



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**



**“LA CULTURA FINANCIERA Y SU INFLUENCIA EN LA TOMA  
DE DECISIONES FINANCIERAS DE LOS COMERCIANTES DEL  
MERCADO SAN JOSÉ DE LA CIUDAD, JULIACA- 2024”**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**BETZABET YAKELIN MAMANI MAMANI**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**PUNO – PERÚ**

**2024**



# BETZABET YAKELIN MAMANI MAMANI

## "LA CULTURA FINANCIERA Y SU INFLUENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS DE LOS COMERCIANTES DEL ME...

 Universidad Nacional del Altiplano

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::8254:416930583

143 Páginas

Fecha de entrega

17 dic 2024, 10:26 a.m. GMT-6

24,851 Palabras

Fecha de descarga

18 dic 2024, 11:36 a.m. GMT-6

140,109 Caracteres

Nombre de archivo

Borrador Dia Martes Oficial.docx

Tamaño de archivo

13.3 MB





## 12% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 12 palabras)

### Fuentes principales

- 10% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 8% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

Dr. Manuel Anchauri Ouispe



Dra. Grisel Aliaga Melo  
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN  
F.C.A.H. - UNA PUNO





## DEDICATORIA

*A mi madre Carmen, mi mayor fuente de inspiración, aunque no la tenga físicamente vive en mi corazón, para ella que es y sera siempre mi pensamiento más bonito.*

*A las dos personas más importantes de mi vida, Fredenis y Grover, el significado de su amor es el regocijo de mi sola existencia, cualquier acto referido a crecimiento serán dedicados siempre a ellos porque cada logro mío ya sea personal o profesional serán también son los suyos.*

*A Tony y Evelyn por recordarme que siempre tendré razones para continuar, por estar a mi lado a pesar de todo, dándome ánimos para que todo siga su rumbo, por su paciencia, y aliento.*

*A mis familiares y amigos, por su apoyo y confianza ellos han sido piedra angular en mi formación humana y trayectoria académica.*

***Betzabet Yakelin Mamani Mamani***



## AGRADECIMIENTOS

*A Dios por darme la vida, la oportunidad de sonreír día a día por cada pequeño paso, de poder corregir cada error; por brindarme una mano fiel donde sostenerme y poder ver las cosas con claridad a través de su sabiduría.*

*A mi querida casa de estudios: Universidad Nacional del Altiplano- Puno, por haberme acogido en sus instalaciones y sobre todo a la facultad de Ciencias Administrativas y Humanas por la formación profesional.*

*Agradezco también profundamente, a mi asesor de tesis, Dr. Manuel Anchapuri Quispe por su valioso apoyo y orientación durante el desarrollo de esta tesis, gracias a su buena disposición al realizar las correcciones correspondientes la culminación de este trabajo fue óptimo, además recalcar mi gratitud hacia el Dr. Por sus consejos y recomendaciones demostrados en cada momento.*

*A los miembros de jurado: Dr. Tomas Veliz Quispe, Dr. Rolando Esteban Rodríguez Huamani, M. Sc. Fátima Tiznado Jiménez, por la amabilidad y disponibilidad al revisar y corregir este trabajo de investigación aportando sus conocimientos a través de sus observaciones y comentarios.*

*A los docentes de la Escuela Profesional de Administración, por compartir sus conocimientos y experiencias profesionales durante todos mis años de estudio.*

*A los comerciantes del Mercado San José por brindarme su tiempo para poder realizar este trabajo de investigación.*

***Betzabet Yakelin Mamani Mamani***



# ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>DEDICATORIA</b>	
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b>	
<b>ACRÓNIMOS</b>	
<b>RESUMEN .....</b>	<b>15</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO</b>	<b>I</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>18</b>
<b>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>20</b>
1.2.1 Pregunta general.....	20
1.2.2 Preguntas específicas .....	20
<b>1.3 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS .....</b>	<b>21</b>
1.3.1 Hipótesis general .....	21
1.3.2 Hipótesis específicas .....	21
<b>1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>21</b>
1.4.1 Justificación teórica.....	22
1.4.2 Justificación práctica .....	22
1.4.3 Justificación metodológica.....	22
<b>1.5 OBJETIVOS.....</b>	<b>23</b>



1.5.1	Objetivo general .....	23
1.5.2	Objetivos específicos .....	23
<b>CAPÍTULO</b>		<b>II</b>
<b>REVISIÓN DE LITERATURA</b>		
<b>2.1</b>	<b>ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>24</b>
2.1.1	Antecedentes internacionales .....	24
2.1.2	Antecedentes nacionales .....	28
2.1.3	Antecedentes locales .....	33
<b>2.2</b>	<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>35</b>
2.2.1	Cultura financiera.....	35
2.2.2	Dimensiones de la cultura financiera .....	37
2.2.2.1.	Planificación financiera.....	37
2.2.2.2.	Ahorro financiero.....	39
2.2.2.3.	Deuda financiera .....	42
2.2.3	Toma de decisiones financieras:.....	43
2.2.4	Dimensiones de la toma de decisiones financiera.....	44
2.2.4.1	Uso de productos financieros.....	44
2.2.4.2	Participación en el mercado .....	46
2.2.4.3	Conducta de endeudamiento .....	47
<b>CAPÍTULO</b>		<b>III</b>
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b>		
<b>3.1</b>	<b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2</b>	<b>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>51</b>
<b>3.3</b>	<b>ALCANCE DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>52</b>
<b>3.4</b>	<b>POBLACIÓN .....</b>	<b>52</b>



<b>3.5</b>	<b>LA MUESTRA .....</b>	<b>52</b>
<b>3.6</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTO .....</b>	<b>53</b>
3.6.1	Técnica de investigación .....	53
3.6.2	Instrumento de investigación .....	54
<b>3.7</b>	<b>VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS .....</b>	<b>55</b>
3.7.1	Validación de instrumento .....	55
3.7.2	Confiabilidad del instrumento .....	56
<b>3.8</b>	<b>PASOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS.....</b>	<b>57</b>
<b>CAPÍTULO</b>		<b>IV</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>		
<b>4.1</b>	<b>RESULTADOS GENERALES.....</b>	<b>58</b>
4.1.1	Resultados de cultura financiera .....	58
4.1.1.1	Dimensión 1: Planificación.....	58
4.1.1.2	Dimensión 2: Ahorro.....	62
4.1.1.3	Dimensión 3: Deuda.....	65
4.1.2	Resultados de toma de decisiones financieras .....	69
4.1.2.1	Dimensión 1: Uso de productos financieros .....	69
4.1.2.2	Dimensión 2: Participación en el mercado .....	73
4.1.2.3	Dimensión 3: Conducta de endeudamiento .....	76
<b>4.2</b>	<b>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS POR OBJETIVOS.....</b>	<b>80</b>
4.2.1	Prueba de normalidad.....	80
4.2.1.1	Prueba de normalidad Shapiro - Wilk. ....	80
4.2.2	Descripción del coeficiente de regresión lineal .....	82
4.2.3	Objetivo específico 1.....	83
4.2.4	Objetivo específico 2.....	85



4.2.5	Objetivo específico 3.....	87
4.2.6	Objetivo general.....	89
<b>4.3</b>	<b>CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS .....</b>	<b>91</b>
4.3.1	Contrastación de la hipótesis específica 1.....	91
4.3.2	Contrastación de la hipótesis específica 2.....	93
4.3.3	Contrastación de la hipótesis específica 3.....	94
4.3.4	Contrastación de la hipótesis general.....	96
<b>4.4</b>	<b>DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>97</b>
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>106</b>
<b>VII.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>107</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>117</b>

**Área:** Administración y finanzas.

**Tema:** Cultura financiera y toma de decisiones financieras.

**FECHA DE SUSTENTACIÓN:** 27 de diciembre del 2024



## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1</b> Validez de instrumentos través del método de juicio de expertos.....	56
<b>Tabla 2</b> Valores del alfa de Cronbach. ....	57
<b>Tabla 3</b> Descripción de la dimensión planificación. ....	59
<b>Tabla 4</b> Análisis estadístico de la dim. planificación. ....	61
<b>Tabla 5</b> Descripción de la dimensión ahorro. ....	62
<b>Tabla 6</b> Análisis estadístico de la dim. ahorro. ....	64
<b>Tabla 7</b> Descripción de la dimensión deuda. ....	65
<b>Tabla 8</b> Análisis estadístico de la dim. Deuda financiera. ....	67
<b>Tabla 9</b> Descripción de la dimensión uso de productos financieros. ....	69
<b>Tabla 10</b> Análisis estadístico de la dim. uso de productos financieros. ....	71
<b>Tabla 11</b> Descripción de la dimensión participación en el mercado.....	73
<b>Tabla 12</b> Análisis estadístico de la dim. participación en el mercado.....	75
<b>Tabla 13</b> Descripción de la dimensión conducta de endeudamiento. ....	76
<b>Tabla 14</b> Análisis estadístico de la dim. conducta de endeudamiento. ....	79
<b>Tabla 15</b> Análisis del comportamiento de los datos.....	81
<b>Tabla 16</b> Resultados de la influencia - Obj. 1. ....	83
<b>Tabla 17</b> Estimación del coeficiente de ecuación para el objetivo 1. ....	84
<b>Tabla 18</b> Resultados de la influencia - Obj. 2. ....	85
<b>Tabla 19</b> Estimación del coeficiente de ecuación para el objetivo 2. ....	86
<b>Tabla 20</b> Resultados de la influencia - Obj. 3. ....	87
<b>Tabla 21</b> Estimación del coeficiente de ecuación para el objetivo 3. ....	88
<b>Tabla 22</b> Resultados de la influencia entre la cultura financiera y toma de decisiones. .....	89



<b>Tabla 23</b>	Estimación del coeficiente de ecuación para el objetivo general. ....	90
<b>Tabla 24</b>	Prueba para la validación de la HE1. ....	92
<b>Tabla 25</b>	Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) de la planificación y toma de decisiones financieras. ....	92
<b>Tabla 26</b>	Prueba para la validación de la HE2. ....	93
<b>Tabla 27</b>	Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) del ahorro y toma de decisiones financieras. ....	94
<b>Tabla 28</b>	Prueba para la validación de la HE3. ....	95
<b>Tabla 29</b>	Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) de la deuda y toma de decisiones financieras. ....	95
<b>Tabla 30</b>	Prueba para la validación de la HG. ....	96
<b>Tabla 31</b>	Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) de la cultura financiera y toma de decisiones financieras. ....	97



## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1</b>	Resultado del objetivo 1 - planificación y toma de decisiones. .... 85
<b>Figura 2</b>	Resultado del objetivo 2 - ahorro y toma de decisiones ..... 87
<b>Figura 3</b>	Resultado del objetivo 3 - deuda y toma de decisiones..... 89
<b>Figura 4</b>	Resultado del objetivo general – cultura financiera y toma de decisiones.91



## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1</b>	Matriz de consistencia. .... 117
<b>Anexo 2</b>	Operacionalización de las variables ..... 119
<b>Anexo 3</b>	Instrumentos de recolección de datos sobre la cultura financiera ..... 120
<b>Anexo 4</b>	Validación de instrumentos..... 124
<b>Anexo 5</b>	Imágenes de la aplicación de los cuestionarios ..... 133
<b>Anexo 6</b>	Base de datos ..... 138
<b>Anexo 7</b>	Confiabilidad de instrumentos..... 140
<b>Anexo 8</b>	Declaración jurada de autenticidad de tesis..... 142
<b>Anexo 9</b>	Autorización para el depósito de tesis en el Repositorio Institucional... 143



## ACRÓNIMOS

ASBANC:	Asociación de Bancos del Perú
INEI:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
PLANEF:	Plan Nacional de Educación Financiera
SPSS:	Statistical Package for Social Sciences



## RESUMEN

El presente estudio aborda un tema de vital importancia para las personas ya que el conocimiento sobre estos temas permite la gestión eficiente de las finanzas y permite la correcta toma de decisiones respecto al manejo de recursos personales y empresariales, en ese sentido, el objetivo fue determinar la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras. Respecto a la metodología, se contempló un enfoque cuantitativo, de tipo básico, diseño no experimental de nivel explicativo, así mismo se consideró como población y muestra censal a los 50 comerciantes de una asociación del mercado San José de Juliaca. Además, para recolectar información se utilizó como técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento el mismo que fue validado por juicio de expertos y mediante el coeficiente alfa de Cronbach que permitió obtener resultados más confiables. Los resultados fueron que existe relación positiva de 0.388 entre las variables de estudio en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, es decir el 38.8% del comportamiento respecto a la toma de decisiones financieras fueron influenciadas por la cultura financiera, así mismo, se acepta la hipótesis alterna del presente estudio ya que se obtuvo un valor sig. de 0,000. La cual es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). De esta manera, se determina que, existe prueba suficiente para afirmar que existe influencia significativa de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

**Palabras clave:** Cultura financiera, Educación Financiera, Finanzas culturales, Toma de decisiones financieras.



## ABSTRACT

The present study addresses a topic of vital importance for people since knowledge about these topics allows efficient management of finances and allows correct decision making regarding the management of personal and business resources, in that sense, the objective was to determine. The influence of financial culture on financial decision making. Regarding the methodology, a quantitative approach was contemplated, of a basic type, non-experimental design of an explanatory level, likewise, the 50 merchants of an association in the San José de Juliaca market were shown as the population and census sample. Furthermore, to collect information, the survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument, which was validated by expert judgment and by Cronbach's alpha coefficient, which allowed obtaining more reliable results. The results were that there is a positive relationship of 0.388 between the study variables in the merchants of the San José Market Association, Juliaca- 2024, that is, 38.8% of the behavior regarding financial decision making were influenced by financial culture. Likewise, the alternative hypothesis of the present study is accepted since a sig value was obtained. of 0.000. Which is less than the significance proposed in the research (0.05). In this way, it is determined that there is sufficient evidence to affirm that there is a significant influence of financial culture on financial decision making in the merchants of the San José Market Association, Juliaca- 2024.

**Keywords:** Financial culture, Financial education, Cultural finance, Financial decision making.



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la cultura financiera ha cobrado una importancia significativa en la vida económica de las personas, especialmente en el contexto de los comerciantes. En ese sentido, los comerciantes toman decisiones de tipo financieras de forma asertiva ya que cualquier decisión desencadenará el rumbo económico de sus negocios asegurando o no la sostenibilidad de estos.

A pesar de la relevancia de lo señalado anteriormente, se ha registrado que muchos comerciantes, específicamente del mercado San José enfrentan grandes problemáticas relacionadas con el manejo de sus finanzas producto del acceso limitado a la educación en términos financieros, la complejidad de los productos financieros y la gran oferta de estos evidenciando que la cultura financiera es relevante para la gestión correcta de recursos y sobre todo para maximizar las inversiones. En tal contexto, el presente estudio busca definir la influencia entre las variables detalladas anteriormente, por lo que, a través de un enfoque analítico, se espera proporcionar información valiosa que no solo beneficie a los comerciantes, sino que también contribuya al desarrollo económico de la región.

En consecuencia, el presente estudio se ha estructurado contemplando 7 capítulos considerando el formato de tesis que se encuentra en la página web de la “Plataforma de Investigación Universitaria Integrada a la Labor Académica con Responsabilidad” de la U.N.A.P.



**Capítulo I:** Se discute el problema central, la justificación de la investigación y los objetivos que se persiguen.

**Capítulo II:** Se describen los estudios previos desarrollados a nivel internacional y en nuestro país que han servido como fundamento para el desarrollo de este proyecto. Así mismo, el marco teórico basado en las variables de estudio.

**Capítulo III:** Se define el tipo de investigación, el diseño, el alcance y las técnicas utilizadas en el estudio. En adición, se describen otros aspectos metodológicos relevantes tales como los instrumentos, procesamiento de datos, entre otros.

**Capítulo IV:** Se presentan tablas y figuras que ilustran los datos y resultados estadísticos obtenidos de la encuesta aplicada a la muestra del presente estudio.

**Capítulo V:** Se formulan las conclusiones que se han logrado definir de acuerdo a los objetivos, considerando los instrumentos elaborados para las variables de estudio.

**Capítulo VI:** Se ofrecen sugerencias dirigidas al presidente de la asociación de comerciantes.

**Capítulo VII:** Se detallan las referencias citadas en el cuerpo del documento.

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las finanzas juegan un papel fundamental en el bienestar y desarrollo económico de las personas y la sociedad en su conjunto. Sin embargo, gran parte de la población carece de conocimientos básicos financieros, lo que limita su capacidad para tomar decisiones informadas que impacten positivamente en su futuro. Este fenómeno es una problemática que afecta a nivel global, especialmente a los países con vulnerabilidad económica donde el acceso a la información es limitado. Esto hace que las personas sin



conocimiento sobre cultura financiera *en adelante CF* queden excluidas del sistema financiero, es por lo que, la carencia de cultura financiera puede desencadenar decisiones equivocadas y una gestión deficiente de los recursos, lo que a su vez puede acarrear consecuencias negativas tanto a nivel individual como para la economía en general (Pardo et al., 2020).

El analfabetismo digital, es elemento en nuestro país que limitan la inclusión financiera digital e impide los derechos de las personas, organizaciones y sociedades a las oportunidades que ofrecen la economía y las finanzas. La limitada capacidad de crecimiento económico de numerosas naciones en los últimos años es un fenómeno multifactorial. Sin embargo, una de las causas subyacentes más relevantes radica en la inadecuada administración de los recursos públicos por parte de los gobiernos correspondientes. En nuestro país, se han otorgado créditos a 153 mil pequeñas, medianas y grandes empresas a tasas de interés bajas. Sin embargo, desde septiembre de 2021, la demanda de créditos ha disminuido significativamente. Además, más del 50% de los adultos no tenían una cuenta bancaria producto del alto nivel de analfabetización financiera y digital (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2022).

La provincia de San Román, en especial el distrito de Juliaca es reconocido como el centro económico de la Región Puno debido a la fuerte presencia del comercio, cuenta con un buen número de emprendedores según el INEI; El estudio se centra en comerciantes que operan en diversos sectores, desde la venta de alimentos hasta la prestación de servicios como lavandería. Estos individuos, en su mayoría emprendedores independientes, generan ingresos diarios que, en muchos casos, no son administrados de manera sistemática. Esta falta de control financiero se manifiesta en un desconocimiento generalizado de conceptos básicos de gestión empresarial y puede llevar a situaciones de endeudamiento y, eventualmente, al cierre del negocio, además, se ha observado que



muchos de los comerciantes presentes en los mercados de la ciudad tienen dificultades para acceder servicios o productos de tipo financieros debido a su falta de saberes en términos financieros. Además, carecen de habilidades tecnológicas para utilizar servicios financieros. Esta situación se debe a la falta de políticas de capacitación en temas relevantes, como la educación y cultura financiera.

Es importante abordar el desconocimiento de los comerciantes y proponer soluciones básicas que permitan difundir la CF en dichos comerciantes del mercado de San José. Estos conocimientos les permitirán tomar decisiones *en adelante* TD informadas y obtener mayores beneficios en sus actividades comerciales.

## 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Basándonos en estas premisas nos planteamos las siguientes interrogantes:

### 1.2.1 Pregunta general

**PG:** ¿Cuál es la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca-2024?

### 1.2.2 Preguntas específicas

- **PE1:** ¿Cuál es la influencia de la planificación en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024?
- **PE2:** ¿Cuál es la influencia del ahorro en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024?



- **PE3:** ¿Cuál es la influencia de la deuda en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024?

### 1.3 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

#### 1.3.1 Hipótesis general

**HG:** Existe influencia significativa de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras en los comerciales de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

#### 1.3.2 Hipótesis específicas

- **HE1:** Existe influencia significativa de la planificación en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- **HE2:** Existe influencia significativa del ahorro en la toma de decisiones financieras en los de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- **HE3:** Existe influencia significativa de la deuda en la toma de decisiones financieras en los de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

### 1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio aborda a los comerciantes o emprendedores quienes abastecen a una clientela diversa presentando una gran demanda diaria. En tal contexto, a continuación, se presenta la justificación en términos teóricos, prácticos, etc.



#### **1.4.1 Justificación teórica**

El presente estudio se justifica a nivel teórico ya que se contribuye con el desarrollo de un marco teórico robusto para abordar la problemática de la cultura financiera en el sector comercial. Al sintetizar diversas perspectivas teóricas, este marco conceptual no solo facilita una comprensión profunda del fenómeno en estudio, sino que también sienta las bases para futuras investigaciones en el campo. En ese sentido, la presente investigación busca cuantificar el nivel de conocimiento financiero de los comerciantes y analizar su impacto en sus TD, con el fin de identificar posibles intervenciones para mejorar su situación.

#### **1.4.2 Justificación práctica**

Por otro lado, se justifica en este nivel ya que los comerciantes seleccionados como muestra son microempresarios que diariamente desarrollan acciones comerciales por mayoreo y de forma minoritaria por lo que, para el buen funcionamiento de sus negocios, es fundamental tener una CF sólida para tomar decisiones financieras informadas y acertadas. Una CF sólida con lleva a que los comerciantes tengan lo necesario para analizar y comprender la información financiera, interpretar indicadores clave y evaluar el impacto de las decisiones en sus negocios. Por lo que, el presente estudio permitió identificar áreas de mejora en la formación y capacitación financiera de los comerciantes de esta manera el presidente o área encargada puede tomar las acciones correspondientes para mejorar la situación actual.

#### **1.4.3 Justificación metodológica**

Por último, el presente estudio se justifica en este nivel ya que se ha contemplado los pasos del método científico, en donde se plantean hipótesis de



estudio, se definen las variables e indicadores, se selecciona el diseño experimental adecuado, se aplican los instrumentos de medición validados y confiables, se analizan los datos mediante técnicas estadísticas apropiadas, y se contrastan los resultados con la teoría existente. Cabe recalcar que, el presente estudio aporta la adaptación de instrumentos elaborados en función a las características propias del estudio los cuales responden al contexto de la Asociación del mercado San José, Juliaca. De esta manera, dicho instrumento puede ser empleado o adaptado para analizar en futuras investigaciones.

## 1.5 OBJETIVOS

### 1.5.1 Objetivo general

**OG:** Determinar la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciales de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

### 1.5.2 Objetivos específicos

- **OE1:** Determinar la influencia de la planificación en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- **OE2:** Determinar la influencia del ahorro en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- **OE3:** Determinar la influencia de la deuda en la de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.



## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Se han considerado estudios desarrollados en función a las variables o sus dimensiones las cuales rigen el presente estudio. En ese sentido, se ha considerado los siguientes niveles:

##### 2.1.1 Antecedentes internacionales

Aguilar (2023) tuvo como finalidad evaluar si la gestión de la CF varía entre micro y pequeñas empresas, y analizar el impacto de la CF en la productividad de ambas. Metodológicamente se optó por el enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, un enfoque correlacional y de nivel explicativo, utilizando al cuestionario como instrumento. Los resultados mostraron que la cultura financiera promedio de las MYPES fue de 2.74, en una escala con asimetría de 3.475 a 1.567. Además, la gestión financiera, definida como el control de gastos en registros escritos o electrónicos tuvo mayor relevancia en la productividad, alcanzando un coeficiente de 1.09. Se concluye que se evidencia una relación positiva relevante entre la gestión de la CF y la productividad, siendo más relevante en las mypes no familiares; en el caso de las mypes familiares, la gestión financiera también se destaca como la variable con mayor impacto, con un coeficiente de 1.00.

El presente estudio, realizado por Flores y Angeles (2023) tuvo como objetivo analizar la relación entre la CF y el posicionamiento en micro y pequeñas empresas. Metodológicamente se optó por el enfoque cuantitativo, con un diseño



no experimental y un enfoque causal, así mismo se empleó el cuestionario como instrumento para obtener la información a analizar. Los resultados indicaron que los microempresarios que poseían conocimientos financieros reportaron una media de 3.08 en su nivel de cultura financiera, frente a una media de 2.74 en posicionamiento. Se concluye que, los análisis estadísticos evidenciaron que el nivel de CF no tuvo una relación significativa con el posicionamiento de las empresas, lo que sugiere que otros factores podrían influir más directamente en el éxito empresarial (valor  $p=0.459$ ).

Por otro lado, Salamea y Álvarez (2020) tuvieron como objetivo medir la cultura financiera de los hogares de la ciudad de Cuenca en el año 2020. Metodológicamente se optó por un enfoque de tipo cuantitativo (numérico), no experimental y nivel correlacional. Se seleccionó como instrumento al cuestionario para ambas variables. Los hallazgos de la investigación revelaron niveles moderados de CF entre los participantes. Los puntajes obtenidos en las dimensiones de conocimiento, planificación, uso de productos y control financiero fueron de 0.12, 0.20, 0.22 y 0.21 respectivamente, arrojando un índice general de 0.75 por lo que, si bien existe un cierto nivel de comprensión de conceptos financieros básicos, es necesario fortalecer las habilidades relacionadas con la planificación y el manejo de productos financieros. Se concluye que existe una adecuada cultura financiera entre los hogares de Cuenca, lo que les permite tomar decisiones efectivas respecto a la gestión del dinero, aunque la mayoría de los individuos destina solo el 10% de su sueldo al ahorro, mientras que quienes logran ahorrar el 50% o más son una minoría.

Según la investigación realizada por Acero et al (2023) el objetivo definir la importancia de la educación financiera para las Mipymes en Colombia.



Metodológicamente se optó por un cualitativo, con un diseño no experimental, enfoque descriptivo y nivel exploratorio. El instrumento seleccionado fue el cuestionario para ambas variables. Los resultados evidenciaron que los microempresarios carecen de una formación adecuada en temas de educación financiera y administración, lo cual afecta negativamente su capacidad para tomar decisiones estratégicas. Además, las MIPYMES, que representan el 90% de las empresas, son poco atendidas sobre el uso de los recursos financieros, mientras que una cultura de ahorro del 10% de las utilidades brutas permite cubrir inconvenientes y lograr una adecuada administración del dinero. Se concluyó que existe una relación directa entre la falta de conocimientos financieros y las dificultades en el desarrollo empresarial, aunque no se especificaron indicadores estadísticos en el análisis realizado. Además, más del 50% del entorno empresarial Mype este descuidado estando interesado en tener manejo de recursos financieros.

En el estudio efectuado por Pino (2024) se definió como objetivo analizar los beneficios de comprender la cultura financiera para emprendedores en diversos sectores de Medellín. Metodológicamente se optó por un enfoque mixto de diseño no experimental. Respecto al instrumento se contempló al cuestionario para ambas variables. Los resultados resaltan la importancia de incluir educación financiera, ya que el 55% considera esencial tener un presupuesto al emprender, pero solo el 23% valora las fluctuaciones económicas como cruciales, mientras que el 27% las subestima, evidenciando una limitada conciencia sobre su impacto en la sostenibilidad empresarial. Se concluye que, se revela un desconocimiento generalizado sobre aspectos financieros y su poca relevancia percibida en la planificación de negocios, lo que podría explicar la falta de sostenibilidad de los emprendimientos, que suelen fracasar en menos de dos años.



El presente estudio, realizado por Rodríguez et al (2024) buscó conocer cómo la educación financiera incide en las decisiones de endeudamiento de los jóvenes la ciudad de Chihuahua, México. Metodológicamente se optó por un tipo básico, con un diseño no experimental y enfoque cuantitativo. Se emplearon encuestas para recopilar datos. Los resultados mostraron que el 63% de los jóvenes adquieren créditos diversos, y de estos, el 42% utiliza medios informales para acceder a estos. Además, variables como la edad, el nivel de estudios y el método de ahorro influyeron significativamente en las decisiones de endeudamiento. En conclusión, la relación de las variables de estudio alcanza un valor de  $p=0.084$ , indicando una tendencia a la significancia. Los hallazgos destacan la importancia de fortalecer la educación financiera para promover decisiones más responsables y fundamentadas al momento de adquirir deudas.

Por último, en la investigación de Valdez (2020) el objetivo principal fue examinar los patrones de ahorro e inversión, así como las DF de los habitantes de Esmeraldas. Metodológicamente se optó por un método aplicado de tipo no experimental y un enfoque cuantitativo. Como instrumento se seleccionó al cuestionario. Los resultados indicaron que los recursos (como activos, dinero, etc.) se destinaban mayormente a la compra de artículos para el hogar. Además, se observó que menos del 40% de los participantes usaban tarjetas de crédito, y de estos, más del 70% realizaban solo el pago mínimo. Se concluye que, la cultura financiera tiene un impacto significativo en la toma de decisiones financieras ( $<0.05$ ) de los residentes de Esmeraldas, con menos del 40% utilizando tarjetas de crédito para sus inversiones y realizando los pagos puntualmente.



### 2.1.2 Antecedentes nacionales

Antón y Matos (2020) realizaron un estudio para investigar cómo influye el nivel de CF en las finanzas personales de los estudiantes universitarios. Metodológicamente se optó por un método aplicado, no experimental, enfoque cuantitativo y nivel correlacional. Respecto al instrumentó se definió al cuestionario para el recojo de información. Los resultados mostraron que el 71.5% de los universitarios tiene el hábito de ahorrar, aunque no tienen claras las prioridades para dicho ahorro; el 32.5% genera un presupuesto para ingresos y gastos, mientras que el 39.6% lo hace solo “a veces.” Además, se observó cómo la cultura, el conocimiento y el comportamiento financiero influyen en la administración de las finanzas personales, especialmente durante una crisis. Se concluyó que se identificó un valor de Pearson de 0.59, es decir relación moderada entre el ahorro y las finanzas personales, destacando la importancia de la educación financiera en la gestión de los recursos personales.

Angulo (2022) tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura financiera y la competitividad de las MYPES del sector calzado del Distrito El Porvenir. Metodológicamente se optó por enfoque cuantitativo, no experimental, de tipo básico. Respecto al instrumento se asignó al cuestionario. Los resultados fueron que, los datos revelaron un bajo nivel de cultura financiera entre los microempresarios del sector calzado. El 87% de los encuestados demostró un conocimiento limitado en temas financieros, mientras que solo un 13% mostró un nivel intermedio. En cuanto a las habilidades específicas, se observó que la mitad de los empresarios no ha recibido formación en gestión financiera y casi la mitad no evalúa regularmente la situación de morosidad de sus clientes, lo que indica una clara necesidad de fortalecer sus competencias en este ámbito. Se concluye



que, se encontró que la CF está relacionada de manera significativa con la competitividad, con un valor de significancia de 0.016, que es menor a 0.05, lo que sugiere que una mejora en la cultura financiera de las MYPES impactaría positivamente en su competitividad.

El presente estudio, realizado por Mamani y Mamani (2022) buscó definir la relación entre las variables educación financiera y el nivel de endeudamiento en comerciantes. Metodológicamente se optó un enfoque cuantitativo, nivel relacional y no experimental. Se utilizaron cuestionarios para medir la educación financiera y el nivel de endeudamiento. Los resultados de la investigación evidenciaron una distribución bimodal en cuanto a la capacidad de ahorro y endeudamiento de los encuestados. La mayoría (62.5%) presentó un nivel de gestión financiera moderado, combinando capacidades de ahorro y endeudamiento promedio. Sin embargo, un segmento considerable (37.5%) mostró un perfil más complejo, caracterizado por una capacidad de ahorro también moderada pero acoplada a un elevado nivel de endeudamiento. En conclusión, se encontró que la educación financiera se relaciona significativamente con el nivel de endeudamiento  $r=0.349$ , confirmando la hipótesis y sobre todo destacando la importancia de promover la educación financiera en este tipo del sector de la población (comerciantes).

La investigación desarrollada por Nieves (2022) tuvo como objetivo evaluar el efecto de la CF en la toma de decisiones gerenciales en una empresa del rubro financiero. Metodológicamente se optó por el tipo aplicado, diseño no experimental y enfoque cuantitativo. Como instrumento se consideró al cuestionario. Los resultados del estudio indican una estrecha relación entre la cultura financiera y la aspiración a ocupar puestos gerenciales. El 78% de los



estudiantes aspirantes a gerentes junior reconoció la importancia de contar con sólidos conocimientos financieros. Se concluye que, esta percepción se corroboró mediante el análisis estadístico, que mostró una correlación muy alta ( $r = 0.899$ ) entre la valoración de la CF y la TD a nivel gerencial, lo que sugiere una influencia directa y significativa de la primera sobre la segunda.

El presente estudio, realizado por Guzmán y Suarez (2020) tuvo como objetivo fortalecer las capacidades financieras de las mujeres rurales. Metodológicamente se optó por un estudio de tipo exploratorio, utilizando un diseño no experimental. Así mismo, como instrumento se consideró al cuestionario. Los resultados indicaron que un porcentaje significativo de las mujeres encuestadas carecen de conocimientos básicos en áreas como el ahorro, el 70% expresó no utilizar herramientas formales para el manejo de sus finanzas, y solo el 30% mencionó haber recibido alguna capacitación previa en educación financiera. Se concluye que, el estudio evidenció que un programa de educación financiera puede mejorar la TD y el empoderamiento económico de las mujeres rurales. Además, el 73% de las encuestadas clasificó su conocimiento en créditos y endeudamiento como aceptable o nulo, destacando la necesidad de fortalecer sus capacidades financieras.

El estudio de Magimo y Sabino (2022) se centró en el objetivo de determinar la incidencia de la planeación financiera en la TD de las empresas comerciales del rubro ferretería en el distrito de Santa Anita. Metodológicamente se optó por el tipo descriptivo y propositivo, con diseño no experimental, y empleó cuestionarios para recopilar información. Los resultados mostraron que el 67.86% de los encuestados indicó que "Siempre" toman decisiones alineadas con la planeación financiera, mientras que el 71.43% combinó respuestas positivas



("Siempre" y "Casi siempre") en cuanto a la influencia de la planeación financiera en sus decisiones. Se concluye que, la planeación financiera tiene una incidencia significativa en el proceso de toma de decisiones en las MYPES del sector comercial, dado que el análisis de Chi cuadrado arrojó un nivel de significancia menor a 0.05, confirmando la relación entre las variables estudiadas.

El presente estudio, realizado por Michca (2023) tuvo como objetivo determinar si la CF influye en el emprendimiento de las microempresas. Metodológicamente se optó el tipo básica, no experimental y de enfoque cuantitativo. Los resultados fueron que la gran mayoría de los comerciantes emplean métodos informales para registrar sus ingresos, como el uso de libretas sin un formato estructurado. De hecho, un porcentaje considerable (40%) admitió llevar un control de sus ingresos de manera esporádica, mientras que un 30% reconoció no realizar ningún registro. Solo una minoría (28.9%) indicó llevar un registro casi constante de sus gastos. En conclusión, el valor  $X^2=143.039 > 3.8416$   $X^2=143.039 > 3.8416$  y  $p=0.000 < 0.05$   $p=0.000 < 0.05$   $p=0.000 < 0.05$  permitió rechazar la hipótesis nula, confirmando que la CF incide en la variable dependiente de las microempresas comerciales en Perú, resaltando su importancia para el desarrollo y sostenibilidad empresarial.

Así mismo, en la investigación del autor Gómez (2022) se enfocó en determinar relación entre la CF y el financiamiento de los comerciantes del en Ayacucho. Metodológicamente se optó por un estudio de tipo básico, con diseño no experimental y corte transversal, aplicado al cuestionario como instrumento. Los resultados mostraron que la mayoría de los comerciantes llevan un control de sus ingresos de manera manual mediante apuntes en un cuaderno, pero sin detalle;



el 40% de los encuestados mencionaron que solo a veces llevan un control de sus ingresos, el 30% afirmaron no hacerlo, y tan solo el 28.9% indicaron que casi siempre registran sus gastos. En conclusión, se encontró una relación positiva alta entre la CF y el financiamiento ( $r=0.768$ ,  $p<0.01$ ), una relación positiva moderada entre la educación financiera y el financiamiento ( $r=0.691$ ,  $p<0.01$ ), y una relación positiva alta entre la capacidad financiera y el financiamiento ( $r=0.845$ ,  $p<0.01$ ).

Encalada, et al. (2022) realizaron un estudio con el propósito de evaluar el nivel de conocimientos en finanzas personales de un grupo de personas. Metodológicamente se optó por el tipo descriptiva y un enfoque mixto. Respecto al instrumento, se empleó al cuestionario. Los resultados revelaron que el 53% de los individuos no están al tanto de los productos y servicios financieros disponibles para estos. Además, el 76% no comprenden qué es una tasa de interés activa o pasiva, ni conocen la diferencia entre ambas. Del mismo modo, el 31% no están familiarizados con las tablas de amortización. Se concluyó que, los individuos tienen conocimientos limitados en temas financieros, lo que conduce a errores en la toma de decisiones.

Por último, en la investigación de los autores Adriano y Alfaro (2022) tuvieron como objetivo analizar relación entre la CF y la TD en empresarios de Cyber Plaza. Metodológicamente se optó por el tipo aplicado, no experimental, enfoque cuantitativo y correlacional. Así mismo, respecto instrumento se contempló al cuestionario. Los resultados evidenciaron que el 30.52% de los empresarios poseen un nivel alto de cultura financiera debido a la preparación y capacitación constante, mientras que el 53.05% presentan un bajo nivel por falta de formación en el tema. En cuanto a la TD, el 91.50% señalaron que siempre las realizan con claridad examinando escenarios favorables y desfavorables, aunque



el 6.60% indicó que solo lo hace regularmente, y el 1.90% señaló que no toma las mejores decisiones para su empresa. Se concluye que, el fortalecimiento de la cultura financiera de los empresarios influye positivamente en la calidad de sus decisiones, como lo demuestra el valor obtenido de  $r= 0.622$ , evidenciando una relación positiva alta y estadísticamente significativa ( $p < 0.01$ ) entre la cultura financiera y la toma de decisiones.

### **2.1.3 Antecedentes locales**

Mamani (2022) se enfocó en describir la CF de los trabajadores en la Empresa Concesionarios Autorizados S.A.C. en Juliaca. Metodológicamente se optó por un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. Respecto al medio para recopilar información se empleó al cuestionario. Los resultados indicaron que, de las 30 personas encuestadas, el 71% tiene conocimientos sobre cultura financiera, mientras que el 29% no está familiarizado con el tema. La capacidad de los empleados para tomar decisiones financieras, el 65% de los encuestados afirmó que toma decisiones informadas y adecuadas en temas financieros y productos, mientras que el 35% no lo hace. Se propuso un diseño de un programa de educación financiera, ya que el 57% de los encuestados mostró interés en recibir capacitaciones y charlas para mejorar su conocimiento financiero y entender mejor los productos disponibles. Por el contrario, el 43% no está dispuesto a participar en dicho programa, ya que no ve valor en invertir en estos conocimientos financieros. Se concluye que, es necesario que se implementen programas de capacitación financiera ya que esto impacta en la toma de decisiones informadas de la muestra analizada.



La investigación de Adco et al (2021) tuvo como objetivo explicar el impacto de la crisis sanitaria COVID-19 en un grupo de comerciantes minoristas de la región sur de Puno. La metodología fue de tipo correlacional, con un diseño no experimental y enfoque cuantitativo, alcanzando un nivel explicativo. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Los resultados mostraron una correlación positiva moderada de 0.430 entre la inversión y las decisiones de inversión, indicando inversiones moderadas pese a un conocimiento limitado en estrategias. Entre la inversión y las decisiones de operación, hubo una correlación positiva baja de 0.356, reflejando márgenes diarios que mantuvieron los negocios operativos. Finalmente, la correlación entre la inversión y las decisiones de financiamiento fue baja, con un valor de 0.381, influenciada por las restricciones de la pandemia. Se concluye que, con un coeficiente  $Z=0,635$ , existe una relación significativa entre el conocimiento financiero y la capacidad de los comerciantes para tomar decisiones estratégicas que les permitieron afrontar eficazmente las dificultades económicas generadas por la pandemia.

Zapata (2021) investigó el impacto de la CF en la micro y pequeña empresa Constructora E&R Contratistas Generales S.R.L., enfocándose en cómo esta cultura afecta la toma de decisiones. Metodológicamente se optó por el tipo básico, diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. El estudio se realizó aplicando como medio al cuestionario. Los resultados mostraron que el 48% de los participantes tiene el hábito de ahorrar, mientras que el 52% no lo tiene. Además, el 76% de los socios posee un seguro médico, en cambio el 24% que no está cubierto por un seguro. Se concluye que, la CF tiene una influencia notable en la toma de decisiones financieras en el objeto de estudio analizado presentando un sig. de 0.000.



## 2.2 MARCO TEÓRICO

Para ofrecer un marco teórico sólido para esta investigación, se emplean definiciones y conceptos de varios autores con la finalidad de que representen de manera más precisa los temas abordados en el estudio, centrándose en aspectos clave de la educación financiera.

### 2.2.1 Cultura financiera

Se refiere a la agrupación total de conocimientos y actitudes de un individuo en relación con el manejo inteligente de los recursos económicos. Involucra la comprensión y aplicación de conceptos financieros, como presupuesto, entre otros. Con el objetivo de alcanzar la estabilidad y el bienestar financiero (Narro et al., 2022).

Abarca no solo los conocimientos sino también las creencias, actitudes y valores que influyen en la forma en que las personas se relacionan con su dinero. Es decir, involucra aspectos referentes a la planificación, ahorro y forma de abordar la deuda de una determinada persona. Esta combinación de factores determina cómo las personas toman decisiones financieras (Pinedo, 2022). Cuando es aplicado correctamente, se alinea con los objetivos de sostenibilidad generando empoderamiento a los profesionales, comerciantes, etc. Para que incorporen esta cultura dinámica en su trabajo diario.

Según Carreño (2020) la cultura financiera educa a los gerentes para que elaboren presupuestos, adopten planes de ahorro, gestionen las obligaciones, y elaboren estrategias para tomar decisiones acertadas al momento de invertir, de igual forma adoptar conocimientos que le brinden confianza y así evitar caer en riesgos financieros. En esencia, la cultura financiera se erige como el crisol donde



se funden conocimientos y habilidades, forjando en los individuos una conciencia lúcida de los intrincados mecanismos del mercado.

En síntesis, es un mosaico de conocimientos que, al integrarse, conforman una visión holística de la gestión del dinero, lo cual representa una ventaja competitiva frente a la competencia o por el contrario su desconocimiento impacta negativamente en la economía de la empresa. Por lo que, se considera un compendio de herramientas y estrategias que permiten tomar decisiones financieras informadas y estratégicas.

Respecto a la importancia, ayuda a las personas (jurídicas y naturales) a tener mayor conciencia y sobre todo acciones positivas para gestionar sus finanzas, logrando maximizar sus recursos. De esta manera, se toman decisiones de forma correcta respecto al ahorro, inversión, entre otros (Aguilar O. , 2023).

Así mismo, es de gran relevancia ya que dota a las personas de diversas herramientas para que puedan estar informados de las ventajas, desventajas, riesgos, etc. Ante la adquisición de productos financieros (Encalada et al., 2022).

Para las empresas, es un factor de gran relevancia ya que asegura su sustentabilidad en el tiempo, logrando que las decisiones impacten en la rentabilidad económica de la empresa, asegurando sus beneficios económicos al corto y largo plazo. Así mismo, puede contribuir con la reducción de costos ya que la correcta decisión de productos financieros, evaluando por ejemplo tasas de interés puede jugar una ventaja competitiva para la empresa ya que con una correcta elección se pueden reducir costos mensuales logrando reducir el precio de venta de productos o servicios beneficiando no solo a las empresas sino



también a los consumidores, posicionando al precio como una ventaja competitiva sobre la competencia (Araníbar et al., 2023).

En síntesis, la CF trasciende de forma significativa debido a sus beneficios, ya que ayuda no solo a las personas naturales sino jurídicas a tomar decisiones informadas considerando el mayor beneficio para su contexto. De esta manera, las inversiones generan mayores ganancias, los ahorros se multiplican y sobre todo las deudas son asumidas considerando las capacidades reales de pago. De esta manera, representa una ventaja competitiva que impacta en toda la organización y sobre todo a nivel gerencial para los inversionistas.

## **2.2.2 Dimensiones de la cultura financiera**

La CF incluye tres componentes esenciales: la planificación, el ahorro y la gestión de deudas. Estas dimensiones operacionalizan a la CF abordando de forma integral cada uno de sus componentes relevantes (Pinedo, 2022).

### **2.2.2.1. Planificación financiera**

Es un plan que estructura y define las acciones o fases que se va a tomar para alcanzar un objetivo financiero. Es elaborado por expertos en el tema quienes mediante la evaluación del contexto de la empresa evalúa los recursos, plazos, responsables, medios, etc. Para lograr alcanzar en el tiempo establecido la meta establecida (Ramírez et al. 2021).

Se entiende como un proceso estructurado que compone fases y pasos que guían de forma organizada a las personas o empresas para alcanzar sus objetivos financieros. Su finalidad es garantizar la estabilidad y el desarrollo económico a largo plazo (Valle, 2020).



Ramírez et al., (2021) definen como la base de esta variable ya que sin la adecuada planificación no se tomarían decisiones informadas. Su finalidad es mitigar escenarios de riesgo financiero para la empresa y asegurar la solides financiera durante un periodo determinado. De esta manera, se busca hacer un correcto uso de los recursos para maximizar u obtener los más altos beneficios.

En síntesis, es un componente vital para el éxito sostenible de cualquier comerciante. Esta práctica no solo implica la elaboración de presupuestos y proyecciones de ingresos, sino que también abarca la identificación de objetivos financieros a corto y largo plazo. Al establecer un plan financiero claro, los comerciantes de la población pueden anticipar y gestionar mejor los desafíos económicos, optimizar el uso de sus recursos y, en última instancia, mejorar su rentabilidad.

Presupuesto: Se entiende como la proyección en términos numéricos de los recursos que van a ser objeto de uso para desarrollar una actividad proceso o proyecto. Muchas empresas deben elaborar estos presupuestos de forma detallada ya que representa un documento de formal para ser objeto de análisis y posterior a su aprobación aplicar lo planificado. En esencia, es un documento que cuantifica los gastos previstos, permitiendo a las partes involucradas anticipar los desembolsos y organizar sus recursos de manera eficiente.

Según Rondon (2001) es un instrumento o medio que las empresas desarrollan para formalizar las actividades que se desarrollarán en una organización. De esta manera, en la etapa de evaluación por parte de



gerencia, se pueden replantear cifras, metas, recursos, etc. Para alinear el presupuesto a las metas organizaciones de la empresa.

Según Ruiz (2005) forma parte del proceso de planificación ya que mediante el presupuesto las empresas o personas pueden planificar de forma correcta la dirección financiera que se busca alcanzar. En ese sentido, a través de él, se cuantifican los objetivos estratégicos y se asignan los recursos necesarios para su consecución. En otras palabras, el presupuesto es una herramienta de gestión que permite a las entidades establecer una dirección clara y medir el progreso hacia sus metas.

En síntesis, es una herramienta crucial para los comerciantes, ya que actúa como un mapa que guía sus decisiones económicas a lo largo del ciclo operativo de su negocio. Al crear un presupuesto, los comerciantes pueden visualizar claramente sus ingresos y gastos, lo que les permite identificar áreas de mejora, planificar inversiones y establecer prioridades. Esta práctica no solo ayuda a mantener el control sobre las finanzas, sino que también proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas que pueden impactar directamente en la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

#### **2.2.2.2. Ahorro financiero**

Se entiende como las acciones específicas y en muchos casos constantes que las personas realizan para alcanzar una cantidad monetaria determinada. Su objetivo es acumular en un periodo de tiempo una cantidad monetaria que alcance a los objetivos planteados. En ese sentido, existen diversos tipos de ahorros como el ahorro personal o empresarial



desarrollado en depósitos bancarios, los bonos públicos, entre otros (Dos Santos y Sachs, 2023).

Es el proceso de reservar o retener constantemente recursos económicos en un periodo de tiempo determinado. En ese sentido, se trata de una acción de la planificación financiera de suma relevancia ya que sin dichos recursos no se lograría concretar las metas planteadas. Gracias a estas acciones se logra obtener beneficios significativos en las empresas mejorando su liquidez (Esteban, 2021).

Para los comerciantes, el ahorro generalmente es empleado para invertir en nuevos proyectos, abastecer mercadería u obtener liquidez para enfrentar pagos futuros. En sentido, representa un factor determinante en el éxito de la empresa ya que sin el ahorro no se podría hacer frente a las deudas u obligaciones en términos económicos. El ahorro tiene diversas finalidades, sin embargo, generalmente es empleado como un fondo de emergencia ante situaciones adversas para enfrentar con liquidez cualquier riesgo que comprometa la competitividad de la empresa (Minchón y Timaná, 2019).

En síntesis, los comerciantes pueden construir una base sólida que les permita adaptarse a los cambios del mercado, aprovechar oportunidades de crecimiento y, en última instancia, alcanzar sus objetivos empresariales con mayor confianza y resiliencia. Además, el ahorro fomenta una mentalidad de responsabilidad y disciplina financiera, lo que a su vez se traduce en una gestión más eficiente de los recursos.



Ahorro a corto plazo: Generalmente se refiere a un periodo corto que puede variar de acuerdo al contexto en el que se evalué o al contexto de cada empresa, sin embargo, en promedio se considera no mayor a 1 año. Este tipo de ahorro responde a hacer frente o alcanzar objetivos inmediatos que la empresa desea desarrollar para mejorar su situación financiera. En ese sentido, es de suma importancia ya que asegura o blinda a la empresa ante todo tipo de imprevistos que puedan presentarse. Para mantener el control sobre tus objetivos inmediatos, es recomendable que desarrolles un presupuesto detallado que incluya tus ingresos y gastos mensuales.

Ahorro a través de objetivos a medio plazo: Generalmente se refiere a un periodo corto que puede variar de acuerdo con el contexto en el que se evalué o al contexto de cada empresa, sin embargo, en promedio se considera no mayor a 5 años. Este tipo de ahorro responde a hacer frente o alcanzar objetivos que se deben de planificar para alinearse con la visión de la empresa.

Ahorro a largo plazo: Generalmente se refiere a un periodo largo que puede variar de acuerdo al contexto en el que se evalué o al contexto de cada empresa, sin embargo, en promedio se considera mayor a 5 años. Este tipo de ahorro responde alcanzar objetivos que se alinean con la visión de la empresa y sus valores. En tal sentido, una opción sólida para el ahorro a largo plazo es invertir en productos financieros que ofrezcan un rendimiento coherente con el tiempo definido y con la necesidad a abordar.



### 2.2.2.3. Deuda financiera

Representa un compromiso moral, financiero y hasta legal que las empresas asumen en un determinado periodo. En ese sentido, se caracteriza por estar debidamente planificado definiendo tiempos de pago, interés, entre otros. Muchas deudas financieras son adquiridas por bancos, sin embargo, existen otras entidades como cajas o financieras que ofertas “créditos” previa evaluación de la empresa (Valencia et al., 2023).

Se entiende como la obligación que una persona asume con otra para que en un determinado periodo de tiempo se logre devolver la cantidad pactada, considerando intereses. Es adquirida mediante préstamos o bonos mediante las cuales son normadas por las cláusulas que cada institución plantee (Castillo, 2022).

La deuda, es el conjunto de obligaciones que una empresa adquiere al recibir créditos o préstamos de instituciones financieras, como bancos o acreedores. Esta deuda puede incluir préstamos a corto y largo plazo, líneas de crédito y otros instrumentos financieros que implican un costo, es decir, que generan intereses (Narváez, 2020).

En síntesis, la deuda, aunque puede ser una herramienta valiosa para el crecimiento y la expansión de un negocio, debe ser manejada con cautela y responsabilidad. Para los comerciantes, es crucial entender que endeudarse implica no solo la obligación de devolver el capital recibido, sino también el pago de intereses que pueden acumularse y afectar la rentabilidad.



### 2.2.3 Toma de decisiones financieras:

Se entiende como el análisis sistematizado mediante el cual los individuos racionalizan para seleccionar la mejor idea que genere el mejor escenario para los empresarios. En ese sentido, tiene como finalidad asegurar el beneficio financiero considerando los recursos invertidos. Se tiene que evaluar el periodo, el mercado y sobre todo los posibles riesgos para asegurar que la decisión tomada genere el mayor beneficio (Zhou et al. 2023)

Consiste en elegir las opciones más beneficiosas para el uso de recursos económicos (propios o ajenos). En tal contexto, los profesionales deben evaluar los costos, beneficios, inversión, pérdidas, y otros factores que van a afectar el logro de las metas. Su finalidad es mejorar es maximizar la inversión para obtener ganancias económicas satisfactorias para los inversionistas (Ramírez et al. 2022).

Se refiere al proceso mediante el cual una empresa evalúa y elige las mejores opciones para gestionar sus recursos económicos. Esto incluye decisiones sobre inversiones, financiamiento, distribución de utilidades y gestión de riesgos. En ese sentido la TD son cruciales para el crecimiento y la sostenibilidad de una empresa, ya que afectan directamente su capacidad para operar, expandirse y generar beneficios (Huacchillo et al., 2020).

En síntesis, las TD constituyen el nervio central de la estrategia empresarial, moldeando el destino y la trayectoria de las organizaciones. La capacidad de tomar decisiones informadas y basadas en datos es un factor determinante para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo. En un entorno empresarial dinámico, las empresas deben adoptar una postura



proactiva, anticipando los cambios del mercado y ajustando sus estrategias financieras en consecuencia.

Respecto a su importancia, este proceso busca evaluar y seleccionar las alternativas más adecuadas desde una perspectiva financiera. Involucra analizar la información, evaluar los riesgos y beneficios, y considerar las metas y prioridades personales. Tomar DF acertadas es esencial para alcanzar la estabilidad y fomentar el crecimiento económico, ya que optimiza el uso de los recursos y maximiza los beneficios a largo plazo (Adriano y Alfaro, 2022).

Son cruciales para el destino de una empresa, ya que influyen en la manera en que se persiguen y se logran los fines propuestos. Además, una decisión financiera errónea puede tener serias consecuencias sobre la situación económica de la empresa afectando su crecimiento, sostenibilidad, confianza ante cliente y empleados, entre otros (Cano, 2019).

#### **2.2.4 Dimensiones de la toma de decisiones financiera**

La educación financiera comprende tres dimensiones diferentes: Uso de productos financieros, participación en el mercado y conducta de endeudamiento (Rengifo y Silva, 2022).

##### **2.2.4.1 Uso de productos financieros**

Se refiere a la utilización y aprovechamiento de instrumentos y servicios financieros disponibles en el mercado para alcanzar objetivos económicos específicos. Implica la selección y aplicación de productos financieros adecuados, como cuentas bancarias, tarjetas de crédito,



préstamos, seguros, inversión en acciones, bonos u otros activos financieros (Martínez et al., 2022).

Son instrumentos que permiten ahorrar, invertir o financiar bienes y servicios, adaptándose al perfil de riesgo y rentabilidad de cada persona o empresa. Estos son emitidos por diversas entidades, como bancos, aseguradoras, bolsas o gobiernos. La clasificación de los productos financieros depende del tipo de activo que los respalda, su volatilidad, riesgo y rendimiento. Algunos ejemplos de productos financieros son las cuentas de ahorro, los fondos de inversión, los bonos, las acciones o los créditos (Hernández A. , 2023).

La dimensión del uso de productos financieros en comerciantes es se refiere a la forma en que las empresas, especialmente las dedicadas al comercio, aprovechan diversas herramientas y servicios financieros para optimizar su operación y mejorar su rendimiento económico. Esto incluye la utilización de créditos, préstamos, líneas de financiamiento, tarjetas de crédito comerciales, así como productos de gestión de tesorería y seguros. Estos productos permiten a las empresas gestionar su capital de trabajo, financiar inventarios, realizar inversiones estratégicas y mitigar riesgos financieros, lo que en última instancia puede influir en su competitividad y crecimiento en el mercado (Ruíz et al., 2021).

En síntesis, el empleo de productos financieros es un factor clave para la competitividad empresarial. En un mercado cada vez más globalizado y competitivo, las empresas que optimizan el uso de sus recursos financieros adquieren una ventaja competitiva significativa. La



capacidad de acceder a financiamiento flexible y a condiciones favorables les permite invertir en innovación, mejorar sus operaciones y fortalecer su posición en el mercado.

#### **2.2.4.2 Participación en el mercado**

Indicador de la presencia o impacto que una empresa posee en un determinado sector financiero. Es decir, es la cuota de mercado que una persona o empresa tiene en comparación con sus competidores, y puede variar en función a diversos factores, de esta manera, se busca que dicho nicho de mercado reconozca a la empresa, sus valores, productos, entre otros (De Guevara et al., 2020).

Es el porcentaje que representa el valor o el volumen de las operaciones que realiza una entidad o un inversor en un determinado mercado o segmento, en relación con el total de dicho mercado o segmento. Refleja la posición competitiva y la influencia de una entidad o un inversor en el mercado, así como su capacidad para generar rentabilidad y asumir riesgo (Aquise, 2021).

La participación de mercado representa la porción que una empresa ocupa dentro de un mercado determinado, expresada en términos de ventas o demanda. Este indicador es fundamental para evaluar la posición competitiva de una organización, ya que refleja su capacidad para captar una porción del mercado y generar ingresos en comparación con sus rivales (Chimbo y Ramiro, 2019).

En síntesis, esta dimensión es un indicador clave del éxito empresarial y puede ofrecer una visión clara de la salud y el potencial de



crecimiento de una compañía. Aumentar la participación en el mercado no solo implica ganar clientes, sino también establecer una reputación sólida y diferenciada en un entorno competitivo. Las empresas que logran aumentar su participación suelen hacerlo a través de innovaciones, mejoras en el servicio al cliente y estrategias de marketing efectivas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que una mayor participación en el mercado también puede llevar a desafíos, como la necesidad de gestionar un mayor volumen de operaciones y mantener la calidad del servicio.

#### **2.2.4.3 Conducta de endeudamiento**

Se refiere a los patrones y comportamientos que una persona o entidad adopta al solicitar y utilizar préstamos o créditos para financiar sus necesidades o metas económicas. Implica la forma en que se gestionan las deudas, incluyendo la evaluación de la capacidad de pago, la selección de la fuente de financiamiento, la planificación del endeudamiento y el cumplimiento de las obligaciones de pago (Ramírez et al., 2022).

Se refiere a las decisiones que una persona o empresa tiene respecto al uso del crédito y al pago de sus deudas. La conducta de endeudamiento influye en la capacidad de ahorro, inversión y consumo, así como en el nivel de riesgo financiero y la reputación crediticia. Puede evaluar mediante indicadores como el nivel de endeudamiento, el plazo de las deudas, el tipo de interés, el destino del crédito, el cumplimiento de las obligaciones y el manejo del presupuesto (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2023).



La dimensión de conducta de endeudamiento se refiere a la forma en que una empresa gestiona y utiliza la deuda para financiar sus operaciones y crecimiento. Esta conducta abarca decisiones sobre la cantidad de deuda que se toma, el tipo de financiamiento elegido (como préstamos a corto o largo plazo, emisiones de bonos, etc.) y cómo se manejan los pagos y obligaciones relacionadas con esa deuda (Paredes et al. 2023).

En síntesis, la conducta de endeudamiento es un aspecto crítico en la gestión financiera de cualquier empresa, pues determina su capacidad para crecer y operar de manera efectiva en el mercado. Un nivel adecuado de endeudamiento puede proporcionar el capital necesario para financiar proyectos de expansión, innovación y mejora de procesos. Sin embargo, un endeudamiento excesivo puede conducir a dificultades financieras, limitando la capacidad de la empresa para responder a imprevistos y cumpliendo con sus obligaciones.

Así mismo, respecto a los indicadores de la presente variable, se ha considerado: Identificación de necesidades financieras: Este indicador implica el proceso de determinar las áreas dentro de una empresa que requieren inversión o financiamiento. Es fundamental para la planificación financiera, ya que permite a la organización reconocer qué recursos son necesarios para alcanzar sus objetivos, ya sea para cubrir costos operativos, adquirir nuevos activos, o financiar proyectos de expansión. Una identificación precisa de las necesidades financieras asegura que la empresa pueda tomar decisiones informadas sobre cómo y cuándo buscar financiamiento (Meza y Rivera, 2022).



Reconocimiento de las características principales: Este indicador se refiere a la capacidad de una empresa para identificar las características clave de sus productos o servicios, así como las dinámicas del mercado en el que opera. Reconocer estas características permite a la empresa adaptar su oferta y estrategia de marketing, optimizando así su posicionamiento en el mercado y aumentando la probabilidad de éxito (Aquise, 2021).

Análisis de los beneficios: Este indicador implica evaluar las ventajas que una empresa puede obtener de una inversión o decisión financiera. El análisis de beneficios considera no solo el retorno financiero esperado, sino también otros aspectos como el aumento de la eficiencia operativa, la mejora en la satisfacción del cliente y el fortalecimiento de la marca. Un buen análisis de los beneficios ayuda a justificar las decisiones financieras y a priorizar inversiones que generen un impacto positivo en el negocio (Hernández et al. 2022).

Oportunidad de desarrollo: Este indicador se refiere a la identificación de momentos o condiciones favorables en el mercado que pueden ser aprovechados para el crecimiento de la empresa. Esto puede incluir la expansión a nuevos mercados, la introducción de nuevos productos o servicios, o la adopción de innovaciones tecnológicas (Arancaya, 2018).

Incremento de las utilidades: Este indicador mide el aumento en las ganancias de la empresa en un período determinado. Esta dimensión es un objetivo clave para cualquier organización, ya que refleja su capacidad para generar ingresos superiores a sus costos. En ese sentido al evaluar este



indicador permite a la empresa analizar la efectividad de sus estrategias comerciales y realizar ajustes necesarios para mejorar su rentabilidad (Cueto y Ticlavilca, 2021).

Evaluación de la capacidad de pago: Expresa la habilidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones financieras en el tiempo estipulado. Se considera factores como los flujos de efectivo, los ingresos y los gastos, y es crucial para asegurar la estabilidad financiera y la confianza de los acreedores. Una buena gestión de este indicador permite a la empresa evitar problemas de liquidez y mantener relaciones saludables con entidades financieras (Cortez, 2019).

Utilización responsable de los productos y servicios financieros: Busca asegurarse de que el uso sea estratégico y alineado con sus objetivos comerciales. La utilización responsable implica tomar decisiones fundamentadas sobre la adquisición de productos financieros como préstamos, líneas de crédito o inversiones, evitando el sobreendeudamiento y garantizando que los recursos se utilicen de manera eficiente y ética (Paredes et al., 2023).

En síntesis, Los indicadores financieros son instrumentos de gestión indispensables para evaluar la salud y el desempeño de una organización. Cada indicador ofrece una perspectiva única sobre diferentes aspectos del negocio, desde la capacidad de generar ingresos hasta la eficiencia en la utilización de los recursos. Al analizar conjuntamente estos indicadores, las empresas pueden identificar oportunidades de mejora, tomar decisiones estratégicas y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño es **no experimental**, ya que no se manipulan las variables que dan desarrollo al presente estudio. Es decir, el investigador no interviene en el contexto de las variables, sino las observa (García y Sánchez, 2020).

Por su parte el autor Calle (2023) señala que este tipo de investigación permite al investigador observar y analizar el comportamiento de las variables sin afectar su contexto actual. En ese sentido, para el presente estudio se realizó un análisis descriptivo y causal, referente al nivel en que se encuentran las variables de estudio señaladas anteriormente, así como también de sus dimensiones, para determinar su influencia entre sí.

#### 3.2 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Se aplicará el **enfoque cuantitativo** ya que en este tipo de estudios se analizan datos de carácter numérico para probar hipótesis de forma concreta y específica. Así mismo, permite al investigador conocer de forma exacta el comportamiento de las variables (Vidal y Joan, 2022).

Así mismo el autor Gómez (2021) señala que este enfoque se caracteriza por presentar un análisis descriptivo de las variables de estudio. En tal contexto, para el presente estudio, al analizar el nivel de educación financiera en los comerciantes, es necesario contemplar data numérica que permite obtener resultados precisos, para dar respuesta a la hipótesis del presente estudio. De esta manera, resulta necesaria la cuantificación de los datos recopilados.



### 3.3 ALCANCE DE INVESTIGACIÓN

Así mismo, es de **alcance explicativo**, en este estudio, el investigador tiene como finalidad determinar la causa – efecto entre las variables de estudio. El objetivo es establecer una influencia existente entre las variables y probar o refutar las hipótesis de estudio iniciales (Ramos, 2020).

Así mismo, el autor Condori (2020) establece que el nivel explicativo permite al investigador conocer a la causa efecto de una variable en otra. Para el presente estudio, se consideró lo siguiente: De **tipo básico**, ya que se desea aporta al conocimiento científico mediante el análisis de una variable, es decir, es cuando el investigador tiene como finalidad generar contribuir al conocimiento, referente a la descripción (Rebollo & Ábaros, 2022).

### 3.4 POBLACIÓN

La población corresponde al total de elementos (unidades de análisis) que se encuentran dentro del área en la que se lleva a cabo el estudio (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2022). Así mismo Álvarez et al., (2021) señalan que es importante porque define el alcance del estudio y permite a los investigadores entender a quién o qué se están refiriendo en su análisis. En la presente investigación la población estudio estará conformada por los comerciantes del mercado San José los cuales conforman la asociación a la que se aplicara la investigación, en la ciudad de Juliaca (Plataforma del Estado Peruano, 2023).

### 3.5 LA MUESTRA

La muestra por su parte es un fragmento o fracción la cual es representativa a la población, reflejando el estado actual, comportamiento, fenómenos, etc. (Arispe, et al.

2020). Además, Vizcaíno et al. (2023) señalan que la muestra debe ser representativa de la población para que los resultados sean válidos y aplicables a todo el grupo estudiado. El presente estudio considera a toda la población como muestra (50 comerciantes), ya que, al ser un número reducido, se ha considerado apropiado analizarla para obtener resultados más confiables. Por esta razón se sigue un muestreo no probabilístico por conveniencia del autor. Esto permite que la información recopilada refleje de manera más precisa las características y necesidades del grupo en cuestión, garantizando así la validez y la aplicabilidad de los resultados obtenidos.

- **Ámbito de estudio:** El presente estudio se desarrolló en el mercado Internacional San José Juliaca, en el cual se aplicó la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario a los comerciantes de (Fronteras Unidas) del mercado, los mencionados comerciantes se ubican específicamente en el Jr. San Jorge con Jr. Ayaviri de la ciudad de Juliaca, el cual permitió establecer la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras periodo, 2024.

### 3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTO

#### 3.6.1 Técnica de investigación

Se utiliza la técnica de encuesta, el cual es un método utilizado para recopilar información y opiniones de un grupo de personas, a través de preguntas y respuestas estructuradas (Cisneros et al., 2022). Una de las principales ventajas de utilizar encuestas es la capacidad de recopilar datos de un gran número de personas en un tiempo relativamente corto, lo que proporciona una base sólida para el análisis estadístico. Esto es especialmente útil en estudios donde se busca identificar tendencias o patrones en la opinión pública o en comportamientos de consumo. En ese sentido, para el presente estudio se ha seleccionado la técnica de

encuesta como el método principal para recopilar datos sobre ambas variables. Este enfoque ha sido elegido debido a su efectividad para obtener información directa de los comerciantes, permitiendo así una comprensión más profunda de sus percepciones y comportamientos en relación con los temas abordados en la investigación.

### 3.6.2 Instrumento de investigación

Se contempla como instrumento al cuestionario, el cual es el documento que contiene un conjunto de preguntas diseñadas para recopilar información específica de los encuestados (Cisneros et al., 2022). Para las variables de estudio se presenta de manera estructurada un cuestionario que pretende recoger datos con la finalidad de recopilar información, al utilizar este instrumento se busca cumplir el objetivo de medir cómo incide la cultura financiera en la variable dependiente.

- **V1: Cultura financiera:** Para esta variable la técnica a utilizar será la encuesta, el instrumento será el cuestionario que consta de 16 preguntas en la que se consideran las 3 dimensiones de esta variable, que son planificación, ahorro y deuda, posteriormente se elaboraron las preguntas correspondientes a cada uno de los ítems mencionados para obtener los resultados que se buscan.
- **V2: Toma de decisiones financieras:** Para esta variable la técnica a utilizar será la encuesta, el instrumento el cuestionario que consta de 15 preguntas en las que se considera las 3 dimensiones de la variable que son uso de productos financieros, participación en el mercado y conducta de endeudamiento, igualmente se plantearon las preguntas necesarias



referentes a cada ítem. Los informantes para responder este cuestionario serán la muestra de 50 comerciantes de la asociación de san José.

### **3.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS**

#### **3.7.1 Validación de instrumento**

En lo que respecta a la validez de los instrumentos utilizados en la investigación, es importante señalar que estos fueron validados mediante la evaluación de expertos en el área, para ello se realizó lo siguiente:

- Se laboró el cuestionario inicial que buscaba medir las variables de cultura financiera y toma de decisiones financieras, asimismo diseñando los formatos de validación, los cuales contenían criterios específicos para que los expertos pudieran evaluar la pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de cada uno de los ítems propuestos.
- Posteriormente, los instrumentos fueron sometidos al juicio de tres expertos, quienes son docentes de la (UNA-PUNO) con amplia experiencia en el área. Estos expertos evaluaron cada uno de los ítems y propusieron las recomendaciones y ajustes necesarios para mejorar la calidad y adecuación de los instrumentos, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 1**

*Validez de instrumentos través del método de juicio de expertos.*

Expertos	Variable	Instrumento	Veredicto
Experto 1	Cultura Financiera.		Aplicable
Experto 2		Cuestionario	Aplicable
Experto 3	Decisiones Financieras.		Aplicable

Nota. Elaboración propia.

### **3.7.2 Confiabilidad del instrumento**

Por su parte, en cuanto a la confiabilidad se aplicó la prueba alfa de Cronbach para la variable cultura financiera y sus dimensiones, siguiendo el siguiente procedimiento: Primero se obtuvo la validación correspondiente por los 3 expertos para asegurar que el instrumento es válido de aplicar a la muestra, posteriormente se aplicó la prueba estadística del alfa de Cronbach. Esta prueba permite evaluar la consistencia interna de los ítems que componen cada variable, es decir, si los reactivos están midiendo de manera coherente el constructo que se desea medir. Los datos del cuestionario fueron analizados utilizando el software estadístico SPSS. Los resultados obtenidos fueron de 0,725 para la variable de cultura financiera y 0,706 para la variable de toma de decisiones financieras (ver Anexo 7). Estos valores de alfa de Cronbach se encuentran por encima del umbral de 0,700 lo que se considera como un nivel aceptable de confiabilidad (ver tabla 2). Este resultado evidencia su alta confiabilidad y consistencia para que los instrumentos sean aplicados en la muestra seleccionada previamente.

**Tabla 2**

*Valores del alfa de Cronbach.*

Valor	Descripción
1 a 0.9	Excelente
0.8 a 0.9	Bueno - Alto
0.7 a 0.8	Aceptable
0.6 a 0.4	Cuestionable
0.5 a 0.6	Bajo
Menor a 0.5	Inaceptable

Nota. Tomado de Palella y Martines (2006)

### 3.8 PASOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

Consiste en aplicar técnicas estadísticas para medir el efecto del plan sobre la cultura financiera en la mejora de las decisiones financieras de los comerciantes de San José. Se utilizó el programa Microsoft Excel, el cual permite organizar la información recopilada posterior a los instrumentos, con la finalidad de elaborar tabla o base de datos de dichas respuestas. Posteriormente se empleó el software SPSS versión 26, donde se tabularon los datos de forma ordenada para generar tablas y gráficos de frecuencia de los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados a los comerciantes antes y después de la intervención. Así mismo, se aplicaron pruebas de inferencia para determinar la influencia entre las variables de estudio (**mediante la regresión lineal**).

La data recopilada proporcionará información valiosa sobre el impacto del plan de cultura financiera en las decisiones financieras de los comerciantes. Esta es crucial para tomar decisiones informadas y realizar ajustes en el plan, si es necesario, con el objetivo de maximizar su efectividad y beneficios para los dichos comerciantes.



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente apartado, se exponen los hallazgos generales de la encuesta llevada a cabo para obtener un entendimiento más profundo de la muestra estudiada y para confrontar estos resultados con lo que se abordó en el marco teórico. El propósito de esto es resaltar la nueva información obtenida. Asimismo, se presentan los resultados en función de los objetivos de la investigación, utilizando el coeficiente de influencia de regresión lineal para analizar el efecto de una variable sobre otra.

#### 4.1 RESULTADOS GENERALES

El análisis se realizó examinando cada dimensión asociada a las respectivas variables. En este contexto, se evaluaron los ítems que conforman cada dimensión, los cuales están basados en la escala de Likert de la siguiente manera:

- 1= Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Neutral
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

##### 4.1.1 Resultados de cultura financiera

##### 4.1.1.1 Dimensión 1: Planificación

**Tabla 3**

*Descripción de la dimensión planificación.*

valor	Planeo mi presupuesto.		Reviso y ajusto mi presupuesto		Recursos monetarios		Futuras inversiones de negocio		Compras suficientes		Compro más de lo que vendo.	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2	17	34%	12	24%	11	22%	10	20%	12	24%	16	32%
3	10	20%	12	24%	12	24%	7	14%	3	6%	12	24%
4	13	26%	12	24%	19	38%	16	32%	17	34%	9	18%
5	10	20%	14	28%	8	16%	17	34%	18	36%	13	26%
Total	50	100%		100%		100%		100%		100%		100%

Nota. Base de datos de la encuesta desarrollada a los emprendedores del mercado san José 2024.

Los indicadores medidos de la dimensión planificación financiera de los comerciantes del Mercado San José de Juliaca para el año 2024 muestran lo siguiente:

Con respecto al ítem 1 "Planeo mi presupuesto antes de realizar cualquier actividad económica para mi negocio", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 34% está en desacuerdo con la planificación presupuestaria; el 20% mantiene una posición neutral, mientras que el 26% está de acuerdo y el 20% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 46% de los comerciantes encuestados indican que sí realizan una planificación presupuestaria antes de sus actividades económicas.

En cuanto al ítem 2 "Reviso y ajusto mi presupuesto frecuentemente", el 0% está totalmente en desacuerdo y el 24% está en desacuerdo con la revisión presupuestaria; el 24% mantiene una posición neutral, mientras que el 24% está de acuerdo y el 28% está totalmente de



acuerdo; es decir, en total el 48% de los comerciantes encuestados indican que sí realizan revisiones y ajustes frecuentes a sus presupuestos.

Para el ítem 3 "Me preocupo por contar con suficientes recursos monetarios para la cancelación a proveedores, microcréditos y otros compromisos financieros", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 22% está en desacuerdo; el 24% mantiene una posición neutral, mientras que el 38% está de acuerdo y el 16% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 54% de los comerciantes encuestados indican que sí se preocupan por mantener recursos suficientes para sus compromisos financieros.

Sobre el ítem 4 "Cuento con suficiente dinero para el desarrollo de mis actividades comerciales y futuras inversiones en mi negocio", el 0% está totalmente en desacuerdo y el 38% está en desacuerdo con tener suficiente liquidez; es decir, el 20% indica no contar con suficiente dinero; el 14% mantiene una posición neutral, mientras que solo el 32% está de acuerdo y el 34% está totalmente de acuerdo, sumando un 66% que considera tener suficiente dinero para sus actividades e inversiones.

En relación al ítem 5 "Realizo compras suficientes para el giro de mi negocio", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 24% está en desacuerdo; el 6% mantiene una posición neutral, mientras que el 34% está de acuerdo y el 36% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 70% de los comerciantes encuestados indican que sí realizan compras suficientes para su negocio.

Finalmente, para el ítem 6 "Considero que compro más de lo que vendo", el 0% está totalmente en desacuerdo y el 32% está en desacuerdo con esta afirmación; el 24% mantiene una posición neutral, mientras que el 18% está de acuerdo y solo el 26% está totalmente de acuerdo, es decir, únicamente el 44% reconoce comprar más de lo que vende.

Análisis estadístico de la dim. planificación

**Tabla 4**

*Análisis estadístico de la dim. planificación.*

Dimensión	Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	
Presupuesto	Planeo mi presupuesto	50	2	5	3.32	1.151
	Reviso y ajusto mi presupuesto	50	2	5	3.56	1.146
	Recursos monetarios para la cancelación a compromisos financieros.	50	2	5	3.48	1.015
	Futuras inversiones.	50	2	5	3.80	1.125
	Compras suficientes.	50	2	5	3.82	1.173
	Compro más de lo que vendo.	50	2	5	3.38	1.193

Nota. Base de datos de la encuesta desarrollada a los emprendedores del mercado san José 2024.

En la tabla anterior, el valor mínimo registrado para las respuestas de los comerciantes del mercado San José se encuentra en la afirmación "Reviso y ajusto mi presupuesto frecuentemente" con un valor de 2. Este resultado indica que, al menos un comerciante se mostró "en desacuerdo" con esta práctica, lo que sugiere que hay un grupo que puede no estar realizando ajustes a su presupuesto de manera regular. Por otro lado, el valor máximo registrado en la tabla es de 5 en la afirmación "Planeo mi presupuesto antes de realizar cualquier actividad económica para mi negocio" y "Reviso y ajusto mi presupuesto frecuentemente". Esto implica que hay comerciantes que están "totalmente de acuerdo" con estas

prácticas de planificación, lo que demuestra que, a pesar de la diversidad de opiniones, hay un grupo que valora la importancia de una buena planificación financiera. Finalmente, el valor promedio de las respuestas refleja una tendencia general hacia la neutralidad en la mayoría de las afirmaciones, con medias que oscilan entre 3.32 y 3.82. En particular, la media sobre la planificación del presupuesto y sobre la revisión del mismo sugiere que los comerciantes tienden a estar moderadamente de acuerdo con estas afirmaciones, aunque no de manera contundente. Esto indica que, aunque hay consciencia de la necesidad de planificar, no todos los comerciantes están implementando estas prácticas de manera efectiva, lo que señala una oportunidad para mejorar la capacitación y la gestión financiera en el mercado.

#### 4.1.1.2 Dimensión 2: Ahorro

**Tabla 5**

*Descripción de la dimensión ahorro.*

Valor	Habitudo de ahorro		Ahorro con registro mensual de los ingresos.		Compro mercadería utilizando mis ahorros.		Metas de ahorro		Proyecciones a futuro con ahorro.	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2	10	20%	10	20%	12	24%	9	18%	10	20%
3	13	26%	16	32%	9	18%	12	24%	11	22%
4	17	34%	7	14%	18	36%	16	32%	16	32%
5	10	20%	17	34%	11	22%	13	26%	13	26%
Total	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.



Los indicadores medidos de la dimensión ahorro financiero de los comerciantes del Mercado San José de Juliaca para el año 2024 muestran lo siguiente:

Con respecto al ítem 7 "¿Tienes el hábito de ahorrar?", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 38% está en desacuerdo con tener hábitos de ahorro; el 18% mantiene una posición neutral, mientras que el 18% está de acuerdo y el 26% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 44% de los comerciantes encuestados indican que sí tienen el hábito de ahorrar.

En cuanto al ítem 8 "Creo que es posible ahorrar más llevando un registro mensual de los ingresos que tiene mi negocio", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y solo el 20% está en desacuerdo con esta afirmación; el 26% mantiene una posición neutral, mientras que el 34% está de acuerdo y el 20% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 54% de los comerciantes encuestados reconocen que un registro mensual de ingresos permitiría mayores ahorros.

Para el ítem 9 "Compro mercadería utilizando mis ahorros", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 20% está en desacuerdo; el 32% mantiene una posición neutral, mientras que el 14% está de acuerdo y el 34% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 48% de los comerciantes encuestados indican que sí utilizan sus ahorros para la compra de mercadería.

Sobre el ítem 10 "¿Tienes metas de ahorro?", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y solo el 18% está en desacuerdo con

tener metas de ahorro; el 24% mantiene una posición neutral, mientras que el 32% está de acuerdo y el 26% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 58% de los comerciantes encuestados indican que sí tienen establecidas metas de ahorro.

Finalmente, para el ítem 11 "Tengo proyecciones a futuro para el crecimiento de mi negocio con mis ahorros", el 0% está totalmente en desacuerdo y el 20% está en desacuerdo; el 22% mantiene una posición neutral, mientras que el 32% está de acuerdo y el 26% está totalmente de acuerdo; es decir, en total el 58% de los comerciantes encuestados indican que sí tienen proyecciones de crecimiento basadas en sus ahorros.

#### Análisis estadístico de la dim. ahorro

**Tabla 6**

*Análisis estadístico de la dim. ahorro.*

Dimensión	Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Mediana	Desv. Desviación
Ahorro	Hábito de ahorro	50	2	5	3.54	1.034
	Ahorro con registro mensual de ingresos.	50	2	5	3.62	1.159
	Compro mercadería utilizando ahorros.	50	2	5	3.56	1.091
	Metas de ahorro	50	2	5	3.66	1.062
	Proyecciones a futuro con ahorros.	50	2	5	3.64	1.083

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

En la tabla anterior, se evidencia que el valor mínimo registrado para las respuestas de los comerciantes del mercado San José es de 2 en la afirmación "Tengo proyecciones a futuro para el crecimiento de mi negocio con mis ahorros". Este resultado indica que al menos un comerciante se mostró "en desacuerdo" con tener proyecciones de crecimiento basadas en sus ahorros, lo que refleja una falta de

planificación a largo plazo o una escasa confianza en la capacidad de utilizar sus ahorros para el desarrollo futuro del negocio. Por otro lado, el valor máximo registrado en la tabla es de 5, correspondiente a la afirmación "¿Tienes el hábito de ahorrar?" y "Creo que es posible ahorrar más llevando un registro mensual de los ingresos que tiene mi negocio". Esto implica que hay comerciantes que están "totalmente de acuerdo" con estas afirmaciones, lo que evidencia que, al menos un grupo dentro de los comerciantes reconoce la importancia del ahorro y la planificación financiera. Finalmente, el valor promedio de las respuestas muestra una tendencia moderada hacia el acuerdo en la dimensión de ahorro, con medias que oscilan entre 3.54 y 3.66. En particular, la media de sobre el hábito de ahorrar sugiere que, en promedio, los comerciantes tienen una opinión neutral a ligeramente positiva sobre el ahorro, mientras que la afirmación relacionada con llevar un registro mensual de ingresos tiene una media que indica una percepción más sólida sobre la posibilidad de ahorrar más con un buen control financiero.

#### 4.1.1.3 Dimensión 3: Deuda

Tabla 7

*Descripción de la dimensión deuda.*

Valor	Ventas a crédito		Pagos de clientes a tiempo		Experiencias negativas cobrando deudas.		Dinero para cancelar puntualmente.		Organización de deudas por prioridad.	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2	18	36%	11	22%	13	26%	19	38%	10	20%
3	10	20%	13	26%	12	24%	7	14%	11	22%
4	10	20%	16	32%	13	26%	16	32%	12	24%
5	12	24%	10	20%	12	24%	8	16%	17	34%
Total	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

Los indicadores medidos de la dimensión deuda financiera de los comerciantes del Mercado San José de Juliaca para el año 2024 muestran lo siguiente:

Con respecto al ítem 12 "¿Realiza Ud. ventas a crédito a sus clientes?", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 36% está en desacuerdo con realizar ventas a crédito; el 20% mantiene una posición neutral, mientras que el 20% está de acuerdo y el 24% está totalmente de acuerdo. Esto indica que, en total, el 44% de los comerciantes encuestados realizan ventas a crédito.

En cuanto al ítem 13 "¿Sus clientes suelen pagarle a tiempo las deudas que tienen en su negocio?", nuevamente, ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 22% está en desacuerdo con que sus clientes paguen a tiempo; el 26% mantiene una posición neutral, mientras que el 32% está de acuerdo y solo el 20% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que el 52% de los comerciantes encuestados perciben que sus clientes no cumplen con los plazos de pago.

Para el ítem 14 "Tuve experiencias negativas cobrando deudas, es por esto que entrego mercadería a crédito solo a clientes antiguos y cercanos a la zona ubicada de mi negocio", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 26% está en desacuerdo; el 24% mantiene una posición neutral, mientras que el 26% está de acuerdo y el 24% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 50% de los comerciantes encuestados han tenido experiencias negativas y, por lo tanto, limitan las ventas a crédito a clientes de confianza.

Sobre el ítem 15 "Cuento con suficiente dinero para cancelar a mis proveedores puntualmente lo que contraje para el funcionamiento de mi negocio", tampoco hay comerciantes (0%) que estén totalmente en desacuerdo, pero el 38% está en desacuerdo con tener suficiente liquidez para pagar a sus proveedores; el 14% mantiene una posición neutral, mientras que el 32% está de acuerdo y el 16% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que el 16% de los comerciantes encuestados se sienten seguros de poder cumplir con sus obligaciones financieras.

Finalmente, para el ítem 16 "Organizo mis deudas con cada uno de mis proveedores de acuerdo a mi disponibilidad de dinero, vencimiento de plazo y otros", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 20% está en desacuerdo; el 22% mantiene una posición neutral, mientras que el 24% está de acuerdo y el 34% está totalmente de acuerdo. Esto indica que una gran mayoría, el 58%, de los comerciantes encuestados organiza sus deudas de manera efectiva, lo que sugiere una buena gestión financiera en este aspecto.

#### Análisis estadístico de la dim. Deuda financiera.

**Tabla 8**

*Análisis estadístico de la dim. Deuda financiera.*

Dimensión	Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Deuda financiera	Ventas a crédito	50	2	5	3.32	1.203
	Pagos de clientes a tiempo	50	2	5	3.50	1.055
	Experiencias negativas cobrando deudas.	50	2	5	3.48	1.129
	Dinero para cancelar a puntualmente.	50	2	5	3.26	1.139
	Organización de deudas por prioridad.	50	2	5	3.72	1.144

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.



En la tabla anterior, el valor mínimo registrado es de 2.00 en la afirmación "¿Sus clientes suelen pagarle a tiempo las deudas que tienen en su negocio?". Este resultado indica que al menos un comerciante se mostró "en desacuerdo" con la idea de que sus clientes cumplen puntualmente con sus obligaciones de pago. Por otro lado, el valor máximo registrado es de 5.00 en la afirmación "Tuve experiencias negativas cobrando deudas, es por esto que entrego mercadería a crédito solo a clientes antiguos y cercanos a la zona ubicada de mi negocio". Este resultado indica que hay comerciantes que están "totalmente de acuerdo" con esta afirmación, lo que refleja una estrategia cautelosa en la gestión de créditos. Finalmente, el valor promedio de las respuestas muestra una tendencia moderada hacia el acuerdo en la dimensión de manejo de deudas, con medias que oscilan entre 3.26 y 3.72. En particular, la media sobre la organización de deudas con proveedores indica que, en promedio, los comerciantes están relativamente de acuerdo en que gestionan sus deudas de manera estructurada, lo que es un aspecto positivo para la salud financiera de sus negocios. Sin embargo, la media sobre el pago puntual de deudas evidencia que, en general, los comerciantes enfrentan desafíos en la cobranza de deudas, lo que podría requerir estrategias adicionales para mejorar la recuperación de pagos y la gestión de relaciones con los clientes.

## 4.1.2 Resultados de toma de decisiones financieras

### 4.1.2.1 Dimensión 1: Uso de productos financieros

Tabla 9

*Descripción de la dimensión uso de productos financieros.*

Valor	Uso de crédito		Identificación de producto o servicio financiero		Información de ventajas y desventajas de créditos		Análisis de términos y condiciones de entidades financieras.		Interés acerca de créditos, ahorros.	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2	11	22%	10	20%	10	20%	12	24%	17	34%
3	13	26%	12	24%	8	16%	8	16%	6	12%
4	18	36%	15	30%	14	28%	16	32%	13	26%
5	8	16%	13	26%	18	36%	14	28%	14	28%
Total	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

Los indicadores medidos de la dimensión uso de productos financieros de los comerciantes del Mercado San José de Juliaca para el año 2024 muestran lo siguiente:

Con respecto al ítem 1 "¿Mi negocio requiere hacer uso de créditos?", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 22% está en desacuerdo con la necesidad de créditos; el 26% mantiene una posición neutral, mientras que el 36% está de acuerdo y el 16% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 52% de los comerciantes encuestados consideran que su negocio sí requiere hacer uso de créditos.

En cuanto al ítem 2 "Identifico con exactitud qué producto o servicio financiero necesita mi empresa (créditos, préstamos, ahorros u otros)", nuevamente, ningún comerciante (0%) está totalmente en



desacuerdo, pero el 20% está en desacuerdo con poder identificar sus necesidades financieras; el 24% mantiene una posición neutral, mientras que el 30% está de acuerdo y el 26% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que el 56% de los comerciantes encuestados tienen claridad sobre los productos financieros que requieren.

Para el ítem 3 "Conozco y estoy informado acerca de las ventajas y desventajas de trabajar con los créditos que me ofrecen las entidades financieras", tampoco hay comerciantes (0%) que estén totalmente en desacuerdo, pero el 20% está en desacuerdo con su conocimiento sobre créditos; el 16% mantiene una posición neutral, mientras que el 28% está de acuerdo y el 36% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 64% de los comerciantes encuestados se sienten informados sobre las ventajas y desventajas de los créditos.

Sobre el ítem 4 "Leo y analizo los beneficios, términos y condiciones que me ofrecen las entidades financieras antes de aceptar un crédito", al igual que en los ítems anteriores, ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 24% está en desacuerdo; el 16% mantiene una posición neutral, mientras que el 32% está de acuerdo y el 28% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que una gran mayoría, el 60%, de los comerciantes encuestados se toma el tiempo para leer y analizar los términos de los créditos ofrecidos.

Finalmente, para el ítem 5 "Mi interés como dueño de un negocio para conocer sobre el funcionamiento acerca de créditos, ahorros o temas relacionados es alto", nuevamente, no hay comerciantes (0%) que estén

totalmente en desacuerdo y solo el 34% está en desacuerdo; el 12% mantiene una posición neutral, mientras que el 26% está de acuerdo y el 28% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 54% de los comerciantes encuestados tienen un alto interés en conocer más sobre productos financieros y su funcionamiento.

Análisis estadístico de la dim. uso de productos financieros.

**Tabla 10**

*Análisis estadístico de la dim. uso de productos financieros.*

Dimensión	Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Uso de productos financieros	Uso de crédito	50	2	5	3.46	1.014
	Identificación de producto o servicio financiero.	50	2	5	3.62	1.086
	Información de ventajas y desventajas de créditos.	50	2	5	3.80	1.143
	Análisis de términos y condiciones entidades financieras.	50	2	5	3.64	1.139
	Interés acerca de créditos y ahorros.	50	2	5	3.48	1.233

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

En la tabla anterior, el valor mínimo registrado es de 2.00 en las afirmaciones "¿Mi negocio requiere hacer uso de créditos?", "Identifico con exactitud qué producto o servicio financiero necesita mi empresa (créditos, préstamos, ahorros u otros)" y "Conozco y estoy informado acerca de las ventajas y desventajas de trabajar con los créditos que me ofrecen las entidades financieras". Estos valores indican que al menos un comerciante se mostró "en desacuerdo" con estas afirmaciones, lo que



evidencia que existen comerciantes que pueden no estar plenamente conscientes de la necesidad de créditos o que no tienen claridad sobre los productos financieros disponibles para sus negocios. Por el contrario, el valor máximo registrado es de 5.00 en la afirmación "Mi interés como dueño de un negocio para conocer sobre el funcionamiento acerca de créditos, ahorros o temas relacionados es alto". Este resultado demuestra que hay comerciantes que están "totalmente de acuerdo" con la importancia de informarse sobre productos financieros, lo que indica un reconocimiento de la relevancia de la educación financiera en la gestión de sus negocios. Finalmente, el valor promedio de las respuestas muestra una inclinación moderada hacia el acuerdo en la dimensión de uso de productos financieros, con medias que oscilan entre 3.48 y 4.02. En particular, la media de 4.02 sobre el interés en conocer sobre créditos y ahorros indica un compromiso significativo por parte de los comerciantes en mejorar su educación financiera. Sin embargo, las medias de 3.36 y 3.80 en relación con la necesidad de créditos y la identificación de productos financieros necesarios sugieren que, aunque hay interés, todavía puede haber un déficit en el conocimiento práctico sobre cómo utilizar estos productos de manera efectiva.

#### 4.1.2.2 Dimensión 2: Participación en el mercado

**Tabla 11**

*Descripción de la dimensión participación en el mercado.*

Valor	Nuevas oportunidades de desarrollo.		Oportunidades de desarrollo sobre otros negocios.		Desarrollo de actividades según ganancias.		Crecimiento de ganancias según registro de ventas.	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2	15	30%	7	14%	11	22%	11	22%
3	9	18%	15	30%	7	14%	9	18%
4	8	16%	16	32%	18	36%	17	34%
5	18	36%	12	24%	14	28%	13	26%
Total	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

Los indicadores medidos de la dimensión participación en el mercado de los comerciantes del Mercado San José de Juliaca para el año 2024 muestran lo siguiente:

Con respecto al ítem 6 "Estoy al pendiente de las nuevas oportunidades de desarrollo que tiene mi negocio para tener una mayor participación en el mercado", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 30% está en desacuerdo con estar atentos a nuevas oportunidades. El 18% mantiene una posición neutral, mientras que el 16% está de acuerdo y el 36% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 52% de los comerciantes encuestados están proactivamente buscando oportunidades para mejorar su participación en el mercado.

En cuanto al ítem 7 "Mi negocio tiene más oportunidades de desarrollo sobre otros negocios similares al mío porque manejo mejores



precios", nuevamente, ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo, pero el 14% está en desacuerdo con esta afirmación. El 30% mantiene una posición neutral, mientras que el 32% está de acuerdo y el 24% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que el 56% de los comerciantes encuestados creen que sus precios les otorgan una ventaja competitiva en el mercado.

Para el ítem 8 "Desarrollo mis actividades según el aumento de mis ganancias", al igual que en los ítems anteriores, no hay comerciantes (0%) que estén totalmente en desacuerdo y solo el 22% está en desacuerdo; el 14% mantiene una posición neutral, mientras que el 36% está de acuerdo y el 28% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 64% de los comerciantes encuestados ajustan sus actividades comerciales en función de sus ganancias, lo que refleja una buena adaptación a las condiciones del mercado.

Sobre el ítem 9 "Estoy atento al crecimiento de las ganancias de mi negocio ya que reviso siempre mi registro de ventas", tampoco hay comerciantes (0%) que estén totalmente en desacuerdo y el 22% está en desacuerdo con esta afirmación; el 18% mantiene una posición neutral, mientras que el 34% está de acuerdo y el 26% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que el 60% de los comerciantes encuestados están comprometidos con el seguimiento de sus registros de ventas para monitorear el crecimiento de sus ganancias.

Análisis estadístico de la dim. participación en el mercado.

**Tabla 12**

*Análisis estadístico de la dim. participación en el mercado.*

Dimensión	Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Participación en el mercado	Nuevas oportunidades de desarrollo	50	2	5	3.58	1.263
	Oportunidades de desarrollo sobre otros negocios.	50	2	5	3.66	1.002
	Desarrollo de actividades según ganancias.	50	2	5	3.70	1.111
	Crecimiento de ganancias según registro de ventas.	50	2	5	3.64	1.102

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

En la tabla anterior, el valor mínimo registrado es de 2 en las afirmaciones "Estoy al pendiente de las nuevas oportunidades de desarrollo que tiene mi negocio para tener una mayor participación en el mercado" y "Mi negocio tiene más oportunidades de desarrollo sobre otros negocios similares al mío porque manejo mejores precios". Este resultado indica que al menos un comerciante se mostró "en desacuerdo" con estas afirmaciones, lo que evidencia que existen comerciantes que pueden no estar suficientemente atentos a las oportunidades de crecimiento o que no perciben que sus precios les otorgan una ventaja competitiva. Por otro lado, el valor máximo registrado es de 5.00 en la afirmación "Desarrollo mis actividades según al aumento de mis ganancias". Este resultado indica que hay comerciantes que están "totalmente de acuerdo" con la idea de que sus actividades comerciales están alineadas con el crecimiento de sus

ganancias. Finalmente, el valor promedio de las respuestas muestra una tendencia moderada hacia el acuerdo en la dimensión de participación en el mercado, con medias que oscilan entre 3.58 y 3.70. En particular, la media de 3.70 sobre el desarrollo de actividades en función del aumento de ganancias indica que, en promedio, los comerciantes están relativamente de acuerdo en que sus decisiones están influenciadas por su rendimiento financiero. Sin embargo, las medias en relación con la atención a nuevas oportunidades y la percepción de ventajas competitivas sugieren que, aunque hay un reconocimiento de la importancia de estas áreas, todavía hay margen para mejorar la vigilancia del mercado y la estrategia de precios.

#### 4.1.2.3 Dimensión 3: Conducta de endeudamiento

**Tabla 13**

*Descripción de la dimensión conducta de endeudamiento.*

Valor	Control de gastos		Evaluación de capacidad de pago.		Adquisición de mercadería con crédito.		Conducta de endeudamiento.		Uso correcto de servicios financieros		Endeudamiento innecesario.	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2	16	32%	10	20%	13	26%	11	22%	15	30%	11	22%
3	11	22%	10	20%	8	16%	14	28%	11	22%	12	24%
4	14	28%	18	36%	19	38%	15	30%	10	20%	16	32%
5	9	18%	12	24%	10	20%	10	20%	14	28%	11	22%
Total	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%	50	100%

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.



Los indicadores medidos de la dimensión conducta de endeudamiento de los comerciantes del Mercado San José de Juliaca para el año 2024 muestran lo siguiente:

Con respecto al ítem 10 "Llevo el control de mis gastos para saber si estoy en condiciones de afrontar pagos", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo y el 32% está en desacuerdo con llevar un control de sus gastos. El 22% mantiene una posición neutral, mientras que el 28% está de acuerdo y el 18% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 46% de los comerciantes encuestados llevan un control de sus gastos, lo que es fundamental para una buena gestión financiera.

En cuanto al ítem 11 "Realizo una evaluación sobre mi capacidad de pago antes de acudir a los créditos que me ofrecen las entidades financieras", nuevamente, no hay comerciantes (0%) que estén totalmente en desacuerdo, pero el 20% está en desacuerdo con realizar esta evaluación. Esto sugiere que el 60% de los comerciantes encuestados evalúan su capacidad de pago antes de solicitar créditos, lo que es un paso importante para evitar el sobreendeudamiento.

Para el ítem 12 "Realizo adquisiciones de mercadería u otros productos a crédito con responsabilidad considerando mis posibilidades", al igual que en los ítems anteriores, no hay comerciantes (0%) que estén totalmente en desacuerdo y solo el 26% está en desacuerdo. El 16% mantiene una posición neutral, mientras que el 38% está de acuerdo y el 20% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 58% de los comerciantes encuestados consideran que realizan adquisiciones a crédito



de manera responsable, lo que refleja una buena conducta de endeudamiento.

Sobre el ítem 13 "Considero que tengo una conducta de endeudamiento adecuada", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo con esta afirmación, mientras que el 22% está en desacuerdo. Esto indica que el 50% de los comerciantes encuestados se sienten cómodos con su conducta de endeudamiento, lo que sugiere una percepción positiva sobre su manejo de deudas.

Respecto al ítem 14: "Utilizo de manera correcta lo que obtengo de una entidad financiera porque averiguo a través de personas con experiencia acerca de este tema.", ningún comerciante (0%) está totalmente en desacuerdo, pero el 30% está en desacuerdo con esta afirmación. Esto sugiere que el 48% de los comerciantes encuestados confían en que utilizan adecuadamente los recursos obtenidos de entidades financieras, apoyándose en la experiencia de otros.

Ítem 15: "Me endeudo innecesariamente." En este caso, el 0% de los comerciantes está totalmente en desacuerdo, mientras que el 22% está en desacuerdo con la afirmación de que se endeudan innecesariamente. El 24% mantiene una posición neutral, el 32% está de acuerdo y el 24% está totalmente de acuerdo. Esto indica que el 56% de los comerciantes no se consideran propensos a endeudarse sin necesidad, lo que refleja una conciencia sobre su comportamiento de endeudamiento.

Análisis estadístico de la dim. conducta de endeudamiento.

**Tabla 14**

*Análisis estadístico de la dim. conducta de endeudamiento.*

Dimensión	Preguntas	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Conducta de endeudamiento	Control de gastos	50	2	5	3.32	1.115
	Evaluación de capacidad de pago.	50	2	5	3.64	1.064
	Adquisición de mercadería a crédito.	50	2	5	3.52	1.092
	Conducta de endeudamiento.	50	2	5	3.48	1.054
	Uso correcto de servicios financieros.	50	2	5	3.46	1.199
	Endeudamiento innecesario	50	2	5	3.54	1.073

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

En la tabla anterior, el valor mínimo registrado es de 2 en la afirmación "Me endeudo innecesariamente". Este resultado indica que al menos un comerciante se mostró "en desacuerdo" con la idea de que incurre en deudas sin necesidad. Esto evidencia que, aunque algunos comerciantes pueden tener preocupaciones sobre su conducta de endeudamiento, hay al menos un comerciante que se siente seguro de que sus decisiones de endeudamiento son justificadas y necesarias. Por otro lado, el valor máximo registrado es de 5.00 en la afirmación "Realizo adquisiciones de mercadería u otros productos a crédito con responsabilidad considerando mis posibilidades". Este resultado indica que hay comerciantes que están "totalmente de acuerdo" con la idea de que manejan sus deudas de manera responsable. Este enfoque responsable es crucial para mantener la salud financiera de sus negocios, ya que evidencia que estos comerciantes evalúan cuidadosamente su capacidad de pago

antes de asumir nuevas deudas. Finalmente, el valor promedio de las respuestas muestra una tendencia moderada hacia el acuerdo en la dimensión de conducta de endeudamiento, con medias que oscilan entre 3.32 y 3.64. En particular, la media de 3.64 sobre la adquisición de mercadería a crédito de manera responsable sugiere que, en promedio, los comerciantes son conscientes de la importancia de endeudarse de forma adecuada. Sin embargo, la media en relación con la afirmación de endeudarse innecesariamente indica que, aunque hay un reconocimiento de la responsabilidad en el uso del crédito, también existe una preocupación sobre la gestión de deudas.

## **4.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS POR OBJETIVOS**

Para mostrar los resultados en función de los objetivos, se llevó a cabo un proceso metodológico riguroso iniciando por evaluar la normalidad de los datos y, posteriormente, se calcularon los coeficientes de influencia, con el propósito de identificar la dependencia entre las variables en estudio.

### **4.2.1 Prueba de normalidad**

Se lleva a cabo una prueba de normalidad para verificar si los datos de cada variable y sus dimensiones siguen una distribución normal. Según los resultados de esta prueba, se determinará el tipo de estadístico a utilizar, considerando que hay estadísticos paramétricos y no paramétricos.

#### **4.2.1.1 Prueba de normalidad Shapiro - Wilk.**

En este proyecto de investigación, se utiliza una muestra no probabilística de tipo censal, compuesta por 50 comerciantes. Dado que el



tamaño de la muestra es de 50, se llevó a cabo la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk. En ese sentido, se plantearon lo siguiente:

**a) Planteamiento de hipótesis:**

- Hipótesis nula (Ho): Los datos de la investigación tienen una distribución normal.
- Hipótesis alterna (Ha): Los datos de la investigación no tienen una distribución normal.

**b) Nivel de significancia:**

- Confianza = 95%
- Significancia = 5 %

**c) Criterios de decisión:**

- Si  $P < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula (HO) y se acepta la hipótesis alterna (Ha).
- Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna (Ha).

**4.2.1.1.1 Resultados de la prueba de normalidad de Shapiro Wilk**

**Tabla 15**

*Análisis del comportamiento de los datos.*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gf	Sig.
Cultura Financiera	,976	50	,383
Toma De Cisiones Financieras	,959	50	,078

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 26, en donde se muestra resultados de la prueba de Shapiro-Wilk.



De acuerdo con los datos obtenidos, se determina que para la variable cultura financiera se obtuvo un valor sig. De 0.383 esto significa que los datos siguen una distribución la normal ya que el valor es mayor a 0,05. Respecto a la variable toma de decisiones financieras se obtuvo se obtuvo un valor sig. De 0.078 esto significa que los datos siguen una distribución la normal ya que el valor es superior a 0,05. En conclusión, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, afirmando que los datos siguen un comportamiento normal.

#### **4.2.2 Descripción del coeficiente de regresión lineal**

Para el desarrollo de los objetivos planteados en esta investigación, se ha considerado aplicar la prueba de regresión lineal como una herramienta estadística esencial. Esta técnica se utiliza para explorar y cuantificar la relación entre variables, en este caso, para determinar la influencia que la cultura financiera ejerce sobre la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, en Juliaca, durante el año 2024. Una vez que se haya aplicado la prueba de regresión lineal, se obtuvieron los resultados que serán cruciales para entender la relación entre las variables. En ese sentido, el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) indicará el porcentaje de variación en la variable dependiente que se puede explicar mediante las variables independientes. Un  $R^2$  elevado sugiere que la cultura financiera o sus dimensiones tiene un impacto significativo en las decisiones financieras. En síntesis, el resultado variaría entre 0 y 1 donde 0 indica que el modelo no explica ninguna variación en la variable dependiente, mientras que un  $R^2$  de 1 significa que el modelo explica toda la variación. Cabe recalcar que, para la presentación del modelo, se contempla la siguiente fórmula:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e$$

$Y_i$ : Variable dependiente

$\beta_0$  = *intercepto o constante*

$\beta_1$  = *coeficiente de variable independiente*

$X_1$ : *variable independiente*

$\varepsilon_1$  = *error*

#### 4.2.3 Objetivo específico 1.

Determinar la influencia de la planificación en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la asociación del mercado san José, Juliaca-2024.

**Tabla 16**

*Resultados de la influencia - Obj. 1.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,602 <sup>a</sup>	,363	,349	596,572

a. Predictores: (Constante), Planificación financiera

Nota. Base de datos de la encuesta realizada a los 50 comerciantes del mercado san José 2024.

De acuerdo con los datos obtenidos se determina que la planificación se relaciona de manera positiva y moderada con la toma de decisiones en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, al obtenerse un coeficiente de determinación ajustado igual a 0.363, esto significa que el 36.3% de las variaciones observadas en la toma de decisiones financieras se atribuyen a los cambios en la planificación financiera. Así mismo, en base a estos resultados, se formula la siguiente fórmula del modelo de ecuación:

**Tabla 17**

*Estimación del coeficiente de ecuación para el objetivo 1.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	26,997	5,148		5,244	,000
1 Planificación financiera	1,243	,238	,602	5,226	,000

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 26.

Modelo de la ecuación:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e$$

Y<sub>i</sub>: Toma de decisiones financieras

$\beta_0$  = Constante (26,997)

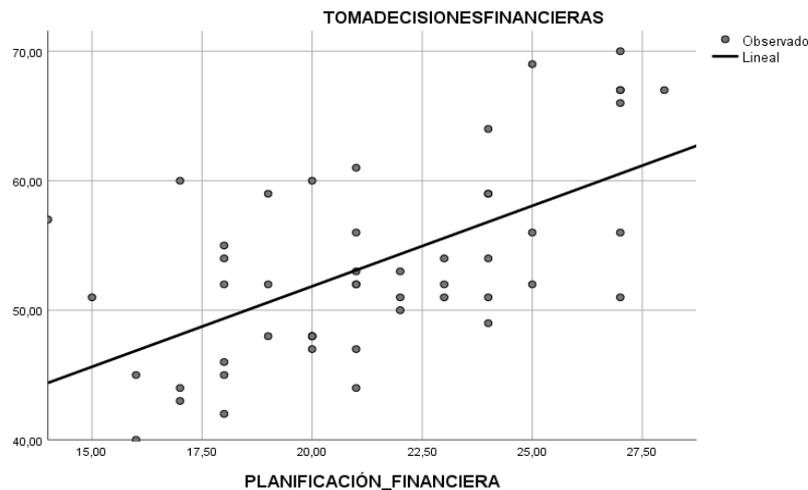
$\beta_1$  = Planificación financiera (1,243)

De esta manera, se determinó la siguiente ecuación:

Toma de decisiones financieras = 22,997+1,243planificación + e

Estos resultados se visualizan en el siguiente gráfico:

**Figura 1**  
*Resultado del objetivo 1 - planificación y toma de decisiones.*



Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

#### 4.2.4 Objetivo específico 2.

Determinar la influencia del ahorro en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la asociación del mercado san José, Juliaca- 2024.

**Tabla 18**

*Resultados de la influencia - Obj. 2.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,417 <sup>a</sup>	,174	,157	679,223

a. Predictores: (Constante), Ahorro financiero

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 26.

De acuerdo con los datos obtenidos se determina que el ahorro se relaciona de manera positiva y moderada con la toma de decisiones en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, al obtenerse un coeficiente de determinación ajustado igual a 0.174, esto significa que el 17.4% de las variaciones observadas en la toma de decisiones financieras se atribuyen a los

cambios en el ahorro financiero. Así mismo, en base a estos resultados, se formula la siguiente fórmula del modelo de ecuación:

**Tabla 19**

*Estimación del coeficiente de ecuación para el objetivo 2.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	35,654	5,709		6,245	,000
1 Ahorro financiero	,993	,312	,417	3,178	,003

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 26.

Modelo de la ecuación:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e$$

Y<sub>i</sub>: Toma de decisiones financieras

$\beta_0$  = Constante (35,654)

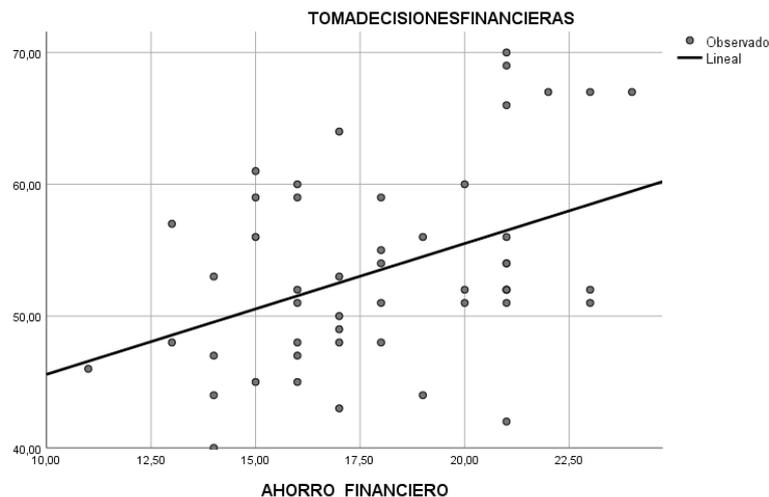
$\beta_1$  = Ahorro financiero (0,993)

De esta manera, se determinó la siguiente ecuación:

$$\text{Toma de decisiones financieras} = 35,654 + 0,993 \text{ ahorro} + e$$

Estos resultados se visualizan en el siguiente gráfico:

**Figura 2**  
*Resultado del objetivo 2 - ahorro y toma de decisiones*



Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

#### 4.2.5 Objetivo específico 3.

Determinar la influencia de la deuda en la de decisiones financieras de los comerciantes de la asociación del mercado san José, Juliaca- 2024.

**Tabla 20**

*Resultados de la influencia - Obj. 3.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,473 <sup>a</sup>	,224	,208	658,397

a. Predictores: (Constante), Deuda financiera

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

De acuerdo con los datos obtenidos se determina que la deuda se relaciona de manera positiva y moderada con la toma de decisiones en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, al obtenerse un coeficiente de determinación ajustado igual a 0.224, esto significa que el 22.4% de las variaciones observadas en la toma de decisiones financieras se atribuyen a los cambios en la deuda financiera. Así mismo, en base a estos resultados, se formula la siguiente fórmula del modelo de ecuación:

**Tabla 21**

*Estimación del coeficiente de ecuación para el objetivo 3.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	34,187	5,286		6,467	,000
1 Deuda financiera	1,120	,301	,473	3,719	,001

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

Modelo de la ecuación:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e$$

Y<sub>i</sub>: Toma de decisiones financieras

$\beta_0$  = Constante (34,187)

$\beta_1$  = Deuda financiera (1,120)

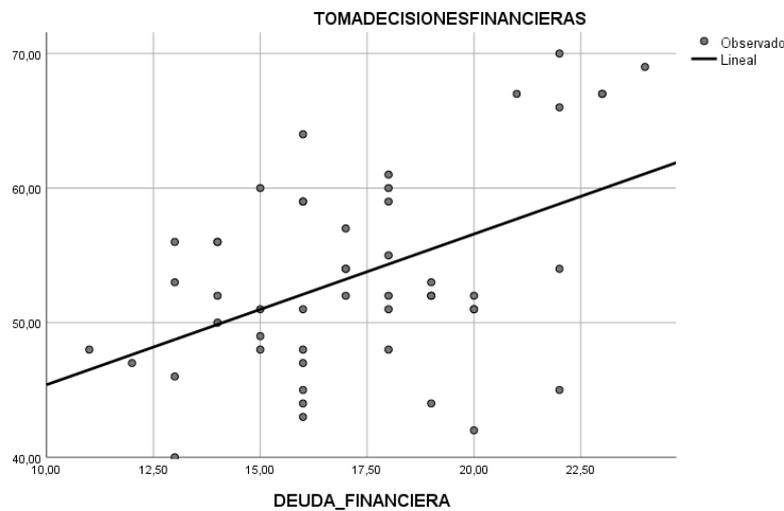
De esta manera, se determinó la siguiente ecuación:

$$\text{Toma de decisiones financieras} = 34,187 + 1,120 \text{ deuda} + e$$

Estos resultados se visualizan en el siguiente gráfico:

**Figura 3**

*Resultado del objetivo 3 - deuda y toma de decisiones.*



Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

#### 4.2.6 Objetivo general.

Determinar la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciales de la asociación del mercado san José, Juliaca-2024.

**Tabla 22**

*Resultados de la influencia entre la cultura financiera y toma de decisiones.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,623 <sup>a</sup>	,388	,376	584,359

a. Predictores: (Constante), Cultura financiera

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

De acuerdo con los datos obtenidos se determina que la cultura financiera se relaciona de manera positiva y moderada con la toma de decisiones en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, al obtenerse un coeficiente de determinación ajustado igual a 0.388 esto significa que el 38.8% de las variaciones observadas en la toma de decisiones financieras se atribuyen a

los cambios en cultura financiera. Así mismo, en base a estos resultados, se formula la siguiente fórmula del modelo de ecuación:

**Tabla 23**

Estimación del *coeficiente* de ecuación para el objetivo general.

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	20,526	6,035		3,401	,001
1 Cultura financiera	,583	,106	,623	5,522	,000

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

Modelo de la ecuación:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e$$

Y<sub>i</sub>: Toma de decisiones financieras

$\beta_0$  = Constante (20,526)

$\beta_1$  = Cultura financiera (0,583)

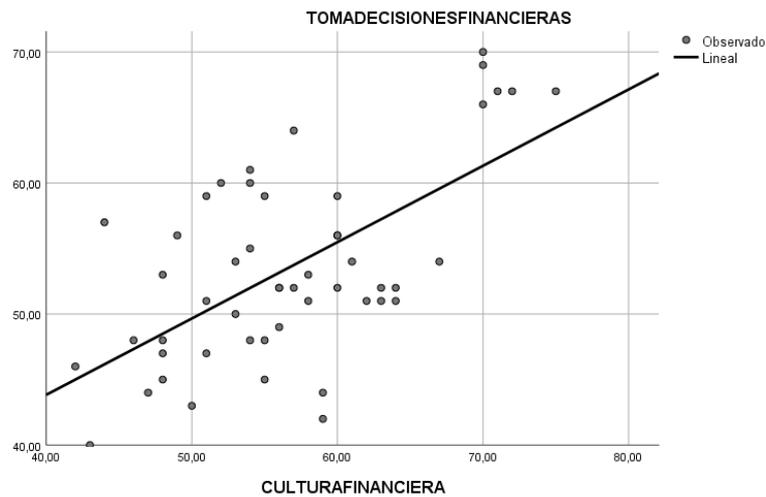
De esta manera, se determinó la siguiente ecuación:

$$\text{Toma de decisiones financieras} = 20,526 + 0,583 \text{ cultura financiera} + e$$

Estos resultados se visualizan en el siguiente gráfico

## Figura 4

*Resultado del objetivo general – cultura financiera y toma de decisiones.*



Nota. Resultados obtenidos del SPSS. Elaboración propia.

### 4.3 CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

#### 4.3.1 Contrastación de la hipótesis específica 1

- Ha: Existe influencia significativa de la planificación en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- H0 Se niega HE1.

#### Nivel de significancia:

- Confianza = 95%
- significancia = 5

#### Criterios de decisión:

- Si  $P < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (Ha).

- Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

(Ha)

**Tabla 24**

*Prueba para la validación de la HE1.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	26,997	5,148		5,244	,000
1 Planificación financiera	1,243	,238	,602	5,226	,000

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

**Tabla 25**

*Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) de la planificación y toma de decisiones financieras.*

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	972,109	1	972,109	27,314	,000 <sup>b</sup>
1 Residuo	1,708,311	48	35,590		
Total	2,680,420	49			

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

b. Predictores: (Constante), planificación financiera

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

En el análisis de varianza ANOVA el estadístico  $F = 27,314$  muestra una significancia de  $p = 0.00$ . El valor de  $p$  es menor al nivel de significancia ( $0.00 < 0.05$ ) indicando que la regresión es significativa con un nivel de 95% de confiabilidad.

En síntesis, de acuerdo con los datos obtenidos, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, debido a que la significancia obtenida (0.000) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). De esta

manera, se determina que, existe prueba suficiente para afirmar que existe influencia significativa de la planificación en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

#### 4.3.2 Contrastación de la hipótesis específica 2

- Ha: Existe influencia significativa del ahorro en la toma de decisiones financieras en los de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- H0: Se niega HE2

#### Nivel de significancia:

- Confianza = 95%
- significancia = 5 %

#### Criterios de decisión:

- Si  $P < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (Ha).
- Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna (Ha).

**Tabla 26**

*Prueba para la validación de la HE2.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	35,654	5,709		6,245	,000
<sup>1</sup> Ahorro financiero	,993	,312	,417	3,178	,003

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

**Tabla 27**

*Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) del ahorro y toma de decisiones financieras.*

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	465,966	1	465,966	10,100	,003 <sup>b</sup>
Residuo	2,214,454	48	46,134		
Total	2,680,420	49			

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

b. Predictores: (Constante), Ahorro financiero

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

De acuerdo con los datos obtenidos, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, debido a que la significancia obtenida (0.003) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). De esta manera, se determina que, existe prueba suficiente para afirmar que existe influencia significativa del ahorro en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

#### 4.3.3 Contrastación de la hipótesis específica 3

- Ha: Existe influencia significativa de la deuda en la toma de decisiones financieras en los de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- H0: Se niega HE3.

#### Nivel de significancia:

- Confianza = 95%
- significancia = 5 %

#### Criterios de decisión:

- Si  $P < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ).
- Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna ( $H_a$ ).

**Tabla 28**

*Prueba para la validación de la HE3.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	34,187	5,286		6,467	,000
1 Deuda financiera	1,120	,301	,473	3,719	,001

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

**Tabla 29**

*Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) de la deuda y toma de decisiones financieras.*

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	599,682	1	599,682	13,834	,001 <sup>b</sup>
Residuo	2,080,738	48	43,349		
Total	2,680,420	49			

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

b. Predictores: (Constante), Deuda financiera

Nota. Resultados obtenidos del SPSS.

De acuerdo con los datos obtenidos, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, debido a que la significancia obtenida (0.001) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). De esta manera, se determina que, existe prueba suficiente para afirmar que existe influencia significativa de la deuda financiera en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

#### 4.3.4 Contrastación de la hipótesis general.

- Ha: Existe influencia significativa de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras en los comerciales de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.
- H0: Se niega HG.

##### Nivel de significancia:

- Confianza = 95%
- significancia = 5 %

##### Criterios de decisión:

- Si  $P < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (Ha).
- Si  $P > 0.05$  se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna (Ha).

**Tabla 30**

*Prueba para la validación de la HG.*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	20,526	6,035		3,401	,001
1 Cultura financiera	,583	,106	,623	5,522	,000

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

Nota. Resultados obtenidos del SPSS. Elaboración propia.

**Tabla 31**

*Estadístico del análisis de varianza (ANOVA) de la cultura financiera y toma de decisiones financieras.*

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	1,041,338	1	1,041,338	30,495	,000 <sup>b</sup>
1 Residuo	1,639,082	48	34,148		
Total	2,680,420	49			

a. Variable dependiente: Toma de decisiones financieras

b. Predictores: (Constante), Cultura financiera

Nota. Resultados obtenidos del SPSS. Elaboración propia.

De acuerdo con los datos obtenidos, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, debido a que la significancia obtenida (0.000) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). De esta manera, se determina que, existe prueba suficiente para afirmar que existe influencia significativa de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.

#### 4.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente estudio tiene como objetivo explorar cómo la cultura financiera se relaciona en las decisiones de inversión de los comerciantes de la Asociación del Mercado San José en Juliaca durante el año 2024. Este análisis se lleva a cabo en un contexto donde la comprensión de conceptos financieros se vuelve crucial para la optimización de recursos y el crecimiento económico local. A medida que las condiciones del mercado cambian y se presentan nuevas oportunidades, los comerciantes deben adaptar sus enfoques y estrategias. La investigación se enfoca en los comerciantes, ya que su habilidad para gestionar sus finanzas adecuadamente puede tener un efecto significativo en el éxito de sus negocios y en el desarrollo económico de la comunidad. Se busca



resaltar la importancia de una sólida cultura financiera que les permita tomar decisiones más informadas y estratégicas, lo cual es fundamental para el progreso de la economía en Juliaca.

En este contexto, al abordar el primer objetivo específico de la investigación, se evidenció que la planificación financiera entre los comerciantes de la Asociación del Mercado San José se sitúa en un nivel bajo, alcanzando un porcentaje del 46%. Este hallazgo sugiere que, aunque existe una comprensión básica de la necesidad de una adecuada planificación, hay un margen significativo para mejorar en esta área.

Al examinar la influencia entre la planificación financiera y toma de decisiones financieras se obtuvo un coeficiente de 36.3%. Esta relación puede interpretarse bajo la premisa de que una sólida cultura financiera fomenta prácticas de planificación más efectivas, permitiendo a los comerciantes tomar decisiones más informadas y estratégicas. Estos resultados son consistentes con los hallazgos de otros estudios en el campo, como los de Gómez (2020) que también identificaron una correlación similar entre la capacidad financiera (en donde se plantearon interrogantes relacionadas a la planificación) y el financiamiento. En su investigación, se reportó una correlación de 0,845 lo que refuerza la idea de que una capacidad financiera robusta es fundamental para el acceso a financiamiento contextos comerciales. Las similitudes en los resultados pueden atribuirse a varios factores comunes, como el entorno económico en el que operan los comerciantes, la disponibilidad de recursos educativos sobre finanzas, entre otros. Estos elementos contribuyen a que tanto los comerciantes de Juliaca como los sujetos de estudio en la investigación del autor mencionado enfrenten desafíos similares en la adopción de prácticas de planificación financieras efectivas.



Por otro lado, en el estudio de los autores Magimo y Sabino (2022) se identificó que el 67.86% de los encuestados indicó que "siempre" toman decisiones alineadas con la planeación financiera, se determinó que la planificación financiera influye de manera significativa en el proceso de toma de decisiones dentro de las MYPES del sector comercial, ya que el análisis de Chi cuadrado reveló un nivel de significancia inferior a 0,05.

En el estudio de Mamani (2022) se determinó que 71% de los encuestados tiene conocimientos sobre cultura financiera destacando la planificación, así mismo el 65% de los encuestados afirmó que toma decisiones informadas y adecuadas en temas financieros y productos planificando las fechas de pago de sus productos financieros adquiridos. Estos resultados sugieren que, en el contexto estudiado por Mamani, existe un nivel de conocimiento, planificación y aplicación práctica de la cultura financiera más elevado que en los comerciantes analizados en el presente estudio. Esta diferencia puede estar relacionada con factores como el nivel socioeconómico, el acceso a educación financiera o las características específicas del sector analizado por Mamani. Estos hallazgos son sustentados mediante la teoría del comportamiento planificado, que postula que la conducta de un individuo (en este caso, la planificación financiera) está influenciada por sus creencias y actitudes hacia esa conducta, así como por las normas subjetivas y la percepción de control (Ordoñez et al., 2021). Según esta teoría, el aumento en la toma de decisiones financiera podría llevar a una mejora en las actitudes hacia la planificación y, por ende, a una mayor disposición para implementarla. Así, los resultados de esta investigación no solo revelan un estado actual de la planificación financiera, sino que también ofrecen un marco teórico para entender cómo mejorar esta dimensión crucial en el ámbito comercial.



En relación con el segundo objetivo específico de la investigación, se ha evidenciado que el nivel de ahorro entre los comerciantes de la Asociación del Mercado San José se encuentra en una posición media, alcanzando un porcentaje del 54%. Este dato revela que, si bien existe una comprensión básica sobre la importancia de un adecuado manejo del ahorro, persiste un considerable margen de oportunidad para fomentar mejoras en este ámbito. Así mismo, al analizar la influencia entre el ahorro financiero y la toma de decisiones, se obtuvo un coeficiente de 17.4%. Este valor indica una correlación positiva moderada, lo que sugiere que, a medida que se incrementa el ahorro financiero, se relacionará con la toma de decisiones financieras en los comerciantes. Este hallazgo es de suma importancia, ya que sugiere que se deben realizar estudios más profundos sobre estas variables ya que mediante el ahorro los comerciantes de Juliaca tomarán decisiones financieras correctas mejorando su economía. Estos resultados se comparan con el estudio de los autores Tandazo et al., (2023) quienes señalan que el ahorro no está vinculado a la cultura financiera señalan que se obtuvo un valor p de 0.541, lo cual es superior a 0.05. Este hallazgo resulta coherente, dado que solo el 5% de los encuestados afirmaron que ahorran. Esta cifra puede explicarse por el hecho de que los encuestados indicaron que, al percibir un salario básico, no les era posible destinar recursos al ahorro. Estos resultados varían en función del contexto de la población, ya que, a diferencia del estudio del autor mencionado, los comerciantes de Juliaca experimentan una alta rotación de productos a diario. Esta dinámica, impulsada por la gran afluencia de clientes en el mercado, les proporciona la liquidez necesaria para satisfacer sus necesidades financieras diarias y, al mismo tiempo, les permite ahorrar. Este contexto es similar con el estudio de los autores Salamea y Álvarez (2020) quien desarrolló su estudio en la ciudad de Cuenca identificaron que los pilares de la cultura financiera en Cuenca alcanzaron valores de 0.12 en conocimiento y



entendimiento, 0.20 en planificación financiera, 0.22 en uso de productos financieros y 0.21 en control financiero, resultando en un índice total de 0.75, considerado satisfactorio. Estos resultados sugieren que, al igual que en Juliaca, existe una base sólida de cultura financiera que permite a los hogares de Cuenca tomar decisiones informadas sobre la gestión de su dinero. Sin embargo, aunque los índices son alentadores Salamea y Álvarez también encontraron que la mayoría de los individuos solo destina un 10% de su sueldo al ahorro, mientras que aquellos que logran ahorrar el 50% o más son una minoría. Este hallazgo plantea una reflexión importante sobre la efectividad de la cultura financiera en la práctica. A pesar de contar con una comprensión adecuada de los conceptos financieros, tanto los comerciantes de Juliaca como los hogares de Cuenca parecen enfrentar desafíos similares en la implementación de hábitos de ahorro. Por otro lado, en la investigación de los autores Acero et al., (2023) se identificó una a cultura de ahorro del 10% de las utilidades brutas lo que permite cubrir inconvenientes y lograr una adecuada administración del dinero. Por último, los autores Antón y Matos (2020) identificaron que el 71.5% de los encuestados tiene el hábito de ahorrar, aunque no tienen claras las prioridades para dicho ahorro; el 32.5% genera un presupuesto para ingresos y gastos, mientras que el 39.6% lo hace solo “a veces.” Para sustentar estos resultados, se puede recurrir a la teoría del capital humano, que postula que la inversión en educación y conocimiento incrementa la productividad y, por ende, la capacidad de obtener mayores ingresos y realizar ahorros. En este contexto, la cultura financiera se convierte en un activo esencial que, al ser desarrollado, no solo mejora la capacidad de los comerciantes para ahorrar, sino que también les ayuda a gestionar mejor sus recursos, planificar para el futuro y enfrentar contingencias económicas.

En relación con el tercer objetivo específico de la investigación, se ha observado que el nivel de deuda entre los comerciantes de la Asociación del Mercado San José se



sitúa en un rango medio, alcanzando un porcentaje del 52%. Este resultado indica que, aunque los comerciantes poseen una comprensión básica sobre la importancia de gestionar adecuadamente sus deudas, existe un considerable margen de mejora en este aspecto crítico de la gestión financiera. Al analizar la influencia entre la deuda financiera y la toma de decisiones, se obtuvo un coeficiente de 22.4%. Este valor indica que los cambios que se han registrado en la toma de decisiones se deben a la deuda financiera por parte de los comerciales. Este hallazgo es relevante, ya que implica que un manejo adecuado de la deuda puede influir directamente en la calidad de las decisiones financieras y comerciales que enfrentan los comerciantes. Estos resultados se comparan con los de los autores Mungaray et al., (2021) donde se evidenció que el 28.76% de la población posee algún tipo de crédito. Aquellos que utilizan estos financiamientos lo hacen con el objetivo de mejorar su situación financiera mediante diferentes adquisiciones: 23.6% de los comerciantes destinan el crédito a compras del hogar o activos; 18.3% lo utiliza para alimentos o servicios; y 17.3% se enfoca en expandir o gestionar un negocio, lo que puede influir positivamente en la productividad. En otros casos, los créditos se emplean para mantener un bajo nivel de endeudamiento en consumos a corto plazo. Además, el 97.7% realiza sus pagos mensuales de manera puntual, lo que indica un comportamiento financiero prudente respecto al endeudamiento. Por su parte el autor Valdez (2020) tuvo como objetivo examinar los patrones de ahorro e inversión determinando que menos del 40% de los participantes usaban tarjetas de crédito, y de estos, más del 70% realizaban solo el pago mínimo. Estos resultados comparten similitudes ya que las causas detrás de estos resultados pueden incluir factores como el acceso a educación financiera, la disponibilidad de asesoría en la gestión de deudas, entre otros. Así mismo, la falta de conocimiento sobre el manejo adecuado de las deudas puede llevar a decisiones financieras pobres, perpetuando un ciclo de



endeudamiento. Por otro lado, en el estudio de los autores Mamani y Mamani (2022) se identificó que el 62,5% de los encuestados presentaron una capacidad de ahorro y endeudamiento de nivel medio, así mismo, se determinó que la educación financiera se relaciona significativamente con el nivel de endeudamiento  $r=0,349$ . En conclusión, la relación observada entre la deuda financiera y la toma de decisiones entre los comerciantes de la Asociación del Mercado San José sugiere que la mejora en la gestión de deudas no solo es crucial para la salud financiera individual, sino que también empodera a los comerciantes para actuar de manera más efectiva en sus negocios.

Por último, en relación con el objetivo general de esta investigación, se ha observado que las variables de estudio se sitúan en un nivel medio. Así mismo, al evaluar la influencia entre dichas variables se determinó un coeficiente de 38.8%. Este resultado indica una relación positiva moderada entre las dos variables analizadas, evidenciando que los factores que mejoran la toma de decisiones en los comerciantes es la cultura financiera. Estos resultados son congruentes con los del autor Valdez (2020) quienes en su estudio determinaron mediante el p valor 0.000 que las variables de estudio se relacionan de forma positiva mediante el valor p 0,000. Así mismo, en el estudio del autor Gómez (2022) se encontró una relación positiva alta entre la cultura financiera y el financiamiento ( $r=0.768$ ,  $p<0.01$ ), una relación positiva moderada entre la educación financiera y el financiamiento ( $r=0.691$ ,  $p<0.01$ ), y una relación positiva alta entre la capacidad financiera y el financiamiento ( $r=0.845$ ,  $p<0.01$ ). Estos resultados subrayan la importancia de la cultura y educación financiera en la obtención de financiamiento, sugiriendo que una mayor comprensión de los conceptos financieros puede facilitar el acceso a recursos económicos. Al comparar estos hallazgos con los resultados de la investigación en el Mercado San José de Juliaca, se puede observar que ambos estudios resaltan la relevancia de la planificación y gestión financiera en el contexto de las



MYPES. Mientras que Gómez destaca la relación entre la cultura financiera y el financiamiento, el estudio en Juliaca también señala que la planificación financiera tiene un impacto significativo en la toma de decisiones empresariales. Por su parte, los autores Flores y Angeles (2023) identificaron que los microempresarios que poseían conocimientos financieros reportaron una media de 3.08 en su nivel de cultura financiera. Esta similitud sugiere que, independientemente del contexto geográfico, la educación y la cultura financiera son fundamentales para mejorar la capacidad de las pequeñas y medianas empresas para acceder a financiamiento y gestionar sus recursos de manera efectiva.



## V. CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Se determina que existe relación moderada positiva de 0.363% entre la planificación y la toma de decisiones en los comerciales de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, es decir el 36.3% del comportamiento respecto a la toma de decisiones financieras fueron influenciadas por la planificación financiera.

**SEGUNDO:** Se determina que existe relación positiva de 0.174 entre el ahorro y la toma de decisiones en los comerciales de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, es decir el 17.4% del comportamiento respecto a la toma de decisiones financieras fueron influenciadas por el ahorro financiera

**TERCERO:** Se determina que existe relación positiva de 0.224 entre la deuda y la toma de decisiones en los comerciales de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, es decir el 22.4% del comportamiento respecto a la toma de decisiones financieras fueron influenciadas por la deuda financiera.

**CUARTO:** Se determina que existe relación positiva de 0.388 entre las variables de estudio en los comerciales de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024, es decir el 38.8% del comportamiento respecto a la toma de decisiones financieras fueron influenciadas por la cultura financiera.



## VI. RECOMENDACIONES

- PRIMERO:** Es necesario que el presidente de la asociación planifique el desarrollo de talleres de capacitación en planificación para fortalecer estas habilidades. Esto no solo mejorará la calidad de sus decisiones, sino que también les ayudará a adaptarse a cambios en el mercado de manera más efectiva.
- SEGUNDO:** Se recomienda que el presidente de la asociación de comerciantes establezca un fondo de emergencia que brinde a los miembros la posibilidad de tomar decisiones más informadas y menos impulsivas. Adicionalmente, se podrían llevar a cabo sesiones informativas sobre la importancia del ahorro y su impacto en la estabilidad financiera a largo plazo.
- TERCERO:** Se aconseja al presidente de la asociación desarrollar un plan integral de gestión de deudas que incluya asesoramiento financiero. Este enfoque garantizará que el uso de la deuda no comprometa la estabilidad económica de los comerciantes, promoviendo un manejo responsable de sus obligaciones financieras.
- CUARTO:** Se aconseja al presidente de la asociación la implementación de un programa de educación financiera que aborde temas clave, como la gestión de recursos, inversiones y análisis de riesgos. Este programa permitirá a los comerciantes adquirir conocimientos y herramientas que fortalezcan su capacidad para tomar decisiones financieras informadas.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acero, L., Peña, J., & Carvajal, D. (2023). Importancia de la educación financiera en el contexto de las Mipymes a nivel nacional (Colombia). *Negonotas Docentes*, 22(22), 30-38. Obtenido de <https://revistas.cun.edu.co/index.php/negonotas/article/view/884/598>
- Adco, E., Anquise, H., & Chura, B. (2021). *Cultura financiera y su relación en la toma de decisiones en tiempos de la COVID-19 en comerciantes minoristas de un mercado peruano*. Juliaca: Universidad Peruana Unión. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/62bf9470-71db-4af3-9ce5-012838771b8e/content>
- Adriano, M., & Alfaro, R. (2022). *Cultura Financiera y la toma de decisiones de empresarios del sector comercial de Cyber Plaza - Centro de Lima, 2022*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103854/Adriano\\_MMA-Alfaro\\_MRY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103854/Adriano_MMA-Alfaro_MRY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aguilar, o. (2023). Micro y pequeñas empresas familiares y no familiares en Latinoamérica: Diferencias en su cultura financiera. *Análisis económico*, XXXVIII(97), 149-161. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/413/41374413009/41374413009.pdf>
- Aguilar, O. (2023). Micro y pequeñas empresas familiares y no familiares en Latinoamérica: Diferencias en su cultura financiera. *Revista de análisis económico*, XXXVIII(97), 149-161. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/413/41374413009/41374413009.pdf>
- Álvarez, A., Guzmán, E., Higuera, J., & López, J. (2021). *Metodología para la investigación en enfermería. Descripción de población, muestra y muestreo*. (Primera ed.). México: DR © Ediciones La Biblioteca. doi:10.59760/8733385.09
- Angulo, M. (2022). *La cultura financiera y su influencia en la competitividad de las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir-2020*. Trujillo: Universidad



Privada Antenor Orrego. Obtenido de  
[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9948/1/REP\\_SEGUNDO.VELASQUEZ\\_LA.CULTURA.FINANCIERA.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9948/1/REP_SEGUNDO.VELASQUEZ_LA.CULTURA.FINANCIERA.pdf)

Antón, A., & Matos, A. (2020). *Relación entre el nivel de educación financiera y las finanzas personales de los universitarios en Lima*. Lima: Universidad de Piura. Obtenido de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5013/T\\_AE-L\\_028.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5013/T_AE-L_028.pdf?sequence=1)

Aquise, R. (2021). *Análisis de los mercados financieros: formación y fijación de precios. Análisis técnico y análisis fundamental*. Lima: Universidad Nacional de Educación. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/5664/An%C3%A1lisis%20de%20los%20mercados%20financieros.pdf?sequence=1>

Arancaya, A. D. (2018). *La educación financiera en jóvenes universitarios del primer ciclo de pregrado de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Académica Regional de Cochabamba*. Cochabamba: Perspectivas.

Aranibar, E., Ríos, K., & Zanabría, L. (2023). Educación financiera desde un enfoque cuantitativo y revisión sistemática de literatura: aproximaciones recientes y tendencias. *Quipukamayoc*, 31(65). Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1609-81962023000100085](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-81962023000100085)

Aro, E. L. (2018). *La Cultura Financiera y la Gestión de Procesos e Negocios en los Microempresarios de los Centros comerciales de Tacna*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.

Boada, E. A. (1989). *Los presupuestos teoría y aplicaciones*. Bogotá: Universidad Distrital.

Calle, S. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7016/10657>



- Cano, M. G. (2019). "Influencia de la educación financiera en la toma de decisiones neurofinancieras de los estudiantes de administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno – 2018". *repositorio institucional una puno*.
- Carreño, J. C. (2020). Cultura Financiera: Patrones de ahorro e inversión en grupos poblacionales del valle de aburra. *Scielo*, 11,15.
- Castillo, M. (2022). Deudas, cuidados y vulnerabilidad. *Naciones Unidas*, 1(1), 1-56. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1b8cb434-a6dc-4e87-9669-6c7e35a36dd1/content>
- Chimbo, K., & Ramiro, H. (2019). Marketing Estratégico Para Incrementar La Participación De Mercado De La Comercializadora El Mundo De Los Trofeos De La Ciudad De Guayaquil. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9168823.pdf>
- Condori, P. (2020). Niveles de investigación. *Academia Org.*, 1(1), 1-10. Obtenido de <https://www.aacademica.org/cporfirio/17.pdf>
- Cortez, S. (2019). Créditos directos y su incidencia en la solvencia y rentabilidad de las Ca-jas Municipales de Ahorro y Crédito del Norte de Perú, 2017. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 15(3), 69-83. Obtenido de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2523>
- Cueto, S., & Tielavilca, R. (2021). Factores de la calidad de cartera de créditos en la rentabilidad de una caja municipal de ahorro y crédito. *Veritas Et Scientia*, 10(2). Obtenido de <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/vestsc/article/view/564/526>
- Dos Santos, L., & Sachs, L. (2023). Una aproximación marxista a la educación financiera en una escuela rural. *Revista de Filosofía y Ciencias*, 1(27). Obtenido de <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85169903615&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=9c8c63b8e755e7b3b79651419f3e1852&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28educaci%C3%B3n+financiera%29&sl=35&sessionSearchId=9c8c63b8e755e7b3b79651419f3e1852>



- Encalada, A., Morocho, D., Cabrera, V., & Morocho, V. (2022). Una mirada a la educación financiera. *Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 137-151. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/3065/4550/>
- Esteban, I. (2021). Ahorro e inclusión financiera: una revisión de la literatura desde la Economía del Comportamiento. *Revista CIES*, 12(1), 5-31. Obtenido de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/11359/1/ahorro-inclusion-financiera-literatura.pdf>
- Flores, L., & Angeles, L. (2023). Importancia de la cultura financiera en la apertura de nuevos emprendimientos y los resultados de éxito que traen consigo. *ResearchGate*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/376071902\\_Importancia\\_de\\_la\\_cultura\\_financiera\\_en\\_la\\_apertura\\_de\\_nuevos\\_emprendimientos\\_y\\_los\\_resultados\\_de\\_exito\\_que\\_traen\\_consigo](https://www.researchgate.net/publication/376071902_Importancia_de_la_cultura_financiera_en_la_apertura_de_nuevos_emprendimientos_y_los_resultados_de_exito_que_traen_consigo)
- García, J., & Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información Tecnológica*, 31(6), 159-170. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v31n6/0718-0764-infotec-31-06-159.pdf>
- Gómez, G. (2021). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Mediterránea*, 12(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7706797.pdf>
- Gómez, N. (2022). *Cultura financiera y financiamiento de los comerciantes del Mercado Jesús Nazareno, Ayacucho, 2022*. Ayacucho: Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/106157>
- Guzmán, V., & Suárez, A. (2020). *Educación financiera para mujeres emprendedoras de zona rural de Lebrija, Santander*. Lebrija: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA. Obtenido de [https://apolo.unab.edu.co/ws/portalfiles/portal/26360398/Educac\\_Financiera\\_Mujeres\\_Emprendedoras\\_Zona\\_Rural\\_LebrijaSantanderREDAFIN.pdf](https://apolo.unab.edu.co/ws/portalfiles/portal/26360398/Educac_Financiera_Mujeres_Emprendedoras_Zona_Rural_LebrijaSantanderREDAFIN.pdf)
- Hernández, A. (2023). Brecha de género en la confianza de productos y servicios financieros desde la perspectiva del comportamiento. *Revista Finanzas y Política*



- Económica*, 15(1), 245-273. Obtenido de <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85167968910&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=a1bcd1ed9439bef8fceac45853e47668&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28productos+financieros%29&sl=45&sessionSearchId=a1bcd1ed9439bef8fceac45853e47668>
- Hernández, D., Hernández, J., Hernández, L., & Hernández, A. (2022). Análisis financiero y económico para la toma de decisiones efectivas en sociedades anónimas. *TecnoHumanismo*, 2(3). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8356016.pdf>
- Huacchillo, L., Ramos, E., & Pulache, J. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Universidad y Sociedad*, 12(2). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000200356](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200356)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022). *¿Qué es población?* Obtenido de <https://www.ine.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022). Brechas de la inclusión financiera digital en Perú, en un contexto de crisis económica y sanitaria por el COVID-19, usando el análisis de componentes Principales. *Instituto Nacional de Estadística e Informática*, 1(1), 1-107. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/investigaciones/brecha.pdf>
- Magimo, J., & Sabino, C. (2022). *La planeación financiera y su influencia en la toma de decisiones de las MYPES sector comercial rubro ferreterías distrito de Santa Anita, 2020 - 2021*. Lima: Universidad San Martín de Porres. Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10663/magimo\\_pjr-sabino\\_rca.pdf?sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10663/magimo_pjr-sabino_rca.pdf?sequence=1)
- Mamani, C., & Mamani, L. (2022). *La educación financiera y el nivel de endeudamiento de los comerciantes del Mercado Municipal de Huancané – Puno, 2022*. Callao: Universidad César Vallejo. Obtenido de



[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92240/Mamani\\_CM-Mamani\\_ML-SD.pdf;jsessionid=319B4017D61FB593E4489301861DCB9B?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92240/Mamani_CM-Mamani_ML-SD.pdf;jsessionid=319B4017D61FB593E4489301861DCB9B?sequence=1)

Mamani, J. (2022). *Cultura financiera de los trabajadores de la empresa concesionarios autorizados S.A.C. – Juliaca, 2020*. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26661>

Meza, E., & Rivera, M. (2022). El Marco Teórico Del Análisis Financiero Para Identificar Factores De Riegos En Las Microempresas. *RILCO DS: Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 14(31). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8543691>

Michca, M. (2023). *La cultura financiera en el emprendimiento de las micro empresas comerciales en el Peru 2020-2021*. Lima: San Martín de Porres. Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/11494/michca\\_mhm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/11494/michca_mhm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Minchón, C., & Timaná, D. (2019). Modelo para el ahorro del sistema financiero peruano relacionado con la inflación a largo plazo. *Investigación Estadística*, 1(9). Obtenido de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/REDIES/article/view/2798/2872>

Mungaray, A., Gonzalez, N., & Osorio, G. (2021). Educación financiera y su efecto en el ingreso en México. *Prob. Des*, 52(205). Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0301-70362021000200055](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362021000200055)

Narro, A., Monzón, D., Soto, S., & Calvanapón, F. (2022). Digital Financial Culture and Inclusion of Emerging Entrepreneurs in a Zonal Market – Peru. *International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development*, 1(1), 5-7. Obtenido de <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85150720864&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=a1bcd1ed9439bef8fceac45853e47668&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS->



KEY%28cultura+financiera%29&sl=45&sessionSearchId=a1bcd1ed9439bef8fceac45853e47668

Narváez, A. (2020). Deuda financiera y quiebra de familias: el caso peruano. *Rev. Investigaciones ULCB*, 7(1). Obtenido de <https://revistas.ulcb.edu.pe/index.php/REVISTAULCB/article/download/172/329/>

Nieves, M. (2022). *La cultura financiera y su efecto en la toma de decisiones gerenciales de Alfin Banco S.A., Piura 2022*. Piura: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/109053/Nieves\\_MK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/109053/Nieves_MK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ordoñez, D., Calderón, J., & Padilla, L. (2021). Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos. *Rev. Nac. Adm.*, 12(1). Obtenido de [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1659-49322021000100010](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-49322021000100010)

Pardo, L., Farroñan, E., & Lozada, J. (2020). Gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Universidad y sociedad*, 12(2), 356-362. Obtenido de <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85100894463&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=a1bcd1ed9439bef8fceac45853e47668&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28toma+de+decisiones+financiera%29&sl=45&sessionSearchId=a1bcd1ed9439bef8fceac45853e47668>

Paredes, M., Ramírez, M., Cárdenas, V., & Alania, R. (2023). Actitud hacia el endeudamiento y comportamiento compulsivo de compra, de pobladores en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, XXIX(7). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9034430.pdf>

Pinedo, O. (2022). *Cultura financiera y la toma de decisiones en los comerciantes del mercado municipal de La Banda de Shilcayo, 2022*. Tarapoto: Universidad César Vallejo. Obtenido de



[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/109746/Pinedo\\_GO-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/109746/Pinedo_GO-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pino, E. (2024). *La cultura financiera y los beneficios para toma de decisiones, desarrollo y sostenimiento de emprendimientos. Un estudio aplicado a la ciudad de Medellín*. Medellín: Tecnológico de Antioquia Intitución Universitaria. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/5319/La%20cultura%20financiera%20y%20los%20beneficios%20para%20toma%20de%20decisiones%2c%20desarrollo%20y%20sostenimiento%20de%20emprendimientos.%20Un%20estudio%20aplicado%20a%20la%20ciudad%20de%20Medell%C>

Plataforma del Estado Peruano. (2023). *Alcalde se reunió con los comerciantes de San José para buscar el ordenamiento y la construcción de plazas comerciales en Juliaca*. (P. d. Peruano, Editor) Recuperado el 17 de 08 de 2024, de <https://www.gob.pe/institucion/munisanroman/noticias/778945-alcalde-se-reunio-con-los-comerciantes-de-san-jose-para-buscar-el-ordenamiento-y-la-construccion-de-plazas-comerciales-en-juliaca>

Ramírez, A., Berrones, A., & Calderón, E. (2021). La planificación financiera como herramienta para el desarrollo empresarial post Covid. *Pol. Con.*(6). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7926873.pdf>

Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación . Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7746475.pdf>

Rebollo, P., & Ábaros, E. (2022). *Metodología de investigación recopilación* (1era ed.). Buenos Aires , Argentina : Autores de Argentina . Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=vbWHEAAAQBAJ&pg=PT100&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjkp4zymO\\_6AhX4JrkGHXTpAU04FBD0AXoECAkQAg#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20no%20experimental&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=vbWHEAAAQBAJ&pg=PT100&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjkp4zymO_6AhX4JrkGHXTpAU04FBD0AXoECAkQAg#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20no%20experimental&f=false)

Rengifo, T., & Silva, S. (2022). *Educación financiera y la toma de decisiones en el sector ferretero de la ciudad de Tarapoto, 2021*. Tarapoto: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101852>



- Rodriguez, P., Bencomo, K., Varela, A., & Torrolba, E. (2024). Incidencia de la Educación Financiera en las Decisiones de Endeudamiento en Jóvenes. *Ciencia Latina Sociales y Humanas*, 8(2). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/10514/15460>
- Rondon, F. G. (2001). *Presupuesto (Teoría y Practica Integrada) Ediciones Frigor*. Caracas Venezuela: Ediciones Frigor.
- Ruíz, E., Salazar, J., Valdivia, M., Hernández, M., & Huerta, I. (2021). Usabilidad de los productos financieros en empresarios de las MIPYMES en México. *Revista Academia & Negocios*, 7(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5608/560865631001/560865631001.pdf>
- Ruiz, J. B. (2005). *Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Mc Graw Hill Bogotá. Tercera Edición.* . Bogota: Mc Graw Hill :Tercera Edicion.
- Salamea, P., & Álvarez, D. (2020). Estudio de la cultura financiera de la ciudad de Cuenca. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 5(6), 260-295. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7518078>
- Suaza, F. (2019). *Riqueza y participacion de los hogares en los mercados financieros con riesgo*. Madrid: Universidad Pontificia de comillas.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2023). Informe de estabilidad del sistema financiero. *Superintendencia de Banca, Seguros y AFP*, 1(1), 1-76. Obtenido de [https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/Informe\\_de\\_Estabilidad\\_del\\_Sistema\\_Financiero\\_2023\\_I\\_1.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/Informe_de_Estabilidad_del_Sistema_Financiero_2023_I_1.pdf)
- Tandazo, L., & Ochoa, J. (2023). Cultura financiera y su incidencia en la economía familiar de los habitantes del cantón Macará, Ecuador. *ECA Sinergia*, 14(3). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588575738003/588575738003.pdf>
- Váldez, K. (2020). *Cultura financiera: patrones de ahorro e inversión en jubilados de la ciudad de Esmeraldas*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2036>



- Valencia, D., Jiménez, E., Osorio, M., & Sierra, M. (2023). La educación financiera como generadora de inclusión financiera. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacao*, 23, 155-168. Obtenido de <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85162886734&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=9c8c63b8e755e7b3b79651419f3e1852&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28educaci%C3%B3n+financiera%29&sl=35&sessionSearchId=9c8c63b8e755e7b3b79651419f3e1852>
- Valle, A. (2020). La planificación financiera, una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 160-166. Obtenido de <https://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-160.pdf>
- Vidal, R., & Joan, V. (2022). Introducción: El estado actual de la metodología de la investigación social en España. *Artículos*, 107(4). Obtenido de <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85140247962&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=9c8c63b8e755e7b3b79651419f3e1852&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28metodologia+de+la+investigaci%C3%B3n%29&sl=35&sessionSearchId=9c8c63b8e755e7b3b79651419>
- Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/7658/11619/>
- Zapata, J. (2021). *Incidencia de la cultura financiera de la micro y pequeña empresa Constructora E&R Contratistas Generales S.R.L., Juliaca 2020*. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3270434>

## ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.

Problema general	Hipótesis general	Objetivo general	VARIABLES	Dimensiones	Metodología	Población
¿Cuál es la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca-2024?	Existe influencia significativa de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca-2024.	Determinar la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca-2024.	Cultura financiera	Planificación Ahorro Deuda	Diseño: No experimental Enfoque: Cuantitativo Alcance: Correlacional	Población y muestra: 50 comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca.
Problemas específicos	Hipótesis específicas	Objetivos específicos				
¿Cuál es la influencia de la planificación en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación Juliaca-2024.	Existe influencia significativa de la planificación en la toma de decisiones financieras en los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca-2024.	Determinar la influencia de la planificación en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación Juliaca-2024.	Toma de decisiones	Uso de productos financieros	Técnicas e instrumento: Encuesta, cuestionario	



del mercado San José, Juliaca-2024?		del mercado San José, Juliaca-2024.		Participación en el mercado	
¿Cuál es la influencia del ahorro en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024?	Existe influencia significativa del ahorro en la toma de decisiones financieras en los de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.	Determinar la influencia del ahorro en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.		Conducta de endeudamiento	
¿Cuál es la influencia de la deuda en la toma de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024?	Existe influencia significativa de la deuda en la toma de decisiones financieras en los de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.	Determinar la influencia de la deuda en la de decisiones financieras de los comerciantes de la Asociación del mercado San José, Juliaca- 2024.			

## Anexo 2. Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
Cultura financiera	Se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes de un individuo que posee en relación con el manejo inteligente de los recursos económicos (Narro et al. (2022)).	La cultura financiera es operacionalizada a mediante la planificación, ahorro y deuda.	Planificación	Presupuesto Disponibilidad de efectivo compras	Ordinal
			Ahorro	Corto plazo Mediano plazo Largo plazo	Ordinal
			Deuda	Cuentas por cobrar Cuentas por pagas	Ordinal
Toma de decisiones financieras	Proceso mediante el cual las personas evalúan y seleccionan entre diferentes opciones para administrar y utilizar sus recursos económicos de manera efectiva (Zhou, et al. 2023).	La toma de decisiones financieras es operacionalizada a mediante el uso de productos financieros, participación en el mercado y conducta de endeudamiento.	Uso de productos financieros	Identificación de necesidades financieras Reconocimiento de las características principales Análisis de los beneficios	Ordinal
			Participación en el mercado	Oportunidad de desarrollo Incremento de las utilidades	Ordinal
			Conducta de endeudamiento	Evaluación de la capacidad de pago Utilización responsable de los productos y servicios financieros	Ordinal



### Anexo 3. Instrumentos de recolección de datos sobre la cultura financiera

#### CUESTIONARIO SOBRE CULTURA FINANCIERA

**Descripción:** Reciba un cordial saludo, le pedimos su apoyo en el llenado del cuestionario sobre una investigación denominada ““La cultura financiera y su influencia en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca-2024”, que tiene como propósito examinar la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras.

Para ello, se preparó el siguiente cuestionario que consiste en responder en una escala de 1 a 5 donde:

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Neutral
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

**INSTRUCCIONES:** Por favor, marque con una "x" la opción que mejor refleje su opinión para cada afirmación.

NRO	PLANIFICACIÓN	1	2	3	4	5
1	Planeo mi presupuesto antes de realizar cualquier actividad económica para mi negocio.					
2	Reviso y ajusto mi presupuesto frecuentemente.					
3	Me preocupo por contar con suficientes recursos monetarios para la cancelación a proveedores, microcréditos y otros compromisos financieros.					



4	Cuento con suficiente dinero para el desarrollo de mis actividades comerciales y futuras inversiones en mi negocio.						
5	Realizo compras suficientes para el giro de mi negocio.						
6	Considero que compro más de lo que vendo.						
<b>AHORRO</b>							
7	¿Tienes el hábito de ahorrar?						
8	Creo que es posible ahorrar más llevando un registro mensual de los ingresos que tiene mi negocio.						
9	Compro mercadería utilizando mis ahorros.						
10	¿Tienes metas de ahorro?						
11	Tengo proyecciones a futuro para el crecimiento de mi negocio con mis ahorros.						
<b>ENDEUDAMIENTO</b>							
12	¿Realiza Ud. ventas a crédito a sus clientes?						
13	¿Sus clientes suelen pagarle a tiempo las deudas que tienen en su negocio?						
14	Tuve experiencias negativas cobrando deudas, es por ello que entrego mercadería a crédito solo a clientes antiguos y cercanos a la zona ubicada de mi negocio.						
15	Cuento con suficiente dinero para cancelar a mis proveedores puntualmente lo que contraje para el funcionamiento de mi negocio.						
16	Organizo mis deudas con cada uno de mis proveedores de acuerdo a mi disponibilidad de dinero, vencimiento de plazo y otros.						



### CUESTIONARIO SOBRE LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS

**Descripción:** Reciba un cordial saludo, le pedimos su apoyo en el llenado del cuestionario sobre una investigación denominada ““La cultura financiera y su influencia en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca-2024”, que tiene como propósito examinar la influencia de la cultura financiera en la toma de decisiones financieras.

Para ello, se preparó el siguiente cuestionario que consiste en responder en una escala de 1 a 5 donde:

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Neutral
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

**Instrucciones:** Por favor, marque con una "X" la opción que mejor refleje su opinión para cada afirmación.

NRO	USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS	1	2	3	4	5
1	¿Mi negocio requiere hacer uso de créditos?					
2	Identifico con exactitud que producto o servicio financiero necesita mi empresa (créditos, prestamos, ahorros u otros)					
3	Conozco y estoy informado acerca de las ventajas y desventajas de trabajar con los créditos que me ofrecen las entidades financieras.					



4	Leo y analizo los beneficios, términos y condiciones que me ofrecen las entidades financieras antes de aceptar un crédito.						
5	Mi interés como dueño de un negocio para conocer sobre el funcionamiento acerca de créditos, ahorros o temas relacionados es alto.						
<b>PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>							
6	Estoy al pendiente de las nuevas oportunidades de desarrollo que tiene mi negocio para tener una mayor participación en el mercado.						
7	Mi negocio tiene más oportunidades de desarrollo sobre otros negocios similares al mío porque manejo mejores precios.						
8	Desarrollo mis actividades según al aumento de mis ganancias.						
9	Estoy atento al crecimiento de las ganancias de mi negocio ya que reviso siempre mi registro de ventas.						
<b>CONDUCTA DE ENDEUDAMIENTO</b>							
10	Llevo el control de mis gastos para saber si estoy en condiciones de afrontar pagos.						
11	Realizo una evaluación sobre mi capacidad de pago antes de acudir a los créditos que me ofrecen las entidades financieras.						
12	Realizo adquisiciones de mercadería u otros productos a crédito con responsabilidad considerando mis posibilidades.						
13	Considero que tengo una conducta de endeudamiento adecuada.						
14	Utilizo de manera correcta lo que obtengo de una entidad financiera porque averiguo a través de personas con experiencia acerca de ello.						
15	Me endeudo innecesariamente.						

## Anexo 4. Validación de instrumentos

Figura D1. Experto 1 – Amira Carpio Maraza



Universidad Nacional del Altiplano – Puno  
Facultad de Ciencias Administrativas y Humanas



### VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento para la investigación “La cultura financiera y su influencia en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca- 2024”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para validarla y lograr que sea utilizado eficientemente en la investigación y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### I. DATOS GENERALES

Nombre del experto:	Amira Carpio Maraza
Formación Académica:	Lic. Administración M.Sc. Administración y Finanzas
Actividad laboral:	Docente universitario
Institución donde labora:	Universidad Nacional del Altiplano
Instrumento de validación:	Cuestionario sobre cultura financiera y toma de decisiones financieras.
Autor del instrumento:	Betzabet Yakelin Mamani Mamani

#### II. PROPOSITO DE LA EVALUACION

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### III. DATOS DE LA ESCALA (Encuesta)

Nombre de la prueba:	Encuesta.
Autor:	Betzabet Yakelin Mamani Mamani.
Procedencia:	Juliaca.
Administración:	Mercado de San José.
Ámbito de aplicación:	Comerciantes del mercado de San José de la ciudad de Juliaca.
Significación:	Instrumento para analizar de que manera influye la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca- 2024.



#### IV. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Cultura financiera	Planificación	Presupuesto
		Disponibilidad de efectivo
		Compras
	Ahorro	Corto plazo
		Mediano plazo
		Largo plazo
	Deuda	Cuentas por cobrar
Cuentas por pagar		
Toma de decisiones financieras	Uso de productos financieros	Identificación de las necesidades financieras
		Reconocimiento de las características principales
		Análisis de los beneficios
	Participación en el mercado	Oportunidad de desarrollo
		Incremento de utilidades
	Conducta de endeudamiento	Evaluación de la capacidad de pago
Utilización responsable de los productos financieros.		

#### V. CRITERIOS EVALUATIVOS

NRO	CRITERIOS EVALUATIVOS
1	<b>CLARIDAD:</b> Está escrito en lenguaje científico de fácil comprensión y es apropiado al tipo de investigación que se pretende realizar
2	<b>OBJETIVIDAD:</b> Está expresado en forma de indicadores observables o medibles.
3	<b>ORGANIZACIÓN:</b> La formulación de los ítems tiene una secuencia lógica según el tipo de investigación que se pretende realizar.
4	<b>COHERENCIA ESTRUCTURAL:</b> La cantidad de ítems es correspondiente a la cantidad de indicadores que se quiere medir.
5	<b>COHERENCIA SEMANTICA:</b> Los ítems se refieren a las incógnitas de los problemas de investigación o al sentido de la investigación.



## VI OPINION DEL EXPERTO

Revisar la redacción y aplicar el instrumento

## VII ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	X				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X				
El número de ítems es suficiente para recoger la información, en caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.	X				
VALIDEZ					
Aplicable	SI	X	No aplicable	NO	
Validado por:					
Fecha de validación:	26-09-2024				
Firma:		Teléfono:	Correo:		
 LIC. Adm. Amara Corp. 072024 R.º 19.º Inc. de Colig. N.º. 8325 CORLAD PUNO		970852161	a@arpio@unap.edu.pe		

Figura D2. Experto 2 – Delia Concepción Cahuana Pacco



Universidad Nacional del Altiplano - Puno  
Facultad de Ciencias Administrativas y Humanas



### VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento para la investigación “La cultura financiera y su influencia en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca- 2024”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para validarla y lograr que sea utilizado eficientemente en la investigación y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### I. DATOS GENERALES

Nombre del experto:	Delia Concepción Cahuana Pacco
Formación Académica:	M.Sc., Lic. en Administración
Actividad laboral:	Docente
Institución donde labora:	UNA - PUNO
Instrumento de validación:	Cuestionario sobre cultura y toma de decisiones F.
Autor del instrumento:	Betzabet Yakelini Mamani Mamani

#### II. PROPOSITO DE LA EVALUACION

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### III. DATOS DE LA ESCALA (Encuesta)

Nombre de la prueba:	Encuesta.
Autor:	Betzabet Yakelin Mamani Mamani.
Procedencia:	Juliaca.
Administración:	Mercado de San José.
Ámbito de aplicación:	Comerciantes del mercado de San José de la ciudad de Juliaca.
Significación:	Instrumento para analizar de que manera influye la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca- 2024.



#### IV. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensiones	Indicadores
Cultura financiera	Planificación	Presupuesto
		Disponibilidad de efectivo
		Compras
	Ahorro	Corto plazo
		Mediano plazo
		Largo plazo
	Deuda	Cuentas por cobrar
Cuentas por pagar		
Toma de decisiones financieras	Uso de productos financieros	Identificación de las necesidades financieras
		Reconocimiento de las características principales
		Análisis de los beneficios
	Participación en el mercado	Oportunidad de desarrollo
		Incremento de utilidades
	Conducta de endeudamiento	Evaluación de la capacidad de pago
		Utilización responsable de los productos financieros.

#### V. CRITERIOS EVALUATIVOS

NRO	CRITERIOS EVALUATIVOS
1	<b>CLARIDAD:</b> Está escrito en lenguaje científico de fácil comprensión y es apropiado al tipo de investigación que se pretende realizar
2	<b>OBJETIVIDAD:</b> Está expresado en forma de indicadores observables o medibles.
3	<b>ORGANIZACIÓN:</b> La formulación de los ítems tiene una secuencia lógica según el tipo de investigación que se pretende realizar.
4	<b>COHERENCIA ESTRUCTURAL:</b> La cantidad de ítems es correspondiente a la cantidad de indicadores que se quiere medir.
5	<b>COHERENCIA SEMANTICA:</b> Los ítems se refieren a las incógnitas de los problemas de investigación o al sentido de la investigación.



**V. OPINION DEL EXPERTO**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

**VI. ASPECTOS GENERALES**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	X		
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de items es suficiente para recoger la información, en caso de ser negativa su respuesta sugiera los items a añadir.	X		
<b>VALIDEZ</b>			
Aplicable	SI	No aplicable	NO
<b>Validado por:</b>			
<b>Firma:</b>   DELIA C. CAHUANA PACCO LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN CLAD. N° 19407	<b>Teléfono:</b> 996040804	<b>Correo:</b> dcahuana@unap.edu.pe	



Figura D3. Experto 3 – Germán J. Molina Cábala



Universidad Nacional del Altiplano - Puno  
Facultad de Ciencias Administrativas y Humanas



**VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION**

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento para la investigación “La cultura financiera y su influencia en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca- 2024”, La evaluación del instrumento es de gran relevancia para validarla y lograr que sea utilizado eficientemente en la investigación y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

**I. DATOS GENERALES**

Nombre del experto:	Germán J. Molina Cábala
Formación Académica:	M.S.c. en Administración y Finanzas
Actividad laboral:	Docente
Institución donde labora:	UNA - PUNO
Instrumento de validación:	Cuestionario sobre cultura financiera y toma de decisiones financieras.
Autor del instrumento:	Betzabet Yakelin Mamani Mamani

**II. PROPOSITO DE LA EVALUACION**

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

**III. DATOS DE LA ESCALA (Encuesta)**

Nombre de la prueba:	Encuesta.
Autor:	Betzabet Yakelin Mamani Mamani.
Procedencia:	Juliaca.
Administración:	Mercado de San José.
Ámbito de aplicación:	Comerciantes del mercado de San José de la ciudad de Juliaca.
Significación:	Instrumento para analizar de que manera influye la cultura financiera en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca- 2024.



#### IV. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Cultura financiera	Planificación	Presupuesto
		Disponibilidad de efectivo
		Compras
	Ahorro	Corto plazo
		Mediano plazo
		Largo plazo
	Deuda	Cuentas por cobrar
Cuentas por pagar		
Toma de decisiones financieras	Uso de productos financieros	Identificación de las necesidades financieras
		Reconocimiento de las características principales
		Análisis de los beneficios
	Participación en el mercado	Oportunidad de desarrollo
		Incremento de utilidades
	Conducta de endeudamiento	Evaluación de la capacidad de pago
		Utilización responsable de los productos financieros.

#### V. CRITERIOS EVALUATIVOS

NRO	CRITERIOS EVALUATIVOS
1	<b>CLARIDAD:</b> Está escrito en lenguaje científico de fácil comprensión y es apropiado al tipo de investigación que se pretende realizar
2	<b>OBJETIVIDAD:</b> Está expresado en forma de indicadores observables o medibles.
3	<b>ORGANIZACIÓN:</b> La formulación de los ítems tiene una secuencia lógica según el tipo de investigación que se pretende realizar.
4	<b>COHERENCIA ESTRUCTURAL:</b> La cantidad de ítems es correspondiente a la cantidad de indicadores que se quiere medir.
5	<b>COHERENCIA SEMANTICA:</b> Los ítems se refieren a las incógnitas de los problemas de investigación o al sentido de la investigación.



## VI OPINION DEL EXPERTO

En los formatos de instrumentos, separar de  
mejor manera cada uno de ellos.  
En la Dimensión 3 de cultura financiera, más apro-  
piado resulte el término endeudamiento.

## VII ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	X		Corregir la escala de Likert del segundo cuestionario
Los items permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los items están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de items es suficiente para recoger la información, en caso de ser negativa su respuesta sugiera los items a añadir.	X		
VALIDEZ			
Aplicable	SI	X	No aplicable
			NO
Validado por:	Germán Molina Cabala		
Fecha de validación:			
Firma:	Teléfono:	Correo:	
	927035565	gmolina@unap.edu.pe	

## Anexo 5. Imágenes de la aplicación de los cuestionarios

Figura E1. Miembros de la asociación de comerciantes del mercado San José – Juliaca.



Figura E2. Miembros de la asociación de comerciantes del mercado San José – Juliaca.



Figura E3. Miembros de la asociación de comerciantes del mercado San José – Juliaca.



Figura E4. Aplicación de instrumento.



Figura E5. Aplicación de instrumento.



Figura E6. Aplicación de instrumento.



Figura E7. Aplicación de instrumento.



Figura E8. Aplicación de instrumento.



Figura E9. Aplicación de instrumento.



## Anexo 6. Base de datos

Figura F1. Base de datos de la cultura financiera

NRO	CULTURA FINANCIERA															
	PLANIFICACIÓN						AHORRO					DEUDA				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
E1	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	2	2	3	3	2	2
E2	3	2	4	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3
E3	4	2	4	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	4
E4	3	3	4	2	2	2	4	3	4	3	2	3	3	4	2	4
E5	2	3	3	4	2	3	2	2	4	2	4	4	4	2	4	2
E6	4	3	2	5	5	2	5	2	2	2	3	2	3	2	4	2
E7	2	2	3	4	2	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3
E8	4	3	4	3	4	4	3	5	2	4	3	3	3	4	2	2
E9	2	3	3	2	2	4	2	2	4	3	3	2	4	3	2	2
E10	4	3	4	5	5	3	2	4	5	4	2	5	2	2	2	5
E11	2	4	3	2	2	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	3
E12	3	5	3	4	4	2	4	5	5	4	5	2	4	5	5	4
E13	2	3	5	4	5	3	5	3	5	5	5	4	5	4	3	2
E14	5	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	2	4	2	4	2
E15	3	2	4	5	4	5	5	2	4	5	5	5	2	4	4	4
E16	4	4	3	2	5	2	4	3	4	2	3	2	4	5	2	5
E17	2	4	3	4	5	5	5	5	2	5	4	2	4	5	3	3
E18	2	2	2	2	2	4	2	3	2	4	2	3	2	3	4	5
E19	2	2	4	5	4	2	4	3	3	3	3	3	5	3	2	3
E20	5	5	5	2	5	5	2	3	2	5	4	3	3	3	2	4
E21	3	4	4	5	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	4
E22	3	2	2	5	3	3	5	3	5	5	3	4	5	4	2	3
E23	4	4	2	5	4	5	5	4	5	2	5	5	4	4	4	5
E24	4	3	4	2	2	3	3	2	3	2	5	5	4	4	4	5
E25	2	5	2	5	2	3	5	5	2	3	5	2	5	4	3	3
E26	2	4	3	5	2	2	3	5	4	5	4	4	4	5	5	2
E27	2	2	5	2	2	2	4	5	2	5	4	2	3	5	2	4
E28	2	2	2	2	5	5	2	4	4	3	5	2	4	4	5	3

E28	2	2	2	2	5	5	2	4	4	3	5	2	4	4	5	3
E29	4	5	4	5	4	2	3	3	2	4	3	4	3	2	2	5
E30	2	5	2	3	2	3	2	5	4	4	5	2	5	3	2	3
E31	5	4	2	3	4	3	4	5	5	5	2	2	2	2	5	3
E32	5	5	2	3	5	2	4	5	3	3	2	5	4	3	2	5
E33	2	2	4	4	5	4	3	2	3	4	3	5	2	5	2	4
E34	5	5	4	5	4	2	3	2	4	3	4	5	4	2	3	5
E35	3	5	3	3	4	2	4	2	3	5	4	2	5	2	2	5
E36	2	2	5	4	4	4	3	3	4	2	2	2	4	2	4	4
E37	3	3	3	5	5	2	2	5	4	4	4	4	2	5	4	4
E38	3	3	3	4	5	5	3	5	5	5	3	2	5	5	3	5
E39	2	2	2	5	4	5	3	5	4	3	2	5	3	3	2	5
E40	3	3	5	2	3	3	5	2	3	3	3	3	2	2	2	2
E41	2	4	5	4	5	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	2
E42	5	5	2	4	5	3	3	3	5	2	5	5	2	2	4	5
E43	4	4	3	5	5	3	3	3	3	4	5	5	3	4	5	3
E44	5	3	4	5	5	5	2	5	3	5	4	2	2	2	3	5
E45	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
E46	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
E47	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5
E48	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
E49	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
E50	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5

Figura F2. Base de datos de la variable toma de decisiones

NRO	TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS														
	USO DE PRODUCTOS FINANCIEROS					PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO					CONDUCTA DE ENDEUDAMIENTO				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
E1	2	2	4	2	2	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4
E2	4	4	4	4	2	2	2	2	4	3	4	3	2	3	3
E3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	2	2	4	3	2	4
E4	3	2	4	4	2	2	3	4	2	2	2	4	4	4	3
E5	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	4
E6	4	3	4	5	5	4	5	2	4	3	4	2	3	3	2
E7	3	3	3	4	2	2	4	4	2	3	2	2	4	2	3
E8	3	3	3	4	3	3	4	5	2	2	3	4	4	4	3
E9	2	4	3	3	2	2	3	4	2	3	3	2	2	3	2
E10	3	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	3	3	5
E11	4	3	3	2	5	5	4	2	3	3	4	4	4	3	5
E12	3	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	2	2	2	4
E13	4	2	5	4	2	2	2	2	5	2	3	5	5	5	3
E14	5	4	3	5	2	2	3	4	5	2	5	3	5	5	3
E15	3	3	5	2	3	2	3	5	4	2	3	5	2	5	5
E16	3	5	2	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	2
E17	4	3	2	2	5	3	4	5	3	2	4	5	3	5	4
E18	2	5	5	3	2	5	4	4	3	5	5	2	3	5	4
E19	4	5	4	5	5	2	5	5	2	4	4	2	5	4	3
E20	4	5	2	5	4	3	3	5	2	3	4	3	2	3	3
E21	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	2	2	3	2	4
E22	4	2	2	5	5	2	4	3	5	4	3	4	4	2	3
E23	2	4	5	3	3	4	3	5	4	2	2	5	4	5	3
E24	4	5	3	2	2	5	3	2	4	4	2	2	2	3	2
E25	3	5	3	2	5	5	3	3	3	4	3	4	3	2	4
E26	2	2	2	4	5	2	2	3	2	2	2	4	2	5	3
E27	5	2	2	4	2	5	3	5	5	2	4	2	3	3	4
E28	4	4	5	2	3	3	3	2	4	3	5	5	4	5	3

E28	4	4	5	2	3	3	3	2	4	3	5	5	4	5	3
E29	5	3	5	4	5	3	2	2	5	2	5	4	5	4	5
E30	5	4	4	5	4	5	2	5	2	3	4	4	3	5	5
E31	4	5	5	2	2	2	4	5	5	3	2	3	4	2	4
E32	5	3	5	4	2	4	2	5	3	2	5	3	3	2	5
E33	5	2	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	2	4
E34	3	5	4	2	5	2	3	3	5	2	4	5	3	2	4
E35	4	3	5	3	2	2	5	4	2	4	3	3	2	4	2
E36	2	5	2	5	4	5	2	2	2	5	4	3	2	2	2
E37	2	2	5	4	2	2	3	2	4	4	5	3	2	2	2
E38	2	2	2	2	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4
E39	2	3	4	3	4	2	3	2	3	4	2	5	5	2	4
E40	3	4	3	3	2	5	5	4	4	2	2	2	2	3	4
E41	2	4	5	3	2	5	5	4	2	2	4	2	5	2	2
E42	3	4	2	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	2
E43	3	4	4	3	2	5	3	5	3	5	4	2	3	3	2
E44	4	4	4	5	4	3	4	2	4	3	4	5	3	5	2
E45	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
E46	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
E47	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
E48	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
E49	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
E50	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5

## Anexo 7. Confiabilidad de instrumentos

Figura G1. Confiabilidad del instrumento cultura financiera.

### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	50	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,725	16

Figura G2. Confiabilidad del instrumento toma de decisiones financieras.

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,706	15



## Anexo 8. Declaración jurada de autenticidad de tesis



Universidad Nacional  
del Altiplano Puno



Vicerrectorado  
de Investigación



Repositorio  
Institucional

### DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Betzabet Yakelin Mamani Mamani  
, identificado con DNI 71976599 en mi condición de egresado de:

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

Administración

, informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado  
 Título Profesional denominado:

“ La cultura financiera y su influencia en la toma de decisiones  
financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca - 2024. ”

” Es un tema original.

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

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

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

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 17 de diciembre del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella



## Anexo 9. Autorización para el depósito de tesis en el Repositorio Institucional



Universidad Nacional  
del Altiplano Puno



Vicerrectorado  
de Investigación



Repositorio  
Institucional

### AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Betzabet Yakelin Mamani Mamani  
, identificado con DNI 71976599 en mi condición de egresado de:

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

Administración

, informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado  Título Profesional denominado:

"La cultura financiera y su influencia en la toma de decisiones financieras de los comerciantes del mercado San José de la ciudad, Juliaca - 2024."

" Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 17 de diciembre del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella