los conocimientos necesarios para que puedan tomar decisiones financieras básicas de manera independiente, fomentar la estabilidad económica, reducir la pobreza y promover un crecimiento económico sostenible.

Alberto et al. (2023) en su artículo amplía un modelo de crecimiento endógeno de dos sectores para analizar cómo las inversiones en alfabetización financiera afectan el crecimiento económico a largo plazo. Metodológicamente tiende a ser cuantitativo, el estudio es realizado a través de un análisis documental. El estudio muestra que la alfabetización financiera mejora la eficiencia de los sistemas financieros, lo que a su vez promueve el crecimiento económico a través de mejores retornos financieros y la acumulación de capital humano. Los resultados mostraron que la alfabetización y educación financiera pueden influir en el crecimiento mediante otros mecanismos, como la reducción de la incertidumbre asociada a las inversiones o el aumento de la disponibilidad de recursos para actividades de investigación y desarrollo. Por lo tanto, para comprender mejor los posibles efectos de la educación financiera en los resultados macroeconómicos a largo plazo, es esencial ampliar el análisis en estas direcciones, lo cual queda como tema para investigaciones futuras. Se concluyó que, la educación financiera se considera un activo intangible que requiere mejorar tanto la educación financiera como la educación general. Sin embargo, la educación financiera no afecta directamente la producción de bienes de consumo final, pero contribuye, junto con otras variables macroeconómicas, a

aumentar la eficiencia con la que un sistema financiero puede transformar los ahorros actuales en capital físico futuro.

Anguiano (2020) en su artículo tiene como objetivo analizar la relación entre el desarrollo financiero y el crecimiento económico en Estados Unidos, Canadá y México. Para la metodología utilizó las investigaciones más efectivas. El estudio fue de análisis descriptivo donde se evidenció que una limitación del estudio está relacionada con la falta de indicadores financieros adecuados para comprender el desarrollo financiero y las características de los mercados en la región. Esta investigación, utiliza modelos econométricos para demostrar que el desarrollo financiero contribuye significativamente al crecimiento económico en estos países . Se evidenció que un sistema financiero avanzado ayuda a mitigar los problemas de información asimétrica, optimiza la asignación de recursos y la gestión de riesgos, así como a reducir los costos de transacción. En síntesis, se considera que el sector financiero juega un papel crucial en el crecimiento económico, ya que sus funciones de intermediación son esenciales para convertir el ahorro en inversión.

## 2.2. Bases Teórico Científicas

### 2.2.1. Cultura Financiera

Torres y Ramos (2020) mencionan que la cultura financiera, es la práctica, hábitos y conocimientos fundamentales para tomar decisiones frente a los recursos disponibles, ya sean propios o de terceros, priorizando los gastos que son necesarios para el negocio.

En síntesis, la cultura financiera implica poseer las destrezas, el conocimiento y las prácticas cotidianas indispensables para tomar decisiones financieras basadas en información y de manera razonable a lo largo de toda la vida.

Alejandro (2015) manifiesta que conocer de cultura financiera permite que las de decisiones financieras a tomar sean definidas con exactitud al propósito que se pretende, considerándose como aquella herramienta que facilita la eficaz proporción de seguridad para ahorrar e invertir, haciendo con ello posible la estabilidad y perseverancia del negocio en conjunto de los productos ofrecidos por el sistema financiero.

En definitiva, adquirir conocimientos en cultura financiera garantiza que las decisiones financieras se tomen con precisión según los objetivos establecidos.

Hernández y Pérez (2019) define que la cultura financiera es caracterizada por las actitudes y comportamientos de los cuales requiere la población para llevar un buen manejo de sus finanzas, permitiéndoles interactuar con facilidad acerca de los productos financieros que ofrecen dichas entidades, del mismo modo, conocer de temas financieros permitirá que realicen un mejor control de sus gastos teniendo presente lo necesario de lo innecesario.

Por consiguiente, la cultura financiera proporciona habilidades y el conocimiento necesario para tomar decisiones financieras informadas y llevar a cabo una administración eficiente de los recursos económicos.

#### Características de cultura financiera

Teniendo en cuenta a Blancas (2016) “Las características más allegadas de la cultura financiera son:

- Necesario para manejar los recursos eficientemente.
- Mejora la calidad de vida del microempresario.
- Repercute en el crecimiento de la empresa.

- Permite tomar decisiones más apropiadas y oportunas.
- Enmarca la importancia del dinero, ahorro y tiempo.”

En general, la cultura financiera desarrolla un enfoque saludable hacia el dinero y las finanzas, promoviendo la toma de decisiones responsables e informadas para lograr la estabilidad financiera a corto y largo plazo.

#### Ventajas de cultura financiera

Según Sánchez (2014) “La cultura financiera es de provecho en un negocio para:

- Llevar un control del manejo de sus ingresos (ganancias) y egresos (gastos).
- Mantener un bienestar personal y empresarial con beneficios a futuro.
- Permite tomar decisiones correctas frente a las posibles inversiones.
- Manejar apropiadamente los créditos financieros
- Tener conocimiento del manejo adecuado de su dinero y ahorros”

En resumen, la cultura financiera permite a las personas tener un mayor control sobre sus finanzas, lo cual se traduce en una mejor planificación y gestión de los ingresos, gastos y ahorros.

#### Impacto de la cultura financiera

Desde el punto de vista de Aro (2018) “El impacto que genera la cultura financiera en el negocio de los microempresarios manifiestan diversos aspectos:

- El acceso a un crédito financiero les permitirá ser más objetivos con sus propósitos.
- Incrementan su nivel de productividad, logrando ser más eficientes al crecer sus ganancias.
- Se discuten las decisiones a tomar ante una inversión o adquisición de préstamos.
- Su comportamiento es más oportuno y objetivo al relacionarse con una entidad bancaria demostrando actitud y conocimientos al respecto.
- Muestran capacidad y hábitos adquiridos ante el manejo de sus recursos, como el ahorrar, planificar, invertir y presupuestar.”

En suma, la cultura financiera tiene un impacto positivo al empoderar un negocio, reducir su vulnerabilidad económica, promover el desarrollo económico y social, y prepararlas para el futuro.

#### 2.1.1.1. Ahorro

Torres y Ramos (2020) consideran que el ahorro es oportuno ante la necesidad de afrontar diversos acontecimientos inesperados. Dinero cuya reserva sea disponible en el futuro para un determinado fin o cancelación de deudas no previstas, sin perjudicar su bienestar del individuo.

En otras palabras, el ahorro actúa como una protección financiera, brindando tranquilidad y seguridad al tener recursos disponibles para situaciones emergentes sin comprometer el nivel de vida actual.

##### Formas de ahorro

Torres y Ramos (2020) manifiestan que para ver progresos es necesario poner en marcha hábitos financieros, que permitan realizar inversiones de la manera más apropiada, con la finalidad de poder diversificar riesgos, ante la necesidad de mejorar su estándar de vida en el individuo, al tener presente las oportunidades que se tendrán para cubrir gastos.

En resumen, las diversas opciones de ahorro proporcionan la capacidad de invertir y aprovechar las oportunidades para mejorar su calidad de vida, teniendo en cuenta la necesidad de cubrir gastos presentes y futuros.

##### Dinero

Torres y Ramos (2020) expresan que es el principal bien objetivo en una empresa, utilizado para realizar inversiones, compras y el pago de las deudas contraídas con terceros. Es recurso fundamental, que sirve de respaldo y genera valor a futuro.

De este modo, el dinero ocupa un lugar central en una empresa, siendo utilizado para inversiones, compras y el pago de deudas. Actúa como un recurso fundamental que respalda la operación y generación de valor a largo plazo.

##### Motivos para ahorrar

Torres y Ramos (2020) consideran que dentro de los muchos motivos que existen hoy en día para ahorrar se encuentra la posibilidad de poder comprar una vivienda, cumplir sueños, situaciones no previstas, pagar deudas, vacaciones, compra de otros bienes, para invertir, entre otros.

En otros términos, los motivos para ahorrar son diversos y personales, abarcando desde objetivos a corto plazo, como pagar deudas hasta metas a largo plazo, como adquirir una vivienda o invertir.

#### 2.1.1.2. Inversión

Torres y Ramos (2020) sostienen que la inversión es todo activo que tiene como propósito conseguir beneficios fructíferos tanto presente como futuros, a través de la aportación de un capital o la adquisición de un financiamiento.

En definitiva, la inversión consiste en destinar capital o adquirir financiamiento con el fin de obtener beneficios fructíferos tanto en el presente como en el futuro

#### Riesgos

Torres y Ramos (2020) mencionan que son las distintas posibilidades que surgen al invertir, sin medir las consecuencias de los hechos, ante la probabilidad de que los resultados sean objetivos (positivos) o se incurra en alguna pérdida del capital colocado.

De hecho, el riesgo en la inversión implica la existencia de diversas posibilidades y la falta de certeza en los resultados. Puede haber ganancias significativas, pero también existe el riesgo de pérdida de capital.

#### Pérdidas

Torres y Ramos (2020) revela que las pérdidas surgen de las malas prácticas o hábitos no considerados al realizar inversiones, recuperando un valor menor al invertido, obteniendo resultados negativos o no favorables para un negocio.

En conclusión, las pérdidas financieras pueden ser costosas y perjudiciales para un negocio, pero también pueden servir como lecciones valiosas para aprender y mejorar las prácticas financieras en el futuro.

#### 2.1.1.3. Crédito

Como señala Torres y Ramos (2020) el crédito es la suma de dinero confiada por instituciones financiera, quienes ofrecen sus productos o servicios financieros, brindando oportunidad al cliente para poder cancelar sus deudas o

invertir tranquilamente, estableciendo un cronograma de pago, teniendo presente el interés en el que se va incurrir con dicho financiamiento recibido.

Dicho de otro modo, el crédito permite a las empresas administrar sus finanzas, hacer frente a necesidades inmediatas o aprovechar oportunidades de inversión.

#### Crédito Personal

Según Vallejos (2019) es hacer uso del recurso otorgado por terceros al no contar con los ahorros suficientes para cancelar sus deudas.

En resumen, el crédito personal puede ser una solución conveniente para quienes enfrentan dificultades económicas temporales o no tienen suficientes ahorros para afrontar sus obligaciones financieras.

#### Crédito Comercial

Como señala Vallejos (2019) es el dinero adquirido de un financiamiento con terceros, el cual servirá para cubrir aquellas necesidades que presenta el microempresario, frente a las inversiones realizadas con fines de progreso.

Así pues, el crédito comercial proporciona la oportunidad de acceder a recursos financieros que no están disponibles a través de sus propios medios, permitiéndoles impulsar su negocio y perseguir oportunidades de crecimiento.

#### Interés

Torres y Ramos (2020) afirman que el interés es la cantidad a pagar por un préstamo adquirido o también la ganancia que genera el realizar inversiones, propiciando mayor rentabilidad en la empresa, al diferenciar lo ganado de lo gastado. Es el valor que toma el dinero de acuerdo al tiempo transcurrido.

Por tanto, el interés es la cantidad adicional, expresada como un porcentaje del monto prestado, se calcula sobre la base de la tasa de interés acordada entre las partes.

#### 2.1.1.4. Presupuesto

Torres y Ramos (2020) expresan que es un cronograma donde se detallan las inversiones, ingresos y gastos en los que se han incurrido para dar realce a sus objetivos como empresa a corto y largo plazo.

Por ende, el presupuesto es una herramienta esencial para lograr los objetivos financieros a corto y largo plazo de la empresa y puede ser utilizado interna y externamente para la toma de decisiones.

#### Ingresos

Torres y Ramos (2020) afirman que los ingresos son el dinero proveniente de diferentes fuentes, como un salario por un empleo, beneficios de un negocio propio, inversiones o rentas de propiedades.

En otras palabras, los ingresos son el resultado directo de las transacciones comerciales en las que la empresa vende sus productos o servicios a los clientes.

#### Gastos

De acuerdo con Vallejos (2019) es el beneficio inmediato, ya no recuperable debido a una actividad o servicio recibido en su momento. Es denominado también como un egreso, el cual será utilizado para una contraprestación adquirida en tiempo. Por ejemplo; la salida de dinero para realizar la cancelación del agua, luz, etc.

En síntesis, los gastos representan el desembolso de dinero realizado para adquirir bienes o servicios necesarios en un momento determinado.

### 2.2.2. Crecimiento Económico

Fraschina y Kestelboim (2018) considera que es la habilidad que presenta la población para contribuir al progreso de un país y la mejora de su estilo de vida la cual se deriva de su tasa de crecimiento económico en un periodo mayor a un año.

Por tanto, el crecimiento económico puede traducirse en más oportunidades de empleo, aumento de los ingresos, mejores servicios públicos y mayor acceso a bienes y servicios. Esto a su vez puede llevar a una mejora en el estilo de vida de la población.

Lora y Prada (2016) señalan que el crecimiento económico es la producción a largo plazo, va más allá de las fluctuaciones en un menor tiempo durante el proceso económico, destacando su importancia para incorporarse en los estándares de vida más adelante. Se da conforme se van adquiriendo mayores bienes y el incremento de sus ingresos son notorios.

En otras palabras, el crecimiento económico tiene un impacto significativo en los estándares de vida de la población, se generan más oportunidades de empleo, lo que puede conducir a una reducción de la pobreza y mejora en los ingresos.

Redondo et al. (2016) mencionan que crecimiento económico hace referencia a su viable productividad, exponiendo su potencial para ser competitiva en un mercado, el cual manifiesta su crecimiento de acuerdo a la demanda obtenida.

Por consiguiente, el crecimiento económico implica que una empresa o un país, sea capaz de aumentar su producción y expandir su actividad económica de manera sostenida.

Moral et al. (2022) argumenta que el crecimiento económico en la sociedad es considerado un elemento clave, contemplando su bienestar y calidad de vida, el cual se verá reflejado con el transcurso del tiempo, al tomar decisiones sobre su nivel de producción con la finalidad de obtener riquezas.

En suma, tiene un impacto positivo en la calidad de vida de las personas, ya que brinda la capacidad de satisfacer sus necesidades básicas, tener acceso a bienes, servicios y oportunidades de crecimiento.

Albuquerque (2018) infieren que el crecimiento económico incrementa una mejora en la calidad de vida, para ello siendo necesario enfrentarse a diversos cambios que permitan incrementar sus niveles de producción, al igual que su mayor costo de oportunidad.

Expresado de otro modo, el crecimiento económico implica enfrentar cambios y desafíos que requieren inversiones, mejoras en la eficiencia y la capacidad de respuesta a la demanda del mercado.

Astudillo y Paniagua (2012) consideran que el crecimiento económico alude al incremento producido por la suma de bienes y servicios, con el fin de contribuir a su calidad de vida de la población surgiendo de ello, el incremento de sus ventas, capital y una mayor tasa de empleo.

Así pues, el crecimiento económico impulsa el incremento de las ventas, dado que las empresas tienen la capacidad de vender más productos o servicios, lo que permite aumentar sus ingresos y capital.

#### 2.1.1.5. Capital de trabajo

Powell y Valencia (2022) expresan que son los recursos que debe disponer una empresa para llevar a cabo la realización de sus operaciones, así mismo, el cual le servirá para asumir compromisos de pago a corto plazo.

Por ende, el capital de trabajo es un recurso esencial para financiar las actividades operativas de la empresa, como el pago de proveedores, los salarios de los empleados y otros gastos diarios.

##### Disponible (efectivo)

Morales et al. (2014) afirman que; es el manejo del dinero con el que se cuenta en caja o banco, necesarios para hacer frente a deudas pendientes con terceros, nuevas inversiones, entre otras, donde a su vez se busca sacar provecho del mismo, con el fin de no mantener un efectivo ocioso y de esta manera generar mejores ingresos.

Entonces, al tener disponible (efectivo), se puede gestionar las necesidades financieras del negocio, utilizando fondos de manera eficiente para generar ingresos adicionales, evitando que el dinero disponible no permanezca ocioso.

##### Realizable (Cuentas por cobrar)

Morales et al. (2014) mencionan que es aquella relación eficiente que tiene una empresa para llevar a cabo un buen manejo de la liquidez y transacciones comerciales que le permiten minimizar el riesgo en sus ventas y de esta manera maximizar el capital.

Además, una gestión adecuada de las cuentas por cobrar también contribuye a la satisfacción del cliente al mantener relaciones comerciales sólidas y brindar un buen servicio.

##### Existencia (Inventarios)

Morales et al. (2014) sostienen que son todos aquellos bienes que se encuentran en almacén disponibles para su venta, teniendo presente las políticas de la empresa con el fin de controlar los ingresos y salidas necesarias.

En otras palabras, es toda aquella inversión que se realiza para obtener un producto el cual va ser mantenido para su venta y ofrecido al cliente con el fin de satisfacer sus necesidades.

#### 2.1.1.6. Condiciones del crecimiento económico

Marco (2018) describe que las condiciones desarrolladas son indispensables en el ámbito socioeconómico situándose en el ahorro y la inversión que permiten un mejor incremento económicamente y fomentan condiciones de mejora.

En otros términos, las condiciones del crecimiento económico se refieren a los factores y circunstancias que son necesarios para promover la producción y actividad económica de un país o una región.

##### Capacitación

Fraschina & Kestelboim (2018) describen que la capacitación es el proceso mediante el cual se realizan una serie de actividades necesarias para adquirir conocimientos, actitudes y habilidades que contribuyen en el desarrollo del negocio.

En resumen, la capacitación es un proceso de adquisición de conocimientos y habilidades específicas que tiene como objetivo mejorar el desempeño y el desarrollo comercial, pues es una herramienta valiosa para adaptarse a los cambios, aumentar la productividad y promover el crecimiento económico.

##### Inversiones en bienes

Redondo et al. (2016) expresa que las inversiones en bienes permiten generar ingresos producto de una compra realizada para mejorar su economía, evitando ser consumido y satisfacer necesidades en la actualidad e impulsar su crecimiento económico.

En síntesis, las inversiones en bienes son una estrategia utilizada por individuos y negocios para destinar recursos financieros a la compra de activos que se espera aumenten su valor con el tiempo o generen ingresos adicionales.

#### 2.1.1.7. Tecnología

Astudillo y Paniagua (2012) manifiestan que la tecnología es necesaria en una economía, más aún cuando se desea conocer precio de un producto, siendo usado también para comercializar la mercadería, obteniendo mejores ventas e ingresos.

Por tanto, la tecnología en el negocio permite mejorar la interacción y comunicación con los clientes, ofreciendo canales de atención al cliente más eficientes, personalizados y accesibles.

### Equipos

Astudillo y Paniagua (2012) revelan que los equipos son necesarios de manera que permiten aprovechar el manejo de herramientas y conocimientos fundamentales para el crecimiento del negocio, estos pueden ser una computadora, celular mediante los cuales se pueden lograr interactuar con el cliente siendo un elemento complementario.

Por tanto, los equipos en un negocio mejoran su eficiencia y productividad, ya que permiten agilizar procesos, optimizar la utilización de recursos, a su vez garantizar la calidad y consistencia en la producción de bienes y servicios.

### Redes Sociales

Moreno (2015) define que es aquel medio que permite interactuar con los demás, así como también realizar publicaciones pertinentes y de interés para el público.

En conclusión, las redes sociales generan oportunidades para el negocio, ya que pueden llegar a una audiencia más amplia y dirigirse a segmentos específicos de mercado a través de publicidad y estrategias de contenido.

### Publicidad

De Durán (2017) considera que son las actividades que permiten el desarrollo y crecimiento de una empresa, al permitir comunicarse con el exterior; es decir, clientes, proveedores, terceros que requiera saber del negocio y como tal se brinda algún tipo de anuncio dirigido al público, a través de los medios masivos.

La publicidad en el negocio adopta medios tradicionales como la televisión, radio, periódicos, anuncios en línea, redes sociales y sitios web siendo el objetivo principal atraer la atención de los consumidores y generar ventas.

#### 2.1.1.8. Competencia formal

Roldán (2016) definen que competencia son todas aquellas estrategias que aplican las empresas para captar una mayor demanda en el mercado, logrando la satisfacción del cliente de acuerdo a la calidad del bien o servicio ofrecido, reduciendo precios y obteniendo beneficios.

La competencia formal implica la capacidad de adaptarse y mantenerse actualizado en un entorno empresarial, genera confianza en los consumidores, a su vez proporciona una ventaja competitiva en el mercado.

#### Competitividad Interna

Roldán (2016) destaca que hace referencia a las estrategias que todo negocio utiliza con el propósito de lograr ser más eficiente en cuanto a sus recursos y de este modo ser más productiva.

En resumen, la competitividad interna se refiere a la capacidad de una empresa para mejorar su desempeño y productividad a través de la optimización de sus recursos internos, el desarrollo de sus capacidades y la mejora de sus procesos.

#### Competitividad Externa

Roldán (2016) deduce que son las posibles estrategias que tiene en pie un negocio con un fin primordial que es ser competitiva en el mercado, dicho de otro modo, alcanzar mejores ventajas que otros negocios, esforzándose por mantenerse en el entorno.

La competitividad externa del negocio es la capacidad para posicionarse y destacar en el mercado, diferenciarse de sus competidores y responder de manera efectiva a las demandas y dinámicas del entorno empresarial.

### III. Materiales y métodos

#### 3.1. Tipo y nivel de investigación

Enfoque: Cualitativo

La investigación realizada fue de enfoque cualitativo, dado que se recopilaron datos para analizar las variables que se tuvieron como objeto de estudio. Así mismo, utilizó un método inductivo, ya que partió de la teoría a la conclusión. Hernández et al. (2014) deducen que el enfoque cualitativo permite recolectar datos con la intención de comprobar las hipótesis redactadas, aplicando a ello un análisis estadístico, con la finalidad de disponer posibles teorías. Por esta razón, al considerarse cualitativa, permitió la recopilación de datos y, en base a los análisis de estos, se buscó dar respuesta a la hipótesis planteada.

Tipo: Aplicada

Acorde a los medios y el tipo de información que se pretendió para llevar a cabo en la investigación, esta fue aplicada, dado que se recolectó información, con el propósito de conocer la situación de la población, dando realce al tema con los nuevos conocimientos adquiridos acerca del impacto que genera la cultura financiera en el crecimiento económico. Desde el punto de vista de Hernández et al. (2014) la investigación aplicada se describe como aquel punto objetivo en el cual hay necesidad de profundizar, llevarlo a la práctica o aplicación, ya que se desea enriquecer los conocimientos con teoría conceptual, ya sean estos definidos en un nivel descriptivo o explicativo.

Niveles: Descriptiva

El nivel de investigación fue descriptivo. Dicho de otra manera; se describieron las características que presentaban los comerciantes de la galería Ivanlika, por otro lado, se consideró también importante conocer el impacto que existía entre la cultura financiera y el crecimiento económico en los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo, siendo necesario estudiar las dos variables antes mencionadas. Citando a Ñaupas et al. (2018), la investigación descriptiva es utilizada para la recopilación de datos acerca de las características, aspectos de la población o variables de estudio. Por otro lado, Hernández et al. (2014) refieren que la investigación correlacional muestra un alcance explicativo, dado que se busca medir dos o más variables las cuales se desea relacionar.

### 3.2. Diseño de investigación

Este trabajo tuvo un diseño de investigación de tipo no experimental y transversal, puesto que no se implementó, ni se manipuló la situación de los negocios. Se recolectó información mediante una encuesta acerca de la cultura financiera y crecimiento económico de los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo, con el fin de analizar su impacto. Hernández et al. (2014) indican que un diseño de investigación no experimental hace referencia búsqueda de información acerca de los fenómenos a indagar, sin la necesidad de implementar, de tal modo, alude a la aplicación de un método cualitativo.

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### Población

La población estuvo conformada por la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo, la cual cuenta con 68 comerciantes dedicadas a la venta de prendas de vestir. Según la opinión de Ñaupas et al. (2018) la población es el número total de personas que presentan las características determinadas en la investigación, y de las cuales se requiere información para llevarla a cabo.

#### Muestra

La muestra estuvo constituida por 58 de las 68 comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo, con quienes se contó con su apoyo para llevar a cabo dicha encuesta. Hernández et al. (2014) expresan que la muestra es aquel subconjunto de personas, extraídas del total de la población mediante la aplicación de una fórmula estadística. a muestra considerada se eligió de manera representativa y se utilizó para realizar inferencias y generalizaciones sobre la población.

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

$$n = \frac{68 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(68-1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 58 \text{ encuestas}$$

## Muestreo

Esta investigación utilizó un muestreo probabilístico debido a la necesidad de analizar las características de la población y determinar si estas se adecuaban al tema, de manera que fuera posible recabar información de manera oportuna. Según Ñaupas et al. (2018) el muestreo es la selección de personas con las que desea trabajar y de quienes se recopilará información, siempre y cuando cumplan con las características que se pretendan en la investigación. El muestreo fue probabilístico porque se basó en principios de aleatoriedad, lo que significa que cada elemento de la población tuvo la misma oportunidad de ser seleccionado.

### 3.4. Criterios de selección:

La población estuvo conformada por los 68 comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo, de quienes solo se contó con el apoyo de 58 comerciantes para llevar a cabo la aplicación de encuestas, debido a la problemática presentada en la investigación: Cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo en el periodo 2022.

Como criterios de inclusión, se tuvo en consideración únicamente a aquellos comerciantes que cedieron brindar su apoyo a la investigación, siendo posible ejecutar la aplicación de estudio. Por otro lado, se excluyó a los comerciantes que evitaron rotundamente ser intervenidos y colaborar con los hallazgos.

Para determinar el nivel de cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022, se utilizó la técnica encuesta; como instrumento, un cuestionario aplicado a los comerciantes, con la finalidad de recolectar datos e información verídica y poder determinar el impacto de las variables a través del programa SPSS versión 26.

### 3.5. Operacionalización de variables

Variabes y operacionalización

Variable independiente: Cultura Financiera

Variable dependiente: Crecimiento económico

**Tabla 1:***Operacionalización de variables*

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
(SBS, 2011) <b>define que</b> "la cultura financiera es caracterizada por las actitudes y comportamientos de los cuales requiere la población para llevar un buen manejo de sus finanzas, permitiéndoles interactuar con facilidad acerca de los productos financieros que ofrecen dichas entidades, del mismo modo, conocer de temas financieros permitirá que realicen un mejor control de sus gastos teniendo presente lo necesario de lo innecesario"	Torres & Ramos (2020) <b>Mencionan que</b> "la cultura financiera, es la práctica, hábitos y conocimientos fundamentales para tomar decisiones frente a los recursos disponibles, ya sean propios o de terceros, priorizando los gastos que son necesarios para el negocio."	Ahorro	Tipos de ahorro Dinero Motivos para ahorrar	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Ficha de Cuestionario
		Inversión	Riesgos Pérdidas	
		Crédito	Crédito Personal Crédito Comercial Interés	
		Presupuesto	Ingresos Gastos	
(Astudillo & Paniagua, 2012) <b>consideran que</b> "el crecimiento económico alude al incremento producido por la suma de bienes y servicios, con el fin de con su calidad de vida en la población surgiendo de ello, el incremento de sus ventas, capital y una mayor tasa de empleo."	<b>De acuerdo con</b> (Redondo, Marlen; Ramos, Héctor; Díaz, Carlos, 2016) "El doctor Arboleda menciona que el Crecimiento Económico debe poseer unos instrumentos tales como creatividad, educación, capacitación, acumulación de capital y bienes de capital, ahorro e inversión, crédito, tecnología, etc."	Capital de trabajo	Disponible (efectivo) Realizable (ctas x cobrar) Existencias (inventario)	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Ficha de Cuestionario
		Condiciones de crecimiento económico	Capacitación Inversión en bienes	
		Tecnología	Equipos Redes sociales Publicidad	
		Compencia formal	Interna Externa	

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para llevar a cabo la investigación fue una encuesta, donde, a su vez, se consideró como instrumento una ficha de encuesta que abarcaba un total de 67 preguntas dirigidas a los comerciantes de la galería Ivanlika.

### 3.7. Procedimientos

La recolección de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a los 58 comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo, en el cual se tuvo en cuenta el desarrollo de los objetivos, con el fin de dar respuesta a la hipótesis planteada, así como también, con el propósito determinar la importancia de ambas variables mediante un método estadístico.

### 3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Para describir las características de los comerciantes de la galería Ivanlika, evaluar la cultura financiera de los comerciantes de la galería Ivanlika, analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika y, por último; elaborar un programa de capacitación de cultura financiera para los comerciantes de la Galería Ivanlika, se utilizó la técnica de la encuesta. El instrumento fue un cuestionario correspondiente a las variables, cuya información fue tabulada y graficada en el programa SPSS versión 26.

### 3.9. Matriz de consistencia

Tabla 2:

Matriz de consistencia

**CULTURA FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DE LA GALERÍA IVANLIKA DEL DISTRITO DE CHICLAYO EN EL PERIODO 2022**

Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis	Variables		
¿De qué manera el nivel de cultura financiera impacta el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022?	Determinar el nivel de cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022	La cultura financiera impacta positivamente en el <b>crecimiento económico</b> de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022	<b>Dependiente:</b>	Crecimiento Económico	
	<b>Objetivos específicos</b>		<b>Independiente:</b>	Cultura Financiera	
	Describir las características de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022		----->	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
	Evaluar la cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022		<b>CULTURA FINANCIERA</b>	Ahorro	Tipos de ahorro Dinero Motivos para ahorrar
	Analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022			Inversión	Riesgos Pérdidas
	Elaborar un programa de capacitación de cultura financiera para los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022		<b>CRECIMIENTO ECONÓMICO</b>	Crédito	Crédito Personal Crédito Comercial Interés
	Presupuesto	Ingresos Gastos			
<b>Diseño y Tipo de investigación</b>	<b>Población, muestra y muestreo</b>				
<b>Tipo y nivel de investigación</b>	<b>Población:</b>				
Enfoque: Cualitativo	Los 68 comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo 2022				
Tipo: Aplicada	<b>Muestra:</b>				
Niveles: Descriptiva	Los 58 comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo 2022				
<b>Diseño de investigación</b>	<b>Muestreo:</b>				
No experimental	Probabilístico				
				<b>Procedimiento y procesamiento de datos</b>	
				Para describir las características de los comerciantes de la Galería Ivanlika, evaluar la cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika, analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika y por último; elaborar un programa de capacitación de cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika, se hará uso de la <b>técnica</b> de la encuesta: como <b>instrumento</b> una ficha de encuesta.	

### 3.10. Consideraciones éticas

La información brindada por los comerciantes de la galería Ivanlika del distrito de Chiclayo fue utilizada para actividades de carácter académico, respetando la reserva de sus datos de cada encuestado.

## IV. Resultados y discusión

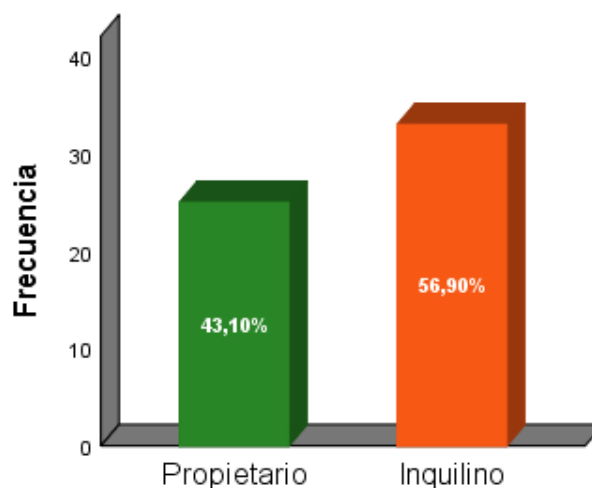
### 4.1. Resultados

#### 4.1.1. Descripción de las características de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022

La Galería Ivanlika está ubicada en el distrito de Chiclayo, situada frente al mercado Modelo, inició sus actividades hace 28 años, pero se constituyó en setiembre del año 2015, bajo persona jurídica, registrada como una asociación de comerciantes dentro de la sociedad mercantil y comercial, donde en sus inicios se creó con la finalidad de vender o alquilar puestos, siendo está dividida en 4 pisos, teniendo como actividades principales la compra y venta de prendas de vestir para niños, jóvenes y adultos tanto al por mayor y menor, administrado en su mayoría por comerciantes de género femenino, y de acuerdo a la encuesta realizada y a la muestra de 58 comerciantes se señala que 25 de ellos, son propietarios de su tienda y 33 son inquilinos, quienes dependen de los propietarios de la galería; presentándose esta de la siguiente forma:

**Figura 1:**

*Propietarios del local*



*Nota.* Cantidad de propietarios e inquilinos dentro de la Galería

En cuanto a la permanencia y duración de los comerciantes encuestados se obtuvo que 36 comerciantes llevan más de 10 años de antigüedad en su negocio,

quienes progresivamente lograron mantenerse activos en el mercado buscando oportunidades que les permite ser más competitivos, mientras que, el resto de comerciantes oscila su funcionamiento entre 1 a 6 años, es decir, a un 10,3% y de 6 a 10 años suman un 17,2%.

**Tabla 3:**

*Años de antigüedad tiene su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 3 años	6	10,3	10,3	10,3
	3 a 6 años	6	10,3	10,3	20,7
	6 a 10 años	10	17,2	17,2	37,9
	10 a más	36	62,1	62,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota.* Permanencia y duración que tiene cada comerciante en el negocio

Añadiendo, que la mayor parte de comerciantes se encuentran en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) representados en un 79,3%, en el Régimen Especial de Renta (RER) el 13,8% y, por último, en el Régimen General (RG) solo el 6,9%. A todo esto, se puede describir que el régimen al que se acoge el contribuyente, en este caso cada comerciante de la galería va depender de sus ingresos brutos y de las compras que realice al mes.

**Tabla 4:**

*Régimen tributario en que se encuentra*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NRUS	46	79,3	79,3	79,3
	RER	8	13,8	13,8	93,1
	RG	4	6,9	6,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota.* Cantidad de comerciantes que hay de acuerdo a cada régimen tributario.

Respecto al tipo de capital con el que iniciaron sus actividades comerciales, se detalla que de los 58 comerciantes el 53% se constituyó con capital propio y el resto con capital de terceros, tales como, entidad financiera y familiar

representados en un 36% y 10% respectivamente, capitales los cuales fueron adquiridos con el fin de emprender, dado que no contaban con los suficientes recursos, de esta manera consideraron que esto no sería un obstáculo para poder llevar a cabo sus operaciones proyectadas.

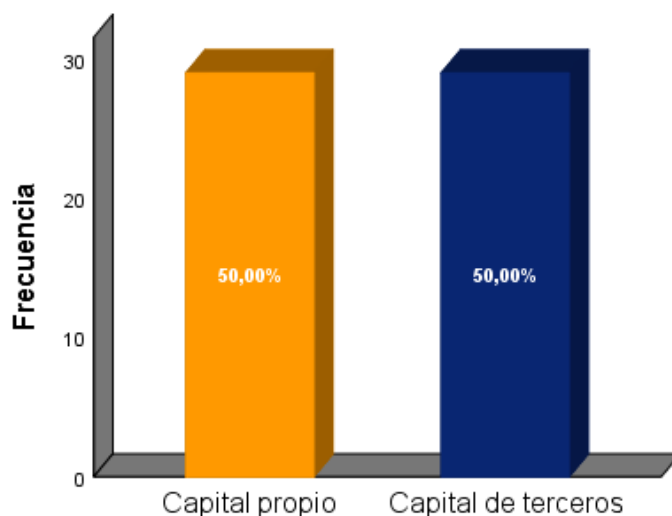
Actualmente los comerciantes financian mensualmente sus actividades comerciales, siendo el 50% de los comerciantes que cuentan con un capital propio, esto es producto de la correcta administración que realiza frente al capital de trabajo del que disponen conformándose este por su disponible, la mercadería y cuentas pendiente de cobro a sus clientes asegurando que no hay necesidad de recurrir a un financiamiento, mientras que el otro 50% de los comerciantes suelen financiar su negocio con capital de terceros, ya sea para cubrir sus necesidades comerciales, impulsar el crecimiento de su negocio o abastecer de más mercadería.

**Tabla 5:**

*Financiamiento para su actividad comercial mensualmente*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Capital propio	29	50,0	50,0	50,0
Capital de terceros	29	50,0	50,0	100,0
Total	58	100,0	100,0	

*Nota.* Cantidad de comerciantes que trabajan con capital propio y de terceros.

**Figura 2:***Financiamiento de su actividad comercial mensualmente*

*Nota.* Financiamiento que tiene cada comerciante en el negocio.

Así mismo, se detalla que de los ingresos que perciben los comerciantes, se encuentra que el 48% obtiene entre 1,000 a 5,000 soles de ingresos mensuales esto se debe a que la mayor parte de ellos esta situados bajo el NRUS siendo este a su vez un negocio pequeño, el 31% obtiene de 5,000 a 10,000 soles mensuales de ventas, 14% entre 10,000 a 15,000 soles al mes y, por último, solo el 7% de comerciantes genera más de 15,000 soles de ventas al mes, se deduce que estos ingresos obtenidos son representado por aquellos comerciantes que se encuentran bajo el Régimen General.

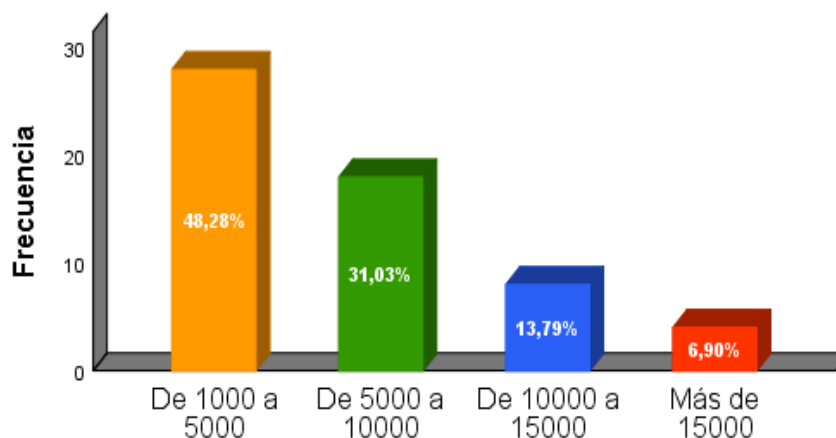
**Tabla 6:***Totales de ingresos que obtiene al mes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1000 a 5000	28	48,3	48,3	48,3
	De 5000 a 10000	18	31,0	31,0	79,3
	De 10000 a 15000	8	13,8	13,8	93,1
	Más de 15000	4	6,9	6,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota.* Cantidad de ingresos que percibe cada comerciante al mes.

**Figura 3:**

*El total de ingresos que obtiene al mes*



*Nota.* Cantidad ingresos obtenidos por cada comerciante en un porcentaje de mayor a menor.

Así mismo, se observa que dentro de los 58 encuestados el 62,07% cuentan entre 1 a 5 trabajadores, el 1,72% de entre 5 a 10 trabajadores y, por último, el 36,21% de comerciantes no cuentan con ningún trabajador bajo su responsabilidad.

De lo expuesto anteriormente, se tiene que los comerciantes de la Galería Ivanlika al ser la gran mayoría inquilinos tienen la posición de tener que generar mayores recursos para poder cubrir todos sus gastos básicos y generales después de haber obtenido el punto de equilibrio, de ahí en adelante ser optimistas hasta el cierre del mes con el fin de generar sus propios recursos y/o utilidad, tomando en cuenta que en su mayoría se consideran microempresas por no exceder los 5000 soles de ingresos mensuales y a su vez no contar en su gran porcentaje con más de uno o dos trabajadores hasta en un 62,07% aproximadamente, detallándose al mismo tiempo que suelen financiar sus actividades con recursos propios y de terceros necesarios para su día a día en el negocio.

#### 4.1.2. Evaluación de la cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022

Conocer de cultura financiera para un mejor manejo de las finanzas siempre será bueno, dado que permitirá desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para tomar decisiones frente a una inversión y de los ahorros que se dispone, no

solo en el ámbito personal sino también en lo comercial, tal y como se manifiesta en la Galería Ivanlika donde un grupo de 31 comerciantes manifestaron conocer el significado de cultura financiera refiriendo que es aquella capacidad que tienen para administrar eficientemente sus finanzas y evitar deficiencias en la economía de su negocio. Mientras que 27 comerciantes indicaron desconocer el término y la importancia que tiene para su negocio.

**Tabla 7:**

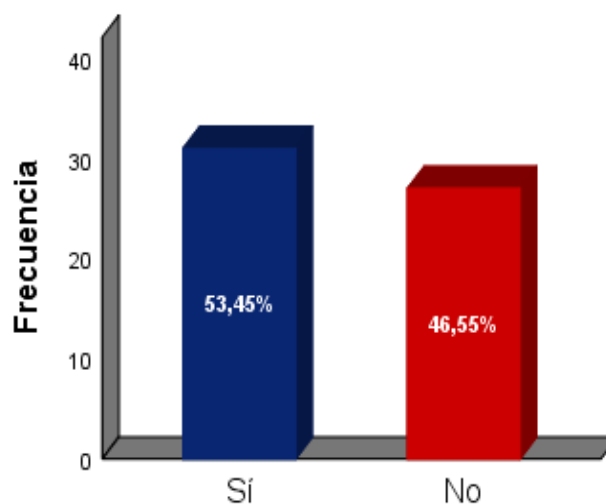
*Significado de cultura financiera*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	31	53,4	53,4	53,4
	No	27	46,6	46,6	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota.* Cantidad de comerciantes que muestran conocimientos del término cultura financiera.

**Figura 4:**

*Significado de cultura financiera*



*Nota.* Comerciantes que conocen y desconocen del término cultura financiera.

Al mismo tiempo, se añade que el capital de trabajo es indispensable en el día a día de un negocio más aún si se requiere cubrir necesidades inmediatas tales como el pago a terceros, comprar mercadería, pagar a sus trabajadores, entre otros. Por lo tanto, de entre los comerciantes de la Galería Ivanlika, se evidenció que el 79,3% tiene claro el concepto de capital trabajo, deduciendo que es todo lo que

disponen para hacer frente a sus obligaciones, así como también llevar a cabo sus operaciones comerciales tranquilamente asumiendo riesgos y aprovechando oportunidades. Mientras que el 20,7% de comerciantes desconocen el significado del capital de trabajo, pese a que es usado por ellos en el negocio para el manejo de sus actividades comerciales.

**Tabla 8:**

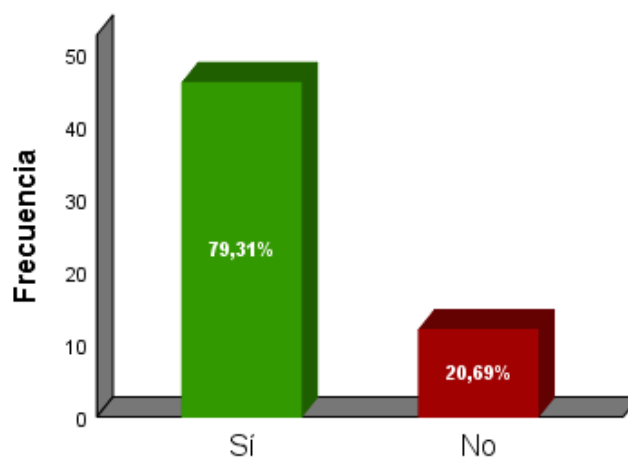
*Significado de capital de trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	46	79,3	79,3	79,3
	No	12	20,7	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

*Nota.* Comerciantes que conocen y desconocen del término capital de trabajo

**Figura 5:**

*Significado de capital de trabajo*



*Nota.* Este gráfico representa en un mayor porcentaje de comerciantes que conocen sobre el capital de trabajo.

Por otro lado, se sabe que el ahorro es esencial en un negocio, más aún cuando se quiere alcanzar los objetivos trazados, por ende, hoy en día existen diversos tipos de ahorro los cuales permiten al comerciante ahorrar, precisando que 36 de ellos representado a la mayoría de comerciantes, señalaron conocer los tipos de ahorro que existen tales como ahorro a la vista, ahorro a plazo fijo; sin

embargo, los que mencionaron desconocer sobre los tipos de ahorro existentes está conformado por 22 comerciantes.

A propósito del ahorro, casi todos los comerciantes señalaron que el ahorro sí es necesario para atender situaciones no previstas; sin embargo, solo 1 señaló que no. Así mismo, el 77,6% de ellos afirmaron que su negocio les permite ahorrar lo necesario, cuando se proponen hacer sacrificios valiéndolo la pena, mientras que el 22,4% de comerciantes señalaron que no obtienen lo suficiente como para ahorrar y se les hace complicado.

**Tabla 9:**

*Su negocio le permite ahorrar*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	45	77,6	77,6	77,6
No	13	22,4	22,4	100,0
Total	58	100,0	100,0	

*Nota.* Comerciantes que puede ahorrar gracias a su negocio, incluyendo otros ingresos percibidos.

Por consecuente, se conoce que cuando uno decide emprender se tiene como fin conseguir una entrada y por ende que este sea rentable, siendo clave la organización dentro del negocio en los distintos aspectos, para ellos se constató que en su mayoría de comerciantes conocen que es un ingreso y un egreso, manifestando que son aquellas entradas y salidas percibidas en su negocio; sin embargo, solo 1 y 4 comerciantes respectivamente añadieron desconocer de ambos términos.

Para tal efecto se tiene que 44 comerciantes de la Galería Ivanlika suelen destinar parte de sus ingresos percibidos hacia sus ahorros personales, esto debido a que saben diferenciar sus gastos y sus ingresos, consiguiendo la facilidad de ahorrar lo necesario. Sin embargo, 14 comerciantes señalan que no destinan parte de sus ingresos hacia sus ahorros personales.

**Tabla 10:***De sus ingresos percibidos, destina una parte a sus ahorros personales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	44	75,9	75,9	75,9
	No	14	24,1	24,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

*Nota.* Comerciantes pueden generar ahorros personales, productos de sus ingresos en el negocio.

En tanto a la inversión, son aquellas situaciones en las cuales se toman decisiones frente a los recursos disponibles con la finalidad de conseguir mejoras en sus ingresos, teniendo como ejemplo a 55 comerciantes de la Galería Ivanlika quienes afirmaron conocer el significado de inversión considerando a su vez que este juega un papel muy importante dentro de su negocio; sin embargo, solo 3 comerciantes afirmaron desconocer el significado de inversión. Ahora bien, se pudo constatar que el total comerciantes representados en un 100% asumieron tener siempre presente los posibles riesgos antes de invertir, pues saben que los riesgos son parte de la inversión.

Respecto a los asesoramientos de inversión y capacitación acerca de los productos y servicios que ofrecen las entidades financieras, se tiene que del total de comerciantes señalaron que solo 19 si han tenido asesoramiento por parte de personas que conocen acerca de la cultura financiera en temas de inversión, mientras que para temas de capacitación solo 23 de los comerciantes han recibido una orientación por parte de los analistas de créditos de diferentes entidades financieras que van a ofrecer créditos financieros a diferentes comerciantes de la Galería Ivanlika.

**Tabla 11:***Significado de inversión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	55	94,8	94,8	94,8
	No	3	5,2	5,2	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

*Nota.* Porcentaje de comerciantes que conocen sobre el termino la inversión.

Respecto a los préstamos otorgados por una entidad financiera hacia sus clientes, se conoce que son aquellas sumas de dinero condicionadas a intereses y un tiempo establecido en el cual será devuelto. Sea este el caso de 39 comerciantes quienes en la actualidad mantienen préstamos con diversas entidades tales como, bancos y cajas municipales, sosteniendo que un porcentaje fue solicitado para invertir en su capital de trabajo y otra parte de lo obtenido para activo fijo, necesario para hacer posible el crecimiento económico de su negocio, para tal efecto, se conoce que parte de los financiamientos son adquiridos en un tiempo no mayor a 1 año considerado a corto plazo y otros a largo plazo. Sin embargo, 19 comerciantes manifestaron que actualmente no mantienen préstamos con ninguna entidad financiera, debido a que una parte de ellos no muestran un historial crediticio aceptable.

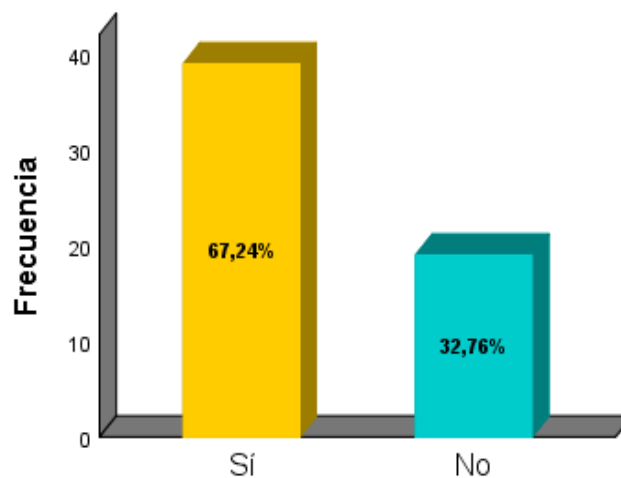
Por último, es preciso señalar que la mayor parte de comerciantes tienen claro la diferencia que hay entre un crédito personal y un crédito comercial, refiriendo que el primero es usado para fines propios y el segundo está relacionado a las necesidades que presenta su negocio.

**Tabla 12:**

*Actualmente préstamo (s) emitido (s) por una entidad financiera*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	39	67,2	67,2	67,2
	No	19	32,8	32,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota.* Cantidad de comerciante que mantienen préstamo con las instituciones financieras.

**Figura 6:***Prestamos actualmente emitidos por una entidad financiera*

*Nota.* Porcentaje de comerciantes que trabajan con bancos y cajas municipales.

De lo descrito anteriormente, cuando se solicita un préstamo este es otorgado bajo ciertos requisitos y condiciones, uno de ellos son las tasas de interés que maneja cada entidad financiera según sus políticas, dejando a manos del cliente tomar la decisión más favorable para su bienestar, considerando imprescindible conocer de cultura financiera. En suma, casi todos los comerciantes de la Galería Ivanlika 52 muestran conocimiento sobre las tasas de interés que les ofrece las entidades financieras, considerando en su mayoría que éstas son elevadas, llegando al punto en que suelen compararlas para saber cuál de las opciones es más conveniente, determinando que el 65,5% de los comerciantes saben que las cajas municipales les brindan una tasa de interés más baja que los bancos, mientras que el 34,5% indicó que esto es todo lo contrario de lo señalado. Sin embargo, un grupo de 8 comerciantes señalaron desconocer acerca de las tasas de interés que presentan actualmente las entidades financieras, esto debido a que no se informan constantemente, ni mucho menos hacen la comparación, así como también, se debe a que dejaron de solicitar financiamiento. Por último, se añade que las tasas de interés también van a depender del historial crediticio que tenga el comerciante frente a una entidad financiera.

**Tabla 13:***Conocimiento sobre las tasas de interés que ofrecen las entidades financieras*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	50	86,2	86,2	86,2
	No	8	13,8	13,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota.* Comerciantes que conocen y desconocen sobre el término tasa de interés.

Por otro lado, se añade que el presupuesto es una pieza fundamental dentro del negocio, pues permite llevar un mejor control de los ingresos y gastos en los que se puede incurrir determinando si estos son necesarios. Por consiguiente, el manejo del presupuesto para las diferentes actividades de su negocio es favorable para 43 comerciantes quienes consideran gastar lo necesario, de tal manera que manejar sus finanzas responsablemente le dará sustento a su negocio fomentando el crecimiento del mismo; sin embargo, 15 comerciantes señalaron que no cuentan con un presupuesto. Por último, con respecto a la parte de libros contables el 65,5% señala que llevan el control de sus ventas, mientras que el 34,48% indicaron lo contrario, lo mismo suele pasar con respecto a los gastos realizados en su negocio, donde se precisa que el 63,79% de los comerciantes llevan el control de los gastos en los que inciden, mientras que el 36,21% considera no necesario el manejo de un registro de gastos, a todo esto, cabe señalar que no todos hacen uso de un registro de gastos y venta debido a que la mayoría de ellos se encuentra en el NRUS y por ende, no se encuentran obligados a llevar libros contables.

**Tabla 14:***Presupuesto para las diferentes actividades de su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	43	74,1	74,1	74,1
	No	15	25,9	25,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota.* Comerciantes que manejan un presupuesto en su negocio.

En síntesis, es elemental que los comerciantes de la Galería Ivanlika tengan cultura financiera adecuada para diferenciar una venta de la utilidad obtenida en el negocio, ya que de acuerdo a la encuesta realizada se observó que algunos comerciantes confunden el término de utilidad con el de ventas, es decir los ingresos generados en su negocio al considerar que es igual, así mismo, se evidenció que la inadecuada administración de sus recursos en algunos de los comerciantes pone en riesgo a su negocio cuando suelen hacer uso de su inversión para gastos no relacionados al mismo, siendo necesario a la vez resaltar la responsabilidad que implica conocer los términos básicos en su totalidad para evitar deficiencias ante la necesidad de invertir, ahorrar, o adquirir algún préstamo en el cual se ponen a conocimiento del comerciante una tasa de interés a pagar, siendo indispensable la puntualidad por parte de ellos y evitar un historial crediticio negativo tal y como se manifestó por parte de algunos comerciantes, por tanto, la capacitación sobre finanzas relacionados directamente a temas de inversión y productos financieros que ofrecen la entidades financieras es oportuno para la mejora de sus conocimientos.

#### 4.1.3. Análisis del crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022

El propósito de todo negocio al iniciar, es crecer económicamente por lo que se requiere de constancia para afrontar retos y desafíos que existen en la actualidad al punto de llegar a aprovechar las oportunidades que impulsen el crecimiento del negocio, para ello se necesita conocer ¿Por qué es importante el crecimiento económico en el negocio?, si bien es cierto es imprescindible para lograr resultados positivos, sin embargo, para conseguirlo son necesarios los conocimientos que permitirán administrar sus recursos en cuanto a sus ingresos, equilibrando a su vez las pérdidas y ganancias del negocio, determinándose que tan rentable y eficiente puede llegar a ser.

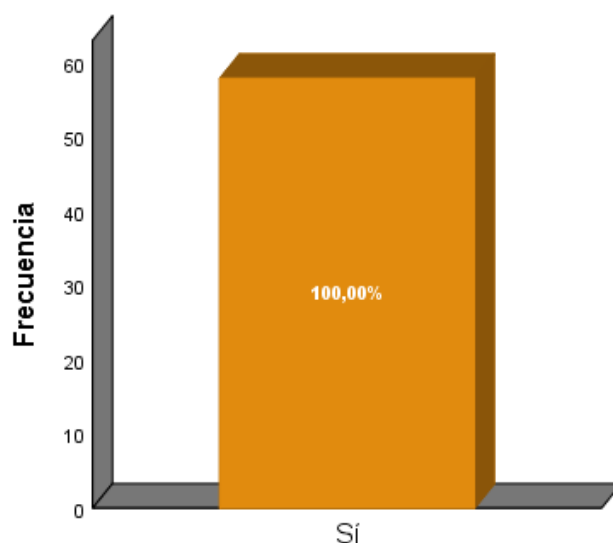
Por consiguiente, dentro de las ventajas del crecimiento económico se tiene que, se reflejan en el aumento del nivel de ventas al crecer la economía en un negocio, las utilidades serán mayores con el tiempo, considerándose que el crecimiento puede aumentar cuando es mayor la inversión en cuanto a la

producción, dando lugar a la capacidad de ahorro para fines empresariales evitando de esta manera consumir parte de la inversión, así mismo un comerciante al mostrar crecimiento le abre puertas al sistema financiero para atender sus necesidades, cumplir con sus obligaciones, contar con un colchón de recursos líquidos para cualquier tipo de eventos que puedan tener o pasar la empresa, también le permite conseguir un estándar de vida conveniente al ofrecer una mejora de las tasas de empleo, dado que, si existe mayor producción, existe el incremento de empleos y por ende, se pone a disposición de la población distintos bienes y servicios contribuyente a su consumo.

Entre los factores determinados dentro de la investigación se tiene al capital de trabajo, tecnología, competencia formal y condiciones del crecimiento económico como capacitación e inversión en bienes que hacen posible el crecimiento económico de su negocio en la Galería Ivanlika.

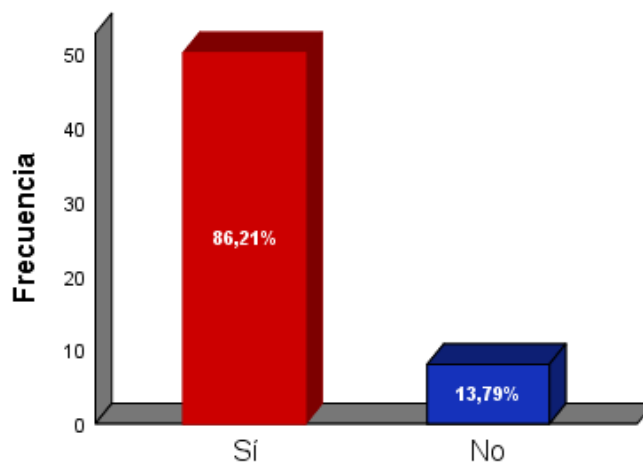
Como primer factor, es el capital de trabajo del que se dispone para ser más productivo dado que cuantas más inversiones se realicen, más activos podrán ser adquiridos tales como mercadería, maquinaria, equipos entre otros, necesarios para continuar con sus operaciones y mejorar sus condiciones de vida. Para tal efecto, se aprecia que la mayoría de comerciantes representado por el 86,2%, suelen manejar estrategias que permitan disponer adecuadamente de su capital de trabajo evidenciando de esta manera un buen manejo de sus recursos mostrando disponibilidad de ellos en su mayoría.

A su vez, se tiene que los 58 comerciantes consideran que la inversión en bienes es otro factor clave para el crecimiento económico de su negocio, ya que influye positivamente al perseguir un objetivo, como generar ingresos los cuales superen lo invertido, al mismo tiempo se puede indicar que la inversión no solo se expresa en cantidad, sino algo más, calidad, basado en las estrategias que se usan para conseguir beneficios.

**Figura 7:***Inversión clave para el crecimiento de su negocio*

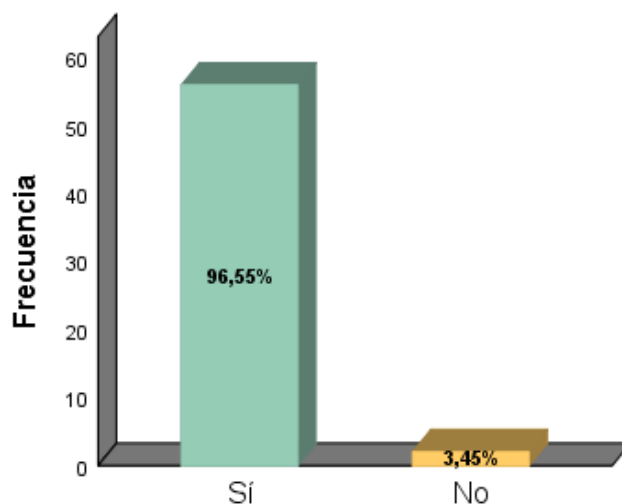
*Nota.* Total de comerciantes que consideran relevante invertir en su negocio.

Así mismo, se tiene que todo negocio inicia sus actividades con un propósito, generar utilidades; sin embargo, esto no es favorable para todos, más aún cuando se desconoce la manera en cómo se obtienen, cabe señalar que son generados después de haber deducido todo gastos frente a los ingresos percibidos. Por lo tanto, respecto a las utilidades que se debería tener en un negocio se manifiesta que casi todos los comerciantes, saben cuánto ganan mensualmente indicando que sus resultados suelen ser favorables en su mayoría; sin embargo, 8 comerciantes señalaron que desconocen sobre las utilidades que presentan al mes dándose a entender que no saben si están ganando o perdiendo en su negocio. En paralelo, el nivel de ventas es pieza fundamental en un negocio, pues ayuda al crecimiento económico cuando son gestionados eficientemente, así mismo, manejados de la manera más adecuada y oportuna garantizando la liquidez y efectivo necesarios para hacer frente a sus obligaciones, evitando saldos excesivos y operar tranquilamente sin necesidad de recurrir al endeudamiento.

**Figura 8:***Ganancias al mes en su negocio*

*Nota.* Utilidades mensuales obtenidas por los comerciantes.

A propósito de las utilidades que se obtienen en el negocio, cuando suelen ser reinvertidas trae resultados positivos en la economía, puesto que pasa a formar parte del capital y ser usado para nuevas inversiones acompañada de las decisiones que se tomen al respecto, tal y como se observa por parte de los comerciantes de la Galería Ivanlika donde 56 de ellos manifestaron usar las ganancias extras de su negocio para invertir, parte de ellos en activos fijos que involucren el crecimiento de su negocio, y otros en el capital de trabajo ya sea para adquirir mercadería, expandir su negocio, entre otros, considerando que es una buena oportunidad para ser más eficientes en cuanto a sus recursos y generar beneficios futuros; sin embargo, solo 2 comerciantes señalaron no reinvertir ganancias propinadas por el negocio debido a que su nivel de venta no es tan favorable como para obtener utilidades.

**Figura 9:***Reinvertir las ganancias obtenidas en su negocio*

*Nota.* Comerciantes que involucran sus ganancias en el negocio.

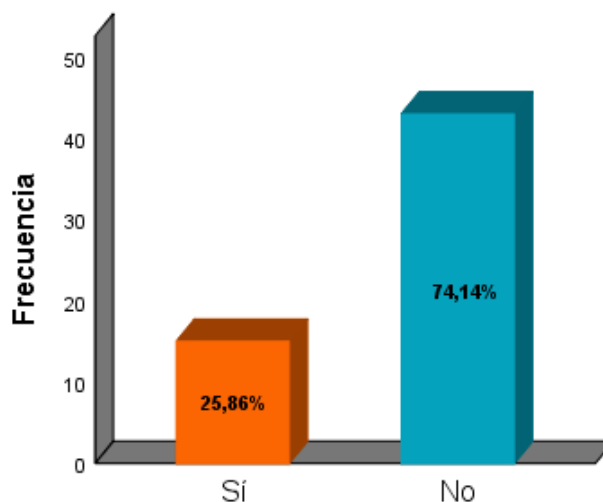
Las finanzas hoy en día cumplen un papel fundamental en un negocio, pues permiten manejar eficientemente el dinero del que se dispone, demostrando la capacidad que el negocio presenta frente al manejo de su economía involucrando su permanencia y constante crecimiento del mercado. En tal sentido, se tiene que en su mayoría de comerciantes saben que exceder su nivel de gastos podría ocasionar pérdidas en su negocio y su permanencia en el mercado se vería afectada; sin embargo, 15 de los comerciantes señalaron que hacen mal uso de sus ingresos administrando de forma deficiente su dinero, ya que 15 comerciantes de los 58 entrevistados señalan que si tienen gastos mayores a los ingresos, lo cual representa un 25,9% no gestionan bien sus finanzas, esto se debe a que suelen gastar más de los ingresos percibidos, ante la necesidad de cubrir gastos personales.

**Tabla 15:***Gastos mayores a los ingresos obtenidos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	15	25,9	25,9	25,9
	No	43	74,1	74,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota.*

Cantidad de comerciante que generan gastos excesivos o innecesarios.

**Figura 10:***Frecuencia de gastos mayores a los ingresos obtenidos*

*Nota.* Gastos excesivos que tienen los comerciantes en el negocio

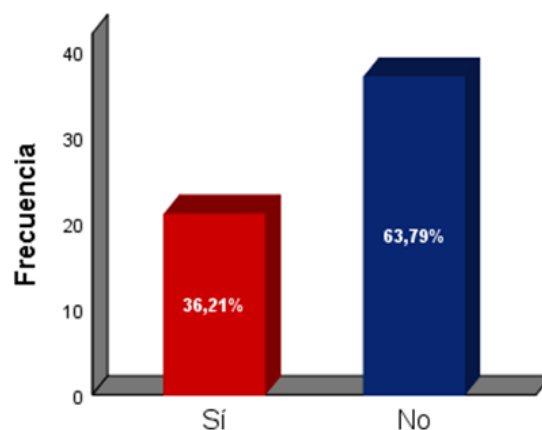
En cuanto a los gastos mayores que se suelen realizar en comparación a sus ingresos obtenidos por parte de los comerciantes, se tiene al cumplimiento de sus obligaciones con sus proveedores donde se manifestó que el 96,55% cumplen responsablemente mientras que el 3,45% indicaron no poder cubrir a tiempo sus deudas con el proveedor, así mismo, se evidenció que 15 comerciantes si realizan ventas al crédito de los cuales el 13,8% están pendientes de cobro, señalando que se les brinda un plazo oportuno para su respectiva cancelación; sin embargo, 43 comerciantes indicaron no dar crédito debido a que no todos son de confianza y correrían el riesgo de no ser cobrada la mercadería.

Por otro lado, el ahorro también está asociado con el crecimiento económico siempre y cuando sea ahorro por la utilidad obtenida del negocio, dado que permite incrementar el nivel de vida de los comerciantes, asumiendo que esto ve reflejado en el número de bienes de consumo producidos, al mismo tiempo el ahorro satisface necesidades, sirve para atender situaciones de emergencia o también para invertir, tal y como lo hacen los comerciantes de la galería Ivanlika en un 36,21% quienes manifestaron contar con ahorros en alguna entidad financiera como, por ejemplo, BCP, Caja Piura, entre otras, guardados con un fin específico. Sin embargo, no todos cuentan con ahorros en alguna institución financiera, comerciantes los cuales están representado por el 63,79%, esto se debe

a que no todos tienen lo suficiente como para ahorrar, mientras que otros indicaron que prefieren guardarlo por cuenta propia.

**Figura 11:**

*Ahorro en entidades financieras*



*Nota.* Cantidad de comerciantes que ahorran en instituciones financieras.

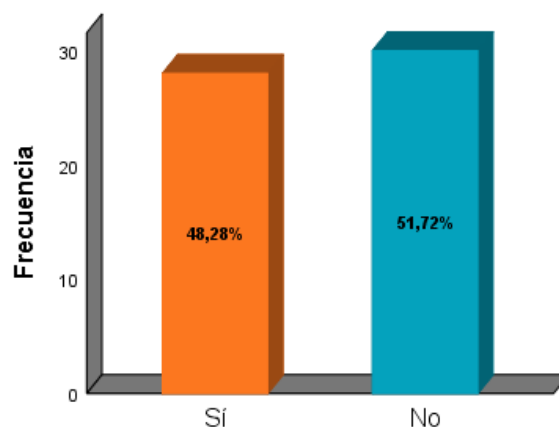
Consecuentemente, producto de las utilidades que se tienen, radica la importancia de saber manejarlos eficientemente, tomando las decisiones más apropiadas frente a una inversión tales como la compra de bienes, activo fijo, mercadería entre otros, los cuales permitan producir mayores ingresos siendo destinados a su consumo, es aquí donde se evidencia que el 48,28% representado por un total de 28 comerciantes manifestaron que sus ahorros generados de sus propios ingresos les permitieron invertir no solo en su negocio sino también en la compra de bienes (departamento, cancha deportiva, terrenos, entre otros) de los cuales también generan ingresos significativos; sin embargo, no para todos es posible contar con ahorros para la compra de activos siendo el caso de 30 comerciantes representados en un 51,72% de quienes una parte señaló haber invertido en bienes relacionados directamente con la ayuda de una entidad financiera más no con recursos propios dado que esto no era posible.

Añadido a su vez, se tuvo que solo 5 comerciantes perciben ingresos por otro giro comercial considerándose que muestran crecimiento económico, pues saben que la inversión y el ahorro son clave y van de la mano cuando se necesita tomar decisiones que impliquen conseguir un notable incremento en cuanto a sus ingresos de tal manera que contribuyan a la mejora de su condición de vida, por

otro lado, se tiene que la mayoría de ellos representados por 53 comerciantes quienes manifestaron que por ahora solo cuentan con su único giro comercial, sin descartar que más adelante piensan contar con otro giro comercial, dándose a entender que se están proyectando y ahorrando para el futuro.

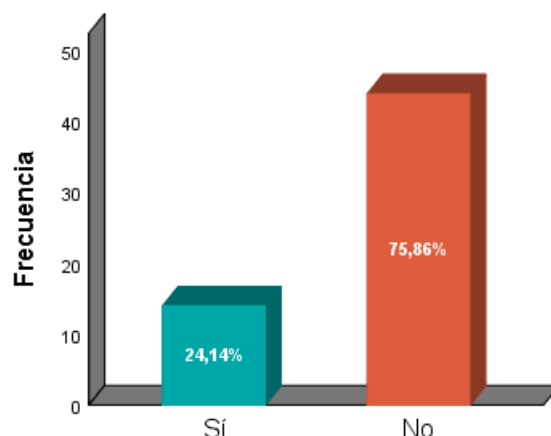
**Figura 12:**

*Decisiones de inversión en bienes*



*Nota.* Inversión en bienes que realizó cada para su crecimiento, tales como terrenos, carros, departamentos, entre otros.

El crecimiento económico se entiende que es bueno cuando se busca mejorar su calidad de vida, invertir, ahorrar conseguir mejores utilidades, saber proyectarse, en este caso, los comerciantes de la galería Ivanlika evidenciaron en un 24,14% que cuentan con otra tienda en otra galería y una parte con otro negocio del cual generan ingresos que permiten mejorar su día a día y de esta manera seguir invirtiendo y creciendo a modo que llegue a ser más productivos en el mercado, mientras que la mayoría 75,86% señaló que solo dependen de su negocio situado en la misma galería.

**Figura 13:***Tienda en otro local*

*Nota.* Otros ingresos generados de algunos comerciantes por otro negocio.

Así mismo, se añade a la tecnología y competencia formal como otros factores que suman al crecimiento económico su negocio donde 51 comerciantes representando a la mayoría, manifestaron que la tecnología les permite organizarse mejor adaptándose a las necesidades que requiere su negocio sea esto para realizar diversos pagos, así como también ofrecer su mercadería mediante redes sociales, generando mayores ingresos solo al 58,6% de comerciantes, mientras que 7 comerciantes no consideran necesario el uso de la tecnología para crecer económicamente.

Por otro lado, la competencia en el negocio de todo comerciante se refleja en la capacidad que tiene para ofrecer, mejorar y otorgar precios accesibles al cliente respecto a su mercadería, lo que conllevó a 57 comerciantes a considerar cuán importante es invertir y que se realicen capacitaciones para conocer a su competencia, de tal manera que las estrategias comerciales que suelen manejar en un 89,66% permitan incrementar su participación en el mercado captando más clientes que su competencia, uno de ellos al presentar precios competitivos y productos de calidad.

Para finalizar, la realidad de los comerciantes de la Galería Ivanlika respecto al uso de la utilidad para gastos personales o al uso de las ventas para costear los gastos familiares y/o personales suelen ser administrados inadecuadamente, esto debido que algunos de los comerciantes viven su día a día con lo manifestado en

su negocio, sabiendo que dependen de lo que venden a diario para sustentar sus gastos, mientras que hay otros comerciantes que si tienen un poco más de solvencia y saben que solo la utilidad es lo único que pueden gastar. Al mismo tiempo, la manera en que reinvierten sus ganancias suele ser inexacta, dado que parte de los comerciantes consideran que los ingresos obtenidos producto de las ventas de ayer y hoy sirven para volver a comprar mercadería mañana, considerando que están reinvertiendo nuevamente sus utilidades, cuando la realidad es que deben deducir sus gastos realizados en el negocio. Por tanto, el crecimiento económico de sus negocios va depender del manejo de sus recursos, ganancias y su eficiente participación en el mercado para producir mejores beneficios.

Al evaluar la cultura financiera y analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la galería se detalla que muestran conocimientos en un término regular, dado que en su mayor porcentaje manifestaron conocer sus conceptos básicos, lo cual permitía llevar sus actividades económicas equilibradamente. Por otro lado, parte de ellos también mostraron deficiencia frente a los conceptos relacionados a la cultura financiera viéndose reflejado en el manejo de sus finanzas.

#### 4.1.4. Elaboración de un programa de capacitación de cultura financiera para los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022

Hoy en día las charlas y/o capacitaciones sobre finanzas puede ser muy beneficioso para un negocio que quiera mejorar su comprensión de los conceptos financieros y mejorar su capacidad para tomar decisiones financieras informadas. Cabe resaltar que la cultura financiera abarca una amplia gama de temas, desde manejo del presupuesto hasta el manejo de la inversión.



## Programación del contenido

### CULTURA FINANCIERA PARA MI NEGOCIO

	ACTIVIDADES	TEMÁTICA	OBJETIVO
<b>SESIÓN N° 1</b>	Introducción a la cultura financiera	1.1. Definir el significado de cultura financiera 1.2. Señalar la importancia de tener una buena cultura financiera 1.3. Aplicar tips para una buena cultura financiera	Aprendan a utilizar adecuadamente las herramientas financieras y realicen inversiones necesarias para el crecimiento de su negocio.
	Comparando créditos	1.1 Definir el significado de crédito. 1.2 Conocer los requisitos para obtener crédito. 1.3. Identificar los tipos de créditos	
	Valorando la inversión	1.1 Definir el significado y beneficios de la inversión. 1.2 Conocer los tipos de inversiones.	
<b>SESIÓN N° 2</b>	Identificando y elaborando mi presupuesto	1.1. Reconocer el significado e importancia del presupuesto, ingreso vs gasto. 1.2. Identificar pasos para elaborar un presupuesto. 1.3. Describir puntos clave para ser disciplinado con el presupuesto.	Organizar acertadamente el manejo de sus ingresos y gastos necesarios para el negocio, incluyendo la necesidad de ahorro.
	Estimando la importancia del ahorro	1.1 Definir el significado, características y beneficios del ahorro. 1.2 Conocer la importancia del dinero en el tiempo. 1.3. Identificar los tipos de ahorro y beneficios.	

#### EVALUACIÓN

✓ Lluvia de preguntas

## Introducción

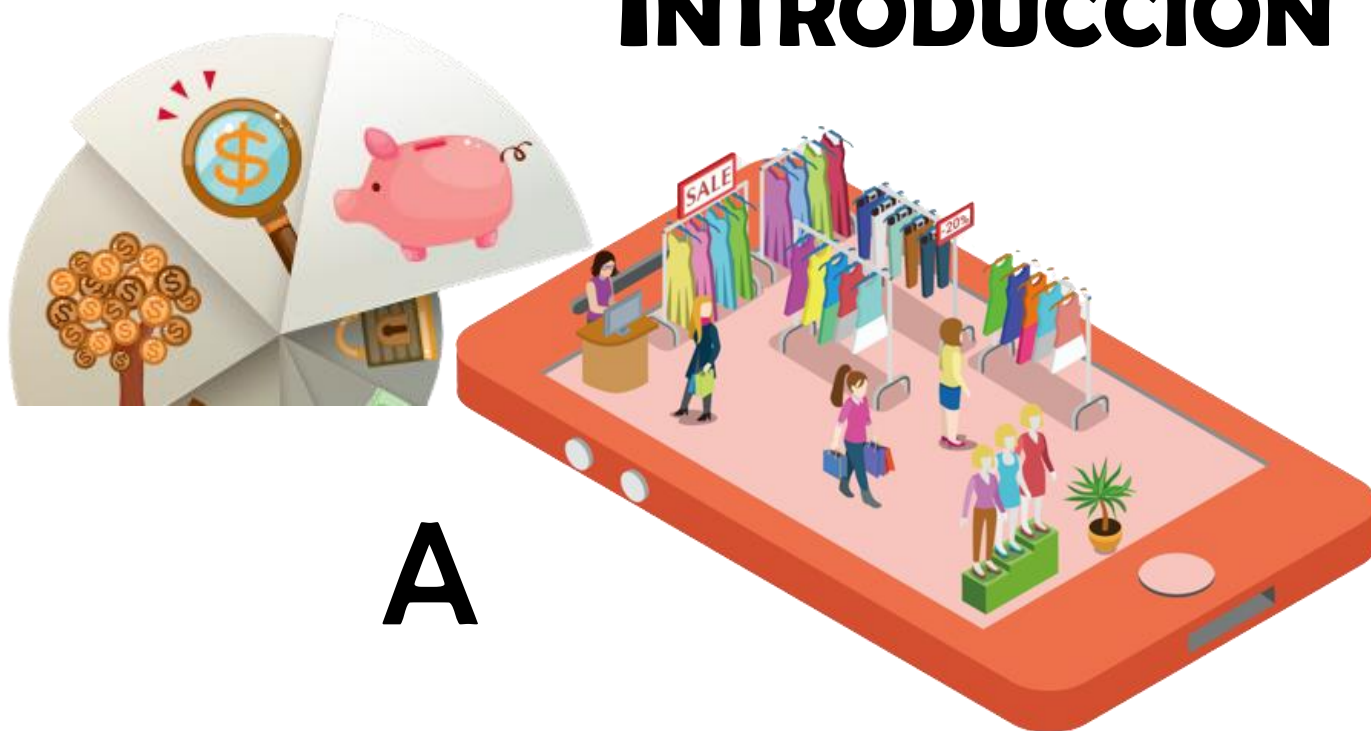
La cultura financiera es la esencia en las actividades diarias, demostrándose que nos enfrentamos a diversos cambios, donde aprender a manejar los instrumentos financieros permitirá controlar los niveles de endeudamiento, optimizando sus ingresos para generar eficiencia en sus ahorros y estos sean fructíferos. Así mismo, se podrá desarrollar habilidades y conocimientos que podrán ser aplicados para hacer respetar sus derechos, atender a sus obligaciones y tomar decisiones responsables. Es preciso hacer hincapié que el apoyo por parte del gobierno también influye en la iniciativa que tenga el ciudadano para retroalimentar sus ideas, pues ellos también tienen la obligación de difundir cultura financiera empezando desde los más pequeños, por tanto, una de las motivaciones en todo negocio debe ser involucrarse en conferencias, programas y/o capacitaciones que desarrollen estrategias para la mejora del mismo.

El presente programa muestra el desarrollo de diversos temas que integran la cultura financiera, dentro ellos: presupuesto, ahorro, inversión y créditos, por tanto, se espera que el desarrollo de estas actividades propuestas sea de su agrado, permitan contribuir a sus conocimientos, siendo comprendidos de manera clara y precisa.

Este material está diseñado con el propósito de servir de guía para el proceso a diario en su negocio, donde le permita identificar con claridad sus ingresos, ahorros, presupuesto, inversiones, capital de trabajo, entre otros; esperando cooperar en la solución a sus problemas habituales relacionados al ámbito financiero. Al inicio de cada tema, denominado “modulo” encontrará el contenido y las actividades que se pretenden llevar a cabo. Es preciso señalar que este programa tuvo como fuente referencial al BCP.

# SESIÓN N°1

## INTRODUCCIÓN



# A

## CULTURA FINANCIERA

### Índice

- Definición
- Importancia
- Ventajas
- Tips

## 1. Cultura Financiera

### 1.1. ¿Qué es la cultura financiera?

La cultura financiera es un conjunto de conocimientos, valores y hábitos relacionados con el manejo del dinero y la toma de decisiones financieras así mismo, puede fomentar decisiones financieras responsables, ahorro e inversión, y estabilidad financiera, lo que puede contribuir al crecimiento económico a corto, mediano y largo plazo. En resumen, la cultura financiera es una habilidad esencial que puede mejorar significativamente la vida financiera de las personas.



### 1.2. ¿Por qué es importante la cultura financiera?

La cultura financiera es extremadamente importante ya que, es la capacidad de entender y administrar de manera efectiva el dinero. Una buena cultura financiera puede ayudar a los comerciantes a tomar decisiones acertadas sobre sus finanzas, lo que permitirá llevar a cabo una mejor planificación financiera, ahorros más efectivos, una inversión más sabia y una gestión más eficiente de la deuda.

### 1.3. ¿Qué ventajas tiene la cultura financiera?

La cultura financiera tiene varias ventajas, entre las que se incluyen:

- ✓ **Tener un buen historial crediticio**, abre puertas en toda entidad financiera e inspira confianza.
- ✓ **Tomar mejores decisiones financieras**, que les permite a los comerciantes planificar su futuro financiero, invertir en los productos adecuados y tomar decisiones más sabias sobre cómo gastar su dinero.
- ✓ **Mayor estabilidad financiera** que les permita a los comerciantes tener un mejor control sobre sus finanzas y que estas sean menos propensas a caer en una mora, lo que puede llevarle al comerciante a una quiebra financiera.
- ✓ **Administración adecuada del dinero**, ayudará a los comerciantes a saber administrar eficientemente su dinero de manera efectiva, evitando gastos innecesarios.
- ✓ **Reducción del estrés financiero**: las personas con una cultura financiera sólida tienen una mayor capacidad para manejar situaciones financieras difíciles. Saben cómo establecer y mantener un presupuesto, cómo ahorrar para emergencias y cómo manejar la deuda, lo que les permite reducir el estrés financiero.

- ✓ **Protección contra estafas financieras:** La cultura financiera también puede ayudar a los comerciantes a protegerse contra estafas y fraudes financieros. Saben cómo identificar los signos de una estafa y cómo proteger sus cuentas y su información personal y comercial.

#### 1.4. Tips para una buena cultura financiera

- \* **Realizar presupuesto mensual,** es importante para saber cuánto dinero entra y sale de tu caja cada mes, esto ayudará a identificar los gastos y a planificar mejor los ahorros e inversiones.
- \* **Ahorrar para emergencias,** es necesario para estar preparados ante cualquier emergencia financiera que pueda surgir el negocio.
- \* **No gastar más de lo que ganas,** es fundamental para evitar diferentes tipos problemas económicos que se puedan presentar en el negocio.
- \* **Reduce las deudas** pagando a tiempo todas las obligaciones que se pueden presentar con proveedores, acreedores, el estado, trabajadores, entre otros. **Aprende sobre inversión,** ayuda al crecimiento del negocio y alcanzar sus metas a corto y largo plazo, asegurando de entender bien los riesgos y beneficios antes de invertir.
- \* **Tener diferentes proveedores,** antes de comprar mercancía debes asegurarte de obtener el mejor precio del proveedor.
- \* **Consultar a un experto,** puede ayudarte a establecer metas y a crear un plan financiero adecuado para tu negocio.

A modo de conclusión, la cultura financiera en un negocio permitirá garantizar un manejo de eficiente de las finanzas y una toma de decisiones informada, contribuyendo al crecimiento económico y capacidad de adaptarse a los cambios del entorno comercial.

# COMPARANDO



# CRÉDITOS

<input type="checkbox"/> <i>Índice</i>	
<input type="checkbox"/> Definición	<input type="checkbox"/> Comparación de créditos
<input type="checkbox"/> Importancia	<input type="checkbox"/> Historial crediticio
<input type="checkbox"/> Tipos	<input type="checkbox"/> Componentes de un crédito
<input type="checkbox"/> Ventajas y desventajas	<input type="checkbox"/> ....

## 2. Crédito

### 2.1. ¿Qué es el crédito?

El crédito es una transacción financiera en la que una entidad financiera, ya sea, un banco, una cooperativa, caja municipal o una financiera, otorga una cantidad de dinero o una línea de crédito a un prestatario. El prestatario se compromete a devolver la cantidad prestada, junto con los intereses y otros cargos, en un plazo acordado.

### 2.2. ¿Por qué es importante?

El crédito es una herramienta financiera esencial que permite a las personas y empresas acceder a fondos, crecer y expandirse, construir un buen historial crediticio que te abra las puertas dentro del sistema financiero, aprovechando oportunidades de inversión.

### 2.3. ¿Qué tipos de créditos existen?

Existen varios tipos de créditos, algunos de los cuales incluyen:

- **Crédito capital de trabajo:** es un préstamo que se otorga a una empresa para que pueda invertir y generar ingresos y ganancia.
- **Crédito personal:** Es un préstamo que se otorga a un individuo para un propósito personal, como la compra de un automóvil, la renovación de la casa, la consolidación de deudas o cualquier otra necesidad personal.
- **Crédito hipotecario:** es un préstamo que se otorga a un individuo para la compra de una propiedad inmobiliaria, cuyo préstamo se garantiza con la propiedad adquirida.
- **Crédito comercial revolvente:** es un préstamo que se otorga a una empresa para financiar sus operaciones comerciales, como la compra de mercancía o equipos.
- **Crédito para activo fijo:** se utiliza para adquirir activos fijos, como maquinaria, equipos o propiedad raíz, que se espera que se utilicen en el negocio a largo plazo. Estos activos fijos pueden ayudar a aumentar la producción, mejorar la eficiencia y reducir los costos de operación de una empresa.

### 2.4. ¿Cuáles son las ventajas de adquirir un crédito para tu negocio?

- ✓ Mayor flexibilidad financiera, ya que pueden utilizar los fondos obtenidos para cumplir con sus necesidades y objetivos financieros a corto y largo plazo.

- ✓ Construcción de una buena reputación crediticia, lo que a su vez puede mejorar las tasas de interés y los términos de futuros préstamos y líneas de crédito.
- ✓ Crear un buen historial crediticio, facilita la obtención de préstamos en el futuro.

### **2.5. ¿Cuáles son las desventajas de adquirir un crédito?**

- Costos adicionales como intereses y costas por pagos atrasados lo que puede aumentar el costo total del préstamo.
- No contar con la capacidad de pago para cubrir la deuda
- Tener historial crediticio negativo, lo cual cierra las posibilidades a un crédito.

### **2.6. ¿Qué requisitos se necesitan para acceder a un crédito?**

- Información personal (datos generales)
- Detalle de los ingresos mensuales obtenidos en el negocio
- Tener capacidad de pago
- Mostrar un buen historial crediticio
- Presentar garantía que respalde el préstamo
- Entregar documentación válida

### **2.7. ¿Qué es un historial crediticio?**

Es un registro que recopila información sobre el comportamiento crediticio de una persona. Esta información se utiliza para evaluar la solvencia crediticia y el riesgo de impacto de una empresa o persona, y es considerada por los prestamistas al momento de decidir si otorgar o no un préstamo. Así mismo, también perjudica al historial crediticio una deuda no pagada a una empresa, por ejemplo: retail, telefonía, entre otras.

### **2.8. ¿Por qué es importante tener un buen historial crediticio?**

Facilita el acceso a préstamos y tarjetas de crédito con condiciones favorables, como tasas de interés más bajas y líneas de crédito más altas. Por otro lado, un historial crediticio deficiente puede limitar el acceso a créditos y hacer que los préstamos sean más caros y difíciles de obtener.

## 2.9. ¿Cuáles son los beneficios de tener un buen historial crediticio?

- Más opciones de préstamos y tarjetas de crédito disponibles, con una mejor línea de crédito.
- Mejores tasas de interés en préstamos
- Mayor confianza financiera
- Ser un buen cliente financiero

## 2.10. ¿Cómo puedo mantener un buen historial crediticio?

- ❖ Pagar a tiempo, es decir, estar al día en sus créditos mensuales, tarjetas de crédito y otros créditos en la fecha de vencimiento.
- ❖ No exceder el límite de crédito, manejando un control adecuado de las tarjetas de crédito.
- ❖ Evitar el sobreendeudamiento, es decir, evitar tener más de tres tarjetas de crédito.

## 2.11. Componentes de un crédito

### • Capital vs Interés

El capital es la cantidad de dinero que se presta o se invierte y que se espera que sea devuelto en el futuro. Por ejemplo, si se presta S/. 10,000, ese es el capital.

El interés, por otro lado, es el costo que se cobra por el uso del dinero prestado o invertido. Es una cantidad adicional que se añade al capital como una compensación por el riesgo asumido por el prestamista o inversor. El interés se expresa generalmente en términos de una tasa porcentual, como la TEA, TREA, entre otros.

Por ejemplo, si se presta S/. 10,000 a una tasa de interés del 15% anual, se debe pagar S/. 1,500 en intereses por año. El capital sigue siendo S/. 10,000, pero los intereses son adicionales al capital y se deben pagar conjuntamente.

### • Cargos

Los cargos son los costos adicionales que se cobran además del capital e intereses. Estos cargos pueden variar según el tipo de crédito, y pueden incluir:

- Comisiones: Son cargos por los servicios prestados por el prestamista.

- Seguros: algunos préstamos pueden requerir un seguro para proteger el crédito al prestamista como al prestatario, esto puede incluir seguro de vida, seguro contra incendio, entre otros.
- Intereses moratorios: si se retrasa en el pago de las cuotas del préstamo, se pueden cobrar intereses moratorios. Estos intereses son más altos que los intereses regulares y son aplicados a partir de la fecha de vencimiento en que se debería haber hecho el pago.

### **Periodo de gracia**

El periodo de gracia en un crédito es un período donde se acuerda en el contrato de préstamo y generalmente se utiliza para permitir que el prestatario tenga tiempo para poner en marcha su negocio o para resolver problemas financieros antes de comenzar a pagar el préstamo o durante el periodo de pago.

En síntesis, los créditos son una herramienta productiva, permiten aprovechar oportunidades de crecimiento y mantener una ventaja competitiva en el mercado, puede ayudar a cubrir los gastos operativos del negocio.

**Mi**

# INVERSIÓN

## *Índice*

- Definición
- Importancia
- Beneficios
- Opciones

### 3.1. ¿Qué es la inversión?

La inversión se refiere a la adquisición o compra de activos o bienes con el objetivo de generar ingresos futuros u obtener un beneficio económico a largo plazo. En otras palabras, la inversión es el desembolso de recursos financieros para una actividad o proyecto con la expectativa de obtener una utilidad positiva en el futuro.

### 3.2. ¿Qué ventajas tiene la inversión?

La inversión puede ser una herramienta valiosa para aumentar la riqueza, lograr objetivos financieros a corto, mediano y largo plazo. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que toda inversión origina un riesgo, por tanto, es necesario asegurarse de realizar un estudio adecuado antes de tomar la decisión de inversión.

### 3.3. ¿Qué beneficios tiene la inversión?

- ❖ Generar utilidad y mejorar el rendimiento del negocio,
- ❖ Proporciona oportunidades de crecimiento en el negocio
- ❖ Diversificación de riesgos eficiente de la inversión

### 3.4. ¿Qué opciones de inversión existen?

- \* **Inversión en tecnología:** aumenta la eficiencia, la productividad y la innovación. Ejemplo: Implementación y desarrollo de software, programas contables.
- \* **Propiedades de inversión:** se refiere a los bienes que la empresa adquiere con el fin de generar otros ingresos, que al final sumen a la utilidad de la empresa.
- \* **Inversión en compra de mercadería:** se refiere a adquirir mercancías y luego recuperar la inversión por medio de las ventas, más un margen de ganancia obtenido por la venta y así se mantiene a los clientes existentes interesados en los productos.
- \* **Inversión en activos fijos:** se refiere a la adquisición de bienes inmuebles para el uso de la empresa que le permita expandir sus operaciones, mejorar su eficiencia, así como la productividad a corto y largo plazo.

### 3.5. ¿Qué tipos de inversión puedes realizar en tu negocio?

- ✓ **Inversión en capital de trabajo:** para la compra de materia prima o mercadería para aumentar el stock de tu negocio.
- ✓ **Inversión en activos fijos:** para la adquisición de nuevos anaqueles, vitrinas, exhibidores, maniquís, local comercial, terrenos para tu negocio.

## Historia del Sr. Juan

Juan tiene una pequeña empresa de venta de ropa....



Después de varios años de operación exitosa, Juan decide que es hora de invertir en su negocio para expandirlo y mejorar su eficiencia.

### Juan invirtió en tres áreas



Publicidad digital para atraer nuevos clientes y aumentar las ventas en línea.

Después de seis meses...



Juan nota una mejora significativa en la eficiencia de su negocio.



Cursos de capacitación en línea para mejorar las habilidades de atención al



Investigación de mercado para conocer las tendencias actuales y compra de nueva mercadería



En general, las inversiones de Juan en tecnología, le ayudaron a mantener un mejor control en sus inventarios y finanzas. Además, en capacitaciones le permitió mejorar la calidad del servicio y aumentó la satisfacción de sus clientes. Finalmente, la expansión de su línea en nuevos productos resultó ser muy exitosa y esto le ayudó a mejorar la eficiencia y rentabilidad en su negocio.

# SESIÓN N°2

## IDENTIFICANDO



## VALORANDO



## MI PRESUPUESTO

### Índice

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ingresos vs Gastos | <input type="checkbox"/> Definición          |
| <input type="checkbox"/> Definición         | <input type="checkbox"/> Importancia         |
| <input type="checkbox"/> Importancia        | <input type="checkbox"/> Pasos para elaborar |
| <input type="checkbox"/> Tipos              | <input type="checkbox"/> Tips                |

## **4. Presupuesto**

### **4.1. ¿Qué es un ingreso?**

El ingreso se refiere a la cantidad de ventas obtenidas por una empresa durante un período de tiempo determinado y que al final le va permitir obtener una utilidad o ganancia, después de haber restado todos los costos y gastos durante ese tiempo determinado.

### **4.2. ¿Por qué son importante los ingresos?**

Los ingresos son de gran importancia para el negocio, ya que, son la fuente principal de financiación para la mayoría de las actividades económicas, que le permite a toda empresa cubrir todos los costos y gastos para obtener su ganancia. Mientras mayores ventas obtiene una empresa, mayores serán los ingresos que le permitirá cubrir sus obligaciones con terceros, proveedores, acreedores y el estado.

### **4.3. ¿Qué tipos de ingresos existen?**

Existen diferentes tipos de ingresos, algunos de los cuales son:

- ✓ Ingresos por ventas: estos provienen de la venta de productos o servicios, ya sea a clientes individuales u otras empresas.
- ✓ Ingresos por intereses: estos que se obtienen de los intereses generados por inversiones financieras, como depósitos bancarios o bonos.
- ✓ Ingresos por alquiler: Son aquellos que se obtuvieron por el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles.

### **4.4. Consejos o tips sobre ingresos**

Hay muchas formas de aumentar tus ingresos y la estrategia que elijas en gran medida de tus habilidades, experiencia y recursos disponibles, tales como:

- ❖ Ampliar tus opciones, mediante la búsqueda de oportunidades para generar ingresos adicionales a través de actividades extraordinarias.
- ❖ Aumentar la red de contactos, a través de la participación en eventos y actividades que pueden ayudar a relacionarse con más personas, y a su vez conseguir nuevos clientes.

#### **4.5. ¿Qué es un gasto?**

Los gastos son desembolsos de dinero en los incurre una empresa para llevar a cabo sus actividades, estos pueden incluir los gastos fijos como alquiler, servicios públicos, salario de personal, así como los gastos variables como compras de suministros, publicidad y marketing.

#### **4.6. ¿Por qué es importante el gasto?**

Los gastos son importantes puesto que, representan una salida de dinero del negocio para pagar un beneficio inmediato satisfaciendo las necesidades de la empresa que le permitirá llegar a su objetivo de obtener lucro o ganancia.

#### **4.7. ¿Qué tipos de gastos existen en un negocio?**

- Gastos administrativos: sirven para mantener el funcionamiento diario de un negocio, como los salarios de los empleados, el alquiler del local comercial.
- Gastos fijos: son aquellos que permiten el funcionamiento diario de un negocio tales como: los servicios de luz, agua, telefonía, cable e internet.
- Gastos de ventas: sirven para maximizar el nivel de las ventas del negocio, que le llevarán a obtener mayores ingresos y con ello mayor utilidad, entre esos tenemos: gastos de distribución, publicidad, comisiones por ventas, entre otros

#### **4.8. Tips sobre gastos**

- Detallar todos los gastos para saber exactamente ¿Cuánto dinero estoy gastando? y ¿en qué gasto?
- Asegurarse que los gastos no superen a los ingresos, para ello, hay que saber distribuir los gastos como para gastos administrativos, ventas, marketing, servicios básicos, alquileres, entre otros.
- Priorizar los gastos, esto implica conocer con exactitud los gastos que son necesarios e innecesarios.

#### 4.9. ¿Qué es el presupuesto?

El presupuesto es un plan financiero que detalla todos los ingresos esperados y gastos proyectados y se utiliza para establecer objetivos financieros, asignar recursos y controlar los gastos. El presupuesto también puede ayudar a prevenir el gasto excesivo e identificar oportunidades para ahorrar dinero y mejorar la eficiencia financiera.

#### 4.10. ¿Por qué es importante contar con un presupuesto?

El presupuesto es una herramienta esencial en la planificación financiera, permite establecer metas a corto y largo plazo, llevar un control financiero para prevenir el gasto excesivo y el endeudamiento innecesario. El presupuesto proporciona información valiosa para tomar decisiones que identifiquen las áreas en las que se necesita realizar ajustes y mejoras para una mejor maximización de recursos.

#### 4.11. ¿Qué debe incluir el presupuesto de mi negocio?

Los ingresos y gastos relacionados con el funcionamiento del negocio, siendo el objetivo principal que los ingresos sean mayores a los egresos (gastos). En efecto, los ingresos provenientes de las ventas de productos o servicios, las cuentas por cobrar comerciales, cuentas por cobrar diversas, dinero en cuenta corriente, caja, y los gastos que pueden ser la renta del local, gastos de transporte, publicidad, gastos financieros, gastos administrativos, entre otros.

A continuación, un ejemplo de presupuesto para tu negocio:

INGRESOS	ENE.....		..... DIC		TOTAL ANUAL	
	Estimado	Real	Estimado	Real	Estimado	Real
Venta de ropa	S/ 4,000.00	S/ 4,050.00	.....	.....	S/ 44,000.00	S/ 44,550.00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>S/ 4,000.00</b>	<b>S/ 4,050.00</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>S/ 44,000.00</b>	<b>S/ 44,550.00</b>

GASTOS	ENE.....		..... DIC		TOTAL ANUAL	
	Estimado	Real	Estimado	Real	Estimado	Real
Alquiler de puesto	S/ 1,500.00	S/ 1,200.00	.....	.....	S/ 16,500.00	S/ 13,200.00
Electricidad	S/ 40.00	S/ 55.00	.....	.....	S/ 440.00	S/ 605.00
Agua	S/ 35.00	S/ 40.00	.....	.....	S/ 385.00	S/ 440.00
Otros gastos	S/ 80.00	S/ 60.00	.....	.....	S/ 880.00	S/ 660.00
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>S/ 1,655.00</b>	<b>S/ 1,355.00</b>	<b>.....</b>	<b>.....</b>	<b>S/ 18,205.00</b>	<b>S/ 14,905.00</b>

#### 4.12. Pasos para elaborar un Presupuesto



##### ◆ Establecer los objetivos

Definir lo que se quiere lograr, cuándo y cómo.



##### ◆ Recopilar información

Recibos, facturas y otros documentos.



##### ◆ Identificar ingresos y gastos

Mantener un registro de los ingresos y egresos.



##### ◆ Elaborar el presupuesto

Plasmar las entradas y salidas de dinero.



##### ◆ Revisar el cumplimiento del presupuesto

Establecer prioridades entre los ingresos y gastos esenciales para tu negocio.

#### 4.13. Tips para un buen presupuesto

- Llevar un registro de ingresos y gastos
- Identificar y priorizar los gastos esenciales
- Establecer un plan de ahorro
- Revisar y controlar los gastos, ayudará a mantenerse organizado y en el camino correcto.

En resumen, el presupuesto en un negocio ayuda a controlar los gastos, tomar decisiones y facilita la obtención del financiamiento, por tanto, contribuye significativamente al éxito y la sostenibilidad de un negocio.

## Historia de la Sra. Ana

Ana es la dueña de una pequeña tienda de ropa en una zona comercial muy concurrida en la ciudad.



Ana está preparando el presupuesto de su negocio, está buscando formas de mejorar su rentabilidad.

Establece los siguientes objetivos para su presupuesto:

- ✓ Reducir los costos de operación
- ✓ Incrementar las ventas



Para entonces... revisa periódicamente las tendencias de sus ventas y gastos, y ajusta su presupuesto para mantener el negocio en línea a objetivos establecidos.



Gracias a su planificación cuidadosa y su seguimiento riguroso del presupuesto, Ana logra mejorar la rentabilidad de su negocio, reducir los costos y aumentar las ventas.



# ESTIMANDO



# LA

# IMPORTANCIA DEL AHORRO

<input type="checkbox"/> Índice	
<input type="checkbox"/> Definición	<input type="checkbox"/> Opciones
<input type="checkbox"/> Importancia	<input type="checkbox"/> Definición de dinero
<input type="checkbox"/> Tipos	<input type="checkbox"/> Importancia del dinero
<input type="checkbox"/> Plan de ahorro	<input type="checkbox"/> Pasos para controlar dinero

## 5. Ahorro

### 5.1 ¿Qué es el ahorro?

Es la acción de reservar parte de la utilidad para hacer frente a imprevistos o gastos inesperados en un negocio o una empresa, y si fuera a nivel personal permitirá poder hacer inversiones, viajes, otros. Además, la clave para ahorrar es poder acumular dinero regularmente durante un lapso de tiempo.

### 5.2. ¿Por qué es importante el ahorro?

Porque proporciona estabilidad, seguridad y libertad financiera, que le permite a tu negocio alcanzar objetivos empresariales a corto y largo plazo, así como aumentar la adquisición de bienes muebles e inmuebles para tu negocio.

### 5.3. ¿Qué beneficios tiene el ahorro?

- ✓ Protegerse ante situaciones inesperadas
- ✓ Seguridad financiera, evitando recurrir a préstamos o endeudamiento de terceros
- ✓ Oportunidades de inversión que ofrecen a tu negocio una mayor estabilidad
- ✓ Evitar el estrés, al tener un buen colchón financiero

### 5.4. ¿Qué opciones de ahorro existen?

- **Depósito a plazo fijo** es la cantidad de dinero (utilidad) que un negocio puede depositar en una entidad financiera a cambio de un interés fijo durante un período de tiempo determinado, donde el negocio no puede retirar los fondos hasta la fecha pactada.
- **Fondos mutuos** son una opción de inversión para tu negocio, que se ofrecen de forma segura y permite diversificar las inversiones, evaluando el nivel de riesgo que presenta este producto financiero.

### 5.5. ¿Cómo establecer metas de ahorro?

Con un plan de ahorro bien diseñado y un enfoque disciplinado, es posible alcanzar cualquier meta de ahorro. Por eso, para establecer metas de ahorro efectivas implica:

- \* Evaluar los gastos actuales del negocio y hacer un seguimiento de ellos, ayudará a analizar si: ¿es un gasto innecesario o excesivo? ¿en qué áreas se puede reducir gastos?

- \* Establecer objetivos de ahorro claros y específicos. Por ejemplo, se puede establecer una meta de ahorrar un porcentaje específico de las utilidades cada mes, o ahorrar una cantidad específica para cubrir un gasto futuro importante, como la expansión del negocio.
- \* Considerar opciones de ahorro: como depósito a plazo fijo, fondos mutuos, entre otros, es importante evaluar estas opciones y elegir la que mejor se adapte a las necesidades de tu negocio.

## **Dinero**

### **5.7. ¿Qué es el dinero?**

El dinero es un medio de intercambio aceptado por una sociedad para realizar transacciones comerciales y financieras, así como todo tipo de actividad monetaria. Así mismo, es una herramienta fundamental para la economía y su existencia es necesaria para el funcionamiento de los mercados y la actividad económica en general.

### **5.8. ¿Cuál es la importancia del dinero en el tiempo?**

Radica en su capacidad para funcionar como una reserva de valor y para generar ingresos a lo largo del tiempo, transfiriendo valor en el futuro. Por tanto, es importante considerar el valor del dinero en donde se debe conocer que siempre vale más el dinero hoy que en adelante, considerando dos factores el riesgo y el tiempo.

### **5.9. Pasos para administrar eficientemente el dinero**

- ✓ Establecer un presupuesto que refleje los ingresos y gastos mensuales.
- ✓ Priorizar los gastos según su importancia y necesidad.
- ✓ Establecer metas financieras a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Ahorrar a través de producto financiero.

En resumen, el ahorro es una práctica fundamental que proporciona estabilidad, seguridad y oportunidades futuras, es decir, mejora la situación económica a través del alcance de los objetivos trazados.

## 4.2. Discusión

En el actual trabajo de investigación se presentaron una serie de características que describen a los comerciantes de la Galería Ivanlika una de ellas tiene que ver con el tiempo de permanencia en el negocio donde la mayor parte tiene más de 10 años ejerciendo actividades comerciales, considerándose que el resto de los comerciantes deberían optar por comprar un puesto dentro de la galería realizando esfuerzos para que no paguen alquiler y de esta manera conseguir mejores utilidades que les permita generar más crecimiento económico. Según Aliaga (2021) destaca la necesidad de un equilibrio entre el crecimiento económico y la satisfacción del cliente, los desafíos que enfrentan las mypes debido a la falta de inversión y organización, y la importancia de estas empresas para la economía. También subraya la necesidad de apoyo y políticas específicas para que las mypes puedan maximizar su impacto positivo y contribuir a los objetivos sociales más amplios. En lo particular, se define a la Galería Ivanlika como una asociación que cuenta con variedad de prendas de vestir y con precios accesibles para el cliente, a diferencia de otros negocios, es caracterizada por su buena atención al cliente, quienes a su vez están comprometidos en brindar las mejores prendas de vestir nacionales e importadas. Sin embargo, deberían mejorar su infraestructura para tener mejor capacidad de ventas, deben invertir en tener mejor ropa de temporada, es decir, actualizar la moda de ropa y la calidad de sus prendas, de acuerdo a cada estación, de modo que, el cliente encuentre variedad de ropa y se sienta satisfecho, ya que, de esta forma los comerciantes de la galería tendrían clientes fieles e incluso nuevos clientes que le permita a los comerciantes generar mayores ingresos y utilidades.

Dentro de los principales hallazgos de la investigación se tiene que, al evaluar la cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika, Distrito de Chiclayo 2022 se pudo encontrar que el 53,4% conoce de cultura financiera, para ello, a través del software estadístico SPSS 26 se realizó la tabulación de los datos obtenidos en la encuesta. Esto quiere decir, que el mayor porcentaje recae en donde los comerciantes cuentan con conocimientos en cultura financiera y el 47.6% no conocen de cultura financiera, señalando que quienes manifestaron conocer el significado de cultura financiera, si saben que se desprende de aquí el ahorro, la inversión, crédito y presupuesto, que son conceptos básicos y aplicados en su día a día para llevar de una buena forma su actividad empresarial y esto les permite tener un crecimiento favorable.

Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, donde se manifiesta que la cultura financiera impacta positivamente en el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022. Estos resultados son respaldados por Cabanillas y Moreno (2021) quienes enfatizan que debido a su escaso nivel de cultura financiera las micro y pequeñas empresas limitan su capacidad de ahorro, disminuye sus oportunidades de inversión y perjudica su rentabilidad y estabilidad económica. Además, el insuficiente conocimiento financiero de los comerciantes provoca errores como la solicitud de créditos informales y el endeudamiento con varias entidades, lo que obstaculiza su crecimiento económico. En tal sentido, las actitudes y conocimientos que los comerciantes presentan frente a su negocio, dependerán que tan eficientes son para mantener el equilibrio de su economía y con el conocimiento de cultura financiera les permita aplicarlo para bien de su crecimiento.

Al analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika, Distrito de Chiclayo 2022 se evidenció mediante el software estadístico SPSS 26 que el 50% de los comerciantes reflejan crecimiento en su negocio. En otras palabras, su economía estuvo en constante progreso, producto de su capacidad contributiva para cuidar su capital de trabajo, ser productivos, vender y conseguir el incremento de sus ingresos, así como las facilidades de invertir y ser más rentables; sin embargo, no es satisfactorio para todos los comerciantes que no reflejan crecimiento económico en su negocio, es debido a la falta de cultura financiera y no saber emplear correctamente el capital de trabajo, saber ahorrar, invertir y administrar eficientemente el dinero para mejorar sus perspectivas del negocio. Este hallazgo difiere de lo encontrado por Gomero (2015) quien enfatiza que el crecimiento económico impulsa a las empresas a enfocarse en aumentar sus beneficios y rentabilidad, sin embargo, no todos tienen la posibilidad de identificar oportunidades en su entorno económico que les permitan consolidar su posición en el mercado. Por tanto, es necesario la implementación de estas estrategias no solo busca resultados inmediatos, sino que también es clave para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de la empresa. De estos resultados, se deduce que parte de los comerciantes de la galería Ivanlika se desarrollaron correctamente en el mercado, mientras que otros, ven limitado su crecimiento económico debido al mal manejo de sus ingresos, ahorros, inversión, gastos y costos para determinar sus

utilidades, sin dejar de lado el uso de la tecnología para ser competentes y conseguir mejoras de calidad.

Al elaborar un programa de capacitación de cultura financiera para los comerciantes de la Galería Ivanlika, se colocó como objetivo realizar capacitaciones mediante charlas inductivas acerca de la cultura financiera en donde se incluyeron diferentes conceptos básicos para que los comerciantes puedan realizar una correcta administración de sus finanzas, conocer acerca de la importancia del ahorro, de poder realizar un presupuesto, de diferenciar que es costo y gasto, entre otros. Esto con el fin de contribuir al crecimiento económico de sus negocios. Domínguez (2017) enfatiza que los programas de capacitación sobre la educación financiera son justificadamente fundamentales por tres razones, en primera instancia, la falta de conocimientos financieros en la población, desata barreras y pérdida de oportunidades; asimismo se ven excluidas de participar con entidades financieras, siendo para ello necesario reconocer los beneficios que tiene la cultura financiera, tanto a nivel individual como social. En efecto, se reconoce que en un inicio sus conocimientos sobre temas de cultura financiera eran básicos; sin embargo, estas charlas ayudaron a los comerciantes a absolver sus dudas respecto algunos de los indicadores expuestos anteriormente, considerando que son relevantes para tomar decisiones que ayuden a cómo administrar en forma correcta sus negocios, para llegar a obtener las utilidades esperadas.

Dentro del trabajo de investigación y mediante la aplicación de los instrumentos, se encontraron respuestas favorables y no favorables por parte de los comerciantes, dado que en un inicio sus conocimientos sobre cultura financieras no eran aceptables ocasionando vacíos en el manejo de sus recursos, presupuesto, inversión, ahorro, siendo perjudicial para el crecimiento económico de su negocio, evidenciando que sus ingresos no siempre eran favorables, ante la necesidad de realizar una mejor planificación financiera y comercial, por ello, los comerciantes tenían la necesidad de recibir capacitaciones mediante charlas inductivas para afianzar y mejorar sus conocimientos permitiendo desenvolverse en forma eficiente y adecuada en un mercado competitivo, consiguiendo así mayores ingresos y utilidades.

## V. Conclusiones

- Los comerciantes de la Galería Ivanlika tienen una sólida base y amplia experiencia, debido a su permanencia en el mercado donde ofrecen prendas de vestir para hombres, mujeres y niños a precios accesibles y una buena atención al cliente, evidenciándose una estabilidad comercial. Pese a considerarse en su mayoría microempresas con ingresos mensuales limitados, estos comerciantes mantienen una actitud optimista, esforzándose por generar sus propios recursos y obtener utilidades, así como su habilidad para enfrentar los desafíos económicos y buscar oportunidades para seguir adelante.
- La cultura financiera que presentan los comerciantes de la galería Ivanlika es escasa, debido a su falta de conocimientos sobre los conceptos financieros básicos, lo cual dificulta la adecuada administración del dinero y una buena toma de decisiones relacionado a su capital de trabajo para hacer frente a sus necesidades comerciales. Así mismo, la falta de opciones de financiamiento impide que aprovechen oportunidades de crecimiento y expansión.
- El crecimiento económico en los comerciantes de la galería Ivanlika fue aceptable en un 50% de los comerciantes, por su disposición para invertir en su negocio, implementar estrategias, mejorar la calidad de su mercadería, adaptarse a las tendencias del mercado y para poder competir en forma eficiente, permitiendo aumentar sus ventas e ingresos y lograr una rentabilidad sólida que les permita poder reinvertir sus utilidades obtenidas.
- Al elaborar un programa de capacitación sobre la cultura financiera se realizaron dos charlas inductivas las cuales tuvieron éxito, pues permitió a los comerciantes de la galería Ivanlika comprender y adquirir conocimientos necesarios para tomar en adelante mejores decisiones informadas sobre sus finanzas, así como, fomentar el ahorro, la inversión, planificación a corto y largo plazo, consiguiendo una mayor estabilidad financiera, con el objetivo de que los comerciantes presenten un mayor crecimiento económico.

## VI. Recomendaciones

- Los comerciantes de la galería Ivanlika deberían en primer lugar hacer un esfuerzo en adquirir su propio local comercial que les permita un mayor crecimiento y ahorro en el pago de sus arriendos, asegurando una mejor proyección adaptándose a las últimas tendencias de la moda, utilizando estrategias de marketing, mediante las redes sociales para incrementar el nivel de sus ventas.
- Los comerciantes de la galería Ivanlika no deberían cubrir sus gastos personales con los recursos de su negocio, por tanto, deberían tener en cuenta la importancia de la cultura financiera para el sostenimiento de sus negocios y la capacidad financiera necesaria para hacer un buen manejo de sus ahorros, inversión, presupuesto, que les permita llevar un mejor control de sus ingresos y gastos.
- Los comerciantes de la galería Ivanlika deberían prevalecer la necesidad de ahorrar parte de sus utilidades y arriesgarse por invertir en bienes, dado que les ayudará a conseguir ingresos adicionales provenientes de algún otro giro comercial, apuntando a las posibilidades de mejorar su participación en el mercado y, por ende, lograr mayor estabilidad en el crecimiento económico de sus negocios.
- Se recomienda a los comerciantes de la galería Ivanlika mantenerse activos y participar de diferentes capacitaciones o charlas sobre temas relacionados a las finanzas para su negocio, con el objetivo de que puedan mejorar y continuar una adecuada administración de sus negocios.

## VII. Referencias

- Alburquerque, F. (2018). *Conceptos básicos de economía. En busca de un enfoque ético, social y ambiental*. Chile: Publicaciones de la Universidad de Deusto. Obtenido de <https://www.orkestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/libros/coleccion-especiales/Conceptos-basicos-economia-enfoque-etico.pdf>
- Alejandro, B. (2015). La importancia de la cultura financiera. *PDF COFFEE*. Obtenido de <https://pdfcoffee.com/beatriz-alejandro-baletpdf-pdf-free.html>
- Aliaga, L. (2021). La magnitud de la mype en el Perú. Libertad para elegir la estructura empresarial. Obtenido de <https://doi.org/10.46631/Giuristi.2021.v2n4.04>
- Anguiano, J. (Junio de 2020). Desarrollo financiero y crecimiento económico en América del Norte. *Revista Finanzas y Política Económica*, 12(1), 165-199. Obtenido de <https://revfinypolecon.ucatolica.edu.co/article/view/3082>
- Aro, O. (2018). La Cultura Financiera y la Gestión de Procesos de Negocios en los Microempresarios de los Centros Comerciales de Tacna, 2017. *Repositorio de la Universidad Privada de Tacna*. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/613/Aro-Luque-Eduardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Asenjo, G. (2020). Cultura financiera y el nivel de endeudamiento en los comerciantes del mercado Carolina, Chiclayo. *Repositorio de la Universidad César Vallejo*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69416/Asenjo\\_UGA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69416/Asenjo_UGA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Astudillo, M., & Paniagua, J. (2012). *Fundamentos de Economía* (Primera ed.). México: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Obtenido de <http://ru.iiiec.unam.mx/2462/1/FundamentosDeEconomiaSecuenciaCorrecta.pdf>
- Blancas. (2016). La Cultura Financiera y su Impacto en la Gestión Crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el Año 2014. *Repositorio Institucional Universidad Peruana Los Andes*. Obtenido de [https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/191/Yuliana\\_Blancas\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/191/Yuliana_Blancas_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bravo&Triful. (2018). *Factores que limitan el crecimiento de la microempresa comercial Excluidas Jarumy situada en el distrito de Chiclayo*. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1532/1/TL\\_BravoAcostaDany\\_TrifulCarranzaDanissa.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1532/1/TL_BravoAcostaDany_TrifulCarranzaDanissa.pdf)
- Bucci, A., Calcagno, R., Marsiglio, S., & Neves, T. (Febrero de 2023). Educación Financiera, Capital Humano y Crecimiento económico a largo plazo. *CERP WORKING PAPER*. Obtenido de <https://www.cerp.carloalberto.org/financial-literacy-human-capital-and-long-run-economic-growth/>
- Cabanillas, S., & Moreno, A. (2021). La cultura financiera del ahorro e inversión en el crecimiento económico en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Trujillo, año 2020. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 17(4). Obtenido de <https://www.revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/4069>
- De Durán, A. (2017). *COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD- FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD*. España. Obtenido de <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/Fundamentos-de-la-publicidad-3.pdf>
- Domínguez, J. (20 de Febrero de 2017). Los programas de educación financiera: aspectos básicos y referencia al caso español. (U. d. Málaga, Ed.) *Revista electrónica sobre la enseñanza de la Economía Pública*, 19-60. Obtenido de <https://e-publica.unizar.es/es/articulo/los-programas-educacion-financiera-aspectos-basicos-referencia-al-caso-espanol>

- Eyzaguirre, W. (2016). *Cultura y Educación Financiera*. Perú: Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/culturafinanciera/2016/10/cultura-y-educacion-financiera.html/>
- Fraschina, S., & Kestelboim, M. (2018). *Economía política* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Maipue. Obtenido de <https://www.orkestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/libros/colecciones-especiales/Conceptos-basicos-economia-enfoque-etico.pdf>
- Gomero, N. (2015). Concentración de las mypes y su impacto en el crecimiento económico. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 23(43). Obtenido de <https://doi.org/10.15381/quipu.v23i43.11597>
- Hernández, A., & Pérez, S. (2019). *Visiones de la educación financiera: análisis y perspectivas* (Primera ed.). Toluca, Estado de México, México: Editorial Incunabula. Obtenido de [http://www.eco.buap.mx/publicaciones/libros/visiones\\_de\\_la\\_educacion\\_financiera.pdf](http://www.eco.buap.mx/publicaciones/libros/visiones_de_la_educacion_financiera.pdf)
- Hernandez, M. (2014). *Administración de empresas*. Madrid. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1244/1/Hern%C3%A1ndez-administraci%C3%B3n%20de%20empresas%20da%20edici%C3%B3n.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Ichpas, María; Ñope, Ingrit. (2018). Análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (Mypes) de confecciones de prendas de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años. *Repositorio Academico UPC*. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624891/%c3%91ope\\_ci.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624891/%c3%91ope_ci.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Ignacio, J. (2020). Influencia de los microcréditos en el desarrollo económico de los comerciantes del Mercado del Pueblo Chiclayo. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7642/Ignacio%20Silva%20Jeyli%20Yoana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, J. (2020). Empresa comercial. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa-comercial.html>
- Lora, E., & Prada, S. (2016). *Técnicas de Medición Económica, Metodología y Aplicaciones en Colombia*. (Quinta edición ed.). Colombia: Universidad Icesi. Obtenido de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/80745/8/lora\\_prada\\_medicion\\_productividad\\_2016.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/80745/8/lora_prada_medicion_productividad_2016.pdf)
- Lozano, D. (2020). Fomento de la cultura financiera para micro empresarios. *Repositorio institucional UNIMINUTO*. Obtenido de <https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/11888/1/TRABAJO%20DE%20GRADO%20DIEGO%20FERNANDO%20LOZANO%20DIAZ.pdf>
- Lujan, T. (2019). Cultura financiera y su influencia en el desarrollo empresarial de las mypes sector calzado del distrito El Porvenir 2018-2019. *Repositorio de tesis Universidad Nacional de Trujillo*. Obtenido de [https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/17157/lujansalvatierra\\_tania.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/17157/lujansalvatierra_tania.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Marco, F. (2018). Condiciones para el crecimiento económico. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/condiciones-para-el-crecimiento-economico.html>

- Melo, E. (2018). Los Comerciantes Minoristas y su aporte al Desarrollo Económico del Cantón. Paján. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1112/1/UNESUM-ECUADOR-ECO-2018-21.pdf>
- Moral, M., Vázquez, O., & Pampillón, F. (2022). *Manual de economía Española*. (Funcas, Ed.) Madrid, España: Funcas. Obtenido de <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2022/10/Manual-de-Economia-Espanola.pdf>
- Morales, A., Morales, J. A., & Alcocer, F. (2014). *Administración Financiera*. México. Obtenido de <https://books.google.com.pa/books?id=jMS3BgAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Moreno, M. (2015). *Cómo triunfar en las redes sociales*. España. Obtenido de [https://www.planetadelibros.com/libros\\_contenido\\_extra/31/30170\\_Triunfar\\_en\\_las\\_redes\\_sociales.pdf](https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/31/30170_Triunfar_en_las_redes_sociales.pdf)
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia: Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>
- Osorio, E., Tarquino, O., Vega, L., & Garzón, E. (2020). Cultura financiera como factor de incidencia en la elección de productos de inversión y ahorro en Colombia. *Repositorio digital Minerva*. Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10247/Garz%F3nEdgar2020?sequence=1>
- Pacori, S. (2019). El crédito financiero y su incidencia en el crecimiento económico de los comerciantes del rubro prendas de vestir del Mercado Internacional 24 de Octubre de Juliaca. periodo 2017. *Repositorio Institucional Universidad Institucional del Antiplano*. Obtenido de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/10728/Pacori\\_Zapana\\_Sara\\_Lizbeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/10728/Pacori_Zapana_Sara_Lizbeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Polania, F., Suaza, C., Arévalo, N., & González, D. (2016). La cultura financiera como el nuevo motor para el desarrollo económico en Latinoamérica. *Biblioteca Digital Minerva*. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/8951/avance%20final%20seminario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Powell, A., & Valencia, O. (2022). *Lidiar con la deuda: menos riesgo para más crecimiento en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/lidiar-con-la-deuda-menos-riesgo-para-mas-crecimiento-en-america-latina-y-el-caribe.pdf>
- Redondo, M., Ramos, H., & Díaz, C. (2016). *Factores del Crecimiento Económico* (Primera ed.). Colombia: Universidad Libre Seccional Pereira. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17384/FACTORES%20DE%20CRECIMIENTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, S. (2021). La educación financiera su relación con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Huacho 2018. Obtenido de <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6053/SANDY%20YENIFER%20RIVERA%20SIFUENTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Roldán, P. (2016). *Competitividad*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

- Sánchez, E. (2014). Estadística y Cultura Financiera. *Seminarios Repensar La Cultura Financiera*. Obtenido de [https://repensarlaculturafinanciera.files.wordpress.com/2014/08/la\\_cultura\\_financiera\\_y\\_la\\_estadistica\\_blog.pdf](https://repensarlaculturafinanciera.files.wordpress.com/2014/08/la_cultura_financiera_y_la_estadistica_blog.pdf)
- Sánchez, N., Carretero, M., Viramontes, M., Martínez, M., & Rico, M. (2022). La cultura financiera en las MYPES de El Marqués y Pedro Escobedo. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*. Obtenido de <https://www.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/252/487>
- Talavera, C. (2018). *Factores determinantes que limitan a las micro pequeñas empresas en su desarrollo económico y social en el Perú, estudio de casos micro empresas del sector manufactura en el emporium comercial de gamarra Distrito de la Victoria periodo 2015-2016*. Perú. Obtenido de <https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/2386/TALAVERA%20GUERRERO%20CARLOS%20ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torres, G., & Ramos, R. (2020). *Manual de finanzas personales y de familia. Cómo usar bien mi dinero y el tuyo*. (Primera ed.). Santiago, Chile: Universidad Autónoma de Chile. Obtenido de <https://ediciones.uautonoma.cl/index.php/UA/catalog/view/35/67/76-1>
- Toscano, R., Rosero, T., Vaca, A., & Viteri, P. (2019). *Introducción a la economía* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Ediciones Grupo Compás 2019. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/508/3/introducci%C3%B3n%20a%20la%20econom%C3%ADa.pdf>
- Vallejos, S. (2019). *Manual de educación financiera para emprendedores*. México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Obtenido de <http://investigacion.uaem.mx/archivos/epub/manual-educacion-financiera/manual-educacion-financiera.pdf>

## VIII. Anexos

### Anexo 1: Instrumento I (Cuestionario)

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO  
TORIBIO DE MOGROVEJO FACULTAD  
DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE CONTABILIDAD**



**Objetivo:** Estimado señor(a), reciba mi más grato y cordial saludo, la presente encuesta tiene la finalidad de recolectar información sobre cultura financiera y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022. Le agradezco por contestar las siguientes preguntas y colaboración, siendo utilizadas solo para fines de investigación académica.

**Instrucción:** Lea atentamente cada una de las preguntas y elija la alternativa que considere que se acerca más a la realidad.

#### DATOS GENERALES:

SEXO:

- Masculino  
 Femenino

NIVEL DE EDUCACIÓN:

- Primaria  Secundaria  
 Técnica  Universitaria  
 Otros

#### Objetivo 1:

**Describir las características de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022**

- Dentro de la Galería se encuentra como:  
a) Propietario b) Inquilino
  - ¿Cuántos años de antigüedad tiene su negocio?  
a) 1 a 3 años b) 3 a 6 años  
c) 6 a 10 años d) 10 a más
  - ¿En qué régimen tributario se encuentra?  
a) NRUS b) RER c) RMT d) RG
  - ¿Cuántos trabajadores tiene su negocio?  
a) Ninguno  
b) 1 a 5 trabajadores  
c) 5 a 10 trabajadores  
d) 10 a más trabajadores
  - ¿Con que tipo de capital se constituyó su negocio?  
a) Capital propio b) Capital de terceros
- Si su respuesta fue capital de terceros:  
(a) Entidad financiera  
(b) Familiar  
(c) Agiotistas
- ¿Cómo financia su actividad comercial mensualmente?  
a) Capital propio b) Capital de terceros

Si su respuesta fue capital de terceros:

- (a) Entidad financiera  
(b) Familiar  
(c) Agiotistas

- ¿Cuánto es el total de ingresos que obtiene al mes?  
a) De 1000 a 5000 b) De 5000 a 10000  
c) De 10000 a 15000 d) Más de 15000

#### Objetivo 2:

**Evaluar la cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022**

- ¿Conoce el significado de cultura financiera?  
a) Sí b) No
- ¿Conoce usted el significado de capital de trabajo?  
a) Sí b) No
- ¿Conoce usted los tipos de ahorro que existen?  
a) Sí b) No
- ¿Su negocio o empresa le permite ahorrar?  
a) Sí b) No
- ¿Considera que el ahorro es necesario para atender situaciones no previstas?  
a) Sí b) No

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <p>6. ¿Conoce usted que es un ingreso?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>7. ¿Conoce usted que es un egreso?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>8. ¿De la cantidad de ingresos que percibe, destina una parte a sus ahorros personales?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>9. ¿Conoce el significado de inversión?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>10. ¿Tiene presente los posibles riesgos antes de invertir?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>11. ¿Ha recibido usted asesoramiento respecto a temas de inversión?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>12. ¿Las inversiones favorecieron su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>13. ¿Tiene actualmente préstamo(s) emitido(s) por una entidad financiera?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>14. ¿Tiene actualmente un crédito para capital de trabajo?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>15. ¿Tiene actualmente un crédito para activo fijo?<br/>a) Sí      b) No</p> | <p>16. ¿Ha recibido alguna capacitación acerca de los productos y servicios que ofrecen las entidades financieras?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>17. ¿Conoce el significado de crédito personal?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>18. ¿Conoce el significado de crédito comercial?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>19. ¿Conoce el significado de crédito para activo fijo?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>20. ¿Cuenta con algún crédito a corto plazo?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>21. ¿Cuenta con algún crédito a largo plazo?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>22. ¿Tiene conocimiento sobre las tasas de interés que ofrecen las entidades financieras?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>23. ¿El crédito obtenido fue utilizado para fines comerciales?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>24. ¿Considera que las tasas de interés brindada por las entidades financieras son elevadas?<br/>a) Sí      b) No</p> | <p>25. ¿Sabe usted que las tasas de interés de las cajas municipales son más bajas que de los bancos?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>26. ¿Cuenta usted con un presupuesto para las diferentes actividades de su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>27. ¿Maneja un control de registro de ventas (ingresos) realizados en el negocio?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>28. ¿Maneja un control de registro de gastos (egresos) realizados en el negocio?<br/>a) Sí      b) No</p> <p>29. ¿Cumple frecuentemente con sus cuentas por pagar y otras obligaciones relacionadas directamente con su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p> <p><b>Objetivo 3:</b></p> <p><b>Analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el período 2022</b></p> <p>1. ¿Utiliza estrategias para manejar adecuadamente su capital de trabajo?<br/>a) Sí      b) No</p> |
|---|--|--|

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <p>2. ¿Cuenta usted con los recursos disponibles (disponibilidad de efectivo) para el crecimiento de su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p> | <p>a) Sí      b) No</p>  | <p>19. ¿Plantea estrategias comerciales para aumentar el nivel de sus ventas en comparación a su competencia?<br/>a) Sí      b) No</p> |
| <p>3. ¿Considera que la inversión es clave para el crecimiento de su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p>                                    | <p>11. ¿Cree que es necesario el uso de la tecnología para su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p>  | <p>20. ¿Considera que su negocio presenta precios competitivos?<br/>a) Sí      b) No</p>   |
| <p>4. ¿Sabe usted cuánto gana (utilidad) al mes en su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p>   | <p>12. ¿Hace uso de la tecnología para realizar los pagos (proveedores, luz, impuestos, entre otros) de su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p> | <p>21. ¿Escucha al cliente para mejorar y cumplir con sus expectativas?<br/>a) Sí      b) No</p>                                       |
| <p>5. ¿Suele usted reinvertir las ganancias obtenidas en su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p>   | <p>13. ¿Hace uso de las redes sociales o páginas web para ofrecer su mercadería?<br/>a) Sí      b) No</p>                                    | <p>22. ¿Considera que la calidad de la mercadería ofrecida es necesaria para ser competente?<br/>a) Sí      b) No</p>                  |
| <p>6. ¿Realiza frecuentemente gastos mayores a los ingresos obtenidos?<br/>a) Sí      b) No</p>   | <p>14. Si usó la tecnología, ¿esto le generó obtener mayores ingresos?<br/>a) Sí      b) No</p>  | <p>23. ¿Tiene ahorros en los bancos o alguna entidad financiera?<br/>a) Sí      b) No</p>  |
| <p>7. ¿Cumple con sus cuentas por pagar a sus proveedores?<br/>a) Sí      b) No</p>   | <p>15. ¿Considera necesario el uso de la publicidad?<br/>a) Sí      b) No</p>  | <p>24. ¿Invierte en bienes tales como un local propio, unidad de transporte, maquinaria?<br/>a) Sí      b) No</p>                      |
| <p>8. ¿Realiza ventas al crédito?<br/>a) Sí      b) No<br/>Si su respuesta es No pase a la pregunta 8</p>                                 | <p>16. ¿Tiene usted competencia directa e indirecta (interna y externa) en su negocio?<br/>a) Sí      b) No</p>                              | <p>25. ¿Es su único giro comercial?<br/>a) Sí      b) No</p>   |
| <p>9. ¿Tiene cuentas por cobrar a sus clientes por ventas de mercadería?<br/>a) Sí      b) No</p>   | <p>17. ¿Considera que invertir en su negocio le permitirá ser más competitivo?<br/>a) Sí      b) No</p>                                      | <p>26. ¿Es su única tienda dentro de la galería?<br/>a) Sí      b) No</p>  |
| <p>10. ¿Otorga usted un plazo oportuno para la cancelación de la mercadería?</p>  | <p>18. ¿Considera que si se realizan capacitaciones le ayudaría a conocer más acerca de su competencia?<br/>a) Sí      b) No</p>             | <p>27. ¿Tiene algún otro negocio o tienda en otra galería?<br/>a) Sí      b) No</p>  |

## Anexo 2: Tablas y gráficos (interpretaciones)

**Objetivo 01.** Describir las características de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022

**Tabla 1**

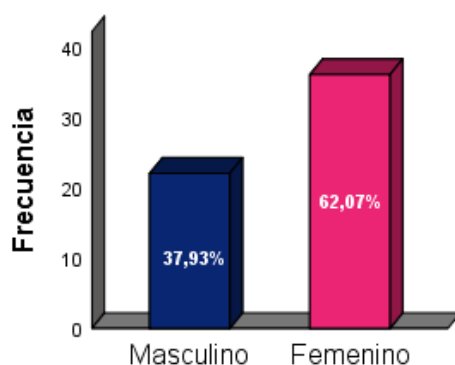
*Número de hombres y mujeres dentro de la galería*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	22	37,9	37,9	37,9
	Femenino	36	62,1	62,1	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Esta tabla muestra la cantidad de comerciantes de género masculino y femenino

**Figura 1**

*Sexo*



*Nota:* Género masculino y femenino

### Interpretación:

Los resultados obtenidos fue que, de 58 comerciantes, el 39,93% son de género masculino, mientras que el 62,07% son género femenino, indicando que en su mayoría son las mujeres quienes comercializan las prendas de vestir.

**Tabla 2**

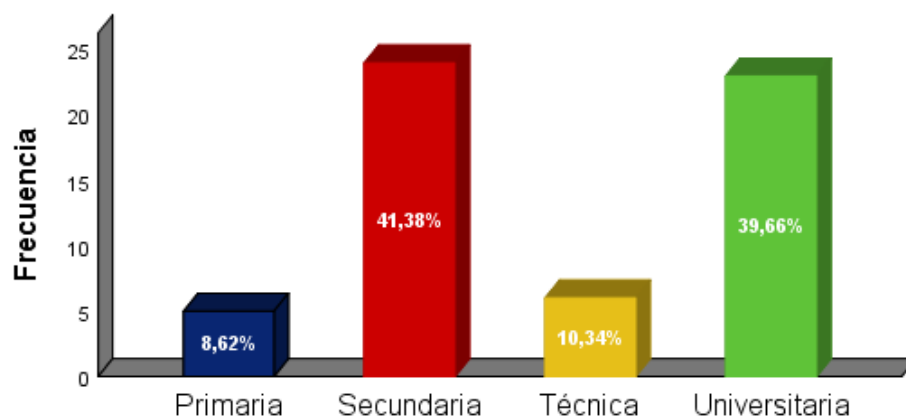
*Nivel de educación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	5	8,6	8,6	8,6
	Secundaria	24	41,4	41,4	50,0
	Técnica	6	10,3	10,3	60,3
	Universitaria	23	39,7	39,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Esta tabla muestra el grado de instrucción de cada comerciante de la Galería Ivanlika

**Figura 2**

Nivel de educación



Nota: Grado de instrucción

**Interpretación:**

En cuanto a su nivel de educación se evidenció que, del total de 58 comerciantes el 41,38% de ellos cuenta con secundaria, el 39,66% con estudios universitarios, un 10,34% con estudios técnicos y, por último, 8,62% con estudios de primaria, es preciso señalar que, solo algunos presentan estudios completos.

**Tabla 3**

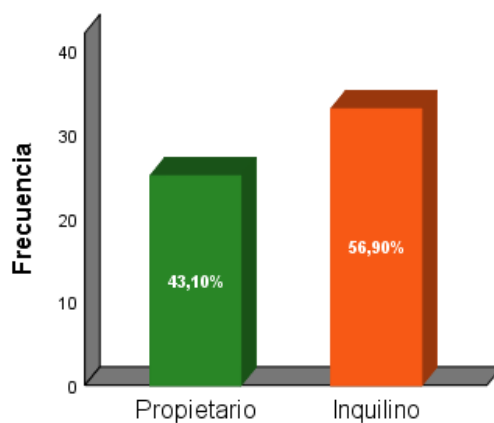
Dentro de la Galería se encuentra como:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Propietario	25	43,1	43,1	43,1
	Inquilino	33	56,9	56,9	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Nota: Propietarios e inquilinos dentro de la Galería

**Figura 3**

Propietarios del local



Nota: Propietarios e inquilinos dentro de la Galería

**Interpretación:**

Del total de 58 comerciantes se tuvo que, 25 comerciantes se encuentran como propietarios dentro de la galería, mientras que, 33 son los inquilinos, quienes dependen de los dueños de la galería, esto se debe a que, parte de ellos recientemente se han posicionado dentro de la galería y otros que, a pesar de los años de antigüedad no disponen de los suficientes recursos para ser propietarios.

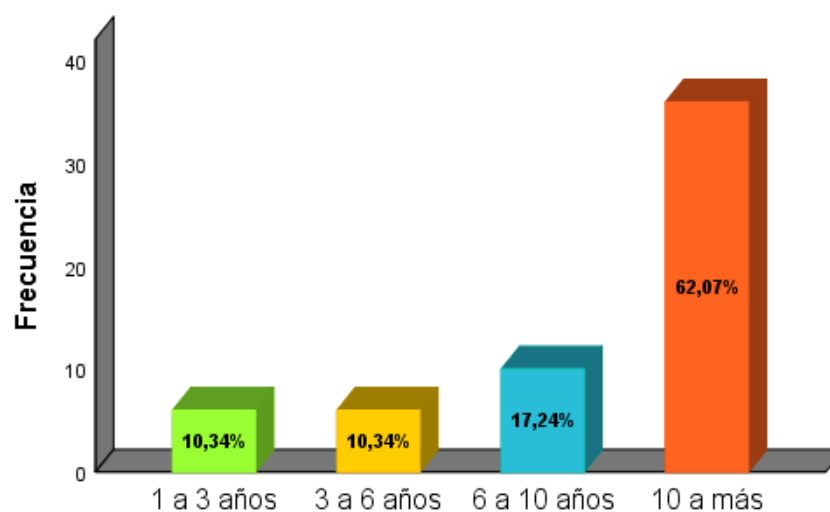
**Tabla 4***Años de antigüedad del negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 3 años	6	10,3	10,3	10,3
	3 a 6 años	6	10,3	10,3	20,7
	6 a 10 años	10	17,2	17,2	37,9
	10 a más	36	62,1	62,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Tiempo de permanencia en el negocio

**Figura 4**

Años de antigüedad de su negocio



*Nota:* Tiempo de permanencia en el negocio

**Interpretación:**

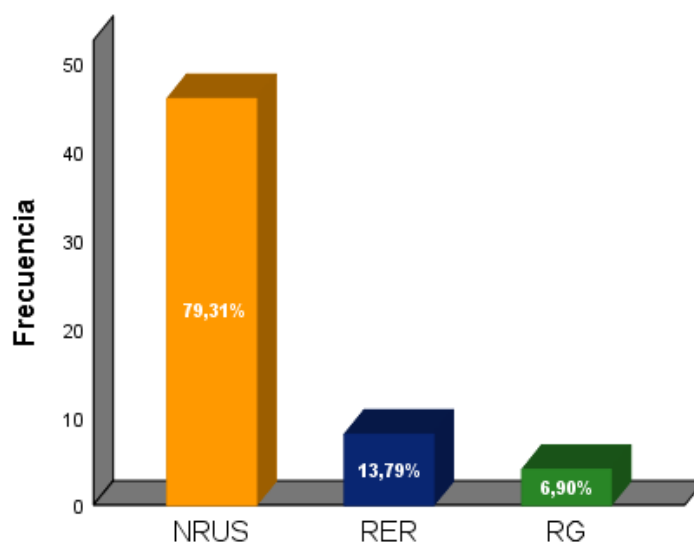
Para la primera pregunta, se tuvo como resultado que 6 comerciantes (10%) muestran que su negocio presenta de 1 a 3 años de antigüedad; 6 comerciantes (10%) de 3 a 6 años; 10 comerciantes (17%) de 6 a 10 años, indicando que en su mayoría de comerciantes (62%) tienen de 10 a más años de antigüedad.

**Tabla 5***Régimen tributario en que se encuentra*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NRUS	46	79,3	79,3	79,3
	RER	8	13,8	13,8	93,1
	RG	4	6,9	6,9	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Régimen tributario del comerciante**Figura 5**

Régimen tributario

*Nota:* Régimen tributario del comerciante**Interpretación:**

Se puede observar que, de 58 comerciantes encuestados, un total de 46 comerciantes se encuentran en el NRUS, 8 comerciantes en el RER, por último, solo 4 comerciantes están ubicados en el RG; deduciendo que 79,31% de ellos solo cancelan a SUNAT una cuota de 20 o 50 soles al mes, dado sus ingresos no superan el límite.

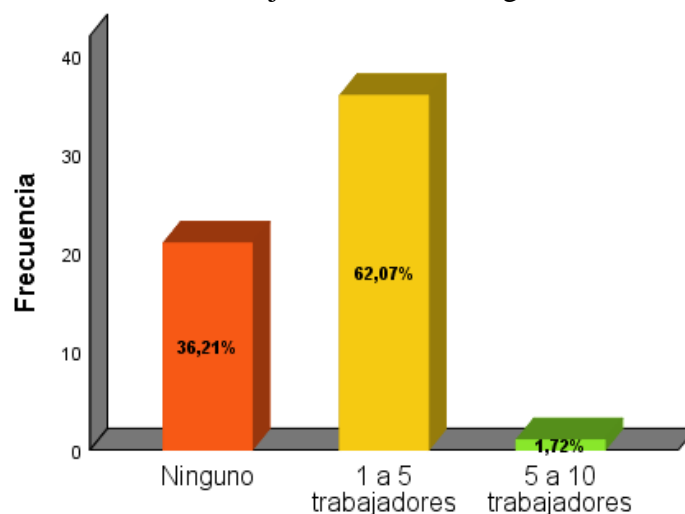
**Tabla 6***Trabajadores de su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	21	36,2	36,2	36,2
	1 a 5 trabajadores	36	62,1	62,1	98,3
	5 a 10 trabajadores	1	1,7	1,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Número de trabajadores

**Figura 6**

Cantidad de trabajadores tiene el negocio

*Nota:* Número de trabajadores**Interpretación:**

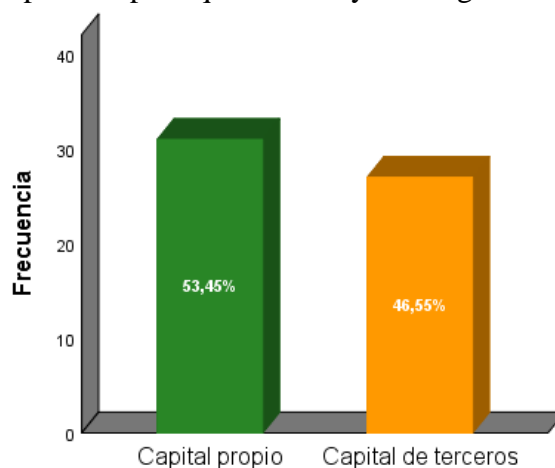
En los resultados obtenidos se tuvo que, de los 58 comerciantes, la mayoría representado en 62,07% tienen entre 1 a 5 trabajadores, así como también, el 36,21% quienes manifestaron no contar con ningún trabajador bajo su responsabilidad, dado que eran ellos mismos quienes se encargaban de su negocio, por último, 1,72% tienen entre 5 a 10 trabajadores.

**Tabla 7***Tipo de capital con que se constituyó su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Capital propio	31	53,4	53,4	53,4
	Capital de terceros	27	46,6	46,6	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conformación del capital**Figura 7**

Tipo de capital que constituyó su negocio

*Nota:* Conformación del capital

**Interpretación:**

De acuerdo a lo obtenido, se tienen que el 53% de los comerciantes iniciaron sus actividades comerciales con capital propio, mientras que, el 46,55% se constituyó con capital de terceros quienes consideraron necesario y oportuno recurrir a recursos ajenos para empezar su negocio.

**Tabla 8**

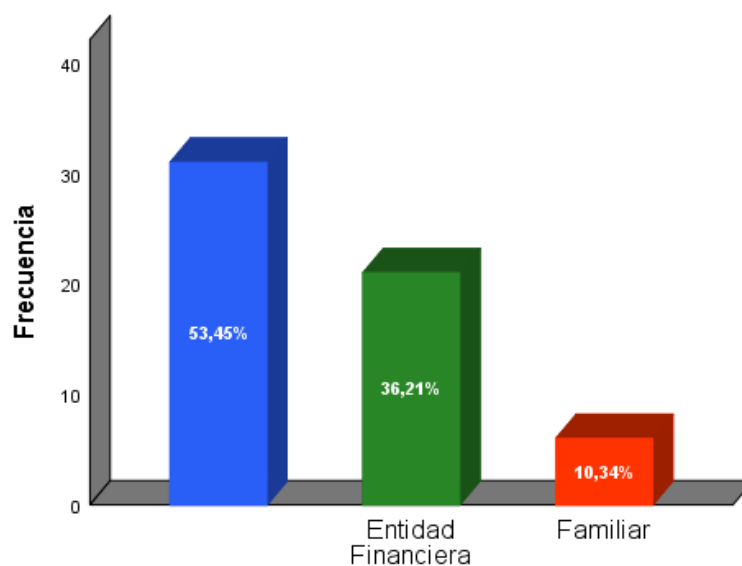
*Si su respuesta fue capital de terceros:*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	31	53,4	53,4	53,4
Entidad Financiera	21	36,2	36,2	89,7
Familiar	6	10,3	10,3	100,0
Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Capital de terceros que constituyeron el negocio

**Figura 8**

Según conformación por capital de terceros



**Nota:** Capital de terceros que constituyeron el negocio

**Interpretación:**

De acuerdo a la respuesta anterior, 31 comerciantes iniciaron con capital propio y 27 comerciantes se constituyeron con capital de terceros de los cuales el 36,21% fueron obtenidos por una entidad financiera, mientras que el 10,34% recurrió a sus familiares para incursionar en el negocio.

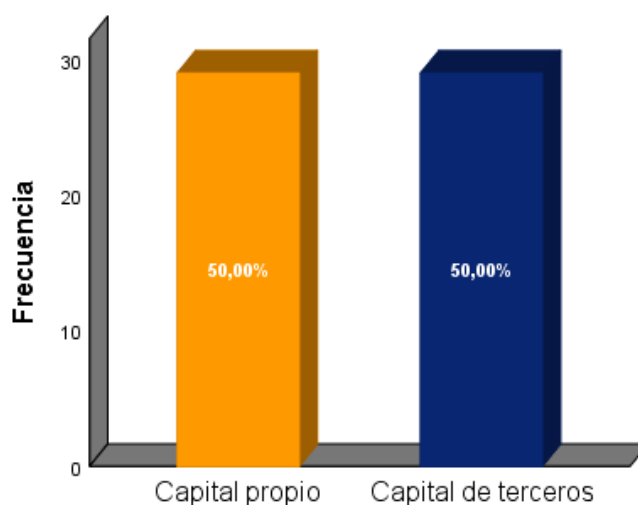
**Tabla 9***Financiamiento de su actividad comercial mensualmente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Capital propio	29	50,0	50,0	50,0
	Capital de terceros	29	50,0	50,0	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Nota: Financiamiento mensual

**Figura 9**

Financiamiento de su actividad comercial mensualmente



Nota: Financiamiento mensual

**Interpretación:**

Se tiene que, del total los comerciantes de la Galería Ivanlika, el 50% financian sus actividades comerciales con capital propio, por otro lado, el 50% con capital de terceros, cabe señalar, que algunos consideran importante trabajar siempre con ambos capitales en un 50% mencionando que sin el capital de terceros sus negocios no generan crecimiento económico.

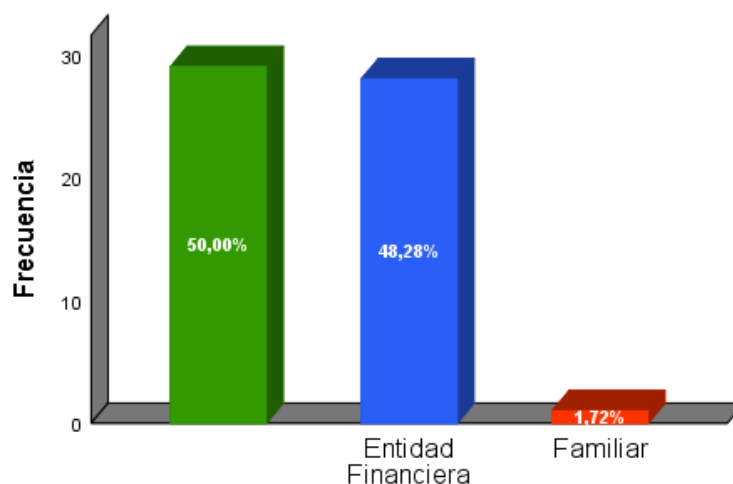
**Tabla 10***Si su respuesta fue capital de terceros:*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido		29	50,0	50,0	50,0
	Entidad Financiera	28	48,3	48,3	98,3
	Familiar	1	1,7	1,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Nota: Capital de terceros que financian mensualmente al negocio

**Figura 10**

Capital de terceros mensual

**Nota:** Capital de terceros que financian mensualmente al negocio**Interpretación:**

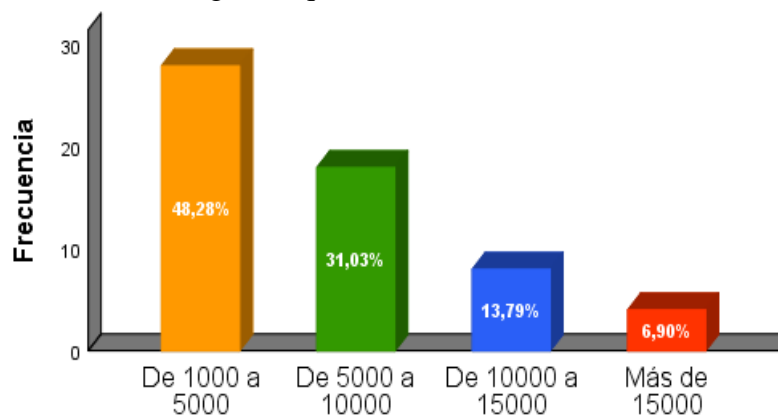
De acuerdo a la respuesta anterior, se tiene que 29 comerciantes financian sus actividades comerciales mensualmente con capital de terceros, dentro de ellos, el 1,72% con recursos familiares y en su mayoría representado en 48,28% con entidad financiera, debido a que consideran que recurrir a terceros les permitirá invertir más en su negocio consiguiendo mejora en sus ventas.

**Tabla 11***Totales de ingresos obtenidos al mes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1000 a 5000	28	48,3	48,3	48,3
	De 5000 a 10000	18	31,0	31,0	79,3
	De 10000 a 15000	8	13,8	13,8	93,1
	Más de 15000	4	6,9	6,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Ingresos mensuales**Figura 11**

El total de ingresos que obtiene al mes

**Nota:** Ingresos mensuales

**Interpretación:**

Se observa que, solo 6,90% de los comerciantes perciben ingresos mayores a 15000 soles al mes, así mismo, se tiene que 13,79% de los comerciantes generan ingresos de 10000 a 15000 soles mensuales, por otro lado, 31,03% de ellos tiene ingresos de 5000 a 10000 soles al mes, por último, en su mayoría 48,28% obtienen ingresos de 1000 a 5000 soles mensual esto se debía a que la mayor se encuentra dentro del NRUS, así como también, indicaban que las ventas en sus negocios no eran favorables para todos.

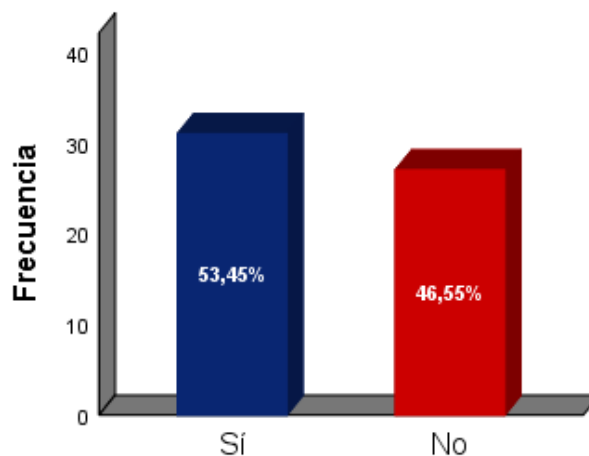
**Objetivo 02.** Evaluar la cultura financiera de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022

**Tabla 12**

*Conocimiento del significado de cultura financiera*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	31	53,4	53,4	53,4
	No	27	46,6	46,6	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de cultura financiera

**Figura N° 12.** Significado de cultura financiera

**Nota:** Conocimiento de cultura financiera

**Interpretación:**

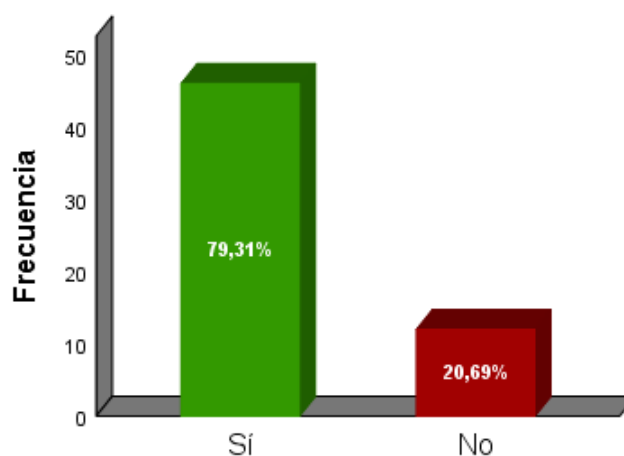
Se observa que, de 58 comerciantes, 31 conocen el significado de cultura financiera, mientras que el resto representado por 27 comerciantes desconoce del término.

**Tabla 13***Conocimiento del significado de capital de trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	46	79,3	79,3	79,3
	No	12	20,7	20,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de capital de trabajo**Figura 13**

Significado de capital de trabajo

*Nota:* Conocimiento de capital de trabajo**Interpretación:**

De acuerdo a lo recolectado, 46 comerciantes de la galería Ivanlika si conocen el significado de capital de trabajo, para lo cual indicaron que es el dinero del cual disponen para cubrir las necesidades de su negocio; sin embargo, el resto de comerciantes precisó no conocer el significado.

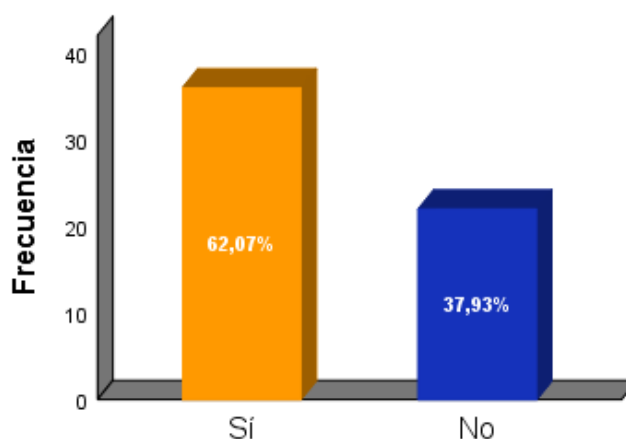
**Tabla 14***Conocimiento de los tipos de ahorro que existen*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	36	62,1	62,1	62,1
	No	22	37,9	37,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Ahorros existentes

**Figura 14**

Tipos de ahorros que existen

**Nota:** Ahorros existentes**Interpretación:**

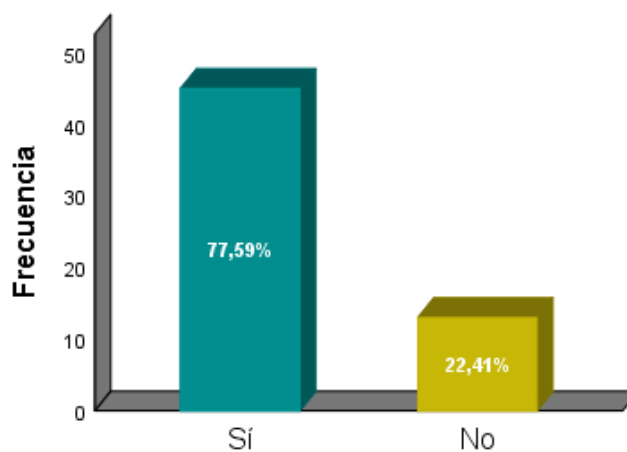
Se constató que, del total de 58 comerciantes, 62,07% muestra conocimiento de los tipos de ahorro que existen mencionando tales como, ahorro a la vista, ahorro a plazo fijo, por otro lado; 37,93% de los comerciantes manifestaron no conocer los tipos de ahorro existentes.

**Tabla 15***Negocio le permite ahorrar*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	45	77,6	77,6	77,6
	No	13	22,4	22,4	100,0
<b>Total</b>		<b>58</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Ahorros del negocio**Figura 15**

Su negocio le permite ahorrar

**Nota:** Ahorros del negocio

**Interpretación:**

De los resultados, 45 de los comerciantes expresaron que su negocio si les permite ahorrar algunos lo ideal, otros lo mínimo, mientras que; 13 de ellos respondieron que no pueden ahorrar, debido a que las ventas en su negocio son reducidas y que, muy por el contrario, suelen hacer uso de su inversión.

**Tabla 16**

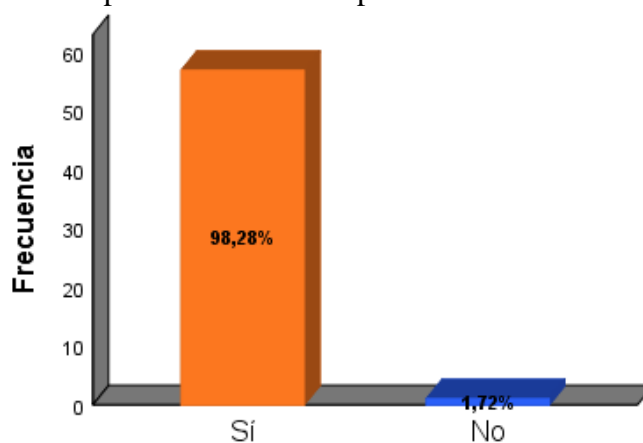
*Ahorro necesario para atender situaciones no previstas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	57	98,3	98,3	98,3
	No	1	1,7	1,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Situaciones de emergencia

**Figura 16**

Ahorro para situaciones no previstas



**Nota:** Situaciones de emergencia

**Interpretación:**

Se tiene que el 1,72% de los comerciantes, consideraron innecesario el ahorro ante una situación, sin embargo; en su mayoría de ellos representado en 98,28% consideraron necesario ahorrar para atender situaciones no previstas, mencionando que a muchos de ellos le permitió a salir de apuros y algunos a cubrir gastos de salud y educación.

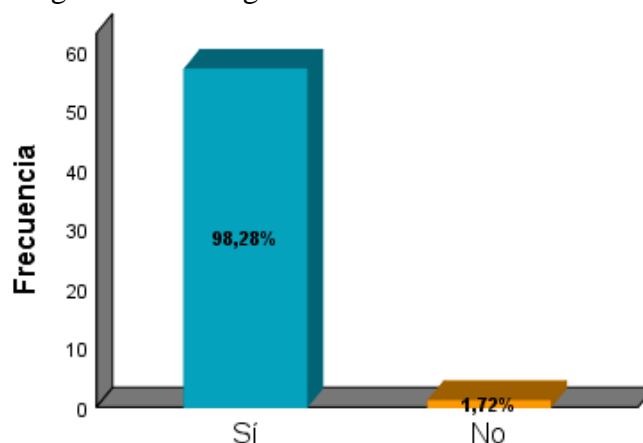
**Tabla 17**

*Conocimiento del significado de ingreso*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	57	98,3	98,3	98,3
	No	1	1,7	1,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de un ingreso

**Figura 17**  
Significado de ingreso



**Nota:** Conocimiento de un ingreso

**Interpretación:**

De lo observado se aprecia que, 1,72% de los comerciantes desconocen el significado de ingreso, mientras que, 98,28% tienen conocimiento del significado de ingreso por lo cual manifestaron que es toda aquella entrada que se tiene por una venta realizada.

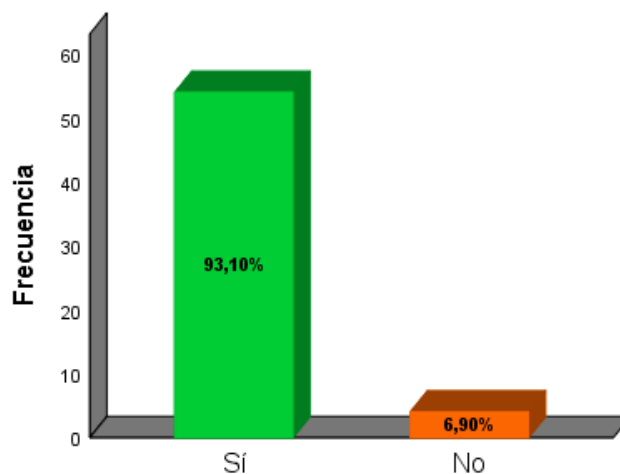
**Tabla 18**

*Conocimiento del significado de egreso*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	54	93,1	93,1	93,1
	No	4	6,9	6,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de egreso

**Figura 18**  
Significado de egreso



**Nota:** Conocimiento de un egreso

**Interpretación:**

De lo observado se aprecia que, 6,90% de los comerciantes desconocen el significado de egreso, mientras que, 93,10% tienen conocimiento del significado de egreso por lo cual manifestaron que es toda aquella salida.

**Tabla 19**

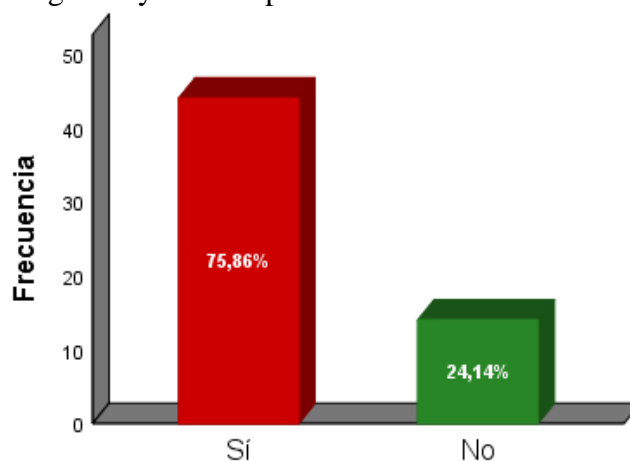
*Ingresos percibidos, destinados una parte a sus ahorros personales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	44	75,9	75,9	75,9
	No	14	24,1	24,1	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Destino de los ingresos y ahorros personales

**Figura 19**

Ingresos y ahorros personales



**Nota:** Destino de los ingresos y ahorros personales

**Interpretación:**

De lo observado se aprecia que, de la cantidad de sus ingresos percibidos el 75,86% destinan una parte a sus ahorros comerciales, mientras que, 24,14% tienen conocimiento del significado de egreso por lo cual manifestaron que es toda aquella salida.

**Tabla 20**

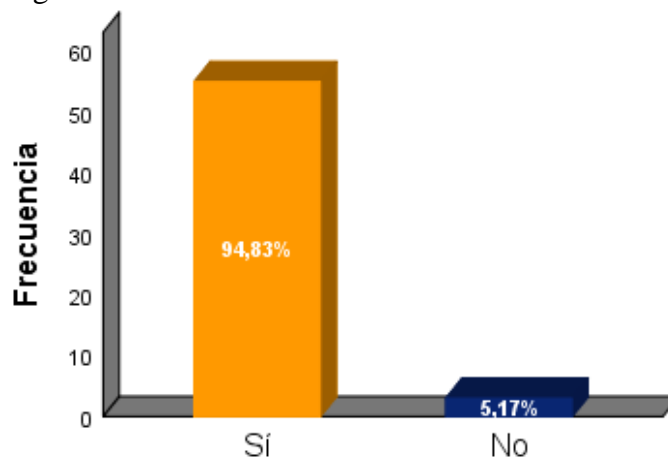
*Conocimiento del significado de inversión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	55	94,8	94,8	94,8
	No	3	5,2	5,2	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de una inversión

**Figura 20**

Significado de inversión



Nota: Conocimiento de una inversión

**Interpretación:**

De lo observado se aprecia que la mayoría de los comerciantes conocen el significado de inversión, indicando que esto todo aquello que le va generar ganancias a su negocio, sin embargo, del total solo 4 de ellos desconocen el

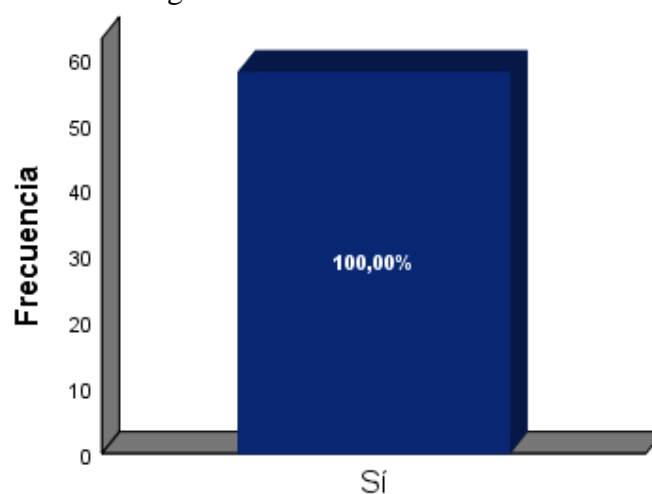
**Tabla 21***Tiene presente los posibles riesgos antes de invertir*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	58	100,0	100,0	100,0

Nota: Riesgos de inversión

**Figura 21**

Posibles riesgos antes de invertir



Nota: Riesgos de inversión

**Interpretación:**

De lo observado se aprecia que todos los comerciantes de la galería Ivanlika tienen presente los riesgos en los cuales pueden caer al invertir, dado que consideran que hay probabilidad de perder como de ganar.

**Tabla 22**

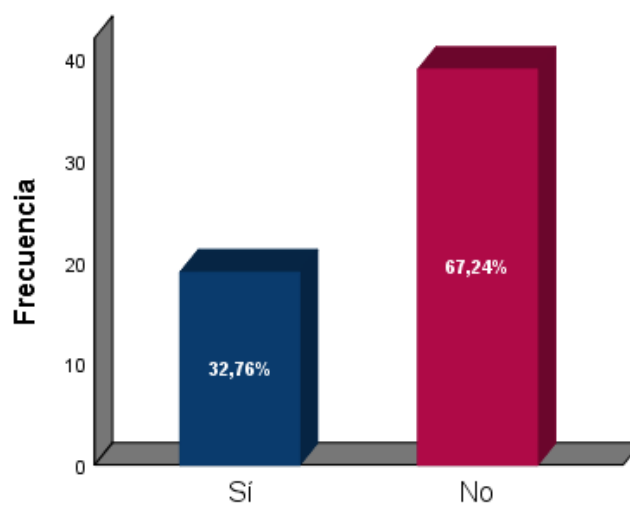
*Recibimiento de asesoramiento respecto a temas de inversión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	19	32,8	32,8	32,8
	No	39	67,2	67,2	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Capacitación en temas de inversión

**Figura 21**

Asesoramiento de inversión



**Nota:** Capacitación en temas de inversión

**Interpretación:**

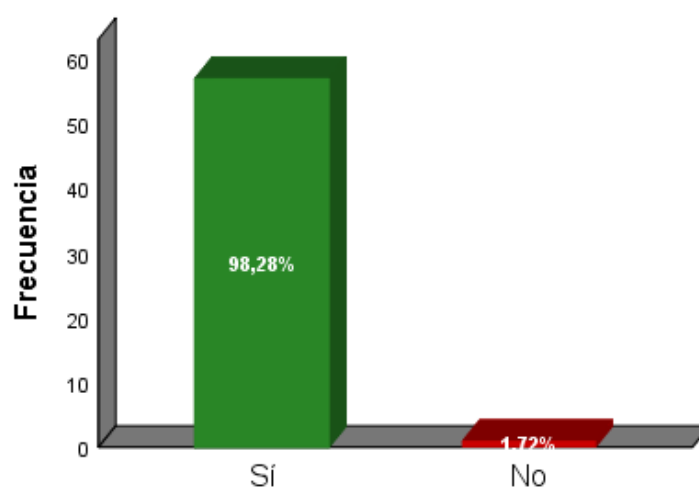
De los resultados se tuvo que, 19 comerciantes de la galería recibieron asesoramiento respecto a temas de inversión, quienes mencionaron que fue dado por parte de sus conocidos con conocimientos en el tema, mientras que, 39 de los comerciantes indicaron no haber recibido asesoramiento al respecto; sin embargo, algunos señalaban que invierten y conocen por los años y la experiencia.

**Tabla 23***Las inversiones favorecieron su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	57	98,3	98,3	98,3
	No	1	1,7	1,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Beneficios de invertir**Figura 23**

Inversiones favorecen su negocio

**Nota:** Beneficios de invertir**Interpretación:**

Del total de encuestados, 57 comerciantes indicaron que las inversiones si favorecieron su negocio, dado que les permitió crecer del algún modo y ofrecerles mejores novedades a sus clientes, mientras que 1 comerciante mencionó que invertir en su negocio no le favoreció ya que no obtuvo lo que esperaba.

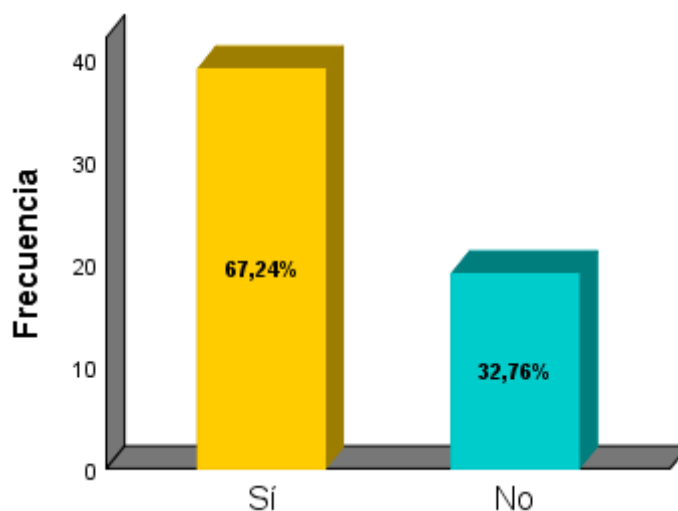
**Tabla 24***Préstamo(s) emitido(s) actualmente por una entidad financiera*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	39	67,2	67,2	67,2
	No	19	32,8	32,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Financiamiento emitido por instituciones financieras

**Figura 24**

Prestamos actualmente emitidos por una entidad financiera



**Nota:** Financiamiento emitido por instituciones financieras

**Interpretación:**

De lo recopilado se obtuvo que, la mayor parte de los comerciantes de la Galería Ivanlinka representados en un 67,24% actualmente cuentan con un préstamo emitido por una entidad financiera, detallándose que algunos son brindados por los bancos y otros con cajas municipales, mientras el 32,76% de los comerciantes señaló no tener préstamos otorgados por alguna entidad financiera, manifestando que no es necesario, otros quedaron mal en el sistema y otros por las tasas que estos les ofrecen.

**Tabla 25**

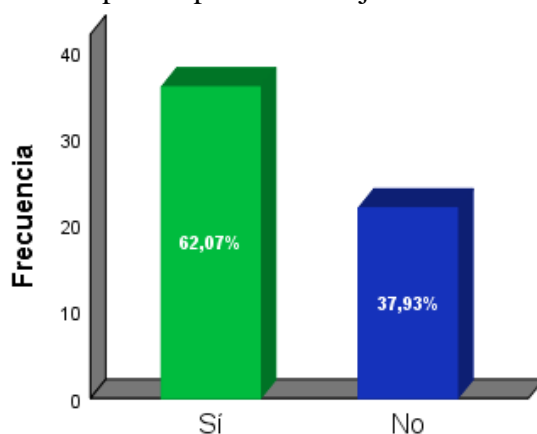
*Dispone de un crédito para capital de trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	36	62,1	62,1	62,1
	No	22	37,9	37,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Financiamiento para capital de trabajo

**Figura 25**

Crédito para capital de trabajo

**Nota:** Financiamiento para capital de trabajo**Interpretación:**

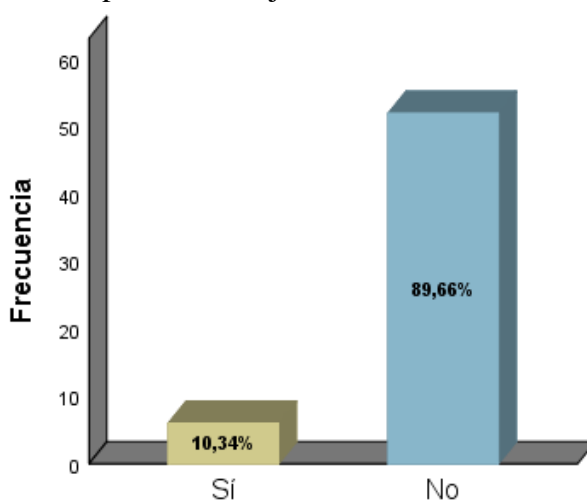
En cuanto al crédito para capital de trabajo se tiene que, 36 comerciantes trabajan con el capital de terceros con el fin de poder mejorar el manejo de sus actividades, ya sea para comprar mercadería a sus proveedores, entre otros, por otro lado, 22 de los comerciantes manifestaron no contar con crédito para capital de trabajo.

**Tabla 26***Dispone de crédito para activo fijo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	10,3	10,3	10,3
	No	52	89,7	89,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Financiamiento para activo fijo**Figura 26**

Crédito para activo fijo

**Nota:** Financiamiento para activo fijo

**Interpretación:**

Del total de comerciantes encuestados, solo el 10,34% de ellos contaban con un crédito para activo fijo, de los cuales mencionaron que era usado para invertir en maquinaria, ampliar su local, comprar un carro, entre otro. Sin embargo, el 89,66% indicó que no tiene crédito para activo fijo, ya que su negocio solo estaba dedicado a la compra y venta de mercadería.

**Tabla 27**

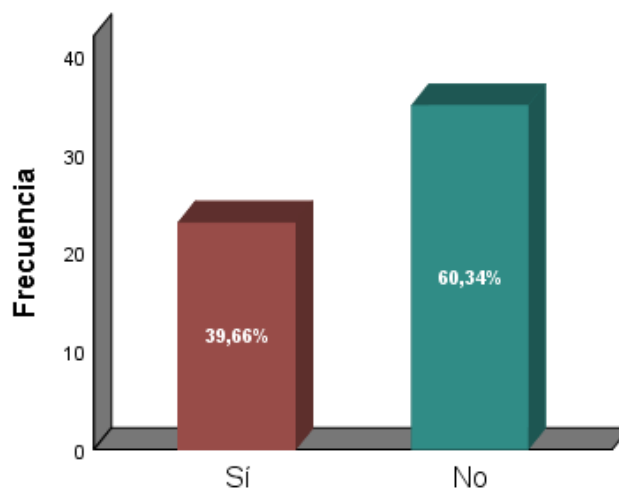
*Capacitaciones sobre los productos y servicios que ofrecen las entidades financieras*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	23	39,7	39,7	39,7
	No	35	60,3	60,3	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Asesoramiento de los productos y servicios de una institución financiera

**Figura 27**

Capacitación acerca de productos y servicios



**Nota:** Asesoramiento de los productos y servicios de una institución financiera

**INTERPRETACIÓN:**

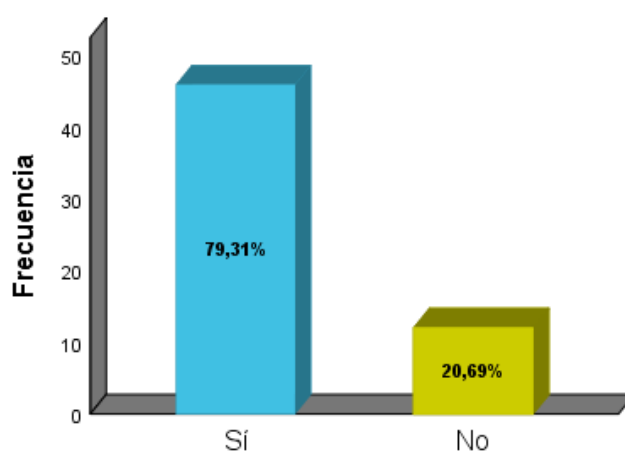
Como se muestra en los resultados, indicaron haber recibido alguna capacitación acerca de los productos y servicios que ofrecen las entidades financieras solo 23 de los comerciantes, quienes señalaron que fue por medio de los analistas de las mismas entidades, mientras que 35 de los comerciantes manifestaron no haber recibido ninguna capacitación respecto a los productos y servicios que estos mismos ofrecen.

**Tabla 28***Conocimiento del significado de crédito personal*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	46	79,3	79,3	79,3
	No	12	20,7	20,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de crédito personal**Figura 28**

Significado de crédito personal

**Nota:** Conocimiento de crédito personal**INTERPRETACIÓN:**

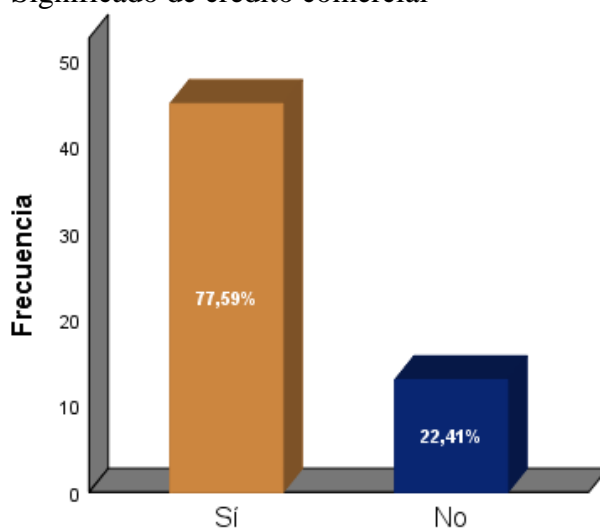
De los resultados se tuvo que el 20,69% de los comerciantes encuestados desconocen el significado de crédito personal, mientras que el 79,31% de ellos señalaron que es otorgado para satisfacer necesidades personales, tales como, la educación, viajes, vacaciones, pagar de deudas, entre otros.

**Tabla 29***Conocimiento el significado de crédito comercial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	77,6	77,6	77,6
	No	13	22,4	22,4	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de un crédito comercial

**Figura 29**  
Significado de crédito comercial



**Nota:** Conocimiento de crédito comercial

**Interpretación:**

Se aprecia que, 13 de los comerciantes de la Galería Ivanlika precisan no conocer el significado de crédito comercial, mientras que el 77,59% de los comerciantes indicaron tener claro el significado, señalando que hace referencia a su negocio y como tal les permitirá comprar e invertir en lo necesario para su negocio y de esta manera generar crecimiento económico para el mismo.

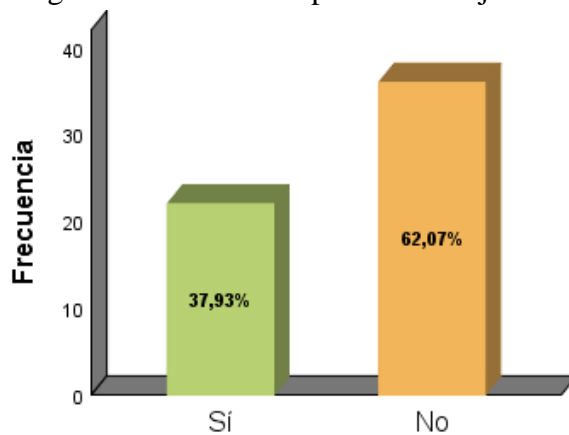
**Tabla 30**

*Conocimiento del significado de crédito para activo fijo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	22	37,9	37,9	37,9
	No	36	62,1	62,1	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento de crédito para activo fijo

**Figura 30**  
Significado de crédito para activo fijo



**Nota:** Conocimiento de crédito para activo fijo

**Interpretación:**

Se tiene como resultados que, de los 58 comerciantes, quienes conocen el significado de crédito para activo fijo está representado en un 37,93% y de los cuales 6 hacen uso del mismo; sin embargo, la mayor parte de los comerciantes representados en un 62,07% indicaron no saber el significado.

**Tabla 31**

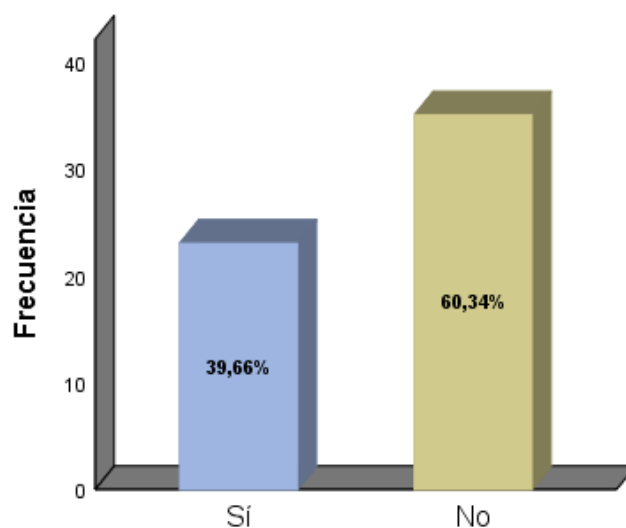
*Dispone de algún crédito a corto plazo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	23	39,7	39,7	39,7
	No	35	60,3	60,3	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Disposición de crédito a corto plazo

**Figura 31**

Crédito a corto plazo



**Nota:** Disposición de crédito a corto plazo

**Interpretación:**

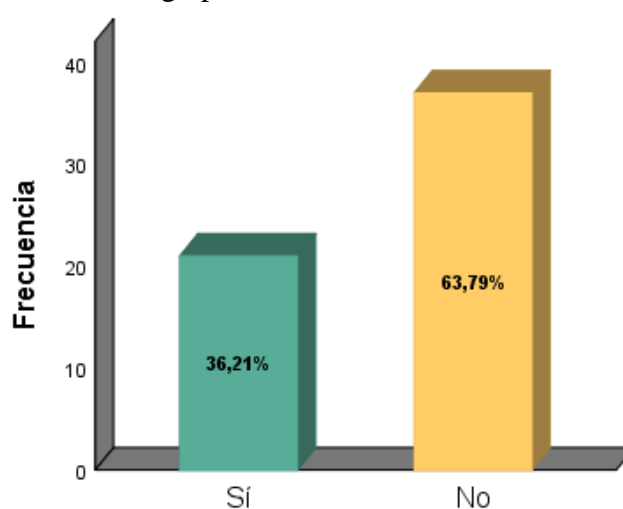
Como se puede observar, quienes cuentan con préstamos emitidos por alguna entidad financiera solo un 39,66% presenta un crédito a corto plazo, mientras que el 60,34% manifestó no contar con ningún crédito a corto plazo.

**Tabla 32***Dispone de algún crédito a largo plazo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	21	36,2	36,2	36,2
	No	37	63,8	63,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Disposición de crédito a largo plazo**Figura 32**

Crédito a largo plazo

**Nota:** Disposición de crédito a largo plazo**Interpretación:**

Se tuvo como resultados que la mayoría de los comerciantes no suelen presentar créditos a largo plazo el cual estuvo representado por 37 de los comerciantes, mientras que 21 de ellos sostuvieron que el crédito obtenido es largo plazo, esto debido a que está financiado a más de un año.

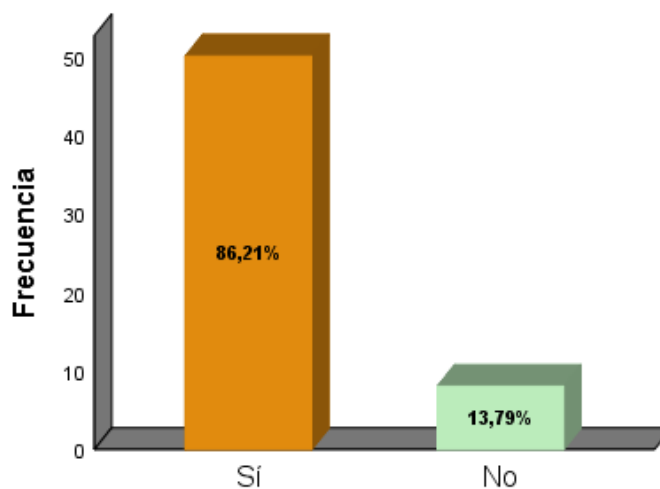
**Tabla 33***Conocimiento sobre las tasas de interés que ofrecen las entidades financieras*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	50	86,2	86,2	86,2
	No	8	13,8	13,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Conocimiento sobre tasa de interés

**Figura 33**

Tasas de interés que ofrecen las entidades financieras



**Nota:** Conocimiento sobre tasa de interés

### Interpretación:

En cuanto a lo obtenido, se encuentra que solo 8 comerciantes indicaron desconocer sobre las tasas de interés que presentan las entidades financieras, mientras que 50 de los comerciantes considerados en su mayoría, tenían conocimiento de las tasas de interés que ofrecen las distintas entidades financieras, precisaron que suelen hacer comparaciones de ellas para ver cuál es más conveniente, otros consideraban que importante mantenerse informado a pesar de cono contra con un crédito.

**Tabla 34**

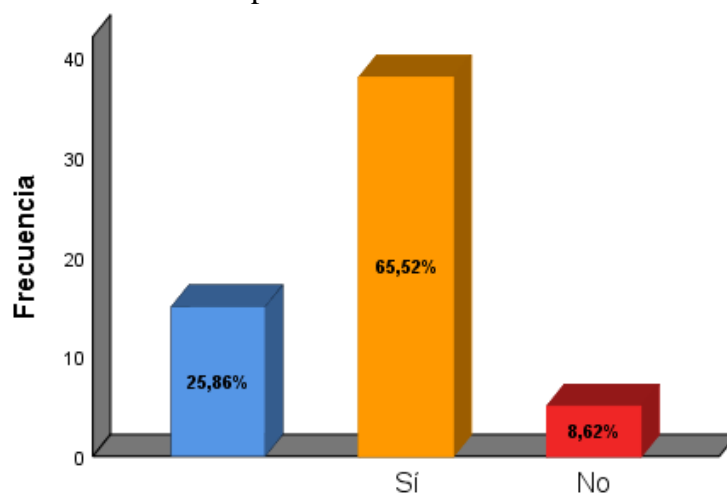
*Crédito obtenido fue utilizado para fines comerciales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15	25,9	25,9	25,9
Si	38	65,5	65,5	91,4
No	5	8,6	8,6	100,0
Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Adquisición de crédito para el negocio

**Figura 34**

Crédito obtenido para fines comerciales

**Nota:** Adquisición de crédito para el negocio**Interpretación:**

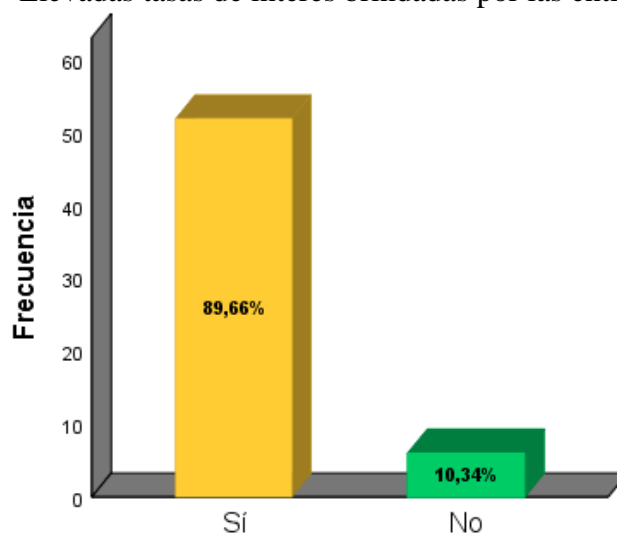
De su total se muestra que la mayor parte de los créditos obtenidos por estos comerciantes fue destinada para fines comerciales el cual estuvo representado en 65,5%, por otro lado, el 8,62% de ellos manifestaron que el crédito adquirido fue usado para otros fines.

**Tabla 35***Tasas de interés brindada por las entidades financieras son elevadas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	52	89,7	89,7	89,7
	No	6	10,3	10,3	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Tasas de interés en una entidad financiera**Figura 35**

Elevadas tasas de interés brindadas por las entidades financieras

**Nota:** Altas tasas de interés en una entidad financiera

**Interpretación:**

Dentro de los resultados obtenido en esta pregunta se tiene que 52 comerciantes consideran que las tasas de interés que ofrecen las entidades financieras son elevadas, pero ante la necesidad de mostrar mejor eficiencia en su negocio acceden al préstamo y tasa de interés ofrecido, a su vez indican que los mismo pasa con los ahorros que ponen a disposición de estos, por otro lado, 6 de los comerciantes dijeron que las tasas de interés que les brindan no son elevadas.

**Tabla 36**

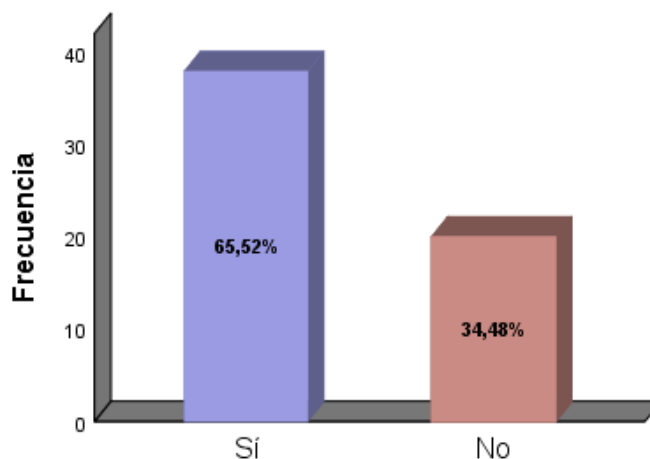
*Conocimiento sobre las bajas tasas de interés de las cajas municipales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	38	65,5	65,5	65,5
	No	20	34,5	34,5	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Diferentes de tasas de interés

**Figura 36**

Tasas de interés brindadas por las entidades financieras



**Nota:** Diferentes de tasas de interés

**Interpretación:**

De acuerdo a lo recopilado, 38 de los comerciantes de la galería Ivanlika manifestaron saber que las tasas de interés que ofrecen las cajas municipales son más bajas que de los bancos, donde a su vez se tuvo que, 20 comerciantes indicaron que no sabían que estas ofrecían tasas de interés más bajas, al mismo tiempo de los cuales una parte desconocía de la existencia de las cajas municipales y otros señalaban que esto era al revés.

**Tabla 37**

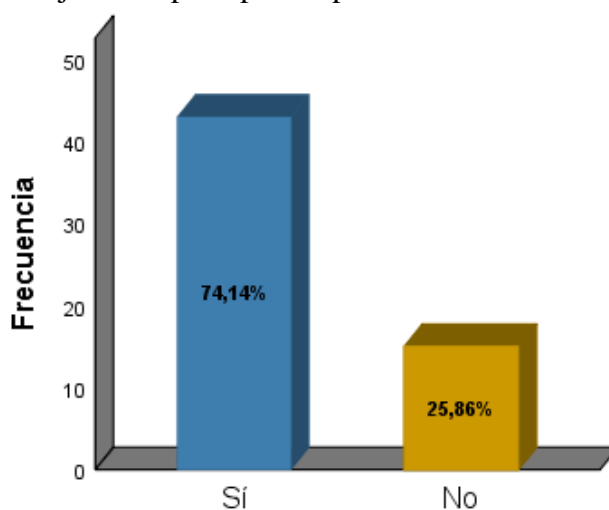
*Manejo de un presupuesto para las diferentes actividades de su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	43	74,1	74,1	74,1
	No	15	25,9	25,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Presupuesto para las diferentes actividades

**Figura 37**

Manejo de un presupuesto para las diferentes actividades de su negocio



*Nota:* Presupuesto para el negocio y sus actividades

**Interpretación:**

Se tiene que del total de comerciantes que cuentan con un presupuesto para las actividades de su negocio está representado en un 74,14%, mientras que el 25,86% de los comerciantes indicó que no cuentan con un presupuesto para evaluar las actividades de su negocio.

**Tabla 38**

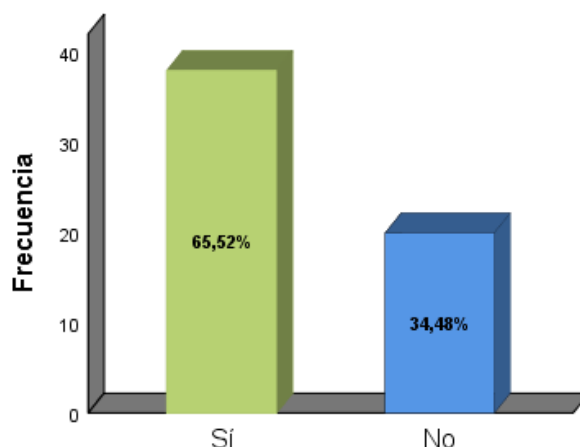
*Manejo de un control de registro de ventas (ingresos) realizados en el negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	38	65,5	65,5	65,5
	No	20	34,5	34,5	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Registro de ventas en un negocio

**Figura 38**

Manejo de un control de registro de ventas



Nota: Registro de ventas en un negocio

**Interpretación:**

Se muestra que de 58 comerciantes de la galería Ivanlika, 38 maneja un control de registro de ventas realizados en el negocio, dado que consideran importante para saber el total de sus ingresos obtenidos y a su vez determinar la ganancia generada por cada venta realizada, mientras que 20 de los comerciantes indicaron no llevar un control de sus ingresos, ya que parte de ellos manifiestan conocer cuánto es lo que podrían generar en un determinado tiempo.

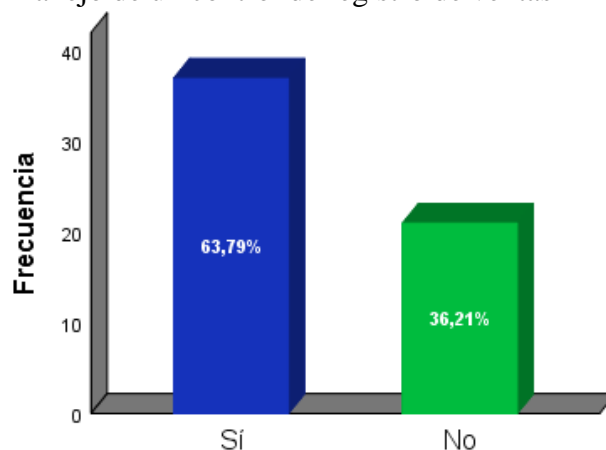
**Tabla N° 39***Manejo de un control de registro de gastos (egresos) realizados en el negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	37	63,8	63,8	63,8
	No	21	36,2	36,2	100,0
Total		58	100,0	100,0	

Nota: Registro de gastos del negocio

**Figura 39**

Manejo de un control de registro de ventas



Nota: Registro de ventas en un negocio

**Interpretación:**

De los resultados se tuvo que, quienes manejan un control de registro de gastos realizados en su negocio está representado solo por 37 comerciantes, mientras que los 21 comerciantes indicaron no llevar el control de los gastos que realizan en su día a día.

**Tabla 40**

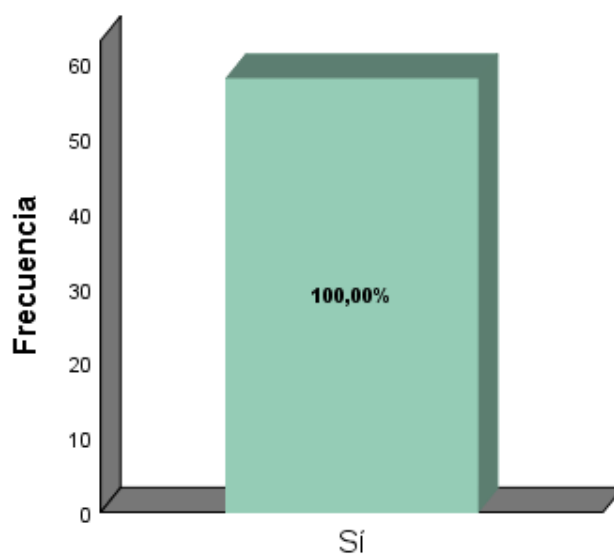
*Cumplimiento de cuentas por pagar y otras obligaciones relacionadas directamente con su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	58	100,0	100,0	100,0

*Nota:* Responsabilidad de cuentas y obligaciones por pagar

**Figura 40**

Cumplimiento de cuentas por pagar y otras obligaciones



**Nota:** Responsabilidad de cuentas y obligaciones por pagar

**Interpretación:**

Se tuvo como respuesta, que los 58 comerciantes de la galería Ivanlika cumplen responsablemente con sus cuentas por pagar, así como también con sus obligaciones relacionadas directamente con su negocio, indicaron que es necesario estar al día con sus pagos, ya que estos mismos les permitirán seguir creciendo como negocio.

**Objetivo 03.** Analizar el crecimiento económico de los comerciantes de la Galería Ivanlika del Distrito de Chiclayo en el periodo 2022

**Tabla 41**

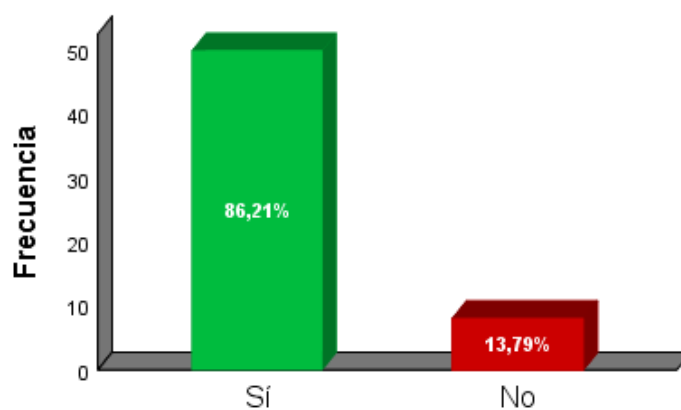
*Uso de estrategias para manejar adecuadamente su capital de trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	50	86,2	86,2	86,2
	No	8	13,8	13,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Manejo adecuado del capital de trabajo en base a estrategias

**Figura 41**

Estrategias para el manejo adecuado del capital de trabajo



**Nota:** Manejo del capital de trabajo en base a estrategias

**Interpretación:**

De los resultados se tuvo que, el 86,21% de los comerciantes sí hacen uso de estrategias adecuadas en cuanto al manejo de su capital de trabajo, saben que es un recurso esencial dentro de su negocio y, por ende, se requiere tomar las decisiones más oportunas sin que este se vea afectado, mientras que el 13,79% de los comerciantes precisaron hacer uso de estrategias para manejar su capital de trabajo.

**Tabla 42**

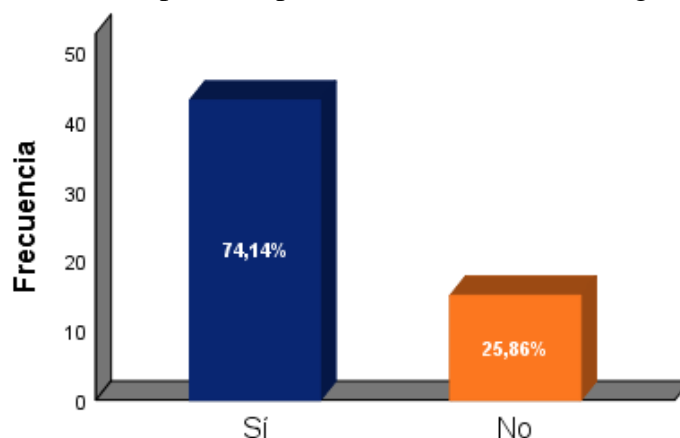
*Dispone de efectivo para el crecimiento de su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	43	74,1	74,1	74,1
	No	15	25,9	25,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Disponibilidad de recursos para el crecimiento de su negocio

**Figura 43**

Recursos disponibles para el crecimiento de su negocio



**Nota:** Disponibilidad de recursos para el crecimiento de su negocio

**Interpretación:**

En cuanto a esta pregunta, se tiene que 43 de los comerciantes cuentan con recursos disponibles para el crecimiento de su negocio, manifiestan que un negocio no puede quedarse sin efectivo porque de alguna u otra manera se necesita invertir en su negocio.

**Tabla 43**

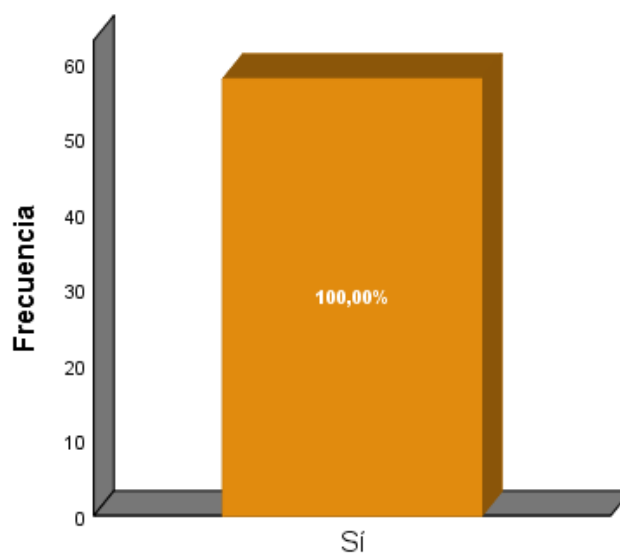
*Inversión es clave para el crecimiento de su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	58	100,0	100,0	100,0

*Nota:* Importancia de la inversión

**Figura 43**

Inversión clave para el crecimiento de su negocio



**Nota:** Importancia de la inversión

**Interpretación:**

De lo observado se aprecia que la mayoría de los comerciantes consideran que la inversión es indispensable en su negocio, dado que si no invierten no hay ventas, las cuales generen ganancias y de este modo un mayor crecimiento económico.

**Tabla 44**

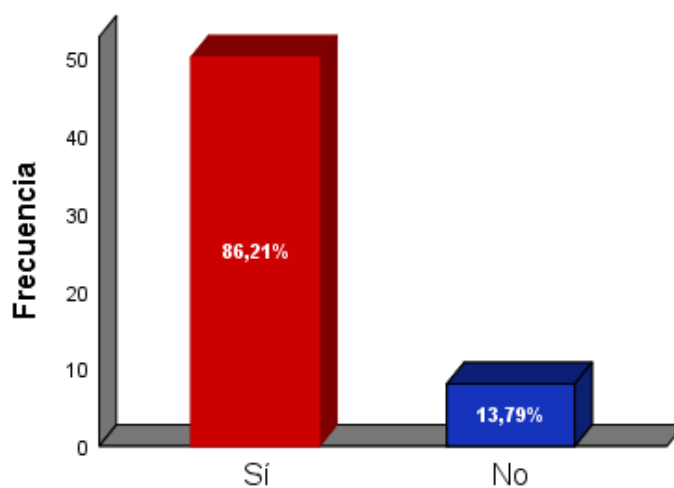
*Conocimiento de las utilidades ganadas al mes en su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	50	86,2	86,2	86,2
	No	8	13,8	13,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Utilidades mensuales

**Figura 44**

Ganancias al mes en su negocio



**Nota:** Utilidades mensuales

**Interpretación:**

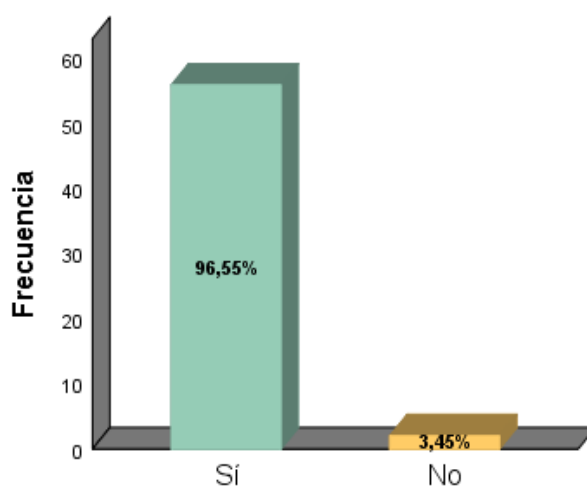
Como se observa, la mayor parte de los comerciantes aseguran saber cuáles son ganancias obtenidas mensualmente en su negocio, representado por 50 comerciantes de los cuales un porcentaje maneja un registro de las ingresos y egresos realizados, permitiéndoles conocer sus utilidades; sin embargo, los 8 comerciantes restantes señalaron que no conocen lo que pueden ganar al mes en su negocio, debido a que, llevan un control de los gastos que realizan para con su negocio.

**Tabla 45***Reinversión de las ganancias obtenidas en su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	56	96,6	96,6	96,6
	No	2	3,4	3,4	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Reinversión de ganancias en el negocio**Figura 45**

Reinvertir las ganancias obtenidas en su negocio

**Nota:** Reinversión de ganancias en el negocio**Interpretación:**

Del total de comerciantes, el 96,55% de ellos indicaron que suelen reinvertir las ganancias obtenidas en su negocio pues esto les permitió comprar más mercadería, un porcentaje de ellos invertir en otros negocios lo cual les permite tener otros ingresos y por ende crecimiento económico; sin embargo, un 3,45% de los comerciantes señalaron que no suelen reinvertir ganancias, esto debido a que consideran que su negocio les permite ahorrar y obtener ganancias.

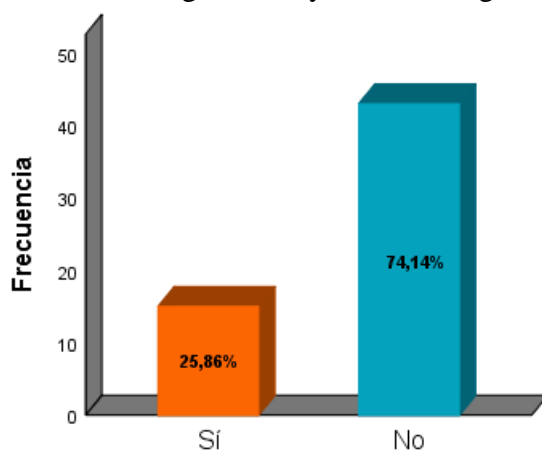
**Tabla N° 46***Frecuencia de gastos mayores a los ingresos obtenidos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	25,9	25,9	25,9
	No	43	74,1	74,1	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Gastos excesivos en el negocio

**Figura 46**

Frecuencia de gastos mayores a los ingresos obtenidos

**Nota:** Gastos excesivos en el negocio**Interpretación:**

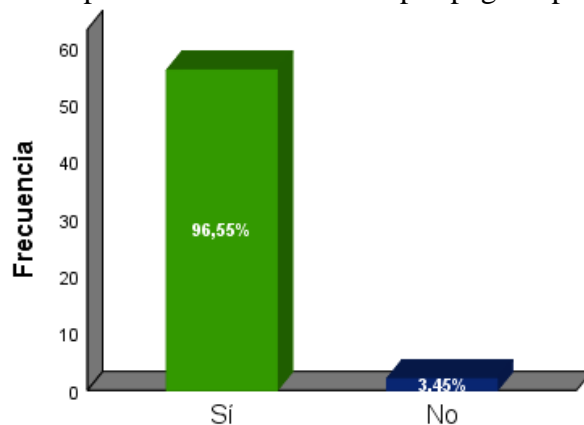
Como se muestran los resultados, 15 de los comerciantes de la galería Ivanlika indicaron realizar frecuentemente gastos mayores a los ingresos obtenidos, esto debido a que necesitan realizar pagos ya sea relacionados con la educación de sus hijos, entre otros gastos personales no relacionados con el negocio. Por otro lado, 43 comerciantes mencionaron que no, teniendo claro que, si sus gastos llegan a ser excesivos, estos podrían generar pérdidas en su negocio y tener un menor crecimiento económico.

**Tabla 47***Cumple con sus cuentas por pagar a sus proveedores*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	56	96,6	96,6	96,6
	No	2	3,4	3,4	100,0
Total		58	100,0	100,0	

**Nota:** Responsabilidad en sus cuentas por pagar a proveedores**Figura 47**

Cumplimiento de las cuentas por pagar a proveedores

**Nota:** Responsabilidad en sus cuentas por pagar a proveedores

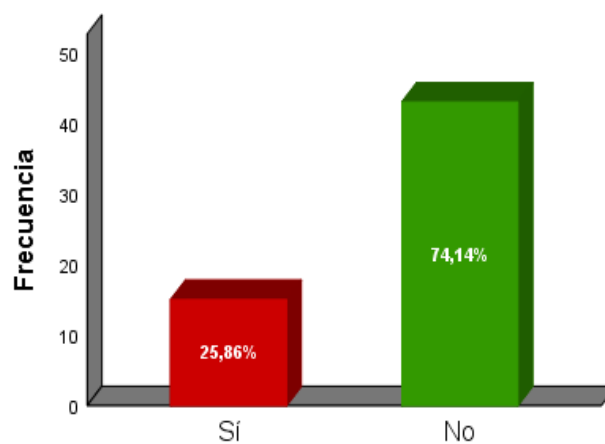
**Interpretación:**

La mayoría de comerciantes representadas en un 96,55% señalaron cumplir con sus obligaciones por pagar a sus proveedores, quienes indicaron que suelen pedir moderadamente y de acuerdo al alcance que tienen para cubrir con la cancelación mientras que, el 3,45% de los comerciantes mencionaron que no cumplen con sus cuentas por pagar.

**Tabla 48***Ventas al crédito*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	25,9	25,9	25,9
	No	43	74,1	74,1	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Otorga crédito al cliente

**Figura 48***Ventas al crédito*

**Nota:** Otorga crédito al cliente

**Interpretación:**

De los resultados se tuvo que, solo 15 comerciantes suelen realizar ventas al crédito, por otro lado, 43 comerciantes señalaron no otorgar crédito a sus clientes por distintos motivos, dentro de ellos, porque no los conocen y existe la desconfianza de que estos no cumplan con el pago.

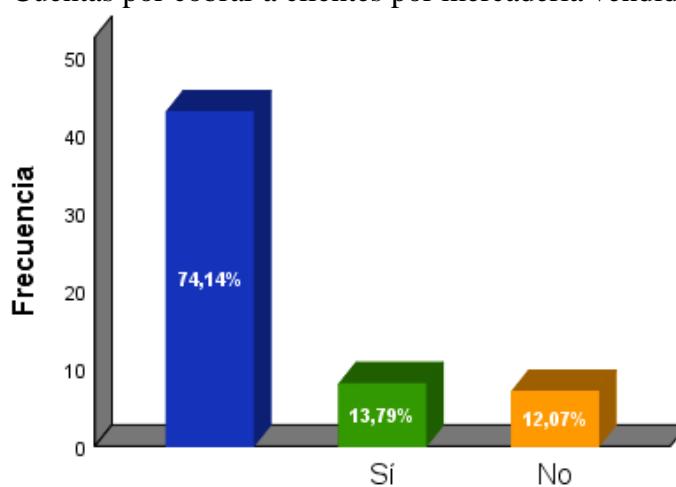
**Tabla 49***Cuentas por cobrar a sus clientes por ventas de mercadería*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	43	74,1	74,1	74,1
Si	8	13,8	13,8	87,9
No	7	12,1	12,1	100,0
Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Cuentas pendiente de cobro a clientes

**Figura 49**

Cuentas por cobrar a clientes por mercadería vendida.



**Nota:** Cuentas pendiente de cobro a clientes

**Interpretación:**

De los comerciantes que otorgan mercadería al crédito a sus clientes, el 13,79% tienen pendiente cuentas por cobrar, mientras que el 12,07% señaló no con cuentas por cobrar a sus clientes.

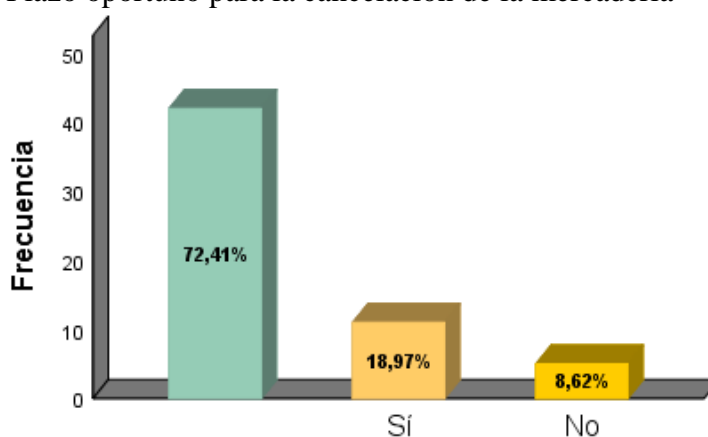
**Tabla 50***Plazo oportuno para la cancelación de la mercadería*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	42	72,4	72,4	72,4
Si	11	19,0	19,0	91,4
No	5	8,6	8,6	100,0
Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Plazo de cobro de mercadería a clientes

**Figura 50**

Plazo oportuno para la cancelación de la mercadería



Nota: Plazo de cobro de mercadería a clientes

**Interpretación:**

Según los resultados obtenidos, de aquellos comerciantes que tienen cuentas pendientes de cobro a sus clientes, solo el 18,97% de comerciantes les otorga un plazo oportuno para la cancelación de la mercadería, mientras que el 8,62% de los comerciantes indicaron no hacerlo.

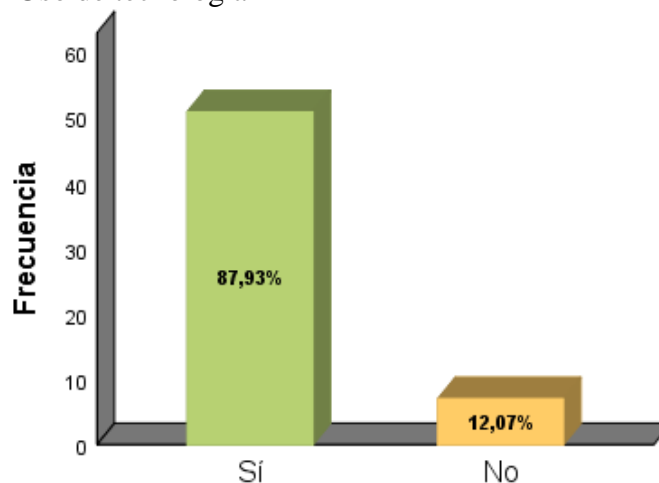
**Tabla 51***Necesidad del uso de la tecnología para su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	51	87,9	87,9	87,9
	No	7	12,1	12,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Nota: Manejo de la tecnología en su negocio

**Figura 51**

Uso de tecnología



Nota: Manejo de la tecnología en su negocio

**Interpretación:**

Como se muestra la mayoría de los comerciantes consideran necesario el uso de la tecnología para su negocio, el cual estuvo representado por 51 comerciantes quienes señalaron hacer también uso de ella ya que les permite optimizar sus operaciones de la mejor manera, mientras que 7 comerciantes indicaron que no hay necesidad de hacer uso de la tecnología.

**Tabla 52**

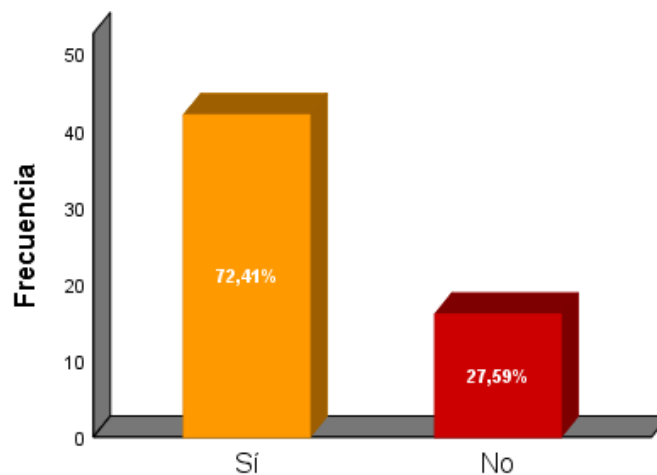
*Uso de la tecnología para realizar los pagos (proveedores, luz, impuestos, ¿entre otros) de su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	42	72,4	72,4	72,4
	No	16	27,6	27,6	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Redes sociales para ofrecer mercadería

**Figura 52**

Uso de las redes sociales



**Nota:** Redes sociales para ofrecer mercadería

**Interpretación:**

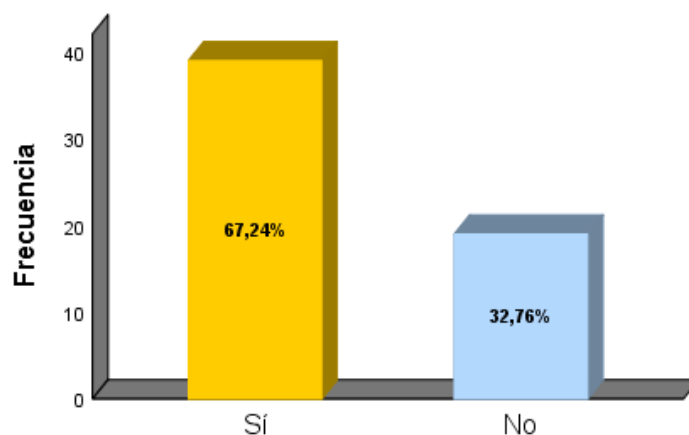
Se observa que el 72,41% de los comerciantes suelen hacer uso de la tecnología para realizar pagos a sus proveedores, luz, impuestos, entre otros relacionados con su negocio, mientras que el 27,59% consideraron que no usan la tecnología para realizar diversos pagos, esto se debe a que parte de ellos no saben manejar la tecnología y otros prefieren realizarlo de manera directa.

**Tabla 53***Uso de las redes sociales para ofrecer su mercadería*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	39	67,2	67,2	67,2
	No	19	32,8	32,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Redes sociales para ofrecer mercadería**Figura 53**

Uso de las redes sociales

**Nota:** Redes sociales para ofrecer mercadería**Interpretación:**

Se muestra que en su mayoría de comerciantes representado en un 67,24% hacen uso de las redes sociales o páginas web para ofrecer su mercadería, consideran que es uno de los medios necesarios para llegar a su cliente. Por otro lado, el 32,76% de los comerciantes indicaron que no hay necesidad de recurrir a las redes sociales.

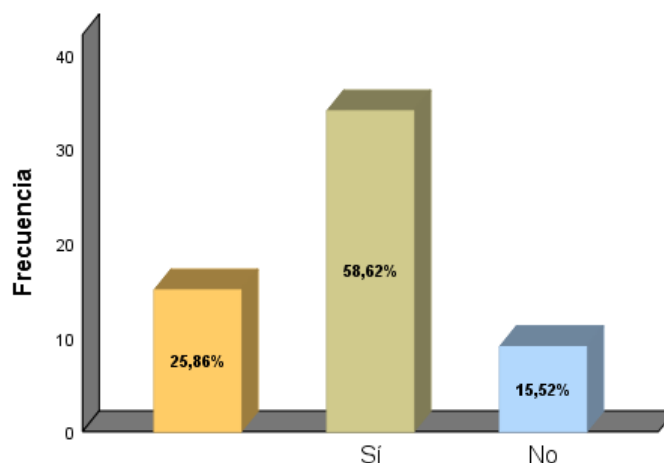
**Tabla 54***El uso de la tecnología y mayores ingresos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido		15	25,9	25,9	25,9
	Si	34	58,6	58,6	84,5
	No	9	15,5	15,5	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Mayores ingresos con el uso de la tecnología

**Figura 54**

Ventajas por el uso de tecnología

**Nota:** Mayores ingresos con el uso de la tecnología**Interpretación:**

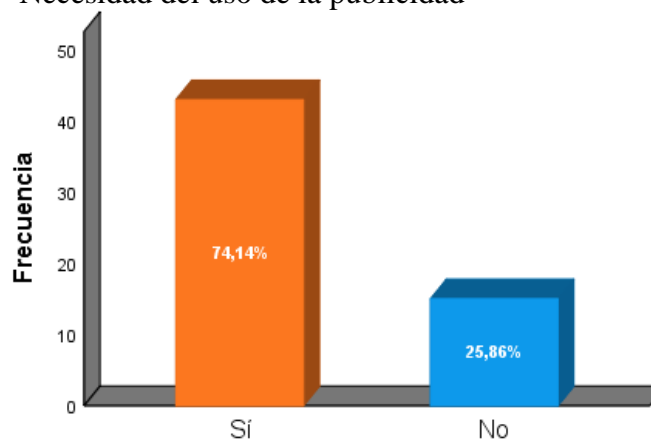
Se aprecia que de aquellos comerciantes que usaron la tecnología, solo a 34 les permitió obtener mayores ingresos, señalaron que sus negocios se vieron favorecidos; sin embargo, el 15,52% indicó que no lograron incrementar sus ventas.

**Tabla 55***Uso de la publicidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	43	74,1	74,1	74,1
	No	15	25,9	25,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Uso de la publicidad y su importancia**Figura 55**

Necesidad del uso de la publicidad

**Nota:** Uso de la publicidad y su importancia

**Interpretación:**

Del total de comerciantes, solo 43 consideraron necesario el uso de la publicidad, parte de ello señalaron que la usan mediante la entrega de tarjetas a sus clientes; sin embargo, los 15 comerciantes restantes indicaron no hacer uso de la publicidad al considerar que es dañina y no les ayudaría en nada.

**Tabla 56**

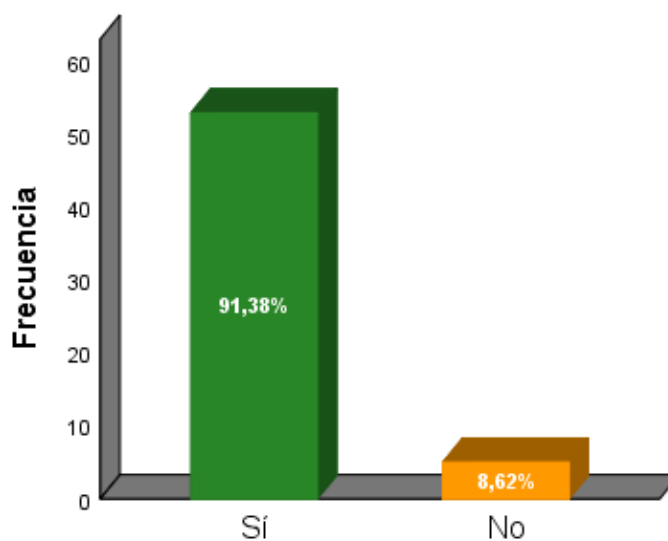
*Competencia directa e indirecta (interna y externa) en su negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	53	91,4	91,4	91,4
	No	5	8,6	8,6	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Competencia dentro y fuera del negocio

**Figura 56**

Competencia directa e indirecta



**Nota:** Competencia dentro y fuera del negocio

**Interpretación:**

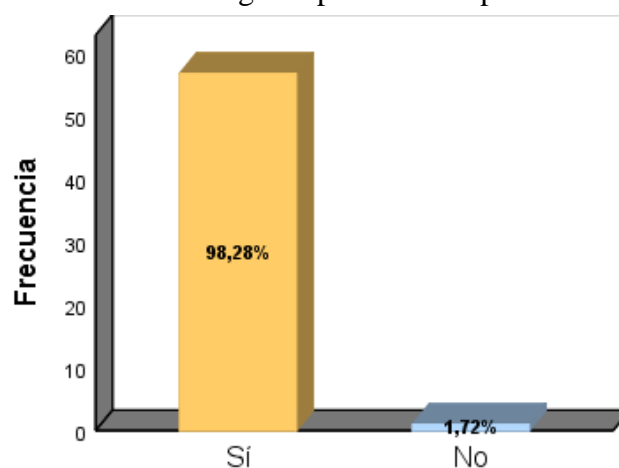
En los resultados se obtuvo que, el 91,38% de los comerciantes afirmaron tener competencia dentro y fuera de su negocio, mientras que el 8,62% de los comerciantes indicó que considera competencia a los demás, ya que cada quien sabe lo que tiene y ofrece, a su vez que el negocio es libre.

**Tabla 57***Necesidad de invertir para ser más competitivo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	57	98,3	98,3	98,3
	No	1	1,7	1,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Importancia de invertir para ser competencia**Figura 57**

Invertir en su negocio para ser competitivos

**Nota:** Importancia de invertir para ser competencia**Interpretación:**

De los resultados se tuvo que, solo el 1,72% de los comerciantes consideraron que invertir en su negocio no le permitirá ser más competitivo, mientras que el 98,28% refirió que si invierten podrán ser más competitivos ya que habrá más mercadería por ofrecer a su cliente.

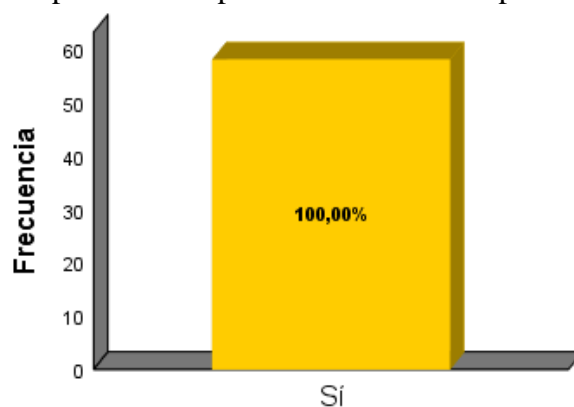
**Tabla 58***Necesidad de capacitaciones para conocer a su competencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	58	100,0	100,0	100,0

*Nota:* Charlas para ser competencia

**Figura 58**

Capacitaciones para conocer a la competencia

**Nota:** Charlas para ser competencia**Interpretación:**

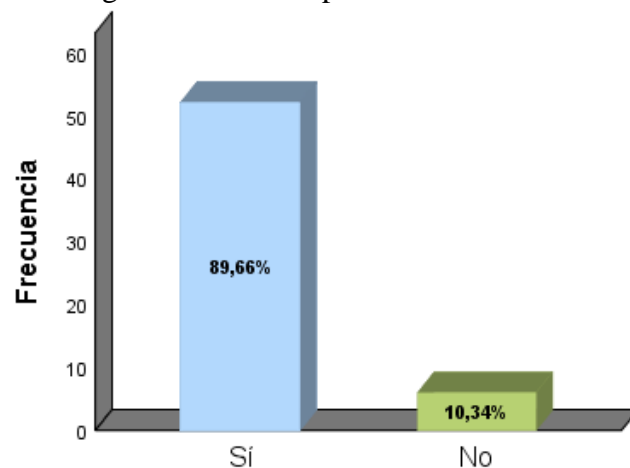
Todos los 58 comerciantes de la galería señalaron que si se realizan capacitaciones les ayudaría a conocer más acerca de su competencia, puesto que llegarían a conocer mejor sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como negocio frente a su competencia.

**Tabla 59***Plantea estrategias comerciales para aumentar el nivel de sus ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	52	89,7	89,7	89,7
	No	6	10,3	10,3	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Estrategias para ser competente**Figura 59**

Estrategias comerciales para aumentar el nivel de ventas

**Nota:** Estrategias para ser competente

**Interpretación:**

Según los resultados el 89,66% de los comerciantes consideran que es importante plantear estrategias comerciales para aumentar el nivel de sus ventas en comparación a su competencia, detallaron que suelen realizar descuentos por cada compra que realiza sus clientes, mientras que el 10,34% señaló que no utiliza ninguna estrategia, no creen que sea necesario.

**Tabla 60**

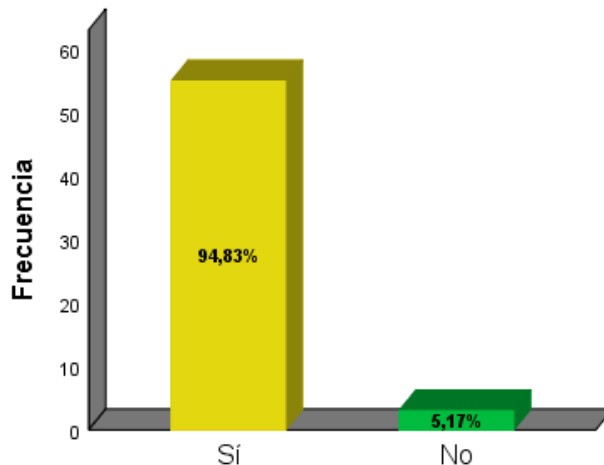
*Cantidad de negocios que presenta precios competitivos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	55	94,8	94,8	94,8
	No	3	5,2	5,2	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Precios competitivos

**Figura 60**

Precios de la mercadería para ser competitivos



**Nota:** Precios competitivos

**Interpretación:**

Se muestra que, de 58 comerciantes, solo el 5,17% de ellos consideró no contar con precios competitivos, mientras que el 94,83% señaló que los precios que muestran a su cliente son competitivos y accesibles a comparación de su competencia.

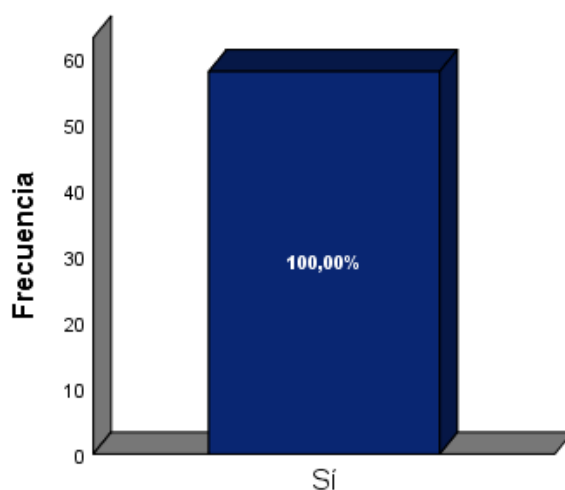
**Tabla 61***Escucha al cliente para mejorar y cumplir con sus expectativas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	58	100,0	100,0	100,0

*Nota:* Mejoría y cumplimiento de expectativas para ser competentes

**Figura 61**

Escucha al cliente



**Nota:** Mejoría y cumplimiento de expectativas para ser competentes

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos indican que el 100% de los comerciantes escuchan al cliente para mejorar y cumplir con sus expectativas, manifiestan que siempre buscan satisfacer las necesidades del cliente.

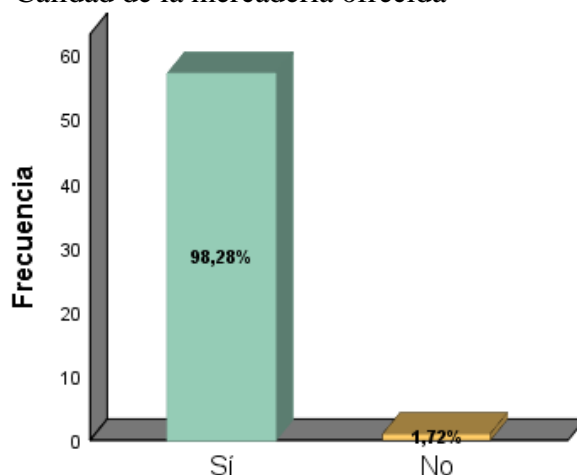
**Tabla N° 62***Calidad de la mercadería ofrecida para ser competente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	57	98,3	98,3	98,3
	No	1	1,7	1,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

*Nota:* Importancia de la calidad de mercadería en la competencia

**Figura 62**

Calidad de la mercadería ofrecida



**Nota:** Importancia de la calidad de mercadería en la competencia

**Interpretación:**

De los resultados se tuvo que, el 98,28% de los comerciantes manifestaron que la calidad de la mercadería ofrecida es necesaria para ser competente; sin embargo, solo el 1,72% de los comerciantes consideraron que no siempre la calidad es necesaria para ser competitivo sino la sinceridad con la que se le ofrece la mercadería al cliente y este se siente a gusto.

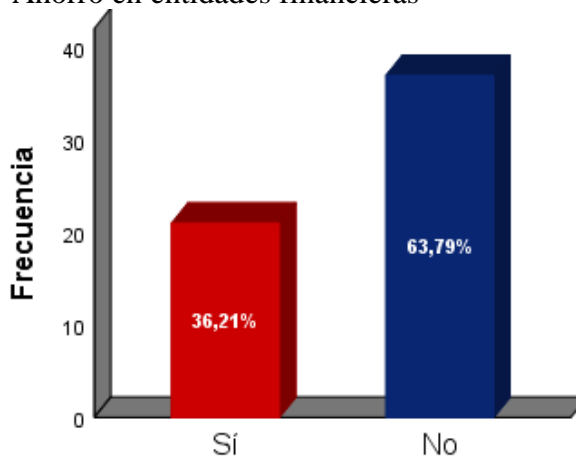
**Tabla 63***Ahorros en los bancos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	21	36,2	36,2	36,2
	No	37	63,8	63,8	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Comerciantes que ahorran en entidades financieras

**Figura 63**

Ahorro en entidades financieras



**Nota:** Comerciantes que ahorran en entidades financieras

**Interpretación:**

En cuanto a los resultados obtenidos se tiene que solo 21 comerciantes tienen ahorros en los bancos o alguna entidad financiera, consideran que de esta manera su dinero estará seguro y tendrán un mejor manejo de sus finanzas, mientras que 37 comerciantes señalaron que no tienen ahorros en los bancos, parte de ellos prefieren guardar por cuenta propia sin necesidad de acudir a un banco.

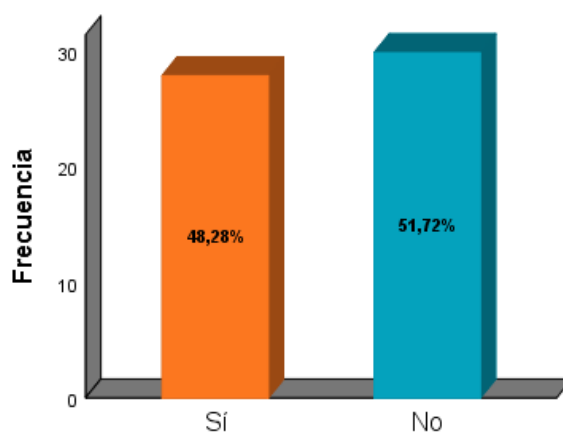
**Tabla N° 64***Inversiones tales como local propio, auto, maquinaria*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	28	48,3	48,3	48,3
	No	30	51,7	51,7	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Inversión en bienes para su crecimiento

**Figura 64**

Decisiones de inversión en bienes



**Nota:** Inversión en bienes para su crecimiento

**Interpretación:**

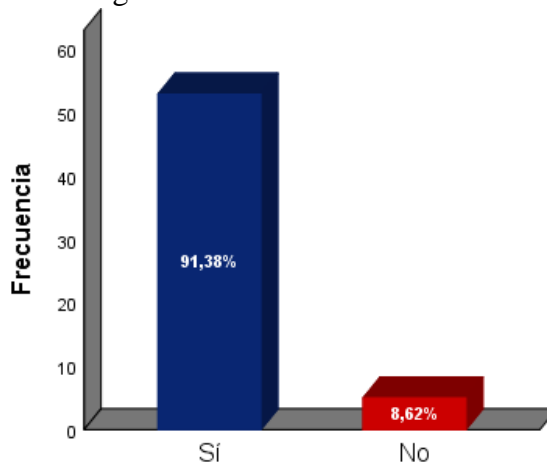
De los 58 comerciantes se tiene que, 28 consiguieron comprar e invertir en bienes tales como un departamento, unidad de transporte, terrenos, canchas deportivas, entre otros bienes que les permitieron generar otros ingresos muy a parte de su negocio. Por otro lado, 30 de los comerciantes indicaron que sus ahorros fueron mínimos motivos por los cuales no les permitió comprar o invertir en algo.

**Tabla N° 65***Único giro comercial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	53	91,4	91,4	91,4
	No	5	8,6	8,6	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Número de giros comerciales

**Figura 65**  
Único giro comercial



**Nota:** Número de giros comerciales

**Interpretación:**

En cuanto a la pregunta realizada, el 91,38% de los comerciantes indicaron que es su único giro comercial, de los cuales una parte tiene pensado más adelante dedicarse a algo más, mientras que el 8,62% señaló tener otro giro comercial, tales como el alquiler de departamento, de una cancha deportiva, entre otros.

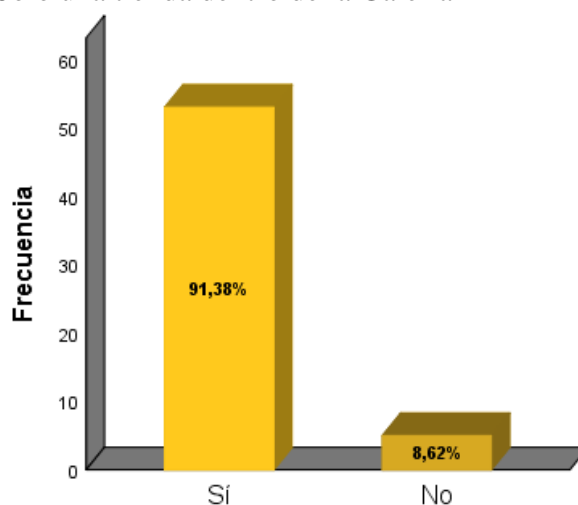
**Tabla 66**

*Única tienda dentro de la galería*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	53	91,4	91,4	91,4
	No	5	8,6	8,6	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Número de tiendas dentro de la galería

**Figura 66**  
Solo una tienda dentro de la Galería



**Nota:** Número de tiendas dentro de la galería

**Interpretación:**

De los resultados se tuvo que, 5 comerciantes indicaron que tienen otra tienda más dentro de la galería Ivanlika, mientras que la mayoría representado en 53 comerciantes son quienes cuentan con una sola tienda dentro de la galería.

**Tabla 67**

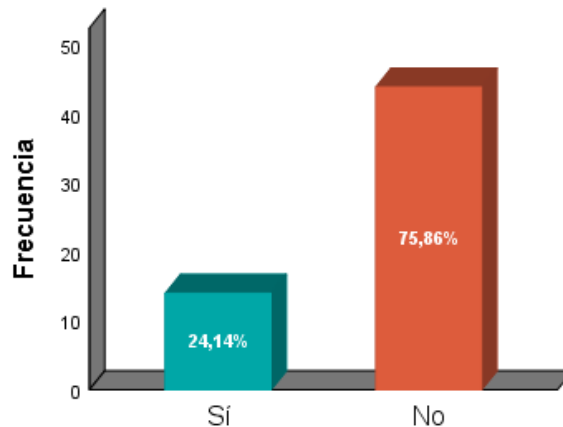
*Alguna otra tienda en otra galería o negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	14	24,1	24,1	24,1
	No	44	75,9	75,9	100,0
Total		58	100,0	100,0	

*Nota:* Ingresos generados por otro negocio

**Figura 67**

Tienda en otro local



**Nota:** Ingresos generados por otro negocio

**Interpretación:**

Se observa que solo 14 comerciantes tienen otra tienda fuera de la galería, así como también se tiene que 44 comerciantes manifestaron que no presentan ninguna otra tienda, ni negocio en otra galería.

### Anexo 3: Validación del experto

#### Experto N° 1

##### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS INSTRUMENTO



#### I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Cipriano Urtecho De Yong Karhy Estela

Cargo o institución donde labora: Aserora

Investigador (a): Juliana Lucero Sánchez Rivera

#### II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXELENTE			
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los ítem están redactados de manera clara.																
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.																
OBJETIVIDAD	Está expresado en indicadores precisos y claros.																
ORGANIZACIÓN	Los ítem tienen una secuencia lógica.																
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relación de las variables.																
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.																
METODOLOGÍA	El instrumento responde al propósito de la investigación.																

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, críticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV.

---

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

---

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 17

**CIPRIANO URTECHO DE YONG KARHY ESTELA**

Estimada Juliana, en tu instrumento debes corregir y continuar el objetivo 3 con el número 33. Por lo demás te doy por aprobado tu instrumento obteniendo una nota de 17. Un saludo cordial

Responder



Anexo 4: Ejecución del 4to objetivo

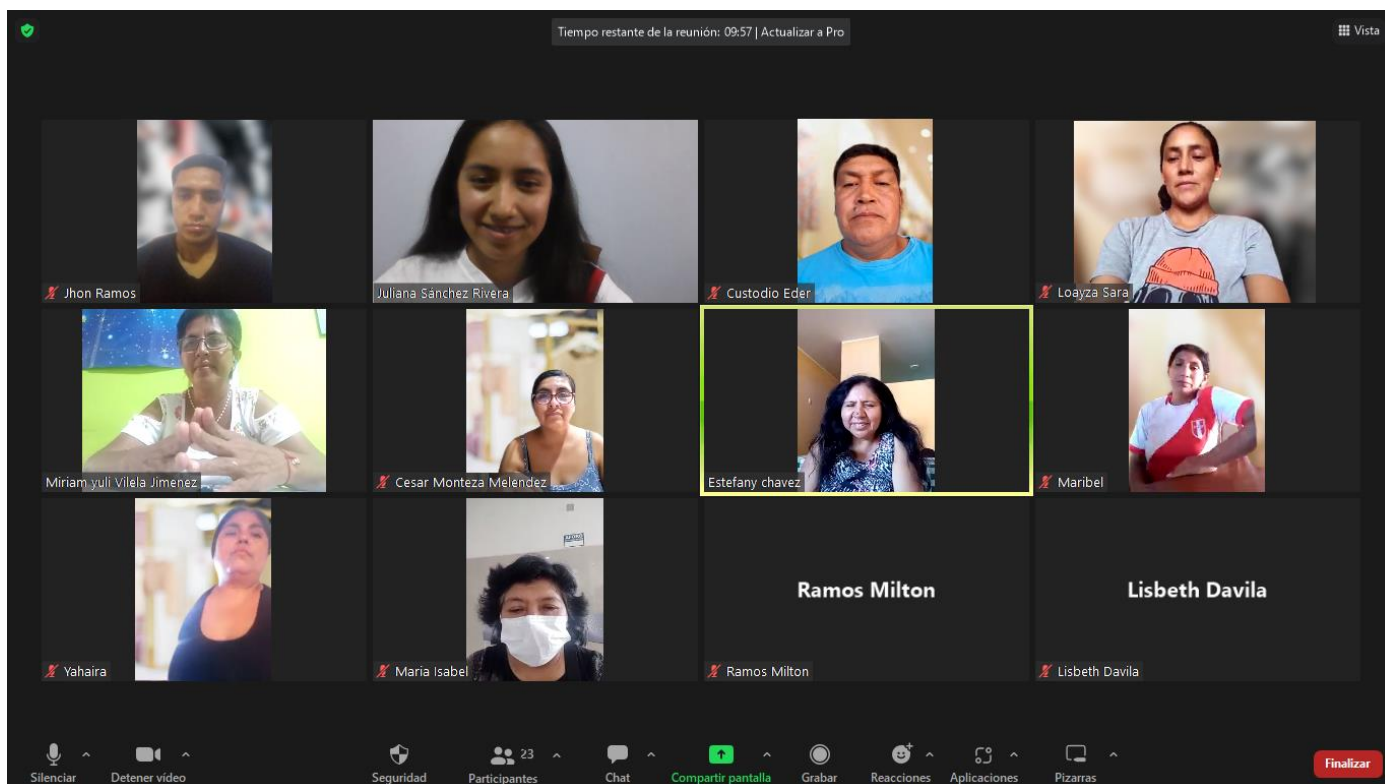
Asistencia de la capacitación de comerciantes \_ Sesión N° 1



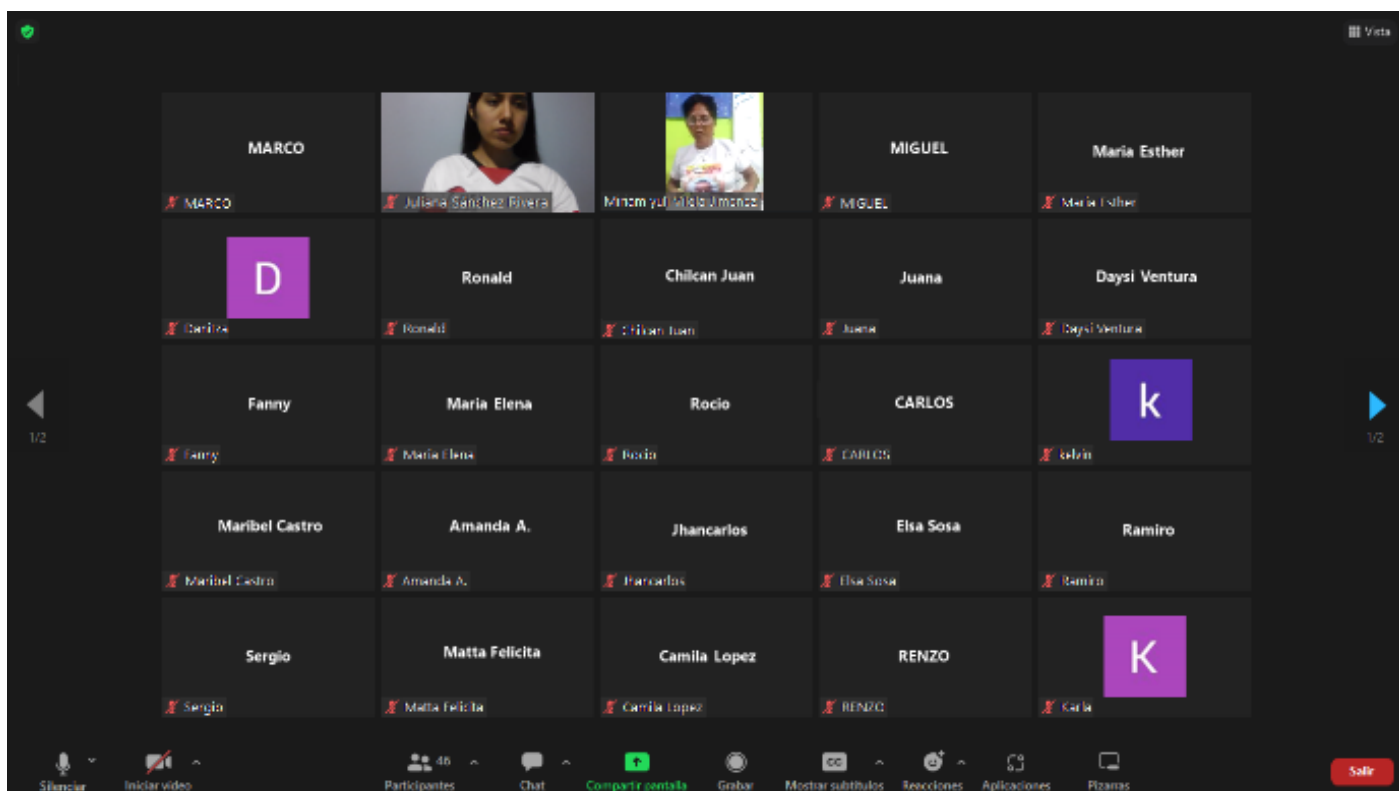
Asistencia de la capacitación de comerciantes\_Sesión N° 2



### Asistencia de la capacitación de comerciantes \_ sesión N°1\_23 comerciantes



### Asistencia de la capacitación de comerciantes\_ sesión N°2\_46 comerciantes



## Tríptico

### PRESUPUESTO

Es un plan financiero que detalla todos los ingresos esperados y gastos proyectados.

#### ¿PARA QUÉ SIRVE EL PRESUPUESTO?

Ayuda a prevenir el gasto excesivo e identificar oportunidades para ahorrar dinero y mejorar la eficiencia financiera.

#### ¿QUÉ DEBE INCLUIR MI PRESUPUESTO?

Los ingresos y gastos relacionados con el funcionamiento del negocio, siendo el objetivo principal que sus ingresos sean mayores a sus egresos (gastos)

INGRESOS	ENE.....		..... DIC		TOTAL ANUAL	
	Estimado	Real	Estimado	Real	Estimado	Real
Venta de ropa	S/ 4,000.00	S/ 4,000.00	.....	.....	S/ 44,000.00	S/ 44,550.00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>S/ 4,000.00</b>	<b>S/ 4,000.00</b>	.....	.....	<b>S/ 44,000.00</b>	<b>S/ 44,550.00</b>

GASTOS	ENE.....		..... DIC		TOTAL ANUAL	
	Estimado	Real	Estimado	Real	Estimado	Real
Alquiler de puesto	S/ 1,500.00	S/ 1,200.00	.....	.....	S/ 16,500.00	S/ 13,200.00
Electricidad	S/ 40.00	S/ 55.00	.....	.....	S/ 440.00	S/ 605.00
Agua	S/ 35.00	S/ 40.00	.....	.....	S/ 385.00	S/ 440.00
Otros gastos	S/ 80.00	S/ 60.00	.....	.....	S/ 880.00	S/ 660.00
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>S/ 1,655.00</b>	<b>S/ 1,355.00</b>	.....	.....	<b>S/ 18,205.00</b>	<b>S/ 14,905.00</b>

#### TIPS PARA UN BUEN PRESUPUESTO

- Llevar un registro de ingresos y gastos
- Identificar y priorizar los gastos esenciales
- Establecer un plan de ahorro
- Revisar y controlar los gastos

### AHORRO PERSONAL

Es la acción de reservar parte de las ganancias o utilidad para hacer frente a imprevistos o gastos inesperados.

#### ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL AHORRO?

Porque proporciona estabilidad, seguridad y libertad financiera, que le permitirá a tu negocio alcanzar objetivos empresariales a corto y largo plazo.

#### ¿QUÉ BENEFICIOS TIENE EL AHORRO?

- ✓ Protegerse ante situaciones inesperadas
- ✓ Seguridad financiera, evitando recurrir a préstamos o endeudamiento de terceros
- ✓ Oportunidades de inversión que ofrecen a tu negocio una mayor estabilidad
- ✓ Evitar el estrés, al tener un buen colchón financiero

#### ¿QUÉ OPCIONES DE AHORRO EXISTEN?

- **Cuenta de ahorros** son una forma segura y accesible de ahorrar dinero
- **Depósito a plazo fijo** es la cantidad de dinero que una persona deposita en forma fija en entidad financiera a cambio de un interés.

#### TIPS PARA AHORRAR

- \* Establecer metas y objetivos claros
- \* Analizar los ingresos y gastos
- \* Crear un plan de ahorro detallado
- \* Pagar a tiempo deudas

### CULTURA FINANCIERA PARA MI NEGOCIO



MEJORA TUS FINANZAS

INCREMENTA TUS GANANCIAS

## CULTURA FINANCIERA

Es un conjunto de conocimientos, valores y hábitos relacionados con el manejo del dinero y la toma de decisiones financieras

### ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Ayuda a tomar decisiones más acertadas sobre sus finanzas, por ende, ahorros más efectivos, inversión más sabia y una gestión más eficiente de tu deuda.

### VENTAJAS

- ✓ Tener un buen historial crediticio
- ✓ Tomar mejores decisiones financieras
- ✓ Mayor estabilidad financiera
- ✓ Eficiente administración del dinero
- ✓ Reducción del estrés financiero
- ✓ Protección contra estafas

### TIPS PARA UNA BUENA CULTURA FINANCIERA

- Haz un presupuesto de tus ingresos y gastos
- Busca opciones de financiamiento
- Ahorra para emergencias
- No gastes más de lo que ganas
- Reduce tus deudas
- Aprende sobre inversión para el crecimiento de tu negocio
- Asegura tu futuro comercial con una buena cultura financiera

## PRESTAMO

Es una cantidad de dinero otorgada por una entidad financiera, para financiar la compra de bienes, servicios y adquisición de activos fijos.

### ¿POR QUÉ NECESITAS UN PRESTAMO?

Porque permite a tu negocio poder invertir en cualquier actividad empresarial que necesites para poder crecer en forma rápida.

### ¿CUÁLES SON LOS REQUISITOS PARA OBTENER UN PRESTAMO?

- Tener capacidad de pago
- Mostrar un buen historial crediticio
- Presentar garantía que respalde el préstamo (si el monto supera los S/30,000.00)
- Presentar documentación requerida

### ¿QUÉ ENTIDAD FINANCIERA OFRECE BAJA TASA DE INTERES POR UN PRÉSTAMO?

La tasa de interés puede variar dependiendo de varios factores, sin embargo, la SBS permite realizar comparaciones de las tasas de interés entre bancos y cajas municipales.

### FORMAS DE FINANCIAMIENTO

- ❖ **Formal:** Reguladas y supervisadas por la SBS implicando evaluación de la documentación.
- ❖ **Informal:** implica tasas de interés más altas y menos protección para el prestatario.

## INVERSIÓN

Es el dinero o recurso del que todo negocio espera obtener ganancia, asumiendo riesgos con el fin de expandirse.

### ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA INVERSIÓN?

Permite aumentar tus ganancias, mejorar tus procesos, aumentar tu productividad y ser más competitivo en el mercado.

### BENEFICIOS DE LA INVERSIÓN

- ❖ Reduce el riesgo y mejora el rendimiento del negocio
- ❖ Proporciona oportunidades de crecimiento en nuevos negocios y tecnologías
- ❖ Diversificación eficiente de la inversión

### ¿QUÉ OPCIONES DE INVERSIÓN EXISTEN?

Toda inversión presenta riesgo, debido a la incertidumbre de ganar o perder, existen múltiples opciones como la inversión en tecnología, terrenos o propiedades, entre otros.

### ¿QUÉ SON LAS FINANZAS?

Es la administración eficiente del dinero en donde es importante tener en cuenta que tanto una persona como empresa, no debe gastar más de lo que no genera como ingreso mensual, es decir, es hacer un uso adecuado de tu dinero.