



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL
DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN
DE COMERCIANTES VENDEDORES DE
CALZADO DE AYAVIRI – 2023**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. CLEOPATRA GERTRUDES CCAMA FIGUEROA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

JULIACA – PERÚ
2024






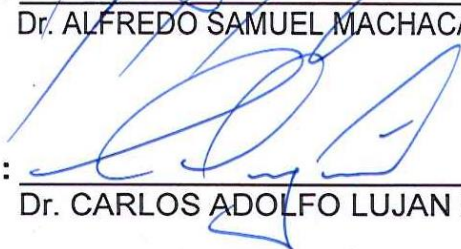
UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL
DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN
DE COMERCIANTES VENDEDORES DE
CALZADO DE AYAVIRI – 2023

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. CLEOPATRA GERTRUDES CCAMA FIGUEROA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE	:	 Dra. BERTHA BEJAR PARRA
PRIMER MIEMBRO	:	 Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
SEGUNDO MIEMBRO	:	 Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON
ASESOR DE TESIS	:	 Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	:	ECONOMÍA SECTORIAL - P15



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 725-2024-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 04 de diciembre del 2024

VISTOS: El Oficio No 081-2024-DUI-FCCF-UANCV de fecha 04 de diciembre del 2024, emitido por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el Expediente N° CU – 17681 presentado por el (la) Bachiller: **CCAMA FIGUEROA CLEOPATRA GERTRUDES**, quien *solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación*, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADOS DE AYAVIRI - 2023**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable de la Directora de la Unidad de Investigación y la Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **CCAMA FIGUEROA CLEOPATRA GERTRUDES**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADOS DE AYAVIRI - 2023**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO** en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro	: Dr. HILARIO CONDORI MAMANI .
2do Miembro	: Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON
Asesor	: Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: JUEVES, 12 de diciembre del 2024
Hora	: 10:00 a.m.

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)
- Archivo	(1)

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
DECANATURA
Dra. BERTHA BEJAR PARRA
Decana (a) de la Facultad de Ca.
Contables y Financieras

**UNIVERSIDAD ANDINA**
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**RESOLUCIÓN N° 321-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 07 de agosto del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-CU-8122 de fecha 05 de julio del 2024, del **Bach. CCAMA FIGUEROA CLEOPATRA GERTRUDES**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Contabilidad**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **CCAMA FIGUEROA CLEOPATRA GERTRUDES**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI - 2023**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N°161-2024-D-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corrobora la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema titulado: **ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI - 2023**, presentado por el (la) Bachiller: **CCAMA FIGUEROA CLEOPATRA GERTRUDES**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
.....
Dr. Judy Huacari Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

**RESOLUCIÓN N° 161 - 2024- D-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 02 de abril del 2024

VISTOS:

El Oficio No 027-2024-DUI-FCCF-UANCV de fecha 01 de abril del 2024, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el expediente N° CU-01627 presentado por el (la) Bachiller: **CCAMA FIGUEROA CLEOPATRA GERTRUDES**; quien solicita la aprobación de la propuesta de Investigación Titulado: **ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI - 2023**; para optar el Título Profesional de Contador Público, y

CONSIDERANDO:

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento General de Investigación de la UANCV; el **Comité de Investigación** de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras integrado por:

PRESIDENTE : Dr. MARTIN LEON CALA
MIEMBROS : Dr. JESUS MAMANI MAMANI
Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

Ha emitido el dictamen favorable para que dicha propuesta de Investigación pueda ser aprobado por Resolución.

Que, es requisito indispensable contar con un Docente Ordinario de la Facultad quien oficiara de Asesor de Tesis.

Estando el informe favorable del Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, en concordancia con el Reglamento General de Investigación y con el Reglamento de Grados y Titulos, y en uso de las atribuciones que le confiere la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria, Resolución de Institucionalización N° 1287-92-ANR. D.L. N° 739 y el Estatuto Modificado 2020 de la UANCV, al Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:**PRIMERO:**

APROBAR LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI - 2023**, presentado por el (la) Bachiller: **CCAMA FIGUEROA CLEOPATRA GERTRUDES**, para optar el Título Profesional de Contador Público; y de conformidad con el Reglamento General de Grados y Titulos y del Reglamento General de Investigación, **se dispone su EJECUCIÓN.**

SEGUNDO:

RATIFICAR como Asesor(a) de Tesis al(la): **Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA**

TERCERO:

La Facultad de Ciencias Contables y Financieras, el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, la Dirección de la Escuela Profesional y el Secretario Académico de la Facultad, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesado(01)
- Asesor (01)
- FCCF (01)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dra. **BERTINA LUJAR PARRA**
Decana (a) de la Facultad de Ca.
Contables y Financieras



ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI – 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1 Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez 10%
Trabajo del estudiante

2 repositorio.upt.edu.pe 1%
Fuente de Internet

3 renati.sunedu.gob.pe <1%
Fuente de Internet

4 repositorio.uncp.edu.pe <1%
Fuente de Internet

5 repositorio.esan.edu.pe <1%
Fuente de Internet

6 repositorio.ucv.edu.pe <1%
Fuente de Internet

7 distancia.udh.edu.pe <1%
Fuente de Internet

8 apirepositorio.unh.edu.pe <1%
Fuente de Internet

9 repositorio.unu.edu.pe <1%
Fuente de Internet

10 dominiodelasciencias.com <1%
Fuente de Internet

11 dspace.esPOCH.edu.ec <1%
Fuente de Internet

12 upc.aws.openrepository.com <1%
Fuente de Internet

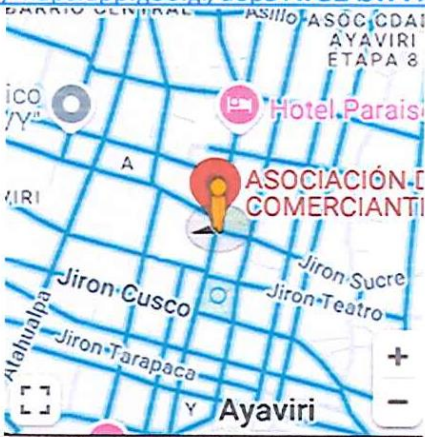
13 repositorio.unap.edu.pe <1%
Fuente de Internet



Metadatos Complementarios

ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI – 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	CLEOPATRA GERTRUDES CCAMA FIGUEROA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02296402
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0004-3763-2850
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	01212364
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-5596-3435
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON
Tipo de documento	DNI



Número de documento de identidad	29433035
Datos de investigación	
Línea de investigación	Economía Sectorial - P15
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI</p> <p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: Melgar Distrito: Ayaviri</p> <p>Latitud: --14.876720085950176 Longitud: -70.5889036520437</p> <p>https://maps.app.goo.gl/u6p5TwGLAsWV712z7</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Marzo 2024 – Diciembre 2024
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00</p> <p>Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01</p>

UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CERCO VELASCO"
[Firma]
Dra. Yady Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo CLEOPATRA GERTRUDES CCAMA FIGUEROA, identificado con DNI Nro. 02296402 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

CONTABILIDAD

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI – 2023

Asesorado por: Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 23 de Diciembre del 2024

Firma del Asesor
(obligatoria)

Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A mi Esposo y mi Madre, quienes con su amor, sacrificio y apoyo incondicional han sido mi pilar e inspiración de este viaje académico. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mis Docentes Catedráticos, mentores y compañeros de clase, que con su conocimiento, guía y amistad han enriquecido mi experiencia universitaria y me han motivado a superar mis límites.

A mis hijos y familiares, por estar siempre presentes en momentos de alegría y brindándome su compañía y comprensión incondicional.

Y, finalmente, a todos que de una manera u otra contribuyen a la culminación de este trabajo. A cada uno de ustedes, mi más sincero agradecimiento.



AGRADECIMIENTO

Debo expresar mi más profundo agradecimiento a todas aquellas personas que, de una manera u otra, hicieron posible la realización de esta tesis.

A mis Docentes, Catedráticos y mentores, quienes me brindaron las herramientas académicas y el conocimiento necesario para llevar a cabo esta investigación.

A mi Madre y Esposo, por su amor incondicional, sacrificio y apoyo constante en todos los aspectos de mi vida.

A mis Familiares y compañeros de estudios, por su compañerismo, apoyo y ánimo en los momentos difíciles. Sus palabras de aliento y su compañía hicieron de este camino una experiencia más llevadera y enriquecedora.

A todos los participantes y colaboradores que de alguna manera contribuyeron a esta investigación, les agradezco su tiempo y disposición. Sin su colaboración, este trabajo no habría sido posible.



ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	i
ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	viii
CAPÍTULO I.....	1
ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2.1. Problema principal.....	2
1.2.2. Problemas específicos	2
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3.1. Justificación Teórica.....	3
1.3.2. Justificación Práctica.....	3
1.3.3. Justificación Metodológica	3
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
1.5. Hipótesis.....	4
1.5.1. Hipótesis general.....	4
1.5.2. Hipótesis específicas.....	4
1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.	5
CAPÍTULO II	6



FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	6
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.2. BASES TEÓRICAS	8
2.2.1. Acceso al financiamiento.....	8
2.2.2. Desarrollo empresarial	12
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	15
CAPÍTULO III	17
METODOLOGÍA	17
3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	17
3.2. ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN.....	17
3.3. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN	18
3.5. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	19
3.7.1. Población	19
3.7.2. Muestra	19
3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN ...	19
3.8.1. Encuesta	19
3.8.2. Instrumento	20
3.9. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	20
CAPITULO IV.....	22
ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	22
4.1.1. Registro Único de Contribuyentes.....	22



4.1.2.	Licencia de funcionamiento	23
4.1.3.	Dimensión: Acceso al financiamiento	24
4.1.4.	Costo de financiamiento	27
4.1.5.	Dimensión: Sostenibilidad empresarial	30
4.1.6.	Dimensión: Nivel de competitividad.....	33
4.1.7.	Acceso al financiamiento y Desarrollo empresarial	36
4.2.	PRUEBA DE HIPÓTESIS	37
4.2.1.	Prueba de normalidad	37
4.2.2.	De hipótesis general.....	38
4.2.3.	De hipótesis específica 1	38
4.2.4.	De hipótesis específica 2.....	39
4.3.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	40
	CONCLUSIONES	42
	RECOMENDACIONES	43
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44
	APÉNDICE.....	49



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	5
Tabla 2 Población	19
Tabla 3 Inscripción en el RUC.....	22
Tabla 4 Obtención de licencia de funcionamiento	23
Tabla 5 Documentos para el financiamiento	24
Tabla 6 Disposición a pagar.....	26
Tabla 7 Aplicación de tasas de interés.....	27
Tabla 8 Fijación de plazos	29
Tabla 9 Innovación.....	30
Tabla 10 Acceso al financiamiento.....	32
Tabla 11 Relación entre precio y costo	33
Tabla 12 Estrategia de marketing	35
Tabla 13 Acceso al financiamiento influye en Desarrollo empresarial	36
Tabla 14 Prueba de normalidad.....	37
Tabla 15 Pruebas hipótesis general.....	38
Tabla 16 Prueba de hipótesis.....	38
Tabla 17 Pruebas de hipótesis específica 2.....	39



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inscripción en el RUC	23
Figura 2 Obtención de licencia de funcionamiento.....	24
Figura 3 Documentos para el financiamiento	25
Figura 4 Disposición a pagar.....	26
Figura 5 Aplicación de tasas de interés	28
Figura 6 Fijación de plazos	29
Figura 7 Innovación.....	31
Figura 8 Acceso al financiamiento	32
Figura 9 Relación entre precio y costo	34
Figura 10 Estrategia de marketing	35
Figura 11 SIRE influye en las obligaciones tributarias	37



RESUMEN

En el ámbito de este estudio, denominado "Acceso a la financiación y su impacto en el desarrollo empresarial de la Asociación de Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023", el propósito general era determinar el impacto que tiene el acceso a la financiación en el desarrollo empresarial de la Asociación de Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023. En la investigación se trabajó con la metodología cuantitativa, y aplicada, de nivel descriptivo, un diseño transeccional no experimental y un enfoque inductivo-deductivo. Se aplicó la encuesta y el cuestionario como instrumento. La investigación se realizó con una población y una muestra de 21 socios. Se llegó a la conclusión donde el acceso al financiamiento tiene una incidencia significativa del 61.9% en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023, de acuerdo a los resultados, los comerciantes consideran importante acceder al financiamiento, sin embargo una gran parte no cuenta con los documentos básicos, lo que los inhabilita para acceder a créditos bancarios, lo que los afecta en el desarrollo empresarial de los comerciantes, como lo demuestra en la prueba Rho de Spearman el valor de significancia de 0.004 menor a 0.05, lo que significa que el acceso al financiamiento tiene un impacto significativo en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes y Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023.

Palabras clave: Acceso, financiamiento, desarrollo, empresarial, financiamiento.



ABSTRACT

In the scope of this study, called "Access to financing and its impact on the business development of the Association of Shoe Sellers of Ayaviri - 2023", the general purpose was to determine the impact that access to financing has on the business development of the Association of Shoe Sellers of Ayaviri - 2023. The research worked with quantitative methodology, and applied, descriptive level, a non-experimental transectional design and an inductive-deductive approach. The survey and questionnaire were applied as instruments. The research was conducted with a population and a sample of 21 partners. The conclusion was reached where access to financing has a significant incidence of 61.9% in the business development of the Association of Merchants Sellers of Footwear of Ayaviri - 2023, according to the results, the merchants consider it important to access financing, however a large part does not have the basic documents, which disqualifies them from accessing bank loans, which affects them in the business development of the merchants, as shown in the Spearman's Rho test the significance value of 0.004 less than 0.05, which means that access to financing has a significant impact on the business development of the Association of Merchants and Sellers of Footwear of Ayaviri - 2023.

Key words: Access, financing, development, business, financing.



INTRODUCCIÓN

Cuando se trata del desarrollo y la expansión de una empresa, tener acceso al capital es un componente esencial. Obtener los recursos financieros necesarios para invertir en activos, hacer crecer las operaciones, innovar y satisfacer las necesidades operativas es una representación de la capacidad de una empresa para hacerlo. Los bancos, los inversores, los mercados de capitales y las iniciativas gubernamentales son algunos de los orígenes potenciales de este acceso. Otras fuentes potenciales son los mercados de capitales.

La forma en que la financiación influye en el crecimiento de una empresa es compleja y complicada. El primer beneficio de disponer de dinero suficiente es que permite a las empresas realizar inversiones en avances tecnológicos y mejoras operativas, en última instancia se plasma en un aumento de la producción y la eficiencia. Además, facilita la entrada en nuevos mercados, tanto geográficamente como en cuanto a los artículos que se ofrecen, lo cual es un componente vital de la expansión prolongada.

Por otra parte, el potencial de crecimiento de una empresa puede verse considerablemente obstaculizado si tiene un acceso restringido o insuficiente al capital. Debido a la falta de garantías, a un historial crediticio limitado y al elevado coste de los préstamos, así como a la falta de RUC y, en algunos casos, de licencia de funcionamiento, los comerciantes miembros de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023 se enfrentan a importantes obstáculos en este ámbito concreto. Por otro lado, los comerciantes podrán contribuir de manera más efectiva al desarrollo económico y a la



generación de empleo si logran contrarrestar estos problemas mediante el desarrollo de instrumentos financieros novedosos y políticas públicas positivas.

La investigación tiene el siguiente contenido:

Capítulo I. La descripción del problema, los objetivos que se pretenden alcanzar, lo que se justifica la investigación y lo que se operacionaliza las variables.

Capítulo II. Se ofrece los antecedentes y el marco teórico.

Capítulo III. Establece el procedimiento metodológico, identifica a la población y toma una muestra que trabajará en la tesis, utiliza el instrumento que utiliza para recoger los datos y comparar los resultados con la hipótesis.

Capítulo IV. Proporciona la referencia bibliográfica, también ofrece conclusiones y recomendaciones.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Luciano (2013), dada la actual situación de volatilidad económica en Argentina, las pequeñas y medianas empresas (también conocidas como PYME) se enfrentan a importantes retos a la hora de adquirir financiación a tipos que estén dentro de sus posibilidades financieras. Para empezar, es esencial tener una sólida comprensión de lo que se denomina una «PyME». Estas empresas se clasifican como Pequeñas y Medianas Empresas (PyME), y se caracterizan por su independencia, su inmenso dominio del mercado comercial y su interés primordial en obtener beneficios. A pesar de las limitaciones impuestas por factores como el tamaño, la estructura, los recursos humanos y los recursos financieros, se trata de una entidad fundada por individuos que comparten un objetivo común y tienen la intención de ser sostenibles en el tiempo.

Huayna (2020), en el proceso de trabajo con Reactiva Perú, las micro, pequeñas y medianas empresas se enfrentan a una serie de retos, uno de los cuales es la falta de acceso a este software. Por otro lado, un número importante de estas organizaciones no puede acceder a esta ayuda



financiera, circunstancia que se da principalmente en el caso de las micro y pequeñas empresas. Debido a que algunas micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) no cuentan con historial crediticio, las instituciones financieras no pueden brindar asistencia financiera a estas organizaciones. En algunos casos, sí proporcionan ayuda financiera, pero a tipos de interés más elevados. Esto se debe a la preocupación de que estas organizaciones no puedan devolver el dinero en el futuro.

Sin embargo, para mejorar y expandir su negocio, requieren financiamiento de instituciones financieras. Sin embargo, la mayoría de ellos no pueden adquirir este financiamiento debido a que operan de manera informal y no cuentan con un Registro Único de Contribuyentes ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. Para que puedan desarrollar su negocio, es necesario proporcionarles financiamiento.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema principal

¿Cuál es la incidencia del acceso al financiamiento en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la incidencia del acceso al financiamiento en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023?



¿Cuál es la incidencia del acceso al financiamiento en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023?

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Justificación Teórica

Los resultados de la tesis arrojaron luz sobre los factores que condujeron a las dificultades que la Asociación de Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023 encontró para acceder a la financiación y desarrollar su negocio.

1.3.2. Justificación Práctica

Para la Asociación de Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023, la investigación permitió sugerir respuestas a las dificultades de acceso a la financiación y de desarrollo de la empresa. Estos enfoques se propusieron con el fin de abordar los problemas.

1.3.3. Justificación Metodológica

Con ayuda de la investigación, la Asociación de Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023 pudo idear técnicas que les ayudaran a superar los obstáculos que les impedían acceder a financiación y desarrollar sus negocios.



1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

Determinar la incidencia del acceso al financiamiento en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

Demostrar cómo incide el acceso al financiamiento en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

Identificar la incidencia del acceso al financiamiento en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

El acceso al financiamiento incide significativamente en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

1.5.2. Hipótesis específicas

El acceso al financiamiento incide significativamente en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

El acceso al financiamiento incide significativamente en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.



1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Tipo variable	de	Escala de medición
Acceso al financiamiento	Tener acceso a la financiación del sector privado significa tener la oportunidad de adquirir recursos que pueden utilizarse para invertir o ampliar una empresa.	Se recogieron las opiniones de los comerciantes sobre el acceso al financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Requisitos de calificación ✓ Costos del financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Información financiera ✓ Capacidad de pago ✓ Tasas de interés ✓ Plazo de préstamo 	Cuantitativa		Ordinal
Desarrollo empresarial	El término «desarrollo empresarial» se refiere al proceso de articulación de los diversos componentes que ofrecen al empresario la capacidad de dirigir una organización en la dirección de alcanzar sus objetivos.	Se recabó información de los comerciantes sobre el desarrollo empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sostenibilidad empresarial ✓ Nivel de competitividad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de negocio ✓ Acceso a capital ✓ Costos y precios ✓ Marketing y ventas 	Cuantitativa	a	Ordinal

Nota: La tabla describe de cómo opera las variables.



CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Internacional

Peralta & Peralta (2022), el pasivo es la principal fuente de financiación de las pequeñas y medianas empresas del Azuay, siendo los acreedores devengados y los proveedores las principales fuentes de pasivo corriente. Por otra parte, los préstamos bancarios a las empresas no constituyen una fracción de las estructuras financieras de las empresas examinadas que sea representativa del conjunto. El acceso a la financiación a largo plazo es esencial para las pequeñas y medianas empresas, y los resultados de la investigación indican que así es, ya que estas empresas se ven obligadas a recurrir más a los préstamos a corto plazo, como los préstamos personales y los préstamos a empresas, porque no pueden cumplir los requisitos indicados anteriormente.

2.1.2. Nacional

Avila (2020), si la gran mayoría de las pequeñas y medianas empresas optan por no legalizar sus operaciones, y si siguen haciéndolo, se enfrentarán a multitud de retos cuando intenten obtener financiación de las



instituciones financieras. La financiación se refiere al proceso de adquirir fondos con el fin de comprar cosas materiales y/o componentes monetarios para satisfacer las necesidades de la empresa. Recuerde que la formalización influye en las solicitudes de préstamo. Este es otro punto clave a tener en cuenta. Por ello, no cuentan con la organización adecuada, no entregan comprobantes de pago de la mayoría de sus actividades y no conocen con exactitud la normatividad que regula los impuestos.

Moreyra & Ortiz (2020), las conclusiones del estudio indican que el crédito fomenta la creación de oportunidades de empleo, facilita la adquisición de activos fijos y estimula la producción, todo lo cual hace posible que las empresas penetren en los mercados internacionales. Por otra parte, algunas empresas no hacen un uso eficiente de los créditos porque se enfrentan a obstáculos financieros o porque carecen de conocimientos financieros. Se ha descubierto que el crédito es beneficioso para las empresas porque puede utilizarse como fuente de capital local, puede mejorar el comercio exterior y puede hacer posible que prosperen las empresas innovadoras. Gracias al crédito, los exportadores y las agroempresas pueden crecer, prosperar y competir en el mercado. Esto se debe a que el crédito les ofrece la oportunidad de hacerlo. Además, es necesario el compromiso del gobierno para poner dinero a disposición a través de planes de mejora y políticas públicas. Esto hace posible que las empresas aumenten su productividad y establezcan una posición más poderosa en el mercado.

Espinola & Garcia (2020), a pesar de que los microempresarios que no pudieron adquirir créditos financieros sufrieron una disminución de su



nivel de actividad económica, las microempresas de esta región se han beneficiado de un mayor acceso a la financiación en lo que respecta al desarrollo de sus negocios. Las microempresas pudieron continuar eficazmente su desarrollo gracias a la obtención de facilidades de financiación, lo que aumentó su liquidez corriente, mejoró la rotación de inventarios, mejoró el rendimiento de los activos y maximizó las ventas y los beneficios. Al final, se constató que las microempresas pudieron continuar eficazmente su desarrollo.

2.1.3. Local

Flores (2020), Utilizan dinero interno y externo, además de sus propios ahorros personales, para llevar a cabo sus actividades comerciales. A continuación, acceden a la financiación bancaria, así como a la financiación a través de instituciones financieras, respectivamente. El recurso a los prestamistas es algo que las personas hacen en determinadas circunstancias cuando no pueden recibir financiación de las instituciones bancarias. La mayoría de las financiaciones disponibles son de corta duración.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Acceso al financiamiento

Según Rodríguez & Sierralta (1997), define:

Quando un microempresario necesita medios para financiar su actividad, uno de los retos de importancia a los que se enfrenta es el acceso al crédito. Este reto se hace aún más significativo si tomamos en cuenta que, en la actualidad, el conjunto de las fuentes de financiación sólo cubre



el 4% de las carencias del sector. El capital es necesario para el desarrollo de toda unidad productiva; sin él, cualquier intento de expansión es imposible (p. 323). Es evidente que el capital es esencial para el desarrollo de las unidades productivas

El término «acceso a la financiación» es referido a su capacidad de las personas y las empresas para adquirir con éxito los recursos financieros esenciales para iniciar o ampliar sus operaciones. Estos recursos pueden proceder de una amplia gama de fuentes, como instituciones financieras, inversores privados, mercados de capitales y programas gubernamentales (Beck & Demirguc-Kunt, 2006).

2.2.1.1. Fuentes de financiamiento

La financiación interna y la financiación externa son las dos categorías principales que pueden utilizarse para clasificar estos tipos de financiación.

- a) Financiamiento Interno:** Tiene en cuenta tanto los ingresos retenidos como las donaciones de los propietarios. En la mayoría de los casos, es la fuente inicial de financiación de sus respectivos negocios (Myers, 1984).
- b) Financiamiento Externo:** Los préstamos bancarios, las ofertas de bonos, el capital riesgo y otras formas de inversión externa se incluyen en esta categoría. Este tipo de financiación es absolutamente necesario para las empresas que quieren ampliar sus operaciones rápidamente o embarcarse en proyectos de una magnitud significativa (Petersen & Raghuram, 1994).

2.2.1.2. Barreras al acceso al financiamiento

El acceso a la financiación se ve restringido por una serie de obstáculos, principalmente en para las pequeñas y medianas empresas (PYME):

- a) Información Asimétrica: Debido a la falta de información precisa y transparente, las instituciones financieras y los inversores pueden tener problemas para evaluar el riesgo que plantean las empresas (Stiglitz & Weiss, 1981).
- b) Costos de Transacción: Los costes relacionados con la obtención de financiación pueden resultar prohibitivos para las empresas de menor tamaño (Beck et al., 2011).
- c) Garantías: La necesidad de garantías por parte de los prestamistas puede ser un obstáculo importante para las empresas que no disponen de activos suficientes para cumplir los requisitos necesarios (Binks & Ennew, 1996).

2.2.1.3. Políticas y Estrategias para Mejorar el Acceso al Financiamiento

Los gobiernos y las organizaciones financieras han puesto en marcha diversas políticas y tácticas para mejorar el acceso a los recursos financieros:

- a) Programas de garantía de créditos: Estos programas ofrecen garantías parciales sobre los préstamos, lo que contribuye a disminuir el riesgo que los prestamistas perciben asociado a los préstamos (Beck et al., 2011).
- b) Microfinanzas: Los programas de microfinanciación ofrecen pequeños préstamos a empresarios que, de otro modo, no tendrían acceso a los

servicios ofrecidos por las instituciones bancarias normales (Armendáriz & Morduch, 2010).

- c) Fintech: Las tecnologías financieras han transformado el acceso a la financiación al facilitar la evaluación del riesgo y reducir los costes de transacción. Fintech es la abreviatura de tecnología financiera (Philippon, 2016).

2.2.1.4. Instrumentos de financiamiento

a) Financiamiento Bancario

Tradicionalmente, muchas empresas han confiado en los bancos como principal fuente de financiación. Ofrecen una amplia gama de productos financieros, como préstamos, líneas de crédito y facilidades de descubierto, entre otras soluciones. Tanto la disponibilidad de estos productos como las condiciones que conllevan pueden cambiar en función de la solvencia del prestatario, así como de las condiciones del mercado (Diamond, 1984).

b) Mercado de Capitales

Las empresas pueden obtener financiación mediante la compra de acciones y bonos a través de los mercados de capitales. Este tipo de financiación puede ser más adecuado para grandes empresas que buscan recaudar importantes sumas de dinero para proyectos que tardarán mucho tiempo en completarse. (Rajan & Zingales, 1998).

c) Capital de Riesgo y Capital Privado

Las empresas innovadoras y de rápido crecimiento pueden beneficiarse enormemente de las opciones de financiación que ofrecen el capital riesgo y el capital de inversión. Los inversores de capital

proporcionan financiación a cambio de la participación en una empresa, y estos inversores también participan activamente en la gestión de la empresa (Gompers & Lerner, 2001).

2.2.2. Desarrollo empresarial

Para (Delfin & Acosta, 2016), es definida como:

El término «desarrollo empresarial» se refiere al proceso de articular los diversos componentes que ofrecen al empresario la capacidad de dirigir una organización en la dirección de cumplir sus objetivos. Entre ellos se incluyen aspectos como la expansión de la economía, la cultura empresarial y la innovación. Es una noción integradora, y tiene el potencial de tener un impacto positivo en las empresas al reconocer las capacidades del capital humano. Es posible que el empresario de la pequeña y mediana empresa (PYME) aproveche las oportunidades que se ofrecen a la organización en un entorno globalizado si es capaz de lograr el desarrollo empresarial (p. 187).

El término «desarrollo empresarial» hace referencia al conjunto de actividades y estrategias que se adoptan con la intención de crear y hacer crecer empresas que sean sostenibles y competitivas. En su ámbito se incluyen aspectos como la planificación estratégica, la innovación, la gestión de los recursos humanos, el marketing y las finanzas (Davidsson & Johan, 2001).

2.2.2.1. Factores Clave en el Desarrollo Empresarial

- a) **Innovación:** Cuando se trata del crecimiento de una empresa, la innovación es un factor esencial. Por regla general, las empresas que invierten dinero en investigación y desarrollo (I+D) son más

competitivas y están mejor preparadas para adaptarse a los cambios del mercado y a los avances técnicos (Schumpeter, 1934).

- b) Estrategia:** Las empresas son capaces de identificar sus objetivos a largo plazo y los pasos que deben dar para alcanzarlos mediante el proceso de planificación estratégica. Las empresas pueden reconocer las oportunidades y reducir los riesgos con la ayuda de un plan bien definido (Porter, 1980).
- c) Recursos Humanos:** Cuando se trata de activos, el capital humano es uno de los más valiosos que puede poseer cualquier organización. Tanto la formación continua como la gestión eficaz del talento son necesarias para la expansión de una empresa (Barney, 1991).
- d) Acceso al Financiamiento:** Para que las empresas consigan crecer y expandirse, necesitan tener acceso a recursos financieros. Entre las diversas fuentes de financiación, el capital social, los préstamos bancarios y los inversores de capital riesgo son algunos ejemplos de posibles fuentes (Beck & Demirguc-Kunt, 2006).
- e) Mercado:** Es esencial tener tanto una comprensión del mercado como la flexibilidad para ajustarse a las necesidades del mismo. Para que una empresa tenga éxito, es esencial contar con un marketing y unas relaciones con los clientes eficaces (Kotler & Keller, 2016).

2.2.2.2. Modelos de Desarrollo Empresarial

- a) Modelo de Crecimiento de Greiner:** Este modelo proporciona una descripción de las etapas de la evolución de una empresa, empezando por la etapa de innovación inicial y avanzando hasta la etapa de



madurez, así como las crisis que pueden producirse en cada nivel (Greiner, 1972).

- b) Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter:** La competencia existente, el poder de negociar con los clientes y la amenaza de productos de sustitución son los cinco elementos que se tienen en cuenta en este modelo para analizar la competitividad de las distintas industrias (Porter, 1980).
- c) Teoría de los Recursos y Capacidades:** Según este modo de pensar, las ventajas competitivas de una empresa se derivan de sus recursos y capacidades únicos, valorados, poco comunes, irrepetibles y debidamente organizados (Barney, 1991).

2.2.2.3. Políticas y Estrategias para el Desarrollo Empresarial

- a) Apoyo Gubernamental:** Es posible que los gobiernos ayuden al crecimiento de las empresas promulgando políticas que faciliten a las empresas la obtención de financiación, reduzcan los costes de las normativas y fomenten la innovación (Acs & Szerb, 2007).
- b) Incubadoras y Aceleradoras:** Al proporcionar a las empresas incipientes recursos y apoyo, estos grupos facilitan el crecimiento y desarrollo de las empresas de una manera más expeditiva (Hackett & Dilts, 2004).
- c) Redes y Alianzas:** La colaboración entre empresas, instituciones educativas y centros de investigación tiene el potencial de estimular la innovación y el desarrollo de las empresas (Powell et al., 1996).



2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Financiamiento

Es el proceso de proporcionar capital a una empresa o a un individuo con el fin de utilizarlo en un proyecto o negocio. Por capital se entienden recursos como dinero y crédito que se ofrecen a la empresa o al individuo para que puedan llevar a cabo sus objetivos. Los préstamos de instituciones financieras o los recursos proporcionados por los inversores de la empresa suelen ser las fuentes de financiación de las empresas.

Préstamo financiero

Es un tipo de operación financiera en la que la prestamista entrega al prestatario una cantidad de dinero y el prestatario se compromete a devolver la cantidad recibida, más los intereses.

Tasa de interés

El porcentaje de la transacción que se realiza es lo que constituye el tipo de interés. Para pagar por el uso del dinero, es necesario pagar un determinado porcentaje, que luego se convierte en una determinada cantidad de dinero.

Sostenibilidad empresarial

La expresión «sostenibilidad empresarial» se refiere al planteamiento estratégico que utilizan las empresas para realizar negocios y desarrollar bienes que tengan valor a largo plazo.

Competitividad empresarial

Las estrategias empresariales de una organización son el conjunto de planes, métodos y tácticas que se ponen en marcha con la intención de alcanzar los objetivos de planificación de la organización.



Estrategia de negocio

Las estrategias empresariales de una organización son el conjunto de planes, métodos y tácticas que se ponen en marcha con la intención de alcanzar los objetivos de planificación de la organización.

Marketing

El marketing puede definirse como la ciencia y el arte de descubrir, desarrollar y aportar valor para satisfacer las necesidades del mercado y, al mismo tiempo, obtener beneficios. A través del marketing, salen a la luz necesidades y deseos insatisfechos.

Mercado

El término «mercado» se refiere a un conjunto de transacciones, operaciones o intercambios de productos o servicios que tienen lugar entre particulares.



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Método inductivo - deductivo

Mendoza & Pérez (2020), Afirman que el método inductivo-deductivo es flexible en el proceso de investigación, lo que permite a los investigadores pasar de la recopilación de datos y la generación de hipótesis a la validación de teorías. Este método es útil en la investigación científica porque promueve un ciclo continuo de desarrollo y evaluación de hipótesis.

3.2. ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN

Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023

3.3. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de investigación es cuantitativo.

Según Cárdenas (2019) El enfoque cuantitativo se basa en la lógica deductiva, lo que significa que las hipótesis se crean a partir de teorías existentes y luego se prueban mediante la recopilación de datos. Esta

técnica es útil para encontrar conexiones y determinar si una cosa causa otra.

3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es lo que se ha utilizado es de investigación Aplicada.

Para (Martínez & Pérez, 2021) La investigación aplicada tiene como objetivo conectar la teoría con la práctica para desarrollar soluciones a situaciones reales. Este método no solo mejora la comprensión de los acontecimientos, sino que también facilita la puesta en práctica de tácticas eficientes en varios sectores.

3.5. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación utiliza el nivel descriptivo, según Tamayo (2014).

Este tipo de investigación incluye la descripción, el registro, el análisis y la interpretación del estado actual de un fenómeno, pero no implica la demostración de vínculos causales entre las variables. Este método permite establecer una base sólida para un estudio más exhaustivo que investigue las correlaciones o las causas.

3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se trabajó con el diseño no experimental transeccional.

Los investigadores examinan datos que se recopilan en un momento concreto, lo que puede dificultar la determinación de si una cosa causa otra.

Por otro lado, este método es útil para plantear hipótesis que puedan investigarse en investigaciones posteriores (Mendoza, 2020).

3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.7.1. Población

Se determinó que la población está conformada por la Asociación de Vendedores de Calzado de Ayaviri - 2023. Lo que se muestra aquí:

Tabla 2

Población

Nº	Denominación	Nº Socios
1	Socios	21
	Total	21

Nota: La tabla describe la población

3.7.2. Muestra

Según Valles (2014) El método de selección de una muestra puede influir en los resultados de la investigación. Por lo tanto, es importante tener en cuenta aspectos como el tipo de muestreo, el tamaño de la muestra y la diversidad de la población. Estos factores son esenciales para garantizar que la muestra sea representativa y que los resultados sean precisos.

Se fijó de muestra a los comerciantes de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

3.8.1. Encuesta

Según Salinas (2019), Las encuestas son esenciales en la investigación social porque permiten a los investigadores recopilar información de un gran número de personas en un corto período de tiempo. Esta estrategia

facilita la investigación de las conexiones entre variables y la comprensión general de un hecho concreto.

3.8.2. Instrumento

Según Mato (2018) El cuestionario es un instrumento necesario en la investigación social, que permite al investigador recopilar datos de manera oportuna y a gran escala. El autor hace hincapié en la importancia de validar el cuestionario antes de su uso, ya que esto garantiza que las preguntas evalúen con precisión el tema que se pretende examinar.

El cuestionario se entregó entre los comerciantes de la Asociación de Comerciantes y Vendedores de Calzado de Ayaviri. El objetivo es tomar datos que sirvan de base para las conclusiones del estudio.

3.9. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Tomando en cuenta que el tamaño de la muestra es inferior a treinta, la estadística de la prueba de Shapiro-Wilk resultó ser la opción más adecuada, como lo demuestra la evaluación de normalidad.

La hipótesis se probó utilizando la correlación Rho de Spearman. Las razones que lo justificaron fueron que las variables no cumplían los criterios de normalidad.

Planteamiento de las hipótesis

Hipótesis nula

H₀: El acceso al financiamiento no incide significativamente en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

Hipótesis alterna



Ha: El acceso al financiamiento incide significativamente en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.



CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Registro Único de Contribuyentes

Tabla 3

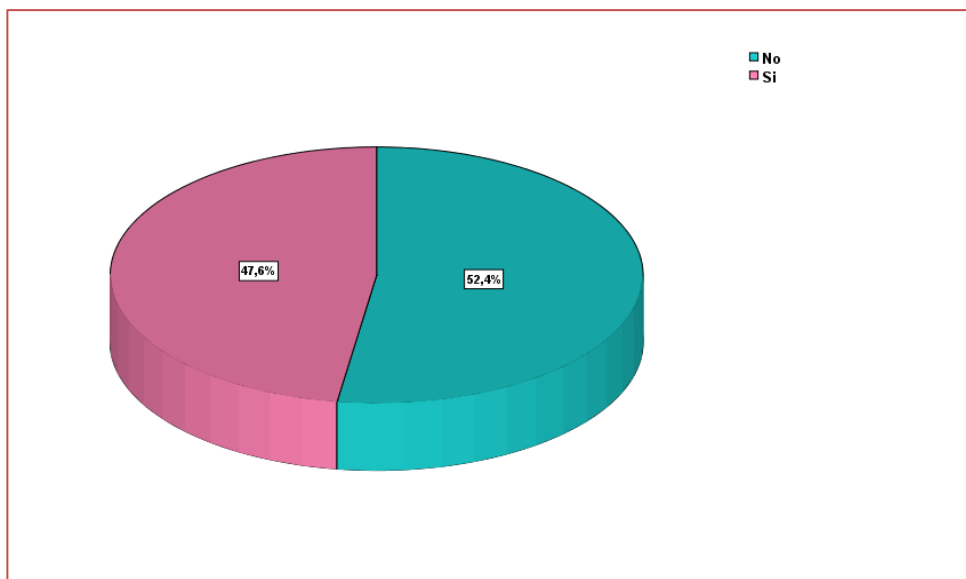
Inscripción en el RUC

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	11	52,4	52,4	52,4
	Si	10	47,6	47,6	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Nota: Se describe la inscripción en el RUC

Figura 1

Inscripción en el RUC



Nota: La figura proviene de la tabla 3

Los socios indicaron que el 52.4% No tienen RUC y el 47.6% indican que, si tienen RUC, el tener RUC es un aspecto importante para tener acceso al financiamiento, lo cual es preocupante que no todos tiene RUC.

4.1.2. Licencia de funcionamiento

Tabla 4

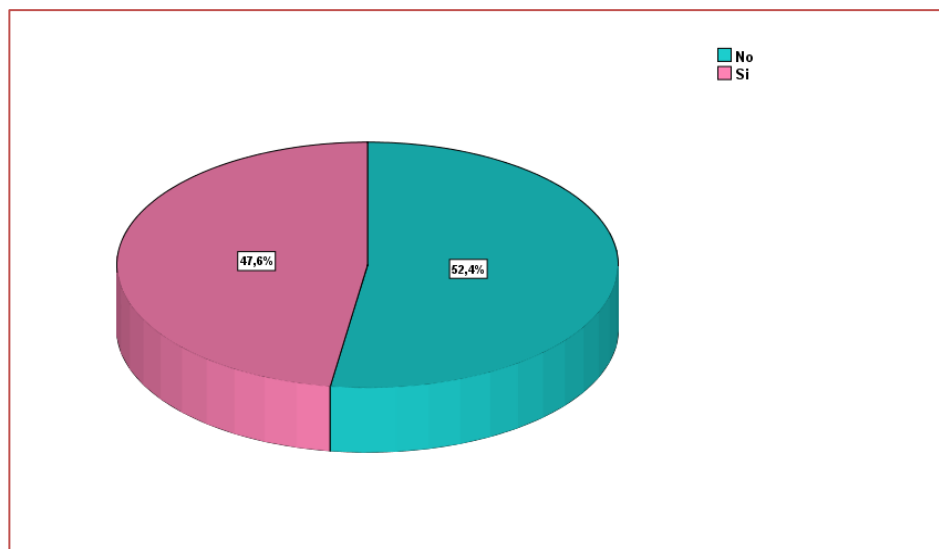
Obtención de licencia de funcionamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válido No	11	52,4	52,4	52,4
Si	10	47,6	47,6	100,0
Total	21	100,0	100,0	

Nota: Aquí se describe de cuantos tienen licencia de funcionamiento

Figura 2

Obtención de licencia de funcionamiento



Nota: Viene de la tabla 4

Los socios indicaron que el 52.4% tienen licencia de funcionamiento y el 47.6% no tienen, es otro factor trascendental para que las entidades financieras otorguen financiamiento al negocio.

4.1.3. Dimensión: Acceso al financiamiento

a) Información financiera

Tabla 5

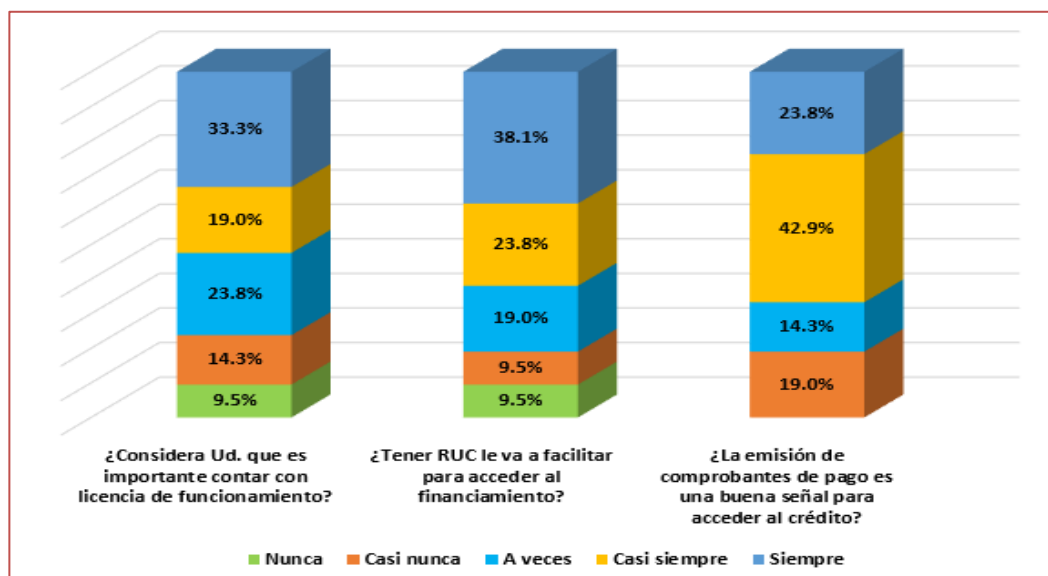
Documentos para el financiamiento

	¿Considera Ud. que es importante contar con licencia de funcionamiento?		¿Tener RUC le va a facilitar para acceder al financiamiento?		¿La emisión de comprobantes de pago es una buena señal para acceder al crédito?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	2	9,5%	2	9,5%	0	0,0%
Casi nunca	3	14,3%	2	9,5%	4	19,0%
A veces	5	23,8%	4	19,0%	3	14,3%
Casi siempre	4	19,0%	5	23,8%	9	42,9%
Siempre	7	33,3%	8	38,1%	5	23,8%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. Trata de la importancia de los documentos

Figura 3

Documentos para el financiamiento



Nota: La figura es producto de la tabla 5

Sobre los documentos básicos que deben contar los comerciantes, se tiene lo siguiente:

Con relación a la licencia de funcionamiento que deben contar los comerciantes, respondieron con el 9,5% Nunca, 14,3% Casi nunca, 23,8% A veces, 19,0% Casi siempre, y 33,3% Siempre.

Sobre el RUC que deben tener los comerciantes para acceder el financiamiento, indicaron con el 9,5% Nunca, 9,5% Casi nunca, 19,0% A veces, 23,8% Casi siempre, y 38,1% Siempre.

Por otro lado, la emisión de comprobantes es un aspecto importante para acceder a los créditos financieros, manifestaron con el 0,0% Nunca, 19,0% Casi nunca, 14,3% A veces, 42,9% Casi siempre, y 23,8% Siempre.

b) Capacidad de pago

Tabla 6

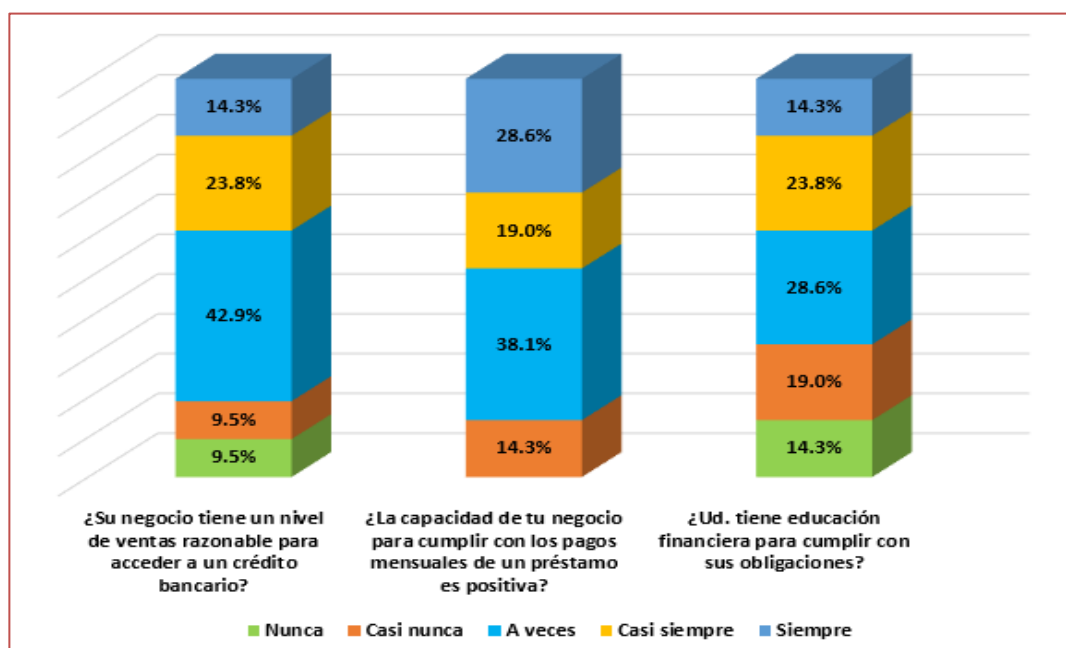
Disposición a pagar

	¿Su negocio tiene un nivel de ventas razonable para acceder a un crédito bancario?		¿La capacidad de tu negocio para cumplir con los pagos mensuales de un préstamo es positiva?		¿Ud. tiene educación financiera para cumplir con sus obligaciones?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	2	9,5%	0	0,0%	3	14,3%
Casi nunca	2	9,5%	3	14,3%	4	19,0%
A veces	9	42,9%	8	38,1%	6	28,6%
Casi siempre	5	23,8%	4	19,0%	5	23,8%
Siempre	3	14,3%	6	28,6%	3	14,3%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. Se indica la capacidad de pago del comerciante

Figura 4

Disposición a pagar



Nota: Proviene de la tabla 6

Sobre la capacidad de pago, se tiene lo siguiente:

En cuanto al nivel de ventas para acceder a un crédito, respondieron con el 9,5% Nunca, 9,5% Casi nunca, 42,9% A veces, 23,8% Casi siempre, y 14,3% Siempre.

Sobre la capacidad del negocio para cumplir con sus obligaciones de pago, indicaron con el 0,0% Nunca, 14,3% Casi nunca, 38,1% A veces, 19,0% Casi siempre, y 28,6% Siempre.

Respecto a la educación financiera que deben tener los comerciantes, manifestaron con el 14,3% Nunca, 19,0% Casi nunca, 28,6% A veces, 23,8% Casi siempre, y 14,3% Siempre.

4.1.4. Costo de financiamiento

a) Tasas de interés

Tabla 7

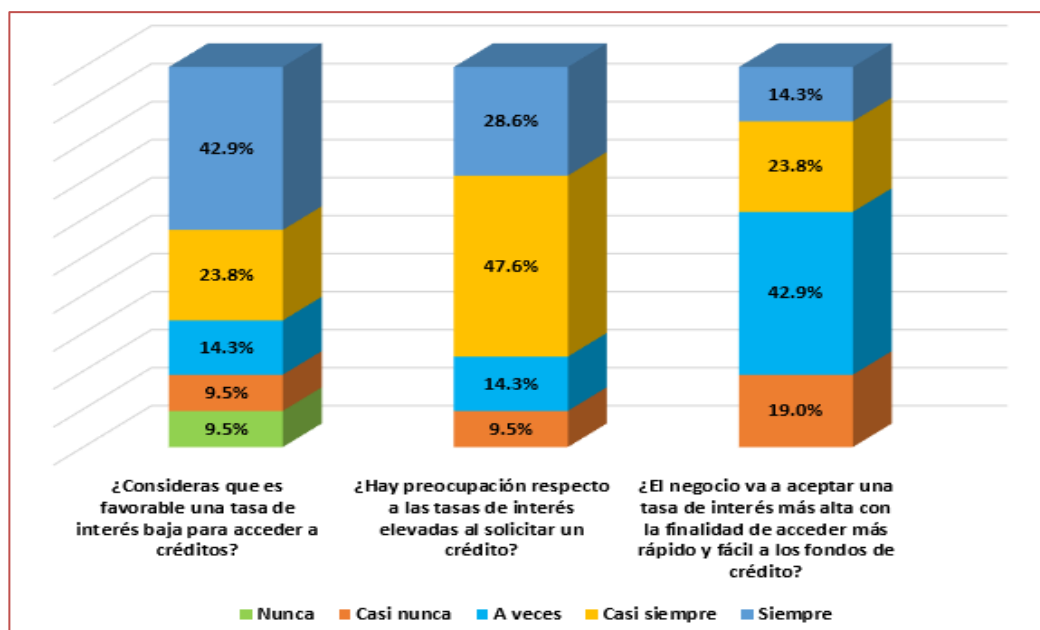
Aplicación de tasas de interés

	¿Consideras que es favorable una tasa de interés baja para acceder a créditos?		¿Hay preocupación respecto a las tasas de interés elevadas al solicitar un crédito?		¿El negocio va a aceptar una tasa de interés más alta con la finalidad de acceder más rápido y fácil a los fondos de crédito?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	2	9,5%	0	0,0%	0	0,0%
Casi nunca	2	9,5%	2	9,5%	4	19,0%
A veces	3	14,3%	3	14,3%	9	42,9%
Casi siempre	5	23,8%	10	47,6%	5	23,8%
Siempre	9	42,9%	6	28,6%	3	14,3%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. Aquí se muestra la necesidad de conocer las tasas de interés

Figura 5

Aplicación de tasas de interés



Nota: La figura es la tabla 7

Respecto de las tasas de interés de financiamiento, se tiene lo siguiente:

En cuanto a la tasa de interés baja favorable para acceder a los créditos, respondieron con el 9,5% Nunca, 9,5% Casi nunca, 14,3% A veces, 23,8% Casi siempre, y 42,9% Siempre.

Sobre la preocupación por la tasa de interés elevado que ofrecen las entidades financieras, indicaron con el 0,0% Nunca, 9,5% Casi nunca, 14,3% A veces, 47,6% Casi siempre, y 28,6% Siempre.

Con relación, a la aceptación de una tasa de interés, con la finalidad de obtener el financiamiento, manifestaron con el 0,0% Nunca, 19,0% Casi nunca, 42,9% A veces, 23,8% Casi siempre, y 14,3% Siempre.

b) Plazo del préstamo

Tabla 8

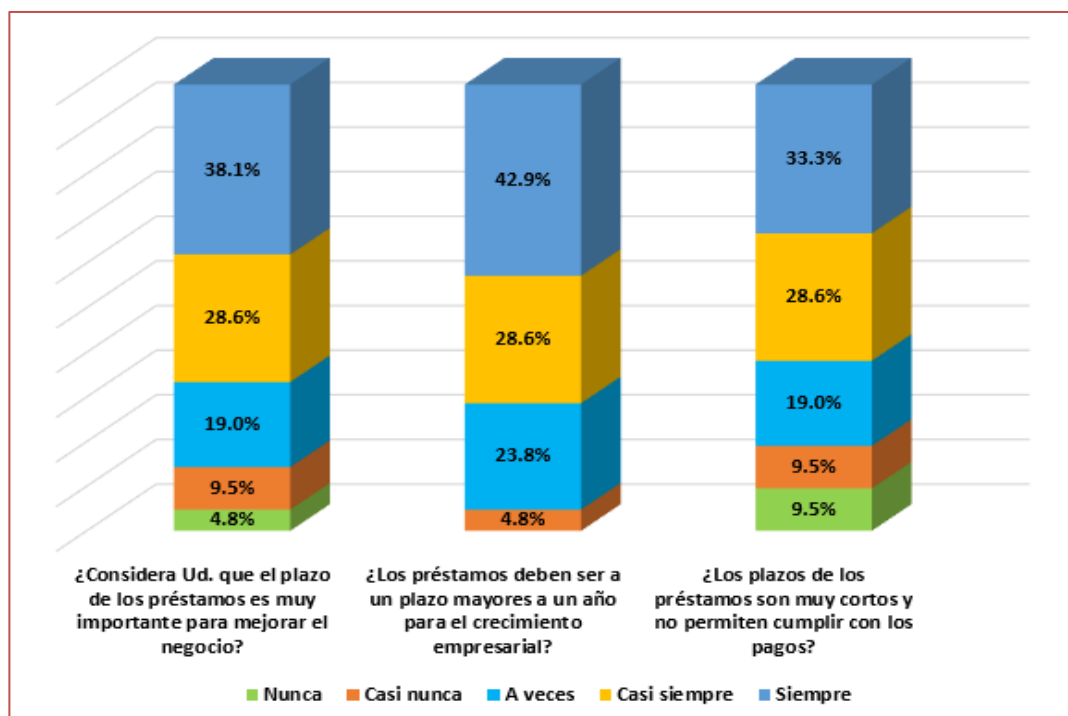
Fijación de plazos

	¿Considera Ud. que el plazo de los préstamos es muy importante para mejorar el negocio?		¿Los préstamos deben ser a un plazo mayores a un año para el crecimiento empresarial?		¿Los plazos de los préstamos son muy cortos y no permiten cumplir con los pagos?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	1	4,8%	0	0,0%	2	9,5%
Casi nunca	2	9,5%	1	4,8%	2	9,5%
A veces	4	19,0%	5	23,8%	4	19,0%
Casi siempre	6	28,6%	6	28,6%	6	28,6%
Siempre	8	38,1%	9	42,9%	7	33,3%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. El cumplimiento de los plazos se muestra aquí

Figura 6

Fijación de plazos



Nota: La figura comprende la tabla 8

Respecto al plazo del préstamo que ofrecen, se tiene lo siguiente:

En cuanto, a la importancia del plazo de los préstamos para mejora el negocio, respondieron con el 4,8% Nunca, 9,5% Casi nunca, 19,0% A veces, 28,6% Casi siempre, y 38,1% Siempre.

Sobre los plazos del préstamo que deben ser mayores a un año, indicaron con el 0,0% Nunca, 4,8% Casi nunca, 23,8% A veces, 28,6% Casi siempre, y 42,9% Siempre.

Con relación a los plazos cortos que ofrecen otras entidades financieras, manifestaron con el 9,5% Nunca, 9,5% Casi nunca, 19,0% A veces, 28,6% Casi siempre, y 33,3% Siempre

4.1.5. Dimensión: Sostenibilidad empresarial

a) Estrategia de negocio

Tabla 9

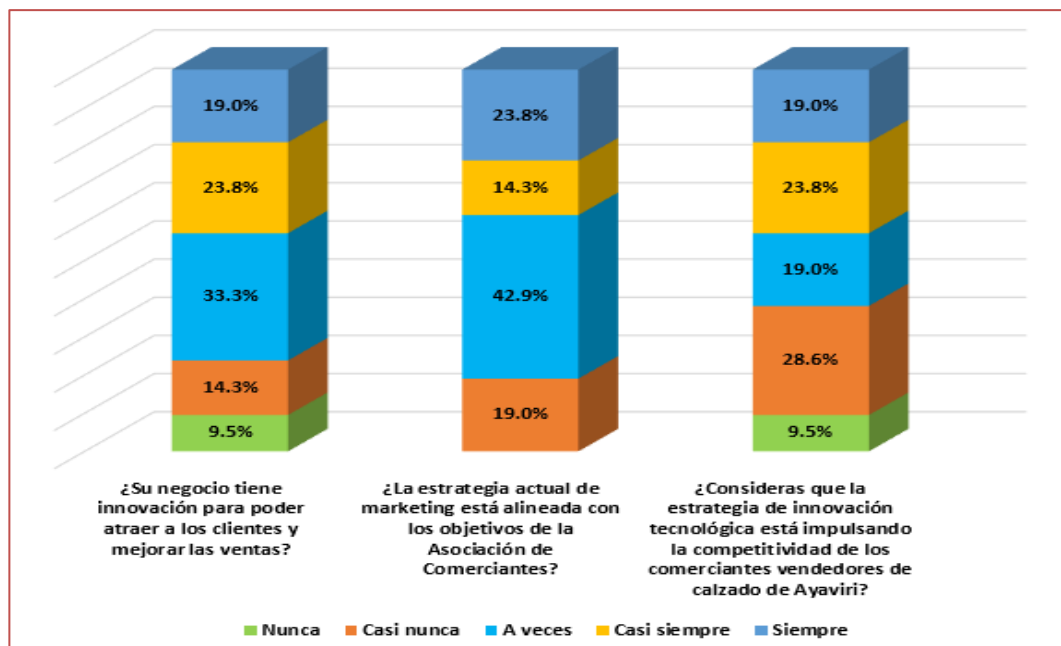
Innovación

	¿Su negocio tiene innovación para poder atraer a los clientes y mejorar las ventas?		¿La estrategia actual de marketing está alineada con los objetivos de la Asociación de Comerciantes?		¿Consideras que la estrategia de innovación tecnológica está impulsando la competitividad de los comerciantes vendedores de calzado de Ayaviri?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	2	9,5%	0	0,0%	2	9,5%
Casi nunca	3	14,3%	4	19,0%	6	28,6%
A veces	7	33,3%	9	42,9%	4	19,0%
Casi siempre	5	23,8%	3	14,3%	5	23,8%
Siempre	4	19,0%	5	23,8%	4	19,0%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. Se resalta la estrategia del negocio

Figura 7

Innovación



Nota: La figura muestra la innovación

Sobre la estrategia del negocio que deben realizar los comerciantes, se tiene lo siguiente:

En cuanto a la innovación que realiza para atraer clientes, respondieron con el 9,5% Nunca, 14,3% Casi nunca, 33,3% A veces, 23,8% Casi siempre, y 19,0% Siempre.

Sobre la estrategia de marketing está acorde a lo que fija la asociación, indicaron con el 0,0% Nunca, 19,0% Casi nunca, 42,9% A veces, 14,3% Casi siempre, y 23,8% Siempre.

Con relación a la competitividad que se da a la estrategia de innovación tecnológica, manifestaron con el 9,5% Nunca, 28,6% Casi nunca, 19,0% A veces, 23,8% Casi siempre, y 19,0% Siempre.

b) Acceso a capital

Tabla 10

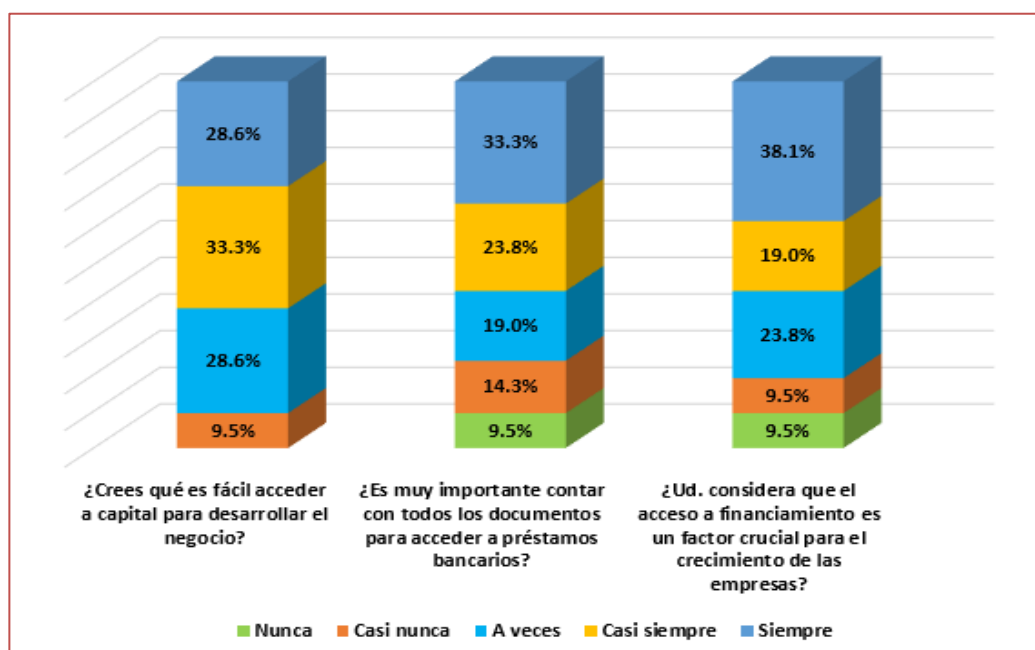
Acceso al financiamiento

	¿Crees que es fácil acceder a capital para desarrollar el negocio?		¿Es muy importante contar con todos los documentos para acceder a préstamos bancarios?		¿Ud. considera que el acceso a financiamiento es un factor crucial para el crecimiento de las empresas?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	0	0,0%	2	9,5%	2	9,5%
Casi nunca	2	9,5%	3	14,3%	2	9,5%
A veces	6	28,6%	4	19,0%	5	23,8%
Casi siempre	7	33,3%	5	23,8%	4	19,0%
Siempre	6	28,6%	7	33,3%	8	38,1%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. La tabla pone la información sobre el acceso a capital

Figura 8

Acceso al financiamiento



Nota: Se traslada los datos de la tabla 10

Sobre el acceso al financiamiento, se tiene el siguiente resultado:

En cuanto a la facilidad de acceder al financiamiento de capital, respondieron con el 0,0% Nunca, 9,5% Casi nunca, 28,6% A veces, 33,3% Casi siempre, y 28,6% Siempre.

Sobre la importancia de contar con todos los documentos para acceder a préstamos, indicaron con el 9,5% Nunca, 14,3% Casi nunca, 19,0% A veces, 23,8% Casi siempre, y 33,3% Siempre.

Respecto al acceso al financiamiento como factor crucial para el crecimiento del negocio, manifestaron con el 9,5% Nunca, 9,5% Casi nunca, 23,8% A veces, 19,0% Casi siempre, y 38,1% Siempre.

4.1.6. Dimensión: Nivel de competitividad

a) Costos y precios

Tabla 11

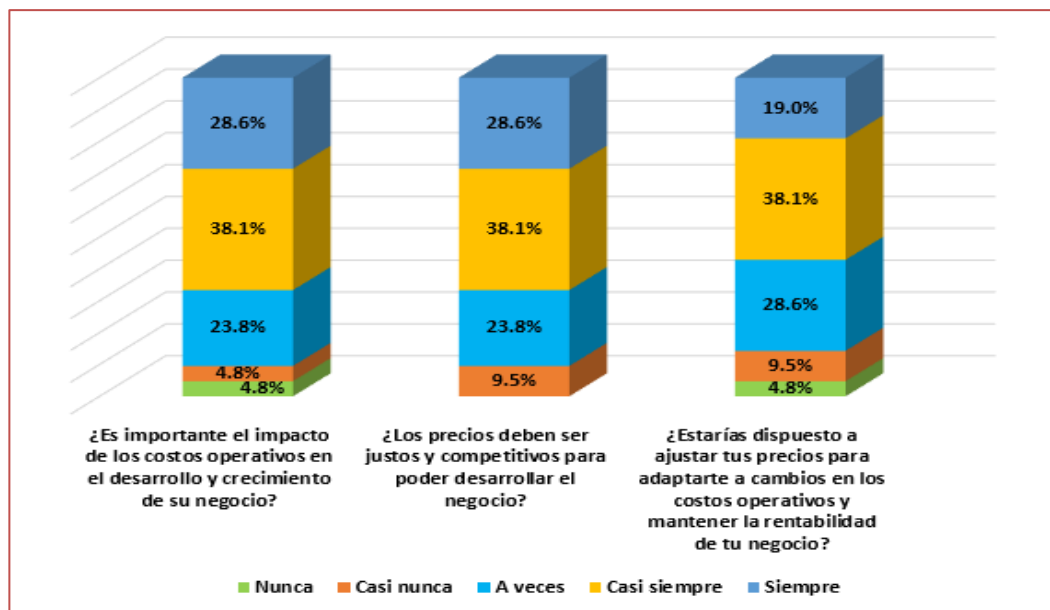
Relación entre precio y costo

	¿Es importante el impacto de los costos operativos en el desarrollo y crecimiento de su negocio?		¿Los precios deben ser justos y competitivos para poder desarrollar el negocio?		¿Estarías dispuesto a ajustar tus precios para adaptarte a cambios en los costos operativos y mantener la rentabilidad de tu negocio?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	1	4,8%	0	0,0%	1	4,8%
Casi nunca	1	4,8%	2	9,5%	2	9,5%
A veces	5	23,8%	5	23,8%	6	28,6%
Casi siempre	8	38,1%	8	38,1%	8	38,1%
Siempre	6	28,6%	6	28,6%	4	19,0%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. Aquí se indica los costos y precios de los negocios

Figura 9

Relación entre precio y costo



Nota: Contiene la tabla 11

Sobre costos y precios de los productos que venden, se tiene el siguiente resultado:

En cuanto a la importancia de los costos operativos, respondieron con el 4,8% Nunca, 4,8% Casi nunca, 23,8% A veces, 38,1% Casi siempre, y 28,6% Siempre.

Sobre los precios que deben ser justos y competitivos de los productos que venden, indicaron con el 0,0% Nunca, 9,5% Casi nunca, 23,8% A veces, 38,1% Casi siempre, y 28,6% Siempre.

Con relación a ajustar los precios para tener una mayor rentabilidad, manifestaron con el 4,8% Nunca, 9,5% Casi nunca, 28,6% A veces, 38,1% Casi siempre, y 19,0% Siempre.

b) Marketing y ventas

Tabla 12

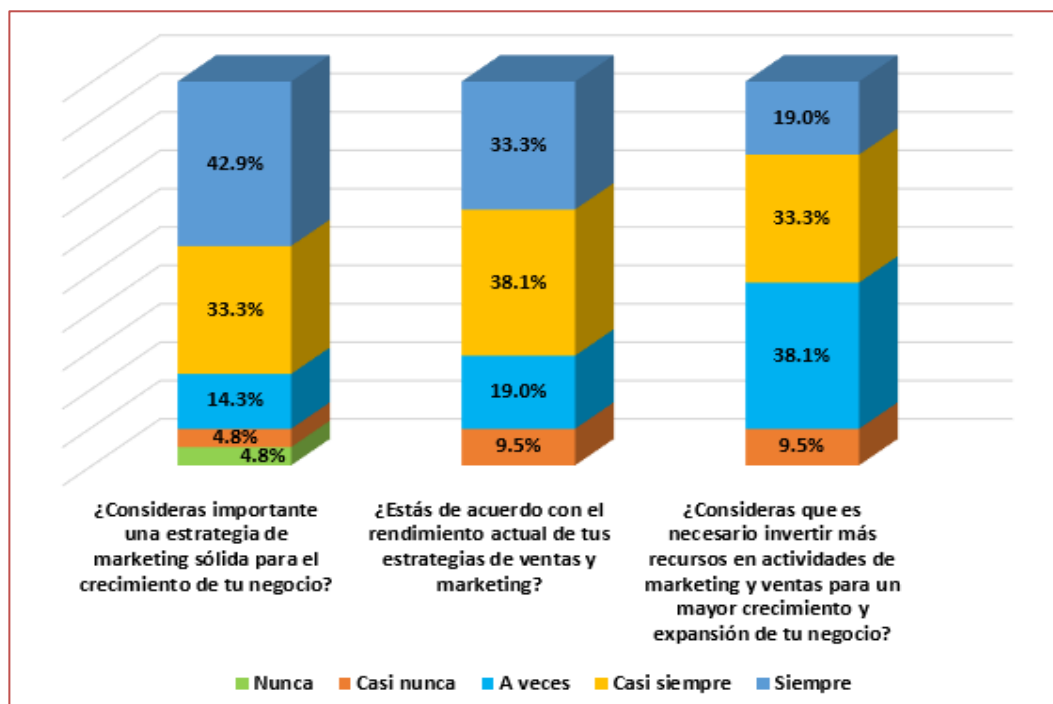
Estrategia de marketing

	¿Consideras importante una estrategia de marketing sólida para el crecimiento de tu negocio?		¿Estás de acuerdo con el rendimiento actual de tus estrategias de ventas y marketing?		¿Es necesario invertir más recursos en actividades de marketing y ventas para un mayor crecimiento y expansión de tu negocio?	
	N	%	N	%	N	%
Nunca	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%
Casi nunca	1	4,8%	2	9,5%	2	9,5%
A veces	3	14,3%	4	19,0%	8	38,1%
Casi siempre	7	33,3%	8	38,1%	7	33,3%
Siempre	9	42,9%	7	33,3%	4	19,0%
Total	21	100,0%	21	100,0%	21	100,0%

Nota. Muestro el marketing que se aplica

Figura 10

Estrategia de marketing



Nota: Se resume el contenido de la tabla 12

Sobre el marketing y ventas del negocio, se tiene lo siguiente:

En cuanto a la importancia de una estrategia de marketing sólida, respondieron con el 4,8% Nunca, 4,8% Casi nunca, 14,3% A veces, 33,3% Casi siempre, y 42,9% Siempre.

Sobre el rendimiento de las estrategias de ventas y marketing, indicaron con el 0,0% Nunca, 9,5% Casi nunca, 19,0% A veces, 38,1% Casi siempre, y 33,3% Siempre.

Sobre la necesidad de invertir más en marketing, manifestaron con el 0,0% Nunca, 9,5% Casi nunca, 38,1% A veces, 33,3% Casi siempre, y 19,0% Siempre.

4.1.7. Acceso al financiamiento y Desarrollo empresarial

Tabla 13

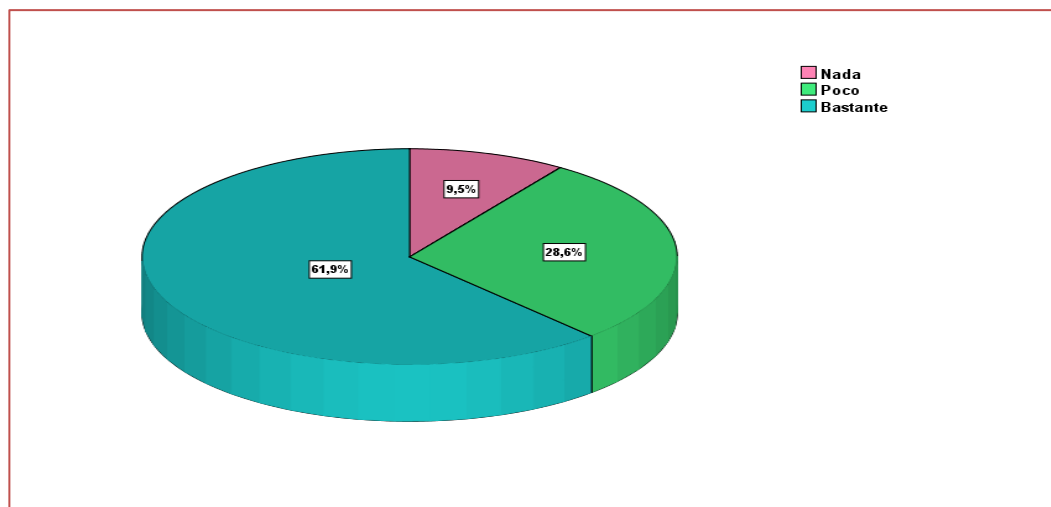
Acceso al financiamiento influye en Desarrollo empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	2	9,5	9,5	9,5
Poco	6	28,6	28,6	38,1
Bastante	13	61,9	61,9	100,0
Total	21	100,0	100,0	

Nota. Es la influencia del acceso al financiamiento en el desarrollo empresarial

Figura 11

SIRE influye en las obligaciones tributarias



Nota: Es la influencia que es de la tabla 13

La respuesta sobre la incidencia del acceso al financiamiento en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023, responden que hay una incidencia significativa con 61.9% “Bastante”, 28.6% “Poco” y 9.5% “Nada”.

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.2.1. Prueba de normalidad

Las muestras menores a 30 están sujetas a la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.

Tabla 14

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Acceso al financiamiento	,965	21	,632
Desarrollo empresarial	,857	21	,006
Crecimiento empresarial	,893	21	,026
Nivel de competitividad	,891	21	,023

Nota: Prueba de normalidad de las variables

Según los resultados podemos concluir que estas variables no siguen una distribución normal; por lo tanto, aceptamos H1 y procedemos a aplicar el coeficiente de correlación de Spearman.

4.2.2. De hipótesis general

Tabla 15

Pruebas hipótesis general

			Acceso al financiamiento	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Acceso al financiamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,606**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	21	21
	Desarrollo empresarial	Coeficiente de correlación	,606**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	21	21

Nota: Explica la prueba de hipótesis

Se ve que $p = 0.004 < 0.05$. Por ello, se acepta la hipótesis alternativa (H_a), que significa que el acceso al financiamiento incide significativamente en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

4.2.3. De hipótesis específica 1

Tabla 16

Prueba de hipótesis

			Acceso al financiamiento	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Acceso al financiamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,476*
		Sig. (bilateral)	.	,029
		N	21	21
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,476*	1,000
		Sig. (bilateral)	,029	.
		N	21	21

Nota: Es la prueba de hipótesis

El resultado de p es $0.029 < 0.05$ de alfa. Por la validación, se toma la hipótesis alternativa (H_a), vale decir que el acceso al financiamiento incide significativamente en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

4.2.4. De hipótesis específica 2

Tabla 17

Pruebas de hipótesis específica 2

			Acceso al financiamiento	Nivel de competitividad
Rho de Spearman	Acceso al financiamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,435*
		Sig. (bilateral)	.	,049
		N	21	21
	Nivel de competitividad	Coeficiente de correlación	,435*	1,000
		Sig. (bilateral)	,049	.
		N	21	21

Nota: Esta es la prueba de hipótesis

Lo encontrado del valor de $p= 0,049 < 0,05$ de alfa. Se acepta la hipótesis alternativa (H_a), por tanto, el acceso al financiamiento incide significativamente en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.

4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tomando los resultados alcanzados en la investigación, los comerciantes consideran que contar con los documentos como el RUC, licencia de funcionamiento y emitir comprobantes va a facilitar el acceso al financiamiento, pero muchos comerciantes no cuentan con la documentación de formalización, además indican que el nivel de ventas es razonable para cumplir con los pagos si acceden a un préstamo, pero consideran que las tasas de interés son altas, a pesar de eso se obtendrían el préstamo porque lo necesitan. La asociación no tiene una estrategia definida para mejorar el negocio, sin embargo, considera que es crucial acceder al financiamiento, es importante tener precios justos y manejar una estrategia de marketing para las ventas y mejorar el nivel de competitividad empresarial.

Según Peralta & Peralta (2022), los proveedores y las deudas devengadas son las principales fuentes de pasivo corriente para las PYME de Azuay. Aunque priorizan el acceso a la financiación a largo plazo, se ven obligadas a recurrir al endeudamiento a corto plazo, como préstamos personales y empresariales, debido a su incapacidad para satisfacer los requisitos mencionados. Por otro lado Avila (2020), la mayoría de las pequeñas y medianas empresas (PYME) se enfrentarán a multitud de retos cuando intenten obtener financiación de los bancos si se abstienen de formalizarse. Además, es fundamental tener en cuenta que las solicitudes de préstamo se ven influidas por la formalización. En consecuencia, no pueden presentar recibos de pago de la mayoría de sus actividades, carecen de una organización adecuada y no conocen bien la normativa fiscal, sin



embargo Moreyra & Ortiz (2020), indica que el crédito facilita la adquisición de activos fijos, estimula la producción y genera empleo, permitiendo así la entrada en los mercados extranjeros. Sin embargo, algunas empresas no pueden utilizar eficazmente el crédito debido a obstáculos financieros o a la falta de cultura financiera. También sugieren que el gobierno es crucial para la disponibilidad de financiación a través de políticas públicas y planes de mejora, que permiten a las empresas aumentar la productividad y establecer una posición más sólida en el mercado, se concuerda con Espinola & Garcia (2020), que los microempresarios cuyas empresas no podían obtener crédito se ralentizaron, pero las microempresas que sí consiguieron financiación pudieron seguir creciendo porque aumentó su liquidez corriente, aceleró la rotación de inventarios, aumentó el rendimiento de los activos y elevó los ingresos y los beneficios a sus niveles más altos, en el mismo sentido Flores (2020), utilizan sus ahorros personales, así como financiación interna y externa. Posteriormente, obtienen financiación a través de compañías financieras y financiación bancaria. En algunos casos, cuando no consiguen financiación a través de las financieras, recurren a los prestamistas. Predomina la financiación a corto plazo.

CONCLUSIONES

- PRIMERA.** - Se determinó la incidencia del acceso al financiamiento en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023, de acuerdo a los resultados, los comerciantes consideran importante acceder al financiamiento, sin embargo una gran parte no cuentan con los documentos básicos, lo cual les descalifica para acceder a los préstamos bancarios, lo cual les afecta en el desarrollo empresarial de los comerciantes, esto indica que el acceso al financiamiento tiene una incidencia significativa con un 61.9% en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.
- SEGUNDA.** - Se demostró la incidencia del acceso al financiamiento en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023, ya que el acceso al financiamiento es limitado para los comerciantes, les afecta en el crecimiento empresarial, de ahí que el crecimiento es lento.
- TERCERA.** - Se identificó la incidencia del acceso al financiamiento en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023, el acceso al financiamiento lo tienen sólo un grupo de comerciantes ha diferencia en el nivel de competitividad con otros comerciantes que no tienen acceso a los créditos.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA.** - Implementar un programa integral de capacitación y asesoramiento en gestión documental y requisitos financieros para los miembros de la Asociación, facilitando así su elegibilidad para los préstamos bancarios y mejorando su acceso al financiamiento necesario para su desarrollo empresarial.
- SEGUNDA.** - Tomar los servicios de un personal con conocimiento en formalización, a fin de que realice los tramites documentarios como obtener RUC, licencia de funcionamiento y otros para poder acceder a los créditos con la intención de crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri.
- TERCERA.** - Solicitar el apoyo a la Municipalidad implementar un programa de formación y apoyo en gestión financiera y preparación de documentación para que todos los comerciantes puedan acceder a financiamiento, nivelando así la competitividad dentro de la Asociación.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acs, Z., & Szerb, L. (2007). Emprendimiento, crecimiento económico y políticas públicas. *Small Business Economics*, 28(2-3), 109-122.
<https://www.jstor.org/stable/40229522>
- Armendáriz, B., & Morduch, J. (2010). *La economía de las microfinanzas*. La prensa del MIT.
- Avila, S. (2020). *La formalización y su incidencia en el acceso al financiamiento de las MYPES de la Av. Humboldt en el Emporio Comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria – 2017*. Universidad Autónoma del Perú.
- Barney, J. (1991). Recursos firmes y ventaja competitiva sostenida. *Journal of Management*, 17.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/014920639101700108>
- Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2006). Pequeñas y medianas empresas: el acceso a la financiación como limitación al crecimiento. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931-2943.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378426606000926>
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Martínez, M. (2011). Financiamiento bancario para pymes: evidencia entre países y tipos de propiedad bancaria. *Journal of Financial Services Research*, 39(1-2), 35-54.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10693-010-0085-4>
- Binks, M., & Ennew, C. (1996). Las empresas en crecimiento y la restricción del crédito. *Small Business Economics*, 8(1), 17-25.
<https://link.springer.com/article/10.1007/BF00391972>
- Cárdenas, M. (2019). *Investigación cuantitativa en ciencias sociales*. Editorial



Trillas.

- Davidsson, P., & Johan, W. (2001). Niveles de análisis en la investigación sobre emprendimiento: práctica de investigación actual y sugerencias para el futuro. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 81-100. https://www.researchgate.net/publication/345012390_Levels_of_Analysis_in_Entrepreneurship_Research_Current_Research_Practice_and_Suggestions_for_the_Future
- Delfin, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Universidad Veracruzana*. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/8810/8595>
- Diamond, D. (1984). Intermediación Financiera y Seguimiento Delegado. *Review of Economic Studies*. <https://academic.oup.com/restud/article-abstract/51/3/393/1545858?redirectedFrom=fulltext>
- Espinola, M., & Garcia, M. (2020). *Fuentes de financiamiento y su efecto en el desarrollo empresarial en Mypes del sector calzado, distrito Florencia de Mora, Trujillo* [Universidad César Vallejo]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55040/Espinola_SMY-García_CMB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, D. (2020). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercial rubro ferretería del Distrito de Cuyocuyo - Puno, 2019* [Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.13032/22291/FINANCIAMIENTO_INT



- ERES_FLORES_PORTILLO_DELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gompers, P., & Lerner, J. (2001). La revolución del capital riesgo. *Revista de Perspectivas Económica Vol. 15, Num. 2.*
- Greiner, L. (1972). Evolución y revolución a medida que crecen las organizaciones. *Harvard Business Review, 50(4), 37-46.*
<https://hbr.org/1998/05/evolution-and-revolution-as-organizations-grow>
- Hackett, S., & Dilts, D. (2004). Una revisión sistemática de la investigación sobre incubación de empresas. *Journal of Technology Transfe.*
<https://link.springer.com/article/10.1023/B:JOTT.0000011181.11952.0f>
- Huayna, A. de F. (2020). Reactiva Perú: el nuevo programa de financiamiento para MIPYMES en el Perú ante la crisis por el Covid-19 y sus dificultades. *Revista - PUCP.* file:///C:/Users/INTEL/Downloads/23663-Texto del artículo-92972-1-10-20210422.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15 th).* Pearson.
- Luciano, M. (2013). *Los problemas de financiamiento en las PYMES* [Universidad Nacional de Cuyo].
https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digiales/5714/tesis-cs-ec-miranda.pdf
- Martínez, A., & Pérez, C. (2021). *Fundamentos de investigación aplicada en ciencias sociales.* Editorial Síntesis.
- Mato, A. (2018). *Investigación social: Metodologías y enfoques.* Ediciones Akal.
- Mendoza, F. (2020). *Fundamentos de la investigación no experimental.* Editorial Universitaria.
- Mendoza, F., & Pérez, A. (2020). *Metodología de la investigación en ciencias sociales.* Editorial Trillas.
- Moreyra, Z., & Ortiz, C. (2020). *Impacto del crédito financiero en el desarrollo*



- empresarial: una revisión de la literatura* [Universidad Tecnológica del Perú].
chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.utp.edu.pe
/bitstream/handle/20.500.12867/3474/Zarel_Moreyra_Carol_Ortiz_Trabajo
de_Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Myers, S. (1984). El rompecabezas de la estructura del capital. *The Journal of Finance*.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1540-6261.1984.tb03646.x>
- Peralta, M., & Peralta, M. (2022). *Las PYMES y su acceso al financiamiento: una mirada desde sus indicadores financieros* [Universidad de Cuenca]. chrome-
extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://dspace.ucuenca.edu.ec
c/bitstream/123456789/37982/4/Trabajo-de-Titulación.pdf
- Petersen, M., & Raghuram, R. (1994). The Benefits of Lending Relationships: Evidence from Small Business Data. *La Revista de Finanzas Volumen 49, Número 1 pag. 3-37*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6261.1994.tb04418.x>
- Philippon, T. (2016). La oportunidad de las tecnologías financieras. *National Bureau of Economic Research*. <https://www.nber.org/papers/w22476>
- Porter, M. (1980). *Estrategia competitiva: técnicas para analizar industrias y competidores*. Free Press.
- Powell, W., Koput, K., & Smith-Doerr, L. (1996). Colaboración interorganizacional y el locus de la innovación: redes de aprendizaje en biotecnología. *Administrative Science Quarterly*.
https://www.researchgate.net/publication/234021828_Interorganizational_Collaboration_and_the_Locus_of_Innovation_Networks_of_Learning_in_Biot



technology

Rajan, R., & Zingales, L. (1998). Dependencia financiera y crecimiento. *American Economic Review*. <https://www.jstor.org/stable/116849>

Rodriguez, C., & Sierralta, X. (1997). El problema del financiamiento de la microempresa en el Perú. *Revista Ius et Veritas. Pontificia Universidad Católica Del Perú*.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/viewFile/15749/16184>

Salinas, F. (2019). *Encuestas y entrevistas en la investigación social*. Editorial Universitaria.

Schumpeter, J. (1934). La teoría del desarrollo económico: una investigación sobre las ganancias, el capital, el crédito, los intereses y el ciclo económico. *Harvard University Press*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1496199

Stiglitz, J., & Weiss, A. (1981). Racionamiento del crédito en mercados con información imperfecta. *The American Economic Review*.
<https://www.jstor.org/stable/1802787>

Tamayo, M. (2014). *El Proceso de la Investigación Científica*. Editorial Limusa S.A.

Valles, M. (2014). *Investigación cualitativa* (2.^a ed.). McGraw-Hill.



APÉNDICE



APÉNDICE 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI – 2023

Problema	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Independiente X	Enfoque: Cuantitativo
¿Cuál es la incidencia del acceso al financiamiento en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023?	Determinar la incidencia del acceso al financiamiento en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.	El acceso al financiamiento incide significativamente en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.	Acceso al financiamiento	Tipo: Aplicada Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental transeccional o transversal
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dependiente Y	Método
¿Cuál es la incidencia del acceso al financiamiento en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023?	Demostrar cómo incide el acceso al financiamiento en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.	El acceso al financiamiento incide significativamente en el crecimiento empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.	Desarrollo empresarial	Deductivo Población 21 socios Muestra
¿Cuál es la incidencia del acceso al financiamiento en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023?	Identificar la incidencia del acceso al financiamiento en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.	El acceso al financiamiento incide significativamente en el nivel de competitividad de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri – 2023.		21 socios Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario

APÉNDICE 2. INSTRUMENTOS

Cuestionario

Instrucciones: Responda sólo una de todas las opciones que figuran, tal como se señala en la leyenda siguiente:

Preguntas	Si	No
¿Ud. cuenta con Registro Único de Contribuyentes (RUC)?		
¿Ud. cuenta con licencia de funcionamiento?		

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
	Variable Independiente: Acceso al financiamiento					
	Dimensión: Requisitos de calificación	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
01	¿Considera Ud. que es importante contar con licencia de funcionamiento?					
02	¿Tener RUC le va a facilitar para acceder al financiamiento?					
03	¿La emisión de comprobantes de pago es una buena señal para acceder al crédito?					
04	¿Su negocio tiene un nivel de ventas razonable para acceder a un crédito bancario?					
05	¿La capacidad de tu negocio para cumplir con los pagos mensuales de un préstamo es positiva?					
06	¿Ud. tiene educación financiera para cumplir con sus obligaciones?					
	Dimensión: Costos del financiamiento					
07	¿Consideras que es favorable una tasa de interés baja para acceder a créditos?					
08	¿Hay preocupación respecto a las tasas de interés elevadas al solicitar un crédito?					
09	¿El negocio va a aceptar una tasa de interés más alta con la finalidad de acceder más rápido y fácil a los fondos de crédito?					
10	¿Considera Ud. que el plazo de los préstamos es muy importante para mejorar el negocio?					
11	¿Los préstamos deben ser a un plazo mayores a un año para el crecimiento empresarial?					
12	¿Los plazos de los préstamos son muy cortos y no permiten cumplir con los pagos?					

12	¿Los plazos de los préstamos son muy cortos y no permiten cumplir con los pagos?					
	Variable Independiente: Desarrollo empresarial					
	Dimensión: Sostenibilidad empresarial	Nunca	Casi	A	Casi siempre	Siempre
01	¿Su negocio tiene innovación para poder atraer a los clientes y mejorar las ventas?					
02	¿La estrategia actual de marketing está alineada con los objetivos de la Asociación de Comerciantes?					
03	¿Consideras que la estrategia de innovación tecnológica está impulsando la competitividad de los comerciantes vendedores de calzado de Ayaviri?					
04	¿Crees que es fácil acceder a capital para desarrollar el negocio?					
05	¿Es muy importante contar con todos los documentos para acceder a préstamos bancarios?					
06	¿Ud. considera que el acceso a financiamiento es un factor crucial para el crecimiento de las empresas?					
	Dimensión: Nivel de competitividad					
07	¿Es importante el impacto de los costos operativos en el desarrollo y crecimiento de su negocio?					
08	¿Los precios deben ser justos y competitivos para poder desarrollar el negocio?					
09	¿Estarías dispuesto a ajustar tus precios para adaptarte a cambios en los costos operativos y mantener la rentabilidad de tu negocio?					
10	¿Consideras importante una estrategia de marketing sólida para el crecimiento de tu negocio?					
11	¿Estás de acuerdo con el rendimiento actual de tus estrategias de ventas y marketing?					
12	¿Consideras que es necesario invertir más recursos en actividades de marketing y ventas para un mayor crecimiento y expansión de tu negocio?					

Preguntas	Nada	Poco	Bastante
¿El acceso al financiamiento influye en el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes Vendedores de Calzado de Ayaviri?			



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: FLORES OJEDA LIVIA
2. Cargo e institución donde labora: ESTUDIO CONTABLE
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: CLEOPATRA GERTRUDES CCAMA FIGUEROA

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90 %

Lugar y fecha: Juliaca, 31/01/2024

Livia Flores Ojeda
Contador Público Colegiado
MAT. N° 1858 - PUNO

Firma del experto

DNI N°: 02436090 Cel.: 951651746



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: APAZA ROQUE MARIO HIPOLITO
2. Cargo e institución donde labora: ESTUDIO CONTABLE
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: CLEOPATRA GERTRUDES CCAMA FIGUEROA

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

91 %

Lugar y fecha: Juliaca, 31/01/2024



CPC. Mario H. Apaza Roque
DNI. 02418919
MAT. 0393 - PUNO

Firma del experto

DNI N°: 02418919 Cel.: 951990189



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital:

Fecha de entrega: 23 / 12 /2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Cleopatra Gertrudes Ccama Figueroa

Dirección: Urb. Fonavi Mz. A Lt. 1 - Ayaviri

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 02296402

Teléfono: 951788807 email: clepatra12cf@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Ciencias Contables y Financieras

Escuela Profesional o Mención: Contabilidad

Título o Grado Académico a optar: Contador Público

Asesor: Dr. Carlos Adolfo Lujan Urviola

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:
 Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: ACCESO AL FINANCIAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES VENDEDORES DE CALZADO DE AYAVIRI – 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Acceso, financiamiento, desarrollo, empresarial, financiamiento.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV 1, 2?
 2

1 Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.
 2 Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

- Bachiller
 Título
 2da Especialidad
 Maestría
 Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación. Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
 No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Economía Sectorial - P15

Firma de Autor



huella digital

23 de Diciembre del 2024

Fecha