

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**



**"INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y  
GESTIÓN DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO  
INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO  
2015"**

**TESIS**

**PRESENTADO POR:**

**JOSÉ ANTONIO OCHOA OBLITAS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**CONTADOR PÚBLICO**

**Promoción 2014 II**

**PUNO – PERÚ**

**2017**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

**“INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015”**

**TESIS PRESENTADO POR:**

BACH. JOSÉ ANTONIO OCHOA OBLITAS

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

**CONTADOR PÚBLICO**

Fecha de Sustentación: El 24 de Enero del 2017

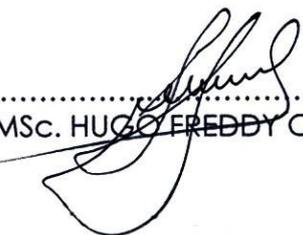
APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE :   
.....  
Dr. GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE

PRIMER MIEMBRO :   
.....  
Dr. EDGAR DARIO CALLOHUANGA AVALOS

SEGUNDO MIEMBRO:   
.....  
M.Sc. JULIO CESAR CHOQUE VARGAS

DIRECTOR DE TESIS :   
.....  
Dra. MARIA AMPARO CATACORA PEÑARANDA

ASESOR DE TESIS :   
.....  
MSc. HUGO FREDDY CONDORI MANZANO

AREA : FINANZAS

TEMA : INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS

## DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y la oportunidad de ser profesional.

A los Docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables, y en especial a los que me forjaron como persona y por las enseñanzas impartidas.

Con todo amor y cariño a mis padres Lino Ochoa Machaca y Juliana Oblitas Chila. Que me dieron la vida y que contribuyeron en mi formación profesional.

José Antonio. O. O.

## AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón y por haberme guiado en su camino verdadero y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A nuestra querida Universidad Nacional del Altiplano, a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, un agradecimiento muy especial a todos los docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad que a lo largo de la vida universitaria nos alentaron a ser buenos profesionales, a ser emprendedores y prestar servicio a la sociedad.

Agradecer hoy y siempre a mi familia por el esfuerzo realizado por ellos. El apoyo en mis estudios, de ser así no hubiese sido posible. A mi papá Lino, mi mamá Juliana, ya que me brindan el apoyo, la alegría y me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

José Antonio. O. O.

## INDICE GENERAL

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| DEDICATORIA.....                 | iii  |
| AGRADECIMIENTO .....             | iv   |
| INDICE GENERAL.....              | v    |
| INDICE DE CUADROS/GRAFICOS ..... | vii  |
| RESUMEN.....                     | ix   |
| INTRODUCCIÓN .....               | xiii |

### CAPITULO I

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

|  |   |
|--|---|
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....      | 1 |
| 1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....         | 3 |
| 1.1.1. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....  | 3 |
| 1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN..... | 4 |
| 1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....      | 6 |

### CAPITULO II

#### MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

|   |    |
|---|----|
| 2.1. MARCO TEORICO .....                | 8  |
| 2.2. MARCO CONCEPTUAL .....             | 27 |
| 2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 39 |

### CAPITULO III

#### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

|  |    |
|--|----|
| 3.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....                       | 43 |
| 3.2. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:.....                    | 44 |
| 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA: .....                              | 45 |
| 3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS .....   | 46 |
| 3.5. TÉCNICA PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS ..... | 48 |

**CAPITULO IV**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 4.1. AMBITO DE INVESTIGACIÓN ..... | 49 |
|------------------------------------|----|

**CAPITULO V****EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

|  |    |
|--|----|
| 5.1. CONOCER CÓMO INFLUYEN LAS MICROFINANZAS, PARA EL<br>CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES<br>DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE<br>JULIACA EN EL AÑO 2015. .... | 54 |
| 5.1.1. ANALIZAR LOS BENEFICIOS FINANCIEROS QUE OFRECEN LAS<br>ENTIDADES FINANCIERAS A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO<br>INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO<br>2015. ....           | 56 |
| 5.1.2. EXPLICAR EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO EN<br>LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE<br>LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015. ....  | 64 |
| 5.1.3. DETERMINAR LAS PROPUESTAS DE LINEAMIENTOS DE LOS<br>COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA<br>CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015. ....   | 72 |
| 5.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS .....  | 80 |
| CONCLUSIONES .....   | 82 |
| RECOMENDACIONES .....  | 86 |
| BIBLOGRAFIA .....  | 87 |
| ANEXOS .....   | 90 |

**INDICE DE CUADROS/GRÁFICOS**

|  |    |
|--|----|
| CUADRO N° 1: USO DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO.....                               | 55 |
| CUADRO N° 2: EVOLUCIÓN DE NEGOCIO DURANTE EL AÑO 2015 CON LA OBTENCIÓN DE CREDITOS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS..... | 56 |
| CUADRO N° 3: LOS CRITERIOS QUE LA ENTIDAD APLICA PARA LA APROBACIÓN DE OBTENCIÓN DE CREDITO .....                    | 58 |
| CUADRO N° 4: EFECTOS QUE HAN TENIDO, CON LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS BANACARIOS PARA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO ..    | 60 |
| CUADRO N° 5: OBTENCIÓN DE UN CRÉDITO FINANCIERO .....  | 61 |
| CUADRO N° 6: BENEFICIOS FINANCIEROS .....  | 63 |
| CUADRO N° 7: CANTIDAD DE PRÉSTAMO DE DINERO QUE OBTIENEN PARA EL GIRO DE SU NEGOCIO .....                            | 65 |
| CUADRO N° 8: CAPITAL QUE TRABAJAN .....  | 66 |
| CUADRO N° 9: INGRESO POR SEMANA .....  | 68 |
| CUADRO N° 10: GESTIÓN DE ESTABILIDAD DE NEGOCIO.....   | 69 |
| CUADRO N° 11: MEDIDA QUE REPERCUTE EL CRÉDITO OBTENIDO EN SUS NEGOCIOS .....   | 71 |
| CUADRO N° 12: EXIGENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.....                                   | 72 |
| CUADRO N° 13: INFORMADOS Y CAPACITADOS EN SITUACIONES DE COMPETENCIA DE MERCADO.....                                 | 74 |
| CUADRO N° 14: SER CAPACITADO MENSUALMENTE POR EL MUNICIPIO Y LA SUNAT SOBRE GIRO Y GESTION DE NEGOCIO .....          | 75 |
| CUADRO N° 15: COMPROMISO CON LA GESTIÓN DE SU NEGOCIO PARA INCREMENTAR SUS VENTAS .....                              | 77 |
| CUADRO N° 16: INFORMACIÓN QUE SABEN SOBRE NUEVOS PRODUCTOS PARA LA COMPETENCIA.....                                  | 78 |

|   |    |
|---|----|
| GRÁFICO N° 1: USO DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO.....                               | 55 |
| GRÁFICO N° 2: EVOLUCIÓN DE NEGOCIO DURANTE EL AÑO 2015 CON LA OBTENCIÓN DE CREDITOS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS..... | 57 |
| GRÁFICO N° 3: LOS CRITERIOS QUE LA ENTIDAD APLICA PARA LA APROBACIÓN DE OBTENCIÓN DE CREDITO.....                     | 59 |
| GRÁFICO N° 4: EFECTOS QUE HAN TENIDO, CON LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS BANACARIOS PARA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO ..    | 60 |
| GRÁFICO N° 5: OBTENCIÓN DE UN CRÉDITO FINANCIERO .....  | 62 |
| GRÁFICO N° 6: BENEFICIOS FINANCIEROS.....   | 63 |
| GRÁFICO N° 7: CANTIDAD DE PRÉSTAMO DE DINERO QUE OBTIENEN PARA EL GIRO DE SU NEGOCIO.....                             | 65 |
| GRÁFICO N° 8: CAPITAL QUE TRABAJAN .....  | 67 |
| GRÁFICO N° 9: INGRESO POR SEMANA .....  | 68 |
| GRÁFICO N° 10: GESTIÓN DE ESTABILIDAD DE NEGOCIO.....   | 70 |
| GRÁFICO N° 11: MEDIDA QUE REPERCUTE EL CRÉDITO OBTENIDO EN SUS NEGOCIOS .....   | 71 |
| GRÁFICO N° 12: EXIGENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.....                                   | 73 |
| GRÁFICO N° 13: INFORMADOS Y CAPACITADOS EN SITUACIONES DE COMPETENCIA DE MERCADO.....                                 | 74 |
| GRÁFICO N° 14: SER CAPACITADO MENSUALMENTE POR EL MUNICIPIO Y LA SUNAT SOBRE GIRO Y GESTION DE NEGOCIO .....          | 76 |
| GRÁFICO N° 15: COMPROMISO CON LA GESTIÓN DE SU NEGOCIO PARA INCREMENTAR SUS VENTAS .....                              | 77 |
| GRÁFICO N° 16: INFORMACIÓN QUE SABEN SOBRE NUEVOS PRODUCTOS PARA LA COMPETENCIA.....                                  | 79 |

## RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015”, fue realizado en el Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno. Un aspecto que motivo la realización del presente trabajo de investigación, que permitió identificar el crecimiento de este Mercado Internacional San José debido a su demanda de clientes de adquisición de producto de segunda necesidad como son textil, electrodomésticos, calzados, abarrotes, etc. El objetivo general del presente trabajo es, conocer cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015. En el trabajo de investigación, entre las conclusiones más relevantes a las que se llegaron son: Los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 muestra que; 25 comerciantes tienen mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda; que representa el 11%, 90 comerciantes tienen amplios plazos de financiación; que representa el 39% y 119 comerciantes tienen acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas; que representa el 51 % del total de la encuesta realizada. Y los criterios que las entidades aplica para la aprobación de obtención de créditos son: 33 comerciantes para la aprobación de créditos, prácticamente no han

variado sus trámites; que representa el 14%, y 81 comerciantes tienen la facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José; que representa el 35%, y 46 comerciantes tienen reducción de trámites para la aprobación de créditos; que representa el 20%, y 74 comerciantes tienen actualizaciones de datos para la aprobación de créditos; que representa el 7% del total de la encuesta realizada. Lo que demuestra tienen bajas tasas de intereses y simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito. En el desarrollo de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 resultado de la siguiente manera: El importe de préstamo de dinero que obtienen los comerciantes del Mercado Internacional San José para el giro de su negocio resulta 36 comerciantes obtienen préstamo de dinero 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15%, 68 comerciantes obtienen préstamo de dinero 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29%, 31 comerciantes obtienen préstamo de dinero 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 13%, 20 comerciantes obtienen préstamo de dinero de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 09%, 79 comerciantes obtienen préstamo de dinero mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 34% del total de la encuesta realizada.

**Palabras claves:** Microfinanzas, Crecimiento y Gestión.

## ABSTRACT

The research work entitled "INFLUENCE OF MICROFINANCE FOR THE GROWTH AND MANAGEMENT OF ITS BUSINESS OF TRADERS OF THE INTERNATIONAL MARKET SAN JOSE OF THE CITY OF JULIACA IN THE YEAR 2015" was carried out at the International Market San José of the city Of Juliaca, Province of San Román, Department of Puno. An aspect that led to the realization of this research work, which allowed us to identify the growth of this international market San José due to its demand for customers to purchase second-hand products such as textiles, appliances, footwear, groceries, etc. The general objective of the present work is to know how Microfinance influences, for the growth and management of its business of the merchants of the international market San Jose of the city of Juliaca in the year 2015. In the work of research, between them conclusions more relevant to which is arrived are: them benefits financial that offer them entities financial to the traders of the market International San Jose of the city of Juliaca in the year 2015 shows that; 25 merchants have best interests for their savings, with security provided; that represents 11%, 90 traders have ample financing periods; that represents 39% and 119 merchants have quick and easy access to credit at very competitive rates; representing 51% of the total of the survey. And the criteria that institutions applied for the approval of credits are: 33 merchants for credit approval, have practically not changed its procedures; that represents 14%, and 81 merchants have the ease of obtaining credits for being member of the San Jose market; that represents the 35%, and 46 merchants have reduction of procedures for the approval of

credits; It accounts for 20%, and 74 traders have updates of data for the approval of credits; representing 7% of the total of the survey. What shows have low interest rates and simplification of procedures in the granting of credit. In the development of its business of them merchants of the market International San Jose of it city of Juliaca in the year 2015 turned out to of the following way: the amount of loan of money that obtained them merchants of the market International San Jose for the spin of its business is 36 merchants obtained loan of money 1000 to 3000 Suns for the spin of your business; that represents the 15% , 68 traders obtain loan of money 3001 to 6000 soles for the spin of its business; that represents the 29%, 31 merchants obtain loan of money 6001 to 9000 soles for the spin of its business; that represents the 13%, 20 merchants obtained loan of money from 6001 to 9000 soles for the spin of its nego.

**Keywords:** Microfinance, growth and management.

## INTRODUCCIÓN

El financiamiento de los comerciantes tiene gran importancia en el crédito que constituye una de las herramientas más significativas para asignar capital y el uso eficiente en el crecimiento y gestión de su negocio, reforzando su productividad y eficiencia, y así contribuir con el desarrollo del Mercado Internacional San José. Dentro de este contexto los bancos se desarrollan como una institución de intermediación financiera, creado con el objeto descentralizado y democratizar el crédito.

El presente trabajo permitirá identificar las “INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015”

La estructura del presente trabajo consta de V Capítulos, y se explica el contenido de cada una de ellas a continuación:

En Capítulo I, Se ha elaborado el planteamiento del problema, los cuales se identifican por medio de comerciantes y bancos crediticios, son estos los problemas

- ✓ ¿Qué Beneficio Financieros ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?
- ✓ ¿Cómo es el Desarrollo Económico de los comerciantes del mercado internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?

- ✓ ¿Cómo mejorar la Gestión de su Negocio de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?

Los objetivos de la investigación son:

- ✓ Analizar los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.
- ✓ Explicar el Desarrollo y Crecimiento Económico en los Comerciantes del Mercado Internacional san José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.
- ✓ Determinar las Propuestas de Lineamientos de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.

En el Capítulo II, Se ha elaborado el marco teórico y conceptual que dio consistencia y respaldo a la presente investigación, descripción de las hipótesis, variables y su operacionalización.

En el Capítulo III, se establece la metodología de la investigación que el método descriptivo, deductivo y el analítico, el tipo de investigación para el logro de los objetivos del presente trabajo, también se establece la población de estudio que son los comerciantes del Mercado Internacional san José y la muestra está determinado por el método estadístico de Ramirez.

En el Capítulo IV, se descubre las características donde se desarrolla la presente investigación, que se entra el Mercado Internacional San José en el Distrito de Juliaca Provincia san Román, Departamento Puno.

En el Capítulo V, Se expresó y analizo los resultados con las hipótesis, permitiendo llegar a las conclusiones y recomendaciones.

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Portocarrero M. (1999) En los años 90 se creó un contexto favorable para el desarrollo de las Microfinanzas en el Perú. El sector de la microempresa acrecentó aún más participación en la estructura económica con menos de 10 trabajadores, mientras que su demanda de financiamiento fue estimulada por la expansión del aparato productivo. En efecto, como resultado de una política de estabilización exitosa y de la implementación de un amplio programa de reformas estructurales, el PBI experimento un crecimiento promedio anual de 4.7% en 1990 -1998 y la inflación se redujo a 6.0% en 1998. Al mismo tiempo, la estabilidad macroeconómica y la reforma financiera determinaron una fuerte recuperación de ahorro, que se elevó del 3.4% del PBI en 1990 al 21.7% en 1998, ampliando significativamente la oferta de fondos.

Collantes, N. (2013) El financiamiento de la micro y pequeñas empresas asume una gran importancia en la Región Puno, caracterizado por la heterogeneidad estructural en las actividades empresariales de pequeña escala. El microcrédito constituye una de las herramientas más significativas para asignar capital y supervisar su uso en los negocios de reducida envergadura, reforzando su competitividad.

Collantes, N. (2013) En las Instituciones micro financieras de Puno, los préstamos no están generalmente respaldados por una garantía realizable, de modo que la calidad de la cartera es el indicador más importante para la sostenibilidad de la empresa, ya que la mayor fuente de riesgo está en sus cartera de crédito.

CORREO, (2013) Los centros comerciales como Plaza San José o el Mercado Internacional Túpac Amará, donde los miles de comerciantes que ofertan sus productos en dichas zonas, son los principales clientes de este tipo de entidades financieras, en estos lugares son los puntos de concentración de miles de compradores que buscan desde novedosos juguetes, prendas de vestir y hasta electrodomésticos. Las fiestas de fin de año suelen despertar los deseos de compra de los consumidores, durante estos últimos meses, los créditos de consumo se han incrementado, debido principalmente a que permiten a los clientes tener una mayor liquidez para realizar sus compras llevando un control de sus pagos y con una tasa de interés menor al que otorgan las tarjetas de

crédito, si bien este tipo de créditos son positivos cuando son empleados de manera correcta, se debe tener cuidado con el sobreendeudamiento.

## **1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015?

### **1.1.1. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

La situación puesta de manifiesto nos permite plantear las siguientes interrogantes:

1. ¿Qué beneficio financieros ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?
2. ¿Cómo es el Desarrollo y Crecimiento Económico de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?
3. ¿Cómo mejorar la Gestión de su Negocio de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?

## 1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Se ha revisado las investigaciones realizadas en la Región Puno se ha ubicado trabajos relacionados al tema de investigación del uso de las Microfinanzas.

Jaño, C. (2005) Concluye: Para disminuir el riesgo crediticio, el programa de micro finanzas de caritas de Perú Juli, en el periodo (2002-2003), lo que sea podido identificar es que tiene implementando políticas de crédito a través de manuales: de programación de políticas de procedimiento, de evaluación de clientes, de seguimiento de control por metodología entre otros. Sin embargo no se advirtió en: a) procurar que el crédito se destine a la producción, comercio y servicio en general es decir el crédito se destine a la producción, comercio y servicio general es decir el crédito debe estar destinado para capital de trabajo; b) se identificó créditos otorgados a las ABC y GGSS para sus actos de liberalidad (libre disponibilidad) sin advertir la voluntad y capacidad de pago de los clientes en la etapa de pre crédito c) escaso seguimiento de la cartera activa de parte de promotores de crédito: igualmente se identificó sobre crédito con relación a sus negocios sin advertir el tamaño del préstamo requerido.

Alorilla M. (2007) Concluye: Entre los elementos de satisfacción resaltan la facilidad de acceso del crédito, a través de requisito simple y garantía solidaria altamente valorada, el desarrollo de la cultura de

ahorro para apalancar el capital, cubrir emergencia y generar utilidades a través de la cuenta interna y la frecuencia de pago mensual.

Dentro de los elementos de más inflación identificados, se encontró que la demora en la entrega del préstamo, es el elemento más débil del programa; los montos son bajos y hay que esperar en largo tiempo para alcanzar el tope de S/. 2,100; las dificultades que encuentran para factores del riesgo crediticio y su incidencia en la sostenibilidad del programa de microfinanzas caritas Perú agencia Juli 2002-2003.

Turpo, E. (2010). Concluye: Se establece que los comerciantes en su gran mayoría no poseen o no tienen cultura tributaria acorde a un buen contribuyente lo que, influye negativamente en la formalidad comercial y hace que la informalidad comercial se incremente en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca y por las entrevistas efectuadas y de la encuesta aplicada concluye que, el nivel de cultura tributaria que presentan los comerciantes, es muy deficiente y tiende a favorecer la informalidad comercial en los diferentes rubros de negocios comerciales.

Larico, S. (2013) Concluye: Las principales causas que influyen a la Evasión Tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca son: el desconocimiento de las normas tributarias debida a la poca orientación tributaria que reciben por parte de la SUNAT que representa el 30% del total de muestra; la falta de conciencia Tributaria que representa el 33% que sí cumplió con sus

obligaciones tributarias; estos resultados han servido para confirmar una de nuestras hipótesis.

Cabrera, D. (2013) Concluye: En cuanto al sistema de crédito se ha comprobado que el sistema que emplea Edpyme Raíz es el adecuado ya que ha permitido no solo crecer en cuanto a cartera de créditos mostrando un crecimiento de S/ 56.0 millones (21.2%) y clientes atendidos de 56,469 incremento de 35.2%, si no ha permitido controlar el nivel de morosidad de la Institución Agencia Juliaca alcanzando un nivel de 3.51% inferior al sector financiero a pesar de haber existido una crisis económica mundial.

### **1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Conocer cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional de San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Analizar los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.
2. Explicar el Desarrollo y Crecimiento Económico en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.

3. Determinar las Propuestas de Lineamientos de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. MARCO TEORICO**

##### **2.1.1. SISTEMA FINANCIERO BANCARIO**

Villacota, C. (2001) Este sistema está constituido por el conjunto de bancos del país. En la actualidad el sistema financiero bancario está integrado por el banco central de reserva, banco de la nación y la banca comercial y de ahorros.

##### **A) BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - BCP**

Es la autoridad monetaria encargada de emitir la moneda nacional, administrar las reservas internacionales del país y regular las operaciones del sistema financiero nacional.

**B) BANCO DE LA NACIÓN**

Es el agente financiero del estado, encargado de las operaciones bancarias del sector público.

**C) BANCA COMERCIAL**

Es aquella cuyo negocio principal consiste en recibir dinero del público en depósito o bajo cualquier otra modalidad contractual y en utilizar ese dinero, su propio capital y el que obtenga de otras cuentas de financiación en conceder créditos en las diversas modalidades, o aplicarlos a operaciones sujetas a riesgos de mercado.

**D) SUCURSALES DE LOS BANCOS DEL EXTERIOR**

Ellas gozan de los mismos derechos y están sujetos a las mismas obligaciones que las empresas nacionales de igual naturaleza.

**2.1.2. SISTEMA FINANCIERO NO BANCARIO Villacota, C. (2001)****A) FINANCIERAS**

Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en facilitar las colocaciones de primeras emisiones de valores, operar con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero.

## **B) CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO**

Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y micro empresas.

## **C) ENTIDAD DE DESARROLLO A LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA – EDPYME**

Es aquella cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a los empresarios de la pequeña y micro empresa.

## **D) CAJAS RURALES**

Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a los empresarios a la pequeña y micro empresa

### **2.1.3. EL DESARROLLO MICROFINANCIERO EN EL PERÚ**

Regis, H. (2013) El sector Microfinanciero exhibe altas cifras de crecimiento en línea con el buen desempeño de la economía en los últimos años. En este sentido, cada vez más instituciones Microfinancieras aumentan su participación en más provincias del país, buscando satisfacer las crecientes necesidades de la pequeña y micro empresa. Asimismo, es relevante señalar que el sector se ha visto afectado por una alta competencia suscitada por el ingreso de la

banca comercial al negocio Microfinanciero, atraída por los márgenes que ostenta este mercado.

## **MICROFINANZAS**

Virreira, C. (2010) Las Microfinanzas, por tanto, se refieren a los servicios financieros en reducida escala sobre todo crédito y ahorros proporcionados a la gente que cultiva, pesca o cría animales; que opera empresas pequeñas o microempresas donde se producen, se reciclan, reparan o venden mercancías; que proporcionan servicios; que ganan un ingreso por alquileres de pequeñas parcelas de tierra, vehículos, animales de trabajo o maquinaria y herramientas; y a otros individuos y grupos en el ámbito local de países en vías de desarrollo, tanto en áreas rurales y urbanas. Muchos de éstos tienen múltiples fuentes de ingreso.

Huerta, B. (2006) Las “Microfinanzas” se refieren a la provisión de servicios financieros (préstamos, ahorro, seguros o servicios de transferencia), a hogares con bajos ingresos. Para mejorar su vida financiera, los clientes pobres requieren unos servicios financieros que tengan en cuenta sus necesidades más allá del crédito a la microempresa: unos servicios que engloben a los ahorros, las transferencias, los pagos y los seguros. No obstante, los servicios financieros no son la panacea para todos los pobres.

#### **2.1.4. LAS OPERACIONES BANCARIAS ACTIVAS EN EL PERÚ**

Betancourt, K. (2015) Son operaciones a través de las cuales los bancos realizan colocaciones (financiamientos e inversiones). En este tipo de operaciones, los bancos adoptan una posición acreedora frente a sus clientes. Por un lado, otorgan préstamos y créditos a sus clientes, acordando con ellos una retribución que pagarán en forma de intereses, en función al riesgo y costes operativos asumidos; por otro lado, también realizan inversiones con la intención de obtener una rentabilidad. A continuación desarrollaremos cada tipo, indicando su aplicación y peculiaridades.

##### **EL MUTUO O PRÉSTAMO**

De acuerdo al Código Civil Peruano, el mutuo es un contrato por el cual el mutuante, prestamista o prestador se obliga a entregar al mutuatario, mutuario o prestario una cantidad de dinero o bienes consumibles a cambio de que se le devuelvan otros de la misma especie, calidad o cantidad. En el préstamo bancario, el cliente recibe del Banco (en un solo acto) una determinada cantidad de dinero con el compromiso de devolver su importe más los intereses y comisiones convenidos en las fechas pactadas. El importe total contratado por el cliente es depositado en una cuenta y los intereses son calculados sobre la totalidad del préstamo.

## **EL CRÉDITO**

El crédito bancario es aquel contrato por el cual un banco pone a disposición de su cliente, a solicitud de éste y dentro de un límite pactado, cantidades de dinero dentro de un periodo preestablecido; por su parte, el cliente se obliga a pagar ciertas comisiones e intereses del saldo utilizado y de devolver el saldo líquido al culminarse la relación contractual.

## **EL CRÉDITO EN CUENTA CORRIENTE Y EL SOBREGIRO**

De acuerdo a legislación peruana, las cuentas corrientes pueden ser “al descubierto” cuando no tiene la provisión de fondos suficientes y “con provisión de fondos” cuando mantiene saldos “a favor” porque el cliente hizo los abonos respectivos. En este orden de ideas, el crédito en cuenta corriente es un contrato por el cual el banco se compromete a pagar los cheques que su cliente gire contra su cuenta corriente aunque ésta no tenga los fondos suficientes. El cliente restituye automáticamente el crédito abonando en su cuenta. El sobregiro es casi idéntico al crédito en cuenta corriente con la única diferencia que no existe un acuerdo previo entre el cliente y el banco, sino que el banco decide unilateralmente pagar los cheques no cubiertos; es potestativo.

## **LA APERTURA DE CRÉDITO**

Por la apertura de crédito, un banco se compromete con su cliente a otorgarle créditos de dinero o de firma, directamente a él o a

un tercero que le indique, dentro de ciertos límites cuantitativos y mediante el pago de una remuneración, vía intereses o comisiones. De este modo el cliente sabrá que dispondrá del apoyo financiero en el momento que lo requiera. En ese sentido, como mencionan la mayoría de autores sobre la materia, la apertura de crédito más que un financiamiento es una promesa de financiamiento.

### **EL DESCUENTO BANCARIO**

El descuento bancario es un contrato por el cual una entidad financiera otorga un préstamo cobrando los intereses por adelantado contra la transferencia de instrumentos de contenido crediticio. El tenedor cede dichos títulos al banco y éste le abona sus importes en dinero, descontando las cantidades cobradas por los servicios prestados.

En el descuento, ante la falta de pago, la entidad financiera cuenta con la acción directa contra su cliente, y la de regreso contra el librador y demás obligados. Es obligación del cliente reembolsar al banco los créditos no pagados por sus compradores.

### **EL FACTORING**

Es un convenio continuo por el cual una institución financiera asume las funciones de crédito y cobro de su cliente comprando sus instrumentos de contenido crediticio (facturas y títulos valores representativos de deuda) en el momento en que son extendidas, sin

poder beneficiarse de un recurso contra él en caso de falta de pago. En el factoring, el factor previa evaluación de la clientela del comerciante, asume todo el riesgo de la cobranza y además suele prestar otros servicios, como la evaluación de nuevos compradores, la emisión de documentos por cobrar, la contabilidad, cobranza.

### **EL ANTICIPO O ADELANTO**

Es un contrato de apertura de crédito por el cual el banco (acreditante), pone a disposición de su cliente (acreditado), una parte del valor de la garantía mobiliaria / prendaria otorgada. Los bienes dados en garantía deberán ser entregados al banco quien asumirá las obligaciones relativas al depositario.

### **EL LEASING**

El Leasing o Arrendamiento Financiero es el contrato por el cual una entidad financiera debidamente autorizada, cumpliendo instrucciones de su cliente, compra a nombre propio determinados bienes muebles o inmuebles para luego alquilárselos a su cliente. Éste los usará por un plazo predeterminado e irrevocable, a cuyo término tendrá la opción de comprar la totalidad de los bienes a un precio previamente acordado con el propietario arrendador (entidad financiera). Se considera que todos los desembolsos que efectúe el arrendador son por cuenta del arrendatario hasta que comience el periodo de arrendamiento.

## LA TARJETA DE CRÉDITO

Es una tarjeta emitida por una entidad financiera a su titular, por la cual se le autoriza a este último a efectuar pagos en determinados establecimientos afiliados, con los cuales a su vez la entidad financiera tiene pactada una comisión. Para efectuar los pagos el titular de la tarjeta deberá presentar la misma y firmar el recibo de pago o en el caso de compras no presenciales deberá proporcionar los datos de su tarjeta.

### 2.1.5 LOS BANCOS

Ruelas, H. & Espillico, Ch. (2010) Los bancos con la modernidad, representa una de las instituciones más imprescindibles en el desarrollo de la sociedad, los servicios que ofrecen a personas naturales y jurídicas, dinamizan y facilitan el manejo del dinero, permitiendo que la vida financiera en el mundo de las transacciones económicas, sea mucho más eficiente, seguro, cómodo y sencillo.

Estas instituciones financieras, pueden ser públicas o privadas, que realizan actos de intermediación profesional entre los dueños del dinero y los usuarios de dicho dinero. Básicamente, las funciones de los bancos consisten en recibir depósitos en dinero del público en general, que se conoce como operaciones pasivas, y ofertar al mismo público como créditos a corto y largo plazo, manejar cuentas corrientes, tarjetas de crédito, conocidos como operaciones activas.

### **2.1.6. DOCUMENTOS BANCARIOS MÁS USUALES**

Ruelas, H. & Espillico, Ch., (2010) Son los comprobantes que utilizan los bancos comerciales en las que se dejan constancia de las operaciones que se realiza. Entre los principales documentos bancarios tenemos los siguientes:

#### **CHEQUE**

Es un título valor, por el que un banco o entidad de crédito se obliga el pago de una determinada cantidad, por orden de uno de sus clientes y con cargo a su cuenta bancaria.

#### **TRANSFERENCIAS**

Es una de las modalidades que ofrecen las entidades bancarias y de crédito, para la movilización de fondos que se tienen depósitos en las respectivas cuentas corrientes. Es decir la realización de una transferencia, equivale al reintegro de una cantidad de dinero de la cuenta corriente de una primera persona y al ingreso en la cuenta del destinatario, tenga este último en la misma entidad que la persona, en una entidad distinta, en la misma ciudad, o en otra ciudad.

#### **LAS TARJETAS BANCARIAS**

Es un medio de pago aparecido no hace muchos años, que ha alcanzado un elevadísimo grado de utilización, por lo que las distintas

entidades bancarias y de crédito han comenzado a apostar por este instrumento, pensando para poder prescindir del dinero en efectivo en el desenvolvimiento diario.

### **LA CUENTA CORRIENTE**

Podemos decir que la cuenta corriente bancaria es un contrato mediante la cual una persona deposita en un banco cantidad de dinero, que puede ir retirando en cualquier momento por medio de cheques, mientras que el banco utiliza dicha cantidades en sus demás operaciones bancarias.

### **BOLETA DE DEPÓSITO**

Es un documento cuyo formato es diseñado por cada banco para facilitar que sus clientes realicen sus depósitos. Sirve de soporte para la contabilidad de la empresa el original se entrega a la empresa, con el sello del cajero receptor o el código de la máquina registradora. Hoy en día, este documento es un voucher que el banco emite al recibir un depósito.

### **ORDENES DE PAGO**

Las órdenes de pago en el fondo son iguales a los giros, pero difieren en la forma, porque no se extienden en cheque, sino precisamente como una orden, en forma de carta (carta – orden) mediante la cual el banco emisor ordena a otro banco, corresponsal o

sucursal suyo, pagar a determinada persona o entidad cuyo nombre o dirección se indica, cierta suma de dinero.

### **EXTRACTO BANCARIO**

Llamado también estado mensual de documentos que proporciona el banco a su correntista donde se detalla sus movimientos ya sea a cargos o abonos que ha tenido la cuenta corriente en un tiempo determinado de tal manera sirve para verificar la exactitud de las operaciones realizadas.

### **CONCILIACIÓN BANCARIA**

Por constituir una de las actividades financieras más importantes el sistema de cuentas de corrientes, nos permite comentar detalles relativos a esta operación bancaria. La conformidad recíproca entre banco y su cliente de las operaciones ejecutadas del mes. Es un proceso que permite confrontar y conciliar los valores que la empresa tiene registrados, de una cuenta corriente, con los valores que el banco suministra por medio del extracto bancario.

#### **2.1.7. CLASIFICACIÓN DE CREDITOS**

Ordoñez, C. (1991) Los créditos se clasifican en: créditos directos y créditos indirectos

## **CRÉDITOS DIRECTOS**

Son aquellos que originan un desembolso o la utilización de los fondos disponibles del banco, como consecuencia del acuerdo o convenio pre establecido con los usuarios. Son créditos directos: sobregiros, descuentos, préstamos.

## **CRÉDITOS INDIRECTOS**

Son aquellos que no originan un desembolso o utilización de fondos; se da a través de la emisión de documentos de compromiso de pago, generalmente carta de fianzas, o avales a solicitud de los usuarios y a favor de terceros.

En este tipo de créditos los fondos del banco son comprometidos cuando a petición del beneficiario, la institución (Banco) la honra o hace efectiva por el monto pactado, ante el incumplimiento del objeto de la fianza o aval.

Los créditos indirectos, en la práctica son solo tres: avales, cartas fianzas y cartas de crédito, que las instituciones financieras emiten y/o firman a favor de terceros, a solicitud de clientes. Si los clientes solicitantes (deudores) cumplen con los terceros (acreedores) la operación termina satisfactoriamente y por ello la entidad que intervino percibirá una comisión previamente cobrada; pero si el solicitante no cumple con su acreedor, la institución financiera deberá

pagar al beneficiario la obligación asumida y después ver la forma como recupera el pago cobrándolo al deudor.

### **2.1.8. TIPOGRAFÍA DE CRÉDITOS**

Regis, H. (2013) Detalla a continuación:

#### **Corporativos**

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que han registrado un nivel de ventas anuales mayores a S/. 200 millones en los dos últimos años, según estados financieros auditados; de no contar con ellos, no podrá ser considerada en esta categoría.

#### **Grandes empresas**

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que cumplen al menos una de las siguientes características: Ventas anuales mayores a S/. 20 millones y menores de S/. 200 millones y Deudor han mantenido en el último año emisiones vigentes de instituciones.

#### **Medianas empresas**

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas o naturales que cuenten con un endeudamiento total del sistema financiero (sin incluir créditos hipotecarios para vivienda) mayor a S/. 300 mil en los últimos seis meses y que a su vez no cumplen con las

características para ser considerados en las dos categorías superiores.

### **Pequeña empresas**

Son considerados todos aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero es superior a S/. 20 mil soles pero no mayor a S/. 300 mil en los últimos seis meses.

### **Microempresas**

Son considerados dentro de esta categoría todos aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero es no mayor a 20 mil soles en los últimos seis meses.

### **De consumo no resolvente**

Son aquellos créditos no resolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial.

### **Hipotecarios para vivienda**

Son aquellos créditos otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación ampliación,

mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, siempre y cuando se otorguen tales créditos amparados por hipotecas debidamente inscritas.

### **2.1.9. REQUISITOS PARA SOLICITAR UN CRÉDITO**

Finanzas Practicas, (2015) Es muy importante conocer cuáles son los aspectos clave para que el crédito juegue a nuestro favor, por lo que a continuación te damos a conocer los pasos que deberás conocer a la perfección, para lograr tus objetivos a través del financiamiento.

Determinación de la capacidad de pago. Este aspecto se refiere a la capacidad financiera que tenemos de endeudamiento, es decir, la liquidez. Ésta es factor clave para determinar tus posibilidades de cubrir tus deudas a corto plazo.

Para determinar este factor, se deben seguir los siguientes pasos:

1. Ingresos brutos: Deberás considerar todos tus ingresos antes de impuestos, es decir, tu sueldo, comisiones y otros comprobables.
2. Ingreso neto: A tus ingresos brutos, deberás restar los impuestos que apliquen a tu actividad personal, como pueden ser el Impuestos Sobre la Renta y cualquier otro que apliquen a tu actividad personal; el resultado es lo que llamamos Ingreso Neto.

3. Gastos: Deberás determinar claramente cuáles son tus gastos, también llamados egresos, y restarlos a tu ingreso neto. Es muy importante considerar todos tus gastos fijos y promediar los variables de cada mes. Los gastos fijos son por ejemplo: renta, alimentación, vestido, educación, transporte, diversión, etc., y como algo muy importante, la cantidad que asignarás para el ahorro, que te servirá en caso de imponderables. Los gastos variables son por ejemplo: vacaciones, regalos, entretenimiento, eventos sociales tales como aniversarios y cumpleaños.
  
4. Capacidad de pago: Es el porcentaje que representa nuestro excedente después de restar impuestos y gastos al ingreso neto. Lo único que tienes que hacer para determinarlo, es dividir el excedente entre tus ingresos netos. Como dato adicional, podemos decir que una capacidad de pago es baja, cuando ese porcentaje es igual o menor al 10% del ingreso neto, y alta cuando se rebasa el 30%. Esta es la base con la cual las instituciones crediticias determinan nuestra capacidad para obtener un crédito.

#### **Documentación básica para solicitar un crédito**

- ✓ Documentos del negocio (cuaderno de apuntes, boletas, licencia u otros)
- ✓ Demostrar capacidad de pago (rentabilidad, liquidez y solvencia)
- ✓ Demostrar solvencia moral (voluntad de pago)

- ✓ Recibos de servicios básicos (agua, luz, teléfono)
- ✓ Garantía (aval o inmueble)

## **EI PRODUCTO**

Picaza, Fr. (2010) Es todo aquello que puede ofrecerse al mercado para su uso o consumo y que además debe satisfacer un deseo o necesidad.

Analizando la cartera de productos o las principales líneas de productos y marcas que oferta un comerciante minorista se pueden mejorar las ventas de los productos existentes o considerar la posibilidad de vender otras líneas de productos o alcanzar a otro tipo de clientes.

## **COMPETENCIA DE MERCADO**

Picaza, Fr. (2010) La competencia es un factor a analizar de forma exhaustiva por parte del investigador. Entendemos por competencia a todas las empresas que ofrecen en el mercado un producto o servicio que satisface la misma necesidad que la que ofrecemos o pretendemos ofrecer. Por tanto son competidores: “aquellas empresas con las que vamos a disputar el mismo segmento de mercado”.

Cada empresa perteneciente a un sector se comporta de manera diferente en el mercado: la forma de distribuir los productos, los servicios, la calidad de los servicios, la variedad del surtido, la

forma de hacer publicidad, la situación financiera, etc., son distintas. El objetivo es identificar a las empresas competidoras de la idea estudiada, analizando sus características principales e identificar que elementos de los analizados pueden significar una oportunidad o amenaza.

### **¿QUÉ ES LA GESTIÓN?**

Rubio, D. (2008) La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados. Con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad, pero si no se les recicla, seguirán trabajando como siempre. No se percatan que han pasado a una tarea distinta y pretenden aplicar las mismas recetas que antaño. Un ejemplo claro son los vendedores, que son promocionados a Jefes de Venta. Fracasarán en su nuevo puesto a menos que asuma nuevas actitudes y adquiriera la formación adecuada.

### **GESTIÓN DE NEGOCIOS**

Abogados en Lima, (2012) Cuando un sujeto voluntariamente gestiona el negocio de otro, ya sea con el consentimiento del propietario o no, quien la realiza contrae la obligación tácita de continuarla y concluirla, hasta que el propietario pueda encargarse personalmente del asunto, debe asimismo encargarse de todo lo que dependa de ese mismo negocio.

El que gestiona un asunto ajeno creyéndose propio, no realiza gestión de negocios. La gestión puede consistir en el cumplimiento de un acto jurídico que puede efectuarse de dos maneras: Cuando el gestor actúa en su propio nombre con la intención de beneficiar al dueño y cuando el gestor actúa por cuenta del dueño del negocio.

### **APORTE DEL PRODUCTO AL CLIENTE**

Medina, A. (2014) Prácticamente estos beneficios que tu producto ofrecerá podrán convertirse en sus mayores fortalezas ante sus competidores, siendo la razón por la cual terminarán por ser adquiridos o no. Los productos podrán irse renovando, dependiendo de las necesidades que vayan experimentando los consumidores en un tiempo determinado, siempre enfocándose en las cosas valiosas que se pueden entregar.

## **2.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **AHORROS**

El ahorro es la acción de separar una parte del ingreso mensual que obtiene una persona o empresa con el fin de guardarlo para un futuro, se puede utilizar para algún gasto importante que se tenga, algún imprevisto o emergencia económica. En términos de teoría económica el ahorro se refiere a la parte de la renta o ingreso no dedicada a consumo, sino a otros fines y es un concepto económico importante. Existen diversas modalidades de ahorro así como diversos

instrumentos financieros destinados para incrementar el ahorro que se pretende realizar.

### **AGENTE FINANCIERO**

Persona o entidad que actúa como agente de otra persona o entidad para negociar, promover y controlar sus préstamos, sus inversiones u otras actividades financieras ante terceros, bajo determinadas condiciones preestablecidas.

### **AVAL**

Forma de garantía que consiste en el compromiso de una persona o entidad (avalista) de responder de la obligación contraída, por medio de un título valor, por otra (avalado) en este caso de incumplimiento.

### **BENEFICIARIO**

Contractualmente, parte que resulta favorecida económicamente con una suma de dinero entregada por un intermediario, sin obligación de su devolución. En un seguro, el intermediario o el Estado asumen el riesgo del afianzado o avalado, que suele ser el cliente contratante, pero no es el beneficiario. En un crédito directo, el intermediario o el Estado asume el riesgo del prestatario, pero no existen beneficiarios.

### **CAPACIDAD DE PAGO**

En general, estimación del nivel de solvencia o capacidad que tiene una contraparte para satisfacer sus deudas u obligaciones de crédito

a su vencimiento. Normalmente, las agencias calificadoras de riesgo asignan una calificación a los emisores de instrumentos de deuda de acuerdo con su capacidad de pago, aunque también pueden haber unidades internas independientes que, asignen mediante metodologías o modelos internos, una calificación a la capacidad de pago de cada contraparte con la que interactúa.

### **CAPITAL DE TRABAJO**

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Razón por la cual el estudio, análisis y administración del Capital de Trabajo son de gran importancia para la empresa por cuanto permite dirigir las actividades operativas de la misma, sin restricciones financieras permitiéndole a la empresa poder hacer frente a situaciones emergentes sin riesgo de un desastre financiero. Además el buen manejo del Capital de Trabajo posibilita el oportuno pago de las deudas u obligaciones asegurando el crédito de las deudas.

### **CARTERA DE CRÉDITO**

Representa el saldo de los montos efectivamente entregados a los acreditados más los intereses devengados no cobrados. La

estimación preventiva para riesgos crediticios se presenta deduciendo los saldos de la cartera de crédito.

Es el conjunto de documentos que amparan los activos financieros o las operaciones de financiamiento hacia un tercero y que el tenedor de dichos documentos o cartera se reserva el derecho de hacer valer las obligaciones estipuladas en su texto.

### **CLIENTES**

El cliente, es aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra.

### **CONCILIACIÓN BANCARIA**

Comparación de los movimientos registrados en el estado bancario de cada una de las cuentas bancarias de una entidad respecto del libro contable de bancos, para verificar la concordancia entre ambos a una fecha determinada.

### **COMERCIANTE**

Un comerciante es la persona que se dedica habitualmente al comercio que también ayuda en la economía. También se denomina así al propietario de un comercio.

## **COMERCIO**

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

## **CRÉDITO**

Crédito o contrato de crédito es una operación financiera donde una persona (acreedor) presta una cantidad determinada de dinero a otra persona (deudor), en la cual, este último se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido de acuerdo a las condiciones establecidas para dicho préstamo más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera.

## **CUENTA CORRIENTE**

En terminología macroeconómica, cuenta de la balanza de pagos que incluye todas las operaciones de bienes y servicios, rentas y transferencias corrientes entre residentes y no residentes de un país. En terminología contable, es un estado desarrollado del movimiento de una serie de valores que consta de un titular que indica la persona a quien representa, y de una parte numérica donde se expresa el

movimiento y saldos de la misma. En terminología bancaria, instrumentos financieros por medio del cual se coloca una imposición de dinero en una entidad de crédito que permite que las cantidades de dinero en una entidad de crédito que permite que las cantidades de dinero depositadas puedan retirarse o transferirse en cualquier momento o puedan girarse cheques (o similares) con cargo a ella, sin previo aviso.

### **DESARROLLO ECONÓMICO**

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital.

### **DEUDOR**

Parte que está obligada irrevocable e incondicionalmente a pagar por su propia cuenta los derechos de crédito de una operación particular mediante la devolución de una suma de dinero determinada, en uno o varios actos, incluyendo principal, intereses y comisiones. El deudor puede o no haber sido el solicitante original o prestatario del crédito.

## **EFICIENTE**

La noción de eficiencia tiene su origen en el término latino *efficientia* y refiere a la habilidad de contar con algo o alguien para obtener un resultado. El concepto también suele ser equiparado con el de fortaleza o el de acción.

## **ENTIDADES FINANCIERAS**

Una entidad financiera es un intermediario del mercado financiero. Las entidades financieras pueden ser bancos, cajas de ahorros o cooperativas de crédito, es decir, intermediarios que administran y prestan dinero; o empresas financieras, un tipo distinto de intermediarios financieros que, sin ser bancos, ofrecen préstamos o facilidades de financiamiento en dinero.

## **FINANCIAMIENTO**

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

## **GESTIÓN**

Del latín *gestiō*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que

decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

### **GIRO DE NEGOCIO**

De acuerdo a los Estatutos de la empresa, su objeto principal es ser un medio de comunicación social, dedicado a toda clase de actividades relativas a la difusión oportuna de la información legal y oficial, al procesamiento y difusión de las noticias y aquellas actividades productivas, comercializadoras y de servicios, vinculadas a la educación, la cultura, las noticias y la publicidad, buscando que los servicios que presta sean de acceso a la población y desarrollando tales actividades en condiciones de eficiencia, productividad y competitividad.

### **INTERESES**

Interés, en economía y finanzas, es un índice utilizado para medir la rentabilidad de los ahorros e inversiones así también el costo de un crédito.

### **LIQUIDEZ**

En economía, la liquidez representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es

convertir un activo en dinero se dice que es más líquido. Por definición el activo con mayor liquidez es el dinero, es decir los billetes y monedas tienen una absoluta liquidez, de igual manera los depósitos bancarios a la vista, conocidos como dinero bancario, también gozan de absoluta liquidez y por tanto desde el punto de vista macroeconómico también son considerados dinero.

### **MAYORISTAS**

Personas físicas o jurídicas que distribuyen bienes en lotes homogéneos de forma que los adquirientes completen el proceso de transición, vendiéndolos por unidades.

### **MERCADO**

Existe un mercado cuando los compradores que desean intercambiar dinero por un bien o servicio, están en contacto con los vendedores que desean intercambiar bienes o servicio por dinero. Así el mercado se define en términos de las fuerzas fundamentales de la oferta y la demanda y no se refiere de manera necesaria a alguna localización geográfica determinada. El concepto de mercado es fundamental para la mayoría de los economistas contemporáneos debido a que en una economía de libre mercado este es el mecanismo por medio del cual se asigna los recursos.

### **MICROCRÉDITO**

En finanzas, el microcrédito es la extensión de préstamos muy pequeños a prestatarios pobres que típicamente carecen de un colateral, un empleo fijo o un historial de crédito verificable. Está diseñado no sólo para apoyar a emprendedores y reducir la pobreza, sino también en muchos casos para empoderar a las mujeres y estimular comunidades enteras por su extensión.

### **MICROFINANZAS**

Microfinanza es la provisión de servicios financieros para personas en situación de pobreza, microempresas o clientes de bajos ingresos, incluyendo consumidores y auto empleados.

### **MINORISTAS**

Comerciante al por menor o al detalle, que vende directamente al público o consumo final. El concepto tiene importancia para efectos tributarios.

### **OPERACIONES BANCARIAS**

Se denominan Operaciones Bancarias a aquellas operaciones de crédito practicadas por un banco de manera profesional, como eslabón de una serie de operaciones activas y pasivas similares.

## **PRECIO**

En el caso de un título o valor negociable en un mecanismo centralizado, el producto del valor facial de dicho instrumento por el precio relativo de mercado que se establece el monto efectivo a pagar. Cuando el precio es igual al 100% del valor facial, se denomina precio a la par, cuando es menor, se denomina bajo la par, y cuando es mayor, sobre la par.

## **PRODUCCIÓN**

La producción es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado. Desde un punto de vista económico, el concepto de producción parte de la conversión o transformación de uno o más bienes en otros diferentes. Se considera que dos bienes son diferentes entre sí cuando no son completamente intercambiables por todos los consumidores.

## **LINEAMIENTOS**

Un lineamiento es una tendencia, una dirección o un rasgo característico de algo.

## **PERSONA NATURAL**

Es aquella persona individual, domiciliada en el país, cualquiera sea su sexo o estado civil, que obtiene ingresos por trabajo independientes o dependiente

## **RENTABILIDAD FINANCIERA**

La rentabilidad es una condición de aquello que es rentable: es decir, que genera renta (provecho, utilidad, ganancia o beneficio). Financiero, por su parte, es lo que se asocia a las finanzas (vinculadas a los caudales o el dinero). La idea de rentabilidad financiera está relacionada a los beneficios que se obtienen mediante ciertos recursos en un periodo temporal determinado.

## **RIESGO CREDITICIO**

El riesgo de crédito es la posible pérdida que asume un agente económico como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones contractuales que incumben a las contrapartes con las que se relaciona. El concepto se relaciona habitualmente con las instituciones financieras y los bancos, pero afecta también a empresas y organismos de otros sectores.

## **SERVICIOS FINANCIEROS**

El sector de los servicios financieros, denominado sector financiero, corresponde a una actividad comercial, prestadora de servicios de

intermediación relacionados al ámbito de la generación de valor a través del dinero.

### **VALORES MOBILIARIOS**

Valores Mobiliarios son aquellos títulos que representan cuotas de un Capital o de un crédito. Estos Valores Mobiliarios son, entre otros, las Acciones, bonos y los debentures, y que se caracterizan porque representan capitales que se pueden trasladar de dueño.

### **VENDER**

Transmitir el propietario o vendedor una cosa de su propiedad al adquiriente o comprador. Acto de celebración de contrato de compra y venta. La entrega de la cosa (bien) por la cual ha de recibirse el precio. Ofrecer cosas en venta pública.

## **2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3. 1. HIPOTESIS GENERAL**

Uso eficiente de las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015.

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Microfinanzas

### INDICADORES

- Beneficios Financieros
- Simplificación de trámite
- El desarrollo económico
- Crecimiento económico
- Propuestas de lineamientos

### VARIABLE DEPENDIENTE

Crecimiento y gestión

### INDICADORES

- Incremento de capital
- Facilidad de obtención de créditos
- Crecimiento de negocio
- Créditos financieros
- Estabilidad de negocio
- Productos de calidad
- Conocimiento de competencia de mercado
- Dedicación al negocio

### 2.3. 2. HIPOTESIS ESPECÍFICOS

**HE1.-** Las bajas tasas de intereses, simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito.

**VARIABLE INDEPENDIENTE**

Beneficios Financieros

**INDICADOR**

- ✓ Bajas tasas de intereses.
- ✓ Facilidad de obtención de crédito.

**VARIABLE DEPENDIENTE**

Otorgamiento de crédito

**INDICADOR**

- ✓ Crecimiento de negocio
- ✓ Incremento de capital.

**HE2.-** El desarrollo y crecimiento económico es positivo en los comerciantes del Mercado Internacional San José.

**VARIABLE INDEPENDIENTE**

Desarrollo y crecimiento económico

**INDICADOR**

- ✓ Crédito bancario
- ✓ Capital de negocio

**VARIABLE DEPENDIENTE**

Comerciantes

**INDICADOR**

- ✓ Ingresos
- ✓ Estabilidad de negocio
- ✓ Inversión de crédito

**HE3.-** Propuestas de lineamientos para una adecuada gestión de los comerciantes del Mercado Internacional San José.

**VARIABLE INDEPENDIENTE**

Propuestas de lineamientos

**INDICADOR**

- ✓ Calidad de productos
- ✓ Competencia de mercado

**VARIABLE DEPENDIENTE**

Gestión de los comerciantes

**INDICADOR**

- ✓ Capacitación
- ✓ Ventas

## CAPITULO III

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

##### **MÉTODO DESCRIPTIVO**

El método descriptivo es el método en que se lleva a cabo recogiendo las informaciones sobre situaciones o hechos actuales con el objeto de examinarlos, analizarlos, describirlos y con ello determinar su influencia de las microfinanzas, analizar los datos. En el presente trabajo de investigación se utilizó para analizar y describir el uso de las Microfinanzas de los comerciantes del Mercado Internacional San José por cuadros.

##### **MÉTODO ANALÍTICO**

Es el método que consiste en descomponer un todo, en su parte, con la finalidad de estudiar y conocer las características, naturaleza y propiedades de los elementos y que permitirá encontrar una verdad.

Este método durante el desarrollo del trabajo de ha utilizado para hacer el análisis de las distintas entrevistas y encuestas.

### **MÉTODO DEDUCTIVO**

Este método nos permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelven explícitas.

Esto es, que a partir de la situación observada en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, se llega a identificar las explicaciones particulares de los comerciantes contenidos explícitamente en la situación general, lo cual demostraría nuestra hipótesis.

## **3.2. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:**

### **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación utilizado fue el descriptivo, el que consiste en buscar, especificar propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Sampieri, R. (2006)

### **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación es de tipo analítico - descriptivo, determinando sobre la base de las entrevistas o encuestas de los

comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA:

#### POBLACIÓN:

La población del presente trabajo de investigación está conformada por los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca. Conformado de 3200 comerciantes. (Fuente: Padrón de la Asociación de Comerciantes del Mercado Internacional san José)

#### MUESTRA

En la presente investigación se hará una selección de muestra de tipo no probabilístico intencional, puesto que no se contara con la opinión de todos los socios por tener concurrencia baja, sin embargo para mayor formalismo y consistencia se tomó en cuenta el método estadístico. Ramirez, E. (2010)

#### SEGÚN LA FORMULA:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 (N) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

N = Número total de socios

E = Error máximo esperado

P = Proporción de la población que tiene características de interés que nos interesa medir

Q = Es la proporción de la población que no tiene características de interés

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 3200}{(0.05)^2 (3200) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 342$$

Por consiguiente; n = 342 socios recurrentes, y se efectuaron las entrevistas y encuestas.

### 3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Viene a ser conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transferir datos

#### 3.4.1. Observación

##### Técnica.

Según Encinas (1987:111) señala que la observación es un procedimiento empírico básico cuyo objetivo es determinar las propiedades o manifestaciones de un hecho; la observación es un procedimiento primordial de la investigación que se convierte en técnica científica. Charaja, C. (2011)

“La técnica de la observación propiamente dicha es aquella que se da cuando el investigador está en contacto con el fenómeno o hecho”

Charaja C. (2011)

Como parte de esta técnica, se hizo uso de los instrumentos: Fichas de observación y cuaderno de apuntes.

De acuerdo a la experiencia laboral se pudo observar de manera directa las actividades que realizan; con esta técnica se verifico el uso de las microfinanzas para el crecimiento y gestión de su negocio.

### **Instrumentos**

- Ficha de observación
- Libreta de apuntes

### **3.4.2. ENCUESTA**

#### **Técnica.**

Según encinas (1987:122), la encuesta es una técnica muy utilizada en la investigación educativa. Es un medio adecuado para obtener datos o información que solo pueden aportar los sujetos acerca de un determinado problema. Charaja C. (2011)

#### **Instrumento.**

Como parte de esta técnica, se hará uso del instrumento de cuestionario. El que se aplicará para obtener información de los

comerciantes del Mercado Internacional San José en la utilización de las Microfinanzas.

### **3.4.3. Análisis documental**

“Con esta técnica se trata de verificar la existencia de una determinada característica o condición”. Charaja C. (2011)

Para realizar el análisis e interpretación del presente proyecto de investigación se formulara en cuadros, histogramas, para demostrar los resultados que se obtendrán de las encuestas, entrevistas.

### **3.5. TÉCNICA PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

Para el análisis de la información, se utilizó la estadística descriptiva, ya que los datos recopilados son tabulados y explicados a través de cuadros estadísticos y descritos cada uno de ellos para una mejor comprensión.

El procesamiento de información básicamente fue deducción e inducción de los resultados.

## CAPITULO IV

### CARACTERISTICAS DEL AREA DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1. AMBITO DE INVESTIGACIÓN

El distrito de Juliaca (Hullaqa en quechua y aimara) es uno de los cuatro distritos que conforman la provincia de San Román en el Departamento de Puno, bajo la administración del Gobierno regional de Puno, Perú

Juliaca, la capital del distrito y de la provincia de San Román, concentra a 216 716 habitantes, es decir, el 96% de la población total del distrito

Especificando la ubicación de Juliaca, podemos decir que se encuentra al Nor-Oeste del Lago Titicaca, ocupando la parte céntrica de la meseta del **Kollao**, la ubicación por coordenadas es 15°29'24" de Latitud Sur y 70°08'00" de Longitud Oeste del Meridiano de Greenwich.

Se encuentra a una altitud de 3825m sobre el nivel del mar, y sus límites son:

- NORTE: Distritos de Calapuja (Lampa), y de Caminaca (Azángaro).

- SUR: Distritos de Cabana y Caracoto (San Román).
- ESTE: Distritos de Pusi (Huancané), y de Samán (Azángaro).
- OESTE: Distrito de Lampa (Lampa).

La ciudad de Juliaca se constituye de un relieve plano (en su mayoría), pero como ciudad de la sierra tiene pequeños ramales de la Cordillera de los Andes que rodean la ciudad.

Las lagunas de Chacas y Escuri junto a los ríos Cacachi y Maravillas propician el desarrollo de la flora y fauna en sus diversas especies.

En el clima influyen los dos factores anteriores, y la altitud por eso su clima es frígido por temporadas, con vientos (por ejemplo en Agosto), pero a excepción del tiempo de lluvias, es de escasa humedad.

Una muestra del desarrollo en una ciudad, se puede observar en el crecimiento de su población, el cuadro que les presentamos a continuación es una muestra del crecimiento acelerado de la ciudad.

### **JULIACA CIUDAD COMERCIAL**

Como vemos su avance imparable hacia una visión futurista y modernista, podemos decir que Juliaca es una tierra de empuje, pero ese empuje se basa en una actividad a la que los pobladores posicionan como actividad primaria la cual es el comercio, las transacciones que acontecen no solo gravita en los departamentos del sur del país , sino que involucra directamente a otros países sudamericanos , esta

actividad tiene su evolución histórica desde las primeras poblaciones que habitaron el territorio Juliaqueño , llamado anteriormente “Trueque”:

### **FUNDACIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE**

El Mercado Internacional San José se fundó el 15 de setiembre del año 1997, provenientes de las asociaciones de la ciudad de Juliaca aledañas del mercado Túpac Amaru como de los Jirones: asociación de comerciantes del Jirón Raúl Porras, asociación de los comerciantes del Jirón Ramón Castilla, asociación de los comerciantes del Jirón Apurímac; de los cuales formaron 05 bases que son las primeras cinco bases del Mercado Internacional San José.

El Mercado Internacional san José cuenta con un área total de 40,000 m<sup>2</sup>. El Mercado Internacional San José cuenta con resolución municipal e inscrita con personería jurídica en registros públicos N° 05010125 y en el cual existen 10 bases que están asociados en el mercado

El Mercado Internacional San José cuenta con varios rubros de negocio de los cuales podemos citar; textil, electrodomésticos, calzados y abarrotos, de los cuales el 30% de ellos se dedican a la producción y distribución, y el 70% se dedica exclusivamente a la distribución, los comerciantes son provenientes de varias provincias, regiones como: Puno, Ilave, Huancané, Desaguadero, Arequipa, Cusco, Abancay y Juliaca.

## **EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ**

Pachamama, (2013) El Mercado Internacional San José, de la ciudad de Juliaca, cuenta con 18 años de existencia que celebra cada 06 de setiembre. Alberga a un promedio de 3,200 comerciantes de 11 asociaciones o bases, las ferias se realizan los días: lunes, jueves y viernes.

## **CONVENIO CON ENTIDADES FINANCIERAS**

El Mercado Internacional San José tiene facilidad de obtención de créditos financieros con las siguientes entidades:

- Caja Arequipa
- Caja Tacna
- Caja Cusco
- Caja Piura
- Mi Banco
- Edpyme Raiz
- Cooperativa Credicoop
- Banco Crédito del Perú BBVA

## **UBICACIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSE**

El Mercado Internacional San José está ubicado

- Por el norte: Jr. Benigno Ballón
- Por el Sur: Jr. Ayaviri

- Por el Este: Jr. Benigno Ballón
- Por el Oeste: Jr. Raúl Porras Barrenechea

## **CAPITULO V**

### **EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

#### **5.1. CONOCER CÓMO INFLUYEN LAS MICROFINANZAS, PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015.**

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado internacional san José de la ciudad de Juliaca, conoceremos influencias de las Microfinanzas.

#### **FICHA DE OBSERVACIÓN**

Se ha determinado una muestra de 342 comerciantes de los cuales hacen uso de las microfinanzas para el crecimiento y gestión de su negocio son 234 comerciantes que se considera como unidad de análisis y que se aplicaron las encuestas y 108 comerciantes trabajan con capitales propios.

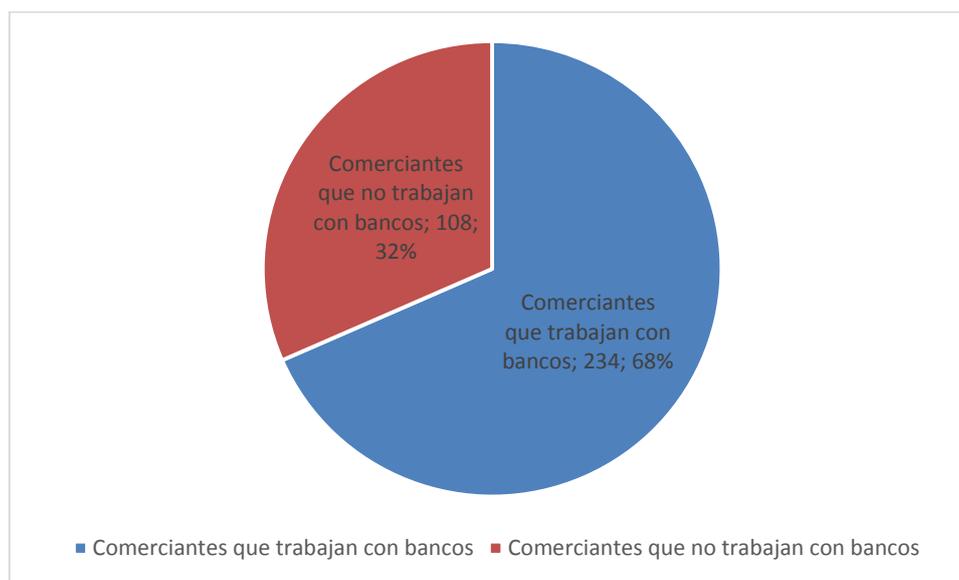
**CUADRO N° 1**  
**USO DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO EN EL AÑO 2015**

| <b>Comerciantes del Mercado Internacional San José.</b> | <b>N° de comerciantes</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---|---------------------------|-------------------|
| Comerciantes que hacen uso de las Microfinanzas         | 234                       | 68.42%            |
| Comerciantes que no hacen uso de las Microfinanzas      | 108                       | 31.58%            |
| <b>TOTAL</b>  | <b>342</b>                | <b>100%</b>       |

**FUENTE:** FICHA DE OBSERVACIÓN

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 1**  
**USO DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO EN EL AÑO 2015**



**FUENTE:** CUADRO N° 1

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 01 y el Gráfico N° 01, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 234 comerciantes que hacen uso de las Microfinanzas; que representa el 68.42% del total de la muestra.
- 108 comerciantes que no hacen uso de las Microfinanzas; que representa el 31.58% del total de la muestra.

### 5.1.1. ANALIZAR LOS BENEFICIOS FINANCIEROS QUE OFRECEN LAS ENTIDADES FINANCIERAS A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015.

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, conoceremos cuales son los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras. Para ello presentamos los siguientes cuadros debidamente descritos que nos ayudarán a explicar de la mejor forma posible nuestro trabajo de investigación.

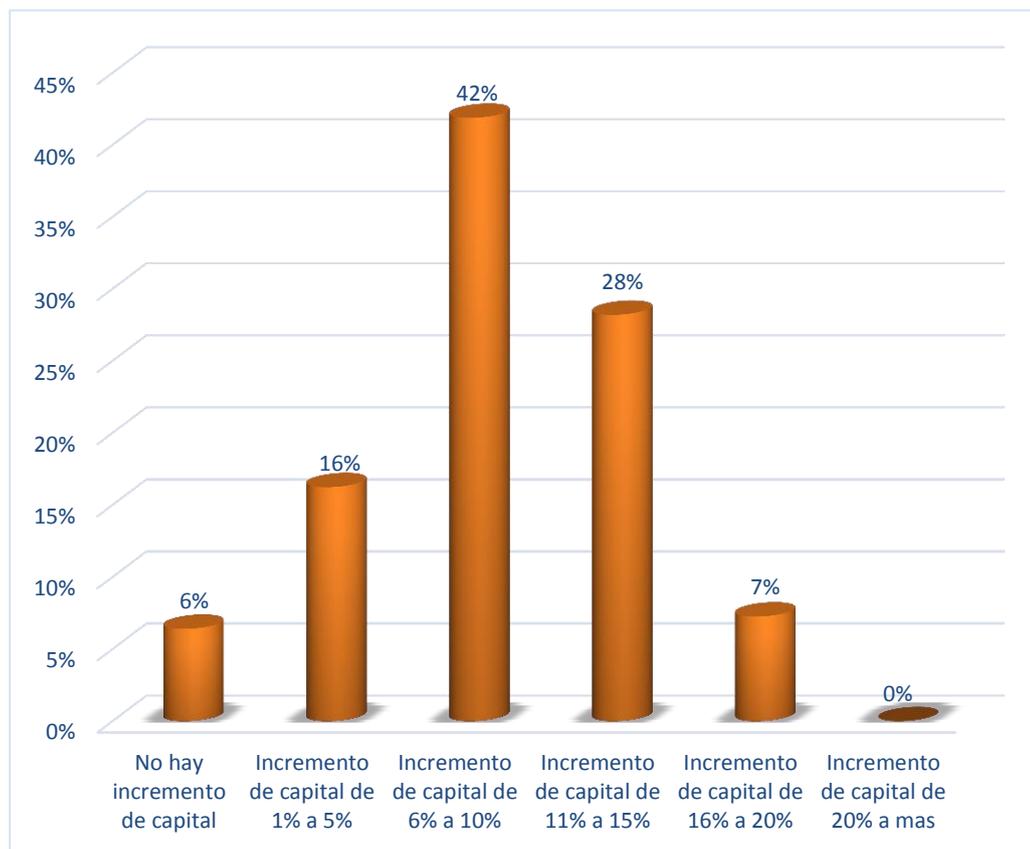
**CUADRO N° 2**  
**EVOLUCIÓN DE NEGOCIO DURANTE EL AÑO 2015 CON LA**  
**OBTENCIÓN DE CRÉDITOS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS**

| INTERVALO                             | N° DE<br>COMERCIANTES | %    |
|---------------------------------------|-----------------------|------|
| a) No hay incremento de capital       | 15                    | 6%   |
| b) Incremento de capital de 1% a 5%   | 38                    | 16%  |
| c) Incremento de capital de 6% a 10%  | 98                    | 42%  |
| d) Incremento de capital de 11% a 15% | 66                    | 28%  |
| e) Incremento de capital de 16% a 20% | 17                    | 7%   |
| f) Incremento de capital de 20% a mas | 0                     | 0%   |
| TOTAL                                 | 234                   | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 2**  
**EVOLUCIÓN DE NEGOCIO DURANTE EL AÑO 2015 CON LA**  
**OBTENCIÓN DE CRÉDITOS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS**



**FUENTE:** CUADRO N° 2  
**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 02 y el Gráfico N° 02, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 15 comerciantes no tienen incremento de capital; que representa el 6% del total de la encuesta realizada.
- 38 comerciantes tienen incremento de capital de 1% a 5%; que representa el 16% del total de la encuesta realizada.

- 98 comerciantes tienen incremento de capital de 6% a 10%; que representa el 42% del total de la encuesta realizada.
- 66 comerciantes tienen incremento de capital de 11% a 15%; que representa el 28% del total de la encuesta realizada.
- 17 comerciantes tienen incremento de capital de 16% a 20%; que representa el 7% del total de la encuesta realizada.

En resumen la mayoría tiene un incremento de capital con obtención de créditos Financieros.

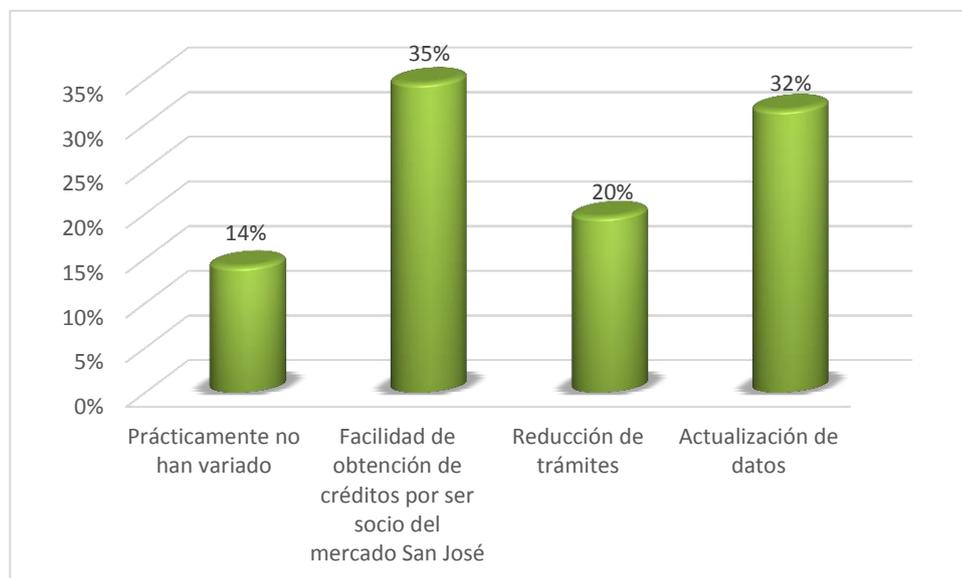
**CUADRO N° 3**  
**LOS CAMBIOS DE LOS CRITERIOS QUE LAS ENTIDAD APLICA, PARA**  
**LA APROBACIÓN DE OBTENCIÓN DE CREDITO**

| ALTERNATIVA  | N° DE COMERCIANTE | %    |
|--|-------------------|------|
| a) Prácticamente no han variado sus tramites                             | 33                | 14%  |
| b) Facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José | 81                | 35%  |
| c) Reducción de trámites   | 46                | 20%  |
| d) Actualización de datos  | 74                | 32%  |
| TOTAL  | 234               | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 3**  
**LOS CAMBIOS DE LOS CRITERIOS QUE LAS ENTIDAD APLICA, PARA**  
**LA APROBACIÓN DE OBTENCIÓN DE CREDITO**



**FUENTE:** CUADRO N° 3

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 03 y el Gráfico N° 03, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 33 comerciantes para la aprobación de créditos, prácticamente no han variado sus trámites; que representa el 14% del total de la encuesta realizada.
- 81 comerciantes tienen la Facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José; que representa el 35% del total de la encuesta realizada.
- 46 comerciantes tienen Reducción de trámites para la aprobación de créditos; que representa el 20% del total de la encuesta realizada.

- 74 comerciantes tienen Actualización de datos para la aprobación de créditos; que representa el 7% del total de la encuesta realizada.

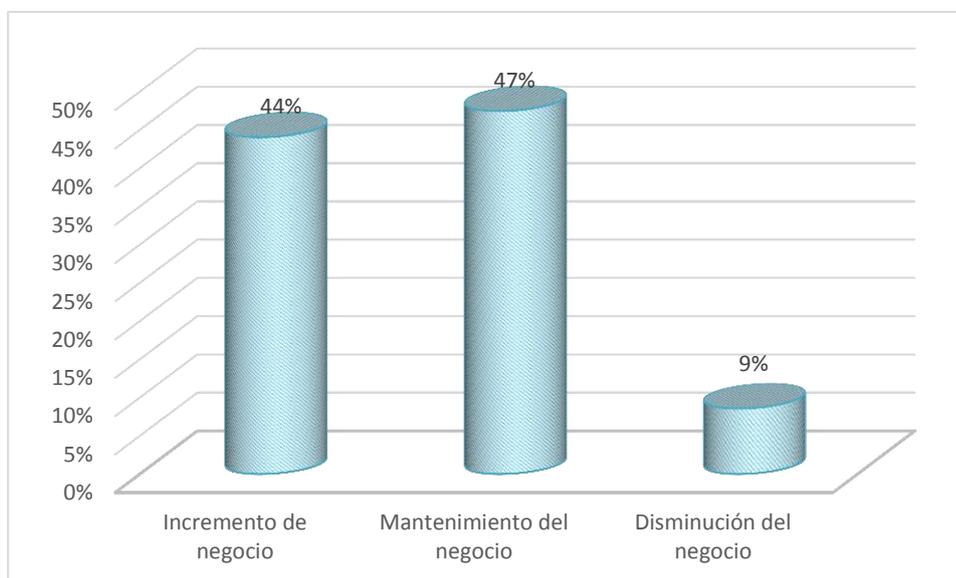
**CUADRO N° 4**  
**EFFECTOS QUE HAN TENIDO, CON LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS**  
**BANCARIOS PARA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO**

| ALTERNATIVA                  | Nº DE COMERCIANENTES | %    |
|------------------------------|----------------------|------|
| a) Incremento de negocio     | 103                  | 44%  |
| b) Mantenimiento del negocio | 111                  | 47%  |
| c) Disminución del negocio   | 20                   | 9%   |
| TOTAL                        | 234                  | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 4**  
**EFFECTOS QUE HAN TENIDO, CON LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS**  
**BANCARIOS PARA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO**



FUENTE: CUADRO N° 4

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 04 y el Gráfico N° 04, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 103 comerciantes tiene incremento de negocio con créditos financieros; que representa el 44% del total de la encuesta realizada.
- 111 comerciantes tienen mantenimiento del negocio con créditos financieros; que representa el 47% del total de la encuesta realizada.
- 20 comerciantes tienen disminución del negocio con créditos financieros; que representa el 9% del total de la encuesta realizada.

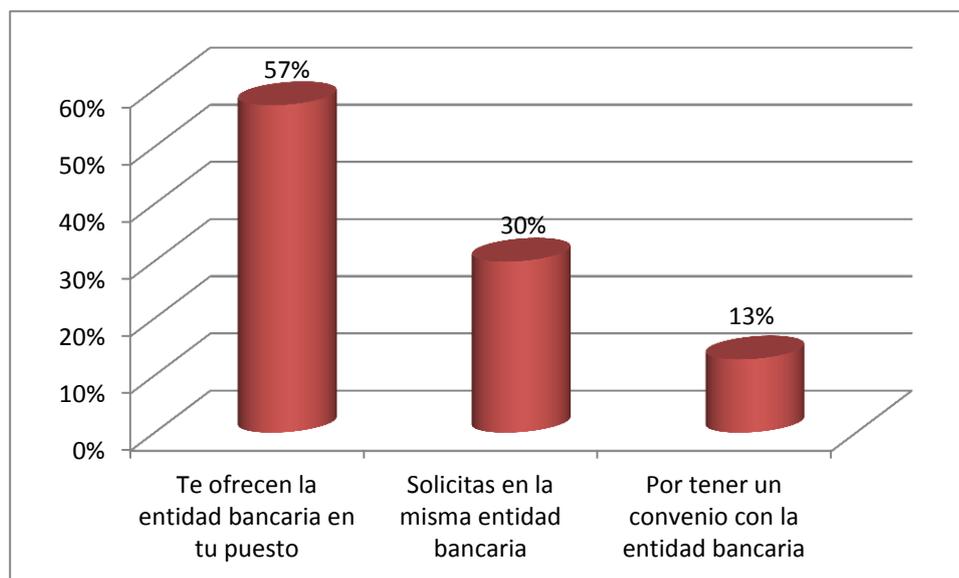
**CUADRO N° 5**  
**OBTENCIÓN DE UN CRÉDITO FINANCIERO**

| ALTERNATIVA                                      | Nº DE COMERCIANTE | %    |
|--|-------------------|------|
| a) Te ofrecen la entidad bancaria en tu puesto   | 134               | 57%  |
| b) Solicitas en la misma entidad bancaria        | 70                | 30%  |
| c) Por tener un convenio con la entidad bancaria | 30                | 13%  |
| TOTAL  | 234               | 100% |

**FUENTE:** ENCUESTA APLICADA

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 5**  
**OBTENCIÓN DE UN CRÉDITO FINANCIERO**



**FUENTE:** CUADRO N° 5

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

### **INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 05 y el Gráfico N° 05, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 134 comerciantes les ofrecen las entidades bancarias en su puesto; que representa el 57% del total de la encuesta realizada.
- 70 comerciantes solicitan en una misma entidad bancaria para la obtención de créditos financieros; que representa el 30% del total de la encuesta realizada.
- 30 comerciantes tienen convenio con la entidad bancaria para la aprobación de créditos financieros; que representa el 13% del total de la encuesta realizada.

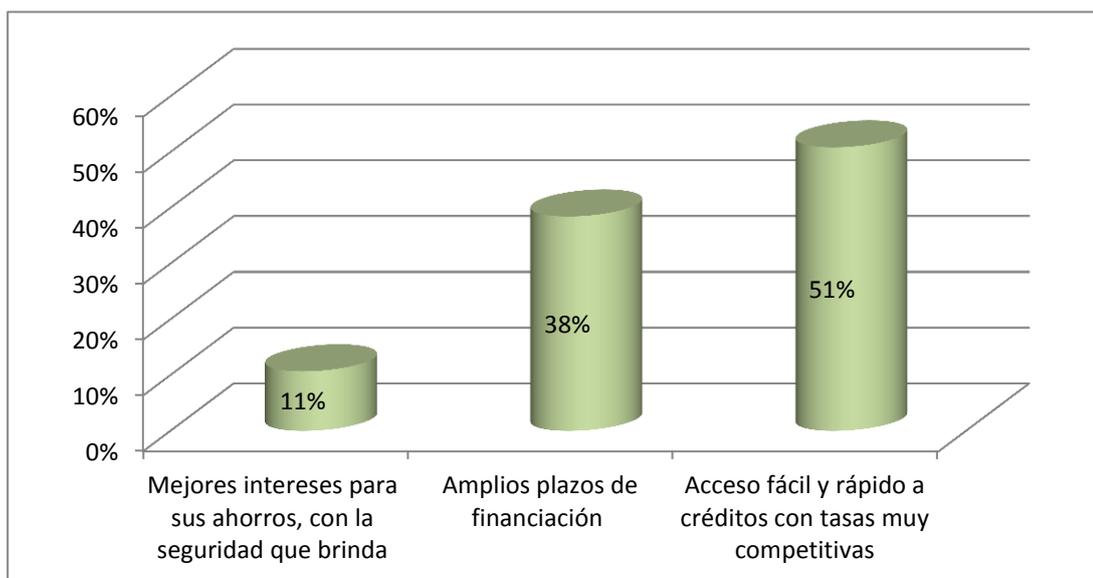
**CUADRO N° 6**  
**BENEFICIOS FINANCIEROS**

| ALTERNATIVA  | Nº DE COMERCIANTES | %    |
|--|--------------------|------|
| a) Mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda | 25                 | 11%  |
| b) Amplios plazos de financiación                                  | 90                 | 38%  |
| c) Acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas     | 119                | 51%  |
| TOTAL  | 234                | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 6**  
**BENEFICIOS FINANCIEROS**



FUENTE: CUADRO N° 6

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 06 y el Gráfico N° 06, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 25 comerciantes tienen mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda; que representa el 11% del total de la encuesta realizada.
- 90 comerciantes tienen amplios plazos de financiación; que representa el 38% del total de la encuesta realizada.
- 119 comerciantes tienen acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas; que representa el 51% del total de la encuesta realizada.

#### **5.1.2. EXPLICAR EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015.**

Con las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca conoceremos el desarrollo y crecimiento económico.

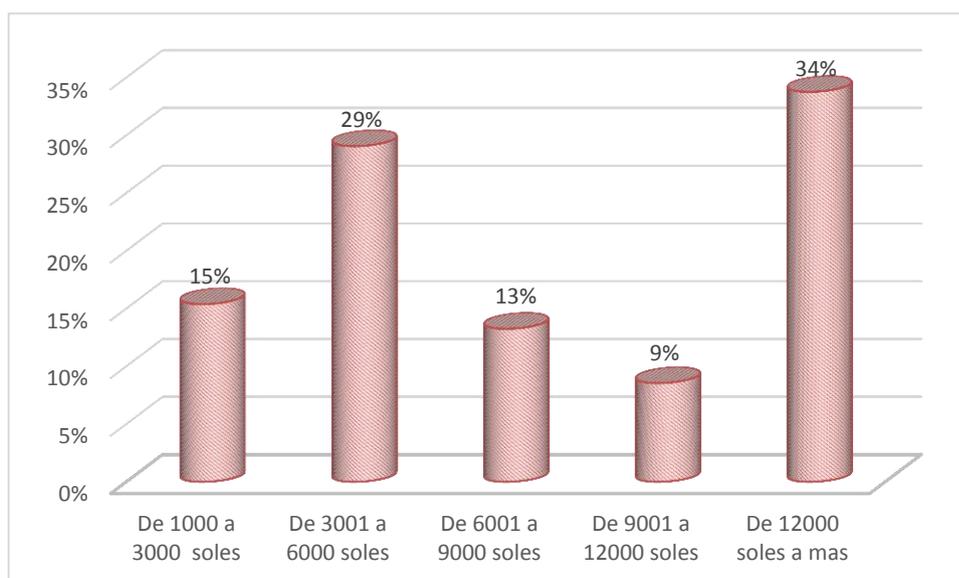
Para ello presentamos los siguientes cuadros debidamente descritos que nos ayudarán a explicar de la mejor forma posible nuestro trabajo de investigación.

**CUADRO N° 7**  
**CANTIDAD DE PRÉSTAMO DE DINERO QUE OBTIENEN PARA EL**  
**GIRO DE SU NEGOCIO**

| INTERVALO                | N° DE COMERCIANTES | %           |
|--------------------------|--------------------|-------------|
| a) De 1000 a 3000 soles  | 36                 | 15%         |
| b) De 3001 a 6000 soles  | 68                 | 29%         |
| c) De 6001 a 9000 soles  | 31                 | 13%         |
| d) De 9001 a 12000 soles | 20                 | 9%          |
| e) De 12000 soles a mas  | 79                 | 34%         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>234</b>         | <b>100%</b> |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA  
 ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 7**  
**CANTIDAD DE PRÉSTAMO DE DINERO QUE OBTIENEN PARA EL**  
**GIRO DE SU NEGOCIO**



FUENTE: CUADRO N° 7  
 ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 07 y el Gráfico N° 07, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

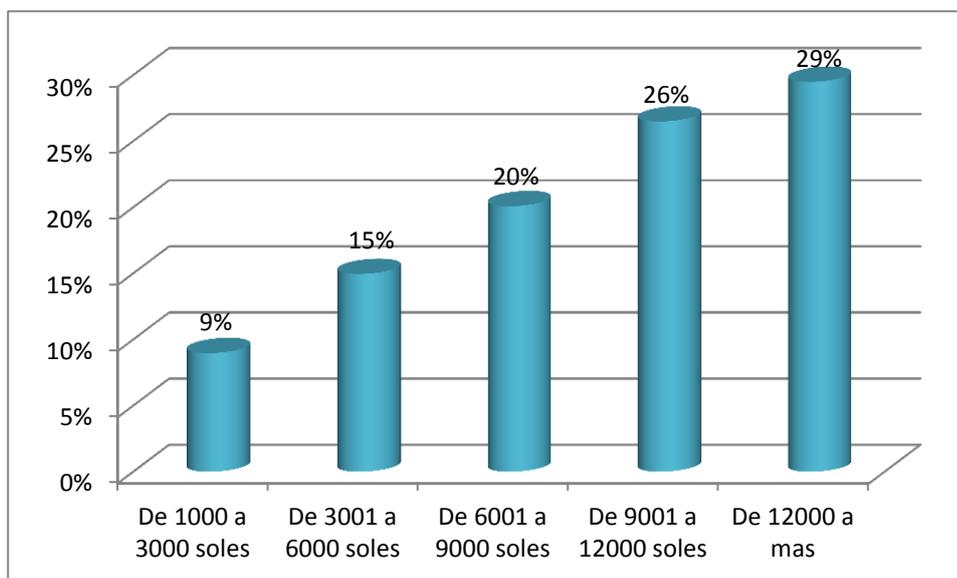
- 36 comerciantes obtienen préstamo de dinero 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15% del total de la encuesta realizada.
- 68 comerciantes obtienen préstamo de dinero 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29% del total de la encuesta realizada.
- 31 comerciantes obtienen préstamo de dinero 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 13% del total de la encuesta realizada.
- 20 comerciantes obtienen préstamo de dinero de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 09% del total de la encuesta realizada.
- 79 comerciantes obtienen préstamo de dinero mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 34% del total de la encuesta realizada.

**CUADRO N° 8**  
**CAPITAL QUE TRABAJAN**

| INTERVALO                | N° DE COMERCIAN-<br>TES | %    |
|--------------------------|-------------------------|------|
| a) De 1000 a 3000 soles  | 21                      | 9%   |
| b) De 3001 a 6000 soles  | 35                      | 15%  |
| c) De 6001 a 9000 soles  | 47                      | 20%  |
| d) De 9001 a 12000 soles | 62                      | 26%  |
| e) De 12000 a mas        | 69                      | 29%  |
| TOTAL                    | 234                     | 100% |

**FUENTE:** ENCUESTA APLICADA  
**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 8**  
**CAPITAL QUE TRABAJAN**



FUENTE: CUADRO N° 8

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

### INTERPRETACIÓN:

En el Cuadro N° 08 y el Gráfico N° 08, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 21 comerciantes trabajan con un capital de 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 9% del total de la encuesta realizada.
- 35 comerciantes trabajan con un capital de 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15% del total de la encuesta realizada.
- 35 comerciantes trabajan con un capital de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 20% del total de la encuesta realizada.

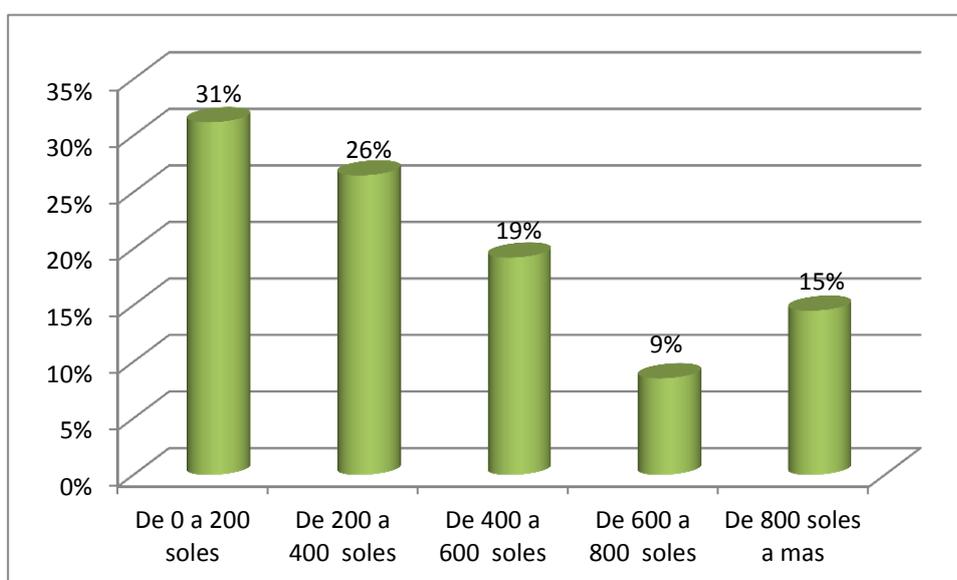
- 47 comerciantes trabajan con un capital de 9001 a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 26% del total de la encuesta realizada.
- 69 comerciantes trabajan con un capital mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29% del total de la encuesta realizada.

**CUADRO N° 9**  
**INGRESO POR SEMANA**

| INTERVALO             | Nº DE COMERCIANTES | %    |
|-----------------------|--------------------|------|
| a) De 0 a 200 soles   | 73                 | 31%  |
| b) De 201 a 400 soles | 62                 | 26%  |
| c) De 401 a 600 soles | 45                 | 19%  |
| d) De 601 a 800 soles | 20                 | 9%   |
| e) De 801 soles a mas | 34                 | 15%  |
| TOTAL                 | 234                | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 9**  
**INGRESO POR SEMANA**



FUENTE: CUADRO N° 9  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 09 y el Gráfico N° 09, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

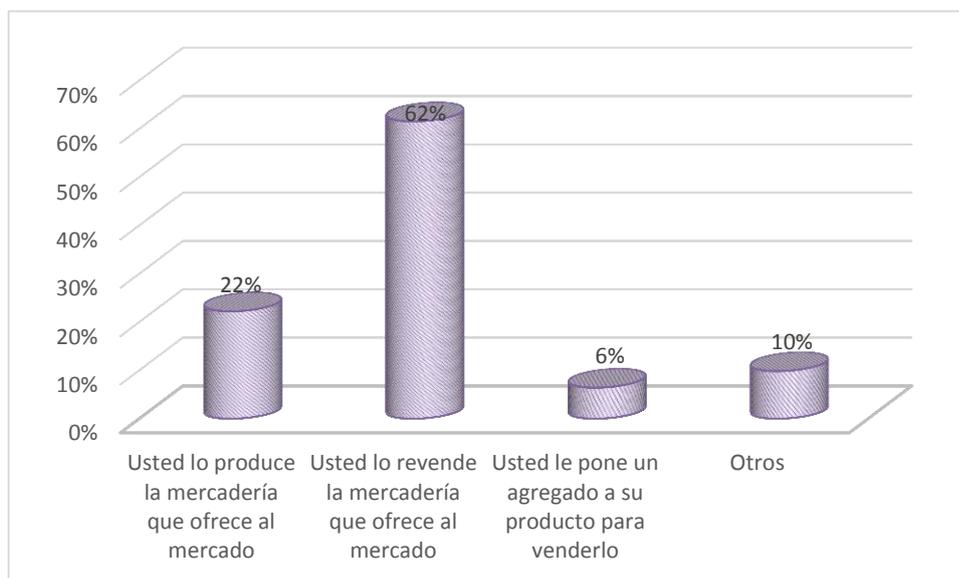
- 73 comerciantes tienen ingreso de 0 a 200 soles por semana; que representa el 31% del total de la encuesta realizada.
- 62 comerciantes tienen ingreso de 201 a 400 soles por semana; que representa el 26% del total de la encuesta realizada.
- 45 comerciantes tienen ingreso de 401 a 600 soles por semana; que representa el 19% del total de la encuesta realizada.
- 20 comerciantes tienen ingreso de 601 a 800 soles por semana; que representa el 9% del total de la encuesta realizada.
- 34 comerciantes tienen ingreso mayor a 801 soles por semana; que representa el 34% del total de la encuesta realizada.

**CUADRO N° 10**  
**GESTIÓN DE ESTABILIDAD DE NEGOCIO**

| ALTERNATIVA  | Nº DE COMERCIANTE | %    |
|--|-------------------|------|
| a) Usted lo produce la mercadería que ofrece al mercado  | 52                | 22%  |
| b) Usted lo revende la mercadería que ofrece al mercado  | 144               | 62%  |
| c) Usted le pone un agregado a su producto para venderlo | 15                | 6%   |
| d) Otros   | 23                | 10%  |
| TOTAL  | 234               | 100% |

**FUENTE:** ENCUESTA APLICADA  
**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 10**  
**GESTIÓN DE ESTABILIDAD DE NEGOCIO**



FUENTE: CUADRO N° 10

ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

### INTERPRETACIÓN:

En el Cuadro N° 10 y el Gráfico N° 10, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

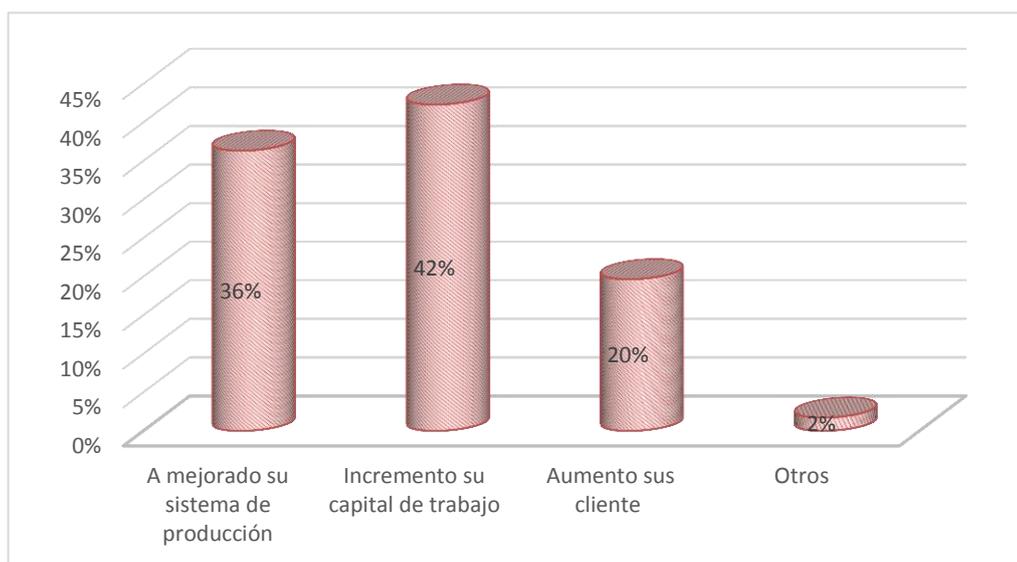
- 52 comerciantes produce la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 22% del total de la encuesta realizada.
- 144 comerciantes lo revende la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 62% del total de la encuesta realizada.
- 15 comerciantes le pone un agregado a su producto para venderlo; que representa el 10% del total de la encuesta realizada.
- 23 comerciantes gestiona su negocio para la estabilidad de su negocio de otras formas que no lo identificamos; que representa el 10% del total de la encuesta realizada.

**CUADRO N° 11**  
**MEDIDA QUE REPERCUTE EL CRÉDITO OBTENIDO EN SUS NEGOCIOS**

| ALTERNATIVA                         | Nº DE COMERCIANTES | %    |
|-------------------------------------|--------------------|------|
| A mejorado su sistema de producción | 85                 | 36%  |
| Incremento su capital de trabajo    | 99                 | 42%  |
| Aumento sus cliente                 | 46                 | 20%  |
| Otros                               | 4                  | 2%   |
| TOTAL                               | 234                | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 11**  
**MEDIDA QUE REPERCUTE EL CRÉDITO OBTENIDO EN SUS NEGOCIOS**



FUENTE: CUADRO N° 11  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 11 y el Gráfico N° 11, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los

siguientes:

- 85 comerciantes ha mejorado su sistema de producción; que representa el 36% del total de la encuesta realizada.
- 99 comerciantes han tenido un incrementado de capital de trabajo; que representa el 42% del total de la encuesta realizada.
- 46 comerciantes tienen aumento de clientes; que representa el 20% del total de la encuesta realizada.
- 4 comerciantes utilizan el crédito obtenido en otras formas; que representa el 2% del total de la encuesta realizada.

### 5.1.3. DETERMINAR LAS PROPUESTAS DE LINEAMIENTOS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015.

Con las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca conoceremos sus propuestas de lineamientos. Para ello presentamos los siguientes cuadros debidamente descritos que nos ayudarán a explicar de la mejor forma posible nuestro trabajo de investigación.

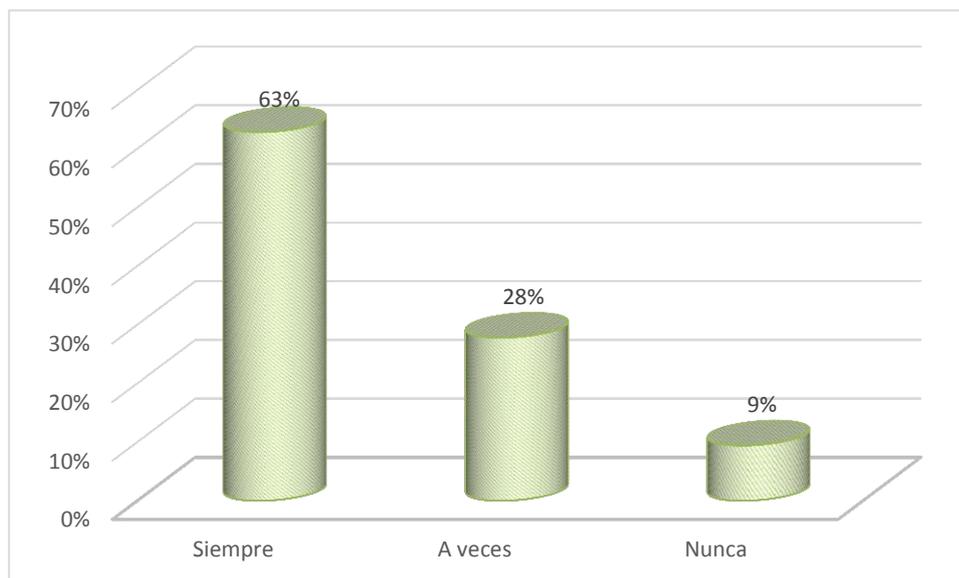
#### CUADRO N° 12

#### EXIGENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES, CUANDO VENDEN SUS PRODUCTOS

| ALTERNATIVA | Nº DE COMERCIANTES | %    |
|-------------|--------------------|------|
| a) Siempre  | 147                | 63%  |
| b) A veces  | 65                 | 28%  |
| c) Nunca    | 22                 | 9%   |
| TOTAL       | 234                | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 12**  
**EXIGENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS**  
**CLIENTES, CUANDO VENDEN SUS PRODUCTOS**



**FUENTE:** N° 12

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 12 y el Gráfico N° 12, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 147 comerciantes son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 63% del total de la encuesta realizada.
- 65 comerciantes son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 28% del total de la encuesta realizada.
- 22 comerciantes no son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que

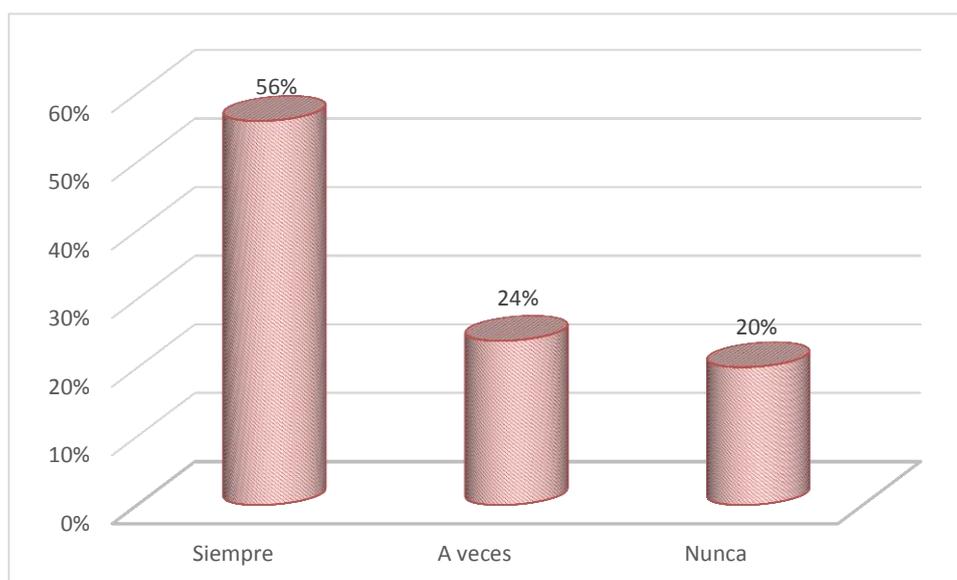
representa el 9% del total de la encuesta realizada.

**CUADRO N° 13**  
**INFORMADOS Y CAPACITADOS EN SITUACIONES DE COMPETENCIA**  
**DE MERCADO**

| ALTERNATIVA | N° DE<br>COMERCIANTES | %    |
|-------------|-----------------------|------|
| a) Siempre  | 131                   | 56%  |
| b) A veces  | 56                    | 24%  |
| c) Nunca    | 47                    | 20%  |
| TOTAL       | 234                   | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 13**  
**INFORMADOS Y CAPACITADOS EN SITUACIONES DE COMPETENCIA**  
**DE MERCADO**



FUENTE: CUADRO N° 13  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 13 y el Gráfico N° 13, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

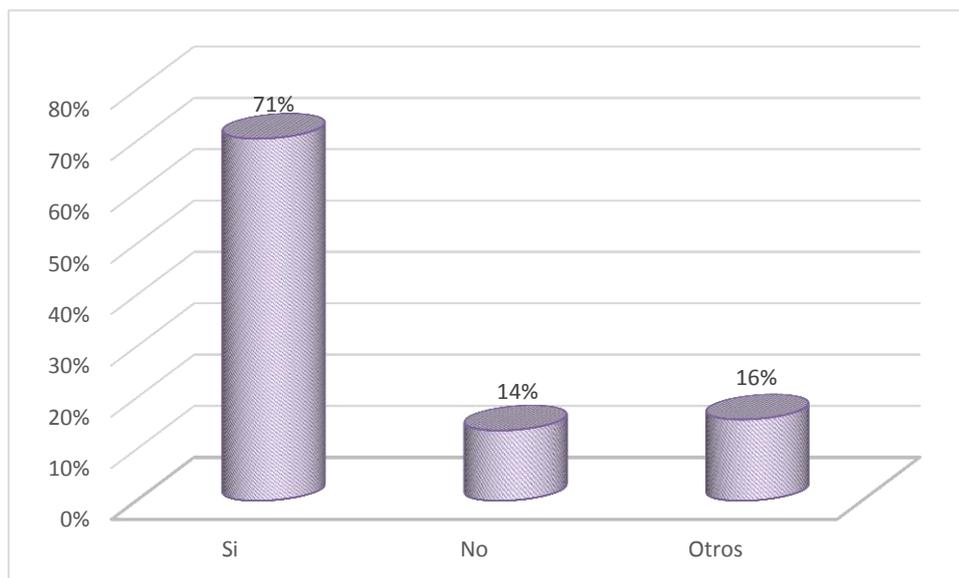
- 131 comerciantes está informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 56% del total de la encuesta realizada.
- 56 comerciantes está informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 24% del total de la encuesta realizada
- 47 comerciantes no están informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 20% del total de la encuesta realizada.

**CUADRO N° 14****SER CAPACITADO MENSUALMENTE POR EL MUNICIPIO Y LA  
SUNAT SOBRE GIRO Y GESTIÓN DE NEGOCIO:**

| ALTERNATIVA | Nº DE<br>COMERCIANTES | %    |
|-------------|-----------------------|------|
| a) Si       | 165                   | 71%  |
| b) No       | 32                    | 14%  |
| c) Otros    | 37                    | 16%  |
| TOTAL       | 234                   | 100% |

**FUENTE:** ENCUESTA APLICADA**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 14**  
**SER CAPACITADO MENSUALMENTE POR EL MUNICIPIO Y LA**  
**SUNAT SOBRE GIRO Y GESTIÓN DE NEGOCIO**



**FUENTE:** CUADRO N° 14  
**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

### **INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 14 y el Gráfico N° 14, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

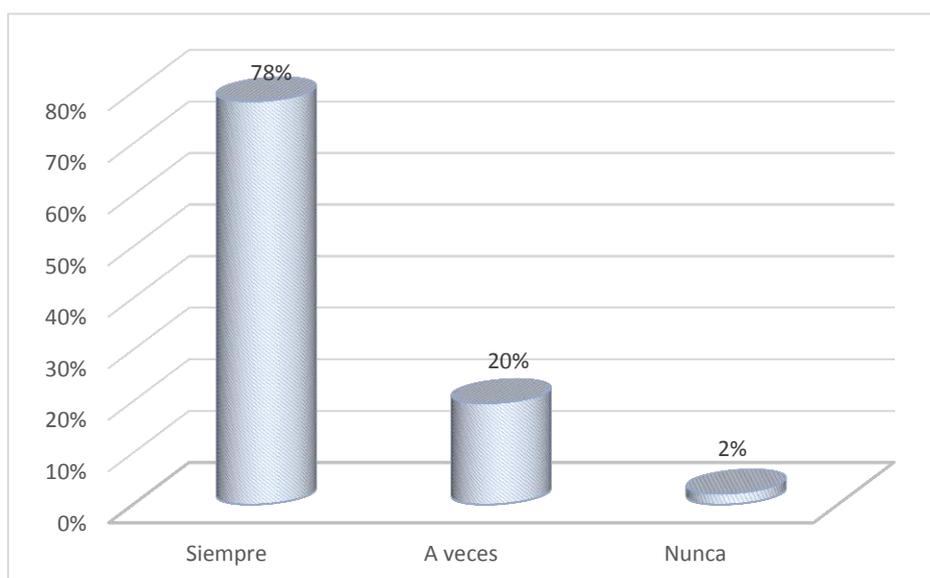
- 165 comerciantes le gustaría ser capacitado mensualmente por el Municipio y la Sunat sobre giro y gestión de negocio; que representa el 71% del total de la encuesta realizada.
- 32 comerciantes le gustaría ser capacitado mensualmente por el Municipio y la Sunat sobre giro y gestión de negocio; que representa el 14% del total de la encuesta realizada.
- 37 comerciantes no les gustaría ser capacitado por el Municipio y la Sunat sobre giro y gestión de negocio; que representa el 16% del total de la encuesta realizada.

**CUADRO N° 15**  
**COMPROMISO CON LA GESTIÓN DE SU NEGOCIO PARA**  
**INCREMENTAR SUS VENTAS**

| ALTERNATIVA | Nº DE COMERCIANTES | %    |
|-------------|--------------------|------|
| Siempre     | 183                | 78%  |
| A veces     | 46                 | 20%  |
| Nunca       | 5                  | 2%   |
| TOTAL       | 234                | 100% |

FUENTE: ENCUESTA APLICADA  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 15**  
**COMPROMISO CON LA GESTIÓN DE SU NEGOCIO PARA**  
**INCREMENTAR SUS VENTAS**



FUENTE: CUADRO N° 15  
ELABORADO: POR EL INVESTIGADOR

### INTERPRETACIÓN:

En el Cuadro N° 15 y el Gráfico N° 15, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 183 comerciantes se sienten comprometidos con la gestión de su negocio para incrementar sus ventas; que representa el 78% del total de la encuesta realizada.
- 46 comerciantes se sienten comprometidos con la gestión de su negocio para incrementar sus ventas; que representa el 20% del total de la encuesta realizada.
- 5 comerciantes no se sienten comprometidos con la gestión de su negocio para incrementar sus ventas; que representa el 2% del total de la encuesta realizada.

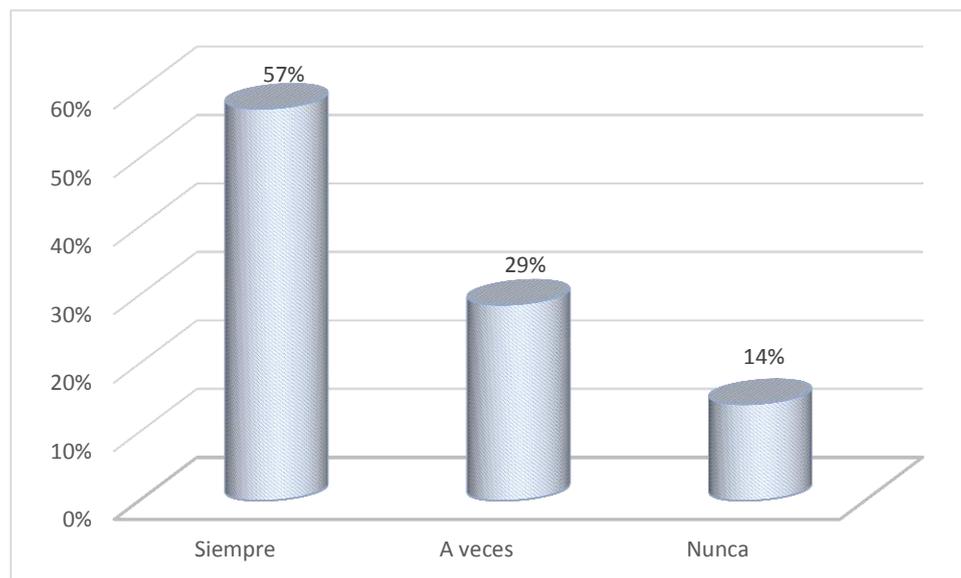
**CUADRO N° 16**  
**INFORMACIÓN QUE SABEN SOBRE NUEVOS PRODUCTOS**  
**PARA LA COMPETENCIA**

| ALTERNATIVA | Nº DE COMERCIAN-<br>TES | %    |
|-------------|-------------------------|------|
| a) Siempre  | 134                     | 57%  |
| b) A veces  | 67                      | 29%  |
| c) Nunca    | 33                      | 14%  |
| TOTAL       | 234                     | 100% |

**FUENTE:** ENCUESTA APLICADA

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**GRÁFICO N° 16**  
**INFORMACIÓN QUE SABEN SOBRE NUEVOS PRODUCTOS PARA LA**  
**COMPETENCIA**



**FUENTE:** CUADRO N° 16

**ELABORADO:** POR EL INVESTIGADOR

**INTERPRETACIÓN:**

En el Cuadro N° 16 y el Gráfico N° 16, se observa los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos que son los siguientes:

- 134 comerciantes están informados cada vez que sale nuevos productos para la competencia; que representa el 57% del total de la encuesta realizada.
- 67 comerciantes a veces están informados cuando sale nuevos productos para la competencia; que representa el 29% del total de la encuesta realizada.
- 33 comerciantes no están informados cuando sale nuevos productos para la competencia; que representa el 14% del total de la encuesta

realizada.

## **5.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS**

Habiendo concluido con el proceso de análisis de información de acuerdo a la metodología de la investigación, es necesario llevar a cabo la contratación de hipótesis planteadas en el presente trabajo.

En el presente trabajo de investigación se postula la hipótesis general

“Uso eficiente de las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015” el que se prueba por medio de tres hipótesis específicas:

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 01**

Los resultados que corresponden al objetivo específico 1) Analizar los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.

La hipótesis es aceptada, que los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca cuentan con Beneficios Financieros en la aprobación de obtención de créditos. Esta información está contenida en los cuadros N° 2, N° 3, N° 4, N° 5 y N° 6.

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 02**

Los resultados que corresponden al objetivo específico 2) Explicar el Desarrollo y Crecimiento Económico en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015

La hipótesis es aceptada, esta información está contenida en los cuadros N° 7, N° 8, N° 9, N° 10 y N° 11 donde muestran el dinero que utilizan de las entidades financieras, el capital que trabajan y el gestionamiento para el giro de su negocio

Esta información está contenida en el anexo de la encuesta donde muestra beneficios en la aprobación de obtención de créditos y crecimiento de negocio

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 03**

Los resultados que corresponden al objetivo específico 3) Determinar las Propuestas de Lineamientos de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.

La hipótesis es aceptada, esta información está contenida en los cuadros N° 12, N° 13, N° 14, N° 15 y N° 16 donde muestra la calidad que ofrecen de sus productos y la satisfacción de los clientes.

## CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 muestra que; 25 comerciantes tienen mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda; que representa el 11%, 90 comerciantes tienen amplios plazos de financiación; que representa el 39% y 119 comerciantes tienen acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas; que representa el 51 % del total de la encuesta realizada. Y los criterios que las entidades aplica para la aprobación de obtención de créditos son: 33 comerciantes para la aprobación de créditos, prácticamente no han variado sus trámites; que representa el 14%, y 81 comerciantes tienen la facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José; que representa el 35%, y 46 comerciantes tienen reducción de trámites para la aprobación de créditos; que representa el 20%, y 74 comerciantes tienen actualizaciones de datos para la aprobación de créditos; que representa el 7% del total de la encuesta realizada. Lo que demuestra tienen bajas tasas de intereses y simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito.

**SEGUNDO:** En el desarrollo de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 resulto de la siguiente manera: El importe de préstamo de dinero que obtienen los comerciantes del Mercado Internacional San José para el giro de su negocio resulta 36 comerciantes obtienen préstamo de dinero 1000 a 3000 soles

para el giro de su negocio; que representa el 15%, 68 comerciantes obtienen préstamo de dinero 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29%, 31 comerciantes obtienen préstamo de dinero 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 13%, 20 comerciantes obtienen préstamo de dinero de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 09%, 79 comerciantes obtienen préstamo de dinero mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 34% del total de la encuesta realizada. Y con el capital que trabajan en el mercado Internacional San José muestra; 21 comerciantes trabajan con un capital de 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 9%, 35 comerciantes trabajan con un capital de 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15%, 35 comerciantes trabajan con un capital de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 20%, 47 comerciantes trabajan con un capital de 9001 a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 26% y 69 comerciantes trabajan con un capital mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29% del total de la encuesta realizada. Estos resultados nos muestran el desarrollo económico es positivo en los Comerciantes del Mercado Internacional san José.

**TERCERO:** El Desarrollo Económico de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 resulto de la siguiente manera: 73 comerciantes tienen ingreso de 0 a 200 soles por semana; que representa el 31%, 62 comerciantes tienen ingreso de 201 a 400 soles por semana; que representa el 26%, 45 comerciantes tienen

ingreso de 401 a 600 soles por semana; que representa el 19%, 20 comerciantes tienen ingreso de 601 a 800 soles por semana; que representa el 9% y 34 comerciantes tienen ingreso mayor a 801 soles por semana; que representa el 34% del total de la encuesta realizada. Y para la estabilidad de su negocio resulta; 52 comerciantes produce la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 22%, 144 comerciantes lo revende la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 62%, 15 comerciantes le pone un agregado a su producto para venderlo; que representa el 10% y 23 comerciantes gestiona su negocio para la estabilidad de su negocio de otras formas que no lo identificamos; que representa el 10% del total de la encuesta realizada. Estos resultados nos muestran que el desarrollo económico es positivo en los Comerciantes del Mercado Internacional San José.

**CUARTO:** Los comerciantes del Mercado Internacional San José Tienen propuestas de lineamientos para una adecuada gestión tal como muestra los resultados; 147 comerciantes son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 63%, 65 comerciantes son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 28% y 22 comerciantes no son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 9% del total de la encuesta realizada. Y están informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; 131 comerciantes está informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 56%, 56

comerciantes está informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 24% y 7 comerciantes no están informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 20% del total de la encuesta realizada. Estos resultados han servido para confirmar nuestra hipótesis específica N° 03.

## RECOMENDACIONES

### PRIMERA

A los Comerciantes del Mercado Internacional San José le den el buen uso del crédito para que los aleje de los problemas, les traiga ventajas y que tengan un buen historial crediticio que los abre la puerta a mejores condiciones de crédito, como plazos mayores y tasas más bajas para el crecimiento y gestión de su negocio.

### SEGUNDO

A los comerciantes del Mercado Internacional San José deben tener metas claras para utilizar los recursos financieros y hacer el uso eficiente en el giro de su negocio debido a la demanda de productos que se comercializa en este mercado e incrementar las ventas con otros mercados exteriores.

### TERCERA

A los comerciantes del Mercado Internacional San José deben aplicar sus propuestas de lineamiento en la comercialización de sus productos a fin de lograr una satisfacción mayor a los clientes.

### CUARTA

Realizar e implementar cada vez y con mayor frecuencia, actividades tendientes a difundir conocimientos e informaciones y orientar por parte de la municipalidad y entidades financieras sobre estudios de mercado, competencia y uso eficiente del dinero.

**BIBLIOGRAFIA**

- Abogados en Lima. (2012). Estudio de abogados. *Trabajando todas las áreas*.
- Alorilla Mamani, R. F. (2007). *“Las Microfinanzas en Pro Mujer INC Rediseño De Productos Financieros y su Impacto en la Agencia Cusco de Microfinanzas Caritas del Perú Mayo 2003 – Abril 2005”*. Puno: UNA.
- Betancourt Kanashiro, C. (15 de Noviembre de 2015). *Contratos Bancarios*. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/05EDEE22BF2868E005257A940076FB5B/\\$FILE/contratos\\_bancarios.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/05EDEE22BF2868E005257A940076FB5B/$FILE/contratos_bancarios.pdf)
- Cabrera Deza, Y. L. (2013). *“Análisis del Sistema de Crédito en Microfinanzas y su Incidencia en la Rentabilidad de EDPYME Raíz Agencia Juliaca 2008”*. Puno: UNA.
- Charaja Cutipa, F. (2011). *El Mapic en la Metodología de la Investigación*. Puno.
- Collantes, N. (2013). *Rol de las Microfinanzas en el Desarrollo de Productos Andinos*. Obtenido de [20\\_Rol\\_de\\_las\\_microfinanzas\\_en\\_el\\_desarrollo\\_de\\_productos\\_andinos%20\(2\).pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/20_Rol_de_las_microfinanzas_en_el_desarrollo_de_productos_andinos%20(2).pdf)
- CORREO. (21 de Diciembre de 2013). Créditos de consumo tienen más dinamismo en Juliaca. *Correo*.
- Departamentos de Estudio Economicos. (Miercoles de Febrero de 2014). *Asociación de Bancos del Perú*. Recuperado el Noviembre de 21, de [http://www.asbanc.pe/ContenidoFileServer/ASBANC%20SEMANAL%20N%C2%B096\\_2014022804573562.pdf](http://www.asbanc.pe/ContenidoFileServer/ASBANC%20SEMANAL%20N%C2%B096_2014022804573562.pdf)
- Finanzas Practicas. (15 de Noviembre de 2015). *Tu asesor financiero personal*. Obtenido de [https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que\\_es/solicitar.php](https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que_es/solicitar.php)
- Huerta Benites, F. (2006). *Microfinanzas "Gestión y Desarrollo"*. Lima: Instituto de Economía y Empresa s.a.c.

- Jaño Callo, A. (2005). *Factores de Riesgo de Crédito y su Influencia en la Sostenibilidad del Programa de Microfinanzas Caritas Perú Agencia Juli 2002-2003*. Puno: Una.
- Larico Sucaticona, F. R. (2013). *Evasión Tributaria en el Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca y Efecto en la Recaudación Fiscal - Periodo 2012*. Puno: UNA.
- Medina, A. (8 de 06 de 2014). *Nuevas Formas de Trabajar*. Recuperado el 5 de 11 de 2015, de <http://www.altonivel.com.mx/43230-4-preguntas-de-negocio-para-tu-estrategia-de-marketing.html>
- Ordoñez Casas, M. A. (1991). *Operaciones y Contabilidad en las Instituciones Financieras*. Iberoamérica de Editores Ltda.
- Pachamama, R. (06 de Setiembre de 2013). *Pachamama la voz del sur andino*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.pachamamaradio.org/06-09-2013/juliaca-mercado-internacional-de-san-jose-celebra-aniversario-pese-a-necesidades.html>
- Picaza Fraile, R. (2010). *Estudio de mercado en comercio minorista*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de [http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/estudio\\_mercado\\_comerci\\_minorista.pdf](http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/estudio_mercado_comerci_minorista.pdf)
- Portocarrero Maish, F. (1999). *Microfinanzas en el Perú*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Ramirez E., E. (2010). *Proyectos de investigación*. Lima: San Marcos.
- Regis, H. (Abril de 2013). *Equilibrium*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.equilibrium.com.pe/sectorialmfidic12.pdf>
- RENIEC. (s.f.). *Registro Nacional de Identificación y Estado Civil*. Obtenido de Registro Nacional de Identificación y Estado Civil: <https://www.reniec.gob.pe/portal/acercaDni.htm#>
- Rubio Domingues, P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Madrid.
- Ruelas Humpiri, M. A., & Espillico Chique, A. (2010). En *Documentación Mercantil Contable*. Puno.

- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Turpo, E. (2010). *"Influencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de Juliaca - Periodo 2009"*. Puno: UNA.
- Villacorta Cavero, A. (2001). *Productos y Servicios Financieros Operaciones Bancarias*. Lima: Pacifico Editores.
- Virreira Centella, R. (Octubre de 2010). *Centro Internacional de Apoyo a las Innovaciones Financieras*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de AFIN:  
[http://www.abappra.com/pdf\\_microfinanzas/presentacion\\_virreira\\_centellas\\_introduccion\\_microf.pdf](http://www.abappra.com/pdf_microfinanzas/presentacion_virreira_centellas_introduccion_microf.pdf)

# ANEXOS

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

| <b>PROBLEMA</b>   | <b>HIPOTESIS</b>   | <b>OBJETIVOS DE ESTUDIO</b>  | <b>VARIABLES</b>   | <b>INDICADORES</b>   |
|---|--|--|--|--|
| <b>PROBLEMA GENERAL</b><br>¿Cómo influyen las Microfinanzas, para el Crecimiento y Gestión de su negocio de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015? | <b>HIPOTESIS GENERAL</b><br>Uso eficiente de las Microfinanzas, para el Crecimiento y Gestión de su negocio de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015. | <b>OBJETIVO GENERAL</b><br>Conocer cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015. | <b>VARIABLE GENERAL</b><br><b>V.I.:</b> Microfinanzas<br><b>V.D.:</b> Crecimiento y gestión                  | <b>INDICADORES</b><br>• Incremento de capital<br>• Crecimiento de negocios<br>• Créditos financieros<br>• Productos de calidad<br>• Conocimiento competencia mercado |
| <b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b><br>• ¿Qué Beneficio Financieros ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?            | <b>HIPOTESIS ESPECIFICOS</b><br>• Las bajas tasas de intereses, simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito.   | <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b><br>• Analizar los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.      | <b>VARIABLES ESPECIFICOS</b><br><b>V.I.:</b> Beneficio financieros<br><b>V.D.:</b> Otorgamiento de crédito   | • Bajas tasas intereses.<br>• Crecimiento de negocios<br>• Facilidad de obtención de crédito.<br>• Beneficios financieros  |
| • ¿Cómo es el Desarrollo y Crecimiento Económico de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?   | • El Desarrollo y Crecimiento Económico es positivo en los Comerciantes del Mercado Internacional San José.  | • Explicar el Desarrollo y Crecimiento Económico en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.  | <b>VARIABLES ESPECIFICOS</b><br><b>V.I.:</b> Desarrollo y Crecimiento Económico<br><b>V.D.:</b> Comerciantes | • Crédito bancario<br>• Capital de negocio<br>• Ingresos<br>• Estabilidad de negocio<br>• Inversión de crédito   |
| • ¿Cómo mejorar la Gestión de su Negocio de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015?   | • Propuestas de Lineamientos para una adecuada Gestión, de los Comerciantes del Mercado Internacional San José   | • Determinar las Propuestas de Lineamientos de los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015.   | <b>V.I.:</b> Gestión de su Negocio<br><b>V.D.:</b> Comerciantes  | • Calidad de productos<br>• Competencia mercado<br>• Capacitación<br>• Ventas  |



### FICHA DE OBSERVACIÓN

Se ha determinado una muestra de 342 comerciantes de los cuales hacen uso de las Microfinanzas para el crecimiento y gestión de su negocio son 234 comerciantes que se considera como unidad de análisis y que se aplicaron las encuestas y 108 comerciantes trabajan con capitales propios.

| <b>COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL DE SAN JOSÉ</b> | <b>Nº</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---|-----------|-------------------|
| Comerciantes que hacen uso de las Microfinanzas           | 234       | 68.42%            |
| Comerciantes que no hacen uso de las Microfinanzas        | 108       | 31.58%            |
| TOTAL   | 342       | 100%              |



## ENCUESTA DE USO DE LAS MICROFINANZAS

Te agradecemos que nos conceda unos minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas. Este estudio nos ayudara a conocer la influencia de las Microfinanzas (Prestamos de Créditos Bancarios) para la gestión de su negocio durante el año 2015.

**INSTRUCCIONES:** Lea determinadamente las preguntas y marque con una X la alternativa que cree conveniente

### BENEFICIOS FINANCIEROS

1. **¿Cómo cree que evoluciono su negocio durante el presente año con la obtención de créditos de las entidades financieras?**
  - a) No hay incremento de capital
  - b) Incremento de capital de 1% a 5%
  - c) Incremento de capital de 6% a 10%
  - d) Incremento de capital de 11% a 15%
  - e) Incremento de capital de 16% a 20%
  - f) Incremento de capital de\_\_\_\_\_
2. **Durante el presente año, ¿De qué manera han cambiado los criterios que su entidad aplica para la aprobación de obtención de créditos?**
  - a) Prácticamente no han variado sus tramites
  - b) Facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José
  - c) Reducción de trámites
  - d) Actualización de datos
3. **Durante el presente año, ¿Qué efecto han tenido con la obtención de créditos bancarios en el crecimiento de su negocio?**
  - a) Incremento de negocio
  - b) Mantenimiento del negocio
  - c) Disminución del negocio
4. **¿Cómo obtienes un crédito financiero?**
  - a) Te ofrecen la entidad bancaria en tu puesto
  - b) Solicitas en la misma entidad bancaria
  - c) Por tener un convenio con la entidad bancaria
5. **¿Qué beneficios financieros les ofrecen las entidades financieras?**
  - a) Mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda
  - b) Amplios plazos de financiación
  - c) Acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas

**DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO DE SU NEGOCIO**

6. **¿Cuál es el importe de préstamo de dinero que obtiene para el giro de su negocio?**
  - a) De 1000 a 3000 soles
  - b) De 3001 a 6000 soles
  - c) De 6001 a 9000 soles
  - d) De 9001 a 12000 soles
  - e) De 12000 soles a mas
7. **¿Con cuánto de capital usted trabaja?**
  - a) De 1000 a 3000 soles
  - b) De 3001 a 6000 soles
  - c) De 6001 a 9000 soles
  - d) De 9001 a 12000 soles
  - e) De 12000 a mas
8. **¿Cuánto es su ingreso semanal?**
  - a) De 0 a 200 soles
  - b) De 201 a 400 soles
  - c) De 401 a 600 soles
  - d) De 601 a 800 soles
  - e) De 801 soles a mas
9. **¿Cómo gestiona usted para la estabilidad de su negocio?**
  - a) Usted lo produce la mercadería que ofrece al mercado
  - b) Usted lo revende la mercadería que ofrece al mercado
  - c) Usted le pone un agregado a su producto para venderlo
  - d) Otros
10. **¿En qué medida ha repercutido el crédito obtenido en su negocio?**
  - a) A mejorado su sistema de producción
  - b) Incremento su capital de trabajo
  - c) Aumento sus cliente
  - d) otros

**PROPUESTAS DE LINEAMIENTOS**

- 11. ¿Es exigente usted en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos?**
  - a) Siempre
  - b) A veces
  - c) Nunca
- 12. ¿Está usted informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado?**
  - a) Siempre
  - b) A veces
  - c) Nunca
- 13. ¿Le gustaría a usted ser capacitado mensualmente por el Municipio y la Sunat sobre giro y gestión de negocio?**
  - a) Si
  - b) No
  - c) Otros.....
- 14. ¿Usted se siente comprometido con la gestión de su negocio para incrementar sus ventas?**
  - a) Siempre
  - b) A veces
  - c) Nunca
- 15. ¿Esta informados usted cada vez que sale nuevos productos para la competencia?**
  - a) Siempre
  - b) A veces
  - c) Nunca

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

**ARTÍCULO CIENTÍFICO**

"INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN  
DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015"

"INFLUENCE OF MICROFINANCE FOR THE GROWTH AND MANAGEMENT OF  
ITS BUSINESS OF TRADERS OF THE INTERNATIONAL MARKET SAN JOSE  
OF THE CITY OF JULIACA IN THE YEAR 2015"

**PRESENTADO POR:**

JOSÉ ANTONIO OCHOA OBLITAS

**DIRECTOR DE TESIS:**

  
Dra. MARIA A. CATACORA PEÑARANDA

**ASESOR DE TESIS:**

  
MSc. HUGO Fr. CONDORI MANZANO

**COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN:**

  
MSc. PERCY QUISPE PINEDA

**ARTÍCULO CIENTÍFICO**

“INFLUENCIA DE LAS MICROFINANZAS PARA EL CRECIMIENTO Y GESTIÓN DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ DE LA CIUDAD DE JULIACA EN EL AÑO 2015”

"INFLUENCE OF MICROFINANCE FOR THE GROWTH AND MANAGEMENT OF ITS BUSINESS OF TRADERS OF THE INTERNATIONAL MARKET SAN JOSE OF THE CITY OF JULIACA IN THE YEAR 2015"

Autor: José Antonio Ochoa Oblitas

Correo electrónico: joseochoa\_o@hotmail.com

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES UNA PUNO

**RESUMEN**

El trabajo, fue realizado en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno. Un aspecto que motivo la realización del presente trabajo de investigación, que permitió identificar el crecimiento de este Mercado Internacional San José debido a su demanda de clientes de adquisición de producto de segunda necesidad como son textil, electrodomésticos, calzados, abarrotos, etc. En el trabajo de investigación, entre las conclusiones más relevantes a las que llegaron son: Los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 muestra que; 25 comerciantes tienen mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda; que representa el 11%, 90 comerciantes tienen amplios plazos de financiación; que representa el 39% y 119 comerciantes tienen acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas; que representa el 51 % del total de la encuesta realizada. Por consiguiente se formula el problema general. ¿Cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015? Dentro de la metodología de investigación se ha aplicado el enfoque cualitativo, proceso deductivo, tipo de investigación descriptivo y diseño de investigación no experimental. Para la investigación se utiliza la muestra poblacional de 234 comerciantes del Mercado Internacional. El objetivo del trabajo de investigación es Conocer cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015. La hipótesis planteada es Uso eficiente de

las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015. En Capítulo I, Se ha elaborado el planteamiento del problema, los cuales se identifican por medio de comerciantes y bancos crediticios, En el Capítulo II, Se ha elaborado el marco teórico y conceptual que dio consistencia y respaldo a la presente investigación, descripción de las hipótesis, variables y su operacionalización. En el Capítulo III, se establece la metodología de la investigación que el método descriptivo, deductivo y el analítico, el tipo de investigación para el logro de los objetivos del presente trabajo, también se establece la población de estudio que son los comerciantes del Mercado Internacional san José y la muestra está determinado por el método estadístico de Ramirez. En el Capítulo IV, se descubre las características donde se desarrolla la presente investigación, que se entra el Mercado Internacional San José en el Distrito de Juliaca Provincia san Román, Departamento Puno. En el Capítulo V, Se expresó y analizo los resultados con las hipótesis, permitiendo llegar a las conclusiones y recomendaciones.

**Palabras claves:** Microfinanzas, Crecimiento y Gestión.

#### ABSTRACT

Work was carried out on the international market San Jose the city of Juliaca, San Román province, Puno Department. An aspect that reason the realization of the present research work, which allowed us to identify the growth of this international market San Jose due to its demand of customers acquired second need product such as textile, electrical appliances, shoes, groceries, etc. In the work of research, between them conclusions more relevant to which arrived are: them benefits financial that offer them entities financial to the traders of the market International San Jose of the city of Juliaca in the year 2015 shows that; 25 merchants have best interests for their savings, with security provided; that represents 11%, 90 traders have ample financing periods; that represents 39% and 119 merchants have quick and easy access to credit at very competitive rates; representing 51% of the total of the survey. Accordingly formulated the general problem. How influence them microfinance, for the growth and management of its business of them traders of the market International San Jose of the city of Juliaca in the year 2015? Within the research methodology has been applied to the qualitative approach, deductive process, type of research descriptive and non-experimental research design. Research using population sample of 234 traders in the

international market. The aim of the research is to know influence how microfinance, for the growth and management of its business of merchants of the city of Juliaca in 2015 international market San Jose. The hypothesis is efficient use of microfinance for growth and management of its business of merchants of the city of Juliaca in 2015 San Jose international market. In chapter I, the approach to the problem, which are identified by traders and credit banks, has been elaborated in chapter II, the theoretical and conceptual framework that gave consistency and support to this research, description of the hypothesis, variables, and its implementation has been prepared. In the chapter III, is establishes the methodology of the research that the method descriptive, deductive and the analytical, the type of research for the achievement of them objectives of the present work, also is sets the population of study that are them merchants of the market international san Jose and it shows is determined by the method statistical of Ramirez. In the chapter IV, is see them features where is develops the present research, that is enters the market International San Jose in the District of Juliaca province san Román, Department Puno. In chapter V, he said and I analyze the results with hypotheses, allowing to reach conclusions and recommendations.

**Key words:** microfinance, growth and management.

## INTRODUCCIÓN

El financiamiento de los comerciantes tiene gran importancia en el crédito que constituye una de las herramientas más significativas para asignar capital y el uso eficiente en el crecimiento y gestión de su negocio, reforzando su productividad y eficiencia, y así contribuir con el desarrollo del Mercado Internacional San José. Dentro de este contexto los bancos se desarrollan como una institución de intermediación financiera, creado con el objeto descentralizado y democratizar el crédito.

En el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca tiene una demanda de productos de segunda necesidad que comercializan con otros mercados y público en general donde ofertan productos de textil, ropas, juguetes, electrodomésticos, calzados y abarrotes, etc. Se puede observar mayoristas y minoristas donde tienen movimientos de capitales principalmente los días lunes y jueves en su gran mayoría utilizando dinero de Entidades Financieras. Por consiguiente se formula el problema general ¿Cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del mercado

internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015?, la hipótesis planteada fue: Uso eficiente de las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015 Y el objetivo planteado fue Conocer cómo influyen las Microfinanzas, para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del mercado internacional de San José de la ciudad de Juliaca en el año 2015.

La investigación está basado en la influencia de las Microfinanzas para el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes de mercado San José donde los comerciantes que ofertan sus productos en dichas zonas, son los principales clientes de este tipo de entidades financieras, en estos lugares son los puntos de concentración de miles de compradores que buscan desde novedosos juguetes, prendas de vestir y hasta electrodomésticos.

## **MATERIALES Y METODOS**

### **Método Descriptivo**

El método descriptivo es el método en que se lleva a cabo recogiendo las informaciones sobre situaciones o hechos actuales con el objeto de examinarlos, analizarlos, describirlos y con ello determinar su influencia de las microfinanzas, analizar los datos. En el presente trabajo de investigación se utilizó para analizar y describir el uso de las Microfinanzas de los comerciantes del Mercado Internacional San José por cuadros.

### **Método Analítico**

Es el método que consiste en descomponer un todo, en su parte, con la finalidad de estudiar y conocer las características, naturaleza y propiedades de los elementos y que permitirá encontrar una verdad. Este método durante el desarrollo del trabajo de ha utilizado para hacer el análisis de las distintas entrevistas y encuestas.

### **Método Deductivo**

Este método nos permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelven explícitas.

Esto es, que a partir de la situación observada en el Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, se llega a identificar las explicaciones particulares de los comerciantes contenidos explícitamente en la situación general, lo cual demostraría nuestra hipótesis.

**Tipo de investigación**

El tipo de investigación utilizado fue el descriptivo *expost facto*, el que consiste en buscar, especificar propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

**Diseño de investigación**

El diseño de investigación es de tipo No Experimental, determinando sobre la base de las entrevistas o encuestas de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca.

**Población**

La población del presente trabajo de investigación está conformada por los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca. Conformado de 3200 comerciantes. (Fuente: Padrón de la Asociación de Comerciantes del Mercado Internacional san José)

**Muestra**

En la presente investigación se hará una selección de muestra de tipo no probabilístico intencional, puesto que no se contara con la opinión de todos los socios por tener concurrencia baja, tomando como muestra 234 comerciantes del Mercado Internacional San José.

**Materiales**

Para el trabajo de investigación se utilizó lo siguiente: Se obtuvo acceso al padrón de socios del Mercado Internacional San José, ficha de observación, libreta de apuntes y encuestas.

**RESULTADOS**

Con los resultados obtenidos de la ficha de observación y encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca, durante el año 2015 conoceremos la influencia de las Microfinanzas en el crecimiento y gestión de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José. Para ello presentamos los siguientes cuadros debidamente descritos que nos ayudarán a explicar de la mejor forma posible nuestro trabajo de investigación.

**TABLA 1**  
**LOS CAMBIOS DE LOS CRITERIOS QUE LAS ENTIDAD APLICA, PARA LA APROBACIÓN DE OBTENCIÓN DE CREDITO**

| ALTERNATIVA   | FRECUENCIA | %           |
|---|------------|-------------|
| a) Prácticamente no han variado sus tramites        | 33         | 14%         |
| b) Facilidad de obtención de créditos por ser socio | 81         | 35%         |
| c) Reducción de trámites                            | 46         | 20%         |
| d) Actualización de datos                           | 74         | 32%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>234</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 1, se observa que 33 comerciantes para la aprobación de créditos, prácticamente no han variado sus trámites; que representa el 14% del total de la encuesta realizada, 81 comerciantes tienen la Facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José; que representa el 35% del total de la encuesta realizada, 46 comerciantes tienen Reducción de trámites para la aprobación de créditos; que representa el 20% del total de la encuesta realizada y 74 comerciantes tienen Actualización de datos para la aprobación de créditos; que representa el 7% del total de la encuesta realizada.

**TABLA 2**  
**EFFECTOS QUE HAN TENIDO, CON LA OBTENCIÓN DE CRÉDITOS BANCARIOS PARA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO**

| ALTERNATIVA                  | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------------------|------------|-------------|
| a) Incremento de negocio     | 103        | 44%         |
| b) Mantenimiento del negocio | 111        | 47%         |
| c) Disminución del negocio   | 20         | 9%          |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>234</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 2, se observa que: 103 comerciantes tiene incremento de negocio con créditos financieros; que representa el 44% del total de la encuesta realizada, 111 comerciantes tienen mantenimiento del negocio con créditos financieros; que representa el 47% del total de la encuesta realizada y 20 comerciantes tienen disminución del negocio con créditos financieros; que representa el 9% del total de la encuesta realizada.

**TABLA 3**  
**OBTENCIÓN DE UN CRÉDITO FINANCIERO**

| ALTERNATIVA                                    | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--|------------|-------------|
| a) Te ofrecen la entidad bancaria en tu puesto | 134        | 57%         |
| b) Solicitas en la misma entidad bancaria      | 70         | 30%         |
| c) Por tener un convenio con el banco          | 30         | 13%         |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>234</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 3 se observa: 134 comerciantes les ofrecen las entidades bancarias en su puesto; que representa el 57% del total de la encuesta realizada, 70 comerciantes solicitan en una misma entidad bancaria para la obtención de créditos financieros; que representa el 30% del total de la encuesta realizada y 30 comerciantes tienen convenio con la entidad bancaria para la aprobación de créditos financieros; que representa el 13% del total de la encuesta realizada.

**TABLA 4**  
**BENEFICIOS FINANCIEROS**

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--|------------|-------------|
| a) Mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda | 25         | 11%         |
| b) Amplios plazos de financiación                                  | 90         | 38%         |
| c) Acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas     | 119        | 51%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>234</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 4, se observa que: 25 comerciantes tienen mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda; que representa el 11% del total de la encuesta realizada, 90 comerciantes tienen amplios plazos de financiación; que representa el 38% del total de la encuesta realizada y 119 comerciantes tienen acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas; que representa el 51% del total de la encuesta realizada.

**TABLA 5**  
**CANTIDAD DE PRÉSTAMO DE DINERO QUE OBTIENEN PARA EL GIRO DE SU NEGOCIO**

| INTERVALO                | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------------------|------------|-------------|
| a) De 1000 a 3000 soles  | 36         | 15%         |
| b) De 3001 a 6000 soles  | 68         | 29%         |
| c) De 6001 a 9000 soles  | 31         | 13%         |
| d) De 9001 a 12000 soles | 20         | 9%          |
| e) De 12000 soles a mas  | 79         | 34%         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>234</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 5 se observa que: 36 comerciantes obtienen préstamo de dinero 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15% del total de la encuesta realizada, 68 comerciantes obtienen préstamo de dinero 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29% del total de la encuesta realizada, 31 comerciantes obtienen préstamo de dinero 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 13% del total de la encuesta realizada, 20 comerciantes obtienen préstamo de dinero de 9001 a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 9% del total de la encuesta realizada, 79 comerciantes obtienen préstamo de dinero de 12000 soles a mas para el giro de su negocio; que representa el 34% del total de la encuesta realizada.

su negocio; que representa el 09% del total de la encuesta realizada y 79 comerciantes obtienen préstamo de dinero mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 34% del total de la encuesta realizada

**TABLA 6**  
**CAPITAL QUE TRABAJAN**

| INTERVALO                | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------------------|------------|-------------|
| a) De 1000 a 3000 soles  | 21         | 9%          |
| b) De 3001 a 6000 soles  | 35         | 15%         |
| c) De 6001 a 9000 soles  | 47         | 20%         |
| d) De 9001 a 12000 soles | 62         | 26%         |
| e) De 12000 a mas        | 69         | 29%         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>234</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 6 se observa que: 21 comerciantes trabajan con un capital de 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 9% del total de la encuesta realizada, 35 comerciantes trabajan con un capital de 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15% del total de la encuesta realizada, 35 comerciantes trabajan con un capital de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 20% del total de la encuesta realizada, 47 comerciantes trabajan con un capital de 9001 a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 26% del total de la encuesta realizada y 69 comerciantes trabajan con un capital mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29% del total de la encuesta realizada.

**TABLA 7**  
**INGRESO POR SEMANA**

| INTERVALO             | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-----------------------|------------|-------------|
| a) De 0 a 200 soles   | 73         | 31%         |
| b) De 201 a 400 soles | 62         | 26%         |
| c) De 401 a 600 soles | 45         | 19%         |
| d) De 601 a 800 soles | 20         | 9%          |
| e) De 801 soles a mas | 34         | 15%         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>234</b> | <b>100%</b> |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 7 se observa que: 73 comerciantes tienen ingreso de 0 a 200 soles por semana; que representa el 31% del total de la encuesta realizada, 62 comerciantes tienen ingreso de 201 a 400 soles por semana; que representa el 26% del total de la encuesta realizada, 45 comerciantes tienen ingreso de 401 a 600 soles por semana; que representa el 19% del total de la encuesta realizada, 20 comerciantes tienen ingreso de 601 a 800 soles por semana; que representa

el 9% del total de la encuesta realizada y 34 comerciantes tienen ingreso mayor a 801 soles por semana; que representa el 34% del total de la encuesta realizada.

**TABLA 8**  
**GESTIÓN DE ESTABILIDAD DE NEGOCIO**

| <b>ALTERNATIVA</b>                                       | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--|-------------------|-------------------|
| a) Usted lo produce la mercadería que ofrece al mercado  | 52                | 22%               |
| b) Usted lo revende la mercadería que ofrece al mercado  | 144               | 62%               |
| c) Usted le pone un agregado a su producto para venderlo | 15                | 6%                |
| d) Usted le pone un agregado a su producto para venderlo | 15                | 6%                |
| e) Otros   | 23                | 10%               |
| <b>TOTAL</b>   | <b>234</b>        | <b>100%</b>       |

**FUENTE:** Encuesta aplicada

**ELABORADO:** Por el investigador

En la tabla 8 se observa que: 52 comerciantes produce la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 22% del total de la encuesta realizada, 144 comerciantes lo revende la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 62% del total de la encuesta realizada, 15 comerciantes le pone un agregado a su producto para venderlo; que representa el 10% del total de la encuesta realizada y 23 comerciantes gestiona su negocio para la estabilidad de su negocio de otras formas que no lo identificamos; que representa el 10% del total de la encuesta realizada.

### **DISCUSIÓN:**

(Jaño Callo, 2005) Concluye: Para disminuir el riesgo crediticio, el programa de micro finanzas de caritas de Perú Juli, en el periodo (2002-2003), lo que sea podido identificar es que tiene implementando políticas de crédito a través de manuales: de programación de políticas de procedimiento, de evaluación de clientes, de seguimiento de control por metodología entre otros. Sin embargo no se advirtió en: a) procurar que el crédito se destine a la producción, comercio y servicio en general es decir el crédito se destine a la producción, comercio y servicio general es decir el crédito debe estar destinado para capital de trabajo; b) se identificó créditos otorgados a las ABC y GGSS para sus actos de liberalidad (libre disponibilidad) sin advertir la voluntad y capacidad de pago de los clientes en la etapa de pre crédito c) escaso seguimiento de la cartera activa de parte de promotores de crédito: igualmente se identificó sobre crédito con relación a sus negocios sin advertir el tamaño del préstamo requerido.

Las Entidades Financieras otorgan beneficios financieros en el otorgamiento de crédito, los criterios que las entidades aplica para la aprobación de obtención de créditos son: 33 comerciantes para la aprobación de créditos, prácticamente no han variado sus trámites; que representa el 14%, y 81 comerciantes tienen la facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José; que representa el 35%, y 46 comerciantes tienen reducción de trámites para la aprobación de créditos; que representa el 20%, y 74 comerciantes tienen actualizaciones de datos para la aprobación de créditos; que representa el 7% del total de la encuesta realizada. Lo que demuestra tienen bajas tasas de intereses y simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito.

(Alorilla Mamani, 2007) Concluye: Entre los elementos de satisfacción resaltan la facilidad de acceso del crédito, a través de requisito simple y garantía solidaria altamente valorada, el desarrollo de la cultura de ahorro para apalancar el capital, cubrir emergencia y generar utilidades a través de la cuenta interna y la frecuencia de pago mensual.

Dentro de los elementos de más inflación identificados, se encontró que la demora en la entrega del préstamo, es el elemento más débil del programa; los montos son bajos y hay que esperar en largo tiempo para alcanzar el tope de S/. 2,100; las dificultades que encuentran para factores del riesgo crediticio y su incidencia en la sostenibilidad del programa de Microfinanzas caritas Perú agencia Juli 2002-2003.

Las Entidades Financieras otorgan créditos a los comerciantes del Mercado Internacional San José con bajas tasas de intereses y simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito por ser clientes siempre en cuando garanticen pagar el capital más los intereses. En las entidades financieras que tienen convenio con los comerciantes la entrega de crédito es el menor tiempo posible siempre en cuando cumpliendo con los requisitos exigidos.

(Larico Sucaticona, 2013) Concluye: Las principales causas que influyen a la Evasión Tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca son: el desconocimiento de las normas tributarias debida a la poca orientación tributaria que reciben por parte de la SUNAT que representa el 30% del total de muestra; la falta de conciencia Tributaria que representa el 33% que sí cumplió con sus obligaciones tributarias; estos resultados han servido para confirmar una de nuestras hipótesis.

Los comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca buscan la gestión y estabilidad de su negocio para ello utilizando recursos monetarios y de crédito que lo destinan a su negocio, comercializadoras y actividades productivas que se dedican.

(Cabrera Deza, 2013) Concluye: En cuanto al sistema de crédito se ha comprobado que el sistema que emplea Edpyme Raíz es el adecuado ya que ha permitido no solo crecer en cuanto a cartera de créditos mostrando un crecimiento de S/ 56.0 millones (21.2%) y clientes atendidos de 56,469 incremento de 35.2%, si no ha permitido controlar el nivel de morosidad de la Institución Agencia Juliaca alcanzando un nivel de 3.51% inferior al sector financiero a pesar de haber existido una crisis económica mundial.

Las Entidades Financieras captan recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, otorgando créditos a los comerciantes del Mercado Internacional San José con bajas tasas de intereses y simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito por ser clientes siempre en cuando garanticen pagar el capital más los intereses.

### **CONCLUSIONES**

Los Beneficios Financieros que ofrecen las Entidades Financieras a los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 muestra que; 25 comerciantes tienen mejores intereses para sus ahorros, con la seguridad que brinda; que representa el 11%, 90 comerciantes tienen amplios plazos de financiación; que representa el 39% y 119 comerciantes tienen acceso fácil y rápido a créditos con tasas muy competitivas; que representa el 51 % del total de la encuesta realizada. Y los criterios que las entidades aplica para la aprobación de obtención de créditos son: 33 comerciantes para la aprobación de créditos, prácticamente no han variado sus trámites; que representa el 14%, y 81 comerciantes tienen la facilidad de obtención de créditos por ser socio del mercado San José; que representa el 35%, y 46 comerciantes tienen reducción de trámites para la aprobación de créditos; que representa el 20%, y 74 comerciantes tienen actualizaciones de datos para la aprobación de créditos; que representa el 7% del total de la encuesta realizada. Lo que demuestra tienen bajas tasas de intereses y simplificación de trámite en el otorgamiento de crédito.

En el desarrollo de su negocio de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 resulto de la siguiente manera: El importe de préstamo de dinero que obtienen los comerciantes del Mercado Internacional San José para el giro de su negocio resulta 36 comerciantes obtienen préstamo de dinero 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15%, 68 comerciantes obtienen préstamo de dinero 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29%, 31 comerciantes obtienen préstamo de dinero 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 13%, 20 comerciantes obtienen préstamo de dinero de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 09%, 79 comerciantes obtienen préstamo de dinero mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 34% del total de la encuesta realizada. Y con el capital que trabajan en el mercado Internacional San José muestra; 21 comerciantes trabajan con un capital de 1000 a 3000 soles para el giro de su negocio; que representa el 9%, 35 comerciantes trabajan con un capital de 3001 a 6000 soles para el giro de su negocio; que representa el 15%, 35 comerciantes trabajan con un capital de 6001 a 9000 soles para el giro de su negocio; que representa el 20%, 47 comerciantes trabajan con un capital de 9001 a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 26% y 69 comerciantes trabajan con un capital mayor a 12000 soles para el giro de su negocio; que representa el 29% del total de la encuesta realizada. Estos resultados nos muestran el desarrollo económico es positivo en los Comerciantes del Mercado Internacional san José.

El Desarrollo Económico de los comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca en el año 2015 resulto de la siguiente manera: 73 comerciantes tienen ingreso de 0 a 200 soles por semana; que representa el 31%, 62 comerciantes tienen ingreso de 201 a 400 soles por semana; que representa el 26%, 45 comerciantes tienen ingreso de 401 a 600 soles por semana; que representa el 19%, 20 comerciantes tienen ingreso de 601 a 800 soles por semana; que representa el 9% y 34 comerciantes tienen ingreso mayor a 801 soles por semana; que representa el 34% del total de la encuesta realizada. Y para la estabilidad de su negocio resulta; 52 comerciantes produce la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 22%, 144 comerciantes lo revende la mercadería que ofrece al mercado; que representa el 62%, 15 comerciantes le pone un agregado a su producto para venderlo; que representa el 10% y 23 comerciantes gestiona su negocio para la estabilidad de su negocio de

otras formas que no lo identificamos; que representa el 10% del total de la encuesta realizada. Estos resultados nos muestran que el desarrollo económico es positivo en los Comerciantes del Mercado Internacional San José.

Los comerciantes del Mercado Internacional San José Tienen propuestas de lineamientos para una adecuada gestión tal como muestra los resultados; 147 comerciantes son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 63%, 65 comerciantes son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 28% y 22 comerciantes no son exigente en la satisfacción de las necesidades de sus clientes cuando vende sus productos; que representa el 9% del total de la encuesta realizada. Y están informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; 131 comerciantes está informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 56%, 56 comerciantes está informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 24% y 7 comerciantes no están informado y capacitado en situaciones de competencia de mercado; que representa el 20% del total de la encuesta realizada. Estos resultados han servido para confirmar nuestra hipótesis específica N° 03.

#### BIBLIOGRAFIA

Abogados en Lima. (2012). Estudio de abogados. *Trabajando todas las áreas*.

Alorilla Mamani, R. F. (2007). *“Las Microfinanzas en Pro Mujer INC Rediseño De Productos Financieros y su Impacto en la Agencia Cusco de Microfinanzas Caritas del Perú Mayo 2003 – Abril 2005”*. Puno: UNA.

Cabrera Deza, Y. L. (2013). *“Análisis del Sistema de Crédito en Microfinanzas y su Incidencia en la Rentabilidad de EDPYME Raíz Agencia Juliaca 2008”*. Puno: UNA.

Charaja Cutipa, F. (2011). *El Mapic en la Metodología de la Investigación*. Puno.

Collantes, N. (2013). *Rol de las Microfinanzas en el Desarrollo de Productos Andinos*. Obtenido de

20\_Rol\_de\_las\_microfinanzas\_en\_el\_desarrollo\_de\_productos\_andinos%20(2).pdf

CORREO. (21 de Diciembre de 2013). Créditos de consumo tienen más dinamismo en Juliaca. *Correo*.

- Huerta Benites, F. (2006). *Microfinanzas "Gestión y Desarrollo"*. Lima: Instituto de Economía y Empresa s.a.c.
- Jaño Callo, A. (2005). *"Factores de Riesgo de Crédito y su Influencia en la Sostenibilidad del Programa de Microfinanzas Caritas Perú Agencia Juli 2002-2003"*. Puno: Una.
- Larico Sucaticona, F. R. (2013). *"Evasión Tributaria en el Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca y Efecto en la Recaudación Fiscal - Periodo 2012"*. Puno: UNA.
- Ordoñez Casas, M. A. (1991). *Operaciones y Contabilidad en las Instituciones Financieras*. Iberoamérica de Editores Ltda.
- Pachamama, R. (06 de Setiembre de 2013). *Pachamama la voz del sur andino*.
- Portocarrero Maish, F. (1999). *Microfinanzas en el Perú*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Ramírez E., E. (2010). *Proyectos de investigación*. Lima: San Marcos.
- Rubio Domingues, P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Madrid.
- Ruelas Humpiri, M. A., & Espillico Chique, A. (2010). En *Documentación Mercantil Contable*. Puno.
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Turpo, E. (2010). *"Influencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de Juliaca - Periodo 2009"*. Puno: UNA.
- Villacorta Caveró, A. (2001). *Productos y Servicios Financieros Operaciones Bancarias*. Lima: Pacífico Editores.

#### WEBGRAFÍA

- Betancourt Kanashiro, C. (15 de Noviembre de 2015). *Contratos Bancarios*.  
Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/05EDEE22BF2868E005257A940076FB5B/\\$FILE/contratos\\_bancarios.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/05EDEE22BF2868E005257A940076FB5B/$FILE/contratos_bancarios.pdf)
- Asociación de Bancos del Perú*. Recuperado el Noviembre de 21, de [http://www.asbanc.pe/ContenidoFileServer/ASBANC%20SEMANTAL%20N%C2%B096\\_2014022804573562.pdf](http://www.asbanc.pe/ContenidoFileServer/ASBANC%20SEMANTAL%20N%C2%B096_2014022804573562.pdf)
- Departamentos de Estudio Económicos. (Miércoles de Febrero de 2014).  
Finanzas Prácticas. (15 de Noviembre de 2015). *Tu asesor financiero personal*.

Obtenido de [https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que\\_es/solicitar.php](https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que_es/solicitar.php)

Regis, H. (Abril de 2013). *Equilibrium*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.equilibrium.com.pe/sectorialmfidic12.pdf>

RENIEC. (s.f.). *Registro Nacional de Identificación y Estado Civil*. Obtenido de Registro Nacional de Identificación y Estado Civil: <https://www.reniec.gob.pe/portal/acercaDni.htm#>

Medina, A. (8 de 06 de 2014). *Nuevas Formas de Trabajar*. Recuperado el 5 de 11 de 2015, de <http://www.altonivel.com.mx/43230-4-preguntas-de-negocio-para-tu-estrategia-de-marketing.html>