



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



**ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO
EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO DE SANTA ROSA DE
AZÁNGARO, PUNO 2025**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. RUTH KARINA VARGAS MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

JULIACA – PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO
EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO DE SANTA ROSA DE
AZÁNGARO, PUNO 2025

TESIS PRESENTADA POR:
Bach. RUTH KARINA VARGAS MAMANI

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. JESUS MAMANI MAMANI

ASESOR DE TESIS

: 
Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ECONOMÍA SECTORIAL – P15



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 328-2025-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 1 de diciembre del 2025

VISTOS: El Oficio No 049-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 1 de diciembre del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el Expediente N° CU – 16131 presentado por el (la) Bachiller: **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, quien **solicita nominación jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025** 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,

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 del Director 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: **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025** 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. JESUS MAMANI MAMANI
Asesor	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

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

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: VIERNES 5 de diciembre del 2025
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}2
- Archivo	{1}



**RESOLUCIÓN N° 440 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 09 de setiembre del 2025

Visto: el Expediente N° 2025-CU-7671 de fecha 04 de setiembre del 2025, del Bach. VARGAS MAMANI RUTH KARINA, 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. VARGAS MAMANI RUTH KARINA, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 042-2025-DUI-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, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, 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: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, presentado por el (la) Bachiller: **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**.

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Yudy Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



RESOLUCIÓN N° 042 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 21 de abril del 2025

Visto: el Expediente N° 1686 de fecha 07 de marzo del 2025, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de 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. **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, la misma que pertenece a la línea de investigación: **ECONOMÍA SECTORIAL – P15**, 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) DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

, 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 LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, presentado por el (la) Bachiller, **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
DRA. YUDY HUACANI SUCASACA
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Andina Nestor
Caceres Velasquez

Trabajo del estudiante

11%

2

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.uancv.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

4

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

<1%

5

renati.sunedu.gob.pe

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.upsc.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

repositorio.unap.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

8

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

9

repositorio.undac.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

10

Submitted to Universidad Alas Peruanas

Trabajo del estudiante

<1%

11

hidalgodelparral.chihuahua.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

12

dspace.unach.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

13

educas.com.pe

Fuente de Internet

<1%

14

Cordova Chinchay, Cindy Shirley. "El uso de
las tic y estrategias de aprendizaje en los

<1%



METADATOS COMPLEMENTARIOS

ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	RUTH KARINA VARGAS MAMANI
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75194585
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0005-4471-638X
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3275-5586
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	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02425043

Datos de investigación	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL - P15
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: Azángaro Distrito: Azángaro Coordenadas: Latitud: -14.907663 Longitud: -70.1970103 https://maps.app.goo.gl/MshpxVymmfq4eCk9 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Abril 2025 – Diciembre 2025
URL de disciplinas OCDE	Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01

UNIVERSIDAD NACIONAL
"NESTOR CERDAS VASQUEZ"
Dr. Yady Huaccha Silesuca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FICF



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo RUTH KARINA VARGAS MAMANI, identificado con DNI
Nro. 75194585 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 CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO,
PUNO 2025

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

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 15 de Diciembre del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)



FIRMA (obligatoria)



Huella

**RESOLUCIÓN N° 328-2025-D-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 1 de diciembre del 2025

VISTOS: El Oficio No 049-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 1 de diciembre del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el **Expediente N° CU – 16131** presentado por el (la) Bachiller: **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, quien **solicita nominación jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025** 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,

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 del Director 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: **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025** 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. JESUS MAMANI MAMANI
Asesor : Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

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

Lugar : Salón de Grados de la FCCF
Fecha : VIERNES 5 de diciembre del 2025
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)2
- Archivo (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. BERTHA BEJAR PARRA
Decana (a) de la Facultad de Ca.
Contables y Financieras

**RESOLUCIÓN N° 440 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 09 de setiembre del 2025

Visto: el Expediente N° 2025-CU-7671 de fecha 04 de setiembre del 2025, del Bach. VARGAS MAMANI RUTH KARINA, 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. VARGAS MAMANI RUTH KARINA, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 042-2025-DUI-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, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, 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: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, presentado por el (la) Bachiller: **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**.

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dra. Yudy Huacani Sucasaca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



RESOLUCIÓN N° 042 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 21 de abril del 2025

Visto: el Expediente N° 1686 de fecha 07 de marzo del 2025, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de 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. **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, la misma que pertenece a la línea de investigación: **ECONOMÍA SECTORIAL – P15**, 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, corroboró la propuesta del (a) **ASESOR (a) DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

, 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 LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025**, presentado por el (la) Bachiller, **VARGAS MAMANI RUTH KARINA**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

DRA. YUDY HUACANI SUCASACA
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



METADATOS COMPLEMENTARIOS

ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	RUTH KARINA VARGAS MAMANI
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75194585
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0005-4471-638X
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3275-5586
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	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02425043



Datos de investigación	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL - P15
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: Azángaro Distrito: Azángaro Coordenadas: Latitud: -14.907663 Longitud: -70.1970103 https://maps.app.goo.gl/MshpxVymmfq4eCk9 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Abril 2025 – Diciembre 2025
URL de disciplinas OCDE	Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01

UNIVERSIDAD NACIONAL
"NESTOR CUELLO VILLACORDA"
Dr. Yady Huaccha Silesuca
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FICF



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo RUTH KARINA VARGAS MAMANI, identificado con DNI

Nro. 75194585 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 CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZÁNGARO, PUNO 2025

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

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 15 de DICIEMBRE del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


FIRMA (obligatoria)


Huella



DEDICATORIA

El afecto, el sacrificio y el respaldo constante de mis padres han sido mi principal sostén, por lo que esta tesis está dedicada a ellos. A ellos no solo les debo mis logros, sino también la capacidad de mantenerme firme y perseverar.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Escuela Profesional de Contabilidad de UANCV por brindarme los recursos y saberes requeridos para conseguir mis metas.



INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
INDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
ASPECTOS GENERALES.....	4
1.1. Descripción del problema.....	4
1.2. Formulación del problema.....	6
1.2.1. Problema principal	6
1.2.2. Problemas específicos.....	6
1.3. Justificación.	6
1.3.1. Justificación Teórica	6
1.3.2. Justificación Práctica	6
1.3.3. Justificación Metodológica.....	6
1.4. Objetivos de la investigación.....	7
1.4.1. Objetivo general.....	7
1.4.2. Objetivos específicos.....	7
1.5. Hipótesis	7



1.5.1. Hipótesis general	7
1.5.2. Hipótesis específica.....	7
1.6. Importancia	8
1.7. Limitaciones	8
1.8. Operacionalización de variables	10
CAPÍTULO II	12
FUNDAMENTOS TEÓRICOS	12
2.1. Antecedentes de Investigación	12
2.2. Bases teóricas	18
2.2.1. Acceso al crédito bancario.....	18
2.2.2. Crecimiento empresarial.....	22
2.3. Definición de términos.....	25
CAPÍTULO III	27
METODOLOGÍA.....	27
3.1. Métodos de Estudio	27
3.2. Ámbito de Estudio.....	27
3.3. Enfoque de Estudio.....	27
3.4. Tipo de Estudio	27
3.5. Nivel de Estudio	28
3.6. Diseño de Estudio.....	28
3.7. Población y Muestra	28
3.7.1. Población	28
3.7.2. Muestra.....	29
3.8. Técnicas e Instrumentos	29



3.8.1. Encuesta.....	29
3.8.2. Instrumento.....	29
3.9. Diseño de Contrastación de Hipótesis	30
3.10. Confiabilidad	30
CAPITULO IV	32
ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1. Análisis e interpretación de resultados	32
4.1.1. Dimensión: Disponibilidad del crédito	32
4.1.2. Dimensión: Uso del crédito.....	35
4.1.3. Dimensión: Aumento de ventas.....	38
4.1.4. Dimensión: Diversificación de productos	41
4.2. Prueba de hipótesis	44
4.2.1. Prueba de normalidad.....	44
4.2.2. De hipótesis general	44
4.2.3. De hipótesis específica 1	45
4.2.4. De hipótesis específica 2	46
4.3. Discusión de resultados.....	46
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
Apéndice 1. Matriz de consistencia	58
Apéndice 2. Instrumentos.....	59
Apéndice 3. Validación de instrumentos	61
Apéndice 4. Tratamiento de información.....	63



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable: Acceso al crédito bancario.....	10
Tabla 2 Operacionalización de variable: Crecimiento empresarial.....	11
Tabla 3 Alfa de Cronbach: Acceso al crédito bancario	30
Tabla 4 Alfa de Cronbach: Crecimiento empresarial	31
Tabla 5 Calificación para el crédito bancario.....	32
Tabla 6 Monto del préstamo.....	34
Tabla 7 Crédito destinado a capital de trabajo	35
Tabla 8 Crédito destinado a infraestructura.....	37
Tabla 10 Aumento en rentabilidad.....	40
Tabla 11 Incorporación de productos nuevos.....	41
Tabla 12 Demanda de nuevos productos.....	43
Tabla 13 Prueba de normalidad	44
Tabla 14 Pruebas hipótesis general	45
Tabla 15 Prueba de hipótesis específica 1	45
Tabla 16 Pruebas de hipótesis específica 2	46



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Calificación para crédito bancario	33
Figura 2 Monto del préstamo.....	34
Figura 3 Crédito destinado a capital de trabajo	36
Figura 4 Crédito destinado a infraestructura	37
Tabla 9 Variación en ventas mensuales.....	38
Figura 5 Variación en ventas mensuales	39
Figura 6 Aumento en rentabilidad	40
Figura 7 Incorporación de productos nuevos	42
Figura 8 Demanda de nuevos productos	43



RESUMEN

La investigación, con título "Acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025", con objetivo general en determinar la relación entre el acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025. El análisis hizo empleo de metodología cuantitativa, puntualmente de tipo aplicada con nivel correlacional. Hizo empleo de diseño transeccional no experimental y enfoque inductivo - deductivo. Se efectuó una encuesta como técnica, y cuestionario el cual se empleó de instrumento. El estudio incluyó población y muestra de 35 comerciantes. Acorde a los resultados de R de Pearson es de 0.869, el acceso al crédito bancario se relaciona de forma positiva alta con el crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa, esto indica que los que accedieron a créditos tuvieron mejor crecimiento empresarial, acorde a lo detallado con la prueba de Pearson el valor de p es 0.000 debajo de 0.05, que efectúa validación de hipótesis alterna (H_a), por lo cual el acceso al crédito bancario tiene una relación significativa en el crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

Palabras clave: Acceso al crédito, crecimiento empresarial, aumento de ventas, diversificación de productos.



ABSTRACT

The research, entitled "Access to bank credit and business growth among merchants in the Santa Rosa de Azángaro market, Puno 2025," had the overall objective of determining relationship between access to bank credit and business growth among merchants in the Santa Rosa de Azángaro market, Puno 2025. The study employed a quantitative methodology, specifically an applied type with a correlational level. It used non-experimental cross-sectional design and followed an inductive-deductive approach. A survey conducted as a technique, and questionnaire served as instrument. Study included a population and sample 35 merchants. According to Pearson's R results of 0.869, access to bank credit is highly positively related to business growth among merchants in the Santa Rosa market. This indicates that those who accessed credit had better business growth, as reflected in Pearson's test, where the p-value is 0.000 below 0.05, which validates alternative hypothesis (H_a). Therefore, access to bank credit has a significant relationship with business growth among merchants in the Santa Rosa market in Azángaro, Puno 2025..

Keywords: Access to credit, business growth, sales increase, product diversification.



INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el acceso al crédito bancario ha sido considerado uno de los factores determinantes para el impulso del crecimiento de las micro y pequeñas empresas (MYPE) en los países en vías de desarrollo. En contextos como el peruano, donde la informalidad y el limitado acceso a servicios financieros formales predominan, el crédito bancario no solo constituye un mecanismo de financiamiento, sino también un catalizador que permite a los emprendedores mejorar sus capacidades productivas, acceder a nuevos mercados y elevar su competitividad (Banco Mundial, 2022). En tal sentido, el crédito se erige como un componente clave dentro del ecosistema empresarial, particularmente en las economías locales que sustentan su dinamismo en el comercio minorista y los emprendimientos familiares.

En la región Puno, y específicamente en la ciudad de Azángaro, el mercado de Santa Rosa constituye un núcleo económico vital que agrupa a un conjunto representativo de comerciantes que desarrollan actividades en condiciones de informalidad parcial o total. A pesar de su relevancia económica y social, muchos de estos comerciantes afrontan barreras estructurales para acceder a productos financieros, ya sea por la falta de garantías, historial crediticio limitado o desconocimiento de los instrumentos que ofrece el sistema financiero formal. Esta situación restringe sus posibilidades de expansión, inversión en activos fijos, adquisición de capital de trabajo y mejora en la productividad, lo que incide directamente en su crecimiento empresarial.

Diversos estudios han demostrado que la inclusión financiera y acceso al crédito bancario están estrechamente relacionados con el crecimiento económico a nivel microempresarial (Rodríguez & Chávez, 2020; Soto & Ramos, 2021). Sin embargo, la evidencia empírica en zonas rurales y andinas del Perú, como Azángaro, es aún escasa. Se hace necesario, por tanto, desarrollar investigaciones que permitan identificar y analizar la vinculación existente entre acceso al crédito y crecimiento empresarial de comerciantes en este entorno específico, considerando sus particularidades económicas, culturales y sociales.

En este marco, el análisis posee como objetivo general determinar la relación entre acceso al crédito bancario y el crecimiento empresarial de los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno, en el año 2025, empleando un enfoque cuantitativo, tipo correlacional y diseño no experimental transversal. El estudio busca aportar evidencia empírica que contribuya al diseño de estrategias financieras inclusivas orientadas a fortalecer las capacidades de este segmento económico local, así como promover políticas públicas que estimulen la formalización, bancarización y sostenibilidad de los emprendimientos en contextos rurales.

Finalmente, el presente trabajo se justifica en la necesidad de comprender los factores que inciden en el desarrollo empresarial en zonas con limitado acceso a recursos financieros, y se alinea con los objetivos de desarrollo económico local, la inclusión financiera y el fortalecimiento de las MYPE, en concordancia con las políticas nacionales de promoción del emprendimiento.



En las secciones correspondientes, se detallará el marco conceptual vinculado con el acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial, se señalará metodología empleada, y se detallarán los hallazgos, continuado de conclusiones e igualmente recomendaciones prácticas para gestión municipal en el contexto analizado.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema

El acceso al crédito bancario sigue siendo una de las barreras estructurales más importantes que enfrentan las micro, pequeñas y medianas empresas en países en desarrollo para lograr un crecimiento sostenido y competitivo. A nivel internacional, múltiples estudios han evidenciado que la falta de financiamiento limita la inversión, la innovación y la expansión empresarial, especialmente en contextos de alta informalidad o sistemas financieros poco desarrollados (Beck et al., 2007). Según el Banco Mundial (2022), más del 40 % de las pequeñas empresas en América Latina reportan el acceso al crédito como una de sus principales restricciones para operar y crecer. A pesar de las reformas en inclusión financiera, las brechas persisten debido a asimetría de información, altos costos de transacción y escasa cultura financiera de los emprendedores (Roa & Rosero, 2021). Por tanto, analizar la vinculación entre acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial resulta fundamental para proponer políticas efectivas que promuevan el desarrollo económico, la formalización y la sostenibilidad empresarial en escenarios internacionales heterogéneos.

En el Perú, el acceso al crédito bancario constituye una de las principales limitantes para el crecimiento sostenido de micro y pequeñas empresas (MYPE), que simbolizan más de 95 % de totalidad de unidades productivas del país (Ministerio de la Producción, 2022). Aunque el sistema financiero ha implementado programas de inclusión como Reactiva Perú y FAE-MYPE,



muchas empresas aún enfrentan barreras como altos requisitos, tasas de interés elevadas y escasa educación financiera, lo que restringe su capacidad de inversión, innovación y expansión (Morón & Castro, 2021). La Encuesta Nacional de Empresas del INEI (2021) evidenció que el 63 % de las MYPE no accedieron a crédito en el último año, siendo las más afectadas aquellas ubicadas en zonas rurales o de menor desarrollo económico. Esta situación refleja una brecha estructural entre la oferta crediticia y las necesidades reales del sector empresarial, que obstaculiza el crecimiento económico, la formalización y la generación de empleo en el país (A. Torres & Huamán, 2020). Por ello, es imperativo analizar empíricamente cómo acceso al crédito bancario incide en el crecimiento empresarial para sustentar políticas públicas que promuevan una mayor inclusión financiera en el contexto peruano.

En la región Puno, el acceso al crédito bancario para micro y pequeñas empresas (MYPE) continúa siendo un desafío estructural que limita su crecimiento, sostenibilidad y formalización. A pesar de los esfuerzos del sistema financiero para ampliar la cobertura crediticia, las MYPE puneñas enfrentan restricciones vinculadas a la informalidad, falta de garantías, historial crediticio limitado y escasa alfabetización financiera (SBS, 2022). Según el estudio de (Quispe & Mamani, 2023), más del 60 % de los emprendedores en Puno no acceden a créditos formales, lo cual repercute negativamente en la inversión, innovación y generación de empleo local. Asimismo, Medina López (2024) señala que en las zonas rurales de la región, los factores socioeconómicos como la pobreza, la educación y la ubicación geográfica influyen significativamente en el acceso desigual al financiamiento. Por ello, se hace necesario analizar con

rigurosidad empírica la vinculación entre acceso al crédito bancario y crecimiento de MYPE en Puno, con miras a diseñar estrategias de inclusión financiera contextualizadas.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Cuál es la relación entre el acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025?

1.2.2. Problemas específicos

1.2.2.1. ¿Cómo se relaciona el acceso al crédito bancario y aumento de ventas en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025?

1.2.2.2. ¿Cuál es la relación entre el acceso al crédito bancario y diversificación de productos en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025?

1.3. Justificación.

1.3.1. Justificación Teórica

El análisis permitirá detallar causas de problemas sobre acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.3.2. Justificación Práctica

El análisis ayudará al establecimiento de propuestas de soluciones a problemas del acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.3.3. Justificación Metodológica

El análisis ayudará al diseño de metodologías para resolver problemas del acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.4. Objetivos de estudio

1.4.1. General

Determinar la relación entre el acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.4.2. Específicos

1.4.2.1. Demostrar la relación entre el acceso al crédito bancario y aumento de ventas en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.4.2.2. Determinar la relación entre el acceso al crédito bancario y diversificación de productos en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.5. Hipótesis

1.5.1. General

El acceso al crédito bancario tiene una relación significativa en el crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.5.2. Específica

- 1.5.2.1. El acceso al crédito bancario se relaciona significativamente con el aumento de ventas en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.
- 1.5.2.2. El Acceso al crédito bancario tiene una relación directa con la diversificación de productos en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

1.6. Importancia

La presente tesis es de vital importancia porque permite analizar cómo el acceso al crédito bancario llega a incidir en crecimiento empresarial de comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, contribuyendo a identificar barreras financieras que limitan su desarrollo. Asimismo, aporta evidencia empírica para promover políticas de inclusión financiera adaptadas al contexto local. El estudio busca fortalecer la sostenibilidad de los negocios, dinamizar la economía regional y fomentar la formalización del comercio. Además, orienta a las entidades financieras sobre las necesidades reales del sector microempresarial. En conjunto, ofrece una sólida base para mejora de la gestión económica municipal y regional.

1.7. Limitaciones

La elaboración de esta tesis presenta como principal limitación la escasa disponibilidad de información financiera formal entre los comerciantes del mercado de Santa Rosa, debido al alto grado de informalidad. Asimismo, algunos encuestados mostraron reticencia a brindar datos sobre créditos o crecimiento por desconfianza o falta de registros. También se enfrentaron restricciones de



tiempo y recursos para realizar el trabajo de campo en condiciones óptimas.

Finalmente, la variabilidad económica del entorno afectó la estabilidad de las respuestas obtenidas.



1.8. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variable: Acceso al crédito bancario

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE VALORES	TIPO VARIABLE
El acceso al crédito bancario es la capacidad que tienen individuos o empresas para obtener financiamiento formal, lo cual les permite planificar objetivos de largo plazo, enfrentar contingencias, e impulsar el crecimiento económico y empresarial (Javaid, 2024).	Los encuestados fueron interrogados sobre el acceso al crédito bancario.	✓ Disponibilidad del crédito	✓ Calificación para el crédito bancario	Ordinal Tipo Likert - Nunca (1) - Casi nunca (2) - A veces (3) - Casi siempre (4) - Siempre (5)	Cuantitativa
			✓ Monto del préstamo		
		✓ Uso del crédito	✓ Crédito destinado a capital de trabajo		
			✓ Crédito destinado a infraestructura		

Tabla 2

Operacionalización de variable: Crecimiento empresarial

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE VALORES	TIPO VARIABLE
El crecimiento empresarial es el incremento sostenido y cuantificable en el tamaño, ingresos o capacidad de una empresa, acompañado de modificaciones organizativas y productivas que reflejan su adaptación al entorno (Blázquez et al., 2006).	Los partícipes brindaron información sobre el crecimiento empresarial.	✓ Aumento de ventas ✓ Diversificación de productos	✓ Variación en ventas mensuales ✓ Aumento en rentabilidad ✓ Incorporación de productos nuevos ✓ Demanda de nuevos productos	Ordinal Tipo Likert - Nunca (1) - Casi nunca (2) - A veces (3) - Casi siempre (4) - Siempre (5)	Cuantitativa

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Antecedentes de Investigación

2.1.1. Internacional

Espinoza Rosero (2020) El estudió el análisis del papel que cumple el crédito bancario en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador, enfocándose en los sectores comercial e industrial de Guayaquil. Se aplicó un enfoque cuantitativo y de tipo correlacional, a través de encuestas estructuradas a empresarios y revisión de datos financieros. Se identificaron los principales obstáculos al financiamiento, tales como la falta de garantías, historial crediticio limitado y altas tasas de interés. El estudio concluyó que se manifiesta vinculación directa entre acceso al crédito bancario y crecimiento de las PYMES. Las empresas que accedieron a créditos lograron incrementar sus ventas, mejorar su infraestructura y expandirse hacia nuevos mercados. Sin embargo, se detectó un nivel bajo de bancarización, especialmente en microempresas, lo que limita su desarrollo. Se recomienda mejorar la educación financiera y flexibilizar los criterios de evaluación crediticia para este segmento empresarial.

Vaca Enríquez (2022) El análisis empírico, sustentado en un modelo logit con variables dicotómicas, evidenció que el acceso al crédito en cooperativas ecuatorianas está influenciado significativamente por factores sociodemográficos y geográficos. Ser mujer disminuye probabilidad de conseguir un crédito en 7,5 %, mientras que la edad incrementa esta probabilidad en 1,9

% por cada año. Asimismo, vivir en cantones con mayor ruralidad aumenta en 21,5 % la posibilidad de acceso al crédito, mientras que en zonas de alta pobreza esta se reduce en 21,0 %. Además, la densidad financiera tiene un efecto positivo de 4,1 % sobre el acceso crediticio. Los hallazgos permiten concluir que persisten barreras de género en el acceso al crédito, siendo las mujeres las más afectadas. La edad y el estado civil presentan efectos menos determinantes. A nivel territorial, la fuerte presencia del sector financiero popular y solidario favorece el acceso en zonas rurales, aunque no ocurre lo mismo en contextos de alta pobreza. Por tanto, se destaca necesidad de normativas públicas diferenciadas que fortalezcan inclusión financiera con equidad de género y territorial.

2.1.2. Nacional

Rosales Dominguez (2021) El análisis detalló como propósito determinar influencia del crédito bancario en el crecimiento empresarial de micro y pequeñas empresas (MYPES) en distrito de La Victoria durante el año 2019. Se empleó un método hipotético-deductivo, con un diseño no experimental, transversal y correlacional. La población fue constituida por MYPES del mencionado distrito, y la muestra se seleccionó de manera aleatoria. Los datos se recopilaron mediante encuestas estructuradas y se analizaron utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Se concluyó que se manifiesta influencia significativa y positiva del crédito bancario en el crecimiento empresarial de MYPES en La Victoria. Específicamente, se encontró vinculación positiva perfecta de 0.957, indicando que crecimiento empresarial varía en

91.6% debido al efecto del crédito bancario. Esto sugiere que acceso al crédito es un elemento determinante para desarrollo y expansión de las MYPES en el área estudiada.

Vásquez Huarcaya (2024) Los hallazgos evidencian que el acceso al crédito incide de forma significativa en competitividad de PYMES del sector agrícola en Lima Norte. A través del análisis estadístico (Chi cuadrado de Pearson = 48.486; $p = 0.000$), se comprobó la existencia de una relación estadísticamente significativa entre ambas variables. Asimismo, se identificó que factores como el tamaño, la edad de la empresa, sus características organizacionales, la capacidad tecnológica y los indicadores sectoriales influyen positivamente en la mejora de la competitividad, ya que permiten un mejor desempeño productivo, acceso a mercados y consolidación empresarial. Se concluye que las PYMES con mayor acceso al crédito muestran mejores niveles de competitividad, ya que pueden invertir en infraestructura, tecnología, capacitación y procesos que fortalecen su posicionamiento en el mercado. Además, el estudio resalta que aquellas empresas con estructuras organizativas sólidas, mayor antigüedad y respaldo financiero tienen mayores probabilidades de acceder a créditos formales y, por ende, mejorar su desempeño. Finalmente, se recomienda diseñar políticas públicas que faciliten el acceso al financiamiento en condiciones más equitativas para el sector agrícola.

Robles Mora (2021) El estudio determinó que el 64% de las personas manifestó necesidad de crédito en el Perú. Los factores que incrementan la probabilidad de solicitar crédito formal incluyen mayor nivel de ingresos, mejor

conocimiento financiero y motivos como adquisición de vivienda o vehículo. Por el contrario, a mayor tiempo de viaje hacia una oficina financiera, disminuye la probabilidad de solicitar crédito formal y aumenta la de acceder al mercado informal. Asimismo, se halló que los mercados formal e informal presentan cierto grado de sustitución, en especial para el financiamiento de consumo, lo que implica competencia entre ambos sectores del crédito. Se concluye que el acceso al crédito en el Perú se halla condicionado tanto por factores de oferta (infraestructura, costos, requisitos) como de demanda (ingresos, educación financiera, localización). Las personas con mayor vulnerabilidad socioeconómica recurren más al financiamiento no formal, lo que evidencia una exclusión del sistema formal. La coexistencia de ambos mercados no responde necesariamente a complementariedad, sino a una sustitución que refleja limitaciones en la cobertura y adecuación del sistema financiero formal. Este panorama exige políticas públicas orientadas a reducir las barreras al crédito formal y fortalecer la inclusión financiera.

2.1.3. Regional

Medina López, (2024) Esta investigación analiza los factores que determinan el acceso al crédito en las zonas rurales y urbanas de Puno durante el año 2020. Se identifican variables socioeconómicas que influyen en la inclusión financiera, como el estado civil, la edad, el género, el nivel de ingresos y la condición de pobreza. Mediante modelos econométricos, se evalúa la relación entre estas variables y la probabilidad de acceder a servicios crediticios en diferentes contextos geográficos. Los resultados indican que factores como

la edad y el estado civil posee efecto significativo en el acceso al crédito en zonas rurales, mientras que, en áreas urbanas, la condición de pobreza y el nivel de ingresos son determinantes clave. Se concluye que es esencial diseñar políticas diferenciadas que consideren las particularidades socioeconómicas de cada zona para mejorar la inclusión financiera en la provincia de Puno.

Carcasi Ticona (2023) El estudio reveló que el 60% de las MYPEs en Juliaca accedieron a créditos, mientras que el 40,8% no los utilizaron, principalmente por contar con capital propio (47,62%) o por trabajar con proveedores (28,58%). El 39,5% obtuvo créditos mediante analistas financieros. Los principales motivos de rechazo incluyen el mal historial crediticio (80%), informalidad (60%), calificación CPP (60%), falta de garantía (24%) y problemas para adjuntar requisitos (12%). Además, se confirmó estadísticamente una correlación positiva moderada entre acceso a crédito y calificación crediticia ($\chi^2 = 86,97$; $p = 0$). Se concluyó que los requisitos más limitantes para el acceso a líneas de crédito por parte de MYPEs fueron historial crediticio, capacidad de pago y las garantías exigidas. Aunque existe una oferta variada de productos financieros, muchas MYPEs no acceden por falta de información o percepción de no calificar. Asimismo, se evidenció que el cumplimiento de los requisitos guarda una relación significativa con el nivel de acceso, validando las hipótesis específicas. Esta situación sugiere la necesidad de flexibilizar requisitos y mejorar la inclusión financiera en la ciudad de Juliaca.

Canaza Pacoricona (2021) El estudio determinó que las MYPES del sector comercio en Perú, como la empresa Blady Sur Distribuciones E.I.R.L.,



recurren mayormente al financiamiento de terceros para capital de trabajo y mejoras de infraestructura. Se evidenció que acuden a entidades como BCP, BBVA, Scotiabank, MiBanco, y cajas municipales (Sullana, Arequipa, Cusco), especialmente bajo condiciones a corto plazo (12 meses). Asimismo, se halló que estas fuentes permiten que las empresas se desarrollen de forma óptima, constituyendo una oportunidad clave para su crecimiento. El análisis documental y de caso validó que los factores relevantes del financiamiento son consistentes entre diversas fuentes y experiencias de empresas similares. La investigación concluye que el financiamiento constituye una herramienta esencial para que las MYPES desarrollen sus actividades económicas con propuestas innovadoras. En relación con el primer objetivo específico, se establece que existen múltiples oportunidades para acceder a financiamiento en el sector comercio peruano. Respecto al segundo objetivo, se identificó que la empresa Blady Sur tiene un acceso efectivo al crédito mediante entidades microfinancieras. Finalmente, en el tercer objetivo, se reafirma que las MYPES dependen en gran medida de este tipo de financiamiento para sostener su operatividad y expansión empresarial en mercados competitivos.

Calsin Quispe (2024) Los resultados evidencian que la informalidad en panaderías artesanales de la zona de San José de Puno se manifiesta principalmente en las políticas tributarias, con un 45% de alta informalidad en esta dimensión; seguida por las barreras burocráticas con un 50% de nivel medio y finalmente por las políticas laborales, donde el 65% mostró un bajo nivel de cumplimiento. Asimismo, se identificó que el crecimiento empresarial en estas panaderías se encuentra mayormente en un nivel regular (77.5%) y solo el 22.5%

presenta un crecimiento eficiente. Las pruebas de Chi-cuadrado y Spearman demostraron relaciones significativas entre las dimensiones analizadas y el crecimiento empresarial, especialmente las políticas tributarias, que presentaron la correlación más alta ($r = 0.668$). Se concluye que causas principales de informalidad que llegan a influir en crecimiento empresarial son las normativas tributarias, relacionadas con una baja cultura tributaria y altos niveles de evasión; seguidas por las barreras burocráticas asociadas a los trámites engorrosos de formalización y, en menor medida, las políticas laborales. Estos factores limitan la expansión y competitividad de las panaderías artesanales informales. Por ello, se recomienda desarrollar estrategias de formalización simplificada y capacitaciones tributarias para promover el desarrollo económico sostenible del sector artesanal en Puno.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Acceso al crédito bancario

2.2.1.1. Concepto de acceso al crédito bancario

El crédito bancario es una operación financiera en la cual una entidad financiera otorga recursos monetarios a un tercero bajo determinadas condiciones contractuales de devolución, intereses y plazos. Según Bravo & Salas (2019), "el crédito constituye una de las herramientas fundamentales para desarrollo económico, ya que ayuda a las empresas contar con recursos adicionales para inversión o capital de trabajo" (p. 37). En el ámbito de micro y pequeñas empresas (MYPE), el crédito bancario actúa como mecanismo de

inclusión financiera, promoviendo la dinamización productiva y el crecimiento empresarial.

El acceso al crédito bancario se entiende como la capacidad efectiva que tienen empresas especialmente las pequeñas y medianas para obtener préstamos formales, lo cual depende de contar con garantías legales, historial financiero y participación en el sistema bancario, elementos que influyen directamente en su desarrollo económico y competitividad (De Soto, 2000).

2.2.1.2. Importancia del crédito en el desarrollo empresarial

El crédito bancario cumple una función fundamental en el fortalecimiento y sostenibilidad de las microempresas, ya que permite superar limitaciones operativas, renovar inventarios, adquirir tecnología y contratar personal capacitado. El financiamiento externo no solo incrementa la capacidad productiva, sino que también incentiva la formalización y mejora la competitividad. Al contar con capital, las MYPE pueden adaptarse a cambios del mercado, responder a emergencias económicas y planificar el crecimiento a mediano y largo plazo. Además, el crédito puede actuar como catalizador de innovación y diversificación de productos o servicios. En regiones con escaso acceso a financiamiento, su ausencia genera estancamiento e informalidad empresarial. En consecuencia, el acceso al crédito formal está directamente vinculado con el crecimiento económico de los pequeños negocios (Beas, 2010).

2.2.1.3. Barreras para acceder al crédito

Las microempresas enfrentan múltiples obstáculos al intentar acceder a servicios financieros formales, especialmente crédito bancario. Entre las

barreras más comunes destacan: falta de historial crediticio, informalidad del negocio, bajos niveles de educación financiera, ausencia de garantías reales y elevados costos financieros. Estas dificultades se agravan en entornos rurales y marginados, donde la cobertura bancaria es escasa y las condiciones de riesgo son percibidas como altas por las entidades. Por ejemplo, muchas instituciones financieras consideran que el financiamiento de este tipo de empresas representa un riesgo elevado, lo cual limita la concesión de préstamos. Como resultado, muchas MYPE recurren a mecanismos informales de financiamiento o a prestamistas con tasas usureras, afectando su sostenibilidad (Carvajal-Salgado & Carvajal-Salgado, 2018).

2.2.1.4. Rol de la banca en el desarrollo de las MYPES

La banca comercial tradicional ha mostrado limitaciones para atender eficazmente las necesidades de las MYPE debido a su enfoque en la rentabilidad y minimización del riesgo. En contraste, la banca de desarrollo y las instituciones de microfinanzas han sido claves para facilitar el acceso al financiamiento de sectores productivos excluidos. Estas instituciones ofrecen productos diseñados específicamente para microempresarios, con montos flexibles, tasas diferenciadas y menores requisitos documentarios. Su enfoque es más social que comercial, buscando fomentar la inclusión financiera y apoyar el crecimiento regional. Además, actúan de manera contracíclica en contextos de crisis, inyectando liquidez y estabilidad. Sin embargo, su alcance aún es limitado frente a la demanda existente, lo que hace necesario fortalecer sus capacidades operativas y normativas (Ramírez et al., 2013).

2.2.1.5. Relación entre acceso al crédito y formalización empresarial

La formalización empresarial es un requisito casi imprescindible para acceder al crédito bancario, ya que las instituciones exigen documentación legal, tributaria y financiera para evaluar la capacidad de pago del solicitante. Este vínculo genera una dualidad: mientras que el acceso al crédito puede fomentar la formalización, la ausencia de documentos adecuados impide el financiamiento, perpetuando la informalidad. Para muchas MYPE, la obtención de RUC, licencias de funcionamiento y libros contables resulta costosa y compleja, lo que desincentiva el registro formal. Esta situación crea un círculo vicioso que limita el desarrollo empresarial en regiones con fuerte presencia de comercio informal. Fortalecer los programas de formalización y asistencia técnica es vital para que más emprendedores accedan al sistema financiero formal (Gómez et al., 2021).

2.2.1.6. Educación financiera y acceso al crédito

La educación financiera es un factor determinante para la inclusión crediticia. Microempresarios con mayor conocimiento sobre productos financieros, planificación presupuestaria, tasas de interés y endeudamiento responsable muestran una mayor capacidad para acceder y manejar créditos de forma adecuada. Una baja alfabetización financiera aumenta el riesgo de sobreendeudamiento, impagos y desconfianza en el sistema financiero. Esto, a su vez, impacta negativamente en la calificación crediticia del solicitante, reduciendo sus oportunidades futuras. Programas de capacitación en finanzas personales y empresariales han demostrado mejorar la relación entre el cliente

y la entidad bancaria, generando beneficios para ambos actores. Así, fomentar una cultura financiera sólida se vuelve esencial para un desarrollo empresarial sostenible (Cervantes-Mendoza, 2024).

2.2.2. Crecimiento empresarial

2.2.2.1. Concepto de crecimiento empresarial

Es un proceso mediante el cual una entidad aumenta su tamaño, capacidad productiva, ingresos, cobertura de mercado o rentabilidad. Este fenómeno puede manifestarse de manera interna (crecimiento orgánico) o externa (fusiones, adquisiciones u otras formas de expansión) (Chiavenato, 2009). Según Penrose (2002), el crecimiento está impulsado por la acumulación de recursos, el aprendizaje organizacional y la capacidad de innovación.

En el contexto de las MYPE, el crecimiento empresarial implica mejoras sostenibles en sus operaciones, aumento de ventas, generación de puestos de labores y consolidación en el mercado (Carrillo & Huamán, 2020).

El crecimiento empresarial es el aumento sostenido en capacidad operativa, económica y estratégica de una organización. En las MYPE, este se expresa a través de mayores ventas, expansión de locales, incremento de personal o diversificación de productos. Según Vásquez et al. (2022), el crecimiento también implica un proceso de madurez organizacional, en el cual la empresa mejora su estructura administrativa y toma decisiones más racionales. No es solo una evolución cuantitativa, sino también cualitativa. Este crecimiento requiere planificación, liderazgo y capacidad de adaptación al entorno. En

contextos emergentes, crecer implica superar barreras estructurales, como el acceso limitado al crédito o la informalidad.

2.2.2.2. Dimensiones del crecimiento empresarial

El crecimiento de una empresa puede abordarse desde diferentes dimensiones: financiera, comercial, organizacional y estratégica. Según Arévalo et al. (2023), el crecimiento financiero se refleja en mayores utilidades o acceso a recursos; el comercial en la ampliación de mercados; el organizacional en la mejora interna; y el estratégico en la visión de largo plazo. Estas dimensiones están interrelacionadas y dependen de factores como la competencia, el financiamiento y la capacidad innovadora. En el caso de las microempresas, el crecimiento suele darse de forma más informal y empírica. Sin embargo, con el acompañamiento adecuado, pueden integrar procesos de mejora continua.

2.2.2.3. Factores que impulsan el crecimiento empresarial

El crecimiento de empresas está influido por diversos factores como acceso al financiamiento, capacitación empresarial, la innovación, la formalización y el entorno económico. Para Delgado et al. (2019), las MYPE que acceden a crédito, invierten en tecnología o reciben formación gerencial tienen mayores probabilidades de crecer sosteniblemente. Además, las redes de contacto, la experiencia del empresario y el conocimiento del mercado son fundamentales. En este sentido, el crecimiento no depende exclusivamente de variables internas, sino también de políticas públicas y contextos institucionales que faciliten el desarrollo empresarial en territorios rezagados.

2.2.2.4. Obstáculos al crecimiento de las MYPE

Pese a su potencial, muchas micro y pequeñas empresas no logran consolidar su crecimiento debido a limitaciones estructurales. Entre los principales obstáculos están la informalidad, el escaso acceso a financiamiento, la baja productividad, la falta de planificación estratégica y la limitada innovación. Según Torres et al. (2020), estos factores no solo afectan la rentabilidad, sino que frenan la transición hacia etapas superiores de desarrollo empresarial. A menudo, el crecimiento se ve estancado por la gestión empírica del negocio y la dependencia de un único mercado. Superar estos obstáculos requiere políticas públicas específicas y asistencia técnica permanente.

2.2.2.5. El rol del emprendedor en el crecimiento

El crecimiento de una empresa también depende del perfil del emprendedor. Sus habilidades, nivel educativo, experiencia previa y mentalidad empresarial influyen directamente en el rumbo del negocio. De acuerdo con Hurtado & Acuña (2021), emprendedores proactivos, con visión estratégica y disposición al riesgo, logran posicionar mejor sus negocios y expandirse en mercados competitivos. En contraste, una gestión conservadora o desinformada puede limitar la evolución del emprendimiento. Por tanto, el crecimiento no solo se basa en condiciones externas, sino también en las decisiones personales del líder empresarial y su capacidad de innovar.

2.2.2.6. Crecimiento empresarial y acceso a crédito

Una relación estrecha se ha identificado entre acceso al financiamiento y crecimiento de microempresas. Según Rodríguez et al. (2018), las empresas que acceden a créditos formales tienen mayores posibilidades de invertir en

infraestructura, aumentar su producción y expandir mercados. El crédito actúa como un acelerador del desarrollo si se gestiona adecuadamente. Sin embargo, el mal uso del crédito o el sobreendeudamiento puede generar el efecto contrario. Por eso, el acceso al financiamiento debe ir acompañado de educación financiera y evaluación rigurosa del modelo de negocio.

2.3. Definición de términos

Disponibilidad del crédito

La disponibilidad del crédito se entiende como el acceso efectivo que tienen las empresas a recursos financieros formales en condiciones adecuadas de oportunidad, monto y plazo. Esta disponibilidad está influenciada por la política monetaria, la percepción del riesgo y la solvencia del solicitante. Su limitación frena la inversión y el crecimiento empresarial (Rodas & Jara, 2022).

Uso del crédito

El uso del crédito en microempresas hace correspondencia a la aplicación estratégica de recursos financieros obtenidos mediante préstamos, destinados a capital de trabajo, compra de insumos, expansión o pago de deudas. Un uso eficiente del crédito mejora la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, mientras que un uso inadecuado puede generar sobreendeudamiento. Su correcta gestión es clave para el desarrollo económico (Martínez & Pérez, 2022).

Aumento de ventas

El aumento de ventas en las microempresas se refiere al crecimiento sostenido del ingreso generado por la comercialización de bienes o servicios, producto de



mejoras en la gestión, financiamiento, marketing o condiciones del mercado. Este indicador refleja la expansión de la demanda y el posicionamiento del negocio frente a la competencia. Es un parámetro clave para medir el crecimiento empresarial (Díaz & Villalba, 2021).

Diversificación de productos

La diversificación de productos consiste en la estrategia empresarial mediante la cual las microempresas amplían su oferta de bienes o servicios para atender nuevos segmentos de mercado, reducir riesgos y mejorar su competitividad. Esta práctica permite adaptarse a cambios en demanda e igualmente aprovechar oportunidades comerciales. Su implementación favorece la sostenibilidad del negocio (López & Gutiérrez, 2022).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Métodos de Estudio

Método inductivo - deductivo

Para Sánchez (2019), El método inductivo resulta especialmente pertinente en la investigación cualitativa, pues permite construir interpretaciones y conceptos a partir de los hechos observados. En contraste, el método deductivo es más habitual en la investigación cuantitativa, ya que se basa en la recolección sistemática de datos para contrastar hipótesis previamente formuladas. La combinación de ambos enfoques dentro de un mismo estudio puede ofrecer una comprensión más completa del objeto de investigación.

3.2. Ámbito de investigación

Mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2024, está ubicada a espaldas de la Municipalidad provincial de Azángaro y al costado del mercado pozo verde.

3.3. Enfoque de Estudio

Enfoque cuantitativo.

Para Martínez (2018), El enfoque cuantitativo facilita la recopilación ordenada y sistemática de datos, lo que posibilita la generalización de los resultados y su comparación. Dentro de la investigación científica, esta metodología resulta fundamental, pues proporciona una base empírica sólida para sustentar la toma de decisiones.

3.4. Tipo de Estudio

El tipo de estudio se hizo empleo fue Aplicada, acorde con (González & Rivas, 2016):

La investigación aplicada se define como aquella que utiliza conocimientos teóricos para proponer soluciones a problemas concretos del mundo real, poniendo el énfasis en su aplicación práctica y en su implementación en ámbitos como la salud, la educación y la tecnología.

3.5. Nivel de estudio

Se efectuó el nivel de estudio correlacional, acorde con Bernal (2016).

En la investigación descriptiva y correlacional, el diseño transversal no experimental es frecuentemente empleado, ya que permite observar las características de un fenómeno sin modificar su curso. Este enfoque resulta adecuado para generar hipótesis que pueden ser exploradas con mayor profundidad en un futuro.

3.6. Diseño de estudio

En el análisis se hizo empleo de diseño no experimental transeccional.

Valles, (2014), En los estudios descriptivos y correlacionales, se utiliza comúnmente el diseño transversal no experimental, ya que facilita la observación de las características de un fenómeno sin interferir en su evolución. Este enfoque es útil para formular hipótesis que pueden ser investigadas más a fondo en etapas posteriores.

3.7. Población y Muestra

3.7.1. Población

La población se halla formada por 35 comerciantes del Mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025, la información ha sido obtenido del presidente de la asociación.

3.7.2. Muestra

Muestra censal

Es tomado la totalidad de los comerciantes por ser pequeña la población.

Para Hernández et al. (2014) La muestra censal involucra exhaustivo examen de cada elemento en la población detallada, lo que permite hallazgos con mayor certeza y representativa al suprimirse el margen de error típicamente asociado con metodologías de muestreo.

3.8. Técnicas e Instrumentos

3.8.1. Encuesta

Para Cáceres & Rivas (2017), es un instrumento que posee un conglomerado interrogantes estructuradas enfocada en recoger datos de un puntual grupo. La encuesta puede efectuarse empleando diversos métodos, como presencial, en línea o por teléfono, y su diseño debe analizar de forma cuidadosa para asegurara fiabilidad de hallazgos.

3.8.2. Instrumento

El instrumento empleado es el cuestionario

Acorde con Cáceres & Pérez (2016), El cuestionario considera un conglomerado estructurado de interrogantes enfocadas a la recogida de información de forma sistemática. Se realiza hincapié en que cuestionario debe

ser fácil de ser comprendido, con el propósito de facilitar respuestas de partícipes y asegurar calidad de información recogida.

3.9. Diseño de Contrastación de Hipótesis

Para efectuar contrastación de hipótesis se hizo empleo de R de Pearson en SPSS.

Hipótesis nula

H₀: El acceso al crédito bancario no tiene una relación significativa en el crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

Hipótesis alterna

H_a: El acceso al crédito bancario posee una relación significativa en el crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

3.10. Confiabilidad

Para asegurar confiabilidad, se aplicó alfa de Cronbach, que mide la consistencia interna de una prueba o cuestionario. Este índice proporcionará una base teórica y metodológica para su cálculo y utilización en la evaluación de la fiabilidad de las escalas de medición.

Tabla 3

Alfa de Cronbach: Acceso al crédito bancario

Alfa de Cronbach	N de elementos
,614	8

Tabla 4***Alfa de Cronbach: Crecimiento empresarial***

Alfa de Cronbach	N de elementos
,711	8

El análisis de confiabilidad para variable " Acceso al crédito bancario" muestra coeficiente Alfa de Cronbach de 0.614 y variable " Crecimiento empresarial" muestra un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.711. Esto significa que los ítems que componen la escala están midiendo consistentemente el mismo constructo, por tanto, es confiable.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados

4.1.1. Dimensión: Disponibilidad del crédito

a) Calificación para el crédito bancario

Tabla 5

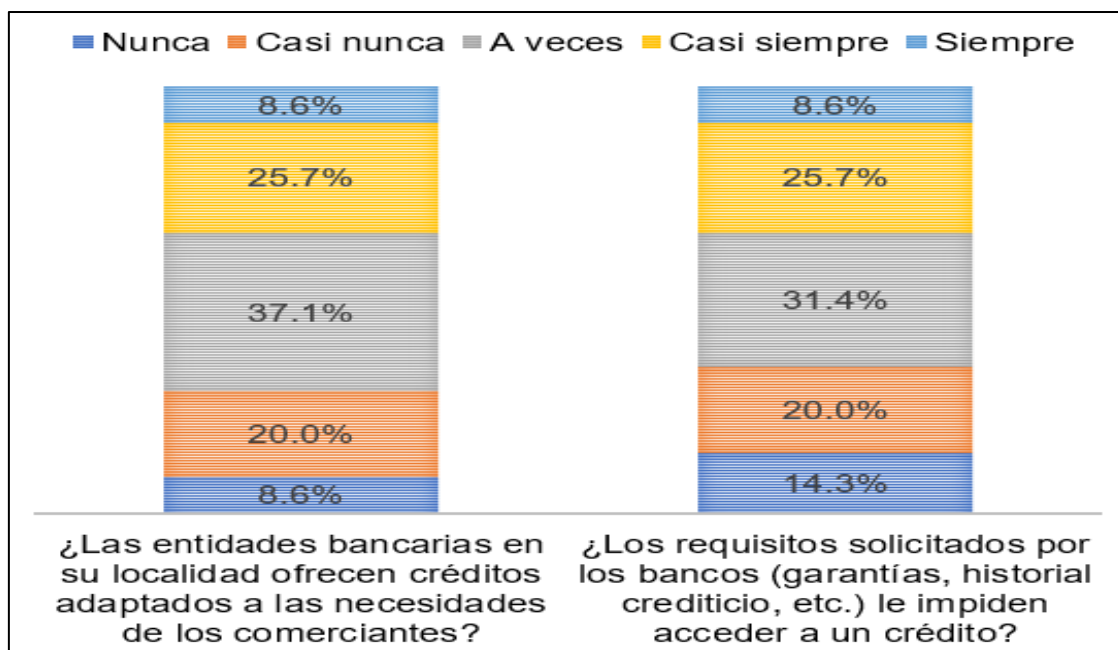
Calificación para el crédito bancario

	¿Las entidades bancarias en su localidad ofrecen créditos adaptados a las necesidades de los comerciantes?		¿Los requisitos solicitados por los bancos (garantías, historial crediticio, etc.) le impiden acceder a un crédito?	
	N	%	N	%
Nunca	3	8,6%	5	14,3%
Casi nunca	7	20,0%	7	20,0%
A veces	13	37,1%	11	31,4%
Casi siempre	9	25,7%	9	25,7%
Siempre	3	8,6%	3	8,6%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. En el cuadro describe la calificación para el crédito bancario

Figura 1

Calificación para el crédito bancario



Nota: La figura proviene de tabla 3

Los datos reflejan que 37,1 % de los comerciantes considera que las entidades bancarias “a veces” ofrecen créditos adaptados a sus necesidades, mientras un 25,7 % opina que esto ocurre “casi siempre”, y un 8,6 % “siempre”. Sin embargo, existe un 28,6 % que percibe baja adecuación (“nunca” o “casi nunca”), lo que evidencia una distribución diversa de experiencias con las políticas crediticias locales. En cuanto a las barreras de acceso, el 31,4 % manifestó que los requisitos exigidos por los bancos “a veces” les impiden acceder al crédito, y un 25,7 % indica que esto sucede “casi siempre”. Esta percepción sugiere que, aunque existe una oferta de crédito, su accesibilidad se ve limitada por factores como garantías exigidas y evaluación del historial crediticio, afectando así la inclusión financiera de una parte significativa de comerciantes del mercado.

b) Monto del préstamo

Tabla 6

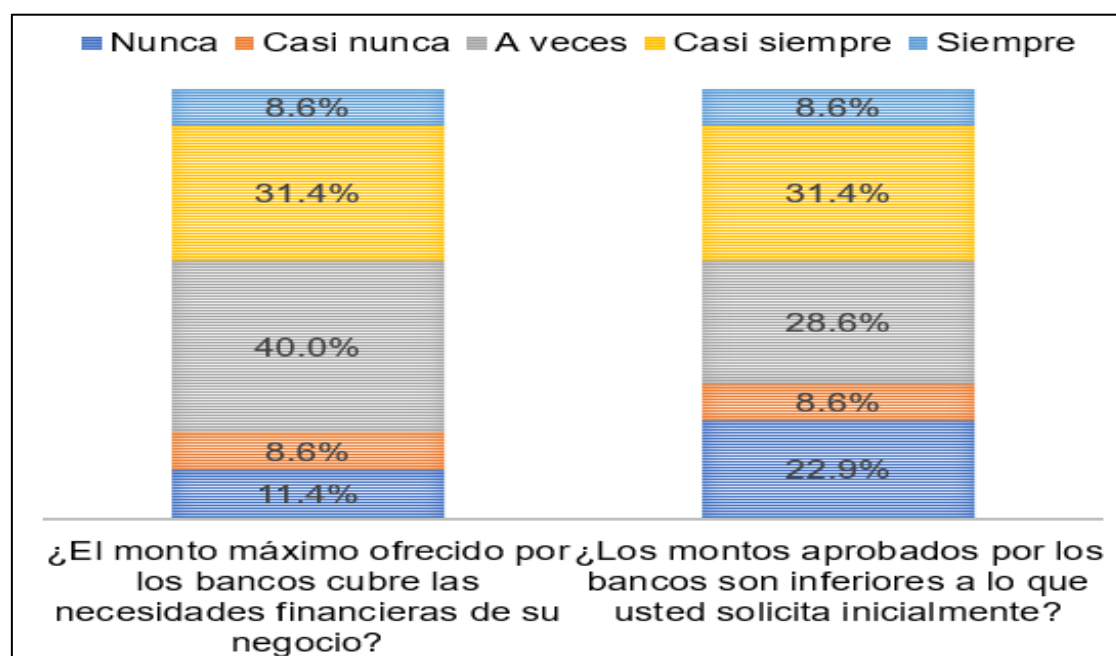
Monto del préstamo

	¿El monto máximo ofrecido por los bancos cubre las necesidades financieras de su negocio?		¿Los montos aprobados por los bancos son inferiores a lo que usted solicita inicialmente?	
	N	%	N	%
Nunca	4	11,4%	8	22,9%
Casi nunca	3	8,6%	3	8,6%
A veces	14	40,0%	10	28,6%
Casi siempre	11	31,4%	11	31,4%
Siempre	3	8,6%	3	8,6%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. Tabla desarrolla el monto del préstamo

Figura 2

Monto del préstamo



Nota: Viene de la tabla 4

Los resultados reflejan que un 40 % de los comerciantes considera que el monto máximo ofrecido por los bancos solo “a veces” cubre sus necesidades financieras, mientras un 31,4 % indica que esto ocurre “casi siempre”. Esto revela que, si bien existe cierto grado de adecuación, aún no es suficiente para cubrir plenamente las expectativas de financiamiento. Por otro lado, un 28,6 % manifiesta que los montos aprobados suelen ser inferiores a lo que solicitan, y un 22,9 % afirma que “nunca” se aprueban los montos requeridos, lo que evidencia una percepción negativa sobre la suficiencia del crédito otorgado. Estos datos sugieren que, aunque los bancos están dispuestos a otorgar financiamiento, el capital aprobado suele ser limitado en relación con las demandas reales del negocio, afectando la capacidad de inversión y expansión de los comerciantes.

4.1.2. Dimensión: Uso del crédito

a) Crédito destinado a capital de trabajo

Tabla 7

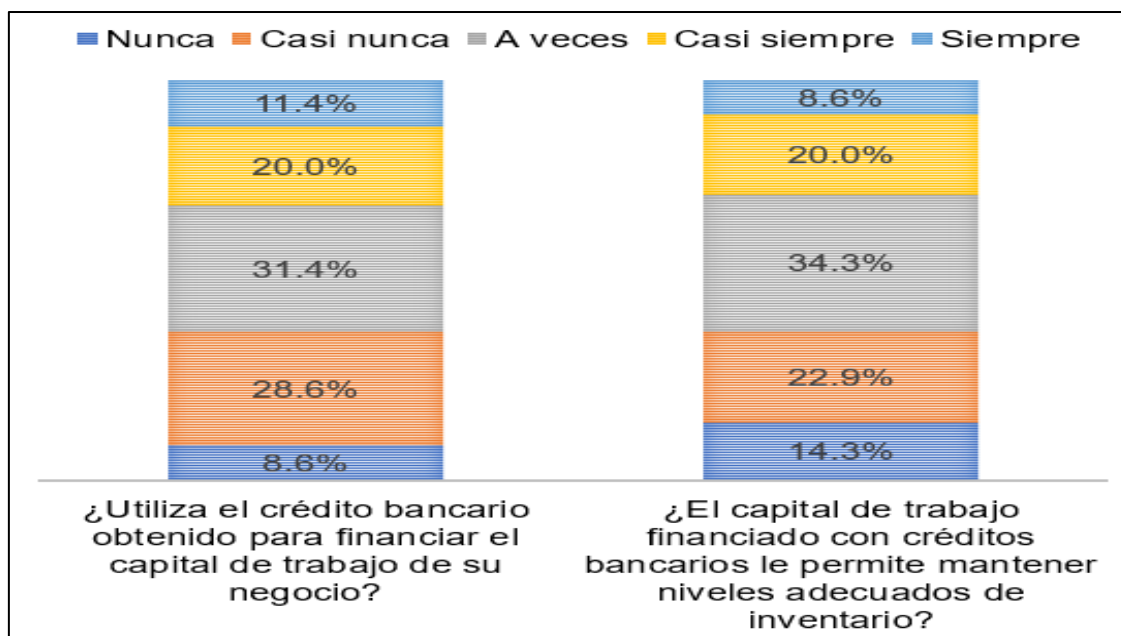
Crédito destinado a capital de trabajo

	¿Utiliza el crédito bancario obtenido para financiar capital de trabajo de su negocio?		¿El capital de trabajo financiado con créditos bancarios le permite mantener niveles adecuados de inventario?	
	N	%	N	%
Nunca	3	8,6%	5	14,3%
Casi nunca	10	28,6%	8	22,9%
A veces	11	31,4%	12	34,3%
Casi siempre	7	20,0%	7	20,0%
Siempre	4	11,4%	3	8,6%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. La tabla detalla el crédito destinado a capital de trabajo

Figura 3

Crédito destinado a capital de trabajo



Nota: Los datos provienen de tabla 5

En los hallazgos se visualiza que 31,4 % de los encuestados utiliza el crédito bancario “a veces” para financiar capital de trabajo de su negocio, seguido por un 28,6 % que responde “casi nunca”, y un 20 % que lo hace “casi siempre”. Esto refleja una tendencia moderada en el uso del crédito para cubrir necesidades operativas, aunque con una presencia notable de respuestas que indican bajo uso. Respecto a si el capital financiado permite mantener inventarios adecuados, el 34,3 % respondió “a veces” y el 22,9 % “casi nunca”, lo cual evidencia que, aunque algunos logran mantener inventario, la mayoría no lo hace de manera constante. En resumen, los resultados sugieren que el uso del crédito para capital de trabajo no es generalizado ni sostenido entre todos los comerciantes.

b) Crédito destinado a infraestructura

Tabla 8

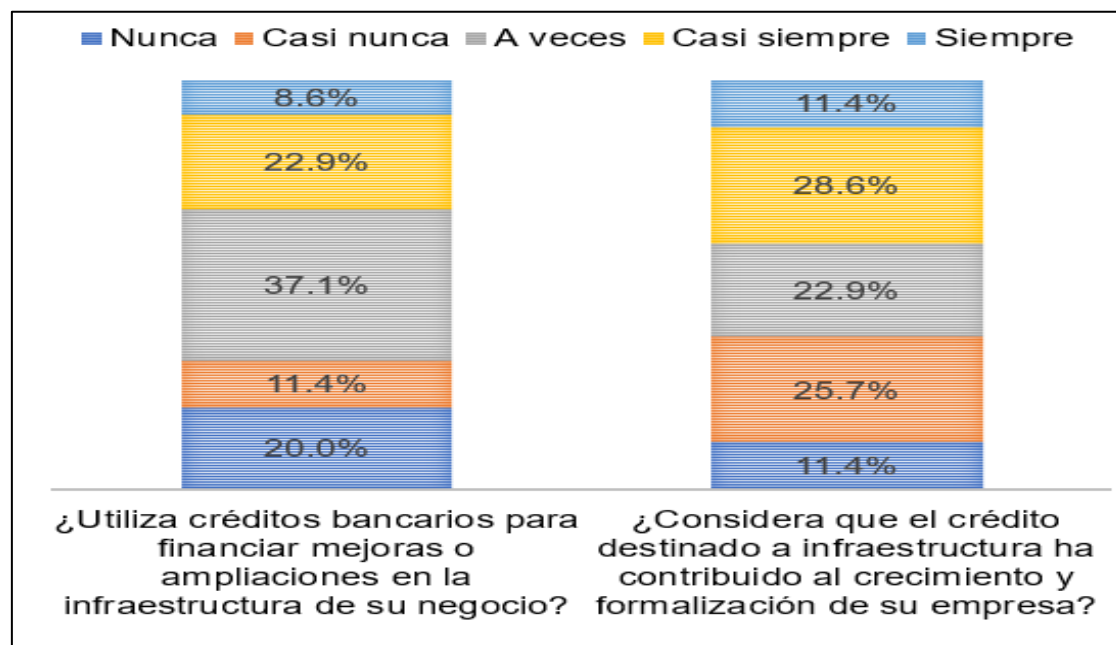
Crédito destinado a infraestructura

	¿Utiliza créditos bancarios para financiar mejoras o ampliaciones en la infraestructura de su negocio?		¿Considera que el crédito destinado a infraestructura ha contribuido al desarrollo y formalización de su empresa?	
	N	%	N	%
Nunca	7	20,0%	4	11,4%
Casi nunca	4	11,4%	9	25,7%
A veces	13	37,1%	8	22,9%
Casi siempre	8	22,9%	10	28,6%
Siempre	3	8,6%	4	11,4%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. La tabla detalla créditos destinados a infraestructura

Figura 4

Crédito destinado a infraestructura



Nota: Muestra el tipo de respaldo

Los resultados indican que un 37,1 % de los comerciantes utiliza “a veces” el crédito bancario para mejorar o ampliar la infraestructura de su negocio,

mientras un 22,9 % lo hace “casi siempre”, lo que sugiere un uso moderado de este tipo de financiamiento. Sin embargo, un 31,4 % entre “nunca” y “casi nunca” señala una limitada aplicación del crédito a este fin, probablemente por restricciones en el monto o prioridades distintas. En cuanto al impacto, un 28,6 % considera que este crédito “casi siempre” contribuyó al crecimiento y formalización de su empresa, mientras otro 22,9 % respondió “a veces”, lo que refleja una percepción positiva moderada. A pesar de ello, un 37,1 % indicó entre “nunca” y “casi nunca”, lo cual evidencia que el crédito destinado a infraestructura aún no tiene un alcance generalizado ni impacto uniforme en el crecimiento empresarial del mercado analizado.

4.1.3. Dimensión: Aumento de ventas

a) Variación en ventas mensuales

Tabla 9

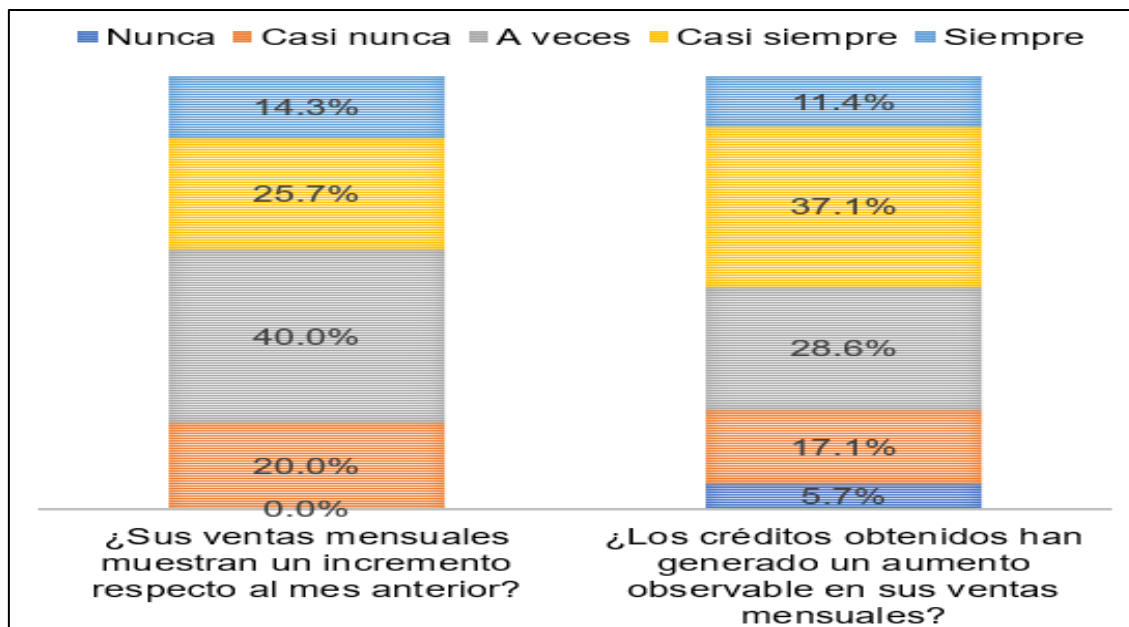
Variación en ventas mensuales

	¿Sus ventas mensuales muestran un incremento respecto al mes anterior?		¿Los créditos obtenidos han generado un aumento observable en sus ventas mensuales?	
	N	%	N	%
Nunca	0	0,0%	2	5,7%
Casi nunca	7	20,0%	6	17,1%
A veces	14	40,0%	10	28,6%
Casi siempre	9	25,7%	13	37,1%
Siempre	5	14,3%	4	11,4%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. La tabla detalla la variación en ventas mensuales

Figura 5

Variación en ventas mensuales



Nota: Impacto económico es la tabla 7

Tabla 7 y figura 5, de variación en ventas mensuales, se posee lo correspondiente:

Los resultados muestran que el 40 % de los comerciantes indicó que sus ventas mensuales “a veces” aumentan respecto al mes anterior, seguido de un 25,7 % que señaló “casi siempre” y un 14,3 % que reportó un incremento constante. Esto refleja una tendencia mayoritaria hacia la mejora, aunque no sostenida. En cuanto al efecto del crédito en las ventas, un 37,1 % reconoció que los préstamos “casi siempre” generaron un aumento observable, mientras un 28,6 % dijo que fue “a veces”. Sin embargo, todavía un 22,8 % entre “nunca” y “casi nunca” no percibe impacto. En conjunto, se evidencia que el crédito bancario contribuye al crecimiento de ventas, aunque su efecto varía según el contexto del comerciante y el uso que se da al financiamiento.

b) Aumento en rentabilidad

Tabla 10

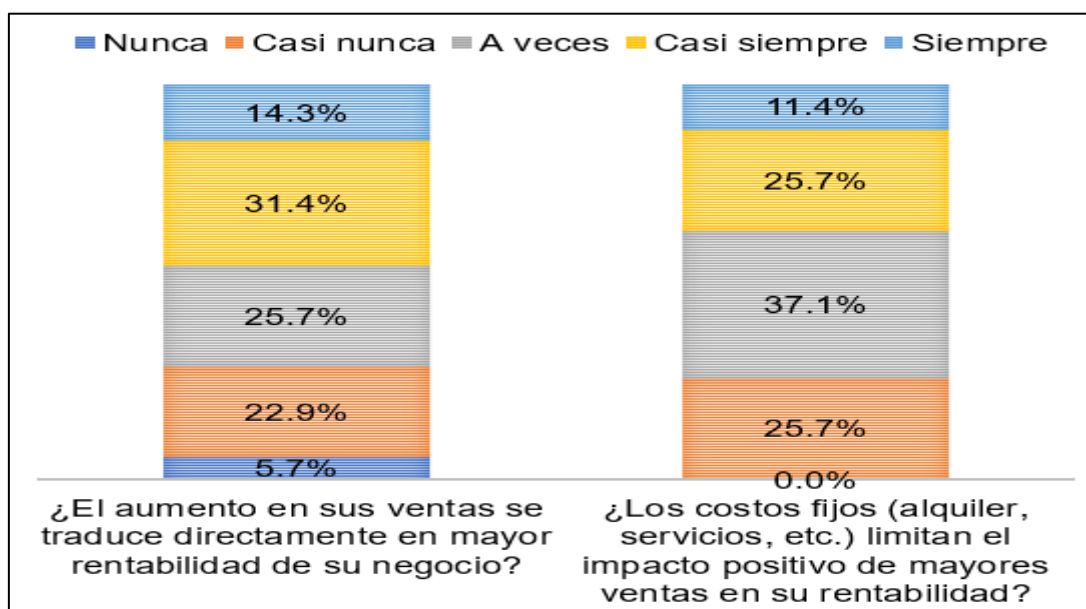
Aumento en rentabilidad

	¿El aumento en sus ventas se traduce directamente en mayor rentabilidad de su negocio?		¿Los costos fijos (alquiler, servicios, etc.) limitan el impacto positivo de mayores ventas en su rentabilidad?	
	N	%	N	%
Nunca	2	5,7%	0	0,0%
Casi nunca	8	22,9%	9	25,7%
A veces	9	25,7%	13	37,1%
Casi siempre	11	31,4%	9	25,7%
Siempre	5	14,3%	4	11,4%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. Tabla desarrolla aumento en rentabilidad

Figura 6

Aumento en rentabilidad



Nota: El contenido es de la tabla 8

El 31,4 % de los comerciantes manifiesta que el aumento en ventas “casi siempre” se traduce en mayor rentabilidad, mientras un 25,7 % lo percibe “a

veces", y un 14,3 % señala que "siempre" sucede. Esto indica que, aunque existe una tendencia positiva entre ventas y rentabilidad, no siempre es directa ni garantizada. Por otro lado, un 37,1 % opina que los costos fijos "a veces" limitan el impacto positivo de las ventas, y un 25,7 % lo señala como una limitación frecuente. Estos resultados reflejan que el margen de ganancia puede verse condicionado por factores estructurales como alquileres y servicios, lo cual restringe la plena conversión de ingresos en utilidades netas para una parte significativa de los comerciantes.

4.1.4. Dimensión: Diversificación de productos

a) Incorporación de productos nuevos

Tabla 11

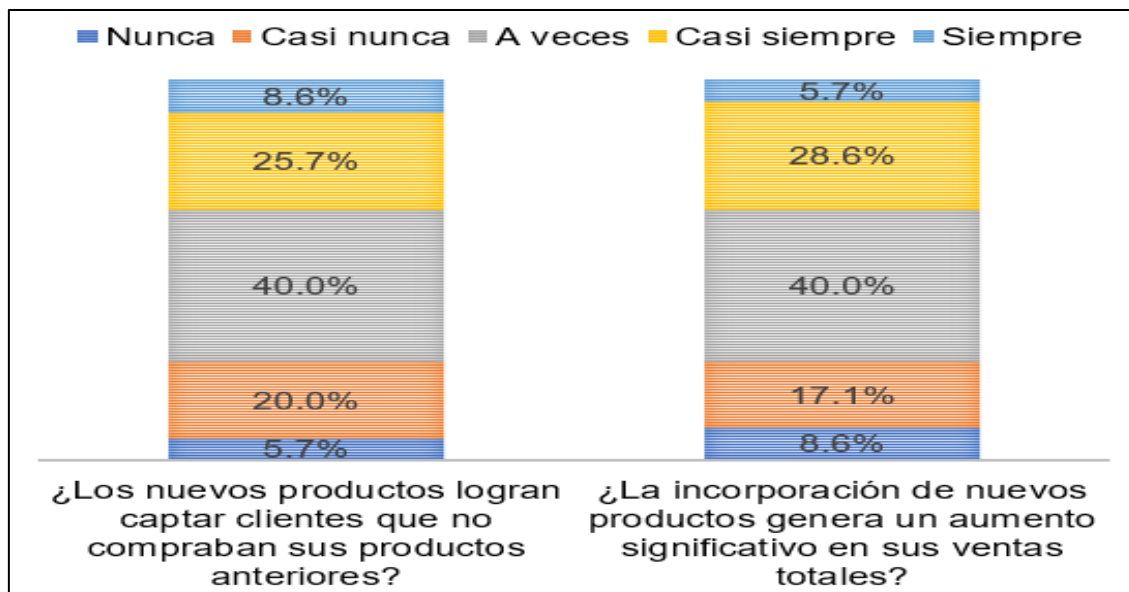
Incorporación de productos nuevos

	¿Los nuevos productos logran captar clientes que no compraban sus productos anteriores?		¿La incorporación de nuevos productos genera un aumento significativo en sus ventas totales?	
	N	%	N	%
Nunca	2	5,7%	3	8,6%
Casi nunca	7	20,0%	6	17,1%
A veces	14	40,0%	14	40,0%
Casi siempre	9	25,7%	10	28,6%
Siempre	3	8,6%	2	5,7%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. La tabla indica la incorporación de productos nuevos

Figura 7

Incorporación de productos nuevos



Nota: Aquí contiene la tabla 9

Los resultados indican que el 40 % de los comerciantes considera que los nuevos productos “a veces” logran captar clientes que no adquirirían sus productos anteriores, mientras un 25,7 % opina que esto ocurre “casi siempre”. Esto refleja una eficacia moderada de la diversificación para atraer nueva clientela. En cuanto al impacto en las ventas totales, también un 40 % señala que “a veces” se genera un aumento significativo, y un 28,6 % afirma que sucede “casi siempre”. Sin embargo, alrededor del 23 % respondió entre “nunca” y “casi nunca” en ambas preguntas, lo que muestra que no todos los esfuerzos de diversificación tienen resultados consistentes. En conjunto, la incorporación de productos nuevos representa una estrategia que puede ser efectiva, pero cuyo impacto depende de factores como demanda del mercado, innovación y segmentación de clientes.

b) Demanda de nuevos productos

Tabla 12

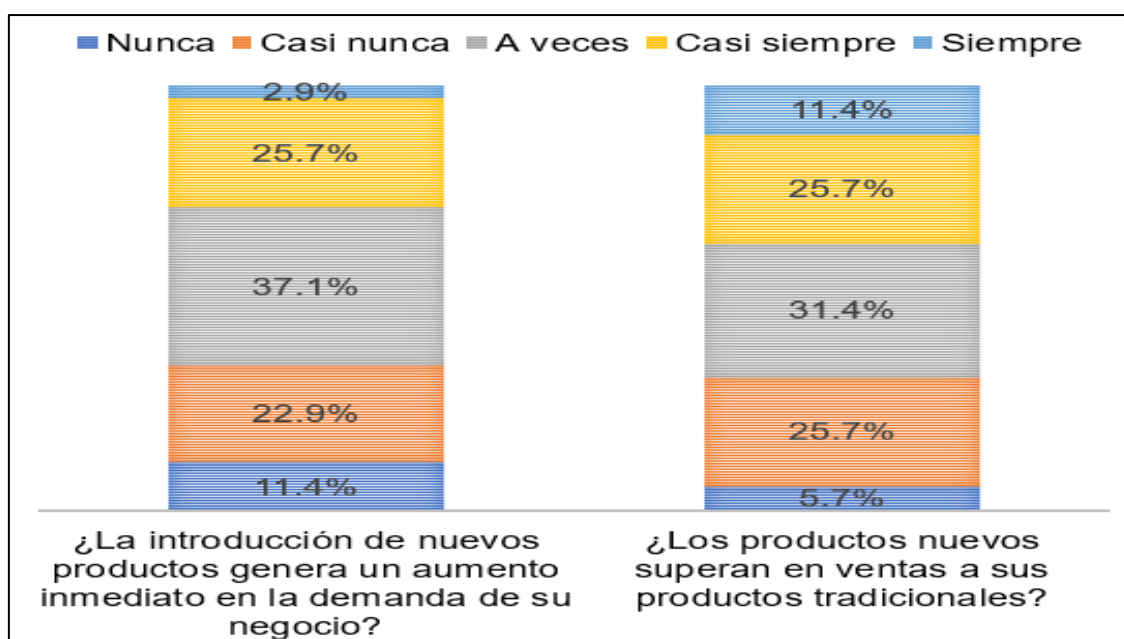
Demanda de nuevos productos

	¿La introducción de nuevos productos genera un aumento inmediato en la demanda de su negocio?		¿Los productos nuevos superan en ventas a sus productos tradicionales?	
	N	%	N	%
Nunca	4	11,4%	2	5,7%
Casi nunca	8	22,9%	9	25,7%
A veces	13	37,1%	11	31,4%
Casi siempre	9	25,7%	9	25,7%
Siempre	1	2,9%	4	11,4%
Total	35	100,0%	35	100,0%

Nota. La tabla detalla demanda de nuevos productos

Figura 8

Demanda de nuevos productos



Nota: La figura es igual a la tabla 10

Los datos muestran que un 37,1 % de los comerciantes percibe que la introducción de nuevos productos “a veces” genera un aumento inmediato en la demanda, mientras un 25,7 % afirma que esto ocurre “casi siempre”. Sin

embargo, un 34,3 % respondió entre “nunca” y “casi nunca”, lo que refleja una respuesta variable frente a la innovación en la oferta. Por otro lado, un 31,4 % considera que los productos nuevos superan “a veces” en ventas a los tradicionales, y un 25,7 % “casi siempre”, aunque también se observa una porción significativa (25,7 %) que percibe un bajo rendimiento de los nuevos productos. Estos resultados evidencian que, si bien la diversificación puede impulsar la demanda, su éxito depende de factores como la aceptación del cliente, calidad del producto y estrategias de comercialización.

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Prueba de normalidad

Tabla 13

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Acceso al crédito bancario	,117	35	,200*	,955	35	,164
Crecimiento empresarial	,098	35	,200*	,970	35	,431
Disponibilidad del crédito	,103	35	,200*	,950	35	,110
Uso del crédito	,145	35	,060	,951	35	,126
Aumento de ventas	,103	35	,200*	,965	35	,311
Diversificación de productos	,148	35	,049	,952	35	,127

Nota: Muestra prueba de normalidad

En la prueba de normalidad, el valor de p en variables y dimensiones sobrepasa 5%, detallando que da cumplimiento con distribución normal. En consecuencia, se admite hipótesis nula (H_0) y se procede a efectuar prueba de hipótesis empleando coeficiente de correlación R de Pearson.

4.2.2. De hipótesis general

Tabla 14

Pruebas hipótesis general

		Acceso al crédito bancario	Crecimiento empresarial
Acceso al crédito bancario	Correlación de Pearson	1	,869**
	Sig. (bil.)		,000
	N	35	35
Crecimiento empresarial	Correlación de Pearson	,869**	1
	Sig. (bil.)	,000	
	N	35	35

** . Correlación es significativa en nivel 0,01 (bil.).

En la tabla 14, indica que $p = 0.000 < 0.05$. Se considera la hipótesis alterna (H_a), en otras palabras que el acceso al crédito bancario tiene una relación significativa en crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

4.2.3. De hipótesis específica 1

Tabla 15

Prueba de hipótesis específica 1

		Acceso al crédito bancario	Aumento de ventas
Acceso al crédito bancario	Correlación de Pearson	1	,712**
	Sig. (bil.)		,000
	N	35	35
Aumento de ventas	Correlación de Pearson	,712**	1
	Sig. (bil.)	,000	
	N	35	35

** . Correlación es significativa en el nivel 0,01 (bil.).

En la tabla 15, $p = 0.000 < 0.05$ de alfa. Por lo cual, se efectúa valoración de la hipótesis alterna (H_a), es válido detallar que el acceso al crédito bancario se vincula significativamente con el aumento de ventas en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

4.2.4. De hipótesis específica 2

Tabla 16

Pruebas de hipótesis específica 2

		Acceso al crédito bancario	Diversificación de productos
Acceso al crédito bancario	Correlación de Pearson	1	,703**
	Sig. (bil.)		,000
	N	35	35
Diversificación de productos	Correlación de Pearson	,703**	1
	Sig. (bil.)	,000	
	N	35	35

** . Correlación es significativa en nivel 0,01 (bil.).

Los información conseguida en tabla 16, detallan $p = 0,000 < 0,05$ de alfa. Se admite hipótesis alterna (H_a), por lo que el Acceso al crédito bancario posee vinculación directa con la diversificación de productos en comerciantes de mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.

4.3. Discusión de resultados

Acorde con los hallazgos de R de Pearson el coeficiente es de 0.869, en donde se confirma que el acceso al crédito bancario se relaciona de manera positiva alta con el crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de

Santa Rosa, esto indica que los que accedieron a créditos tuvieron mejor crecimiento empresarial.

Los resultados coinciden con la investigación de Espinoza Rosero (2020) ya que se manifiesta vinculación directa entre acceso al crédito bancario y crecimiento, por lo que las empresas que accedieron a créditos lograron incrementar sus ventas, mejorar su infraestructura y expandirse hacia nuevos mercados, de igual manera indica Rosales Dominguez (2021) que existe influencia significativa y positiva del crédito bancario en el crecimiento empresarial, similar situación Vásquez Huarcaya (2024) concluye que las PYMES con mayor acceso al crédito muestran mejores niveles de competitividad, también Canaza Pacoricona (2021) concluye que el financiamiento constituye una herramienta esencial para que las MYPES desarrollen sus actividades económicas.

Por otro lado, hay limitantes para acceder a los créditos bancarios como indica Robles Mora (2021) el acceso al crédito en Perú se halla condicionado tanto por factores de oferta y demanda de los comerciantes, de similar forma Carcasi Ticona (2023) indica los requisitos más limitantes para acceso a líneas de crédito por parte de MYPES fueron historial crediticio, capacidad de pago y garantías exigidas, así mismo Calsin Quispe (2024) concluye que causas principales de informalidad que llegan a influir en crecimiento empresarial son políticas tributarias, relacionadas con una baja cultura tributaria y altos niveles de evasión, se ha visto que una limitante es el género que indica Vaca Enríquez (2022) como barreras de género en el acceso al crédito, siendo las mujeres las más afectadas,



para lo cual las entidades financieras deberían tomar en cuenta la realidad de cada zona, como indica Medina López, (2024) que es esencial diseñar políticas diferenciadas que consideren las particularidades socioeconómicas de cada zona para mejorar la inclusión financiera.

CONCLUSIONES

- PRIMERA.** - Se determinó la relación entre acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025, de acuerdo a los resultados de R de Pearson es de 0.869, acceso al crédito bancario se relaciona de forma positiva alta con el crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa, esto indica que los que accedieron a créditos tuvieron mejor crecimiento empresarial.
- SEGUNDA.** - Se demostró relación entre acceso al crédito bancario y aumento de ventas en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025, según el resultado de R de Pearson de 0.712, acceso al crédito bancario se relaciona de forma positiva alta con aumento de ventas en los comerciantes del mercado, que indica que los que accedieron a créditos incrementaron sus ventas.
- TERCERA.** - Se determinó relación entre acceso al crédito bancario y diversificación de productos en comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025, según el resultado de R de Pearson 0.703, el acceso al crédito bancario tiene una relación positiva alta con la diversificación de productos en los comerciantes del mercado. Los comerciantes tuvieron variedad de productos con el acceso al crédito bancario.

RECOMENDACIONES

- PRIMERA. -** Se recomienda a las instituciones financieras y autoridades locales implementar estrategias que faciliten el acceso al financiamiento formal para los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro. Esto debe incluir productos crediticios adaptados a su realidad económica, así como programas de educación financiera orientados al uso eficiente del crédito. Fomentar estas condiciones permitirá potenciar el desarrollo de sus negocios.
- SEGUNDA. -** Se recomienda promover mecanismos de financiamiento accesibles, flexibles y orientados al capital de trabajo. Asimismo, es fundamental acompañar estos créditos con asesoría técnica y capacitación en gestión comercial, de modo que los comerciantes optimicen el uso del crédito y logren incrementar sus volúmenes de venta de manera sostenida y planificada. Esto contribuirá al fortalecimiento económico del sector y al dinamismo del mercado local.
- TERCERA. -** Se recomienda fomentar políticas crediticias que incentiven la inversión en nuevos productos y líneas comerciales. Las entidades financieras, junto con los gobiernos locales, deben diseñar programas específicos que promuevan el uso del crédito para ampliar la oferta de bienes, lo que permitirá a los comerciantes responder mejor a las demandas del mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalo, C., Cáceres, L., & Carhuas, J. (2023). Dimensiones del crecimiento en la microempresa limeña. *Revista Ciencia & Negocios*, 14(2), 52–65.
- Banco Mundial. (2022). *Informe sobre el desarrollo mundial 2022: Financiar una recuperación equitativa*. World Bank Group.
- Beas, L. (2010). Impacto de las microfinanzas en el bienestar e importancia de las pymes en la economía mundial. *Revista Ingeniería Industrial, Redalyc*.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2007). Finanzas, desigualdad y pobreza. *Journal of Economic Growth*, 12(1), 27–49.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación* (Cuarta Edición). Pearson Educación de Colombia S.A.S.
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 165–195.
- Bravo, J., & Salas, R. (2019). *Gestión financiera para microempresas*. Fondo Editorial Universidad Continental.
- Cáceres, R., & Pérez, M. (2016). *Métodos de investigación en ciencias sociales*. Editorial Síntesis.
- Cáceres, R., & Rivas, L. (2017). *Métodos de investigación: Enfoques y técnicas*. Editorial Síntesis.
- Calsin Quispe, S. (2024). *Causas de la informalidad y su influencia en el crecimiento empresarial de las panaderías artesanales del barrio San José de la ciudad de Puno – 2022* [Universidad Nacional del Altiplano de Puno]. <https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/22428/Calsi>

n_Quispe_Sheyla_Rosmery.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Canaza Pacoricona, W. (2021). *Propuesta de mejora de los factores relevantes del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Empresa Blady Sur Distribuciones E.I.R.L.-Juliaca, 2020* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23044/MYPES_FINANCIAMIENTO_PACORICONA_WALDEMAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carcasi Ticona, N. (2023). *Requisitos para el otorgamiento de créditos en las instituciones bancarias, financieras y el nivel de acceso a las líneas de crédito en la ciudad de Juliaca – 2021* [Universidad Nacional del Altiplano de Puno].
https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/20981/Carcasi_Ticona_Nestor_Fredy.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carrillo, F., & Huamán, E. (2020). Factores determinantes del crecimiento de las MYPE en contextos regionales del Perú. *Revista de Ciencias Empresariales*, 4(2), 45–60.

Carvajal-Salgado, A., & Carvajal-Salgado, M. (2018). Estrategias de financiamiento en sectores turísticos: hoteles y restaurantes. *Revista Ciencia UNEMI*.

Cervantes-Mendoza, L. (2024). Capacitación y gestión financiera de la micro y pequeña empresa. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*.
<https://ve.scielo.org/pdf/raiko/v9n17/2542-3088-raiko-9-17-188.pdf>

Chiavenato, I. (2009). *Administración de empresas: Enfoque latinoamericano*.



McGraw-Hill Interamericana.

De Soto, H. (2000). *El otro sendero: la revolución informal*. Editorial Sudamericana.

Delgado, J., Ruiz, M., & Herrera, C. (2019). Factores del crecimiento en microempresas de Arequipa. *Revista de Investigación Empresarial*, 10(3), 78–91.

Díaz, J., & Villalba, J. (2021). Análisis del crecimiento de ventas en microempresas del sector comercial urbano. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 201–208.

Espinoza Rosero, G. (2020). *El crédito bancario y las PYMES en Ecuador* [Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil]. [http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4048/1/El Crédito Bancario y las Pymes en Ecuador.pdf](http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4048/1/El%20Crédito%20Bancario%20y%20las%20Pymes%20en%20Ecuador.pdf)

Gómez, J., Ruiz, E., & Rivera, M. (2021). Usabilidad de los productos financieros en empresarios de las MIPYMES en México. *Revista Academia & Negocios*. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560865631001/560865631001.pdf>

González, J., & Rivas, L. (2016). *Métodos de investigación: Enfoques y técnicas*. Editorial Limusa.

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.

Hurtado, R., & Acuña, A. (2021). El rol del empresario en el crecimiento de las MYPE. *Revista Iberoamericana de Negocios*, 7(14), 104–116.

INEI. (2021). *Encuesta Nacional de Empresas 2021*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.



- Javaid, M. (2024). *Acceso al crédito: el problema invisible que dificulta el crecimiento y el desarrollo de las economías emergentes*. Foro Económico Mundial.
- López, M., & Gutiérrez, J. (2022). Estrategias de diversificación en microempresas comerciales y su impacto en la competitividad. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3), 211–218.
- Martínez, D., & Pérez, C. (2022). Impacto del uso del crédito en el desempeño de las microempresas del sector comercio. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 189–195.
- Martínez, P. (2018). *Diseño de investigación: Métodos cualitativos y cuantitativos*. Editorial McGraw-Hill.
- Medina López, R. (2024). *Determinantes del acceso al crédito en zonas rurales y urbanas de la provincia de Puno durante el año 2020* [Universidad Nacional del Altiplano].
https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/23747/Medina_Lopez_Rudy_Omel.pdf?isAllowed=y&sequence=1
- Ministerio de la Producción. (2022). *Informe estadístico MYPE Perú 2022*. Dirección General de Desarrollo Empresarial.
- Morón, E., & Castro, A. (2021). *Inclusión financiera en el Perú: avances y desafíos*. Fondo Editorial.
- Penrose, E. (2002). *La teoría del crecimiento de la empresa*. Ariel Economía.
- Quispe, L., & Mamani, J. (2023). Acceso al financiamiento y desarrollo empresarial en MYPEs de la región Puno. *Revista de Ciencias Económicas y Empresariales*, 8(2), 57–74.



- Ramírez, D., Castañeda, S., & Mayorga, V. (2013). *La opción de las microfinanzas para salir de la pobreza*. Ciencias Administrativas.
- Roa, M., & Rosero, D. (2021). Acceso al crédito y crecimiento de las PYMES en América Latina. *Revista Economía y Desarrollo*, 168(1), 55–76.
- Robles Mora, M. (2021). *Determinantes de acceso al crédito en el Perú: Evidencia a nivel de personas* [Pontificia Universidad Católica del Perú].
<https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/60554a2c-847c-448b-bfeb-d3106fa3a304/content>
- Rodas, L., & Jara, J. (2022). Determinantes del acceso y disponibilidad del crédito en las MYPE del sector comercio. *Evista Universidad y Sociedad*, 14(3), 357–364.
- Rodríguez, M., Zambrano, K., & Flores, F. (2018). Relación entre financiamiento y crecimiento empresarial. *Revista de Ciencias Económicas*, 20(2), 58–70.
- Rosales Dominguez, E. (2021). *Influencia del crédito bancario en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de La Victoria, 2019* [Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/31d17106-7fb0-4814-929d-8d5db09dcbf7/content>
- Sánchez, L. (2019). *Fundamentos del método científico*. Editorial Universitaria.
- SBS. (2022). *Reporte de inclusión financiera regional – Puno*. Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.
- Torres, A., & Huamán, F. (2020). Acceso al crédito y desempeño de las MYPE en el Perú. *Revista Apuntes*, 47(86), 45–66.
- Torres, P., Salazar, G., & Muñoz, A. (2020). Restricciones al crecimiento



empresarial en regiones andinas. *Revista Perspectivas*, 9(2), 33–47.

Vaca Enríquez, D. (2022). *Determinantes del acceso al crédito de los socios de las cooperativas de ahorro y crédito en el Ecuador* [FLACSO Ecuador].
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18137/2/TFLACSO-2022DRVE.pdf>

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

Vásquez Huarcaya, J. (2024). *Acceso al crédito y su impacto en la competitividad de las PYMES del sector agrícola de Lima Norte - 2023* [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/deb6074c-db5d-42f3-9811-9a73c9998f33/content>

Vásquez, Y., Aguilar, R., & Ureña, M. (2022). Crecimiento de las MYPE y factores estratégicos. *Revista Científica UNEMI*, 15(42), 128–140.



Apéndices

Apéndice 1. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Independiente X	Enfoque
¿Cuál es la relación entre el acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025?	Determinar la relación entre el acceso al crédito bancario y crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.	El acceso al crédito bancario tiene una relación significativa en el crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.	Acceso al crédito bancario	Cuantitativo Tipo Aplicada Nivel Correlacional Diseño
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dependiente Y	No experimental transeccional o transversal
¿Cómo se relaciona el acceso al crédito bancario y aumento de ventas en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025?	Demostrar la relación entre el acceso al crédito bancario y aumento de ventas en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.	El acceso al crédito bancario se relaciona significativamente con el aumento de ventas en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.	Crecimiento empresarial	Método Inductivo – deductivo Población 35 comerciantes Muestra 35 comerciantes Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario
¿Cuál es la relación entre el acceso al crédito bancario y diversificación de productos en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025?	Determinar la relación entre el acceso al crédito bancario y diversificación de productos en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.	El Acceso al crédito bancario tiene una relación directa con la diversificación de productos en los comerciantes del mercado de Santa Rosa de Azángaro, Puno 2025.		

Apéndice 2. Instrumento

Cuestionario

Instrucciones: Marque sólo una de las siguientes alternativas por cada interrogante de acuerdo a su opinión, según la siguiente leyenda:

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
	Variable 1: Acceso al crédito bancario Dimensión: Disponibilidad del crédito	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿Las entidades bancarias en su localidad ofrecen créditos adaptados a las necesidades de los comerciantes?					
2	¿Los requisitos solicitados por los bancos (garantías, historial crediticio, etc.) le impiden acceder a un crédito?					
3	¿El monto máximo ofrecido por los bancos cubre las necesidades financieras de su negocio?					
4	¿Los montos aprobados por los bancos son inferiores a lo que usted solicita inicialmente?					
	Dimensión: Uso del crédito					
5	¿Utiliza el crédito bancario obtenido para financiar el capital de trabajo de su negocio?					
6	¿El capital de trabajo financiado con créditos bancarios le permite mantener niveles adecuados de inventario?					
7	¿Utiliza créditos bancarios para financiar mejoras o ampliaciones en la infraestructura de su negocio?					

8	¿Considera que el crédito destinado a infraestructura ha contribuido al crecimiento y formalización de su empresa?					
	Variable 2: Crecimiento empresarial Dimensión: Aumento de ventas	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿Sus ventas mensuales muestran un incremento respecto al mes anterior?					
2	¿Los créditos obtenidos han generado un aumento observable en sus ventas mensuales?					
3	¿El aumento en sus ventas se traduce directamente en mayor rentabilidad de su negocio?					
4	¿Los costos fijos (alquiler, servicios, etc.) limitan el impacto positivo de mayores ventas en su rentabilidad?					
	Dimensión: Diversificación de productos					
5	¿Los nuevos productos logran captar clientes que no compraban sus productos anteriores?					
6	¿La incorporación de nuevos productos genera un aumento significativo en sus ventas totales?					
7	¿La introducción de nuevos productos genera un aumento inmediato en la demanda de su negocio?					
8	¿Los productos nuevos superan en ventas a sus productos tradicionales?					

Apéndice 3. Validación de instrumento

Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: MARIO HIPOLITO APAZA ROQUE
2. Cargo e institución donde labora: ESTUDIO CONTABLE
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: RUTH KARINA VARGAS MAMANI

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, 27/03/2025



Nombres y apellidos: Mario Hipólito Apaza Roque
Grado Académico: Magister Scientiae
DNI N°: 02418919



Apéndice 4. Tratamiento de información

	V1: Acceso al crédito bancario								V2: Crecimiento empresarial								Sumas de Variables		Sumas de dimensiones			
	Disponibilidad del crédito				Uso del crédito				Aumento de ventas				Diversificación de productos									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	VI	VD	DMS1	DMS2	DMS3	DMS4
1	2	4	3	1	2	3	5	4	2	2	2	2	2	4	4	4	24	22	10	14	8	14
2	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	4	32	33	16	16	20	13
3	3	4	4	1	2	3	1	2	4	4	4	2	1	4	3	3	20	25	12	8	14	1
4	3	3	3	3	2	1	5	5	4	4	4	2	2	2	3	5	25	26	12	13	14	12
5	5	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	31	32	17	14	20	12
6	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	5	24	25	12	12	10	15
7	4	3	2	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	23	24	13	10	12	12
8	4	3	3	3	1	4	3	3	5	3	1	3	4	4	4	4	24	28	13	11	12	16
9	5	5	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	29	28	17	12	16	12
10	3	3	3	3	4	3	1	3	4	4	3	3	3	3	3	3	23	26	12	11	14	12
11	1	1	1	1	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	1	2	16	20	4	12	12	8
12	3	2	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	4	16	15	7	9	8	7
13	3	3	4	1	1	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	23	29	11	12	13	16
14	3	1	2	3	4	1	3	4	2	2	2	2	4	4	2	2	21	20	9	12	8	12
15	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	26	26	16	10	14	12
16	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	17	21	9	8	11	10
17	4	1	3	3	5	3	3	1	4	4	4	3	5	2	2	2	23	26	11	12	15	11
18	3	3	3	5	5	5	3	5	3	4	3	4	5	5	5	5	32	34	14	18	14	20
19	4	4	4	5	5	2	3	4	3	3	3	4	5	2	2	4	31	26	17	14	13	13
20	2	3	1	4	4	5	4	4	4	5	1	4	4	5	2	2	27	27	10	17	14	13
21	3	5	5	2	4	3	3	5	3	5	5	5	3	3	3	5	30	32	15	15	18	14
22	4	4	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	1	3	25	22	14	11	12	10
23	4	4	4	4	3	5	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	30	32	16	14	16	16
24	2	2	3	3	3	2	4	2	3	1	3	3	4	1	3	2	21	20	10	11	10	10
25	5	2	4	4	3	1	4	3	5	4	2	4	3	3	4	3	26	28	15	11	15	13
26	4	3	5	3	2	2	2	2	3	2	5	3	3	2	2	3	23	23	15	8	13	10
27	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	28	31	14	14	15	16
28	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	19	21	8	11	9	12
29	4	4	5	4	5	2	2	4	5	4	5	3	4	4	4	4	30	33	17	13	17	16
30	2	4	4	4	2	1	5	1	4	4	4	3	2	2	2	2	23	23	14	9	15	8
31	3	1	3	3	3	4	1	2	2	1	4	4	3	4	1	1	20	20	10	10	11	9
32	2	3	4	4	3	4	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	23	24	13	10	12	12
33	1	2	4	1	1	3	3	1	2	3	3	2	2	1	3	2	16	18	8	8	10	8
34	2	2	3	2	3	1	4	2	2	4	4	4	4	3	4	1	19	26	9	10	14	12
35	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	15	19	4	11	11	8



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

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

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 15 - 12 - 2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: RUTH KARINA VARGAS MAMANI
Dirección: JR. SAN MARTIN 304 - AZANGARO
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 75194585
Teléfono: 917846951 email: Ruth1999kendhal@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
Escuela Profesional o Mención: ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO
Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐ Tesis ☒ Trabajo de Suficiencia Profesional ☐ Trabajo Académico ☐

Título: ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO DE SANTA ROSA DE AZANGARO, PUNO 2025

Palabras claves, (3 a 5 términos): Acceso al crédito, crecimiento empresarial, aumento de ventas.

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

1

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 ☒ Titulo ☐ 2da Especialidad ☐ Maestria ☐ 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

- 12 - 2025

15 - 12 - 2025