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

El crédito formal y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín Lambayeque 2023

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO

AUTOR
Cristina Milagros Garcia Chapoñan

ASESOR
Pedro Jesus Cuyate Reque
https://orcid.org/0000-0003-2228-7535

Chiclayo, 2025

El crédito formal y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín Lambayeque 2023

PRESENTADA POR

Cristina Milagros Garcia Chapoñan

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

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Luis Antonio Montenegro Perez
PRESIDENTE

Betty Liliana Vergara Wekselman
SECRETARIA

Pedro Jesus Cuyate Reque
VOCAL

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios, a mis padres y a mis hermanos, quienes son mi mayor apoyo y fuente de inspiración en este camino académico.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar este hito en mi formación profesional, a mis padres por su esfuerzo y agradezco también a mi asesor por su valiosa orientación, conocimientos y motivación durante todo el proceso de mi proyecto de tesis.

SEMINARIO DE INVESTIGACION GARCIA CRISTINA (1).docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	18%	3%	7%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
3	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
8	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	Atocsa Hernandez, Hans Fernando | Bendezu Valle , Mirkiav Yanet | Carrasco Medina,	<1%

Índice

Resumen **10**

Abstract **11**

Introducción **12**

Revisión de literatura **14**

Materiales y métodos **25**

Resultados y discusión **30**

Conclusiones **79**

Recomendaciones **80**

Referencias **81**

Anexos **84**

Lista de figuras

Figura 1: *Edad de los comerciantes* *31*
Figura 2: *Nivel de educación* *32*
Figura 3: *Antigüedad del negocio* *33*
Figura 4: *Tipo de recursos para el inicio del negocio* *34*
Figura 5: *Capital de trabajo mensual* *35*
Figura 6: *Ventas mensuales* *36*
Figura 7: *Trabajadores con los que cuenta su negocio* *37*
Figura 8: *Tiene otra fuente de ingresos aparte de su negocio en el mercado* *38*
Figura 9: *El comerciante es la única persona que genera ingresos en su hogar* *39*
Figura 10: *Principal fuente de financiamiento para su negocio* *40*
Figura 11: *Cuenta con crédito formal emitido por una entidad financiera* *42*
Figura 12: *Cuenta con un crédito de capital de trabajo* *43*
Figura 13: *Cuenta con crédito personal* *44*
Figura 14: *Cuenta con crédito de consumo* *45*
Figura 15: *Cuenta con tarjeta (s) de crédito* *46*
Figura 16: *Tener acceso a un crédito formal impacta positivamente en su crecimiento económico* *47*
Figura 17: *El crédito formal es más beneficioso que el crédito informal (agiotistas)* *48*
Figura 18: *Las tasas de interés para un crédito formal son accesibles* *49*
Figura 19: *Tiene obstáculos para solicitar un crédito formal de una entidad financiera* *50*
Figura 20: *Ha dejado alguna vez garantías en entidades financieras para obtener un crédito formal para su negocio* *51*
Figura 21: *Conoce que es un historial crediticio* *52*
Figura 22: *Es importante el historial crediticio al solicitar un préstamo formal* *53*
Figura 23: *Las entidades financieras aplican los plazos adecuados para el pago de un crédito formal* *54*
Figura 24: *El crédito formal contribuye al crecimiento económico de su negocio* *56*
Figura 25: *El crédito formal le permite invertir en mejoras para su negocio* *57*
Figura 26: *Considera importante la inversión en el crecimiento de su negocio* *58*
Figura 27: *Es importante ahorrar para poder invertir en su negocio* *59*
Figura 28: *Sus ahorros influyen en la capacidad de expansión de su negocio* *60*
Figura 29: *El acceso a servicios básicos como agua, electricidad y saneamiento ha mejorado su calidad de vida* *61*

Figura 30: *La disponibilidad de servicios básicos influye en la atracción y retención de clientes en el mercado San Martín Lambayeque* *62*
Figura 31: *Cuenta con acceso a un servicio de salud* *63*
Figura 32: *Conoce sobre las redes sociales en tendencia* *64*
Figura 33: *La innovación de tecnología ha logrado expandir o mejorar su negocio* *65*
Figura 34: *Es beneficioso utilizar celular para realizar transacciones o comunicarse con sus clientes* *66*
Figura 35: *Enfrenta desafíos al intentar integrar herramientas digitales en la gestión diaria de su negocio* *67*
Figura 36: *La innovación tecnológica puede influye en el crecimiento económico de su negocio* *68*
Figura 37: *Creación de Programas de Educación Financiera* *70*
Figura 38: *Mejorar la infraestructura y el ambiente del mercado* *70*
Figura 39: *Ampliar las modalidades de venta* *71*
Figura 40: *Fortalecer las capacidades de los comerciantes* *71*
Figura 41: *Implementar estrategias de marketing y promoción* *72*
Figura 42: *Fomentar el comercio electrónico* *72*
Figura 43: *Fomentar las relaciones sociales entre comerciantes* *73*
Figura 44: *Recompensar la fidelización de los clientes* *73*
Figura 45: *Informar sobre la gestión de inventario* *74*
Figura 46: *Mejorar la atención al cliente* *74*
Figura 47: *Implementar medidas de seguridad alimentaria* *75*
Figura 48: *Proteger el medio ambiente* *75*
Figura 49: *Fortalecer la seguridad en el mercado* *76*
Figura 50: *Acceso a Financiamiento* *76*

Lista de tablas

Tabla 1: *Criterios de selección* *26*
Tabla 2: *Operacionalización de variables* *27*
Tabla 3: *Matriz de consistencia* *29*
Tabla 4: *Consideraciones éticas de la investigación* *30*
Tabla 5: *Edad de los comerciantes* *31*
Tabla 6: *Nivel de educación* *32*
Tabla 7: *Antigüedad del negocio* *33*
Tabla 8: *Tipo de recursos para el inicio del negocio* *34*
Tabla 9: *Capital de trabajo mensual* *35*
Tabla 10: *Ventas mensuales* *36*
Tabla 11: *Trabajadores con los que cuenta su negocio* *37*
Tabla 12: *Tiene otra fuente de ingresos aparte de su negocio en el mercado* *38*
Tabla 13: *El comerciante es la única persona que genera ingresos en su hogar* *39*
Tabla 14: *Principal fuente de financiamiento para su negocio* *40*
Tabla 15: *Cuenta con crédito formal emitido por una entidad financiera* *42*
Tabla 16: *Cuenta con un crédito de capital de trabajo* *43*
Tabla 17: *Cuenta con crédito personal* *44*
Tabla 18: *Cuenta con crédito de consumo* *45*
Tabla 19: *Cuenta con tarjeta (s) de crédito* *46*
Tabla 20: *Tener acceso a un crédito formal impacta positivamente en su crecimiento económico* *47*
Tabla 21: *El crédito formal es más beneficioso que el crédito informal (agiotistas)* *48*
Tabla 22: *Las tasas de interés para un crédito formal son accesibles* *49*
Tabla 23: *Tiene obstáculos para solicitar un crédito formal de una entidad financiera* *50*
Tabla 24: *Ha dejado alguna vez garantías en entidades financieras para obtener un crédito formal para su negocio* *51*
Tabla 25: *Conoce que es un historial crediticio* *52*
Tabla 26: *Es importante el historial crediticio al solicitar un préstamo formal* *53*
Tabla 27: *Las entidades financieras aplican los plazos adecuados para el pago de un crédito formal* *54*
Tabla 28: *El crédito formal contribuye al crecimiento económico de su negocio* *56*
Tabla 29: *El crédito formal le permite invertir en mejoras para su negocio* *57*
Tabla 30: *Considera importante la inversión en el crecimiento de su negocio* *58*

Tabla 31: *Es importante ahorrar para poder invertir en su negocio 59*
Tabla 32: *Sus ahorros influyen en la capacidad de expansión de su negocio 60*
Tabla 33: *El acceso a servicios básicos como agua, electricidad y saneamiento ha mejorado su calidad de vida 61*
Tabla 34: *La disponibilidad de servicios básicos influye en la atracción y retención de clientes en el mercado San Martín Lambayeque 62*
Tabla 35: *Cuenta con acceso a un servicio de salud 63*
Tabla 36: *Conoce sobre las redes sociales en tendencia 64*
Tabla 37: *La innovación de tecnología ha logrado expandir o mejorar su negocio 65*
Tabla 38: *Es beneficioso utilizar celular para realizar transacciones o comunicarse con sus clientes 66*
Tabla 39: *La innovación tecnológica puede influye en el crecimiento económico de su negocio 68*

Resumen

En los comerciantes del mercado San Martin, el crédito formal influye en el crecimiento económico. Por ello, se destaca su importancia, haciendo referencia a ejemplos de otros países como Colombia, España y Perú. La investigación se basó en una encuesta realizada a los comerciantes, donde se obtuvieron resultados. La mayoría de los encuestados son la única fuente de ingresos en sus hogares, lo que demuestra su responsabilidad principal en el sustento económico. En cuanto a la financiación de sus negocios, la mayoría utiliza sus ahorros personales como fuente principal, mostrando confianza en sus propios recursos. Sin embargo, un porcentaje significativo recurre a créditos formales de instituciones financieras y otros optan por obtener financiamiento externo. Aunque la mayoría considera que el acceso al crédito formal debería ser más promovido, los resultados indican que la mayoría no percibe que el crédito formal haya contribuido al crecimiento económico de su negocio. Además, no han experimentado un aumento en sus ganancias debido al crédito formal. Sin embargo, se destaca que han implementado estrategias de marketing y promoción para aumentar sus ventas. Los comerciantes del mercado San Martín en Lambayeque confían principalmente en sus propias ventas y recursos para impulsar su crecimiento económico. Aunque algunos recurren al crédito formal o financiamiento externo, no perciben que haya tenido un impacto significativo en el crecimiento de sus negocios. Estos hallazgos sugieren la importancia de fomentar otras estrategias y apoyos financieros para impulsar el desarrollo de los comerciantes en el mercado San Martín.

Palabras clave: Crédito formal, Financiamiento, Crecimiento económico.

Abstract

For the merchants of the San Martin market, formal credit influences economic growth. For this reason, its importance is highlighted, referring to examples from other countries such as Colombia, Spain and Peru. The research was based on a survey of traders, where results were obtained. The majority of respondents are the sole source of income in their households, demonstrating their primary responsibility in economic sustenance. When it comes to financing their businesses, most use their personal savings as their primary source, showing confidence in their own resources. However, a significant percentage resort to formal loans from financial institutions and others choose to obtain external financing. Although the majority believe that access to formal credit should be more promoted, the results indicate that the majority do not perceive that formal credit has contributed to the economic growth of their business. In addition, they have not experienced an increase in their earnings due to formal credit. However, it is highlighted that they have implemented marketing and promotion strategies to increase their sales. Merchants at the San Martin market in Lambayeque rely primarily on their own sales and resources to fuel their economic growth. Although some resort to formal credit or external financing, they do not perceive that it has had a significant impact on the growth of their businesses. These findings suggest the importance of encouraging other strategies and financial support to boost the development of traders in the San Martín market.

Keywords: Formal credit, Financing, Economic growth.

Introducción

El uso del crédito formal se ha establecido como una eficaz estrategia para hacer frente a la falta de recursos, al mismo tiempo que se convierte en un mecanismo que impulsa el crecimiento y bienestar de los comerciantes y la población en general. El acceso al financiamiento de crédito formal está fuera del alcance de millones de personas vulnerables, por ello sigue siendo una importante barrera para el desarrollo económico. A lo largo del tiempo, el sistema financiero ha experimentado avances significativos al implementar un enfoque basado en la confianza para facilitar el acceso al crédito. Se parte del supuesto de que los comerciantes están motivados por su deseo de progresar y por una fuerte conciencia social. El crédito formal desempeña un papel crucial al reducir el riesgo asociado a la elección de crédito informal, que puede tener graves consecuencias para la situación financiera de cada país.

En Colombia, Tobar y Ruiz (2025), señalan que el acceso al crédito formal permite a las microempresas superar limitaciones financieras, aprovechar oportunidades productivas y mejorar la administración de sus recursos. Los autores destacan que aquellas microempresas que acceden a financiamiento formal logran un mayor nivel de sostenibilidad y crecimiento, además de formalizar sus operaciones en mayor proporción que las que dependen de créditos informales. De esta manera, el crédito formal se constituye en una herramienta valiosa no solo para enfrentar restricciones económicas, sino también para potenciar la competitividad y contribuir al desarrollo general de la economía del país.

En un estudio realizado en España, Rodríguez y Sánchez (2023), investigaron la relación entre el desarrollo financiero y el crecimiento económico, encontrando una correlación positiva y significativa entre ambas variables. Los autores analizaron la relación desde dos perspectivas: una local, en la que el tamaño de las ciudades y sus condiciones socioeconómicas resultan determinantes; y otra nacional, donde el nivel de ingresos del país influye directamente en el dinamismo económico. Los hallazgos destacan que un sistema financiero sólido y con amplia cobertura territorial facilita el acceso a crédito formal, lo que impulsa la inversión productiva y fortalece la competitividad empresarial. Esto sugiere que un adecuado desarrollo financiero constituye un factor clave para promover el crecimiento económico sostenible, tanto a nivel local como nacional.

En Perú, Robles (2021), resalta la importancia de acceder a créditos a través de servicios financieros confiables, ya que esto proporciona una oportunidad para que las empresas y los hogares obtengan los recursos necesarios para cubrir diversas necesidades de financiamiento.

Asimismo, es importante acceder a servicios financieros para obtener créditos que permitan a satisfacer necesidades de financiamiento. Esto puede ser beneficioso para la economía del país y para mejorar el bienestar financiero de las personas y las empresas.

En el contexto nacional, Cisneros (2021), afirma que los bancos pueden sobrestimar el crecimiento económico o adoptar una postura pasiva frente a él, afirmando que la demanda de servicios financieros está impulsada por el crecimiento económico y no al revés. Sin embargo, la provisión y el apoyo a empresas e iniciativas por parte de los servicios financieros pueden tener un impacto considerable en el desarrollo económico.

En el contexto local, Martínez y Herrera (2022), señalan que la solidez crediticia de la mayoría de los bancos a nivel mundial se mantiene alta, sustentada en entornos macroeconómicos relativamente estables, políticas monetarias prudentes y niveles adecuados de capitalización. Sin embargo, los autores advierten que esta fortaleza no es absoluta, ya que puede verse afectada por factores internos como la gestión de riesgos y la calidad de la cartera crediticia, así como por factores externos como crisis internacionales o recesiones prolongadas. De este modo, aunque en términos generales los bancos presentan posiciones sólidas, estas no garantizan de manera automática la estabilidad financiera en el largo plazo, lo que obliga a monitorear permanentemente las condiciones económicas globales y locales.

En la presente investigación se desea desarrollar cuales son los tipos de créditos formales que permitan el crecimiento económico de los comerciantes para que tenga mejor situación económica, el crédito puede permitirles realizar inversiones en su negocio, lo que puede aumentar su capacidad productiva y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Esto a su vez puede generar mayores ingresos y beneficios para el comerciante. Además, el acceso al crédito formal también puede ayudar a los comerciantes a mejorar la gestión de su flujo de efectivo y reducir los riesgos financieros asociados con su negocio, ya que les permite planificar mejor sus gastos e inversiones y estar preparados para enfrentar posibles dificultades financieras. Otra forma en que los comerciantes pueden obtener crecimiento económico a través del crédito formal es mediante la expansión de su negocio. Con un acceso más fácil al capital, pueden abrir nuevas ubicaciones, ampliar su línea de productos o servicios, contratar más empleados. El acceso al crédito formal puede proporcionar a los comerciantes las herramientas financieras necesarias para invertir en su negocio, mejorar la gestión financiera y expandirse, lo que puede impulsar el crecimiento económico tanto para ellos como para la comunidad en general.

Tradicionalmente, las entidades financieras revisan el historial crediticio de todos sus clientes para evaluar el riesgo de crédito y tomar decisiones relacionadas para saber si se aprueba o desaprueba dicho crédito, esto relacionado con todos los créditos formales emitidos por entidades financieras. El presente trabajo de investigación evaluará mediante encuestas cuanto favorece el crédito formal a los comerciantes y el impacto que ha dado en su crecimiento económico, para ello se presenta el problema: ¿De qué manera el crédito formal impacta en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín- Lambayeque 2023?

Cabe señalar que el primer capítulo representa el contexto a nivel internacional, nacional y local, a su vez la problemática, en el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico con estudios encontrados del tema. El tercer capítulo de este estudio abarca la descripción detallada de la metodología utilizada. Los capítulos cuarto, quinto y sexto presentan los resultados obtenidos, se realiza una discusión comparativa con otros estudios, se presentan las conclusiones derivadas de los resultados y se brindan recomendaciones. Por último, se incluye una sección de referencias bibliográficas que recopila las fuentes utilizadas en este trabajo de investigación.

Los resultados de la encuesta revelan la percepción positiva de los comerciantes del mercado San Martín Lambayeque sobre el impacto del crédito formal en el crecimiento económico, aunque muchos no han tenido la oportunidad de acceder a él debido a obstáculos como la falta de historial crediticio y la complejidad de los trámites. La investigación respalda la importancia del crédito formal, la inversión, el ahorro y la tecnología para el crecimiento económico, así como la influencia de servicios básicos y acceso a atención médica en la calidad de vida y retención de clientes. Se destaca el impacto positivo de la tecnología en los negocios, aunque existen desafíos para su adopción generalizada. Se proponen estrategias para mejorar el crecimiento económico, enfocadas en la colaboración de la educación financiera, simplificación de trámites de crédito y atención a otros factores como servicios básicos, salud, capacitación tecnológica y adaptación al mercado.

Revisión de literatura

Antecedentes

En su estudio, Cisneros (2021), busca conocer más sobre cómo el crédito bancario otorgado a consumidores y empresas afecta el crecimiento económico en México. El análisis de regresión se puede utilizar para evaluar los impactos a largo plazo con el fin de hacer esto. Además, se enfocan en examinar la relación entre el crédito bancario y el crecimiento económico, utilizando este método estadístico para medir los impactos a largo plazo. Esto sugiere que el estudio es riguroso y está bien fundamentado, y será interesante conocer los

resultados finales de su investigación.

Olano y Manrique (2023), resaltan la importancia de los créditos Mypes como motor del crecimiento económico en el Perú. Donde indican que si Influyen significativamente los créditos totales Mypes en el crecimiento económico. Al demostrar una relación positiva y significativa entre el volumen de créditos Mypes y el crecimiento del PIB, los autores enfatizan la necesidad de fortalecer el acceso al financiamiento para este sector empresarial. En este sentido, ampliar la gama de productos crediticios y simplificar los procesos administrativos para las Mypes son medidas cruciales para impulsar su desarrollo. Aumentar la diversidad de opciones de financiamiento les permitiría encontrar soluciones más adecuadas a sus necesidades específicas, mientras que la reducción de trámites burocráticos agilizaría el acceso al capital, fomentando así su inversión, productividad y competitividad. Adicionalmente, Olano y Manrique (2023), sugieren la implementación de políticas públicas que promuevan la educación financiera y la capacitación empresarial. Estas medidas contribuirían a mejorar la capacidad de gestión financiera de este sector, permitiéndoles tomar decisiones crediticias más informadas y aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el mercado financiero.

El estudio realizado por Fuertes (2022), determinó que la manera como el Sistema Financiero aportó al Crecimiento económico fue que las variaciones del sistema financiero contribuyeron al crecimiento del sistema económico incidiendo significativamente en las tasas de crecimiento anual, de modo variables a corto plazo, pero que tienden a ser estables a mediano plazo. se observa que el sistema financiero no solo impacta el crecimiento económico a través de variaciones a corto plazo, sino que también juega un papel crucial en la estabilidad y el crecimiento sostenido a mediano plazo. Esto se debe a que un sistema financiero sólido facilita la canalización del ahorro hacia inversiones productivas, promueve la diversificación del riesgo y mitiga las fluctuaciones económicas. Para complementar este análisis, se podrían explorar otras investigaciones que analicen el impacto del sistema financiero en el crecimiento económico en diferentes contextos y considerando diversos factores adicionales. A modo de ejemplo, se podrían examinar los efectos de la profundidad financiera, la inclusión financiera, la estabilidad del sistema financiero y la regulación financiera sobre el crecimiento económico.

Tobar y Ruiz (2025)**,** afirman que el acceso al financiamiento formal no solo ayuda a superar las limitaciones financieras inmediatas, sino que también fortalece la competitividad de los negocios y promueve su integración al sistema económico oficial. Este aporte es fundamental para la presente tesis, ya que los comerciantes de mercados locales en el Perú enfrentan retos similares a los descritos en el caso colombiano, donde muchos dependen de

préstamos informales que limitan su capacidad de crecimiento. En este sentido, la investigación de estos autores refuerza la hipótesis de que el crédito formal no solo es un instrumento financiero, sino una palanca de desarrollo económico y social, capaz de transformar la realidad de los pequeños comerciantes y contribuir al dinamismo de la economía en su conjunto.

El estudio de Morrillo (2022), abre un camino importante para la investigación sobre el papel de la inclusión financiera en el desarrollo económico de América. Al considerar los aspectos mencionados anteriormente, se podrá avanzar en la comprensión de esta relación compleja y formular políticas públicas más efectivas para promover la inclusión financiera y el desarrollo económico en la región. Por ello, el presente estudio tiene como objetivo analizar el impacto comparativo que han tenido los diferentes componentes de la inclusión financiera en el desarrollo de las economías dentro de América. Asimismo, como objetivo específico, se busca evaluar la magnitud del impacto de los factores de la inclusión financiera en Perú en relación a otros países. la causalidad entre la inclusión financiera y el desarrollo económico no es unidireccional. Es posible que un mayor desarrollo económico impulse la inclusión financiera, al mismo tiempo que la inclusión financiera promueva el desarrollo económico. Además, se podría obtener una comprensión más profunda de la relación entre la inclusión financiera y el desarrollo económico en América, tomando en cuenta la heterogeneidad de las economías de la región y la complejidad de la medición de la inclusión financiera.

El estudio de Rodríguez y Sánchez (2023), aporta evidencia empírica sobre la importancia de la solidez financiera y la expansión del crédito formal como motores del crecimiento económico, tanto en economías locales como a nivel nacional. Su análisis demuestra que la disponibilidad de servicios financieros accesibles permite a las empresas invertir, diversificar sus actividades y generar mayores niveles de productividad. Este antecedente cobra relevancia para la presente tesis, dado que los comerciantes de mercados en el Perú dependen de la calidad del sistema financiero para acceder a préstamos que impulsen sus actividades. Así, se refuerza la idea de que el desarrollo financiero no es únicamente un fenómeno macroeconómico, sino que tiene repercusiones concretas en la vida de pequeños comerciantes y en la sostenibilidad de sus negocios. En consecuencia, este estudio valida que la expansión del crédito formal en entornos con limitaciones económicas puede marcar la diferencia entre el estancamiento y el crecimiento sostenido de las microempresas locales.

Martínez y Herrera (2022), sostienen que la capacidad de los bancos para mantener niveles de capital adecuados y gestionar de forma prudente sus riesgos se traduce en mayor confianza para otorgar créditos a micro y pequeñas empresas. En el contexto de la presente

tesis, este factor es crucial, ya que, sin un sistema bancario estable, los comerciantes de los mercados locales verían limitadas sus oportunidades de acceder a financiamiento en condiciones seguras y sostenibles. Además, este antecedente subraya que el crédito formal depende no solo de la demanda de los microempresarios, sino también de la fortaleza estructural del sistema financiero que los respalda. Por ello, su inclusión en la tesis permite comprender que el impacto del crédito formal en el crecimiento económico de los comerciantes no puede analizarse de manera aislada, sino en función de la solidez de las instituciones que lo otorgan.

Montiel (2020), sugiere que existe una relación positiva entre la actividad financiera y el PBI en México. Este aumento en la actividad financiera puede tener un efecto positivo a largo plazo en la economía del país, lo que puede ser beneficioso para el crecimiento económico y el desarrollo. Es importante tener en cuenta que esta relación puede variar dependiendo de los factores específicos del mercado financiero y económico de México.

El estudio realizado por De la Cruz (2024), analizó el desarrollo financiero regional y su relación con el crecimiento de las micro y pequeñas empresas (MYPE) en diversas provincias del Perú, destacando el rol del crédito formal como herramienta dinamizadora de la economía. El autor adoptó un enfoque cuantitativo y aplicó un modelo de variables instrumentales utilizando datos recogidos entre 2013 y 2022 de fuentes oficiales como el Banco Central de Reserva y el Ministerio de Economía y Finanzas. Los resultados evidenciaron que aquellas regiones con mayor cobertura bancaria y acceso al crédito formal mostraron un crecimiento empresarial más acelerado, medido tanto en el aumento de ventas como en la formalización de actividades. El estudio también subrayó que la falta de inclusión financiera en provincias periféricas genera desigualdades importantes, limitando el impacto del crédito formal sobre la productividad y la creación de empleo. Asimismo, se observó que los comerciantes que lograron acceder a financiamiento formal incrementaron sus posibilidades de inversión en activos fijos, capacitación del personal y adopción de nuevas tecnologías, lo que les permitió mejorar sus indicadores de competitividad. De la Cruz concluye que el crédito formal no solo tiene un impacto en el crecimiento económico a nivel macro, sino que también influye directamente en la sostenibilidad de las pequeñas unidades de negocio en los mercados locales. Este antecedente aporta a la presente tesis al demostrar que la expansión del crédito formal constituye una herramienta esencial para garantizar que los comerciantes de mercados populares puedan crecer en condiciones más equitativas, reduciendo brechas regionales y fomentando un desarrollo económico más inclusivo en el país.

Bases teóricas:

Crédito Formal

Se denominan créditos formales los préstamos realizados por organizaciones sujetas a la Superintendencia Financiera o la Superintendencia de Economía Solidaria. Estos incluyen cooperativas, bancos comerciales, compañías de seguros y financieras, así como empresas que deben divulgar periódicamente todas sus transacciones al gobierno.

El crédito formal se distingue por la confidencialidad en el manejo de su información personal y financiera, una amplia gama de opciones crediticias que pueden adaptarse a sus necesidades y nivel de endeudamiento, orientación financiera e individualizada, la protección que otorga a los deudores la Ley 1328 de 2009 Régimen de Protección al Consumidor), y una tasa de interés fija. Además de proporcionar efectivo rápido, también sirve como una herramienta para desarrollar habilidades sólidas de administración del dinero, una forma gratuita de acceder a posibles alternativas futuras de financiamiento, una forma de cumplir objetivos a corto, mediano y largo plazo, y una forma de construir un sólido historial crediticio.

Requisitos para obtener un crédito financiero

Los criterios necesarios para adquirir un préstamo financiero pueden diferir dependiendo de la institución financiera y del tipo de préstamo que se requiera. Sin embargo, algunos requisitos comunes son:

Garantía

Las garantías de crédito formales son instrumentos legales que se utilizan para respaldar la concesión de un préstamo por parte de una entidad financiera. Estas garantías pueden ser bienes tangibles, como propiedades inmobiliarias o vehículos, o intangibles, como avales o fianzas. El objetivo es asegurar que el prestamista pueda recuperar el dinero prestado en caso de que el prestatario no cumpla con sus obligaciones de pago. Las garantías de crédito formales son comunes en el ámbito empresarial y pueden ser requeridas por los bancos u otras instituciones financieras para minimizar su riesgo crediticio

Historial crediticio

Es la evaluación positiva que hacen las instituciones financieras del comportamiento crediticio previo de una persona. Esto significa que el solicitante ha cumplido con sus obligaciones de pago en préstamos anteriores, ha pagado sus deudas a tiempo y no ha incurrido

en retrasos o incumplimientos. Un buen historial crediticio aumenta las posibilidades de que una persona sea aprobada para un nuevo préstamo, ya que indica que es un prestatario responsable y confiable. Por otro lado, un historial crediticio negativo o con antecedentes de impagos disminuye las posibilidades de obtener un crédito, ya que se considera un riesgo crediticio para la entidad financiera.

Capacidad de pago

La capacidad de pago en un banco es la evaluación de la habilidad de un individuo o empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, como préstamos, basada en sus ingresos, gastos y compromisos financieros existentes. Los bancos consideran esta capacidad al otorgar préstamos o líneas de crédito, ya que les permite determinar el nivel de riesgo asociado con el prestatario. Para calcularla, se analizan los ingresos estables, historial crediticio, otros préstamos vigentes y gastos fijos.

Políticas de crédito

Los tipos de interés se refieren al porcentaje que se aplica al capital prestado y que debe ser pagado por el prestatario como parte del costo del préstamo. Los tipos de interés pueden variar según la entidad financiera y el tipo de préstamo.

Tasas de interés

Las tasas de interés en un banco se refieren al costo que implica el uso de dinero ajeno, ya sea al solicitar un préstamo o al depositar fondos. Por lo general, las tasas de interés representan un porcentaje del monto prestado o depositado, y pueden ser fijas o variables. En el contexto de préstamos, las tasas de interés determinan el monto adicional que el prestatario deberá pagar junto con el capital prestado. En el caso de los depósitos, las tasas de interés indican la ganancia que el depositante recibirá por confiar su dinero al banco. Las tasas de interés son un factor clave en la toma de decisiones financieras tanto para individuos como para empresas, ya que influyen en los costos de endeudamiento y en la rentabilidad de las inversiones.

Plazos

Los plazos para pagar cuotas en un banco se refieren al período de tiempo establecido para devolver un préstamo o crédito en cuotas periódicas. Estos plazos son acordados entre el prestatario y el banco al momento de la formalización del préstamo, y pueden variar en función del monto prestado, el tipo de préstamo, la capacidad de pago del prestatario y otros factores.

Los plazos pueden ser cortos, como en el caso de préstamos personales, o largos, como en préstamos hipotecarios. La elección del plazo adecuado puede influir en el monto total a pagar, ya que plazos más largos suelen implicar pagos mensuales más bajos pero mayores intereses totales, mientras que plazos más cortos implican pagos mensuales más altos pero menores costos totales por intereses.

Productos financieros

Son instrumentos o herramientas que ofrecen las instituciones financieras, como bancos, cooperativas de crédito, corredores de bolsa, aseguradoras, entre otros, para satisfacer las necesidades financieras de sus clientes. Estos productos incluyen una amplia variedad de opciones, como:

Crédito personal

Se otorgan para financiar gastos personales, como la compra de un vehículo, la realización de un viaje, el pago de estudios, entre otros. Estos préstamos son otorgados por instituciones financieras como bancos, cooperativas de crédito, financieras y otras entidades autorizadas. Los créditos personales suelen ser préstamos a corto o mediano plazo y pueden ser garantizados o no garantizados. En el caso de los préstamos garantizados, se requiere una garantía (como una propiedad o un vehículo) para asegurar el pago del préstamo. Por otro lado, los préstamos no garantizados no requieren una garantía, pero su tasa de interés suele ser más alta debido al mayor riesgo que asume el prestamista.

Para solicitar un crédito personal, generalmente se requiere una evaluación crediticia del solicitante para determinar su capacidad de pago y solvencia. También se puede requerir documentación adicional como comprobantes de ingresos y referencias personales. Es importante comparar las opciones disponibles de diferentes instituciones financieras antes de tomar una decisión para obtener el mejor préstamo personal posible.

Tarjeta de crédito

Son un medio de pago que permite a los consumidores realizar compras o adquirir servicios sin tener que pagar en efectivo en el momento de la transacción. En lugar de eso, el titular de la tarjeta recibe un límite de crédito que puede variar según su historial crediticio y otras variables que le permite realizar compras hasta ese límite. Las tarjetas de crédito son emitidas por bancos, cooperativas de crédito y otras entidades autorizadas. El titular de la tarjeta paga las compras realizadas con la tarjeta en cuotas mensuales, que incluyen el monto de la compra más

los intereses correspondientes.

Las tarjetas de crédito también pueden ofrecer otros beneficios como programas de recompensas, descuentos en establecimientos asociados, seguros y protección contra fraudes. Es importante tener en cuenta que las tarjetas de crédito pueden generar intereses y cargos adicionales si no se pagan a tiempo o si se excede el límite de crédito. Por lo tanto, es importante utilizarlas con responsabilidad y planificar los pagos para evitar problemas financieros. Además, es importante comparar las opciones disponibles antes de solicitar una tarjeta de crédito para obtener la mejor oferta posible en términos de tasas y beneficios.

Crédito de consumo

El crédito de consumo en una entidad financiera en Perú se refiere a un préstamo que otorga la institución a un cliente para cubrir necesidades personales, como la compra de bienes o servicios, el pago de deudas o gastos médicos. El monto del préstamo, plazo y tasa de interés varían según las políticas de la entidad. El cliente debe cumplir con requisitos y presentar documentación para solicitar el crédito, y luego realizar pagos mensuales que incluyen capital e intereses hasta la completa cancelación de la deuda.

Crecimiento Económico

Según Ramírez (2022), el objetivo de esta investigación consistió en analizar cómo la inclusión financiera afectó el crecimiento económico en países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, en el lapso que abarcó desde 2008 hasta 2019.Se utilizó un enfoque basado en el Método Generalizado de los Momentos (GMM) para analizar la relación entre tres elementos clave de la inclusión financiera y el crecimiento económico. Los resultados obtenidos revelaron que un aumento del 1% en el porcentaje de créditos corrientes se relaciona, en promedio, con un aumento del 0.64% en el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita. Sin embargo, se observaron efectos negativos y significativos en las otras variables analizadas.

Además, se llevó a cabo un análisis adicional que consideró los términos cuadráticos de las variables relacionadas con la penetración bancaria y la disponibilidad de servicios bancarios. Se observó que, una vez alcanzado un punto máximo, se produjo un efecto negativo debido a una disminución en la eficiencia. Estos indicadores resultaron significativos para los países en vías de desarrollo, dado que a menudo enfrentan limitaciones en cuanto a la disponibilidad de servicios bancarios.

Inversión

La inversión se refiere a la colocación de recursos en activos financieros, bienes o proyectos con el objetivo de obtener ganancias futuras. Es un proceso estratégico que implica tomar decisiones informadas, evaluando los riesgos y beneficios potenciales. A través de la inversión, se busca incrementar el capital, generar ingresos pasivos o alcanzar metas financieras a largo plazo. Es una herramienta fundamental para hacer crecer nuestro dinero y asegurar nuestro futuro financiero. Al invertir de manera inteligente y diversificada, podemos aprovechar oportunidades de crecimiento y protegernos contra la inflación. Sin embargo, es importante tener en cuenta que toda inversión conlleva riesgos, por lo que es necesario realizar un análisis exhaustivo y contar con asesoramiento profesional para minimizar las posibles pérdidas.

Ahorros

Los ahorros se refieren a la acción de reservar una parte del ingreso disponible en lugar de gastarlo de inmediato. Esta reserva de dinero puede realizarse con el propósito de cumplir metas a corto, mediano o largo plazo, o para hacer frente a imprevistos. Los ahorros pueden ser depositados en cuentas bancarias, invertidos en instrumentos financieros, o guardados en forma física. El hábito del ahorro es fundamental para alcanzar objetivos financieros, brindar seguridad financiera y permitir la acumulación de capital para futuras inversiones o gastos planeados. Además, los ahorros pueden generar intereses o rendimientos, contribuyendo así al crecimiento del patrimonio personal o familiar.

Acceso a crédito formal

El acceso a un crédito formal se refiere a la posibilidad que tienen individuos o empresas de obtener financiamiento a través de instituciones financieras reguladas, como bancos o entidades de crédito. Este tipo de crédito está respaldado por normativas y procedimientos establecidos, y suele estar sujeto a condiciones específicas en cuanto a tasas de interés, plazos de pago y garantías. El acceso a un crédito formal puede ser fundamental para el crecimiento económico, ya que permite financiar inversiones, proyectos empresariales o gastos importantes. Además, el historial crediticio y la capacidad de pago suelen ser consideraciones clave al solicitar crédito formal.

Mejora en la calidad de vida

Es el proceso de generar condiciones que permitan a las personas vivir de manera más

satisfactoria y plena. Este concepto abarca diversos aspectos, como el acceso a servicios de salud, educación, vivienda digna, alimentación adecuada, empleo digno, seguridad, recreación y participación social. La mejora en la calidad de vida busca no solo cubrir necesidades básicas, sino también promover el bienestar emocional, el desarrollo personal y la igualdad de oportunidades para todos. Además, está estrechamente relacionada con el desarrollo sostenible, la equidad social y la protección del medio ambiente.

Accesos a servicios básicos

Se refiere a la disponibilidad y la posibilidad de utilizar servicios esenciales para la vida diaria, como agua potable, electricidad, saneamiento, atención médica, educación y transporte. Este acceso es fundamental para el bienestar y la calidad de vida de las personas, ya que garantiza condiciones mínimas para el desarrollo humano. El acceso a servicios básicos puede variar según la ubicación geográfica, el nivel socioeconómico y las políticas gubernamentales, y su mejora contribuye significativamente a la reducción de desigualdades y la promoción de un desarrollo sostenible.

Acceso a servicios de salud público o privado

El acceso a servicios de salud, ya sea públicos o privados, se refiere a la capacidad de las personas para recibir atención médica, diagnóstico, tratamiento y prevención de enfermedades. Los servicios de salud públicos suelen ser financiados y gestionados por el estado, con el propósito de brindar atención a toda la población, independientemente de su capacidad de pago. Por otro lado, los servicios de salud privados son proporcionados por entidades no estatales y su acceso está condicionado a la capacidad de pago o a la posesión de seguros médicos privados. El acceso a servicios de salud es fundamental para garantizar el bienestar y la calidad de vida de las personas, así como para abordar desafíos sanitarios a nivel comunitario y nacional.

Innovación de tecnología

La innovación tecnológica se refiere al desarrollo, la implementación y la mejora de nuevos productos, servicios o procesos que utilizan avances científicos y técnicos para resolver problemas, satisfacer necesidades o crear oportunidades en diversos ámbitos de la vida humana. La innovación tecnológica puede manifestarse en la creación de dispositivos electrónicos, software, aplicaciones móviles, sistemas de comunicación, maquinaria automatizada, energías renovables, entre otros. Este proceso impulsa el progreso económico, social y ambiental al

fomentar la eficiencia, la productividad, la sostenibilidad y la calidad de vida. Además, la innovación tecnológica contribuye a la competitividad de las empresas, el desarrollo de nuevas industrias y la generación de empleo especializado.

Uso de celular para transacciones o comunicación con los clientes y proveedores.

El uso de teléfonos celulares para transacciones y comunicación con clientes y proveedores ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan en el entorno comercial. A través de dispositivos móviles, las organizaciones pueden llevar a cabo transacciones financieras, realizar seguimiento de inventario, enviar facturas, recibir pagos, y establecer comunicación directa con clientes y proveedores de manera ágil y eficiente. Esto ha optimizado la gestión empresarial al agilizar procesos, reducir costos operativos y mejorar la atención al cliente. Además, ha facilitado la expansión de los negocios al permitir el acceso a mercados remotos y el establecimiento de relaciones comerciales a nivel global. El uso inteligente de la tecnología móvil ha transformado la forma en que se realizan las operaciones comerciales, brindando mayor flexibilidad y oportunidades de crecimiento para las empresas.

Adopción a herramientas digitales

La adopción de herramientas digitales se refiere al proceso mediante el cual individuos, empresas u organizaciones integran tecnologías de la información y la comunicación en sus actividades cotidianas para mejorar la eficiencia, la productividad y la competitividad. Estas herramientas abarcan una amplia gama de aplicaciones, plataformas y sistemas que facilitan tareas como gestión de datos, comunicación virtual, análisis de información, automatización de procesos, marketing digital, entre otros. La adopción de herramientas digitales transforma la manera en que se realizan las operaciones comerciales y administrativas, permitiendo una mayor agilidad, alcance y precisión en las tareas diarias. Asimismo, contribuye a la generación de nuevas oportunidades de negocio, la optimización de recursos y la mejora en la experiencia del cliente. La correcta implementación y uso de estas herramientas puede impactar positivamente en el crecimiento y desarrollo sostenible de las organizaciones.

Materiales y métodos

La presente investigación adopta un enfoque mixto y utiliza un diseño no experimental con nivel correlacional, con el objetivo de recopilar datos que permitan obtener un resultado preciso. Según Creswell (2015), la investigación mixta hace uso de la recopilación y análisis de datos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio, lo que permite una comprensión más completa y detallada de lo que se está estudiando. La investigación que se llevó a cabo es de tipo aplicada, ya que su propósito principal fue utilizar los conocimientos teóricos para solucionar problemas prácticos. Ésta se enfoca en resolver problemas prácticos del mundo real, utilizando la teoría y los métodos de investigación para desarrollar soluciones efectivas y aplicables en situaciones prácticas" (Easterby-Smith, & Jackson, 2012).

En cuanto al nivel de estudio, la investigación se considera correlacional, ya que se refiere a una medida estadística que evalúa la relación entre dos o más variables. Su objeto es identificar y medir las relaciones entre ellas, lo que permite evaluar la dirección y la fuerza de la asociación, así como predecir el comportamiento de una variable a partir de otra (Bryman, 2016). De igual modo, el diseño de la investigación es no experimental, pues, como menciona Hernández (2014), en el desarrollo del estudio las variables no presentan cambios ni son afectadas, sino que se presentan en su entorno natural para posteriormente ser evaluadas.

En este sentido, la población objeto de estudio se refiere al conjunto completo de individuos que cumplen con ciertas especificaciones para ser incluidos en la investigación (Fernández, 2017). La población está conformada específicamente por 169 comerciantes del mercado San Martín en Lambayeque, sitio que fue seleccionado debido a la necesidad de investigar el uso del crédito formal para el crecimiento económico en ese lugar. Además, solo se incluyeron comerciantes que hayan obtenido crédito formal de alguna institución financiera durante el periodo de estudio.

La estrategia de muestreo fue necesaria para poder recolectar información que permita responder a las preguntas de investigación. Según Hernández (2014), la selección de una muestra representativa de la población de estudio tiene como objetivo fundamental inferir conclusiones válidas sobre la población en su conjunto.

En esta investigación, la población fue definida por la necesidad de estudiar el uso del crédito formal para el crecimiento económico, centrándose en el Mercado San Martín en Lambayeque. La población total está constituida por 169 comerciantes, bajo el criterio de inclusión específico de que hayan obtenido crédito formal de alguna institución financiera durante el periodo de

estudio. Para determinar el tamaño muestral representativo de esta población, se aplicó la fórmula estadística utilizando un nivel de confianza del 90%, un margen de error del 5%, un valor Z de 1.64 y una proporción (p) de 0.5.

Tabla 1:

Criterios de selección

Parametro	Valor
Población	169
Valor de Z	1.64
Proporcion	50.00%
Error	5.00%
Tamaño de muestra	104

Nota: La muestra representativa fue de 104 comerciantes con 90% de confianza y 5% de error.

Operacionalización de variables:

Para llevar a cabo el análisis de los datos obtenidos, se utilizará SPSS y el método baremos. Asimismo, se aplicarán pruebas estadísticas como la correlación de Pearson y el análisis de regresión para determinar si existe una relación significativa entre el acceso al crédito formal y el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín. Además, se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva sobre los conceptos relacionados al crédito formal y su impacto en el crecimiento económico, con el fin de contextualizar el problema y establecer una base teórica sólida para la investigación.

Tabla 2:

Operacionalización de variables

Variables	Dimenciones	Indicadores	Tecnica e instrumento	objetivos específicos
CRÉDITO FORMAL	Requisitos para obtener un crédito financiero	Capacidad de pago	ENCUESTA	Identificar las características de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
		Historial crediticio		
		Garantías		
	Políticas de crédito	Tasa de interés		Analizar el uso del crédito formal en los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
		Plazos		
	Productos financieros	Crédito personal		
		Tarjeta de crédito		
		Crédito de consumo		
CRECIMIENTO ECONÓMICO	Inversión	Ahorros		Evaluar el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
		Acceso a crédito formal		
	Mejora en la calidad de vida	Acceso a servicios básicos		
		Acceso a servicios de salud público o privado		
	Innovación de tecnología	Uso de celular para transacciones o comunicación con los		Plantear estrategias que impacten en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque.
		Adopción a herramientas digitales		

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

La investigación empleará la técnica que es mediante una encuesta y como instrumentos será el cuestionario donde se detallará preguntas que sean minuciosas, precisas y de fácil comprensión, será destinada a los comerciantes del mercado San Martin de Lambayeque 2023. Por último, el procesamiento de datos se utilizará para poder analizar el crecimiento económico de los comerciantes y se empleará el método estadístico Baremos simple a través del SPSS.

Procedimientos:

Se comenzó a elaborar instrumentos de recopilación de datos, como una guía de encuesta. La encuesta fue formulada a los comerciantes del mercado San Martin que pertenecen a nuestra muestra, las respuestas fueron tabuladas y permitieron contrastar nuestra hipótesis y los resultados obtenidos.

Plan de procesamiento y análisis de datos:

Y en cuanto al procesamiento de datos, una vez aplicada la encuesta a los jóvenes universitarios, se pasará los datos obtenidos a una tabla de Excel, en donde se realizarán los cuadros estadísticos y gráficos correspondientes, para luego analizar dicha información obtenida, por la encuesta aplicada.

Matriz de consistencia:

Tabla 3:

Matriz de consistencia

<table>
<tr><th>Problema principal</th><th>Objetivo Principal</th><th>Hipótesis</th><th colspan="3">Variables</th></tr>
<tr><td rowspan="6">¿De qué manera el crédito formal impacta en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San MartinLambayeque 2023?</td><td>• Analizar los efectos de un crédito formal y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado Lambayeque 2023.</td><td rowspan="6">Existe una relacion proporcional entre el Credito Formal y su impacto en el Crecimiento Económico de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque 2023</td><td colspan="3">Variable 1: CRÉDITO FORMAL
Variable 2: CRECIMIENTO ECONÓMICO</td></tr>
<tr><td>Objetivos específicos</td><td>Dimensiones</td><td colspan="2">Indicadores</td></tr>
<tr><td>1. Identificar las caracteristicas de los comerciantes del mercado San Martin-Lambayeque 2023.</td><td colspan="3">Variable 1: CRÉDITO FORMAL</td></tr>
<tr><td>2. Analizar el uso del crédito formal en los comerciantes del mercado San Martin-Lambayeque 2023.</td><td rowspan="3">Requisitos para obtener un crédito financiero</td><td>Capacidad de pago</td></tr>
<tr><td>3. Evaluar el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque 2023.</td><td>historial crediticio</td></tr>
<tr><td>4. Plantear estrategias que impacten en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque</td><td>Garantias</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Politicas de crédito</td><td>Tasas de interés</td></tr>
<tr><td>Plazos</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Productos financieros</td><td>crédito personal</td></tr>
<tr><td>Tarjeta de crédito</td></tr>
<tr><td>Crédito de consumo</td></tr>
<tr><td colspan="3">Variable 2: CRECIMIENTO ECONÓMICO</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Inversión</td><td>Ahorros</td></tr>
<tr><td>Acceso a crédito formal</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Mejora en la calidad de vida</td><td>Acceso a servicios básicos</td></tr>
<tr><td>Acceso a servicios de salud público o privado</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Innovación de tecnologia</td><td>Uso de celular para transacciones o comunicación con los clientes y</td></tr>
<tr><td>Adopción de herramientas digitales</td></tr>
<tr><td>Enfoque, tipo nivel y diseño de investigación</td><td colspan="2">Población, muestra, muestreo</td><td colspan="3">Procedimiento y procesamiento de datos</td></tr>
<tr><td>Enfoque: mixto
Tipo: aplicada
Nivel: correlacional
Diseño: no experimental</td><td colspan="2">Población: 169 puestos de mercado
Muestra: 104 comerciantes
Muestreo: probabilistico</td><td colspan="3">La información se recolectará a traves de una encuesta fisica a los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque, para el procesamiento de datos se será el SPSS</td></tr>
</table>

Consideraciones éticas:

Tabla 4:

Consideraciones éticas de la investigación

Responsabilidad	Se respetaron las distintas pautas y normativas establecidas por la casa de estudios, lo que posibilitó la realización de un trabajo que cumplió con los estándares éticos requeridos por la carrera universitaria.
Confiabilidad	La investigación se basa en información veraz, y los datos recopilados provienen directamente de los comerciantes del mercado. Se garantiza que la información no ha sido alterada de ninguna manera, manteniendo la integridad y la fidelidad de los datos obtenidos.
Objetividad	Al plantear los distintos objetivos de la investigación, se tuvo en cuenta aspectos que contribuirán a enriquecer y aportar valor significativo al estudio. Se buscó asegurar que los objetivos planteados no solo cumplan con los requisitos académicos, sino que también generen un impacto relevante en el ámbito de estudio.

En el presente proyecto de tesis, se ha hecho cumplimiento desde el inicio hasta su finalidad toda consideración ética impartido por la universidad. Como investigación se ha cumplido con los diversos principios morales, mientras que en un aspecto académico se ha mantenido los diversos lineamientos y reglas impartidas por la casa de estudios, permitiendo realizar un trabajo de acorde a las exigencias éticas de la escuela profesional.

Muestra originalidad del autor y sus referencias en formato APA de los autores que han sido considerados en el proyecto de tesis. Tanto así, la investigación es verídica por el hecho de que los datos recolectados han sido analizados sin ninguna modificación.

Asimismo, los principales principios éticos que tiene la investigación se centran en: objetividad al momento de plantear los diversos objetivos de la investigación, confiabilidad de que la investigación es verídica, compromiso ético profesional y confidencialidad de los datos obtenido de los puestos del mercado.

Resultados y discusión

Para poder conocer las características generales de los comerciantes, se pudo contar con los resultados de la encuesta aplicada. A través de esta, se obtendrá información necesaria para

alcanzar el objetivo y poder tener un mayor entendimiento de las características particulares de los comerciantes.

Resultados

- **Identificar las características de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.**

Tabla 5:

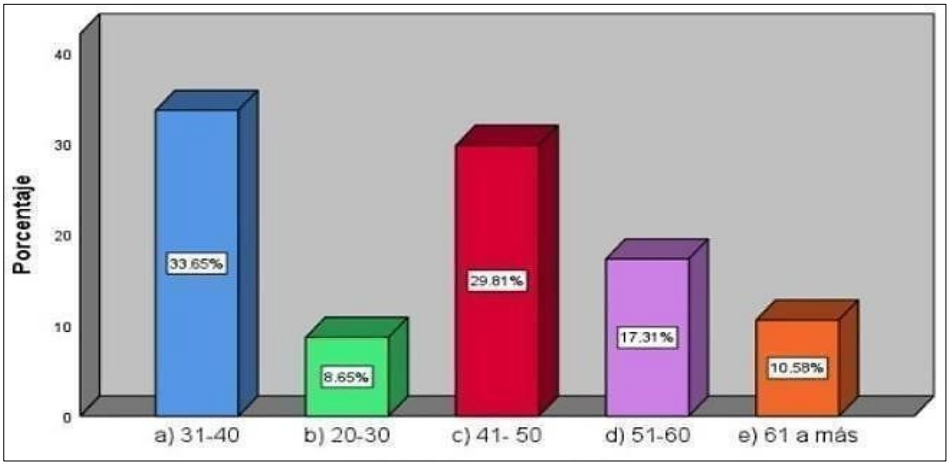
Edad de los comerciantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) 31 - 40	35	33.7	33.7	33.7
	b) 20 - 30	9	8.7	8.7	42.3
	c) 41 - 50	31	29.8	29.8	72.1
	d) 51 - 60	18	17.3	17.3	89.4
	e) 61 a más	11	10.6	10.6	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: La mayoría de los comerciantes encuestados tienen entre 31 y 40 años, evidenciando que predominan edades maduras para la actividad comercial.

Figura 1:

Edad de los comerciantes



Nota: Se observa que el grupo predominante de comerciantes se encuentra entre 31 y 40 años (33.65%).

En la figura N°01 se observa que el mayor porcentaje oscila entre 31 a 40 años de edad representado por 33.65 %, mientras que entre 41 y 50 años representa 29.81 % y entre 51 a 60 años representa 17.31%, eso quiere decir que el mayor porcentaje se encuentra en personas con una edad madura y suficiente para llevar a cabo una buena actividad comercial.

Tabla 6:

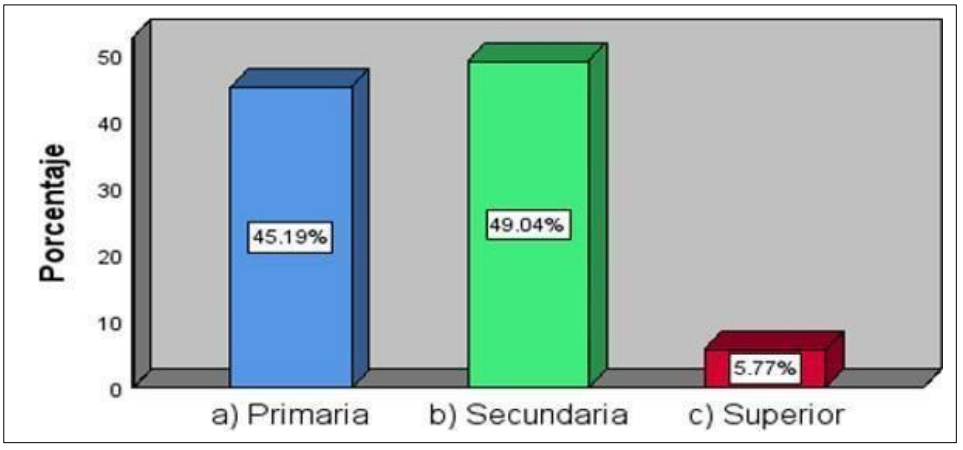
Nivel de educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) Primaria	47	45.2	45.2	45.2
	b) Secundaria	51	49.0	49.0	94.2
	c) Superior	6	5.8	5.8	100.0
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El nivel educativo predominante es secundaria (49.04%), seguido de primaria (45.19%), reflejando limitaciones en formación académica.

Figura 2:

Nivel de educación



Nota: El 49.04% de los comerciantes alcanzó educación secundaria, seguido de un 45.19% con primaria.

En la figura N°02 se observa que el nivel de educación de los comerciantes, en su mayoría se encuentran en educación secundaria, representado por 104 comerciantes y un 49.04 % ha obtenido educación secundaria, asimismo el 45.19% se encuentra con un nivel de educación primaria y solo el 5.77% de los comerciantes se encuentran dentro del nivel superior, lo cual es una desventaja, ya que, en su gran mayoría los comerciantes desconocen acerca del sistema financiero.

Tabla 7:

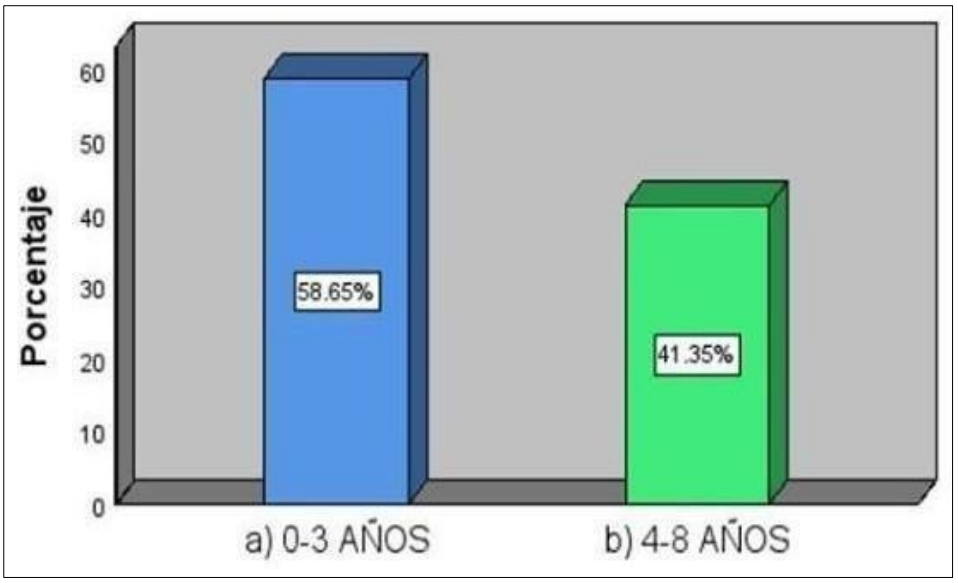
Antigüedad del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) 0 - 3 años	61	58.7	58.7	58.7
	b) 4 - 8 años	43	41.3	41.3	100.0
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 58.65% de los comerciantes tienen de 0 a 3 años con su negocio, mostrando negocios aún en consolidación.

Figura 3:

Antigüedad del negocio



Nota: La mayoría de los comerciantes tiene entre 0 y 3 años de antigüedad en su negocio

En la figura N°03 se observa que el 41.35% de los encuestados indica que tiene de 4 a 8 años trabajando en el mercado y el 58.65% dice que tiene de 0 a 3 años. Esto sugiere que en su mayoría los comerciantes tienen de 0 a 3 obteniendo un posicionamiento en el mercado que les ha permitido generar ingresos.

Tabla 8:

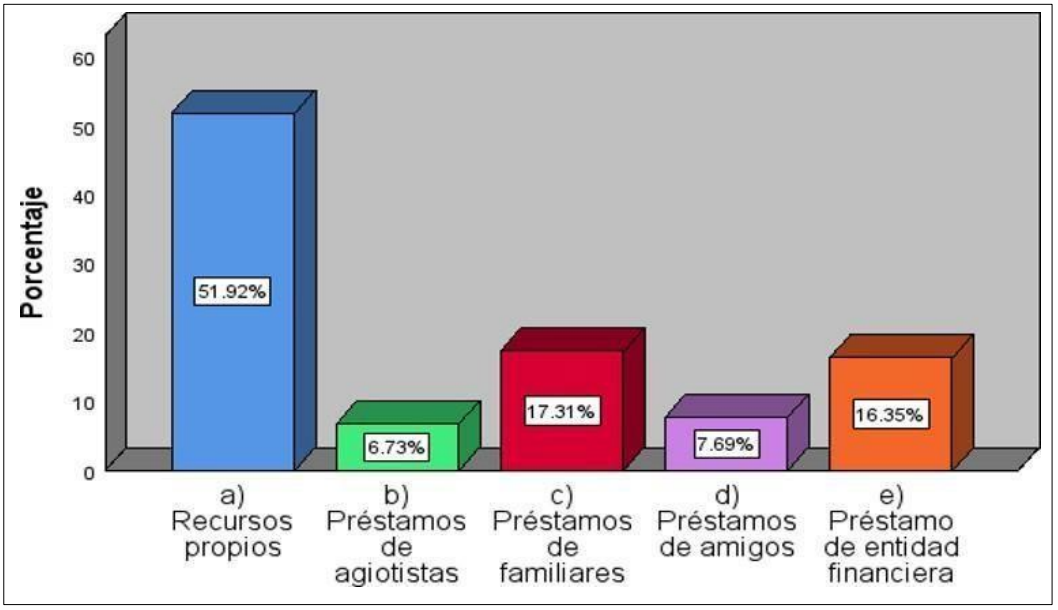
Tipo de recursos para el inicio del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) Recursos propios	54	51.9	51.9	51.9
	b) Préstamos de agiotistas	7	6.7	6.7	58.7
	c) Préstamos de familiares	18	17.3	17.3	76.0
	d) Préstamos de amigos	8	7.7	7.7	83.7
	e) Préstamo de entidad financiera	17	16.3	16.3	100.0
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 51.92% inició su negocio con recursos propios, mientras otros recurrieron a créditos o préstamos familiares.

Figura 4:

Tipo de recursos para el inicio del negocio



Nota: El inicio de los negocios se financió principalmente con recursos propios (51.92%).

En la figura N°04 se observa que han iniciado los comerciantes, es con sus recursos propios, obteniendo un porcentaje de 51.92%, además un porcentaje igual a 16.35% optó por obtener un préstamo de una entidad financiera, mientras que otro 17.31 % recurrió a préstamos familiares para iniciar su negocio, y un 6.73 % con préstamos de agiotistas. Esto indica que la mayoría de los comerciantes inician con recursos propios, pero también hay una considerable cantidad que recurre a préstamos externos, ya sea de entidades financieras, familiares o

agiotistas. Esto muestra la variedad de estrategias financieras empleadas al iniciar un negocio.

Tabla 9:

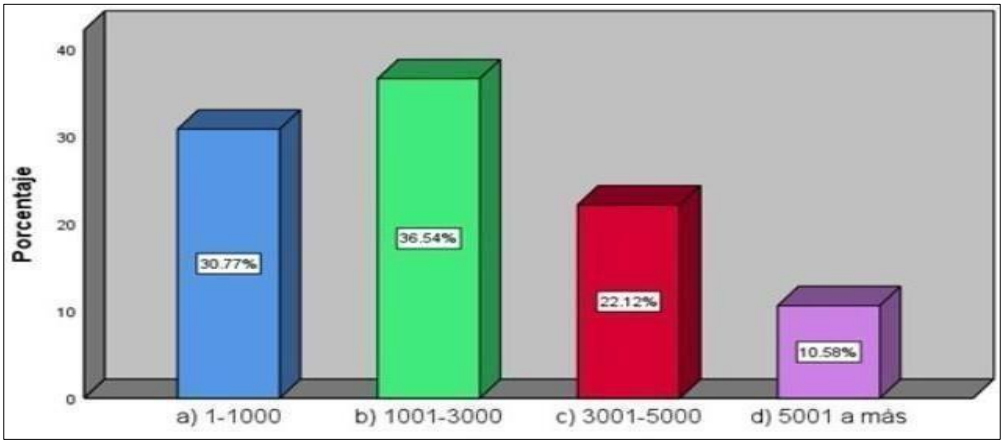
Capital de trabajo mensual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) 1 - 1000	32	30.8	30.8	30.8
	b) 1001 - 3000	38	36.5	36.5	67.3
	c) 3001 - 5000	23	22.1	22.1	89.4
	d) 5001 a más	11	10.6	10.6	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 54.8% de los encuestados trabaja con un capital de 1001 a 3000 soles, indicando un nivel medio de inversión mensual.

Figura 5:

Capital de trabajo mensual



Nota: El capital mensual más frecuente es de 1001 a 3000 soles (54.8%).

En la figura N°05 se observa que el 54.8% de los encuestados indicó que trabajan mensualmente con un capital de 1001 a 3000. como también el 30.8% trabaja con un capital de 1 a 1000 soles. El 10.6% trabaja con un capital de 5001 a 7000 y un pequeño porcentaje de comerciantes trabaja con 5001 a 7000. estos datos revelan una distribución variada en cuanto al capital mensual con el que trabajan los encuestados, destacando la predominancia de aquellos que operan con montos entre 1001 y 3000 soles. Esto ofrece una visión amplia de las escalas comerciales presentes en la muestra encuestada.

Tabla 10:

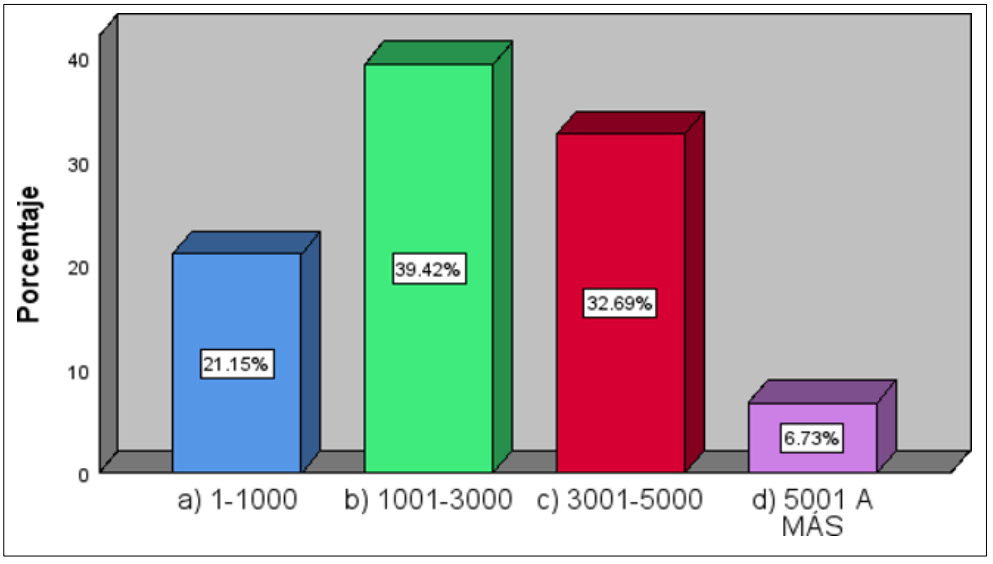
Ventas mensuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) 1 - 1000	22	21.2	21.2	21.2
	b) 1001 - 3000	41	39.4	39.4	60.6
	c) 3001 - 5000	34	32.7	32.7	93.3
	d) 5001 a más	7	6.7	6.7	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: La categoría más común de ventas mensuales es de 3001 a 5000 soles (32.69%).

Figura 6:

Ventas mensuales



Nota: El rango de ventas más común es de 3001 a 5000 soles (32.69%).

En la figura N°06 se observa que se puede concluir que las ventas mensuales de los negocios encuestados varían significativamente. El 32.69 % de los encuestados reportaron ventas en el rango de 3.001 a 5.000 soles, lo que indica que esta es la categoría más común. Además, el 21.15 % de los negocios encuestados tienen ventas mensuales de 1 a 1.000 soles, seguido por el 39.42% que reporta ventas de 1.001 a 3.000 soles. Un pequeño porcentaje de 6.73% dio a conocer que ventas mensuales de 5.001 soles o más. Estos resultados reflejan la diversidad en el nivel de ingresos de los negocios encuestados y sugieren que hay rendimiento económico entre ellos.

Tabla 11:

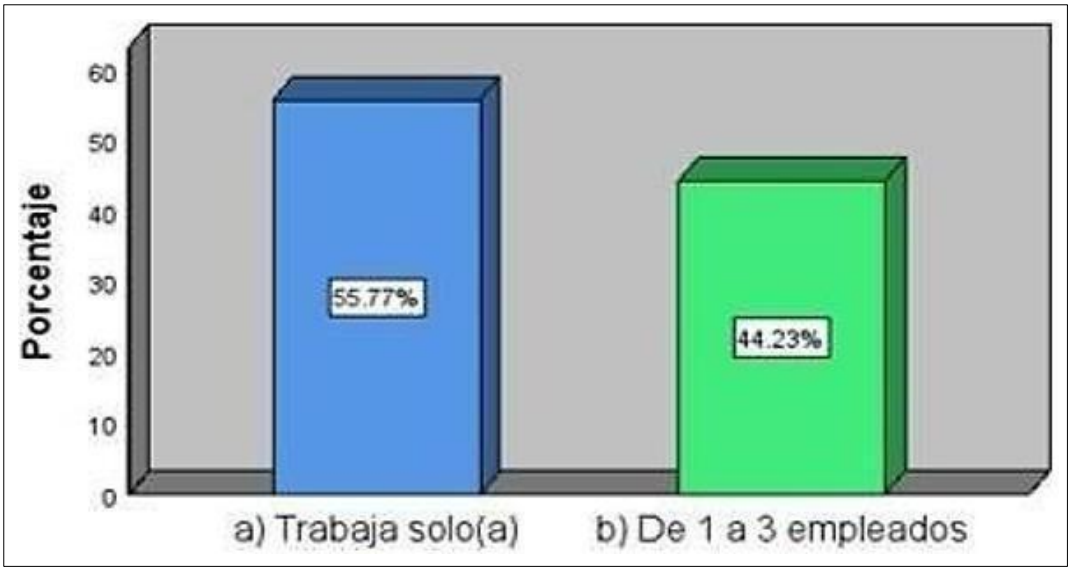
Trabajadores con los que cuenta su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) Trabaja solo (a)	58	55.8	55.8	55.8
	b) De 1 a 3 empleados	46	44.2	44.2	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: La mayoría de los negocios son unipersonales (55.77%), aunque algunos cuentan con hasta 3 empleados.

Figura 7:

Trabajadores con los que cuenta su negocio



Nota: La mayoría de los negocios son unipersonales (55.77%).

En la figura N°07 se observa que el 55.77%b de los negocios encuestados son manejados por una sola persona, lo que indica que son emprendimientos unipersonales. Sin embargo, el 44.23% cuenta con, entre 1 y 3 empleados, lo que sugiere que algunos negocios han logrado expandirse y contratar personal adicional. Estos resultados reflejan el tamaño de los negocios encuestados y muestran diferentes niveles de estructura organizativa y crecimiento.

Tabla 12:

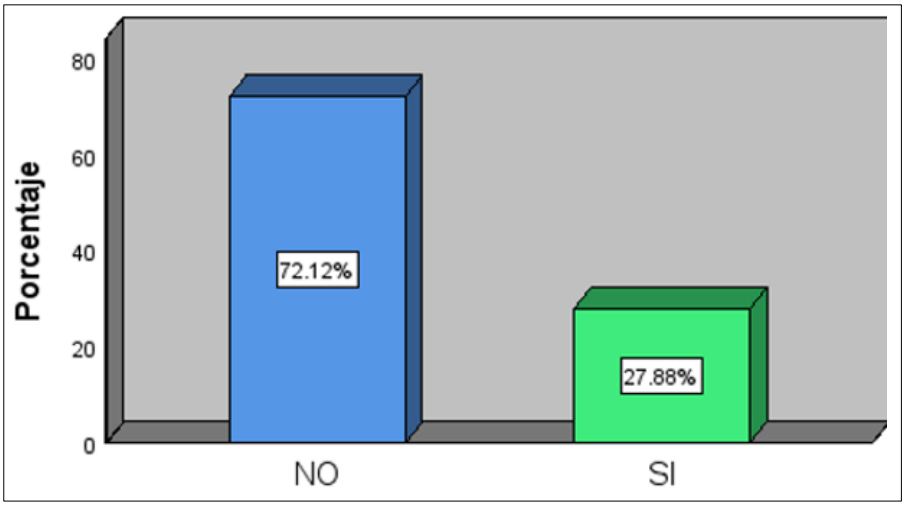
Tiene otra fuente de ingresos aparte de su negocio en el mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	75	72.1	72.1	72.1
	SI	29	27.9	27.9	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 72.12% depende únicamente de su negocio en el mercado como fuente de ingresos.

Figura 8:

Tiene otra fuente de ingresos aparte de su negocio en el mercado



Nota: El 72.12% de los comerciantes no tiene otra fuente de ingresos aparte de su negocio.

En la figura N°08 se observa que el 72.12% de los encuestados indicaron que no tienen ninguna otra fuente de ingresos aparte de su negocio en el mercado. Sin embargo, un porcentaje el 27.88% afirmó tener otra fuente de ingresos adicional a su negocio principal. estos datos revelan que la mayoría de los encuestados dependen únicamente de sus negocios en el mercado como su principal fuente de ingresos, pero también hay una proporción no despreciable que cuenta con otras fuentes de ingresos adicionales. Esto ofrece una visión clara sobre la dependencia económica y la diversificación de ingresos en la muestra encuestada.

Tabla 13:

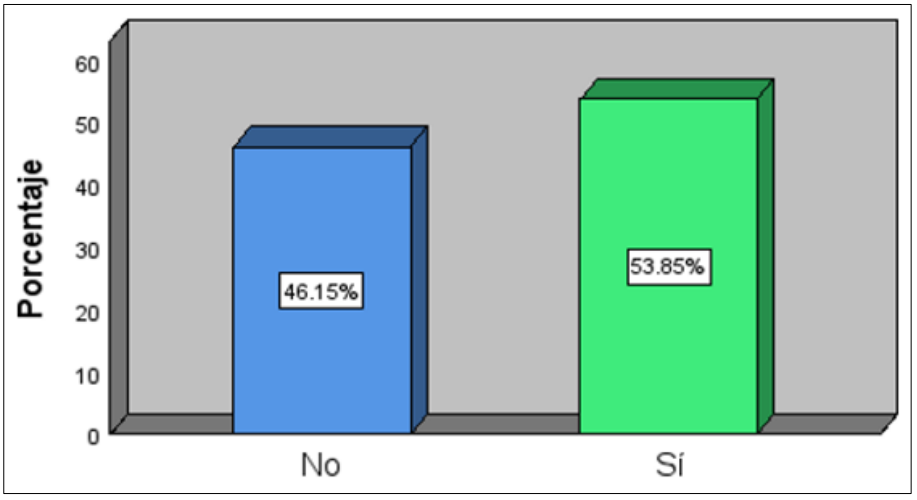
El comerciante es la única persona que genera ingresos en su hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	48	46.2	46.2	46.2
	SI	56	53.8	53.8	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 53.85% de los comerciantes es la única persona que genera ingresos en su hogar.

Figura 9:

El comerciante es la única persona que genera ingresos en su hogar



Nota: El 53.85% de encuestados es la única persona que genera ingresos en su hogar.

En la figura N°09 se observa que el 53.85% de los encuestados son la única persona que genera ingresos en su hogar. Esto indica que hay otras personas en el hogar que también contribuyen económicamente. Por otro lado, el 46.15% indicó no ser la única fuente de ingresos en su hogar. Esto sugiere que hay emprendedores que asumen la responsabilidad principal de mantener el sustento económico de su hogar.

Tabla 14:

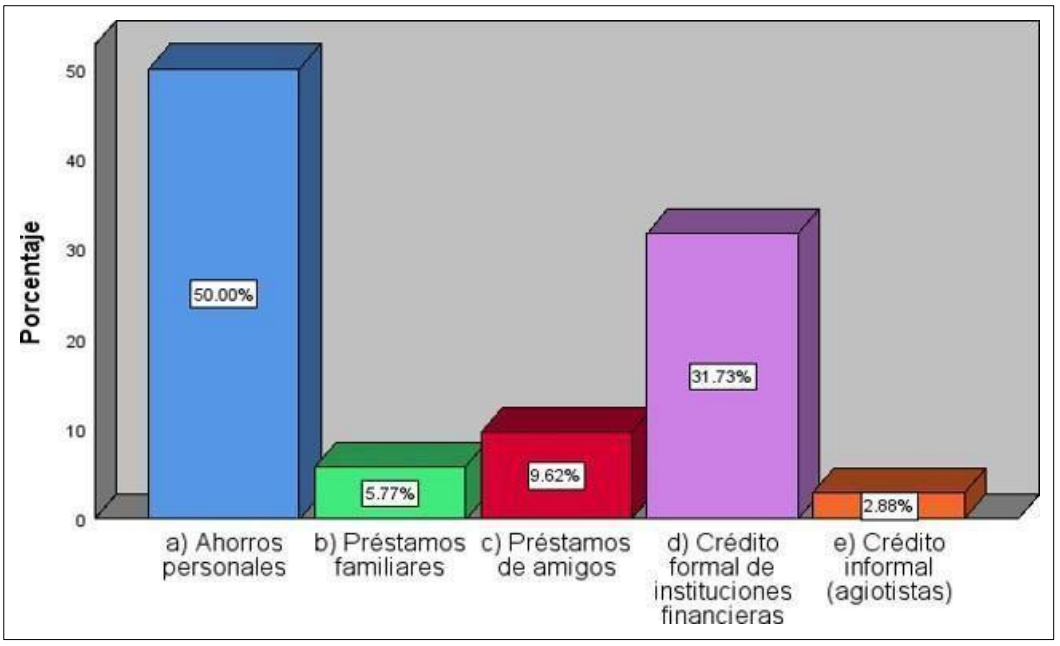
Principal fuente de financiamiento para su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	a) Ahorros personales	52	50.0	50.0	50
	b) Préstamos familiares	6	5.8	5.8	55.8
	c) Préstamos de amigos	10	9.6	9.6	65.4
	d) Crédito formal de instituciones financieras	33	31.7	31.7	97.1
	e) Crédito informal (agiotistas)	3	2.9	2.9	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 50% de los comerciantes financian sus negocios con ahorros propios.

Figura 10:

Principal fuente de financiamiento para su negocio



Nota: El 50% de los comerciantes financian sus negocios con ahorros propios.

En la figura N°10 se observa que el 50.00% de los encuestados utilizan sus ahorros personales como principal fuente de financiamiento para sus negocios. Esto indica que muchos emprendedores confían en sus propios recursos para iniciar o mantener sus actividades comerciales. Además, el 31.73% recurre a créditos formales de instituciones financieras, algunos emprendedores optan por obtener financiamiento externo para impulsar su negocio. Un pequeño porcentaje de 9.62% utiliza préstamos de amigos, mientras que el 5.77% recurre a préstamos familiares. Un número reducido utiliza crédito informal como fuente de

financiamiento. Esto refleja variedad de estrategias financieras utilizadas por los emprendedores encuestados, destacando la importancia de la planificación de recursos adecuados para el desarrollo y crecimiento de los negocios.

Dentro de las características generales de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque, se observa que los encuestados tienen entre 31 y 40 años edad señalan que se encuentran en una etapa madura para llevar a cabo actividades comerciales. Además, la educación secundaria es una característica predominante entre los comerciantes por haber obtenido el mayor porcentaje. El mercado en el que operan está mayormente compuesto por negocios de 0 a 3 años obteniendo un posicionamiento en el mercado que les ha permitido generar ingresos. En cuanto al inicio de los negocios, la mayoría de los comerciantes utilizan recursos propios, pero también recurren a préstamos de entidades financieras, familiares o agiotistas. En términos de capital mensual, la mayoría trabaja con montos entre 1001 y 3000 soles. Las ventas mensuales más comunes están en el rango de 3.001 a 5.000 soles. Además, la mayoría de los negocios encuestados son manejados por una sola persona, pero un porcentaje significativo cuenta con 1 y 3 empleados, lo que indica cierto nivel de expansión y contratación de personal adicional. Según el 72.12% de los encuestados dependen únicamente de sus negocios en el mercado como principal fuente de ingresos, mientras que el 27.88% cuenta con otra fuente de ingresos adicional, lo cual significa que los comerciantes son cabeza principal en su hogar. Además, se observa que el 50.00% de los encuestados utilizan sus ahorros personales como principal fuente de financiamiento para sus negocios, mientras que el 31.73% recurre a créditos formales de instituciones financieras. Esto refleja una variedad de estrategias financieras utilizadas por los emprendedores encuestados, destacando la importancia de la planificación de recursos adecuados para el desarrollo y crecimiento de los negocios.

- **Analizar el uso del crédito formal en los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.**

Tabla 15:

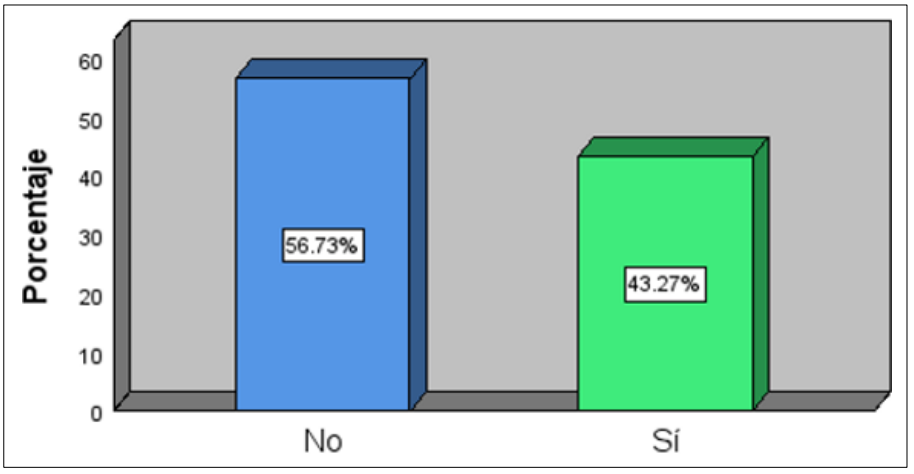
Cuenta con crédito formal emitido por una entidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	59	56.7	56.7	56.7
	SI	45	43.3	43.3	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 56.73% no accedió a crédito formal, frente al 43.27% que sí lo obtuvo.

Figura 11:

Cuenta con crédito formal emitido por una entidad financiera



Nota: El 56.73% no accedió a crédito formal, frente al 43.27% que sí lo obtuvo.

En la figura N°11 se observa que el 56.73% de comerciantes encuestados no ha obtenido un crédito formal y el 43.27% nos indica lo contrario. Esto sugiere que la mayor cantidad de comerciantes no adquieren un crédito formal, pero un alto porcentaje aun optan por otros recursos, además algunos de ellos desconocen del crédito formal, como también hay personas que invierten sus ahorros en su negocio.

Tabla 16:

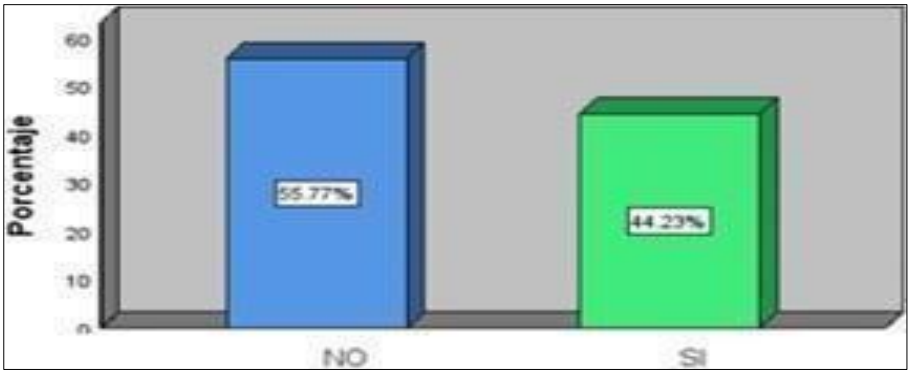
Cuenta con un crédito de capital de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	58	55.8	55.8	55.8
	SI	46	44.2	44.2	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 55.77% no tuvo crédito de capital de trabajo, mientras el 44.23% sí lo recibió.

Figura 12:

Cuenta con un crédito de capital de trabajo



Nota: El 55.77% no tuvo crédito de capital de trabajo, mientras el 44.23% sí lo recibió.

En la figura N°12 se observa que el 55.77% de encuestados no ha obtenido un crédito de capital de trabajo y el 44.23% nos indica que ha tenido la oportunidad de obtener un crédito de capital de trabajo. Esto sugiere que la mayoría de encuestados aún no ha tenido la oportunidad de contar con un capital de trabajo, como también algunos de ellos no tienen conocimiento del crédito de capital de trabajo.

Tabla 17:

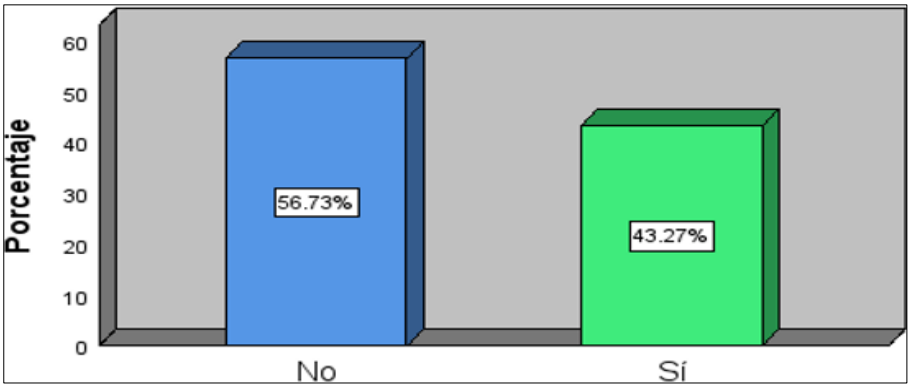
Cuenta con crédito personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	59	56.7	56.7	56.7
	SI	45	43.3	43.3	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 43.27% obtuvo crédito personal, y el 56.73% no accedió a este financiamiento.

Figura 13:

Cuenta con crédito personal



Nota: El 43.27% obtuvo crédito personal, y el 56.73% no accedió a este financiamiento.

En la figura N°13 se observa que el 43.27% de encuestados ha obtenido un crédito personal y el 56.73% nos indica lo contrario. Esto sugiere que un porcentaje alto cuenta con crédito personal, pero el mayor porcentaje de encuestados no ha tenido la capacidad de obtener un crédito de personal, o algunos de ellos desconocen dicho crédito.

Tabla 18:

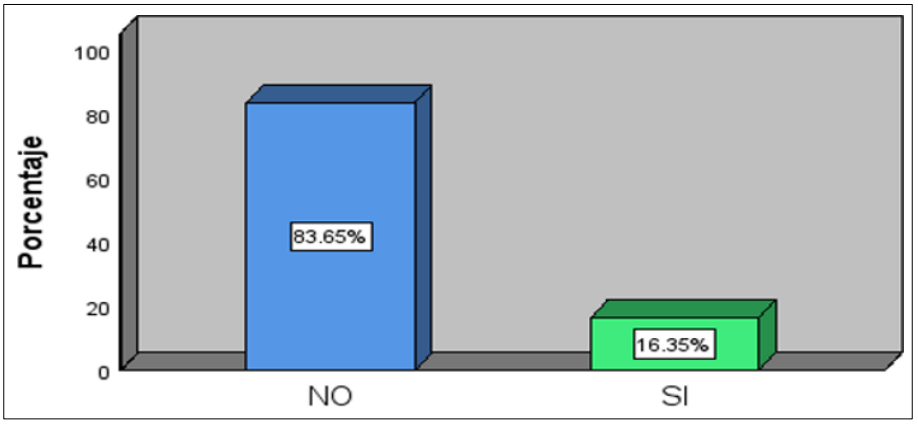
Cuenta con crédito de consumo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	87	83.7	83.7	83.7
	SI	17	16.3	16.3	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: Solo el 16.35% accedió a crédito de consumo, mientras que el 83.65% no lo hizo.

Figura 14:

Cuenta con crédito de consumo



Nota: Solo el 16.35% accedió a crédito de consumo, mientras que el 83.65% no lo hizo.

En la figura N°14 observamos que el 16.35% de encuestados ha obtenido un crédito de consumo y el 83.65% nos indica que no cuenta con dicho crédito. Esto sugiere que en su mayoría los comerciantes desconocen de este tipo de crédito, es por ello que adquieren otros tipos de créditos.

Tabla 19:

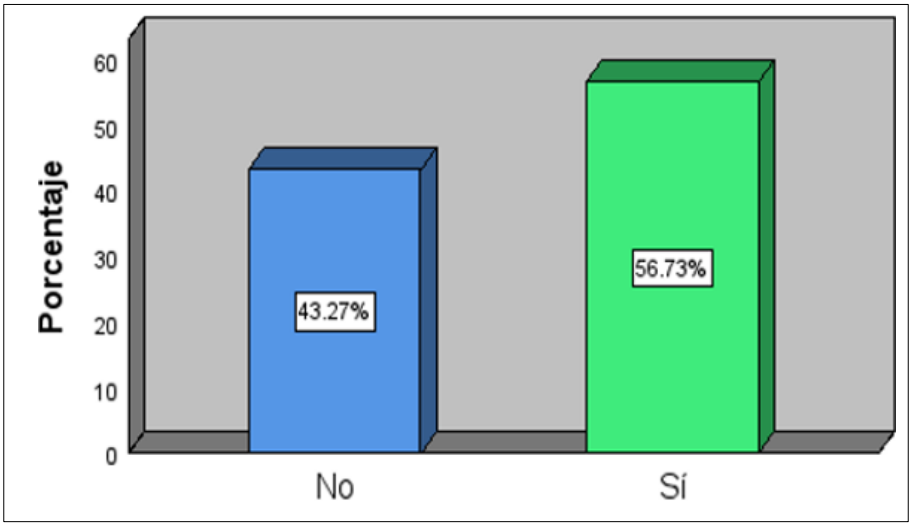
Cuenta con tarjeta (s) de crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	45	43.3	43.3	43.3
	SI	59	56.7	56.7	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 56.73% cuenta con tarjeta de crédito, frente al 43.27% que no posee.

Figura 15:

Cuenta con tarjeta (s) de crédito



Nota: El 56.73% cuenta con tarjeta de crédito, frente al 43.27% que no posee.

En la figura N°15 podemos observar que el 56.73% de encuestados indican que Cuentan con tarjeta de crédito y el 43.27% dicen que no cuentan con tarjeta de crédito. Esto quiere decir que el mayor porcentaje recae en comerciantes que cuentan con tarjetas de crédito aprobadas por diferentes instituciones financieras.

Tabla 20:

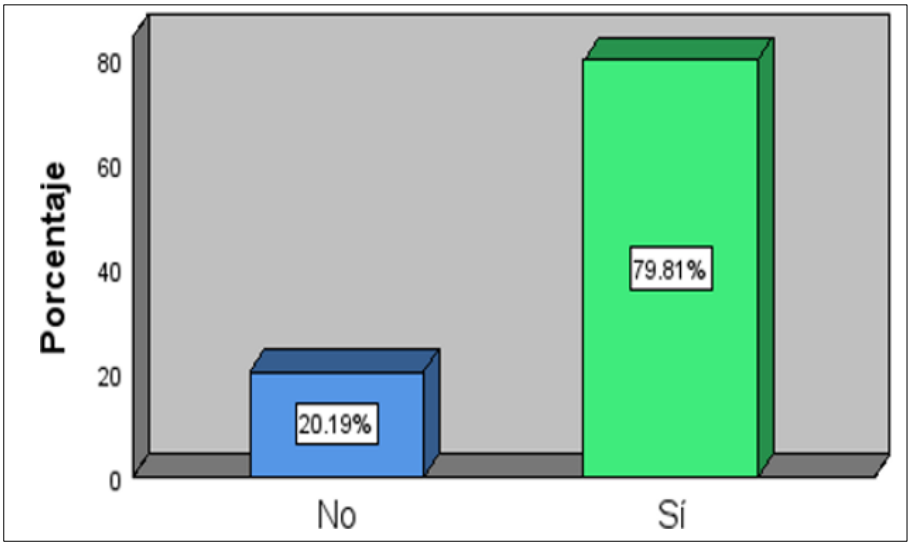
Tener acceso a un crédito formal impacta positivamente en su crecimiento económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	21	20.2	20.2	20.2
	SI	83	79.8	79.8	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 79.81% considera que el crédito formal impacta positivamente en su crecimiento.

Figura 16:

Tener acceso a un crédito formal impacta positivamente en su crecimiento económico



Nota: El 79.81% considera que el crédito formal impacta positivamente en su crecimiento.

En la figura N°16, el 79.81% de encuestados nos indican que el tener acceso a un crédito formal impacta positivamente en su crecimiento económico, mientras que el 20.19% considera lo contrario. Esto quiere decir que los encuestados consideran que en base al crédito formal su negocio ha impactado positivamente en su crecimiento económico.

Tabla 21:

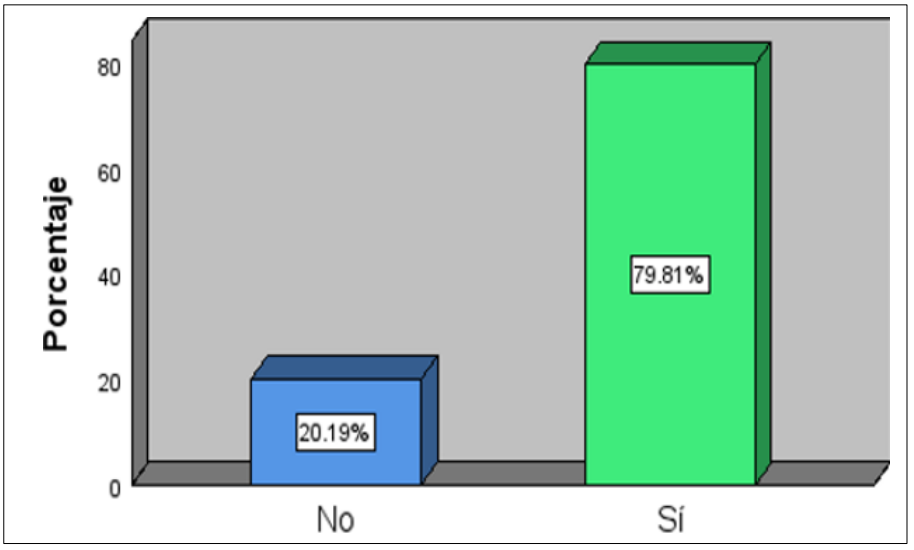
El crédito formal es más beneficioso que el crédito informal (agiotistas)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	21	20.2	20.2	20.2
	SI	83	79.8	79.8	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 79.81% afirma que el crédito formal es más beneficioso que el informal.

Figura 17:

El crédito formal es más beneficioso que el crédito informal (agiotistas)



Nota: El 79.81% afirma que el crédito formal es más beneficioso que el informal.

En la figura N°17 se observa que el 79.81% de encuestados indican que el crédito formal es más beneficioso que el crédito informal, mientras que el 20.19% opina lo contrario. Esto quiere decir que los comerciantes apuestan por un crédito formal porque les puede abrir las puertas a otros créditos financieros.

Tabla 22:

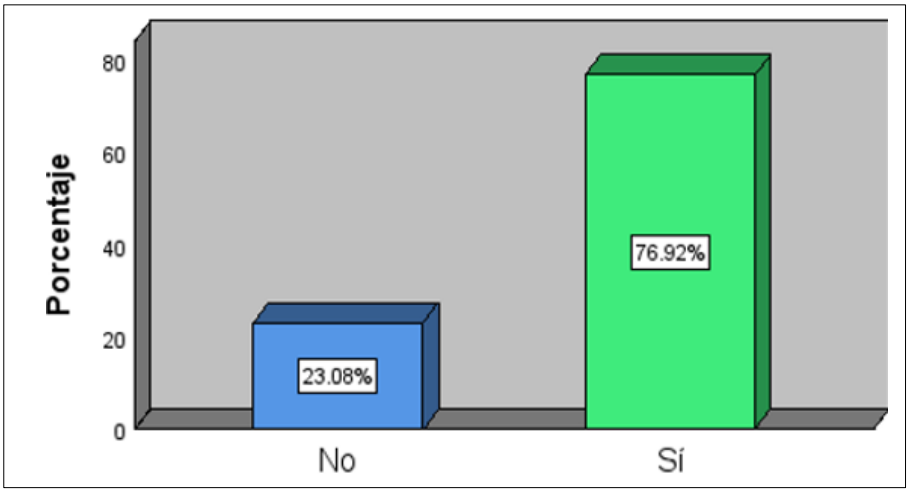
Las tasas de interés para un crédito formal son accesibles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	24	23.1	23.1	23.1
	SI	80	76.9	76.9	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 76.92% considera accesibles las tasas de interés de créditos formales.

Figura 18:

Las tasas de interés para un crédito formal son accesibles



Nota: El 76.92% considera accesibles las tasas de interés de créditos formales.

En la figura N°18 el 76.92% de encuestados considera que las tasas de interés para un crédito formal son accesibles, mientras que el 23.08% dicen que no. Esto sugiere que la mayoría de los comerciantes está de acuerdo con las tasas de interés que brindan las entidades financieras, y por ello, pueden pagar.

Tabla 23:

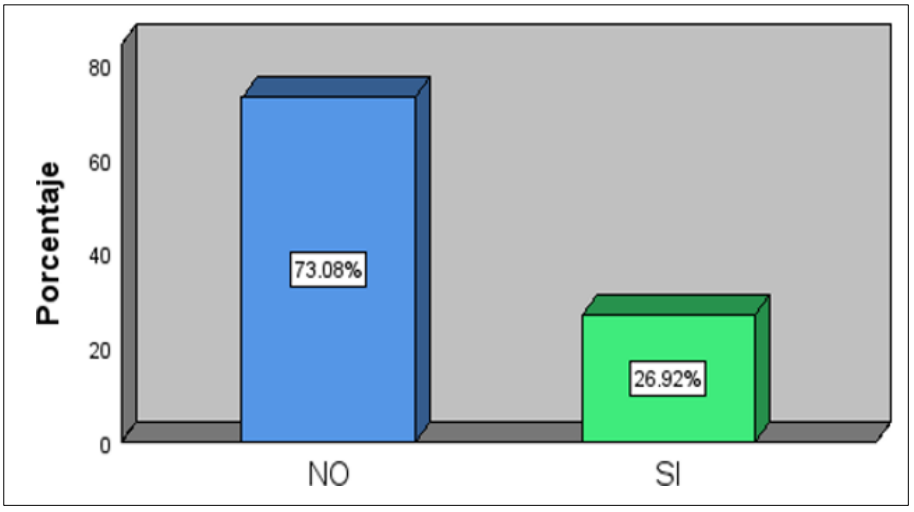
Tiene obstáculos para solicitar un crédito formal de una entidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	76	73.1	73.1	73.1
	SI	28	26.9	26.9	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 73.08% no tuvo obstáculos para acceder a crédito formal.

Figura 19:

Tiene obstáculos para solicitar un crédito formal de una entidad financiera



Nota: El 73.08% no tuvo obstáculos para acceder a crédito formal.

En la figura N°19 el 73.08% nos indica que no ha tenido obstáculos al solicitar un crédito formal. Mientras que el 26.92% indica que no ha podido obtener un crédito formal. Esto quiere decir que la mayoría puede acceder a un crédito formal sin problemas o que algunos de ellos aún no han obtenido algún crédito, ya sea, porque invierten sus ahorros, optan por créditos no formales o desconocen de un crédito formal.

Tabla 24:

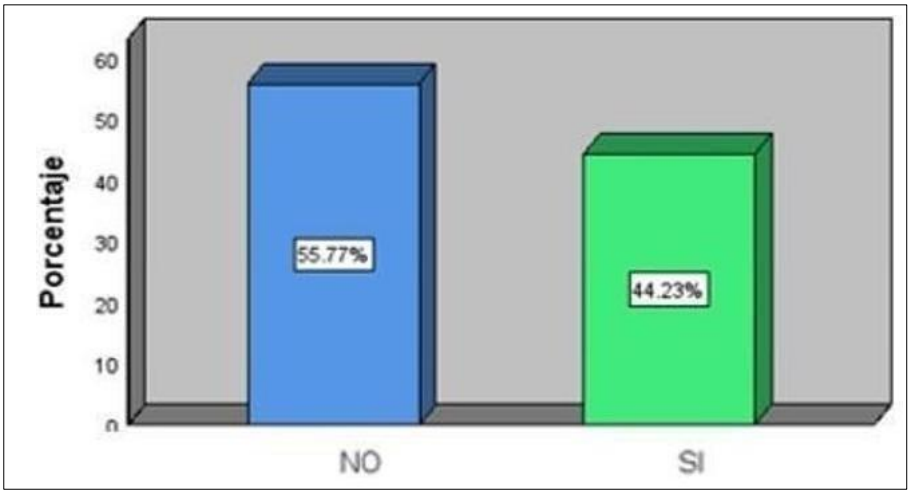
Ha dejado alguna vez garantías en entidades financieras para obtener un crédito formal para su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	58	55.8	55.8	55.8
	SI	46	44.2	44.2	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 44.23% entregó garantías para obtener crédito formal, mientras el 55.77% no lo hizo.

Figura 20:

Ha dejado alguna vez garantías en entidades financieras para obtener un crédito formal para su negocio



Nota: El 44.23% entregó garantías para obtener crédito formal, mientras el 55.77% no lo hizo.

En la figura N°20 el 44.23 % de encuestados indican que ha utilizado garantías para obtener un crédito formal para su negocio mientras que el 55.77 % considera que no. Esto quiere decir que el mayor porcentaje de comerciantes han tenido que dejar algún tipo de garantía liquida o de bienes para la obtención de un crédito.

Tabla 25:

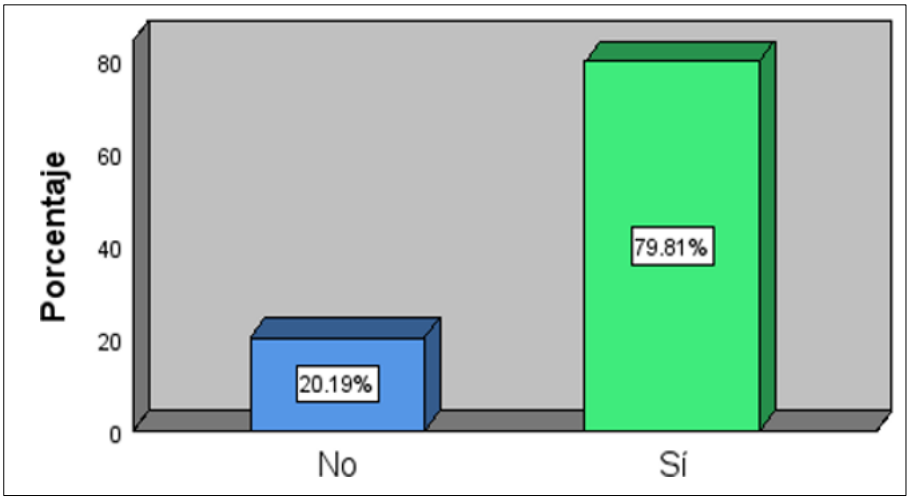
Conoce que es un historial crediticio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	21	20.2	20.2	20.2
	SI	83	79.8	79.8	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 79.81% conoce qué es un historial crediticio.

Figura 21:

Conoce que es un historial crediticio



Nota: El 79.81% conoce qué es un historial crediticio.

En la figura N°21 el 79.81% de encuestados nos indican que tienen conocimiento sobre un historial crediticio, mientras que el 20.19%opina lo contario. estos resultados sugieren que la mayoría de los comerciantes están informados sobre historiales crediticios, pero aún queda trabajo por hacer para educar a aquellos que no lo están.

Tabla 26:

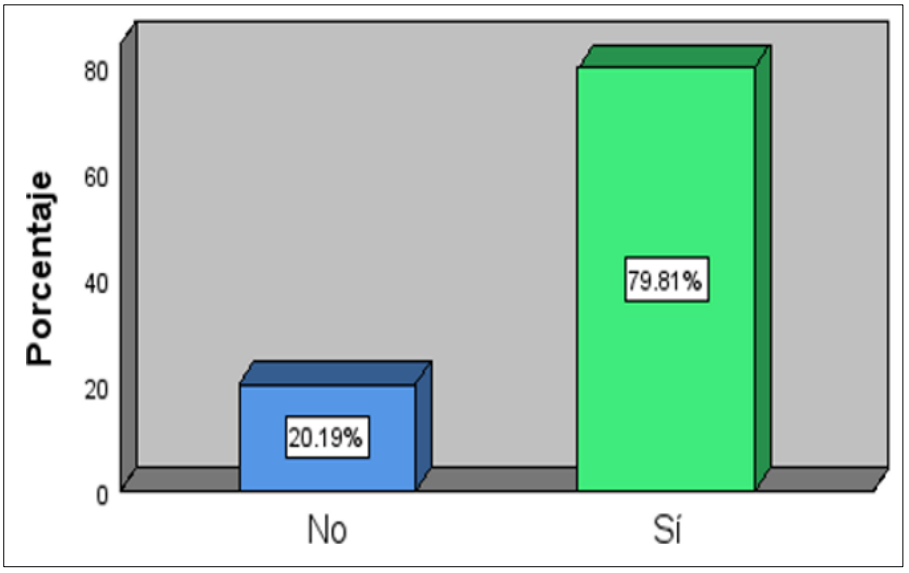
Es importante el historial crediticio al solicitar un préstamo formal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	21	20.2	20.2	20.2
	SI	83	79.8	79.8	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 79.81% considera importante el historial crediticio para solicitar préstamos.

Figura 22:

Es importante el historial crediticio al solicitar un préstamo formal



Nota: El 79.81% considera importante el historial crediticio para préstamos.

En la figura N°22 podemos observar que el 79.81% de comerciantes considera que es importante el historial crediticio al solicitar un préstamo formal, mientras que el 20.19% opina lo contrario. Esto quiere decir que la mayoría de los comerciantes que tienen conocimiento sobre el historial crediticio, o amenos los que trabajan con crédito formal ya se han familiarizado con él, pero un porcentaje considera que el historial crediticio no es importante, o algunos de ellos desconocen del historial crediticio.

Tabla 27:

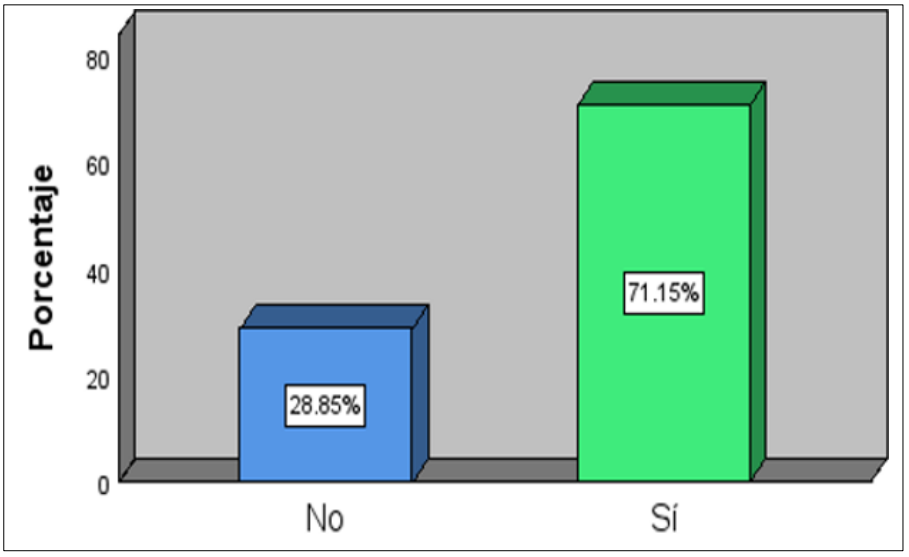
Las entidades financieras aplican los plazos adecuados para el pago de un crédito formal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	30	28.8	28.8	28.8
	SI	74	71.2	71.2	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 71.15% está de acuerdo con los plazos de pago aplicados por entidades financieras.

Figura 23:

Las entidades financieras aplican los plazos adecuados para el pago de un crédito formal



Nota: El 71.15% está de acuerdo con los plazos de pago de créditos formales.

En la figura N°23 se observa que el 71.15% considera que Las entidades financieras aplican los plazos adecuados para el pago de un crédito formal. Mientras que el 28.85% indican lo contrario. Esto quiere decir que los comerciantes que han obtenido crédito formal están de acuerdo con los plazos que ofrecen las entidades financieras.

Dentro de los datos sobre la obtención de crédito formal, crédito de capital de trabajo, crédito personal, crédito de consumo, tarjetas de crédito, percepciones sobre el impacto del acceso al crédito formal en el crecimiento económico, comparación entre crédito formal e informal, accesibilidad de las tasas de interés y obstáculos para solicitar un crédito formal. Se ha dejado notar que la mayoría de los encuestados no ha tenido la oportunidad de obtener un crédito formal de capital de trabajo, lo que sugiere posibles limitaciones en el acceso a financiamiento de un crédito. Además, hay una proporción significativa que no ha tenido la

capacidad de obtener un crédito personal o un crédito de consumo, lo que puede indicar la necesidad de educación financiera o mayor acceso a opciones crediticias. Por otro lado, la percepción general es que el acceso a un crédito formal impacta positivamente en el crecimiento económico, lo cual es alentador. Sin embargo, también hay una proporción notable que considera que el crédito informal puede ser beneficioso, lo que resalta la diversidad de opiniones y experiencias entre los encuestados. En cuanto a las tasas de interés para un crédito formal, la mayoría considera que son accesibles, lo cual es una buena señal para el acceso al financiamiento. Además, parece que la mayoría que ha obtenido un préstamo financiero no ha tenido obstáculos significativos al solicitar un crédito formal. En resumen, estos datos proporcionan una visión sobre las experiencias de los comerciantes encuestados en relación con el acceso al crédito formal e informal. Este tipo de información es valiosa para comprender las necesidades financieras y los desafíos a los que se enfrentan los emprendedores y comerciantes.

- **Evaluar el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.**

Tabla 28:

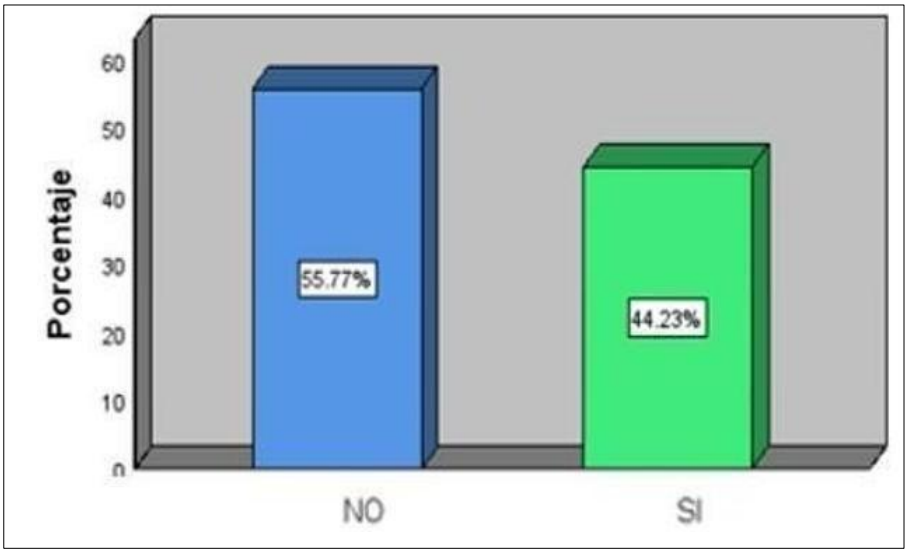
El crédito formal contribuye al crecimiento económico de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	58	55.8	55.8	55.8
	SI	46	44.2	44.2	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 44.23% afirma que el crédito formal contribuye al crecimiento de su negocio.

Figura 24:

El crédito formal contribuye al crecimiento económico de su negocio



Nota: El 44.23% indica que el crédito formal contribuye al crecimiento de su negocio.

En la figura N°24 se observa que el 44.23 % de encuestados indican que el crédito formal contribuye al crecimiento económico de su negocio y el 55.77 % considera lo contrario. Esto sugiere que los comerciantes que han obtenido crédito formal están satisfechos, ya que, este ha contribuido con su crecimiento económico.

Tabla 29:

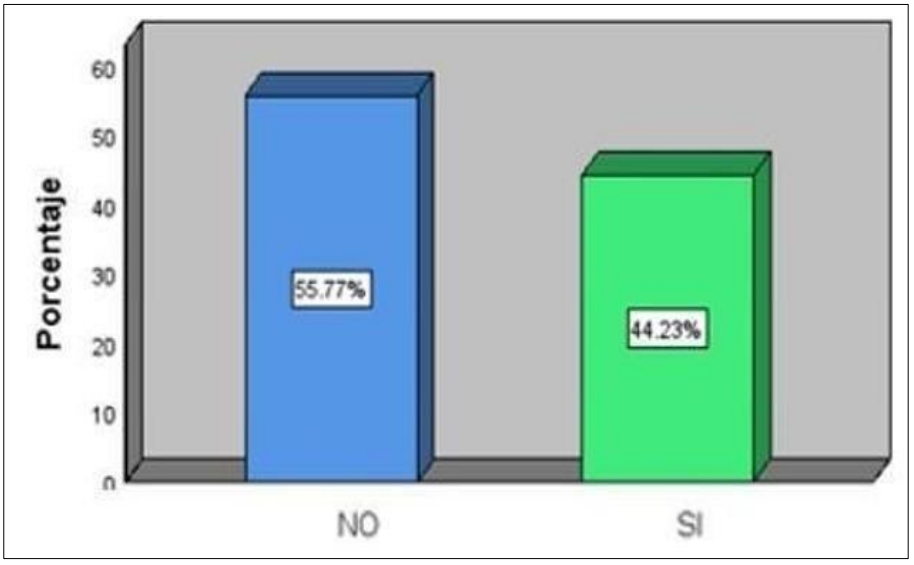
El crédito formal le permite invertir en mejoras para su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	58	55.8	55.8	55.8
	SI	46	44.2	44.2	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 44.23% considera que el crédito formal le permitió invertir en mejoras.

Figura 25:

El crédito formal le permite invertir en mejoras para su negocio



Nota: El 44.23% considera que el crédito formal permitió mejoras en su negocio.

En la figura N°25 se observa que el 44.23 % de comerciantes encuestados dicen que el crédito formal les permite invertir en mejoras para su negocio. Mientras que el 55.77% indica lo contrario. Esto quiere decir que, para la mayoría de encuestados, el crédito formal ha mejorado su negocio a través de la inversión.

Tabla 30:

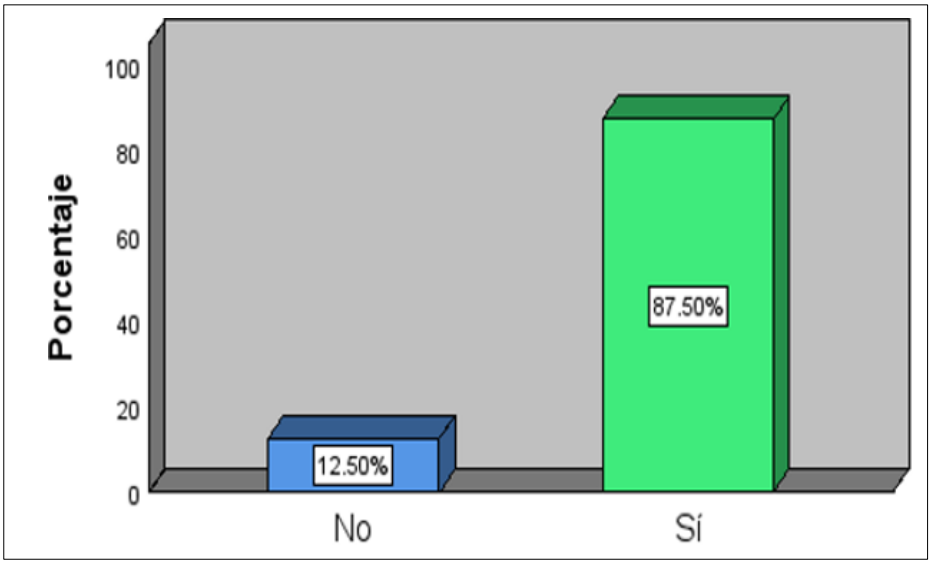
Considera importante la inversión en el crecimiento de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	13	12.5	12.5	12.5
	SI	91	87.5	87.5	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 87.50% considera importante invertir en el crecimiento de su negocio.

Figura 26:

Considera importante la inversión en el crecimiento de su negocio



Nota: El 87.50% considera esencial invertir en su negocio.

En la figura N°26 se observa que el 87.50% de encuestados indica que considera importante la inversión en el crecimiento de su negocio mientras que el 12.50% indica lo contrario. Esto quiere decir que para la mayoría de los comerciantes el invertir en su negocio es esencial para su crecimiento económico.

Tabla 31:

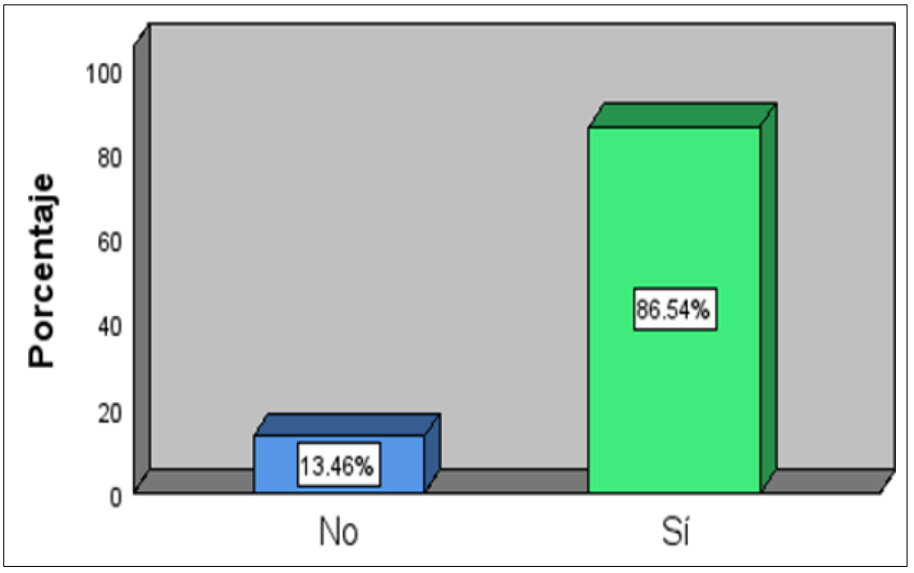
Es importante ahorrar para poder invertir en su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	14	13.5	13.5	13.5
	SI	90	86.5	86.5	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 86.54% considera importante ahorrar para invertir en su negocio.

Figura 27:

Es importante ahorrar para poder invertir en su negocio



Nota: El 86.54% afirma que el ahorro es clave para invertir en su negocio.

En la figura N°27 el 86.54% de encuestados indican que para ellos es importante ahorrar para poder invertir en su negocio, mientras que el 13.46% considera lo contrario. Esto quiere decir, que la mayoría de los comerciantes ahorra sus ganancias e invierte para generar más resultados.

Tabla 32:

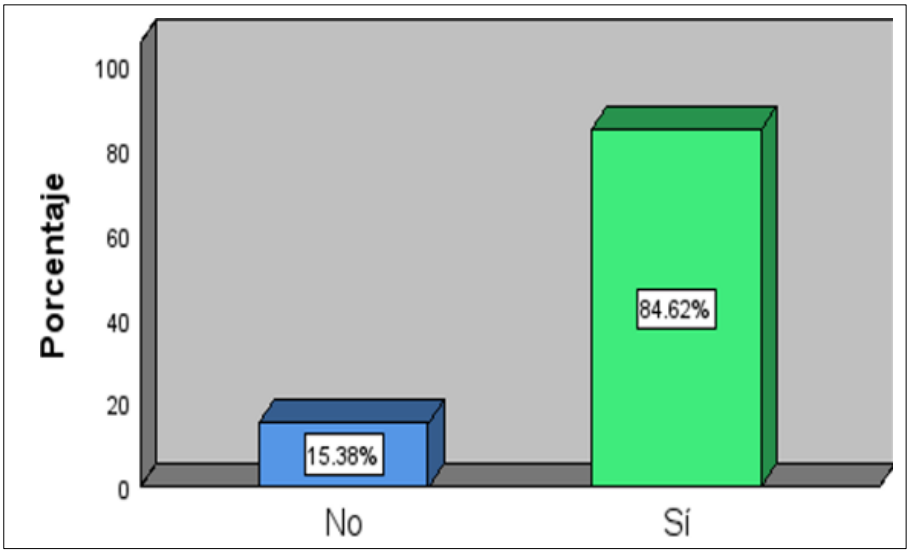
Sus ahorros influyen en la capacidad de expansión de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	16	15.4	15.4	15.4
	SI	88	84.6	84.6	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 84.62% afirma que sus ahorros influyen en la expansión de su negocio.

Figura 28:

Sus ahorros influyen en la capacidad de expansión de su negocio



Nota: El 84.62% cree que sus ahorros influyen en la expansión de su negocio.

En la figura N°28 el 84.62% de los comerciantes indican que sus ahorros influyen en la capacidad de expansión de su negocio, entras que el 15.38% indica lo contrario. Esto quiere decir, que la mayoría de los comerciantes ahorra y esto le ayuda con el crecimiento de su negocio.

Tabla 33:

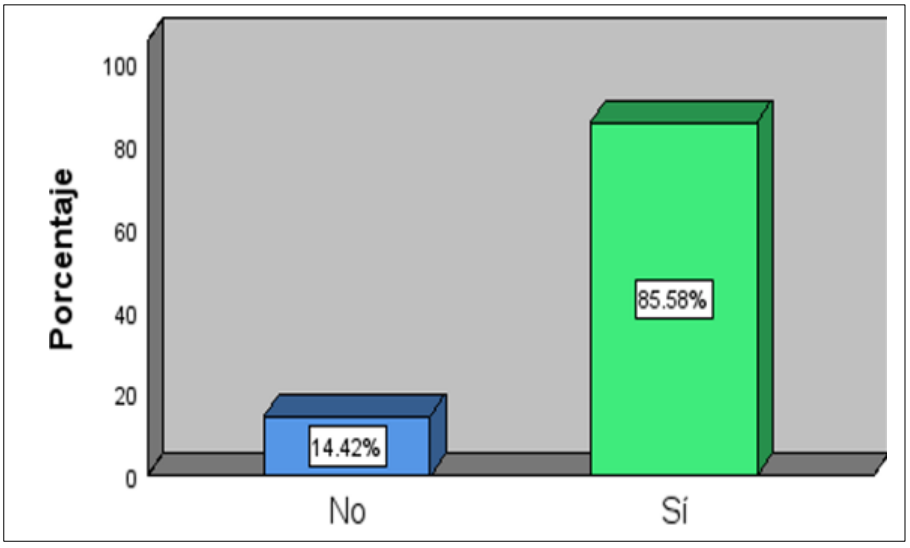
El acceso a servicios básicos como agua, electricidad y saneamiento ha mejorado su calidad de vida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	15	14.4	14.4	14.4
	SI	89	85.6	85.6	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 85.58% percibe que el acceso a servicios básicos mejoró su calidad de vida.

Figura 29:

El acceso a servicios básicos como agua, electricidad y saneamiento ha mejorado su calidad de vida



Nota: El 85.58% afirma que los servicios básicos mejoran su calidad de vida.

En la figura N°29 se observa que el 85.58% considera que el acceso a servicios básicos como agua, electricidad y saneamiento ha mejorado su calidad de vida, mientras que el 14.42% indica lo contrario. Esto quiere decir que para la mayoría de comerciantes encuestados el acceso a servicios básicos y saneamiento realmente mejora su vida y motiva a continuar con sus actividades diarias.

Tabla 34:

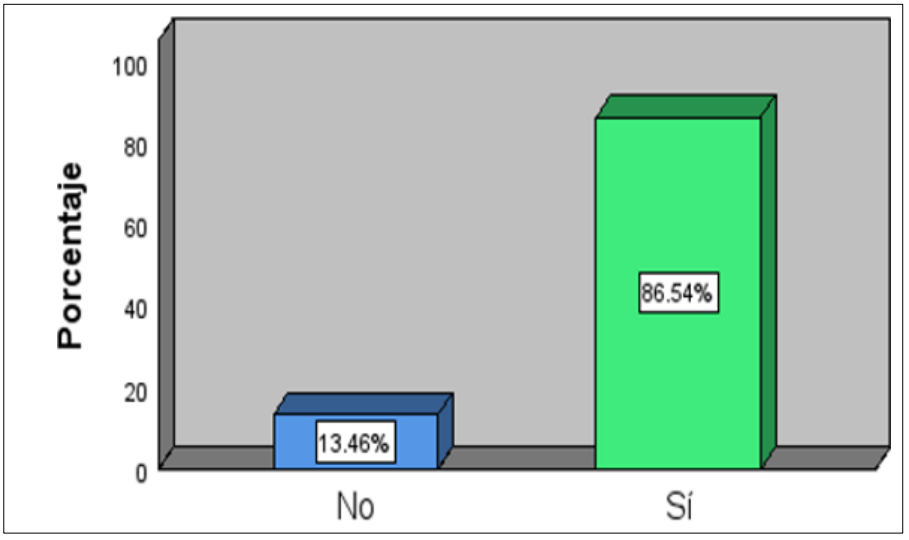
La disponibilidad de servicios básicos influye en la atracción y retención de clientes en el mercado San Martín Lambayeque

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	14	13.5	13.5	13.5
	SI	90	86.5	86.5	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: La mayoría considera que los servicios básicos atraen clientes.

Figura 30:

La disponibilidad de servicios básicos influye en la atracción y retención de clientes en el mercado San Martín Lambayeque



Nota: El 86.54% considera que los servicios básicos atraen y retienen clientes.

En la figura N°30 los comerciantes nos indican que el 86.54% de ellos consideran que la disponibilidad de servicios básicos influye en la atracción y retención de clientes en el mercado, mientras que para el 13.46% indica lo contrario. Esto quiere decir que consideran de suma importancia los servicios básicos, para retener los clientes y con ello obtener más ingresos.

Tabla 35:

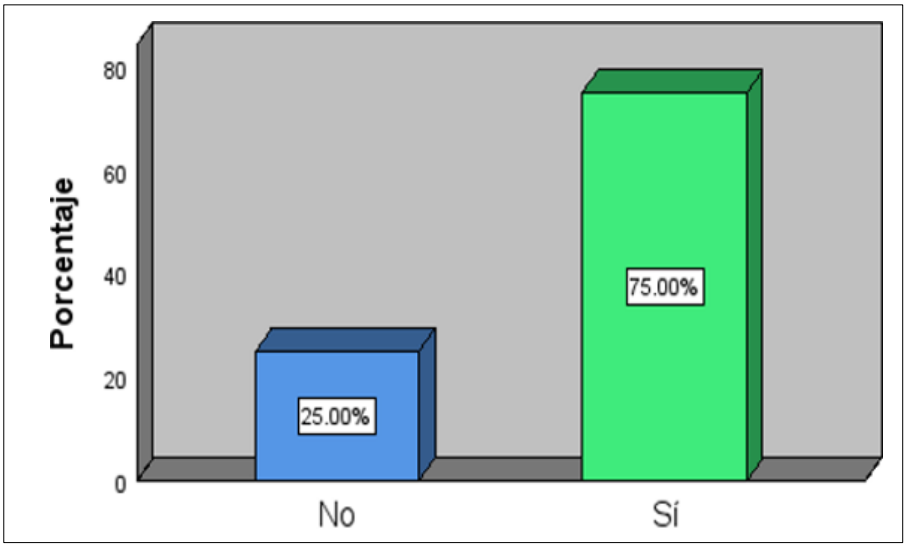
Cuenta con acceso a un servicio de salud

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	26	25.0	25.0	25
	SI	78	75.0	75.0	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 75% de comerciantes cuenta con acceso a un servicio de salud.

Figura 31:

Cuenta con acceso a un servicio de salud



Nota: El 75% de comerciantes tiene acceso a un servicio de salud.

En la figura N°31 se observa que el 75% de encuestados indica que cuentan con acceso a un servicio de salud, pero el 25% nos dice que no. Esto sugiere que en su mayoría los comerciantes acceden a un servicio de salud un poco más eficiente, donde se observa que han tenido resultados, por ello, han tenido la posibilidad de adquirir un servicio de salud.

Tabla 36:

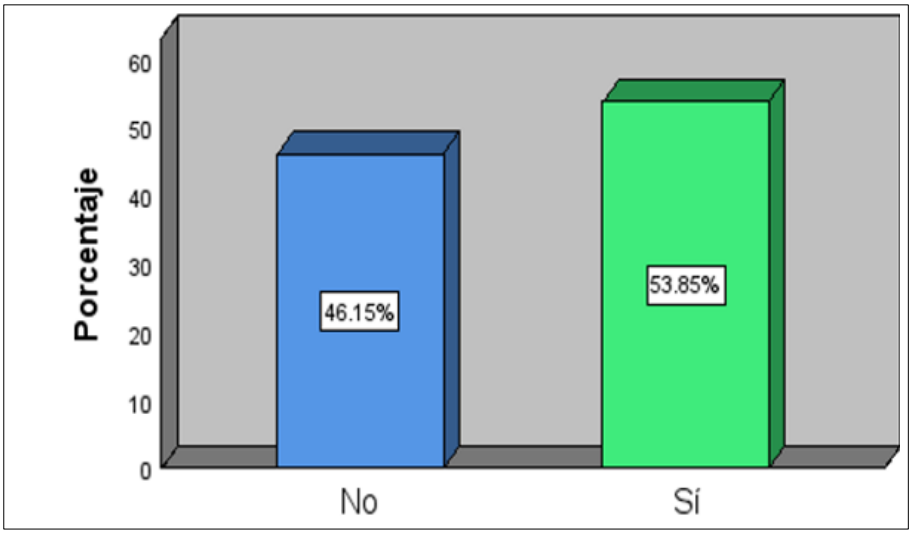
Conoce sobre las redes sociales en tendencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	48	46.2	46.2	46.2
	SI	56	53.8	53.8	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 53.85% conoce las redes sociales en tendencia.

Figura 32:

Conoce sobre las redes sociales en tendencia



Nota: El 53.85% conoce las redes sociales en tendencia.

En la figura N°32 observamos que el 53.85% indica que conoce sobre las redes sociales en tendencia, pero el 46.15% nos dice lo contrario. Esto quiere decir que aún un porcentaje alto desconoce de las redes sociales en tendencia y se podría decir que se les haría un poco complicado promocionar su negocio.

Tabla 37:

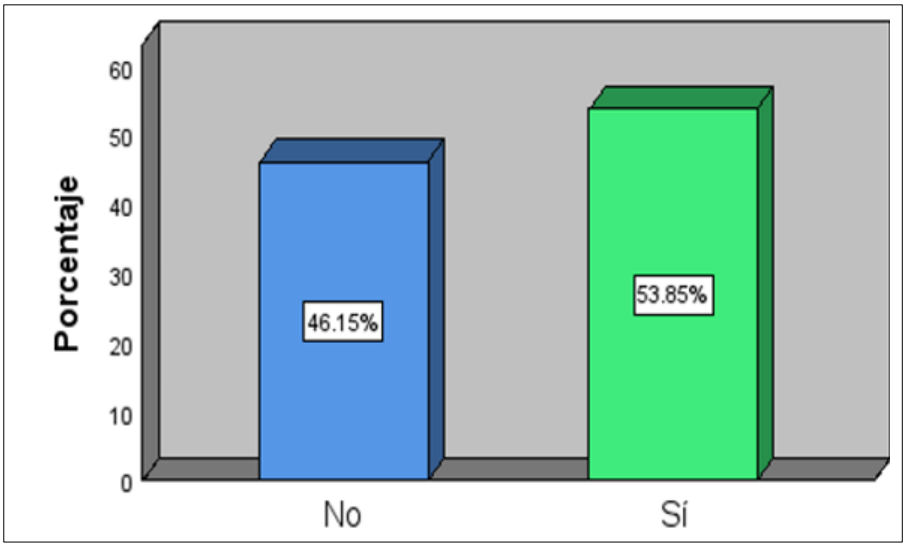
La innovación de tecnología ha logrado expandir o mejorar su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	48	46.2	46.2	46.2
	SI	56	53.8	53.8	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 53.85% percibe que la innovación tecnológica mejora su negocio.

Figura 33:

La innovación de tecnología ha logrado expandir o mejorar su negocio



Nota: El 53.85% percibe que la innovación tecnológica mejoró su negocio.

En la figura N°33 se observa que el 46.15% considera que la innovación de tecnología no ha logrado expandir o mejorar su negocio, mientras el 53.85% indica que es de gran ayuda. Esto sugiere que para el mayor porcentaje de encuestados la tecnología ha mejorado su negocio.

Tabla 38:

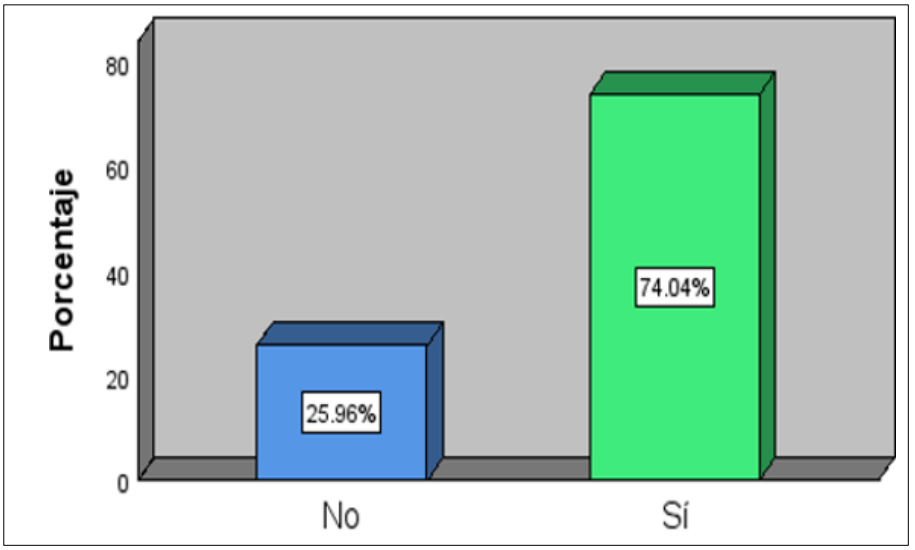
Es beneficioso utilizar celular para realizar transacciones o comunicarse con sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	27	26.0	26.0	26
	SI	77	74.0	74.0	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 74.04% considera beneficioso usar el celular para transacciones y comunicación.

Figura 34:

Es beneficioso utilizar celular para realizar transacciones o comunicarse con sus clientes

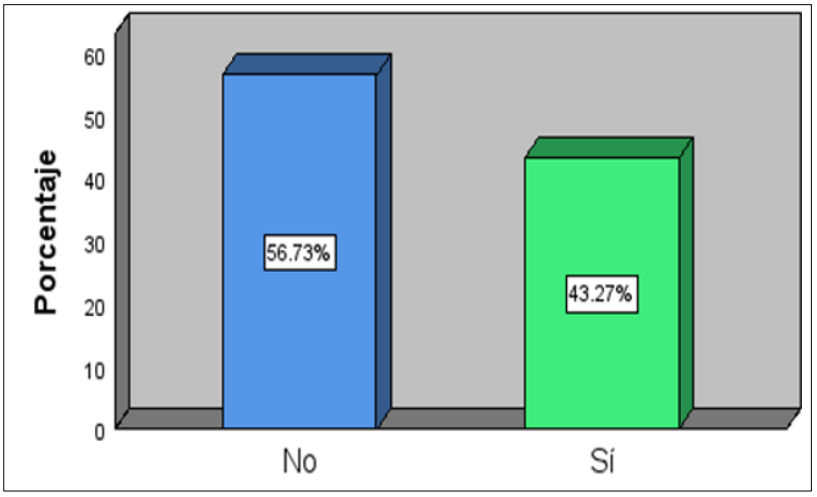


Nota: El 74.04% considera beneficioso usar el celular en su negocio.

En la figura N°34 se observa que para el 74.04% es de gran ayuda el uso del celular para realizar transacciones o comunicarse con sus clientes, en cambio el 25.96% indica que aun para ellos no es beneficioso. Esto quiere decir que ´para la mayoría de los comerciantes el uso del celular beneficia y aumenta sus ganancias.

Figura 35:

Enfrenta desafíos al intentar integrar herramientas digitales en la gestión diaria de su negocio



Nota: El 56.73% no enfrenta desafíos con herramientas digitales.

En la figura N°35 se observa que el 43.27% de los comerciantes indica que aun enfrenta desafíos al intentar integrar herramientas digitales en la gestión diaria de su negocio, el 56.73% nos indica que para ellos no es desafío. Esto quiere decir que para la mayoría de los comerciantes se ha familiarizado con las herramientas digitales, y con ello pueden obtener mejoras.

Tabla 39:

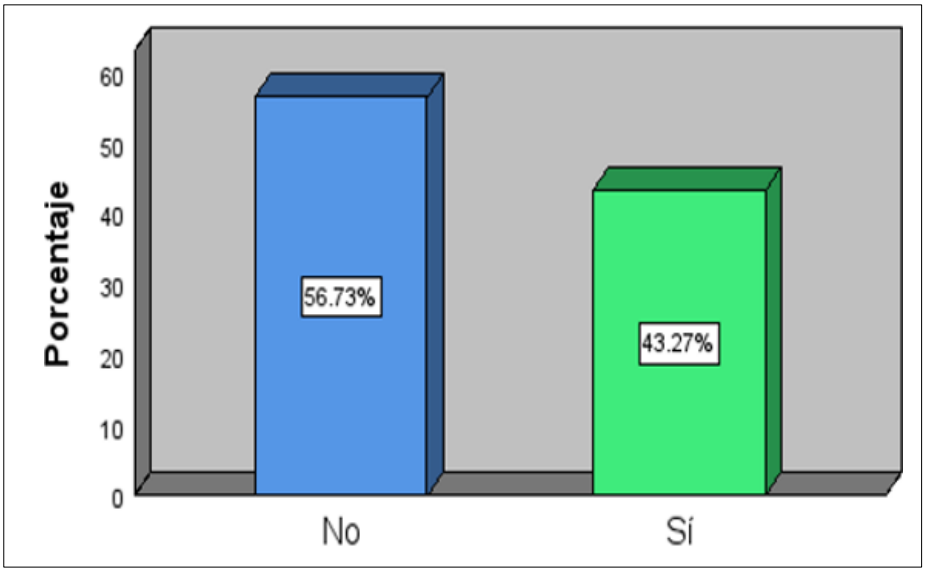
La innovación tecnológica puede influye en el crecimiento económico de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	NO	59	56.7	56.7	56.7
	SI	45	43.3	43.3	100
	Total	**104**	**100**	**100**	

Nota: El 56.73% afirma que la tecnología influye en el crecimiento económico de su negocio.

Figura 36:

La innovación tecnológica puede influye en el crecimiento económico de su negocio



Nota: El 56.73% afirma que la tecnología influye en el crecimiento económico.

En la figura N°36 se observa que el 56.73% de los comerciantes consideran que la tecnología influye en el crecimiento económico de su negocio, por el contrario, el 43.27% considera que la tecnología no influye mucho en su crecimiento económico. Esto quiere decir que en su mayoría los comerciantes utilizan la tecnología para obtener mejoras en su negocio.

Dentro del mercado podemos ver cómo la mayoría de los encuestados que cuentan con un crédito financiero perciben que éste ha contribuido al crecimiento económico de sus negocios, así como la importancia que le dan a la inversión y al ahorro para expandirse. También es relevante notar que la disponibilidad de servicios básicos y el acceso a un servicio de salud tienen un impacto significativo en la calidad de vida y en la capacidad de retener clientes. Además, el conocimiento sobre las redes sociales en tendencia parece ser un punto en el que algunos comerciantes podrían beneficiarse al aumentar su familiaridad con estas

plataformas. También, se deja ver que el uso de la tecnología está teniendo un impacto significativo en los negocios según los encuestados. La mayoría de los comerciantes encuestados indican que la innovación tecnológica ha sido de gran ayuda para expandir o mejorar sus negocios, así como para realizar transacciones y comunicarse con sus clientes. Aunque algunos aún enfrentan desafíos al integrar herramientas digitales, es alentador ver que la mayoría se está familiarizando con ellas. Asimismo, podemos ver que la mayoría considera que la innovación tecnológica influye en el crecimiento económico de sus negocios. Puedo decir, que los encuestados perciben que el crédito formal, la inversión y el ahorro son importantes para el crecimiento económico de sus negocios. Del mismo modo, la disponibilidad de servicios básicos y el acceso a la atención médica son fundamentales para la calidad de vida y retención de clientes. Por último, se destaca la importancia del conocimiento sobre las redes sociales para los comerciantes, ya que, podría beneficiarles al aumentar su familiaridad con estas plataformas.

- **Plantear estrategias que impacten en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque.**

En el mercado San Martín Lambayeque, un porcentaje de los comerciantes se ven confrontados con obstáculos al momento de procurar el acceso al crédito formal, una herramienta esencial para fomentar un crecimiento económico de los comerciantes. Ante esta realidad, surge la demanda de poner en marcha tácticas innovadoras que no solo aborden, sino que transformen positivamente la capacidad financiera de ellos. Además, se comparte con ellos conocimientos fundamentales sobre el acceso al crédito formal. Estoy convencida de que al familiarizarse con las ventajas y posibilidades que ofrece el crédito formal, los comerciantes podrán fortalecer sus negocios y potenciar su crecimiento económico de manera significativa. A través de información clara y relevante sobre el crecimiento económico, mi objetivo es ayudar a los comerciantes proporcionándoles las herramientas necesarias para que puedan tomar decisiones que les permitan alcanzar sus objetivos. Para aportar conocimiento, estoy comprometida en contribuir al progreso y bienestar de los comerciantes mediante la promoción del acceso al crédito formal y que éste pueda aportar en su crecimiento económico.

Estrategias:

1. **Creación de Programas de Educación Financiera:**

Desarrollar talleres y charlas informativas que aborden temas relacionados con la gestión financiera, el acceso al crédito, historial crediticio y tipos de crédito.

Ejemplo: Sara es una asesora del banco Mabella que brinda información a los comerciantes acerca de productos financieros, ya que, éstos desconocen de temas financieros.

Figura 37:

Creación de Programas de Educación Financiera

Nota: Estrategia de educación financiera para comerciantes.

2. **Mejorar la infraestructura y el ambiente del mercado:**

Mejorar las instalaciones del mercado, pintar y hacer arreglos dentro de él para llamar la atención de los clientes y que cuando estén en él se sientan a gusto.

Ejemplo: Julio, junto a un grupo de comerciantes deciden pintar las paredes de los diferentes puestos del mercado para presentar una infraestructura agradable y adecuada.

Figura 38:

Mejorar la infraestructura y el ambiente del mercado

Nota: Estrategia de mejora de la infraestructura del mercado.

3. Ampliar las modalidades de venta:

Diversificar las modalidades de ventas que, así como pueden ser presenciales, pueden realizarse por delivery, aplicando diferentes modalidades que le permita al comerciante poder generar mayores ingresos.

Ejemplo: Martha contrata un personal para que haga delivery a los clientes, que solicitan todos los días verduras frescas y a otros clientes que no pueden llegar personalmente al mercado.

Figura 39:

Ampliar las modalidades de venta

Nota: Estrategia de ampliar modalidades de venta como delivery.

4. Fortalecer las capacidades de los comerciantes:

Brindar capacitaciones en gestión empresarial, como saber que son ingresos, egresos, presupuesto, ahorro, inversión, endeudamiento, entre otros.

Ejemplo: Rosa organiza talleres y seminarios gratuitos para que los comerciantes del mercado San Martin tengan conocimiento de los diferentes temas.

Figura 40:

Fortalecer las capacidades de los comerciantes

Nota: Estrategia de capacitación en gestión empresarial.

Implementar estrategias de marketing y promoción:

Desarrollar campañas de marketing dirigidas a clientes potenciales, tanto locales como turistas.

Ejemplo: Crear una página web y redes sociales para el mercado e implementar promociones y descuentos especiales.

Figura 41:

Implementar estrategias de marketing y promoción

Nota: Estrategia de marketing y promoción en redes sociales.

5. **Fomentar el comercio electrónico:**

Brindar a los comerciantes las herramientas y el conocimiento necesario para vender sus productos a través de redes sociales conocidas.

Ejemplo: Brenda brinda una capacitación a los comerciantes, para que usen adecuadamente las redes sociales y mediante ello puedan promocionar sus productos.

Figura 42:

Fomentar el comercio electrónico

Nota: Estrategia de implementación de comercio electrónico.

6. Fomentar las relaciones sociales entre comerciantes:

Fomentar las buenas relaciones sociales entre los comerciantes para implementar un buen lazo amical, conductas de compañerismo, trato amable, entre otros.

Ejemplo: Sara y Luis ambos comerciantes del mercado fomentan el intercambio de conocimientos y estrategias exitosas para el crecimiento de su negocio.

Figura 43:

Fomentar las relaciones sociales entre comerciantes

Nota: Estrategia de fortalecimiento de relaciones sociales entre comerciantes.

7. Recompensar la fidelización de los clientes:

Recompensar a los clientes habituales con descuentos, ofertas especiales y otros beneficios.

Ejemplo: Sara decide dar tarjetas de puntos a sus clientes, cada vez que hagan compras de S/ 50.00 soles en adelante.

Figura 44:

Recompensar la fidelización de los clientes

Nota: Estrategia de fidelización de clientes mediante recompensas.

8. Informar sobre la gestión de inventario:

Implementar la gestión de inventario y ventas para optimizar la operación de los negocios.

Ejemplo: Rosa revisa todos los días sus entradas y salidas para verificar que no falte nada y además tener en cuenta que productos se agotaron durante el día.

Figura 45:

Informar sobre la gestión de inventario

Nota: Estrategia de gestión de inventarios y control de ventas.

9. Mejorar la atención al cliente:

Capacitar a los comerciantes en la atención al cliente para brindar un servicio de calidad y personalizado.

Ejemplo: Cada vez que compren los clientes se debería plantear una pregunta como se siente satisfecho por la atención brindada.

Figura 46:

Mejorar la atención al cliente

Nota: Estrategia de capacitación en atención al cliente.

10. Implementar medidas de seguridad alimentaria:

Garantizar la calidad e higiene de los alimentos que se venden en el mercado, mediante capacitaciones, controles sanitarios y buenas prácticas de manipulación.

Ejemplo: Que los comerciantes mantengan sus puestos del mercado limpios, ordenados, y que sus productos siempre estén en buen estado.

Figura 47:

Implementar medidas de seguridad alimentaria

Nota: Estrategia de seguridad alimentaria en el mercado.

11. Proteger el medio ambiente:

Implementar medidas para reducir la generación de residuos, el consumo de energía y el uso de plásticos en el mercado.

Ejemplo: Fomentar el uso de bolsas reutilizables e implementar un programa de reciclaje de residuos.

Figura 48:

Proteger el medio ambiente

Nota: Estrategia de protección ambiental y manejo de residuos.

12. Fortalecer la seguridad en el mercado:

Implementar medidas de seguridad para proteger a los comerciantes, clientes y sus pertenencias.

Ejemplo: Los comerciantes optan por ubicar más cámaras de seguridad en todo el mercado.

Figura 49:

Fortalecer la seguridad en el mercado

Nota: Estrategia de fortalecimiento de la seguridad en el mercado.

13. Acceso a Financiamiento:

Invitar a instituciones financiaras para que brinden capacitaciones para facilitar el acceso a préstamos o microcréditos para inversión en negocios.

Ejemplo: Explicar a los comerciantes, sobre el acceso para obtener su crédito financiero.

Figura 50:

Acceso a Financiamiento

Nota: Estrategia de acceso a financiamiento para comerciantes.

Discusión

Respecto al primer objetivo, se identificaron las características de los comerciantes en el mercado. Pérez (2020) en su tesis "Perfil socioeconómico de los comerciantes informales en mercados populares", destaca la importancia de comprender las características demográficas y económicas de los comerciantes para diseñar políticas efectivas de apoyo. Asimismo, García (2021) en su investigación "Influencia del acceso al crédito en el crecimiento de pequeños comerciantes", resalta la relación entre las fuentes de financiamiento y el crecimiento empresarial, lo cual respalda los hallazgos sobre el uso de ahorros personales y créditos formales por parte de los comerciantes encuestados. En este sentido, los resultados de la encuesta reflejan no solo las características individuales de los comerciantes del mercado San Martín Lambayeque, sino también aspectos relevantes para comprender su dinámica económica y los desafíos que enfrentan en su desarrollo.

Respecto al segundo objetivo, se evidenció que el acceso al crédito formal entre los comerciantes del mercado sigue siendo limitado, aunque representa una herramienta clave para impulsar el crecimiento económico. Los resultados muestran que parte de los comerciantes aún no acceden a créditos formales de capital de trabajo o de consumo, ya sea por desconocimiento de los productos financieros, por la complejidad de los trámites o por falta de historial crediticio. Esta situación coincide con lo señalado por Pacori (2019), quien sostiene que los pequeños empresarios presentan bajos niveles de información respecto a los servicios financieros, lo que restringe sus posibilidades de financiamiento. Asimismo, estudios recientes como los de Tobar-Cruz y Ruiz-Martínez (2025) destacan que el acceso al crédito formal no solo permite superar limitaciones inmediatas de liquidez, sino que también fortalece la competitividad, fomenta la sostenibilidad de los negocios y promueve su integración en el sistema económico. En esta misma línea, Rodríguez y Sánchez (2023) reafirman que la expansión de los servicios financieros contribuye directamente al crecimiento económico local, permitiendo a los comerciantes invertir y diversificar sus actividades. En el contexto del mercado San Martín, se constató que si bien existe una proporción de comerciantes que recurre al crédito formal, la mayoría aún depende de ahorros propios o préstamos informales, lo cual refleja la necesidad de mayor educación financiera y de políticas que faciliten el acceso a productos crediticios inclusivos. De esta manera, se confirma que el crédito formal constituye un factor decisivo para potenciar las capacidades productivas y generar condiciones más equitativas para el desarrollo económico de los comerciantes.

Con respecto al tercer objetivo, se evaluó el crecimiento económico de los comerciantes

del mercado. Según, Cisneros (2021) busca conocer más sobre cómo el crédito bancario otorgado a consumidores y empresas afecta el crecimiento económico en México. En esta misma línea los autores Olano y Manrique (2023), resaltan la importancia de los créditos como motor del crecimiento económico en el Perú. Donde indican que sí influyen significativamente los créditos totales en el crecimiento económico. Por lo tanto, los resultados de la investigación respaldan la hipótesis planteada por los autores al demostrar que el crédito formal, la inversión, el ahorro y la tecnología son factores determinantes para el crecimiento económico. La encuesta realizada revela que los comerciantes que tienen acceso al crédito formal perciben su contribución al crecimiento de sus negocios, mientras que la inversión y el ahorro se consideran esenciales. Además, se destaca que la disponibilidad de servicios básicos y el acceso a la atención médica influyen significativamente en la calidad de vida y la retención de clientes. Respecto a la tecnología, se observa un impacto positivo en los negocios, ya que la mayoría de los comerciantes encuestados reconocen la utilidad de la innovación tecnológica para mejorar y expandir sus operaciones, aunque se identifican desafíos para la adopción generalizada de herramientas digitales, lo que resalta la necesidad de implementar estrategias que fomenten la familiarización y la integración de estas tecnologías en las actividades comerciales cotidianas.

Para el cuarto objetivo se plantearon estrategias que impacten en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado. Según Fuertes (2022), determinó que la manera como el Sistema Financiero aportó al crecimiento económico fue que las variaciones del sistema financiero contribuyeron al crecimiento del sistema económico incidiendo significativamente en las tasas de crecimiento anual. En esta misma línea el autor Morrillo (2022), abre un camino importante para la investigación sobre el papel de la inclusión financiera en el desarrollo económico de América. En este estudio se proponen estrategias para mejorar el crecimiento económico de los comerciantes, resaltando la importancia del sistema financiero y la inclusión financiera en este proceso. A pesar de que algunos comerciantes enfrentan dificultades para acceder al crédito formal, existe una demanda de soluciones innovadoras para facilitar dicho acceso. Para promover este crecimiento, se requiere colaboración entre el sector público y privado desarrollando programas de educación financiera, simplificando los procesos de solicitud de crédito y ampliando la oferta de productos financieros adecuados. Sin embargo, se reconoce que el crecimiento económico no depende solo del acceso al crédito formal y la inclusión financiera, sino también de otros factores como servicios básicos, atención médica, capacitación en tecnología y adaptación al mercado.

Conclusiones

Se ha logrado identificar de manera exhaustiva las características de los comerciantes. Estos hallazgos no solo ofrecen una visión detallada del perfil de los encuestados en dicho mercado, sino que también proporcionan conocimientos relevantes para comprender su dinámica y los desafíos que enfrentan en su crecimiento y desarrollo. Por ende, se destaca la importancia de diseñar políticas y estrategias de apoyo que consideren estas características específicas y promuevan un entorno favorable para el desarrollo económico de los comerciantes.

El presente estudio ha evidenciado la significativa contribución del crédito formal al crecimiento económico de los comerciantes que operan en el mercado San Martín de Lambayeque. Aunque estos comerciantes reconocen los beneficios asociados al financiamiento formal, su acceso y utilización se ven restringidos por la carencia de información financiera adecuada y la presencia de barreras que dificultan la solicitud de créditos.

Se ha constatado en este estudio que factores como el crédito formal, la inversión, el ahorro, la tecnología, la disponibilidad de servicios básicos y el acceso a la atención médica desempeñan roles determinantes en el desarrollo económico de los comerciantes del mencionado mercado. A pesar de la percepción positiva respecto a estos factores, persisten obstáculos que limitan su acceso y utilización, tales como la escasez de información financiera, la complejidad de los procedimientos de solicitud de créditos, la ausencia de historial crediticio y las dificultades para adoptar herramientas digitales.

La formulación de estrategias que faciliten el acceso al crédito formal, fomente la inversión y el ahorro, mejoren la infraestructura básica, amplíen el acceso a la atención médica y capaciten a los comerciantes en el uso de tecnologías. Estas medidas propiciarán un entorno adecuado para el desarrollo económico del mercado. Es importante subrayar que el crecimiento económico de los comerciantes está condicionado por la interacción de múltiples elementos. Por tanto, se requiere un esfuerzo colaborativo por parte de los propios comerciantes para crear las condiciones idóneas que les permitan alcanzar su máximo potencial y contribuir al fortalecimiento de la economía.

Recomendaciones

Fomentar colaboraciones con entidades financieras y gubernamentales con el fin de expandir la disponibilidad de servicios financieros que sean accesibles y apropiados para los comerciantes.

Promover la educación financiera para ayudar a los comerciantes a comprender mejores conceptos financieros básicos, incluyendo la gestión, la inversión y el ahorro. Esto puede ser impartido por profesionales financieros o a través de alianzas con instituciones educativas locales.

Facilitar la adopción de herramientas tecnológicas sugiere proporcionar capacitación para ayudar a los comerciantes a integrar herramientas tecnológicas en sus operaciones. Esto incluye el uso de redes sociales para promocionar productos y servicios, así como la implementación de sistemas de punto de venta y gestión de inventario.

Es necesario implementar estrategias que faciliten el acceso al crédito formal para los comerciantes, tales como la mejora de la educación financiera, la simplificación de los procesos de solicitud de crédito y la ampliación de la oferta de productos financieros adecuados a sus necesidades. A su vez, la mejora de la gestión financiera y la adopción de prácticas de ahorro e inversión. Además, de trabajar en colaboración con entidades financieras para facilitar el acceso al crédito formal para los comerciantes. Esto puede incluir programas de capacitación sobre cómo acceder a préstamos y líneas de crédito, así como la promoción de esquemas de financiamiento específicos para los comerciantes.

Referencias

Báez y Nic (2016) Báez González, L. F., & Nic Pool, A. B. (2016). El financiamiento en la micro y pequeña empresa considerando sus expectativas de crecimiento. Ecorfan, 167-176.

Barriga G., González M., Torres Y., Zurita E. y Pinilla D. (2018) Desarrollo Financiero y Crecimiento Económico en el Ecuador: 2000 - 2017. Artículo presentado por la Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015 Vol. 39 (Nº 37), Ecuador. Disponible en URL: http://www.revistaespacios.com/a18v39n37/a18v39n37p25.pdf

Cisneros 2021 Cisneros Zepeda, D.S.(2021). Los efectos del crédito bancario otorgado a la industria y al consumo en el crecimiento económico: evidencia de México. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Documents/Documentos/TESIS%20VIII%20CICLO/1.pdf

Dávila, A.L (2017) Evolution of the organizational management in a Cuban biotechnology center. Artículo de investigación recuperado de: http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v38n3/rii090317.pdf

De la Cruz, J. (2024). Desarrollo financiero regional y crecimiento de las Mypes en el Perú. Economía, 47(93), 25–4

El Riesgo de Crédito. (27 de Mayo de 2012). [Mensaje en un blog]. Recuperado de http://riesgodcredito.blogspot.com/2012/05/el-riesgo-de-credito.html.

Eusse, L.M. y Pérez, A. C. (2017) Efectos del desarrollo financiero sobre el crecimiento económico de Colombia y Chile. Artículo de investigación recuperado de: revfinypolecon.ucatolica.edu.co/article/view/1339/1264

Galindo (2018) Galindo Martín, M. A. (2018) CRECIMIENTO ECONÓMICO Recuperadode:file:///C:/Users/USUARIO/Documents/Documentos/TESIS%20VIII%20CICLO/TESIS%2 0FO RMAL%208.pdf

Gestión. (29 de Marzo de 2019). ¿Cuál es la diferencia entre préstamo y crédito? Gestión. Recuperado de https://gestion.pe/economia/diferencia-prestamo-credito-nnda-

nnlt262674

Hernández (2017) Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). Metodología de la investigación. Recuperado de http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la- investigacion-sextaedicion.compressed.pdf
https://www.cuidatudinero.com/13098559/definicion-de-credito-comercial

Martínez, F., & Herrera, P. (2022). *Estabilidad bancaria y gestión del riesgo en un entorno global*. Editorial Universidad Complutense.

Martínez (2017) López Rodríguez, Y.A (2017) Método para la integración de ontologías en sistemas relacionales para la evaluación de créditos artículo de investigación. Recuperado de: https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Mart%C3%ADnez+(2017)+credito+formal&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

Mendoza, M. (2018) Impacto de los niveles de ahorro financiero en el crecimiento económico del Perúperiodo 2000 -2015. Tesis presentada para optar el grado académico de Economista en la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad de Lima, Perú. Disponible en URL: https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/7802?localeattribute=en

Montiel, M. (2020) Contribución del sistema financiero al crecimiento económico: México, 1997-2019. Tesis presentada para optar el grado académico de Maestro en Economía Aplicada en el Colegio de la Frontera Norte, México. Disponible en URL: https://www.colef.mx/posgrado/tesis/20181413/

Morrillo, A. A. (2022). La inclusión financiera en el desarrollo económico de América. Revista de Estudios Latinoamericanos, 82(2), 345-367.

Orosco (2016), Orozco Lalo, J. F. crecimiento económico y democracia: ¿puede el crecimiento de la economía reducir la pobreza? Tesis presentada para optar el grado académico de Bachiller. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Documents/Documentos/TESIS%20VIII%20CICLO/TESIS%20FORMAL%206.pdf

Robles, 2021 Robles Mora, M. A. (2021). Determinantes de acceso al crédito en el Perú: Evidencia a nivel de personas. Tesis presentada para optar el grado académico de magíster en economía Disponible en URL: file:///C:/Users/USUARIO/Documents/Documentos/TESIS%20VIII%20CICLO/TESIS%2 0FO RMAL%202.pdf

Rodríguez, L., & Sánchez, J. (2023). *Desarrollo financiero y crecimiento económico en España: evidencia regional y nacional*. Revista Española de Economía, 34(2), 123–145.

Sarria (2016) Sarria Pedroza, J.H (2016). Efectos de la inversión productiva subvencionada en la eficiencia, rendimiento y crecimiento de las empresas: un análisis temporal. Tesis presentada para optar el grado académico doctoral. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Documents/Documentos/TESIS%20VIII%20CICLO/tesis%20 formal%203.pdf

Tobar-Cruz, J. S., & Ruiz-Martínez, C. A. (2025). *Formalization and growth of microbusinesses in Colombia: Relationship with credit access from a formal/informal, gender, and regional perspective* (Working Paper). Banco de la República.

Torres García, S. M. (2016). El crédito en los procesos de crecimiento económico y desarrollo económico. La experiencia española en las situaciones de crisis financieras. El papel de las instituciones y de los reguladores del sistema financiero. Tesis presentada para optar el grado académico doctoral. Recuperado de file:///C:/Users/USUARIO/Documents/Documentos/TESIS%20VIII%20CICLO/TESIS%2 0FO RMAL%204.PDF

TORRES, J(2016) Análisis de los microcréditos formal e informal en el mercado modelo de la ciudad de iquitos, período 2015. Tesis presentada para optar el grado académico de maestría en gestión empresarial aplicada en Iquitos – Perú Disponible en URL:file:///C:/Users/USUARIO/Documents/Documentos/TESIS%20VIII%20CICLO/M ODELO%20 DE%20TESIS%20PARA%20VER%20LOS%20TIPOS(TRANSVERSAL%20ENTRE% 20OTROS.pdf

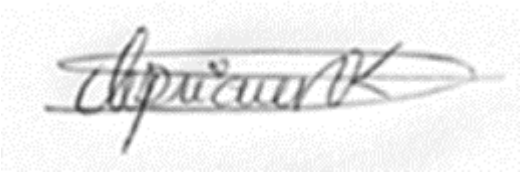
Anexos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Mg. CPC. Cipriano Urtecho Karhy Estela, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Contador Público**, **titulado "El crédito formal y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín- Lambayeque 2023.",** elaborado por la Est. **Garcia Chapoñan Cristina Milagros**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 22 de Octubre 2023



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Mg. CPC. Cipriano Urtecho, Karhy Estela

Cargo Actual: Asesora Especialista de Tesis

1. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN:

TÍTULO DE TESIS

EL CRÉDITO FORMAL Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN MARTÍN- LAMBAYEQUE 2023

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera el crédito formal impacta en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023?

OBJETIVO GENERAL

Analizar si el crédito formal impacta en el crecimiento económico del mercado San Martin – Lambayeque 2023.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las características de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
- Analizar el uso del crédito formal en los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
- Evaluar el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
- Plantear estrategias que impacten en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martin - Lambayeque.

2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:

Variables	Dimenciones	Indicadores	Tecnica e instrumento	objetivos específicos
CRÉDITO FORMAL	Requisitos para obtener un crédito financiero	Capacidad de pago	ENCUESTA	Identificar las características de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
		Historial crediticio		
		Garantías		
	Políticas de crédito	Tasa de interés		Analizar el uso del crédito formal en los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
		Plazos		
	Productos financieros	Crédito personal		
		Tarjeta de crédito		
		Crédito de consumo		
CRECIMIENTO ECONÓMICO	Inversión	Ahorros		Evaluar el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.
		Acceso a crédito formal		
	Mejora en la calidad de vida	Acceso a servicios básicos		
		Acceso a servicios de salud público o privado		
	Innovación de tecnología	Uso de celular para transacciones o comunicación con los		Plantear estrategias que impacten en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque.
		Adopción a herramientas digitales		

3. MATRIZ DE CONSISTENCIA

<table>
<tr><th>Problema principal</th><th>Objetivo Principal</th><th>Hipótesis</th><th colspan="2">Variables</th></tr>
<tr><td rowspan="14">¿De qué manera el crédito formal impacta en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín-Lambayeque 2023?</td><td>• Analizar los efectos de un crédito formal y su impacto en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado Lambayeque 2023</td><td></td><td colspan="2">Variable 1: CRÉDITO FORMAL
Variable 2: CRECIMIENTO ECONÓMICO</td></tr>
<tr><td>Objetivos específicos</td><td>Investigación e instrumento</td><td>Dimensiones</td><td>Indicadores</td></tr>
<tr><td rowspan="2">1. Identificar las características de los comerciantes del mercado San Martín-Lambayeque 2023.</td><td rowspan="2">Encuesta</td><td colspan="2">Variable 1: CRÉDITO FORMAL</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Requisitos para obtener un crédito financiero</td><td>Capacidad de pago</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2. Analizar el uso del crédito formal en los comerciantes del mercado San Martín- Lambayeque 2023.</td><td rowspan="2">Encuesta</td><td>historial crediticio</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Políticas de crédito</td><td>Garantías</td></tr>
<tr><td rowspan="3">3. Evaluar el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín-Lambayeque 2023.</td><td rowspan="3">Encuesta</td><td>Tasas de interés</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Productos financieros</td><td>Plazos</td></tr>
<tr><td>crédito personal</td></tr>
<tr><td rowspan="3">4. Plantear estrategias que impacten en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín-Lambayeque</td><td rowspan="3">Encuesta</td><td>Tarjeta de crédito</td></tr>
<tr><td>Crédito de consumo</td></tr>
<tr><td colspan="2">Variable 2: CRECIMIENTO ECONÓMICO</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Inversión</td><td>Ahorros</td></tr>
<tr><td>Acceso a crédito formal</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Mejora en la calidad de vida</td><td>Acceso a servicios básicos</td></tr>
<tr><td>Acceso a servicios de salud Público o privado</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Innovación de tecnología</td><td>Uso de celular para transacciones o comunicación con los clientes y proveedores</td></tr>
<tr><td>Adopción de herramientas digitales</td></tr>
</table>

4. INSTRUMENTO I (CUESTIONARIO)

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO Nº 1

Objetivo General: Estimado señor(a), reciba mi mas grato y cordial saludo, la presente encuesta tiene la finalidad de recolectar información sobre de qué manera el crédito formal impacta en el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martin Lambayeque Le agradecemos contestar las siguientes preguntas y colaboración.

Instrucción: Lea atentamente cada una de las preguntas y elija la alternativa con la que este de acuerdo.

Datos:

Nombre del mercado: San Martin Lambayeque

1. Edad
   - ( ) 20-30
   - ( ) 31-40
   - ( ) 41-50
   - ( ) 51-60
   - ( ) 61- A más

2. Sexo
   - ( ) Masculino
   - ( ) Femenino

3. Nivel de educación

( ) Primaria
( ) Secundaria
( ) Superior

4. ¿Cuál es su estado civil?

a) Soltero(a)
b) Casado(a)
c) Divorciado(a)
d) Viudo(a)

Instrucción: Lea atentamente cada una de las preguntas y elija la alternativa con la que usted esté de acuerdo.

I. Identificar las características de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.

1. ¿Qué antigüedad tiene su negocio?

a) 0- 3 años
b) 4- 8 años
c) 9-15 años
d) 15 años a más

2. ¿Con que tipo de recursos inició su negocio?

a) Recursos propios
b) Préstamos de agiotistas
c) Préstamos de familia
d) Préstamos de amigos
e) Préstamo de entidad financiera

3. ¿Cuánto fue su capital inicial?

a) 1- 1, 000

b) 1,001 a 3,000
c) 3,001 a 5,000
d) 5,001 a 7,000
e) 7,001 a más

4. ¿Con cuánto capital trabaja usted mensualmente?

a) 1- 1, 000
b) 1,001 a 3,000
c) 3,001 a 5,000
d) 5,001 a 7,000
e) 7,001 a más

5. ¿Cuánto vende mensualmente?

a) 1- 1, 000
b) 1,001 a 3,000
c) 3,001 a 5,000
d) 5,001 a 7,000
e) 7,001 a más

6. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?

a) Trabajo solo(a)
b) De 1 a 3 empleados
c) De 4 a 7 empleados
d) De 8 a 10 empleados
e) Más de 10

7. ¿Tiene alguna otra fuente ingresos aparte de su negocio en el mercado?

a) Si
b) No

8. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación o charla relacionada con la actividad comercial?

a) Sí

b) No

9. ¿Usted cuenta con carga familiar?

a) Sí

b) No

10. Si su respuesta fue si, ¿Sus ingresos como comerciante le permite cubrir todos sus gastos mensuales?

a) Sí

b) No

11. ¿Usted es la única persona que genera ingresos en su hogar?

a) Sí

b) No

12. ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento para su negocio?

a) Ahorros personales

b) Préstamos familiares

c) Préstamos de amigos

d) Crédito formal de instituciones financieras

e) Crédito informal (agiotista)

INSTRUMENTO II.

CUESTIONARIO Nº2

II. Analizar el uso del crédito formal en los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.

1. ¿Usted cuenta con algún crédito formal emitido por una entidad financiera?

a) Sí

b) No

2. ¿Usted actualmente cuenta con un crédito de capital de trabajo?

    a) Si
    b) No

3. ¿Usted actualmente cuenta con un crédito personal?

    a) Si
    b) No

4. ¿Usted cuenta con un crédito de consumo?

    a) Si
    b) No

5. ¿Actualmente usted cuenta con tarjeta (s) de crédito?

    a) Si
    b) No

6. ¿Usted considera que tener acceso a un crédito formal impactaría positivamente en su crecimiento económico?

    a) Si
    b) No

7. ¿Cree que el crédito formal es más beneficioso que el crédito informal (agiotistas)?

    a) Si
    b) No

8. ¿Usted considera que las tasas de interés para un crédito formal son accesibles?

    a) Si
    b) No

9. ¿Considera que las tasas de interés afectan su capacidad de pago?

    a) Si

b) No

10. ¿Usted ha tenido obstáculos para solicitar un crédito formal de una entidad financiera?
    a) Si
    b) No

11. ¿Ha utilizado alguna vez garantías para obtener un crédito formal para su negocio?
    a) Si
    b) No

12. ¿Conoce usted que es un historial crediticio?

    a) Si
    b) No

13. ¿Usted considera que es importante el historial crediticio al solicitar un préstamo formal?
    a) Si
    b) No

14. ¿Usted considera que las entidades financieras aplican los plazos adecuados para el pago de un crédito formal?

    a) Si
    b) No

INSTRUMENTO III.

CUESTIONARIO Nº3

III. Evaluar el crecimiento económico de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.

1. ¿Considera que el crédito formal ha contribuido al crecimiento económico de su negocio?

    a) Sí
    b) No

2. ¿El crédito formal le ha permitido invertir en mejoras para su negocio?
    a) Sí
    b) No

3. ¿Considera usted importante la inversión en el crecimiento de su negocio?

    a) Si
    b) No

4. ¿Considera usted que es importante ahorrar para poder invertir en su negocio?

    a) Sí
    b) No

5. ¿Considera usted que sus ahorros han influido en la capacidad de expansión de su negocio?

    a) Sí
    b) No

6. ¿Considera usted que el acceso a servicios básicos como agua, electricidad y saneamiento ha mejorado su calidad de vida?

    a) Sí
    b) No

7. ¿Ha experimentado alguna dificultad relacionada con la calidad de los servicios básicos en el mercado?

    a) Sí
    b) No

8. ¿Considera que la disponibilidad de servicios básicos influye en la atracción y retención de clientes en el mercado San Martín Lambayeque?

a) Sí
b) No

9. ¿Usted cuenta con acceso a un servicio de salud?

a) Sí
b) No

10. ¿Tiene conocimiento usted sobre las redes sociales en tendencia?

a) Sí
b) No

11. ¿Ha considerado usted la innovación de tecnología para expandir o mejorar su negocio?

a) Sí
b) No

12. ¿Considera que es beneficioso utilizar celular para realizar transacciones o comunicarse con sus clientes?

a) Sí
b) No

13. ¿Ha enfrentado desafíos al intentar integrar herramientas digitales en la gestión diaria de su negocio?

a) Sí
b) No

14. ¿Considera que la innovación tecnológica puede influir en la competitividad y sostenibilidad de su negocio?

a) Sí

b) No

INSTRUMENTO IV.

CUESTIONARIO Nº4

IV. Realizar una capacitación sobre el uso de crédito formal de los comerciantes del mercado San Martín - Lambayeque 2023.

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Mg. CPC. Cipriano Urtecho Karhy Estela

Cargo o institucion donde labora:

Investigador (a): García Chapoñan Cristina Milagros

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFI C IENTE						REGULAR			BUENO				EXELENTE		
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.										X						
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.										X						
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.											X					
ORGAN IZACION	Los item tiene una secuencia logica.											X					
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.										X						
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.											X					
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.											X					

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que

considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV.

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 15