



Nivel de conocimiento financiero crediticio de microempresarios y comerciantes ambulantes para la toma de decisiones en la plaza San José de la ciudad de Juliaca

Level of credit financial knowledge of microentrepreneurs and street merchants for decision making in Plaza San José in the city of Juliaca

Nível de conhecimento financeiro de crédito de microempreendedores e comerciantes ambulantes para tomada de decisão na Plaza San José na cidade de Juliaca

Serapio Cecilio Calcina-Cuevas ^I

Sc.calcina@unaj.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-5386-7685>

José Oscar Huanca-Frías ^{II}

jo.huanca@unaj.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-0638-2129>

Alvaro Vilca-Miranda ^{III}

avilcam@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-8591-3778>

Alioska Jessica Martinez-Garcia ^{IV}

amartinez@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-7102-9957>

Correspondencia: jo.huanca@unaj.edu.pe

Ciencias Económicas y Empresariales

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 06 de septiembre de 2024 * **Aceptado:** 28 de octubre de 2024 * **Publicado:** 27 de noviembre de 2024

- I. Licenciado en Ciencias Físico Matemáticas, Docente de la Universidad Nacional de Juliaca, Perú.
- II. Ingeniero Estadístico e Informático, Docente de la Universidad Nacional de Juliaca, Perú.
- III. Licenciado en Ciencias Físico Matemáticas, Docente de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- IV. Arquitecto, Docente de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.

Resumen

La presente investigación denominado “Nivel de conocimiento financiero crediticio de los comerciantes micro empresarios y ambulantes para la toma de decisiones de la plaza San José de la ciudad de Juliaca” siendo la ciudad de Juliaca una población dedicada al comercio con micro, pequeñas y medianas empresas, entre los cuales hay quienes trabajan con financiamiento crediticio. Por lo cual, el objetivo del presente proyecto es conocer el nivel de conocimiento del financiamiento financiero de los comerciantes micro empresarios y ambulantes para la toma de decisiones de la plaza San José de la ciudad de Juliaca. La metodología empleada en la investigación es cuantitativa, de tipo aplicada con un nivel descriptivo correlacional, para efectos de la recolección de datos, se aplicará una encuesta con formato de cuestionario estructurado de 15 preguntas, a una muestra de 100 pobladores, seleccionados aleatoriamente, dentro de la ciudad de Juliaca. Como los resultados esperados, se prevé elaborar base de datos con los resultados de la encuesta.

Palabras clave: conocimiento; financiero; crediticio; decisiones.

Abstract

The present research called "Level of credit financial knowledge of micro-entrepreneurs and street merchants for decision-making in Plaza San José in the city of Juliaca" with the city of Juliaca being a population dedicated to commerce with micro, small and medium-sized businesses. , among which there are those who work with credit financing. Therefore, the objective of this project is to know the level of knowledge of financial financing of micro-entrepreneurs and street merchants for decision-making in Plaza San José in the city of Juliaca. The methodology used in the research is quantitative, applied with a correlational descriptive level, for the purposes of data collection, a survey with a structured questionnaire format of 15 questions will be applied to a sample of 100 residents, randomly selected, within from the city of Juliaca. As expected results, it is planned to create a database with the results of the survey.

Keywords: knowledge; financial; credit; decisions.

Resumo

A presente pesquisa denominada "Nível de conhecimento financeiro de crédito de microempreendedores e vendedores ambulantes para tomada de decisão na Plaza San José na cidade de Juliaca" sendo a cidade de Juliaca uma população dedicada ao comércio com micro, pequenas e médias empresas, entre as quais há aquelas que trabalham com financiamento de crédito. Portanto, o objetivo deste projeto é conhecer o nível de conhecimento do financiamento financeiro de microempreendedores e comerciantes ambulantes para a tomada de decisões na Plaza San José, na cidade de Juliaca. A metodologia utilizada na pesquisa é quantitativa, aplicada com nível descritivo correlacional, para fins de coleta de dados será aplicada uma pesquisa com formato de questionário estruturado de 15 questões a uma amostra de 100 moradores, selecionados aleatoriamente, dentro da cidade de Juliaca. Como resultados esperados, está prevista a criação de um banco de dados com os resultados da pesquisa.

Palavras-chave: conhecimento; financeiro; crédito; decisões.

Introducción

El presente informe de investigación es importante porque nos permite determinar la relación entre la cultura financiera y la toma de decisiones de los comerciantes de la plaza San José de la ciudad de Juliaca. Esto surge del interés por ciertos vacíos en el entendimiento de la educación financiera, ya que hoy en día es vital para la toma de decisiones de inversión y financiamiento. Con ello, se buscó recolectar datos que ofrezcan mayor claridad sobre el conocimiento financiero y la toma de decisiones de los comerciantes. La hipótesis determina que la relación entre la cultura financiera y la toma de decisiones es significativa en los comerciantes de la plaza San José de la ciudad de Juliaca.

En tiempos recientes, conceptos como la cultura financiera fue poco analizada e infravalorada, pero ampliamente presente en la práctica cotidiana de distintos estratos sociales, destacándose especialmente en el ámbito comercial. En este sector social recayeron responsabilidades clave vinculadas a la economía. La educación financiera es crucial en la vida cotidiana, ya que las personas enfrentan decisiones económicas complejas, incluso con formación académica. Tras la crisis de 2008, se ha impulsado globalmente la alfabetización financiera, esencial para el desarrollo económico y la estabilidad financiera (Martínez, 2022).

Según el Banco de Desarrollo de América Latina (2021), la educación financiera en América Latina es esencial para enfrentar crisis económicas y tomar decisiones informadas. CAF ha impulsado encuestas en ocho países, revelando que el 61% no ahorra formalmente. La educación e inclusión financieras empoderan y mejoran el bienestar los ciudadanos. Las consecuencias de haber mantenido esa situación fueron, en gran medida, la probabilidad de que los comerciantes enfrentaran fracasos financieros mayores, como un historial de crédito negativo, embargos, pérdida de confianza, rechazo de solicitudes de crédito, y pérdida de capital, entre otros.

En Perú, al igual que en muchos países, la pandemia del COVID-19 provocó una grave desestabilización económica. Muchos no pudieron enfrentar la crisis debido a la falta de preparación para situaciones de este tipo. Sin embargo, si existiera una cultura de ahorro, uso responsable de productos financieros y mayor inclusión financiera, la crisis podría haberse manejado con menos dificultades (TRINIDAD, 2019).

En la ciudad de Juliaca según a una encuesta, validado con confiabilidad de 749 a 100 negocios. Se encontró que el 44% de los comerciantes posee un nivel medio de conocimiento financiero, mientras que el 84% no tiene una capacidad de ahorro óptima. Según a esta investigación una mayor cultura financiera mejora la planificación y el ahorro, aumentando progresivamente los ingresos (Canaza, 2023).

La hipótesis plantea que un mayor nivel de cultura financiera en los comerciantes fortalece significativamente su capacidad para tomar decisiones económicas conscientes y efectivas, permitiéndoles evaluar mejores opciones de inversión y financiamiento, y optimizando así su estabilidad y crecimiento financiero a largo plazo.

Revisión de literatura

Varios estudios han abordado la relación entre el conocimiento financiero y la toma de decisiones, particularmente en el contexto de microempresarios. Por ejemplo, Lusardi y Mitchell (2014) analizaron cómo el conocimiento financiero influye en las decisiones económicas de los individuos, destacando que un buen nivel de educación financiera puede mejorar la toma de decisiones, especialmente en el manejo de créditos y ahorro. La investigación mostró que aquellos con mayor conocimiento financiero son más propensos a tomar decisiones informadas sobre sus finanzas personales y empresariales, lo que les permite una mayor estabilidad económica.

Por otro lado, Atkinson y Messy (2012) exploraron la relación entre la educación financiera y las decisiones crediticias de los emprendedores. Su estudio, realizado en países europeos, indicó que los microempresarios con un mayor conocimiento sobre productos financieros y su funcionamiento eran más aptos para utilizar créditos de manera eficiente, lo que se traduce en una mejor gestión de sus negocios. Este hallazgo subraya la importancia de la educación financiera para optimizar el acceso y uso de crédito entre los pequeños comerciantes.

A nivel nacional, en Perú, diversos estudios han mostrado la relevancia de la cultura financiera para la toma de decisiones en los microempresarios. Espinoza (2020) realizó un estudio sobre el nivel de conocimiento financiero en los microempresarios de Lima y concluyó que existe una brecha significativa en la comprensión de productos financieros, lo cual afecta negativamente su capacidad para tomar decisiones informadas en cuanto a la inversión y la obtención de crédito. La investigación señaló que mejorar el conocimiento sobre finanzas es crucial para que los emprendedores puedan gestionar mejor los recursos disponibles y crecer económicamente.

Una encuesta realizada en el Perú reveló que el 98% de los microempresarios mostraron interés en acceder a programas de educación financiera, destacando que aquellos que habían recibido capacitaciones previas alcanzaron un mayor nivel de conocimiento financiero. El 22% de los microempresarios capacitados previamente obtuvo un alto puntaje en educación financiera, frente al 13% de aquellos sin formación. Aunque ambos porcentajes fueron bajos, los resultados sugirieron que las capacitaciones tenían un impacto positivo, mejorando parcialmente las capacidades financieras de los microempresarios. Investigaciones previas han mostrado que las capacitaciones empresariales influyen positivamente en la supervivencia y el crecimiento de los negocios (SBS, 2023)

A nivel local, en Juliaca, una investigación de Gutiérrez (2020) en la plaza San José examinó cómo los comerciantes microempresarios manejan sus finanzas y acceden a créditos. Los hallazgos revelaron que la mayoría de los comerciantes no cuenta con un conocimiento adecuado sobre los productos crediticios, lo que genera decisiones financieras ineficientes. Este estudio refuerza la necesidad de promover la educación financiera entre los comerciantes locales, lo cual podría mejorar significativamente la gestión de sus negocios y su capacidad para acceder a créditos.

Por otra parte, una investigación de Condori y Chambi (2021) sobre el conocimiento financiero en el distrito de Juliaca evidenció que la cultura financiera de los comerciantes en mercados locales es limitada, lo que impacta directamente en sus decisiones de inversión y manejo de crédito. Los

autores sugieren que las políticas públicas deben incorporar programas de formación financiera para microempresarios en la región, para fomentar un uso más eficiente de los productos financieros disponibles.

Cultura Financiera y Conocimiento Crediticio

El conocimiento financiero es fundamental para la toma de decisiones económicas, ya que permite a los individuos comprender los productos financieros disponibles y gestionar su dinero de manera eficiente. Según García (2020), "el conocimiento sobre finanzas no solo implica entender conceptos básicos, sino también poder tomar decisiones informadas sobre el ahorro, el crédito y la inversión" (p. 45). En este sentido, los microempresarios y comerciantes ambulantes deben tener un nivel adecuado de conocimiento financiero crediticio para acceder a los productos que les permitan mejorar su capacidad económica.

Por otro lado, el acceso al crédito es crucial para las pequeñas empresas. Al respecto, Ramos y Pérez (2019) indican que "un alto nivel de conocimiento sobre productos crediticios mejora la capacidad de los emprendedores para acceder a financiamiento y aprovechar los beneficios de las líneas de crédito, lo cual es esencial para el crecimiento económico" (p. 112). Sin embargo, estudios previos han demostrado que muchos microempresarios carecen de este conocimiento, lo que limita su capacidad para tomar decisiones financieras adecuadas.

Toma de Decisiones Financieras

La toma de decisiones financieras es un proceso complejo que depende de la comprensión de los productos financieros disponibles y la capacidad de anticipar las consecuencias de esas decisiones. Según Aguirre y Morales (2021), "la toma de decisiones financieras implica evaluar distintas opciones y sus implicaciones, un proceso que se ve afectado por el nivel de conocimiento financiero y las experiencias previas de los individuos" (p. 89). Esto es especialmente relevante en el contexto de los microempresarios y comerciantes ambulantes, quienes suelen enfrentarse a limitaciones en el acceso a formación financiera.

En una investigación reciente, Díaz (2022) concluye que "el conocimiento financiero básico contribuye significativamente a la capacidad de los emprendedores para gestionar sus negocios de manera efectiva, influyendo directamente en su capacidad para tomar decisiones de financiamiento

adecuadas" (p. 155). De esta manera, un mayor nivel de conocimiento financiero puede llevar a decisiones más acertadas, tanto en la obtención de crédito como en la administración de recursos para el crecimiento empresarial.

El Contexto de los Comerciantes Microempresarios y Ambulantes

Los comerciantes microempresarios y ambulantes en la ciudad de Juliaca enfrentan una serie de desafíos en términos de acceso a crédito y manejo de sus finanzas. En un estudio realizado por López y Martínez (2019), se encontró que "el desconocimiento sobre los productos financieros, sumado a la falta de asesoría adecuada, limita la capacidad de estos emprendedores para tomar decisiones que favorezcan su estabilidad económica" (p. 67). En este contexto, la educación financiera se vuelve una herramienta esencial para fomentar una mejor toma de decisiones.

Adicionalmente, el estudio de Rodríguez y Sánchez (2021) sobre las microempresas en zonas urbanas de Perú demuestra que "el acceso a créditos es una de las principales barreras para el crecimiento de las microempresas, ya que muchos comerciantes no cuentan con la información adecuada sobre los requisitos y beneficios de los productos crediticios" (p. 233). Esta falta de conocimiento podría ser aún más significativa en lugares como Juliaca, donde la economía informal y la falta de recursos son prevalentes.

La Educación Financiera y su Impacto en la Toma de Decisiones

La educación financiera, especialmente en términos de crédito, juega un papel importante en la mejora de las decisiones financieras de los individuos. Según Vera y Torres (2020), "la educación financiera es crucial para que los individuos comprendan cómo funciona el sistema financiero y puedan gestionar sus recursos de manera eficiente, lo cual tiene un impacto directo en su capacidad para tomar decisiones crediticias informadas" (p. 101). Este aspecto es clave para los comerciantes de la plaza San José, quienes, a menudo, desconocen los productos financieros disponibles y las implicaciones de acceder a ellos.

En resumen, el nivel de conocimiento financiero crediticio tiene un impacto directo en la capacidad de los comerciantes microempresarios y ambulantes para tomar decisiones informadas sobre el acceso a crédito y la gestión de sus recursos. La falta de conocimiento puede limitar sus opciones de financiamiento, mientras que un mayor nivel de educación financiera puede mejorar su capacidad para tomar decisiones más acertadas y eficientes.

Materiales y métodos

Ámbito de estudio

La investigación se ejecutó en la ciudad de Juliaca de la región de Puno situada a 3824 m.s.n.m. con coordenadas -15.483684738163694, -70.12823075412976

Diseño del estudio

Es de corte transversal, esto debido a que la información que se recolectó para el estudio, se recogió en un solo momento, en un periodo de tiempo específico (Hernández y Mendoza, 2018).

Población estudiada

La población para el estudio son 2918 comerciantes del mercado San José, Juliaca. Se entiende que la población es el total de elementos al cual se pretende orientar el estudio, el universo del cual se desprende la muestra, donde tienen características similares (Díaz y Calzadilla, 2017).

Mediciones realizadas

Muestra:

Son 100 comerciantes entre microempresarios y ambulantes de la plaza San José de Juliaca. La muestra es un conjunto que se desprende del universo que es la población, en el que se consideran los objetos o sujetos de estudio en el que se va a aplicar el instrumento (García, 2018)

Muestreo:

El muestreo es por conveniencia, por el acceso a la información, ya que hay mucho recelo en poder resolver el cuestionario. Este tipo de muestreo se aplica cuando existe dificultad para poder aplicar el instrumento y no es posible lograr un muestreo probabilístico, es decir que sea calculado por una fórmula matemática, en ese sentido se utiliza el criterio del investigador para poder determinar cuál será el número más significativo para poder aplicar el instrumento (Otzen y Manterola, 12, 2017).

Unidad de análisis:

La unidad de análisis que se considera para el estudio, son los comerciantes del mercado internacional San José de Juliaca, la unidad de análisis hace referencia al objeto o sujeto de estudio en el que se enmarca la investigación, donde se va a producir la información, el que se va a trabajar para poder aplicar el instrumento (Arias, 2020).

Materiales y procedimientos utilizados

Materiales

100 cuestionarios de 15 preguntas estructuradas, impresas en A5.

Equipos

GPS de dispositivo móvil, Cámaras de dispositivos móviles Xiaomi, Poco 3 PRO, laptop hp.

Procedimientos

El estudio se desarrolló, considerando en primer lugar la búsqueda de la información para poder dar soporte teórico a la investigación, luego se desarrolló el cuestionario como instrumento para poder recoger los datos, el mismo que se aplicó a la muestra que son los 100 comerciantes encuestados, el mismo que fue procesado por el sistema estadístico Excel, luego del cual se pudo encontrar los resultados del estudio, con lo que se concluyó y se realizaron las recomendaciones del caso.

Análisis estadístico

Se analiza, en esta parte, la población estudiada como el número de encuestados por ocupación, el número de genero encuestada para la investigación de la cultura financiera en la toma de decisiones que tienen los comerciantes del mercado San José en Juliaca.

Resultados

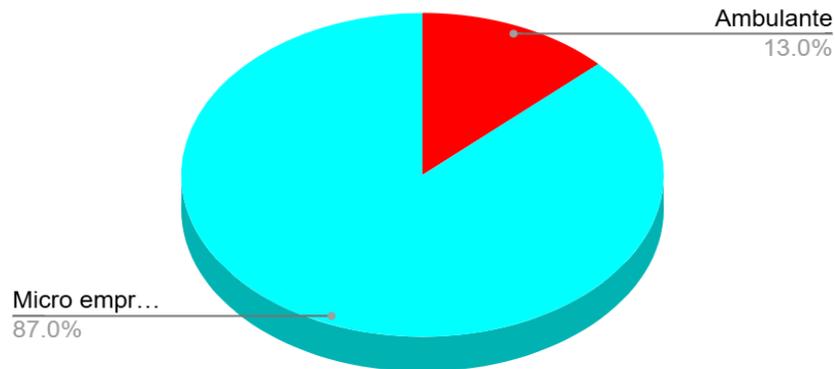
Tabla 1

Número de personas comerciantes entre micro empresarios y ambulantes de la plaza San José

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Comerciante Ambulante	13	13%
Comerciante Micro empresario	87	87%
Total	100	100%

Figura 1

Número de personas comerciantes entre micro empresarios y ambulantes de la plaza San José



La tabla 1 y la figura 1 muestra que la gran mayoría de los comerciantes encuestados (87%) son microempresarios, mientras que el 13% restante corresponde a comerciantes ambulantes. Estos datos determinan que el comercio en esta muestra está dominado por pequeñas unidades empresariales, con una menor proporción de comerciantes que operan sin un establecimiento fijo.

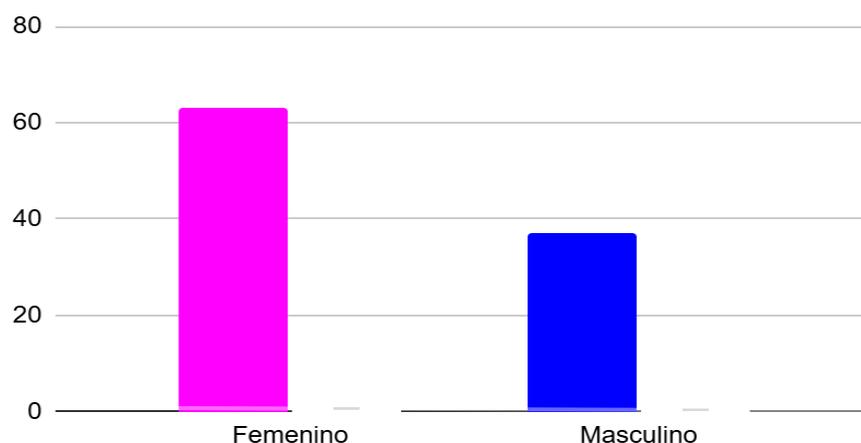
Tabla 2

Género de encuestados comerciantes micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	63	63%
Masculino	37	37%
Total	100	100%

Figura 2

Género de encuestados comerciantes micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca



La tabla 2 y la figura 2 muestra que el 63% de los comerciantes encuestados son mujeres, mientras que el 37% son hombres. Esto indica que una notable predominancia femenina en el sector comercial de la muestra analizada, lo que podría indicar una alta participación de las mujeres en las actividades comerciales y su contribución significativa a este ámbito económico.

Tabla 3

Nivel de conocimiento financiero crediticio de los comerciantes encuestados micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca, estos niveles son siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Según los ítems 2,3,4,5,12,14

ITEM 2		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	10	10%
2	17	17%
3	21	21%
4	24	24%
5	28	28%
TOTAL	100	100%

ITEM 3		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	22	22%
2	25	25%
3	24	24%
4	10	10%
5	19	19%
TOTAL	100	100%

ITEM 4		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	14	14%
2	18	18%
3	20	20%
4	23	23%
5	25	25%
TOTAL	100	100%

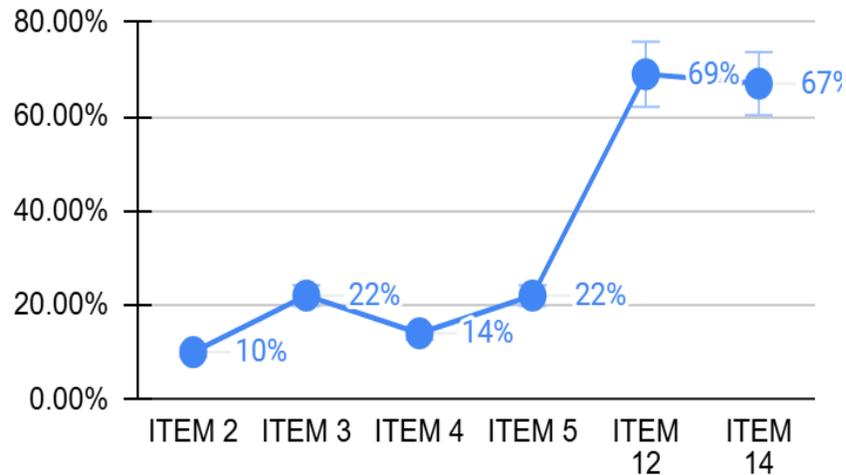
ITEM 5		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	22	22%
2	22	22%
3	20	20%
4	17	17%
5	19	19%
TOTAL	100	100%

ITEM 12		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	69	69%
2	23	23%
3	3	3%
4	5	5%
5	0	0%
TOTAL	100	100%

ITEM 14		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	67	67%
2	25	25%
3	4	4%
4	3	3%
5	1	1%
TOTAL	100	100%

Figura 3

Nivel de conocimiento financiero crediticio de los comerciantes encuestados micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca, estos niveles son siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Según los ítems 2,3,4,5,12,14



La tabla 3 y figura 3, se aprecia que el 10% tiene conocimientos sobre lo que es un interés simple y compuesto según al ítem 2, un 22% sabe el interés que le cobran las entidades financieras al momento de adquirir un préstamo según al ítem 3, un 14% conoce sobre los tipos de interés con la que trabajan las entidades según al ítem 4, un 22% conoce sobre los tipos de créditos que les ofrecen las instituciones bancarias según al ítem 5, un 69% considera que los adolescentes deberían poseer conocimientos en matemáticas financieras para formar una cultura de ahorro en ellos según al ítem 12, un 67% cree que es necesario para la gestión empresarial según al ítem 14.

Tabla 4

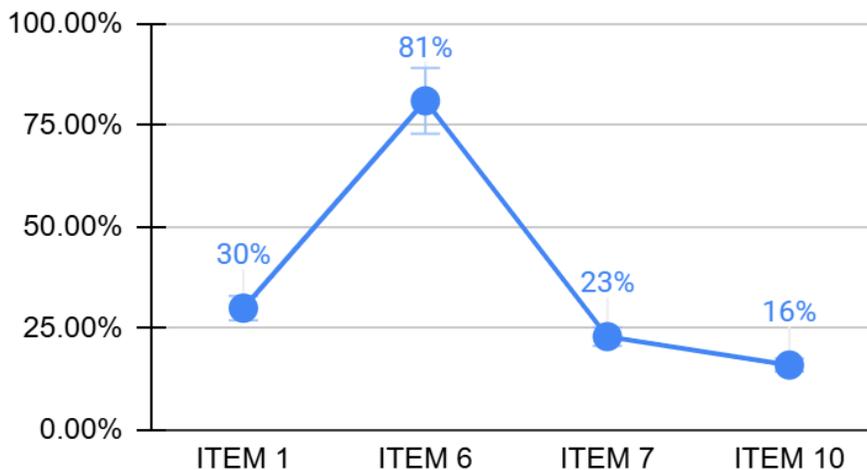
Conocimiento sobre los productos crediticios de los comerciantes encuestados micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca, estos niveles son siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Según los ítems 1,6,7, y 10

ITEM 1			ITEM 6		
ESCALA	Conteo	Porcentaje	ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	30	30%	1	81	81%
2	17	17%	2	9	9%
3	23	23%	3	5	5%
4	13	13%	4	3	3%
5	17	17%	5	2	2%
TOTAL	100	100%	TOTAL	100	100%

ITEM 7			ITEM 10		
ESCALA	Conteo	Porcentaje	ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	23	23%	1	16	16%
2	7	7%	2	14	14%
3	38	38%	3	39	39%
4	20	20%	4	21	21%
5	12	12%	5	10	10%
TOTAL	100	100%	TOTAL	100	100%

Figura 4

Conocimiento sobre los productos crediticios de los comerciantes encuestados micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca, estos niveles son siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Según los ítems 1,6,7, y 10



La tabla 4 y figura 4, se aprecia que el 30% según al ítem 1 se hace préstamos bancarios, el 81% considera que deberían saber calcular sus cuotas y anualidades de un préstamo bancario según al ítem 6, el 23% piensa lo importante que sería una capacitación y enseñanzas sobre matemáticas financieras según al ítem 7, el 16% considera que deberían trabajar con financiamiento crediticio para maximizar sus utilidades según al ítem 10.

Tabla 5

Relación del nivel de conocimiento financiero en la toma de decisiones de los comerciantes encuestados micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca, estos niveles son siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Según los ítems 8,9,11,13 y 15

ITEM 8		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	43	43%
2	18	18%
3	22	22%
4	11	11%
5	6	6%
TOTAL	100	100%

ITEM 9		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	21	21%
2	22	22%
3	36	36%
4	11	11%
5	10	10%
TOTAL	100	100%

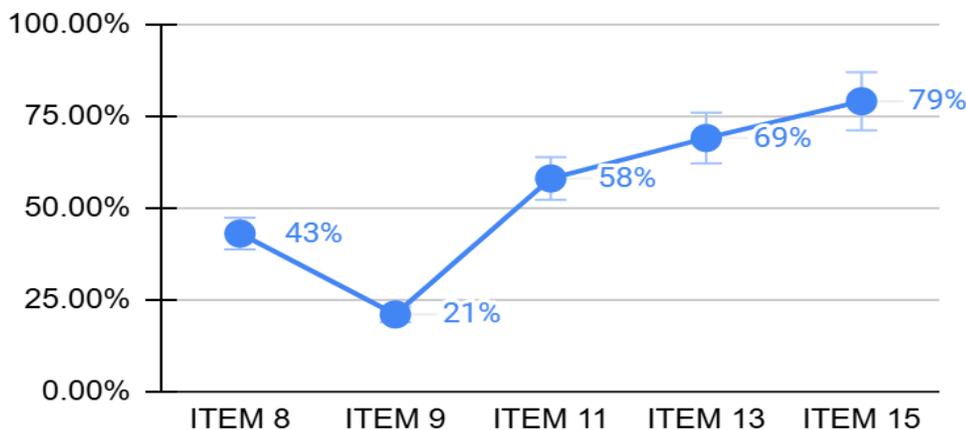
ITEM 11		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	58	58%
2	17	17%
3	10	10%
4	12	12%
5	3	3%
TOTAL	100	100%

ITEM 13		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	69	69%
2	20	20%
3	5	5%
4	4	4%
5	2	2%
TOTAL	100	100%

ITEM 15		
ESCALA	Conteo	Porcentaje
1	79	79%
2	21	21%
3	0	0%
4	0	0%
5	0	0%

Figura 5

Relación del nivel de conocimiento financiero en la toma de decisiones de los comerciantes encuestados micro empresarios y ambulantes de la plaza San José, Juliaca, estos niveles son siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Según los ítems 8,9,11,13 y 15



La tabla 5 y figura 5, se aprecia que el 43% según al ítem 8 les otorgan préstamo con facilidad, el 21% le ofrece las entidades financieras crédito con frecuencia según al ítem 9, el 58% considera que sus utilidades son mayores cuando trabaja con financiamiento según al ítem 11, el 69% cree que las matemáticas financieras son útiles para emprender un negocio según al ítem 13, el 79% cree que si tuvieran mayores conocimientos de matemáticas financieras tomarían mejores decisiones en sus operaciones bancarias.

Discusión

Los resultados de la presente investigación, fueron obtenidos a través de la técnica de encuesta, mostrando así los resultados en nivel siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca sobre la cultura financiera crediticia, que tienen los comerciantes de la Plaza San José de Juliaca 2024.

Por lo siguiente se planteó en la investigación como “Determinar el nivel de conocimiento financiero crediticio de los comerciantes microempresarios y ambulantes de la plaza San José de Juliaca y su influencia en la toma de decisiones financieras”. Asimismo, la investigación tuvo resultados de que un (34%) de las personas sabe con respecto a conocimientos financieros crediticios, esto se debe a que los comerciantes tienen miedo de sacar un préstamo de las entidades financieras, ya que piensan que los intereses a pagar son muy caros no sería rentable, porque justifican que muchas veces no hay venta, lo que podría llevarlos a la quiebra económica. Además,

no acostumbran llevar un registro de ingresos, gastos y ganancias tienen poco conocimiento sobre los seguros de vida, bienes y los beneficios que estos ofrecen tampoco cuentan con un ahorro ya sea de manera formal o informalmente, debido a que no tienen el hábito ni controlan su gasto para poder ahorrar por último tienen poco conocimiento sobre productos de financiamiento con respecto a créditos comerciales, personales e hipotecarios. Por lo que no coincidimos y rechazamos la hipótesis cuando menciona que los comerciantes tienen conocimientos moderados, tienen un mayor nivel de conocimientos financieros en la toma de decisiones.

Finalmente, los resultados indican que un 34% tienen conocimientos financieros crediticios, un 37.5% tienen conocimientos sobre los productos crediticios y un 54% que son conscientes sobre la importancia de la relación del conocimiento financiero en la toma de decisiones.

Conclusiones

Con la presente investigación, se llegó a la siguiente conclusión según las revisiones literarias, diversos estudios de investigación han demostrado que el acceso a financiamiento otorga a las empresas una mayor capacidad para crecer y desarrollarse. El financiamiento no solo permite a las empresas mantener una economía estable, sino que también facilita la planificación a largo plazo y la expansión de sus utilidades. Con los hallazgos de nuestra investigación, podemos inferir que los microempresarios poseen un nivel de conocimiento superior en comparación con los comerciantes ambulantes en lo que respecta al financiamiento crediticio. A partir de nuestros resultados, se destaca la importancia de tener conocimientos en financiamiento crediticio, ya que esto facilita el crecimiento económico de los comerciantes y superar el miedo de trabajar con las entidades financieras.

Referencias

1. Aguirre, J. &. (2021). El impacto del conocimiento financiero en la toma de decisiones empresariales. *Revista de Finanzas y Negocios*. *Revista de Finanzas y Negocios*, 93.
2. Ana María Lusardi, O. S. (2014). La importancia económica de la educación financiera: teoría y evidencia. *Journal of Economic Literature*, 52.

3. Andrade, O. G. (2018). La educación financiera en jóvenes universitarios del primer ciclo de pregrado de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Académica Regional de Cochabamba. Scielo, 40.
4. Atkinson, A. &. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, 80.
5. BCRP. (2021). Reporte de estabilidad financiera 2021. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/>
6. Canaza, S. E. (2023). Cultura financiera y capacidad de ahorro de los comerciantes del mercado San José, Juliaca 2023. Repositorio UCV, 57.
7. Condori, A. &. (2021). El impacto de la educación financiera en los microempresarios de Juliaca. Revista Puno Economía. Revista Puno Economía, 110.
8. Díaz, P. P. (2020). La relación entre la educación financiera y las decisiones de financiamiento en emprendedores. Journal of Business and Finance, 157.
9. Espinoza, A. A. (2020). La educación financiera y el desarrollo de las micro empresas, clientes de la caja piura sac-provincia de tocache-San Martín. . Tesis de licenciamiento de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, 86.
10. Fernández, L. &. (2020). Educación financiera en las comunidades rurales de Puno: Desafíos y oportunidades para el desarrollo económico. Revista Andina de Economía y Sociedad, 45.
11. García, F. (2020). El papel del conocimiento financiero en la toma de decisiones económicas. Estudios de Economía. Estudios de Economía,, 49.
12. Gutiérrez, M. (2020). El nivel de conocimiento financiero de los comerciantes en la plaza San José de Juliaca. Revista de Investigación y Desarrollo Económico. revista de Investigación y Desarrollo Económico, 35.
13. Latina, B. d. (2021). ¿Cómo están la inclusión y educación financiera en América Latina? 10: © 2024 caf.
14. López, A. &. (2019). Desafíos en el acceso a crédito de los comerciantes ambulantes en ciudades peruanas. Revista de Estudios Financieros, 68.
15. Mamani, J. &. (2022). Cultura financiera y capacidad de ahorro en los comerciantes del mercado de San José, Juliaca. Revista de Economía Regional y Microfinanzas, 72.

16. Martínez, J. M. (2022). La cultura financiera en la sociedad española: conocimientos, competencias y hábitos financieros. *dialnet*, 18.
17. Ramos, S. &. (2019). La educación financiera y el acceso al crédito en las microempresas. *Finanzas y Desarrollo*. *Finanzas y Desarrollo*, 115.
18. Rodríguez, V. &. (2021). Microempresas y el acceso a crédito en el Perú: Un análisis desde la educación financiera. *Journal of Economic Development*, 235.
19. SBS. (2023). La educación financiera en los microempresarios peruanos. Portal de la SBS, 11.
20. Trinidad, L. Y. (2019). La cultura financiera y su influencia en el uso de tarjetas de crédito de los retail's financieros Huánuco. Tesis de pre grado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán Huánuco, Perú, 130.
21. Vera, R. &. (2020). La educación financiera como herramienta para la toma de decisiones en microempresarios. *Revista internacional sobre finanzas*, 105.

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).