



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

Autores:

Hellen Rut López Rengifo

<https://orcid.org/0000-0001-5068-1527>

Jhoselin Mishel Huayamí Lozano

<https://orcid.org/0000-0002-0416-7727>

Asesor:

Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui

<https://orcid.org/0000-0002-6491-8879>

Tarapoto, Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

Autores:

Hellen Rut López Rengifo
Jhoselin Mishel Huayamí Lozano

Sustentado y aprobado el 20 de junio del 2023, por los jurados:

Presidente de Jurado

Dra. Olga Maritza Requejo LaTorre

Secretario de Jurado

Lic. Adm. Mg. Carlos Alberto Saldaña Pinto

Vocal de Jurado

Lic. Adm. Mtra. Lady Diana Arévalo Alva

Asesor

Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN**



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS**

TELÉFONO: 042 - 480134 (ANEXO 3100)
Jr. AMORARCA N° 334 - CIUDAD UNIVERSITARIA - MORALES

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN CONDUCENTES A GRADOS Y TÍTULOS N° 023

Jurado reconocido con Resolución N° 131-2021-UNSM/FCE-CF/NLU, y la Resolución N° 143-2023-UNSM/FCE-CF/NLU, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela profesional de Administración / Programa de pregrado.

En el auditorio de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, a las **09:00 horas** del día **martes 20 de junio** del año **dos mil veintitrés**, inició al acto público de sustentación del trabajo de investigación: **"LOS MICROCRÉDITOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO TRES TARAPOTO 2021"**; para optar el título profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**, presentado por las bachilleres: **: HELLEN RUT LÓPEZ RENGIFO Y JHOSELIN MISHEL HUAYAMÍ LOZANO**, bajo la asesoría de la **. Adm. MBA. SEIDY JANICE VELA REATEGUI**.

Instalada la Mesa Directiva conformada por la **Dra. OLGA MARITZA REQUEJO LA TORRE** (presidente del jurado), **Lic. Adm. Mg. CARLOS ALBERTO SALDAÑA PINTO** (secretario) **Lic. Adm. Mtra. LADY DIANA ARÉVALO ALVA** (vocal), y acompañado por la **Lic. Adm. MBA. SEIDY JANICE VELA REATEGUI**. (Asesora); la presidente del jurado dirigió brevemente unas palabras y a continuación el secretario dio lectura a la **Resolución N° 131-2021-UNSM/FCE-CF/NLU** y la **Resolución N° 143-2023-UNSM/FCE-CF/NLU**, como nuevo secretario.

Seguidamente los autores expusieron el trabajo de investigación y el jurado realizó las preguntas pertinentes, respondidas por las sustentantes y eventualmente, con la venia del jurado, por la asesora.

Una vez terminada la ronda de preguntas los jurados procedieron a deliberar para determinar la calificación final, para lo cual dispuso un receso de quince (15) minutos, con participación de la asesora con voz, pero sin voto; sin la presencia de las sustentantes y otros participantes del acto público.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN**



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS**

TELÉFONO: 042 - 480134 (ANEXO 3100)
Jr. AMORARCA N° 334 - CIUDAD UNIVERSITARIA - MORALES

Luego de aplicar los criterios de calificación con estricta observancia del principio de objetividad y de acuerdo con los puntajes en escala vigesimal (de 0 a 20), según el Anexo 4.2 del RG - CTI, la nota de sustentación otorgada resultante del promedio aritmético de los calificativos emitidos por cada uno de los miembros del jurado fue,.....¹⁸.....; tal como se deja constar.

Se deja constancia que la presente acta se inscribe en el Libro de Sustentaciones N° 001 de la Facultad de Ciencias Económicas.

Firman los integrantes del Jurado; el autor del trabajo de investigación y la asesora en señal de conformidad, dando por concluido el acto a las.....^{10:00 am}.....horas, el mismo día.

Dra. OLGA MARITZA REQUEJO LA TORRE

Presidente

Lic. Adm. Mg. CARLOS ALBERTO SALDAÑA PINTO

Secretario

Lic. Adm. Mtra. LADY DIANA ARÉVALO ALVA

Vocal

HELLEN RUT LÓPEZ RENGIFO

Autor 1

JHOSELIN MISHEL HUAYAMÍ LOZANO

Autor 1

Lic. Adm. MBA. SEIDY JANICE VELA REATEGUI

Asesora

Declaratoria de autenticidad

Jhoselin Mishel Huayami Lozano, con DNI N°72638939 y **Hellen Rut López Rengifo**, con DNI N°76536138, egresados de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, autores de la tesis titulada: **Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.**

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencia de las fuentes bibliográficas consultadas
3. Toda información que contiene la tesis no ha sido plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, sometiéndome a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 20 de junio de 2023.



Jhoselin Mishel Huayami Lozano
DNI N°72638939



Hellen Rut López Rengifo
DNI N°76536138



Ficha de identificación

<p>Título del proyecto</p> <p>Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021</p>	<p>Área de investigación: Ciencias Administrativas. Línea de investigación: Modernización de Procesos de Gestión. Sublínea de investigación: Gestión Empresarial. Grupo de investigación: Resolución N° 214-2022-UNSM/FCE-D/NLU. Tipo de investigación: Básica <input type="checkbox"/> , Aplicada <input checked="" type="checkbox"/> , Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p>Autor:</p> <p>Hellen Rut López Rengifo</p> <p>Jhoselin Mishel Huayamí Lozano</p>	<p>Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración:</p> <p>https://orcid.org/0000-0001-5068-1527</p> <p>https://orcid.org/0000-0002-0416-7727</p>
<p>Asesor:</p> <p>Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración Unidad o Laboratorio Administración:</p> <p>https://orcid.org/0000-0002-6491-8879</p>

Dedicatoria

Dedicamos esta tesis a Dios todopoderoso que en su gran amor nos renueva las fuerzas, nos da paz, sobre todo cuida de nuestras vidas y salud siempre, también a nuestros queridos padres por ser nuestro soporte con sus valiosos consejos ya que fueron testigos visibles de todo el esfuerzo puesto durante nuestro pregrado, por nunca dudar que podíamos lograrlo y ser nuestro apoyo incondicional.

Agradecimientos

Gracias a nuestras familias por estar presentes en nuestro desarrollo personal y profesional, por apoyarnos en cada decisión y proyectos a pesar de las dificultades que pasaron en nuestras vidas, gracias a todas aquellas personas, compañeros que nos brindaron su ayuda cuando más los necesitábamos, a nuestros docentes darles las gracias por sus enseñanzas y experiencias brindadas, gracias a todos ustedes que son nuestra inspiración para seguir cumpliendo nuestras metas.

Índice general

Ficha de identificación	6
Dedicatoria	7
Agradecimientos.....	8
Índice general	9
Índice de tablas	10
Índice de figuras	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT	13
CAPÍTULO I.....	14
INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	14
CAPÍTULO II.....	18
MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes de la investigación	18
2.2. Fundamentos teóricos	24
CAPÍTULO III.....	37
MATERIALES Y MÉTODOS	37
3.1. Ámbito de la investigación	37
3.2. Sistema de variables	38
3.3. Procedimientos de la investigación	39
CAPÍTULO IV	43
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
4.1 Resultado específico 1	43
4.2 Resultado específico 2	45
4.3 Resultado específico 3.....	49
4.4 Resultado específico 4	50
4.5 Resultado específico 5	50
4.6 Resultado específico 6	51
4.7 Resultado general.....	51
CONCLUSIONES.....	56
RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS.....	66

Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de frecuencia de la variable microcréditos	43
Tabla 2. Nivel de frecuencia de la dimensión cuantía de crédito	44
Tabla 3. Nivel de frecuencia de la dimensión inversión	44
Tabla 4. Nivel de frecuencia de la dimensión garantías.....	45
Tabla 5. Nivel de frecuencia de la dimensión plazo	45
Tabla 6. Nivel de frecuencia de la variable desarrollo empresarial.....	46
Tabla 7. Nivel de frecuencia de la dimensión crecimiento empresarial	47
Tabla 8. Nivel de frecuencia de la dimensión cultura empresarial.....	47
Tabla 9. Nivel de frecuencia de la dimensión liderazgo	48
Tabla 10. Nivel de frecuencia de la dimensión innovación	48
Tabla 11. Nivel de frecuencia de la dimensión gestión del crecimiento	49
Tabla 12. Correlación entre dimensión cuantía de crédito y variable d. empresarial	49
Tabla 13. Correlación entre la dimensión inversión y la variable desarrollo empresarial...50	
Tabla 14. Correlación entre la dimensión garantías y la variable desarrollo empresarial ..50	
Tabla 15. Correlación entre la dimensión plazo y la variable desarrollo empresarial.....51	
Tabla 16. Correlación entre la variable microcréditos y la variable d. empresarial	51

Índice de figuras

Figura 1. Ubicación del distrito de Tarapoto	37
--	----

RESUMEN

El presente estudio abarca sobre los microcréditos de los negociantes del mercado ubicado en San Martín solicitaron a diferentes entidades financieras de su preferencia, así como, el crecimiento corporativo de sus negocios. El objetivo fue determinar la relación entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, para ello, se empleó una metodología cuantitativa, de tipología básica, de nivel correlacional y con un diseño no experimental. En cuanto a la muestra se seleccionó a 258 comerciantes, como instrumento se usó dos cuestionarios, y como técnica fue empleada la encuesta. Entre los resultados se obtuvo que la relación existente entre las variables de interés fue positiva, moderada y significativa, teniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman con un valor de 0.693 y un p-valor menor al 0.05. Así mismo se encontró un nivel regular tanto para la variable microcréditos como desarrollo empresarial.

Palabras claves: Desarrollo, empresarial, microcréditos, mercado, Tarapoto

ABSTRACT

The present study covers the microcredits that the market traders in San Martín requested from different financial institutions of their choice, as well as the corporate growth of their businesses. The objective was to determine the relationship between microcredits and business development of the traders of the Mercado Tres Tarapoto 2021, using a quantitative methodology, basic typology, correlational level and non-experimental design. As for the sample, 258 traders were selected, two questionnaires were used as an instrument, and the survey was used as a technique. The results showed that the relationship between the variables under study was positive, moderate and significant, with a Spearman Rho correlation coefficient of 0.693 and a p-value of less than 0.05. Likewise, a regular level was found for both the microcredit and business development variables.

Keywords: development, business, microcredit, market, Tarapoto



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

La economía mundial presenta un elevado nivel de disparidad entre las personas con elevado nivel de ingresos y las personas vulnerables o bajos recursos económicos, ya que estas últimas presentan limitaciones para acceder al sistema financiero, además de obstaculizar oportunidades de trabajo (Duta et al., 2021; p.26). Por lo que, los microcréditos se consideran parte de las microfinanzas que brindan soluciones por su amplia gama de servicios financieros destinados a la población vulnerable o de bajos recursos y junto con el desarrollo empresarial representan elementos importantes dentro de un determinado sector o actividad económica (Toscano & Paz, 2017; p.1).

El microcrédito es un instrumento de financiación para luchar con la reducción de la pobreza, pero de acuerdo con el Banco Mundial 2500 millones de habitantes no emplean servicios financieros formales, además el 75% no posee cuentas en el banco, lo cual imposibilita el bienestar económico especialmente en personas en condición de pobreza. En América Latina y el Caribe, aproximadamente 600 instituciones de microfinanzas han brindado préstamos por un total de US \$ 12 mil millones para alrededor de 10 millones de clientes con bajos recursos de las áreas rurales y urbanas. Sin embargo, en Colombia se presenta ciertas dificultades como obstáculos para atender los estratos más bajos del país, además de grandes costos de funcionamiento y administración de cartera (pp.434-437).

En América del Sur, los montos de microcréditos colocado en Bolivia, Ecuador, Perú y Colombia hacen un total de 12,44% del total de los créditos colocados. Bolivia registró un monto de 8 mil millones con un 29,14%, Ecuador con 12,7%, Perú con 5,03% y Colombia con 2,9%, lo cual demuestra que los países de la región andina poseen un escaso nivel de desarrollo y un gran nivel de concentración en la producción de bienes primarios, generando un anti desarrollo, que incrementa la pobreza e inequidad, no asegura el crecimiento y desarrollo sostenible a largo plazo. Por otra parte, la tasa de interés de los microcréditos son elevadas porque destinan los recursos a negocios poco productivos o informales, lo que podría impactar en el desarrollo de las entidades (Peláez et al., 2021; pp.2940-2942).

En el Perú más del 37% de la población no cuenta con activos financieros, ni una adecuada infraestructura (capital físico), salud y educación, es decir las herramientas crediticias son insuficientes para atender las brechas económicas. Por lo que, el

Banco Central de Reserva del Perú, el sector microfinanciero tuvo un crecimiento de 21%, sin embargo, no refleja un impacto positivo frente al problema de la pobreza, ya que en el país existen un aumento de las brechas socioeconómicas. Por otro lado, el 70% de los peruanos no tienen acceso algún servicio financiero formal. Además, específicamente en Piura se evidenció que las micro finanzas inclusivas no son fortalecidas, lo cual genera que las microfinanzas no colaboren con la lucha de la pobreza (Rijalba & Rojas, 2021; pp.7835-7849).

De manera que, a nivel nacional se registraron alrededor de 1.9 millones de micro, pequeña y medianas empresas, la cuales operan en un contexto formal. Asimismo, del 99,5% de las empresas que son formales en el país, el 96,2% pertenece a las microempresas, donde la mayoría de empresas se dedican al comercio y servicios; el resto se dedica a otras actividades productivas. Si bien existe un elevado crecimiento de empresas formales, todavía se registra un elevado porcentaje de informalidad, dado que el 48,4% de las micro empresas no se encuentran debidamente registradas, dicha situación genera dificultades para el desarrollo de las entidades, puesto que la posibilidad de acceder al microcrédito se reduce cada vez más y a su vez limita su capacidad de crecimiento en el largo plazo (Sánchez et al., 2021; p.7024).

En el ámbito local, específicamente en el Mercado Tres Tarapoto, se encuentra ubicado en el Jirón Vencedores de Comaynas s/n piso 1 kilómetro 0, Centro de Salud Barrio Huayco en el distrito de Tarapoto, provincia de San Martín en la región de San Martín. El mercado inició sus actividades en el año 2010 la cual alberga alrededor de 950 puestos fijos y posee 820 puestos activos de manera permanente. De acuerdo con lo conversado con alguno de los comerciantes del mercado manifestaron que actualmente presentan dificultades para ahorrar y tener un capital que puedan invertir e incrementar la mercadería de su negocio, es decir tienen una limitación para obtener dinero suficiente que les permita remodelar su puesto o expandir su negocio.

Lo mencionado anteriormente puede deberse a que cuando recurren a entidades financieras a solicitar un crédito, dicha institución les ofrece préstamos muy pequeños y con una alta tasa de interés, debido a que los comerciantes generalmente no tienen como sustentar sus ventas de manera formal o por la falta de seguridad para la entidad financiera de que recuperará el monto solicitado por el comerciante, además consideran que el monto que les ofrece las entidades financieras no les alcanza para invertir en su negocio, por lo que no pueden seguir invirtiendo; respecto a las garantías solicitadas, pese a ser un monto pequeño les

piden como requisito contar con el respaldo de un garante, generando cada vez trabas u obstáculos para los comerciantes y que estos se desanimen en recurrir a entidades financieras por los diversos requisitos que deben de cumplir. Además, el plazo de pago de los créditos, no cuentan con flexibilidad, pues las entidades financieras no otorgan facilidades de pago.

Por otro lado, gran parte de los comerciantes opinaron que posiblemente la falta de recursos para invertir en su negocio ocasiona que no puedan atender oportunamente a toda la demanda, también indicaron que quizás al no tener una variedad de productos que ofrecer está ocasionando que sus ingresos bajen y, por último, tal vez la falta de innovación y conocimiento para la atención de sus clientes está produciendo la reducción de su negocio. Respecto al desarrollo empresarial, los comerciantes manifiestan también que las adquisiciones de microcréditos no han incrementado sus ganancias, no accediéndoles al crecimiento empresarial, de igual forma no pueden mejorar sus procesos comerciales como compra de mercadería a proveedores, lo que perjudica además su cultura empresarial, sintiéndose menos preparados para afrontar cambios, evitando desarrollar liderazgo. De continuar dicha situación es muy posible que diversos puestos del mercado registren pérdidas en el corto plazo, viéndose en la obligación de cerrar su negocio de manera definitiva. Por lo que, la presente investigación se orienta en determinar la relación entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.

Es así que de esta manera el problema general de la investigación fue: ¿Cuál es la relación entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?; mientras que sus problemas específicos fueron: i) ¿Cuál es la situación actual de los microcréditos de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?, ii) ¿Cuál es la situación actual del desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?, iii) ¿Cuál es la relación entre la cuantía del crédito y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?, iv) ¿Cuál es la relación entre la inversión y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?, v) ¿Cuál es la relación entre la garantía y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?, vi) ¿Cuál es la relación entre el plazo y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?.

Mientras que la hipótesis general de la investigación fue: Existe relación positiva y significativa entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes

del Mercado Tres Tarapoto 2021; y las hipótesis específicas fueron: i) Existe relación entre la cuantía del crédito y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, ii) Existe relación entre la inversión y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, iii) Existe relación entre la garantía y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, iv) Existe relación entre el plazo y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.

Además, el objetivo general de la investigación fue: Determinar la relación entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. Y los objetivos específicos fueron, i) Identificar la situación actual de los microcréditos de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, ii) Analizar la situación actual del desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, iii) Establecer la relación entre la cuantía del crédito y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, iv) Establecer la relación entre la inversión y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, v) Establecer la relación entre la garantía y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021, vi) Establecer la relación entre el plazo y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

Hidalgo y Escobar (2020), en su tesis titulada “Microcrédito: Alternativa de reactivación económica para comerciantes de Portoviejo, Manabí, Ecuador”. El estudio tuvo como objetivo realizar un análisis de la incidencia de los microcréditos en la reactivación económica de los comerciantes. Respecto a la metodología fue descriptivo, transeccional exploratorio, además la muestra estuvo conformada por 251 comerciantes. En cuanto a los resultados, el 49% de los comerciantes solicitaron el microcrédito para incrementar el negocio, el 29% para reactivar el negocio y el 21% para iniciar con el negocio, además el 49% fue para comprar mercadería, el 31% para mejorar las condiciones físicas del local y el 49% mejoró su situación económica a buena después de obtener el microcrédito, dado que el 91% no tuvo ninguna complejidad para reunir los requisitos respectivos del microcrédito. La conclusión fue que, los microcréditos es una oportunidad de desarrollo y ayuda de reactivación de los negocios, además que influye de manera positiva en la calidad de vida, cambia la situación social, económica y salud de los comerciantes. De manera que, el antecedente indica que el acceso al microcrédito es una de las mejores alternativas para que los comerciantes puedan registrar un mayor desarrollo económico en los negocios, además es un estudio que permite respaldarla teoría presentada en la presente investigación.

Maldonado y Armijos (2017), en su tesis titulada “Los microcréditos y su incidencia en el crecimiento económico de las Mipymes”. El estudio tuvo como objetivo dar a conocer los microcréditos y su incidencia económica en las micro, pequeñas, medianas empresas. Respecto a la metodología fue descriptivo, documental y comparativo, además la muestra estuvo conformada por documentos previos. En cuanto a los resultados, los microcréditos se consideran como una fuente generadora de oportunidades para el desarrollo empresarial de los trabajadores independientes bajo el ofrecimiento de sostenibilidad financiera y logra que las empresas sean financieramente autosuficientes. La conclusión fue que, el otorgamiento de microcréditos se realiza con el propósito de superar los niveles de pobreza,

por lo que el crecimiento de las entidades tiene como base los microcréditos, que por medio de políticas crediticias efectivas garantizan el fortalecimiento de los negocios. El antecedente es un respaldo para el estudio, puesto que muestra que los microcréditos funcionan como una herramienta que permite a los empresarios incrementar el nivel de sus negocios, ya que brinda la oportunidad de que las entidades puedan alcanzar la autosuficiencia financiera y por ende aumentar la inversión.

Carvajal y Espinoza (2020), en su tesis titulada "Microcréditos ecuatorianos: incentivo a la reducción de la pobreza y mejora del ingreso familiar". El estudio tuvo como objetivo realizar un análisis de las implicaciones de los microcréditos del Ecuador en la disminución de la pobreza. Respecto a la metodología fue descriptivo y exploratorio, además fue una revisión documental y estudio de campo; la muestra estuvo conformada por 68 beneficiados del microcrédito. En cuanto a los resultados, el 47% de los encuestados destinaron el crédito para emprender un negocio, mientras que el 29% lo destinó a actividades de comercio y producción, además el 29% considera que el microcrédito mejora la calidad de vida, el 51% mencionó que mejora los ingresos y el 19% manifestó que permite la adquisición de bienes personales. La conclusión fue que, los microcréditos brindados por las instituciones financieras permiten a los microempresarios que sea una herramienta para el logro de la mejora y el desarrollo de sus emprendimientos, además que se enfoca en beneficiar la calidad de vida de sus familiares. El antecedente presentado anteriormente indica que los microempresarios por medio de los microcréditos pueden desarrollar sus actividades económicas y mejorar la situación de sus negocios, puesto que es una herramienta para la disminución de la pobreza. Asimismo, los resultados obtenidos por el autor permiten ser contrastados con los resultados que se obtendrán en la presente investigación.

Armendariz et al. (2018), en su tesis titulada "El microcrédito como activador del emprendimiento en Guayaquil". El estudio tuvo como objetivo analizar si el microcrédito es un activador del emprendimiento. Respecto a la metodología fue mixto, no experimental y descriptivo; además la muestra estuvo conformada por 60 microempresarios de un sector comercial de Guayaquil. En cuanto a los resultados, fueron que se rechaza la hipótesis, dado que el R cuadrado fue de 0.108 y el nivel de significancia fue de 0.003 y se acepta la hipótesis alterna, es decir que la teoría de YANUS que el

emprendimiento solo requiere del capital para ser exitoso es porque existen otros factores importantes dentro de la sociedad guayaquileña. La conclusión fue que, existe causalidad, la relación establece que el microcrédito al emprendimiento ayuda al éxito de los emprendedores, pero no es total, sino que es parte del proceso. El antecedente es relevante puesto que muestra la incidencia del microcrédito en el éxito de los negocios de los emprendedores, lo cual podrá ser contrastado con los resultados que se obtendrán en la presente investigación.

2.1.2. Nacionales

Gómez et al. (2020), en su tesis titulada “Impacto de los microcréditos en el desarrollo empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas en Perú”. El estudio tuvo como objetivo establecer el impacto de los microcréditos en el desarrollo empresarial de los micro y pequeños empresarios. Respecto a la metodología fue cuantitativo, no experimental y explicativo; además la muestra estuvo conformada por 384 micro y pequeños empresarios. En cuanto a los resultados, fueron que el 53,4% manifestaron que las ventas han crecido, pero no en la magnitud que esperaban, el 60,7% de los empresarios MYPE manifiestan que casi siempre sus utilidades se han incrementado, mientras que el 17,7 % aseguran que sus utilidades han crecido después de obtener el financiamiento. La conclusión fue que, los microcréditos tienen un impacto de manera positiva en el desarrollo empresarial, ya que el nivel de significancia fue menor a 0.05 y la β del modelo fue positivo, puesto que se demostró que los empresarios solicitan créditos para el corto plazo, del cual tienen perspectivas favorables para el crecimiento y desarrollo de los negocios. El antecedente es fundamental porque muestra la influencia del microcrédito en el desarrollo empresarial de las personas encuestadas, por lo que el estudio podrá ser contrastado con los resultados de la presente investigación.

Terrones (2020), en su tesis titulada “Gestión del microcrédito en el empoderamiento económico de mujeres comerciantes de Huánuco, 2019”. El estudio tuvo como objetivo determinar el efecto del acceso al microcrédito y el empoderamiento económico. Respecto a la metodología fue cuantitativo, cuasi experimental y explicativo; además la muestra estuvo conformada por 116 mujeres. En cuanto a los resultados, fueron que las personas que accedieron al microcrédito registraron una mayor generación de ingresos económicos y ahorros de dinero ($Z = -5,506$), además de beneficios

económicos en el negocio ($Z = -5,548$) y le permite brindar mayor seguridad económica en su hogar ($Z = -2,912$). La conclusión fue que, el microcrédito brinda la posibilidad de incrementar el nivel de empoderamiento de las personas en un 62,1% con un ($Z = -1,608$, y $p = 0,108$), además que incide en la construcción del negocio, la administración y la adecuada distribución de los ingresos para las actividades del negocio. El antecedente es importante porque muestra que por medio del microcrédito las personas tienen la posibilidad de incrementar el desarrollo empresarial por sus negocios y obtener beneficios económicos para sus familias. Asimismo, el estudio podrá ser contrastado con los resultados del presente estudio.

Cortez (2019), en su tesis titulada “Créditos directos y su incidencia en la solvencia y rentabilidad de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Norte de Perú, 2017”. El estudio tuvo como objetivo establecer la incidencia de los créditos directos como base para la solvencia y rentabilidad en las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito. Respecto a la metodología fue cuantitativo, no experimental y descriptivo-correlacional; además la muestra estuvo conformada por las colocaciones de créditos realizadas por la entidad financiera. En cuanto a los resultados, fueron que por medio de los créditos el 19,78% de las micro empresas de Piura pudieron cumplir con sus planes de negocio, además que las entidades financieras mostraron un incremento en el otorgamiento de créditos a pequeñas empresas. La conclusión fue que, por medio de los créditos directos las entidades o negocios pueden cumplir con sus proyectos de inversión e incrementar el nivel de rendimiento patrimonial, además se demostró la influencia significativa de la CMAC Sullana en base a la solvencia capital ($p = 0,003$), endeudamiento patrimonial ($p = 0,0034$) e inversión ($p = 0,0005$). El antecedente es fundamental porque muestra que por medio de los créditos directos las personas tienen la posibilidad de incrementar el desarrollo empresarial y a su vez con una buena colocación del crédito, brinda la posibilidad de las entidades financieras de registrar un mayor rendimiento y solvencia financiera.

Apac (2019), en su tesis titulada “El microcrédito y el desarrollo empresarial de las microempresas del sector ropa de vestir en el Mercado Modelo de Huánuco en el año 2019”. El estudio tuvo como objetivo demostrar la influencia del microcrédito en el desarrollo empresarial. Respecto a la metodología fue cuantitativo, no experimental y descriptivo-correlacional; además la muestra estuvo conformada por 164 microempresarios. En cuanto

a los resultados, la cuantía del préstamo se relaciona en un 0,168 con el desarrollo empresarial, mientras que la inversión se relaciona en un 0,125 con el desarrollo empresarial, además las garantías se relacionan en un 0,350 con el desarrollo empresarial y el periodo de devolución tuvo una correlación de 0,105. La conclusión fue que, el microcrédito se relaciona con el desarrollo empresarial en un 0,241 y p valor de 0,002.

2.1.3. Regionales y locales

Pinedo & Lozano (2021), en su tesis titulada “El microcrédito de banca comunal y la mejora del nivel de ingresos de las socias de la Cooperativa Microfinanzas Prisma, distrito de Juanjuí, región San Martín, año 2017”. El estudio tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el microcrédito de Banca Comunal con la mejora del nivel de ingresos de socias. Respecto a la metodología fue cuantitativo, no experimental y correlacional; además la muestra estuvo conformada por 180 socias. En cuanto a los resultados, fueron que el microcrédito no contribuye al incremento del capital de trabajo, y los niveles de ingresos no mejoran el crecimiento del emprendimiento de las socias. La conclusión fue que, la correlación de Spearman, de 0.396 indica que existe una relación débil entre el microcrédito y el nivel de ingresos de cada una de las socias que pertenecen a la cooperativa bajo análisis. El antecedente presentado anteriormente es importante porque indicó que el microcrédito no se relaciona de manera fuerte con el nivel de ingresos de las socias, lo cual podría ser contrastado con los resultados del presente estudio.

Panduro & Montenegro (2019), en su tesis titulada “El proceso logístico y su incidencia en el desarrollo empresarial de la Cooperativa Agraria Cacaotera ACOPAGRO - Juanjuí, periodo 2018”. El estudio tuvo como objetivo evaluar la incidencia del proceso logístico en el desarrollo empresarial de la cooperativa bajo estudio. Respecto a la metodología fue cuantitativo, no experimental y explicativo; además la muestra estuvo conformada por 325 socios, a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario. En cuanto a los resultados, fueron que el 42% consideran que el desarrollo empresarial se encuentra con una calificación de casi siempre, el crecimiento económico se presenta a veces con un 57%, la gestión del conocimiento tuvo una calificación de casi siempre de 37%, el liderazgo se presenta a veces con un 51%. La conclusión fue que, el desarrollo empresarial casi siempre es

apropiado para que el personal cuente con el conocimiento para el manejo de gestión empresarial y a veces el gerente tiene un buen liderazgo con todos los socios de las distintas acopiadoras. El antecedente muestra que el desarrollo empresarial es regular dentro de la entidad, lo cual se ve reflejado en el crecimiento económico, la gestión del conocimiento, el liderazgo; lo cual podrá ser contrastado con los resultados de la presente investigación.

García y Cosme (2020), en su tesis titulada “Los créditos financieros y su relación con la rentabilidad de la MYPES afiliados a APEMIPE de Tarapoto, año 2018”. El estudio tuvo como objetivo establecer la asociación entre los créditos financieros y rentabilidad. Respecto a la metodología fue cuantitativo, no experimental y correlacional; además la muestra estuvo conformada por 57 mypes, a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario. En cuanto a los resultados, fueron que, los factores del crédito financiero, son regulares, con un 51.6%; y la dimensión gestión del crédito con 70.2%; el 66,7% considera que el monto del crédito es bueno, el 64,9% considera que el plazo del crédito es bueno, el 47,4% opina que la tasa de interés es buena y el 68,4% considera que el empleo del crédito es bueno. La conclusión fue que, la gestión de los créditos financieros se encuentra en un nivel bueno con un 63,8% y el 6,4% considera que es muy bueno, por lo que se tiene una valoración positiva de 70,2%. El antecedente muestra la situación del crédito que en este caso resultó positiva, ya que califican a que el monto, plazo, interés y empleo del crédito es bueno para las micro y pequeñas empresas; por lo que el estudio podrá ser contrastado con los resultados de la presente investigación.

Aguila & Saavedra (2017), en su tesis titulada “Evaluación de la gestión de crédito y su impacto en la liquidez de la Empresa Constructora Barthe Puscan Luis EIRL durante el año 2014”. El estudio tuvo como objetivo realizar una evaluación de la gestión de créditos y su incidencia en la liquidez de la empresa. Respecto a la metodología fue cuantitativo, no experimental y correlacional; además la muestra estuvo conformada por los trabajadores de la empresa. En cuanto a los resultados, fueron que el 63% considera que no se cumple con las actividades según lo que norma el departamento de crédito, el 63% opinó que no se cumple con el análisis para el otorgamiento de crédito, el 60% manifestó que no se cumple con las políticas y procedimientos de cobranza. La conclusión fue que, los créditos otorgados por la entidad son ineficientes, dado que no cuenta con una planificación de

las actividades que le permitan el logro de los objetivos, además hay desorganización en el área de crédito. El antecedente es importante porque muestra en qué situación se encuentra el otorgamiento de crédito de una empresa, que en este caso resulto deficiente; lo cual podrá ser contrastado con los resultados del presente estudio.

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Microcréditos

El microcrédito se origina en el siglo XX en el año 1974, siendo el pionero el economista Muhammad Yunus, el cual se consideró como un instrumento para disminuir el nivel de la pobreza en Bangladesh (Tinedo, 2021; p.2). Por otro lado, los microcréditos se originaron en Europa del Este en el año de 1990 y luego en Europa Occidental en el año 2000, en donde existen cuatro tipos de actores: Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), que tienen un enfoque en las microfinanzas y las que son dirigidas a grupos de personas que incluyen al microcrédito dentro de sus diferentes servicios financieros. Por otro lado, se encuentran los programas de apoyo y diversos bancos de desarrollo; además de las unidades que son especialistas en bancos comerciales y los bancos con especialidad en micro-finanzas, cajas de ahorro y uniones de crédito (Hidalgo, 2020; p.435).

De acuerdo con la Cumbre Global del Microcrédito los microcréditos son programas que brindan pequeños créditos a las personas de bajos recursos para que puedan iniciar pequeños negocios que les produzcan mayores ingresos y mejore su nivel de vida; dado que dichas personas no cuentan con garantías habituales como: avales, rentas actuales, futuras y patrimonio así se remplazan a través de medidas de formación, préstamos grupales, apoyo técnico y apoyo de entidades sociales (Hidalgo, 2020; p.435). Por otro lado, los microcréditos son definidos como herramientas sociales que contienen no solo información financiera, sino conocimientos de cooperación, inclusión, integración, desarrollo, entre otros; es decir va más allá de alcanzar un determinado resultado financiero e incluye un factor social como propósito propio de su dinámica (Paillacho et al., 2020; p.3).

De acuerdo con Casquete et al. (2021) los microcréditos son préstamos crediticios a personas de bajos recursos, en donde no solo gana el sujeto de crédito o microempresario que logra invertir en un negocio, también gana la familia del propietario y el banco como prestamista acreedor de los

intereses de dicho desembolso (p.110). Como dice Cevallos (2016) los microcréditos es una parte fundamental de las microfinanzas que se define como la provisión de servicios financieros a las personas que cuentan con escasos recursos económicos y para aquellos microempresarios cuyo acceso a los sistemas bancarios tradicionales es limitado, es decir es un instrumento financiero que se caracteriza por ser sencillo, pero eficaz (p.591).

Como afirma Cevallos (2016) los microcréditos es un instrumento de micro finanzas que a través de pequeños préstamos que se brinda a personas vulnerables permite llevar a cabo proyectos o negocios productivos que son sostenibles en el tiempo, además el acceso a este tipo de crédito es generalmente para comerciantes y personas que laboran en el sector micro empresarial o individuos que viven del emprendimiento o sector informal (p.592). Como expresa Cisneros (2021), los microcréditos es un servicio financiero que se orientan a personas o sectores excluidos del acceso a determinados productos financieros, además se caracteriza para apostar por la inclusión económica y democratización de los diversos servicios financieros (p.21).

Objetivo del microcrédito

Los microcréditos tienen como finalidad brindar préstamos a los pobres que no cuentan con activos, por ende, de cualquier tipo de garantía que generalmente es requerida por las entidades financieras convencionales. Asimismo, el propósito es que la persona que acceda al microcrédito pueda emprender una determinada actividad económica que le permita la generación de sus propios ingresos y sobre todo tener una mejor calidad de vida por medio del descubrimiento de sus capacidades y potencialidades (Hidalgo, 2020; p.435). Desde la posición de Casquete et al. (2021), los microcréditos tienen como objetivo ofrecer cierta cantidad de dinero a personas menos favorables o pequeños emprendedores con el propósito de financiar su proyecto, genere ganancias y alcance la autonomía financiera (p.110).

Características del microcrédito

De acuerdo con lo indicado por Hidalgo (2020), los microcréditos presentan ciertas características que se mencionarán a continuación:

Se basan en la confianza hacia la persona solicitante del microcrédito,

además del negocio o proyecto.

Lo común es que la devolución del principal y los intereses se realice de manera mensual, trimestral o anual.

Las operaciones de préstamos son sencillas y pocos trámites burocráticos.

Como todos los préstamos deben ser devueltos junto con los intereses y sobre todo se busca lograr que el prestamista no dependa de manera eterna del préstamo o ayuda.

Disminuir los niveles de pobreza y mejorar las condiciones de vida de las personas.

Importancia del microcrédito

Los microcréditos son una oportunidad de crecimiento y desarrollo económico, dado que es un apoyo para el inicio o reactivación de un negocio, cuyos resultados repercuten de manera directa en el bienestar de las familias, además influye de manera positiva en la vida de las personas, porque con el compromiso pueden llegar a cambiar su actual situación social, económica y también el aspecto de la salud. Por otro lado, representa un cambio para la economía informal, la inversión de pequeños negocios y mayores alternativas para mejorar la economía de los comerciantes por la facilidad del acceso (Hidalgo, 2020; p.445).

Teoría del microcrédito

El microcrédito se analizará por medio de la teoría de la microfinanza, que es la prestación de servicios financiero a personas que tienen un acceso al sistema bancario tradicional o inexistente, debido a su condición socioeconómica, como actores con bajo nivel de ingreso, calificados como clientes no confiables por las entidades bancarias. Las microfinanzas no solo abarcan una variedad de productos crediticios para la atención de las necesidades económicas de los clientes con cierto grado de desconfianza, sino también en la transferencia de dinero, ahorro y seguros (Valentin, 2017; p.112).

De acuerdo con lo mencionado por Aguirre et al. (2020), la evaluación de un determinado crédito en las finanzas o llamado también como un microcrédito con la disminución del nivel de pobreza, la inclusión de las personas al

sistema financiero, la escala de los créditos, el monto del crédito, la tasa de interés, el respaldo y el riesgo. Por otro lado, una de las principales características de un crédito en la parte de microfinanzas es la disminución de la pobreza. De manera que el rubro de las microfinanzas resalta por su rol de financiar a pequeñas empresas, además del alivio de la pobreza, lo cual se presenta con un mayor porcentaje en los países del tercer mundo o en vías de desarrollo (p.269).

Dimensiones del microcrédito

Cuantía del crédito

Se define como la cantidad del microcrédito que es el elemento más resaltante e importante del proceso y sobre el cual se pagará un interés de acuerdo a la duración del préstamo y el nivel de riesgo. El monto del préstamo se considera como los activos financieros que se generan cuando el préstamo brinda fondos directamente a una persona deudora (Gómez et al., 2020; p.6).

Monto del crédito: es el nivel de pago por parte del deudor en el corto plazo, además cuando cancele la totalidad del préstamo tiene la probabilidad de optar un segundo préstamo por un monto mucho mayor que el inicial, dado que ya se tiene un respaldo de la responsabilidad de pago para administrar las deudas (Gómez et al., 2020; p.6).

Inversión

Es la cantidad de dinero que se pone a disposición de terceras personas o una empresa con el propósito de incrementar las ganancias de un negocio o proyecto. La inversión es el empleo de los recursos de capital o el sector productivo con la finalidad de alcanzar beneficios o ganancias, en donde su importancia radica en el logro de una mayor libertad financiera (Flores et al., 2018; p.315).

Compra de mercadería: son las adquisiciones que realiza la empresa respecto a la compra de mercancía para vender o fabricar los productos que comercializa (Flores et al., 2018; p.315).

Equipamiento: son las acciones que se realiza para la adquisición de equipamiento o materiales para el desarrollo u operaciones propias del negocio o empresa. Esto con el propósito de incrementar

la capacidad de la entidad (Flores et al., 2018; p.315).

Garantía

Es una operación normal, que se realiza con el propósito de garantizar el cumplimiento de las obligaciones, mediante documentos que, al igual que el contrato por condiciones generales, son administrados por la parte dominante, para evitar el riesgo que existe el abuso de su posición (Suárez, 2020; p.229).

Garantías personales: indica que una persona tercera se compromete con el pago de la deuda en caso de que la persona que adquiere el crédito no puede pagarla de manera puntual (Suárez, 2020; p.229).

Garantías reales: es la existencia de un bien material para respaldar la deuda en caso que el cliente o prestatario no logre cumplir con su obligación financiera (Suárez, 2020; p.229).

Plazo

Es el periodo de tiempo en que dura el pago de las cuotas de un determinado crédito, que para el caso de los microcréditos son en corto plazo, es decir generalmente menor o hasta un año. Un crédito en las finanzas tradicionales se basa en un cronograma de pagos con una frecuencia mensual, trimestral o anual (Aguirre et al., 2020; p.272).

Periodo: es el tiempo en que tiene que devolverse el microcrédito, el cual consta de la entrega del capital más un interés.

Interés: es el costo del dinero que una institución financiera entrega a un prestatario por el riesgo que asume al brindar un crédito (Gómez et al., 2020; p.8).

2.2.2. Desarrollo empresarial

De acuerdo con Mielles et al. (2018), el desarrollo empresarial es un procedimiento que experimenta la entidad como producto de su evolución a largo plazo, como alcanzar una imagen corporativa, consolidar una posición competitiva dentro del rubro empresarial, lograr una imagen de marca, ser una empresa socialmente responsable (p.3). Dicho con palabras de Alharbi y Al-Ashaab (2020), el desarrollo empresarial se define como la creación de valor a largo plazo para una organización, a partir de sus clientes, mercados y relaciones (p.97). De acuerdo con lo señalado por los autores el desarrollo

empresarial es el resultado de un manejo eficaz y eficiente por medio del empresario sobre los recursos de la empresa, la innovación de los productos, procesos y servicios; de tal manera que se evidencie un crecimiento sostenible de la entidad.

Según Alharbi & Al-Ashaab (2020), el desarrollo empresarial es el proceso estratégico de hallar las oportunidades actuales y futuras, reduciendo así riesgos, además de establecer un ambiente apropiado para la preparación de constantes cambios, es decir en donde exista flexibilidad a modificaciones futuras (p.98).

Teniendo en cuenta a Scaringella (2018), el desarrollo empresarial es el incremento del nivel de ventas, elevar el valor a los clientes, el crecimiento organizacional, también en expandir el mercado hacia nuevas zonas geográficas (p.104). Tomando en cuenta a los autores el desarrollo empresarial es un proceso a través del cual el empresario logra fortalecer o mejorar las habilidades y destrezas que benefician de forma eficiente a los recursos de la entidad, impulsando el crecimiento y que sobre todo sea perdurable en el tiempo.

Con base en Diabate et al. (2019), el desarrollo empresarial es un conjunto de factores y acciones que provocan el crecimiento, estabilidad o rendimiento positivo de una empresa, es decir es un proceso de desarrollo profundo y transformaciones positivas que usualmente se mide por medio de un incremento de la calidad de los productos o servicio de una entidad. El desarrollo empresarial se refiere al crecimiento de la rentabilidad de la entidad, por un lado, y la mejora de la calidad y capacidad de la empresa, por otro lado (p.4). El desarrollo es un procedimiento que experimenta toda empresa en plena evolución a lo largo de toda su actividad, es decir hace referencia a cambios cuantitativos y cualitativos como modificaciones en la actividad o la estructura organizacional.

Características del desarrollo empresarial

El desarrollo empresarial permite la mejora de la capacidad de la organización, es decir alcanza una eficacia en el manejo del funcionamiento interno y externo, lo cual incluye mejora de los procesos interpersonales y de manera grupal, mayor eficacia para hacer frente a los problemas de la entidad, comunicación eficaz, estilos de liderazgo, adecuada eficacia en la toma de decisiones. De manera que, el desarrollo empresarial articula

diversos elementos con los que un determinado empresario puede llevar a una institución hacia el alcance de sus objetivos (Segredo et al., 2017; p.91).

Importancia desarrollo empresarial

El desarrollo de las empresas es fundamental para el crecimiento sustentable, dado que son una fuente generadora de riqueza, además que al ser instituciones dinámicas identifican, exploran y crean nuevas actividades productivas. De manera que, la importancia del desarrollo empresarial radica en que las entidades no solo obtengan una máxima producción y máximo beneficio o excedente, de acuerdo a los principios de eficiencia y rentabilidad, sino también se orienta en la búsqueda de otros factores que se ven reflejados en su productividad (Delfín & Acosta, 2016; p.186).

Teoría del desarrollo empresarial

Teoría económica clásica

Se enfoca en explicar el procedimiento de crecimiento de las empresas de acuerdo a la búsqueda del tamaño mínimo eficiente para competir dentro de un determinado mercado. Existe una asociación negativa entre el tamaño y el crecimiento de la empresa, en donde las pequeñas empresas crecen más rápidamente que las grandes, hasta alcanzar el tamaño mínimo eficiente (Seclen, 2016; p.228). De acuerdo con lo señalado por el autor la teoría económica clásica se orienta en la búsqueda de un tamaño de empresa en donde la realización de las operaciones y actividades organizacionales la conduzcan a la eficiencia, puesto que considera que las empresas de menor tamaño logran crecer rápidamente.

Teoría del aprendizaje

Indica que las entidades que son eficientes son las que crecen y sobreviven, por lo que se enfoca en explicar que el desarrollo por medio de la adición de nuevos elementos como la edad de la empresa y el mercado donde compite, además poniendo mayor énfasis en el aprendizaje de la empresa por medio del cual los administradores saben cómo lograr un mejor resultado en la entidad; es decir las empresas son una gran experiencia en el mercado son las que logran el desarrollo y crecimiento (Seclen, 2016; p.228). El autor indica que las organizaciones que tienen un mayor tiempo y experiencia en el mercado son las que tienen mayor posibilidad de elevar su nivel de

desarrollo dentro del rubro al que pertenecen.

Teoría de Delfín y Acosta

En la presente investigación se tomará en cuenta la teoría de Delfín & Acosta (2016), en donde el desarrollo empresarial se articula por medio de distintos elementos con los que los empresarios pueden dirigir su entidad hacia el alcance de los objetivos planteados. Dichos elementos son el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, innovación, gestión del conocimiento. De manera que, el desarrollo empresarial es un aspecto integrador que puede alcanzar un impacto positivo en las instituciones por medio del reconocimiento de las capacidades del capital humano; puesto que alcanzar el desarrollo empresarial le permite al empresario aprovechar al máximo las oportunidades que se le presentan en un contexto globalizado (p.4).

Dimensiones del desarrollo empresarial

De acuerdo con Delfín & Acosta (2016), el desarrollo empresarial se evalúa por medio del crecimiento empresarial, la cultura empresarial, el liderazgo, innovación y gestión del conocimiento (p.4).

Crecimiento empresarial

Es una entidad que determina la mayor o menor productividad, la cual se entiende como la capacidad o habilidad de producir, lo que implícitamente muestra la forma en que fueron empleados los diferentes insumos en el proceso productivo. De manera que, es un indicador de la rentabilidad económica de una empresa, lo cual es producto del incremento de su productividad, ya que al vender más obtienen mayores ingresos, demás refleja un incremento en la inversión, mayor estabilidad financiera, estabilidad y solvencia en el tiempo (Delfín & Acosta, 2016; p.187).

Estabilidad económica: se alcanza con una apropiada proporcionalidad entre el activo fijo y circulante que permita una máxima rentabilidad con un alto nivel de seguridad financiera. La permanencia de una entidad de manera indefinida es algo que ningún agente económico desea renunciar por lo que se pretende alcanzar la máxima rentabilidad sin arriesgar la continuidad de la entidad en el tiempo (Delfín & Acosta, 2016; p.189).

Estabilidad financiera: es la presencia de tres condiciones fundamentales: contar con los recursos financieros adecuados, además de tener la posibilidad de contar con dichos recursos en el momento oportuno, adecuado, en el tiempo previsto y con el mínimo coste posible (Delfín & Acosta, 2016; p.190).

Cultura empresarial

Son los valores, definiciones, expectativas y supuestos que caracterizan a una determinada organización y a cada uno de sus miembros, es decir indica cómo se realizan las cosas en cada organización, ya que es una representación de la ideología que prevale en los trabajadores que la integran. La cultura de la organización se presenta de distintas características acerca de las entidades: los planes estratégicos, estilo de administración, clima organizacional, los valores y sistemas de recompensa; también la cultura se presenta en aquellos elementos observables como instalaciones, oficinas, edificios, misión, definición de logros u objetivos (Delfín & Acosta, 2016; pp.190-191).

Planes estratégicos: son aspectos de la empresa entorno a la clara orientación hacia el logro del crecimiento, en donde se incorpora la misión, la visión, planes de acciones y demás que permitan lograr los objetivos estratégicos (Araya, 2017; p.24).

Administración interna: es la forma en que gestiona las actividades internas de la empresa, de acuerdo a los valores básicos, el liderazgo, el clima organizacional, las recompensa a sus trabajadores, entre otros que permitan conocer la eficacia que posee una empresa en la realización de sus procesos comerciales (Delfín & Acosta, 2016; p.191).

Liderazgo

El liderazgo es un rasgo de personalidad que tiene una relación directa con el éxito y alcance de los objetivos organizacionales, además el liderazgo se caracteriza porque el líder realiza una adecuada planificación, organización de las actividades y tareas. De manera general, el liderazgo es la habilidad de que una persona guíe hacia el logro del objetivo organizacional, en donde propicia el desarrollo personal, la autodirección, la motivación, la influencia y organización para el cumplimiento de las actividades (Delfín & Acosta, 2016;

p.193).

Anticipación estratégica: es el monitoreo del horizonte de la empresa con el propósito de verificar y detectar los cambios que pueden producir beneficios en la entidad (Delfín & Acosta, 2016; p.195).

Visión y valores: hace referencia a que el líder tiene la capacidad de crear, articular y reafirmar la visión de la empresa, además de indicar los parámetros bajo los cuales es necesario trabajar para alcanzarla (Delfín & Acosta, 2016; p.195).

Empoderando a los demás: es la capacidad del líder de compartir cierto nivel de poder hacia los demás trabajadores, lo cual permitirá que se trabaje de manera conjunta para el logro de los objetivos planteados e incrementar un mayor poder dentro de la empresa (Delfín & Acosta, 2016; p.196).

Aprendizaje y cambio: hace referencia a que el líder ve en todas sus experiencias dentro de la empresa y contextos una oportunidad de incrementar su nivel de aprendizaje y también se considera un promotor del cambio (Delfín & Acosta, 2016; p.196).

Innovación

Es la introducción de un mejorado y significativo bien o servicio dentro de un determinado proceso, método de comercialización o un nuevo método organizativo, también en las operaciones internas de la empresa, en la manera de organizar el lugar de trabajo o relaciones exteriores. De forma general, la innovación es un proceso por medio del cual la entidad obtiene nuevos o mejores productos y/o procedimientos productivos, también abarca cambios en nuevas maneras de comercialización u organización con el propósito de adaptarse al entorno y obtener ventajas competitivas sostenibles (Delfín & Acosta, 2016; p.200).

Mejoramiento interno: son los procesos o actividades que realizan con el propósito de mejorar la estructura interna de la empresa o las operaciones internas de manera continua (Delfín & Acosta, 2016; p.200).

Comercialización: es la implementación de nuevas estrategias

comerciales, como la búsqueda de nuevos mercados, pero no cambios en el empleo de un producto o brindar un servicio (Delfín & Acosta, 2016; p.200).

Gestión del conocimiento

Es una herramienta indispensable para los empresarios, puesto que son los encargados de abrir los mercados, los que tienen la responsabilidad de la investigación, el desarrollo y proyectos. La gestión del conocimiento es un conjunto de procesos y actividades que permiten fortalecer el intercambio de información y datos dentro de una empresa con el propósito de mejorar el rendimiento de la misma e incrementar la obtención de resultados positivos (Delfín & Acosta, 2016; p.196).

Desarrollo de estrategias tecnológicas: es la implementación de nuevas metodologías y tecnologías para la difusión y medición del conocimiento empresarial, lo cual se ha convertido en un elemento indispensable en el desarrollo económico y la convierte en una de las principales prioridades de las organizaciones en la sociedad del conocimiento (Delfín & Acosta, 2016; p.196).

Información y conocimiento: son elementos estratégicos de la competitividad de una empresa, en donde el capital humano es un proveedor de mayores rendimientos y efectividad de la empresa. Los empresarios representan el capital humano, el cual debe de tener un aprendizaje continuo (Delfín & Acosta, 2016; p.197).

2.3. Definición de términos básicos

Crecimiento empresarial

Es una entidad que determina la mayor o menor productividad, la cual se entiende como la capacidad o habilidad de producir, lo que implícitamente muestra la forma en que fueron empleados los diferentes insumos en el proceso productivo (Delfín & Acosta, 2016; p.187).

Cuantía del crédito

Se define como la cantidad del microcrédito que es el elemento más resaltante e importante del proceso y sobre el cual se pagara un interés de acuerdo a la duración del préstamo y el nivel de riesgo (Gómez et al., 2020; p.6).

Cultura empresarial

Son los valores, definiciones, expectativas y supuestos que caracterizan a una determinada organización y a cada uno de sus miembros, es decir indica cómo se realizan las cosas en cada organización, ya que es una representación de la ideología que prevale en los trabajadores que la integran (Delfín & Acosta, 2016; pp.190-191).

Desarrollo empresarial

Según Alharbi & Al-Ashaab (2020) el desarrollo empresarial es el proceso estratégico de hallar las oportunidades actuales y futuras, reduciendo riesgos, además de establecer un ambiente apropiado para la preparación de constantes cambios, es decir en donde exista flexibilidad a modificaciones futuras (p.98).

Garantías

Es una operación normal, que se realiza con el propósito de garantizar el cumplimiento de las obligaciones, mediante documentos que, al igual que el contrato por condiciones generales, son administrados por la parte dominante, para evitar el riesgo que existe del abuso de su posición (Suárez, 2020; p.229).

Innovación

Es la introducción de un mejorado y significativo bien o servicio dentro de un determinado proceso, método de comercialización o un nuevo método organizativo, también en las operaciones internas de la empresa, en la manera de organizar el lugar de trabajo o relaciones exteriores (Delfín & Acosta, 2016; p.200).

Inversión

Es la cantidad de dinero que se pone a disposición de terceras personas o una empresa con el propósito de incrementar las ganancias de un negocio o proyecto. La inversión es el empleo de los recursos de capital o el sector productivo con la finalidad de alcanzar beneficios o ganancias, en donde su importancia radica en el logro de una mayor libertad financiera (Flores et al., 2018; p.315).

Liderazgo

El liderazgo es un rasgo de personalidad que tiene una relación directa con el éxito y alcance de los objetivos organizacionales, además el liderazgo se caracteriza porque el líder realiza una adecuada planificación, organización de

las actividades y tareas (Delfín & Acosta, 2016; p.193).

Microcréditos

Los microcréditos son préstamos crediticios a personas de bajos recursos, en donde no solo gana el sujeto de crédito o microempresario que logra invertir en un negocio, también gana la familia del propietario y el banco como prestamista acreedor de los intereses de dicho desembolso (Casquete et al., 2021; p.110).

Plazo

Es el periodo de tiempo en que dura el pago de las cuotas de un determinado crédito, que para el caso de los microcréditos son en corto plazo, es decir generalmente menor o hasta un año. Un crédito en las finanzas tradicionales se basa en un cronograma de pagos con una frecuencia mensual, trimestral o anual (Aguirre et al., 2020; p.272).

CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito de la investigación

3.1.1 Contexto de la investigación

Geográficamente la presente investigación se ubicó en el departamento de San Martín y la provincia de San Martín, el cual comprende 14 distritos, siendo la capital el distrito de Tarapoto. Esta zona se encuentra situado a una altitud que oscila entre los 110 metros y los 4.349 metros sobre el nivel de mar, asimismo, se caracteriza por el bosque nuboso amazónico y sus abundantes palmeras, siendo conocida por las numerosas cascadas en las selvas circundantes (INEI, 2018). **(Ver figura 1)**

Figura 1

Ubicación del distrito de Tarapoto



Nota. Google Maps.

3.1.2 Periodo de ejecución

El periodo de ejecución de la presente investigación fue en ocho meses.

3.1.3 Autorizaciones y permisos

No aplica

3.1.4 Control ambiental y protocolos de bioseguridad

No aplica

3.1.5 Aplicación de principios éticos internacionales

La presente investigación cumplió con ciertos principios éticos internacionales, es así que se cumplió con el principio de integridad, respeto a las personas y respeto a los ecosistemas (García et al., 2019; pp. 8-13). Esto porque al encuestar a los negociantes se mantuvo el respeto hacia ellos y se cumplió con el cuidado y las normas establecidas del Mercado Tres Tarapoto. También, se cumplió con el principio de beneficencia, el cual hace referencia a no generar algún tipo de riesgo de las personas partícipes de la investigación (Miranda y Villasís, 2019; p.117). Este principio se dio porque se tomó todas las medidas necesarias para no causar algún tipo de molestia en las personas encuestadas. Finalmente, se cumplió con el principio de justicia, definida como igualdad y equidad en seleccionar a la muestra de estudio (Miranda y Villasís, 2019; p.117). Este principio se cumplió porque se dio la oportunidad a todos los miembros del mercado en participar, considerando su opinión de ser parte del presente estudio o no.

3.2. Sistema de variables

3.2.1. Variables principales

Variable independiente: Microcréditos

Variable correlativa 1: Microcréditos

Variable empírica 1: Cuantía del crédito, con su indicador, monto del crédito.

Variable empírica 2: Inversión, con sus indicadores, compra de mercadería y equipamiento.

Variable empírica 3: Garantía, con sus indicadores, garantías personales y garantías reales.

Variable empírica 4: Plazo, con sus indicadores, periodo e interés. (Ver anexo 01)

Variable dependiente: Desarrollo empresarial.

Variable correlativa 2: Desarrollo empresarial

Variable empírica 1: Crecimiento empresarial, con sus indicadores, estabilidad económica y estabilidad financiera.

Variable empírica 2: Cultura empresarial, con sus indicadores, planes estratégicos y administración interna.

Variable empírica 3: Liderazgo, con sus indicadores, anticipación estratégica, visión, valores, empoderamiento a los demás, aprendizaje y cambio.

Variable empírica 4: Innovación, con sus indicadores, mejoramiento interno y comercialización.

Variable empírica 5: Gestión del conocimiento, con sus indicadores, desarrollo de estrategias tecnológicas e información y conocimientos. (Ver anexo 01)

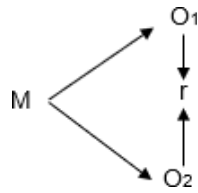
3.3 Procedimientos de la investigación

El estudio fue de tipo aplicada, pues a partir de la evaluación de la problemática, se pretendió ejecutar acciones que dieron tratamiento o solución a la problemática descrita. Este tipo de estudio interviene en las variables y población de estudio, con la finalidad de lograr un resultado positivo, transformando la realidad positivamente (Ñaupas et al., 2018; p.136).

En cuanto al nivel del estudio fue correlacional porque su interés o propósito fue establecer la asociación que existió entre dos o más variables bajo estudio, lo que significó que la investigación buscó conocer el comportamiento de una variable frente a otra categoría relacionada (Hernández y Mendoza, 2018; p.176).

Respecto al diseño del estudio, éste fue no experimental, dado que no se cambió la información recopilada, es decir los resultados se presentaron conforme se presentó la realidad. Por otro lado, el corte de la investigación fue transversal dado que los datos se obtuvieron en un solo periodo o momento del tiempo (Hernández y Mendoza, 2018; pp.174-176). En la presente investigación la obtención de la información fue en el periodo 2021.

Dónde:



M : Muestra

O1: Microcréditos

O2: Desarrollo empresarial

R : Relación

La población es la totalidad de unidades de estudio, las cuales destacan por presentar características similares, además conforman el mismo lugar, tiempo y permiten la obtención de información necesaria para llevar a cabo el estudio (Ñaupas et al., 2018; p.334). La población del estudio estuvo constituida por 783 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.

La muestra es una parte o segmento de la población que contienen las mismas cualidades o características, para lo cual es necesario que se apliquen los métodos y procedimientos necesarios con el propósito de que se cuente con la cantidad necesaria para el desarrollo del estudio, por ello, se aplicó un muestreo probabilístico, el cual consiste en utilizar una fórmula para determinar la probabilidad de elegir cada elemento de la población y decidir el tamaño adecuado de la muestra (Valderrama, 2015; pp.188-193). El proceso de selección del tamaño muestral se muestra a continuación:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

DONDE:

$$\begin{aligned} Z &= 1.96 \\ E &= 0.05 \\ p &= 0.5 \\ q &= 0.5 \\ N &= 783 \end{aligned}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 783}{0.0025 * 782 + 0.9604}$$

$$n = \frac{751.9932}{2.92} = 258$$

La muestra luego de aplicar la formula estadística estuvo constituida por 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.

La técnica para la recolección de información fue la encuesta que es una de las más empleadas en las investigaciones, debido a la versatilidad, objetividad y sencillez para obtener datos necesarios. La encuesta se encuentra integrada por un conjunto de ítems o preguntas formuladas de manera directa o indirecta a las personas que integran la investigación (Carrasco, 2018; pp.314-315).

El instrumento empleado fue el cuestionario, que estuvo integrado por un conjunto de preguntas que se encontraban ordenadas de acuerdo con las dimensiones o indicadores de cada una de las variables bajo análisis, lo cual permitió evaluar el comportamiento de las variables (Ñaupas et al., 2018; p.291).

El cuestionario de los microcréditos estuvo conformado por 14 ítems, en donde la dimensión cuantía del crédito contenía 2 ítems, mientras que la dimensión inversión estuvo conformada por 4 ítems, además la dimensión garantías estuvo conformada por 4 ítems y, por último, plazo estuvo constituida por 4 ítems. La escala fue ordinal con 5 valoraciones: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo. (Ver anexo N° 02).

Por otro lado, el cuestionario de desarrollo empresarial estuvo conformado por 24 ítems, en donde la dimensión crecimiento económico contuvo 4 ítems, mientras que la dimensión cultura empresarial estuvo conformada por 4 ítems, además la dimensión liderazgo estuvo conformada por 8 ítems, la innovación estuvo conformada por 4 ítems y, por último, gestión del conocimiento estuvo constituida por 4 ítems. La escala fue ordinal con 5 valoraciones: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo. (Ver anexo N° 03).

Respecto de la validez, esta se define como la exactitud en que un determinado instrumento mide lo que tiene como propósito medir, es decir indica la eficacia del instrumento para analizar y evaluar el comportamiento o características de las variables en un entorno en particular (Ñaupas et al., 2018; p.276). Para el caso de la validez, ésta fue realizada a través del juicio de expertos, que de acuerdo con lo indicado por Valderrama (2015) es el análisis de cada uno de las preguntas o ítems de los instrumentos, el cual es efectuado por un especialista o profesional con un alto nivel profesional sobre el tema de investigación (p.206).

Por otro lado, la confiabilidad es un indicador que señala que las evaluaciones realizadas no cambian o varían de manera significativa pese a que los instrumentos se apliquen a un contexto, tiempo o muestra distinta (Ñaupas et al., 2018; p.277). En el presente estudio, la confiabilidad estuvo realizada por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach, que según lo indicado por Ñaupas et al. (2018) permite medir la consistencia de los instrumentos de las variables bajo estudio empleando procesos matemáticos (p.281).

Respecto al procedimiento de la investigación, la población se obtuvo realizando un trabajo de campo, que consistía en visitar la zona en la que se encontraba la zona de estudio recogiendo el número de participantes que se encontraban en actividad comercial en el Mercado Tres Tarapoto. Luego se aplicó una fórmula para la selección del tamaño muestral y poder recopilar los datos por intermedio de los cuestionarios a fin de obtener detalles específicos y precisos sobre las características, comportamientos u opiniones de una determinada muestra. En el análisis de datos, se empleó el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) y el programa de Microsoft Excel, en donde se presentaron los resultados por medio de tablas y figuras para la realización de la evaluación de las variables, además ello permitió determinar la relación entre las variables por medio de un coeficiente de correlación.

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultado específico 1

La tabla 1 muestra el nivel de frecuencia de la variable microcréditos, en donde de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto, el 55.81% de ellos indicó que los microcréditos que solicitan en una entidad financiera se encontraba en un nivel regular, esto porque los comerciantes señalaron que, al pedir un préstamo solo se les pudo dar un monto muy pequeño, lo cual solo les permitió comprar una parte de la mercadería que necesitaban y no todos los productos que venían en mayor cantidad, además ese dinero no les permitió realizar algunas mejoras de la infraestructura de su negocio. Además, muchos de los comerciantes encontraron dificultades al encontrar el garante que la entidad financiera solicitaba para poder darles el crédito que ellos solicitaban. También, el 26.36% señaló que la variable microcrédito se encontraba en un nivel alto y el 17.83% en un nivel bajo.

Tabla 1

Nivel de Frecuencia de la variable microcréditos

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	14	32	46	17.83%
Regular	33	51	144	55.81%
Alto	52	70	68	26.36%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la primera dimensión de la variable microcréditos, el cual es, la cuantía de crédito, en la tabla 2 del total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto que solicitaron o tuvieron la intención de solicitar un préstamo en una entidad financiera, el 50.78% de ellos indicó que la cuantía de crédito se encontró en un nivel regular, esto principalmente porque, la cantidad máxima que la entidad financiera les podía brindar no les permitía mejorar sus negocios. También, el 27.52% señaló que la cuantía de crédito se encontraba en un nivel alto y el 21.71% en un nivel bajo.

Tabla 2*Nivel de frecuencia de la dimensión cuantía de crédito*

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	2	4	56	21.71%
Regular	5	7	131	50.78%
Alto	8	10	71	27.52%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la segunda dimensión de la variable microcréditos, el cual es, la inversión, en la tabla 3 se contempla que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto que solicitaron o tuvieron la intención de solicitar un préstamo en una entidad financiera, el 53.88% de ellos indicó que la inversión que ellos realizaban se encontraron en un nivel regular, esto debido a que, el dinero que se les pudo brindar en una entidad financiera solo les permitía comprar una parte de la mercadería que necesitaban, por lo que se les dificultó hacer algunas remodelaciones que querían realizar en sus negocios, impidiéndoles comprar más estantes o equipos para mejorar la distribución de su mercadería. También, el 23.26% señaló que su inversión se encontraba en un nivel bajo y el 22.87% en un nivel alto.

Tabla 3*Nivel de frecuencia de la dimensión inversión*

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	4	9	60	23.26%
Regular	10	15	139	53.88%
Alto	16	20	59	22.87%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la tercera dimensión de la variable microcréditos, el cual es, las garantías, en la tabla 4 se hace referencia que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto que solicitaron o tuvieron la intención de solicitar un préstamo en una entidad financiera, el 53.49% de ellos indicó que las garantías que les solicitaban se encontraban en un nivel regular, esto porque muchas

veces les pedían garantías que no iban acorde al monto que pedían, por lo que los terminan desanimando a pedir el préstamo ya que generalmente piden como garantía algún tipo de bien, el cual su valor excedía demasiado al monto que pedían. También, el 25.19% señaló que su garantía solicitada se encontraba en un nivel alto y el 21.32% en un nivel bajo.

Tabla 4

Nivel de frecuencia de la dimensión garantías

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	4	9	55	21.32%
Regular	10	15	138	53.49%
Alto	16	20	65	25.19%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la cuarta dimensión de la variable microcréditos, el cual es, el plazo, en la tabla 5 se establece que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto que solicitaron o tuvieron la intención de solicitar un préstamo en una entidad financiera, el 56.59% de ellos indicó que el plazo dado luego de haber solicitado un préstamo se encontraba en un nivel regular, esto principalmente porque, consideran que el monto que ellos piden como préstamo no tienen un vínculo adecuado con el plazo para terminar de pagar la deuda. También, el 22.09% señaló que el plazo dado se encontraba en un nivel bajo y el 21.32% en un nivel alto.

Tabla 5

Nivel de frecuencia de la dimensión plazo

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	4	9	57	22.09%
Regular	10	15	146	56.59%
Alto	16	20	55	21.32%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

4.2 Resultado específico 2

La tabla 6 muestra el nivel de frecuencia de la variable desarrollo empresarial,

en donde de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto, el 41.86% de ellos indicó que el desarrollo empresarial del negocio que ellos manejan se encontraba en un nivel regular, esto porque el préstamo que solicitaron no permitió que los ingresos obtenidos por sus ventas superaran a los egresos generados por el pago del préstamo y de sus intereses, además, porque las personas que solicitaron algún préstamo no invirtieron en el personal con el que contaban, haciendo que éstos no tengan el compromiso para tener un buen desempeño en la realización de su trabajo, así mismo, el dinero solicitado por una entidad financiera no les permitió expandir su negocio ya que fue muy poco lo que pudieron solicitar, de la misma manera, no les permitió comprar mejores recursos tecnológicos para poder implementarlos en la administración de su negocio. También, el 30.23% señaló que la variable microcrédito se encontraba en un nivel alto y el 27.91% en un nivel bajo.

Tabla 6

Nivel de frecuencia de la variable desarrollo empresarial

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	24	56	72	27.91%
Regular	57	88	108	41.86%
Alto	89	120	78	30.23%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la primera dimensión de la variable desarrollo empresarial, el cual es, el crecimiento empresarial, en la tabla 7 se evidencia que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto, el 46.51% de ellos indicó que el crecimiento empresarial de su negocio se encontraba en un nivel regular, esto porque, el crédito solicitado en una entidad financiera ha hecho que el pago de los intereses y el pago de la deuda no sean cubiertos por el ingreso obtenido por la venta de sus productos, esto implicó también que muchas veces no se pueda realizar el pago de la deuda a tiempo. También, el 27.91% señaló que el crecimiento empresarial de su negocio se encontraba en un nivel bajo y el 25.58% en un nivel alto.

Tabla 7*Nivel de frecuencia de la dimensión crecimiento empresarial*

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	4	9	72	27.91%
Regular	10	15	120	46.51%
Alto	16	20	66	25.58%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la segunda dimensión de la variable desarrollo empresarial, el cual es la cultura empresarial, en la tabla 8 se exhibe que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto, el 44.96% de ellos indicó que la cultura empresarial de su negocio se encontraba en un nivel regular, esto debido a que, el crédito solicitado a una entidad financiera no permitió que se siempre se cumplan con los objetivos del negocio y las veces que sí se cumplieron no se realizaron en el periodo establecido, además, el vínculo con los proveedores ha ido disminuyendo lo cual generó que el proceso comercial no se realice adecuadamente. También, el 29.84% señaló que la cultura empresarial de su negocio se encontraba en un nivel bajo y el 25.19% en un nivel alto.

Tabla 8*Nivel de frecuencia de la dimensión cultura empresarial*

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	4	9	77	29.84%
Regular	10	15	116	44.96%
Alto	16	20	65	25.19%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la tercera dimensión de la variable desarrollo empresarial, el cual es, el liderazgo, en la tabla 9 se manifiesta que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto, el 41.86% de ellos indicó que su nivel de liderazgo para dirigir su negocio se encontraba en un nivel regular, ello porque, hubieron muchas personas que señalaron no tener la confianza en sí mismos para dirigir su negocio y temer a enfrentar nuevos cambios, además, desde que empezaron

a solicitar créditos a entidades financieras, no han podido realizar el pago de sus deudas a tiempo lo que hace que su nivel de responsabilidad baje cada vez más, así mismo, porque no han podido hacer que las personas que se encontraban trabajando en su negocio se sientan motivados y comprometidos en incrementar sus ventas. También, el 29.84% señaló que su liderazgo para dirigir su negocio se encontraba en un nivel alto y el 28.29% en un nivel bajo.

Tabla 9

Nivel de frecuencia de la dimensión liderazgo

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	8	18	73	28.29%
Regular	19	29	108	41.86%
Alto	30	40	77	29.84%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la cuarta dimensión de la variable desarrollo empresarial, el cual es, la innovación, en la tabla 10 se hace evidente que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto, el 44.57% de ellos indicó que la innovación de su negocio se encontraba en un nivel regular, ello debido a que, la cantidad de crédito solicitado no ha logrado que se pueda mejorar las operaciones internas del negocio, lo cual hizo que no se pueda plantear nuevos procedimientos para mejorar el nivel de las ventas y ello impidió expandir el negocio. También, el 29.07% señaló que la innovación de su negocio se encontraba en un nivel bajo y el 26.36% en un nivel alto.

Tabla 10

Nivel de frecuencia de la dimensión innovación

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	4	9	75	29.07%
Regular	10	15	115	44.57%
Alto	16	20	68	26.36%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la quinta dimensión de la variable desarrollo empresarial, el cual es,

la gestión del conocimiento, en la tabla 11 se revela que de un total de 258 comerciantes del Mercado Tres Tarapoto, el 39.92% de ellos indicó que la gestión del conocimiento su negocio se encontraba en un nivel regular, esto porque, no se pudo implementar nuevas tecnologías en la parte administrativa del negocio, impidiendo de esa forma que las personas se adapten a recursos tecnológicos más avanzados y que el manejo del negocio se dé con recursos muy tradicionales. También, el 32.56% señaló que la gestión del conocimiento de su negocio se encontraba en un nivel bajo y el 27.52% en un nivel alto.

Tabla 11

Nivel de frecuencia de la dimensión gestión del crecimiento

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	4	9	84	32.56%
Regular	10	15	103	39.92%
Alto	16	20	71	27.52%
Total			258	100%

Fuente: Elaboración propia

4.3 Resultado específico 3

De la tabla 12 se pudo percibir que, la relación entre la dimensión cuantía de crédito y la variable desarrollo empresarial fue positiva y moderada, esto porque el coeficiente de correlación Rho de Spearman tuvo un valor de 0.607. Además, el p-valor tuvo un valor menor al 0.05, haciendo que esa relación sea significativa y se acepte la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 12

Correlación entre dimensión cuantía de crédito y variable d. empresarial

		Desarrollo empresarial
		Rho de Spearman
	Coeficiente de correlación	0.607**
Cuantía de crédito	Sig. (bilateral)	0.00
	N	258

Fuente: Elaboración propia

4.4 Resultado específico 4

De la tabla 13 se expone que, la relación entre la dimensión inversión y la variable desarrollo empresarial fue positiva y moderada, esto porque el coeficiente de correlación Rho de Spearman tuvo un valor de 0.671. Además, el p-valor fue menor al 0.05, lo que implica que esa relación sea significativa y por ello se acepte la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 13

Correlación entre la dimensión inversión y la variable desarrollo empresarial

		Desarrollo empresarial
		Rho de Spearman
	Coeficiente de correlación	0.671**
Inversión	Sig. (bilateral)	0.00
	N	258

Fuente: Elaboración propia

4.5 Resultado específico 5

De la tabla 14 se pudo contemplar que, la relación entre la dimensión garantías y la variable desarrollo empresarial fue positiva y alta, esto porque el coeficiente de correlación Rho de Spearman tuvo un valor de 0.709. Además, el p-valor fue menor al 0.05, demostrando así que esa relación sea significativa y que se acepte la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 14

Correlación entre la dimensión garantías y la variable desarrollo empresarial

		Desarrollo empresarial
		Rho de Spearman
	Coeficiente de correlación	0.709**
Garantías	Sig. (bilateral)	0.00
	N	258

Fuente: Elaboración propia

4.6 Resultado específico 6

De la tabla 15 se pudo examinar que, la relación entre la dimensión plazo y la variable desarrollo empresarial fue positiva y moderada, esto porque el coeficiente de correlación Rho de Spearman tuvo un valor de 0.672. Además, el p-valor al ser menor a 0.05, implica que esa relación sea significativa y se acepte la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 15

Correlación entre la dimensión plazo y la variable desarrollo empresarial

Desarrollo empresarial		Rho de Spearman
	Coeficiente de correlación	0.672**
Plazo	Sig. (bilateral)	0.00
	N	258

Fuente: Elaboración propia

4.7 Resultado general

De acuerdo con la tabla 16, se examina que la relación entre la variable microcréditos y la variable desarrollo empresarial fue positiva y moderada, esto porque el coeficiente de correlación Rho de Spearman tuvo un valor de 0.693. Además, el p-valor fue menor al 0.05, lo que implica que esa relación sea significativa y que por ello se acepte la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 16

Correlación entre la variable microcréditos y la variable d.empresarial

Desarrollo empresarial		Rho de Spearman
	Coeficiente de correlación	0.693**
Microcréditos	Sig. (bilateral)	0.00
	N	258

Fuente: Elaboración propia

4.8 Discusión

Con respecto a la discusión de los resultados, mediante el objetivo específico uno se pudo evidenciar que el 55.81% de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto en el año 2021 indicaron que la situación en la que se encontraba los microcréditos era regular. Esto se dio porque mencionaron que aún era

necesario que las entidades financieras realicen mejoras en el acceso al crédito cuando los comerciantes soliciten un préstamo ya que éstos últimos observaron muchas trabas, generando que muchas veces terminen desanimándose en solicitar el crédito que necesitaban para realizar mejoras en su negocio. Este resultado concuerda con el estudio de Carvajal y Espinoza (2020), quienes mencionan sobre la importancia de que los negociantes lleguen a acceder al crédito, esto porque les permite mejorar el desarrollo de su emprendimiento, entonces se llega a un mismo resultado porque en cualquier tipo de negocio, ya sea pequeño o grande, tener una cantidad de dinero para poder invertir puede ayudar a mejorar un negocio. Los microcréditos son definidos en la microfinanza como créditos con un monto pequeño con la finalidad de ayudar a las personas a iniciar un negocio (Hidalgo, 2020; p.435).

A través del objetivo específico dos se pudo ver que, la situación en la que se encontraba el desarrollo empresarial de los negocios de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto en el año 2021 tenía un nivel regular, esto implicó que se realicen mejoras en la cantidad de dinero solicitado porque las veces que los comerciantes pudieron acceder a un préstamo, ese dinero no fue suficiente para comprar los productos más vendidos, además muchos de los comerciantes no consideraron invertir en implementar algunas herramientas para que las personas que se encargan de la venta mejoren en su desempeño. Esto concuerda con el estudio de Armendariz et al. (2018), quienes mencionan que acceder a un crédito no necesariamente garantiza el desarrollo empresarial de un negocio, ya que éste también depende de otros factores, este resultado similar resulta un poco obvio, ya que el éxito de un negocio también va a depender de la manera en cómo se maneja el crédito solicitado y en donde se destina a invertir. El desarrollo empresarial es algo que sucede en una entidad, pero en un largo plazo (Mieles et al., 2018; p.3).

Por medio del objetivo específico tres, se pudo evidenciar que la relación entre la dimensión cuantía de crédito y la variable desarrollo empresarial tuvo una relación positiva, moderada y significativa, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.607 y un p-valor menor a 0.05. Con lo que se puede inferir que, la mejora administrativa de las entidades financieras para poder brindar un mejor servicio a los comerciantes hizo que estos puedan acceder a mejores cantidades de dinero como crédito, lo cual hizo que los negocios del Mercado Tres Tarapoto sobresalgan en sus ventas. Esto concuerda con el estudio de Gómez et al. (2020), quienes mencionan que obtener un acceso al crédito en un periodo

relativamente corto ayuda a que el desarrollo empresarial de un negocio mejore, este resultado similar puede ser porque el conseguir un dinero en un tiempo muy corto puede permitir realizar la compra de productos en un periodo en el que se encuentren en promoción para luego venderlo aun mayor precio. La cuantía del crédito es definida como, el monto del microcrédito que se presta (Gómez et al., 2020; p.6). Y el desarrollo empresarial es considerado como un proceso que tiene una entidad (Mieles et al., 2018; p.3).

Por intermedio del objetivo específico cuatro, se pudo señalar que la relación entre la dimensión inversión y la variable desarrollo empresarial tuvo una relación positiva, moderada y significativa, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.671 y un p- valor menor a 0.05. Es así que se pudo inferir que, una mejor inversión en los productos que más se venden, así como invertir en la infraestructura del negocio y en el capital humano hizo que la distribución de la mercadería fluya con más rapidez y eso generó efectos positivos en el desarrollo empresarial de sus negocios. Este resultado concuerda con el estudio de Terrones (2020) quien demostró que el acceder a un microcrédito genera que una persona tenga una actitud más positiva para expandir su negocio lo cual lo lleva a realizar mejores inversiones haciendo así que su negocio tenga un mayor crecimiento, el resultado similar es debido a que siempre una buena inversión permite obtener resultados positivos en un futuro. La inversión es una cantidad de dinero que se destina para mejorar las ganancias de un negocio (Flores et al., 2018; p.315). Y el desarrollo empresarial es considerado como la creación de valor de una entidad (Alharbi & Al-Ashaab, 2020; p.97).

A través de objetivo específico cinco, se pudo probar que la relación entre la dimensión garantías y la variable desarrollo empresarial tuvo una relación positiva, alta y significativa, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.709 y un p-valor menor a 0.05. Es así que se pudo inferir que, una mejora en la evaluación por parte de las entidades financieras a las que los comerciantes acuden para solicitar un préstamo hizo que la garantía solicitada por dichas entidades se alineen mejor con la cantidad de monto solicitado. Este resultado difirió del resultado de Apac (2019) quienes determinaron que el coeficiente de relación entre la garantía y el desarrollo empresarial tuvo un valor de 0.105, lo cual indica una relación positiva pero baja, este resultado pudo ser diferente debido a la propia estructura interna que tuvieron los mercados bajo análisis. La garantía es definida como la manera en la que alguien se asegura que se cumpla con una obligación (Suárez, 2020; p.229). Y el desarrollo empresarial es

definido como un proceso que ayuda a visualizar las oportunidades que puede tener un negocio actualmente y también en un futuro (Alharbi & Al-Ashaab, 2020; p.98).

Mediante el objetivo específico seis, se pudo afirmar que la relación entre la dimensión plazo y la variable desarrollo empresarial tuvo una relación positiva, moderada y significativa, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.672 y un p-valor menor a 0.05. Con ello se pudo inferir que, una mejora con respecto al periodo de tiempo para que los comerciantes puedan realizar sus pagos hizo que cumpla correctamente con sus deudas en las fechas pactadas y de esta manera ayudó a que se dé un mejor manejo al dinero que ingresó por las ventas de sus productos haciendo que el desempeño empresarial de su negocio mejore. Este resultado concuerda con el estudio de García y Cosme (2020) quienes mencionan que si el plazo del crédito es bueno esto hace que el nivel de rentabilidad de un negocio permita cubrir con los créditos financieros que fueron solicitados, este resultado muestra que, un mayor plazo para realizar los pagos de las deudas ayuda a que se cumplan con responsabilidad estos. El plazo es definido como el tiempo total en el que se realiza el pago de las cuotas de una deuda (Aguirre et al., 2020; p.272). Y el desarrollo empresarial permite que el nivel de ventas incremente considerablemente permitiendo de esa manera que un negocio se expanda (Scaringella, 2018; p.104).

Finalmente, por medio del objetivo general, se pudo comprobar que la relación entre la variable microcréditos y la variable desarrollo empresarial tuvo una relación positiva, moderada y significativa, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.693 y un p-valor menor a 0.05. Es así que se pudo inferir que, la mejora en la manera en cómo las entidades financieras evalúan y dan acceso al crédito a los comerciantes hizo que haya un mejor crecimiento empresarial e innovación al realizar la distribución de sus productos generando que el desarrollo empresarial mejore. Este resultado concuerda con el estudio de Hidalgo y Escobar (2020), y también con el de Maldonado y Armijos(2017) quienes mencionaron que el acceso al crédito que tuvieron un grupo de comerciantes al reunir todos los requisitos que las entidades financieras les pedía los ayudó a que sus negocios mejoren, este resultado concuerda con el del presente estudio porque generalmente un microcrédito es considerado como una oportunidad de reactivación de un negocio pero solo si el monto solicitado puede pagarse en el tiempo establecido evitando así pagar las moras. Los microcréditos son definidos como préstamos destinados a personas que

necesitan el dinero para poner en marcha un negocio o proyecto (Cevallos, 2016; p.592). Y el desarrollo empresarial permite que un negocio tenga una mejor estabilidad, un mayor rendimiento y un mejor desarrollo (Diabate et al., 2019; p.4).

CONCLUSIONES

A través de la variable microcréditos de los comerciantes del Mercado tres Tarapoto durante el año 2021, se identificó que la situación actual de dicha variable es regular esto porque las entidades financieras a las que los comerciantes solicitaron un préstamo hizo que gran parte de los éstos se desanimaran en acceder al crédito que necesitaban con urgencia en algún momento, esto por la cantidad de requisitos que se les solicitaba y también, por las incoherencias que se suscitaba en el momento que pedían prestado y lo que la entidad financiera le pedía a cambio de ello.

A través de un análisis descriptivo de la variable desarrollo empresarial de los negocios de los comerciantes del Mercado tres Tarapoto durante el año 2021, se analizó que la situación actual de dicha variable es regular esto porque la distribución del dinero que solicitaron de algunas de las entidades financieras existentes, no se pudo realizar con mucho éxito ya que, el monto al que se accedió no permitió que se realicen mejoras en el nivel de infraestructura del negocio ni en el capital humano haciendo que el desarrollo empresarial de los negocios de los comerciantes no pueda llegar a tener un nivel alto.

Se concluye que hay una relación positiva, moderada y significativa entre la dimensión cuantía del crédito solicitado y el desarrollo empresarial. Además, se confirma que el nivel de la dimensión cuantía del crédito esta en un nivel regular, esto porque el monto que los comerciantes solicitan a las entidades financieras era negado por éstas últimas, brindándoles solo una parte del dinero que realmente requieren para desarrollar todo lo que tienen planeado dentro de su negocio lo cual provoca que el desarrollo empresarial de los negocios de los comerciantes no se dé eficientemente.

Se concluye que hay una relación positiva, moderada y significativa entre la dimensión inversión y el desarrollo empresarial. También, se confirma que, el nivel de la dimensión inversión está en un nivel regular, esto porque el dinero al que los negociantes accedieron solo permitió que ellos realicen la compra de productos más pedidos para poder brindárselos a sus clientes, lo cual no permite que se implementen mejoras en la forma en cómo se distribuyen los productos finales a sus clientes que compran en grandes cantidades haciendo que el desarrollo empresarial de su negocio se estanque.

Se concluye que hay una relación positiva, alta y significativa entre la dimensión garantía y el desarrollo empresarial. Así mismo, se confirma que el nivel de la dimensión garantía es regular, ello porque las garantías que solicitan las entidades financieras a los negociantes no van de acorde a la cantidad solicitada, es decir, estas financieras piden una garantía muy complicada para un monto no tan significativo de dinero, lo cual hace que varios comerciantes eviten solicitar el crédito perdiendo así la oportunidad de realizar mejoras en su negocio.

Se concluye que hay una relación positiva, moderada y significativa entre la dimensión plazo que las entidades financieras les dan a los comerciantes del Mercado tres Tarapoto durante el año 2021 para finalizar de pagar su crédito y el desarrollo empresarial de sus negocios. Así mismo, se confirma que el nivel de la dimensión plazo es regular, ello porque el plazo que las entidades financieras les dan a los comerciantes al recibir un préstamo suele ser muy cortos comparándolos con las rentabilidades que ellos obtienen en vender sus productos.

Se concluye que hay una relación positiva, moderada y significativa entre la variable microcréditos que solicitan los comerciantes del Mercado tres Tarapoto durante el año 2021 y la variable desarrollo empresarial de sus negocios. Con ello se afirma que una mejor evaluación al acceso al crédito por parte de las entidades financieras a los comerciantes hace que se pueda brindar el dinero que necesitan en el momento adecuado para generar un mayor crecimiento empresarial implicando así el desarrollo empresarial de sus negocios.

RECOMENDACIONES

Los negociantes deben realizar una mejor búsqueda de las entidades financieras a las que solicitan algún crédito, ya que existen entidades financieras que dan préstamos con mayores facilidades, ello puede hacer que obtengan el dinero que necesitan en el momento adecuado para poder realizar lo han planeado ejecutar dentro de sus negocios.

Los dueños de los negocios del Mercado Tres Tarapoto al obtener el dinero que las entidades financieras les pudieron dar, deben realizar un análisis general de todo su negocio y ver en donde urge colocar ese dinero de modo que les permita obtener ingresos en un corto tiempo para así poder mejorar el desarrollo empresarial de su negocio y poder realizar los pagos de manera puntual de sus deudas.

Los departamentos de control financiero de las diferentes entidades financieras deben realizar un filtro de sus clientes más destacados y responsables en los pagos de sus deudas, para que a ello se les den la facilidad de acceder a una mayor cantidad de dinero en un próximo crédito, eso para que los dueños de los negocios puedan distribuir mejor el dinero obtenido y mejorar el desarrollo empresarial de su negocio.

Los responsables del servicio de préstamos de las entidades financieras a los que los negociantes acuden, deben brindar una asesoría especializada para las personas, una asesoría sobre la importancia en diversificar la inversión de su dinero, es necesario ello para que los dueños de los negocios puedan realizar el pago de manera puntual al obtener mayores ganancias luego de una adecuada inversión.

Las áreas de control de las entidades financieras deben realizar una mejor evaluación de la posición en la que se encuentran los negocios de las personas que les solicitan un crédito, eso para evitar pedir garantías imposibles de cumplir o garantes que no son necesarios por la cantidad de dinero que están solicitando, ello hace que las personas no se desanimen en solicitar un préstamo y tengan la oportunidad de mejorar sus negocios.

El área financiera de las entidades que brindan un préstamo debe realizar un mejor análisis sobre el plazo que les van a dar a sus clientes para poder finalizar sus pagos, estos deben estar acorde a los beneficios netos mensuales que los negociantes

suelen tener, de esta manera permite que ellos no manchen sus historiales crediticios por algún retraso de sus deudas, permitiendo de esa forma adquirir un préstamo nuevamente en un futuro.

Los negociantes y los asesores de créditos deben tener una mejor comunicación y llegar a un consenso para el beneficio de ambos, de esta forma los comerciantes podrán acceder al crédito que necesitan para mejorar el desarrollo empresarial de su negocio y los asesores crediticios se ganarán la confianza de sus clientes permitiendo que en un futuro tengan más clientes solicitando prestamos en las entidades financieras donde laboran.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguila, P., & Saavedra, A. (2017). Evaluación de la gestión de crédito y su impacto en laliquidez de la Empresa Constructora Barthe Puscan Luis EIRL durante el año 2014. Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto.
https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2178/TP_CON_00001_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aguirre, J., Garro, L., & Alcalde, E. (2020). Evaluación de un crédito en las microfinanzas: cartografía conceptual desde la socioformación. *Revista Espacios*, 41(32).
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n32/a20v41n32p24.pdf>
- Alharbi, B., & Al-Ashaab, A. (2020). The influential factors of business development among SMEs in the Food Industry of the GCC Region. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 14(2), 96-113.
https://jbrmr.com/cdn/article_file/2020-04-29-17-03-37-PM.pdf
- Apac, C. (2019). El microcrédito y el desarrollo empresarial de las microempresas del sector ropa de vestir en el Mercado Modelo de Huánuco en el año 2019. Universidad de Huánuco, Huánuco.
<http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1937/APAC%20GARCIA%20Cristopher%20Carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Araya, A. (2017). Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares. *TEC Empresarial*, 11(1), 23-34. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v11n1/1659-3359-tec-11-01-00023.pdf>
- Armendariz, C., Aguilar, P., & Duchi, B. (2018). El microcrédito como activador del emprendimiento en Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 232-237.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-232.pdf>
- Carrasco, S. (2018). Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación (Ed. 2da ed.). Lima: Editorial San Marcos.
- Carvajal, A., & Espinoza, L. (2020). Microcréditos ecuatorianos: incentivo a la reducción de la pobreza y mejora del ingreso familiar. *Vínculos-ESPE*, 5(3), 51-

65. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/vinculos/article/view/1671/1375>

Casquete, N., Bautista, E., & Moreira, C. (2021). El desarrollo del microcrédito en la zona noroeste de Guayaquil, Ecuador. *Revista Publicando*, 8(31), 107-116. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2212/2445>

Cevallos, M. (2016). Impacto de los microcréditos en la generación de créditos en el sector sur de la ciudad de Quito. *Revista Publicando*, 3(9), 589-610. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/384/pdf_240

Cisneros, M. (2021). Microcrédito: un perfil a socios de los bancos comunales del cantón Cevallos. *Boletín de Coyuntura*, 1(29), 20-27. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/view/1159/1044>

Cortez, S. (2019). Créditos directos y su incidencia en la solvencia y rentabilidad de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Norte de Perú, 2017. *Revista Ciencia y Tecnología*, 15(3), 69-83. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2523>

Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Revista Pensamiento y Gestión*, 40(1), 185-202. <http://dx.doi.org/10.14482/pege.40.8810>

Diabate, A., Sibiri, H., Wang, L., & Yu, L. (2019). Assessing SMEs' Sustainable Growth through Entrepreneurs' Ability and Entrepreneurial Orientation: An Insight into SMEs in Côte d'Ivoire. *Sustainability*, 11(7149), 1-26. <http://dx.doi.org/10.3390/su11247149>

Duta, E., Álava, G., Sigüenza, S., & Pinos, L. (2021). El microcrédito como potenciador del desarrollo local: Análisis de las condiciones de vida. *MASKANA*, 12(2), 25-33. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/maskana/article/view/3965/2849>

Flores, L., Triviño, C., & Delgado, S. (2018). Importancia del capital de trabajo en los emprendimientos de bienes tangibles. *Universidad y Sociedad*, 10(1), 312-319. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n1/2218-3620-rus-10-01-312.pdf>

García, K., & Cosme, A. (2020). Los créditos financieros y su relación con la rentabilidad de la MYPES afiliados a APEMIPE de Tarapoto, año 2018. Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. [https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3870/CONTABILIDAD%](https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3870/CONTABILIDAD%20Y%20FINANZAS%20EN%20LAS%20MYPES%20AFILIADOS%20A%20APEMIPE%20DE%20TARAPOTO%20AÑO%202018.pdf)

20%20Katia%20Garc%c3%ada%20Paredes%20%26%20Andrea%20Guadalup
e%20 Cosme%20G%c3%a1rate.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- García, V., Mercedes, H., Cárdenas, A., La rosa, A., & Ramírez, L. (2019). *Código de ética de investigación*.
https://www.unife.edu.pe/vicerrectorado_investigacion/codigo_etica_vri.pdf
- Gómez, G., Herrera, L., & Suárez, Y. (2020). Impacto de los microcréditos en el desarrollo empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas en Perú. *Reflexiones sobre la Gestión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en América Latina*, 1(1), 10-25.
https://www.researchgate.net/publication/346406516_Impacto_de_los_microcreditos_en_el_desarrollo_empresarial_de_las_micro_y_pequeñas_empresas_en_Peru
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación (1era edición ed.). México: McGraw Hill.
- Hidalgo, M., & Escobar, M. (2020). Microcrédito: Alternativa de reactivación económica para comerciantes de Portoviejo, Manabí, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(22),431-459. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i2.1177>
- INEI. (2018). San Martín. Resultados definitivos. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Lima.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1573/22TOMO_01.pdf
- Maldonado, M., & Armijos, L. (2017). Los microcréditos y su incidencia en el crecimiento económico de las Mipymes. *Revista Sur Academi*, 24(1), 19-24.
<https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/475/374>
- Mieles, e., Albán, A., Valdospin, J., & Vera, D. (2018). E-commerce: un factor fundamental para el desarrollo empresarial en el Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 1(1), 1-17.
<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/156/124>
- Miranda, M., & Villasís, M. (2019). El protocolo de investigación VIII. La ética de la investigación en seres humanos. *Revista Alergia México*, 66(1).
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v66n1/2448-9190-ram-66-01-115.pdf>

- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación: Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de la Tesis (Ed. 5ta ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Paillacho, L., Perez, J., & Perez, A. (2020). Los microcréditos y el empoderamiento de grupos vulnerables. Un caso de estudio de jóvenes en Mbuji Mayi (Congo). *Revista Espacios*, 41(7), 1-14. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410714.html>
- Panduro, V., & Montenegro, V. (2019). El proceso logístico y su incidencia en el desarrollo empresarial de la Cooperativa Agraria Cacaotera ACOPAGRO - Juanjui, periodo 2018. Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3600/ADMINISTARCI%c3%93N%20%20Ver%c3%b3nica%20Fiorela%20Panduro%20C%a1rdenas%20%20Viviana%20Montenegro%20Tananta%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peláez, L., Ochoa, J., Padilla, J., Granda, J., & Morocho, D. (2021). Estudio comparativo del microcrédito en la Comunidad Andina. Una mirada al 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 2931-2951. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/498/627>
- Pinedo, B., & Lozano, N. (2021). El microcrédito de banca comunal y la mejora del nivel de ingresos de las socias de la Cooperativa Microfinanzas Prisma, distrito de Juanjui, región San Martín, año 2017. Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/4052/ECONIM%c3%8dA%20%20Billy%20Pinedo%20Guevara%20%26%20Nilo%20Lozano%20Ram%c3%adrez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rijalba, P., & Rojas, J. (2021). Microfinanzas, morosidad de inclusión financiera en la provincia de Piura, 2000–2018. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 7832-7855. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/878/1201>
- Rodríguez, J., Pérez, J., & Alipio, O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios* (82), 1-26. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20652069006>

- Sánchez, Y., Palomino, E., Salinas, E., Bedoya, Y., & Flores, L. (2021). Aporte de las micro y pequeñas empresas al mercado laboral de las tres regiones menos competitivas del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 7022-7034. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/828/1121>
- Scaringella, L. (2018). Initial and further business development: highlights from business model, open innovation, and knowledge management perspectives. *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, 22(1/2), 103-125. https://www.researchgate.net/publication/322727326_Initial_and_further_business_development_highlights_from_business_model_open_innovation_and_knowledge_management_perspectives
- Seclen, J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmeccánica de Lima: un estudio de casos múltiple. *Ekonomiaz*, 90(2), 224-241. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5778218.pdf>
- Segredo, A., García, A., León, P., & Perdomo, I. (2017). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *INFODIR*, 24(1), 86-99. <https://www.medigraphic.com/pdfs/infodir/infodir-2017/ifd1724k.pdf>
- Suárez, G. (2020). Una mirada a la protección del consumidor en las operaciones mediante sistemas de financiación en Colombia. *Revista de Derecho Privado*, 1(28), 209-239. <https://www.redalyc.org/journal/4175/417562528008/417562528008.pdf>
- Terrones, C. (2020). Gestión del microcrédito en el empoderamiento económico de mujeres comerciantes de Huánuco, 2019. *Gaceta Científica*, 6(3), 131-141. <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/965/824>
- Tinedo, L. (2021). Efecto del microcrédito en el bienestar socioeconómico del sector transporte urbano, Chachapoyas, Amazonas. *Revista Pakamuros*, 9(4), 15-26. <http://revistas.unj.edu.pe/index.php/pakamuros/article/view/234/304>
- Toscano, D., & Paz, C. (2017). Microcréditos, una necesidad educativa para asesores y microempresarios vulnerables. *EduSol*, 17(58), 1-13. <https://www.redalyc.org/journal/4757/475752821003/475752821003.pdf>
- Valderrama, S. (2015). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta (Quinta ed. ed.). Lima: San Marcos.

Valentin, L. (2017). Desarrollo local y microfinanzas como estrategias de atención a las necesidades sociales: un acercamiento teórico conceptual. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62 (229), 101-127.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185191817300053>

ANEXOS

Anexo N° 01. Matriz de análisis

Título: Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?</p> <p>Problemas específicos a. ¿Cuál es la situación actual de los microcréditos de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021? b. ¿Cuál es la situación actual del desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021? c. ¿Cuál es la relación entre la cuantía del crédito y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021? d. ¿Cuál es la relación entre la inversión y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021? e. ¿Cuál es la relación entre la garantía y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021? f. ¿Cuál es la relación entre el plazo y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021?.</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.</p> <p>Objetivos específicos a. Identificar la situación actual de los microcréditos de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. b. Analizar la situación actual del desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. c. Establecer la relación entre la cuantía del crédito y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. d. Establecer la relación entre la inversión y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. e. Establecer la relación entre la garantía y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. f. Establecer la relación entre el plazo y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.</p>	<p>Hipótesis general Hi: Existe relación positiva y significativa entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. Ho: No existe relación positiva y significativa entre los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.</p> <p>Hipótesis específicas a. Existe relación entre la cuantía del crédito y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. b. Existe relación entre la inversión y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. c. Existe relación entre la garantía y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021. d. Existe relación entre el plazo y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021.</p>	<p>Variable 1 Microcréditos</p>	Cuantía del crédito	Monto del crédito	<p>Tipo: Básica</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental-transversal</p> <p>Población: 783 comerciantes</p> <p>Muestra: 258 comerciantes</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
				Inversión	Compra de mercadería Equipamiento	
				Garantía	Garantías personales Garantías reales	
				Plazo	Periodo Interés	
			<p>Variable 2 Desarrollo empresarial</p>	Crecimiento empresarial	Estabilidad económica Estabilidad financiera	
				Cultura empresarial	Planes estratégicos Administración interna	
				Liderazgo	Anticipación estratégica Visión y valores Empoderando a los demás Aprendizaje y cambio	
				Innovación	Mejoramiento interno Comercialización	
				Gestión del conocimiento	Desarrollo de estrategias tecnológicas Información y conocimiento	

Anexo N° 2. Cuestionario de la variable microcréditos



Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021



Estimado, esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el siguiente cuestionario. A continuación, se muestran las preguntas relacionadas al tema, marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

Variable 1. Microcréditos						
N°	Dimensión. Cuantía del crédito	Respuestas				
1	Considera que el monto que le brinda la entidad financiera de su confianza le permite incrementar su negocio.	1	2	3	4	5
2	El microcrédito que le brinda la entidad financiera de su confianza es adecuado para el tipo de negocio que maneja.	1	2	3	4	5
N°	Dimensión. Inversión	Respuestas				
3	Si recibe un microcrédito lo destinaria a la compra de mercadería para mejorar su negocio	1	2	3	4	5
4	El microcrédito le permite incrementar la variedad de sus productos para la venta al público.	1	2	3	4	5
5	Si recibe un microcrédito lo destinaria a la compra de estantes o equipos para la mejor distribución de su mercadería.	1	2	3	4	5
6	El microcrédito le brinda la posibilidad de incrementar la capacidad y organización de su negocio.	1	2	3	4	5
N°	Dimensión. Garantías	Respuestas				
7	Considera que al solicitar un crédito es necesario la presentación de un garante, así sea un monto menor o igual a mil soles.	1	2	3	4	5
8	Considera que las garantías deberían ir acorde con la cantidad y plazo del microcrédito	1	2	3	4	5
9	Prefiere trabajar con su propio dinero porque las entidades financieras solicitan contar con la garantía de algún bien.	1	2	3	4	5
10	Considera que las garantías es el principal obstáculo para acceder a un microcrédito.	1	2	3	4	5
N°	Dimensión. Plazo	Respuestas				
11	El plazo del crédito va acorde con la cantidad del préstamo.	1	2	3	4	5
12	Usted paga el crédito el mismo día que vence su cuota.	1	2	3	4	5
13	Está dispuesto a pagar un porcentaje de interés con tal de incrementar el desarrollo de su negocio	1	2	3	4	5
14	Cumple con el pago del interés y el capital dentro del plazo establecido.	1	2	3	4	5

Anexo N° 03. Cuestionario de la variable desarrollo empresarial



Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021



Estimado, esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el siguiente cuestionario. A continuación, se muestran preguntas relacionadas al tema, marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

Variable 2. Desarrollo empresarial						
N°	Dimensión. Crecimiento empresarial	Respuestas				
1	Considera que con la adquisición de un microcrédito su estabilidad económica ha perdurado durante el último año.	1	2	3	4	5
2	Considera que con la adquisición del microcrédito ha incrementado sus ganancias en los últimos periodos.	1	2	3	4	5
3	Desde que obtuvo el préstamo sus ingresos superaron sus egresos.	1	2	3	4	5
4	Ha cumplido con el pago de sus obligaciones financieras desde que obtuvo el microcrédito.	1	2	3	4	5
N°	Dimensión. Cultura empresarial	Respuestas				
5	Con el microcrédito pudo planificar las acciones que le permitirían alcanzar el desarrollo empresarial.	1	2	3	4	5
6	Con el microcrédito pudo planificar los objetivos que desea alcanzar dentro de un determinado periodo.	1	2	3	4	5
7	Con el microcrédito pudo mejorar sus procesos comerciales como compra de mercadería a proveedores.	1	2	3	4	5
8	El microcrédito le permitió almacenar de una mejor manera sus productos y tener mayor liderazgo en cada actividad comercial.	1	2	3	4	5
N°	Dimensión. Liderazgo	Respuestas				
9	Se siente con un mayor liderazgo y preparado para afrontar los cambios, que antes de obtener el microcrédito.	1	2	3	4	5
10	El microcrédito le permitió anticiparse para los cambios en beneficio de su negocio.	1	2	3	4	5
11	Con el microcrédito ha reafirmado su valor como responsabilidad y honestidad para cumplir con el pago de su obligación.	1	2	3	4	5
12	El microcrédito lo impulsa a cumplir con la visión de su negocio	1	2	3	4	5
13	Con el microcrédito busca que las personas que lo apoyan en su negocio también se sientan comprometidas con el objetivo de incrementar las ventas.	1	2	3	4	5
14	El microcrédito lo impulsa a que se esfuerce y direcciona esa energía a sus trabajadores o ayudantes.	1	2	3	4	5
15	El microcrédito le ha permitido identificar las debilidades de su negocio.	1	2	3	4	5
16	Con el microcrédito ha aprendido más sobre el manejo de su negocio.	1	2	3	4	5
N°	Dimensión. Innovación	Respuestas				
17	El microcrédito le ha permitido buscar acciones para mejorar las operaciones internas del negocio.	1	2	3	4	5

18	Se ha planteado nuevos procedimientos para incrementar las ventas.	1	2	3	4	5
19	Con el microcrédito ha implementado nuevos medios de comercialización de sus productos por medio de la tecnología.	1	2	3	4	5
20	El microcrédito le permite buscar nuevos mercados para expandir su negocio.	1	2	3	4	5
N°	Dimensión. Gestión del conocimiento	Respuestas				
21	Con el microcrédito puede invertir en conocer nuevas tecnologías para mejorar la administración de su negocio.	1	2	3	4	5
22	Con el microcrédito puede buscar ayuda para adaptar su negocio a las nuevas tecnologías.	1	2	3	4	5
23	El microcrédito le permite capacitarse e informarse sobre temas referentes a su negocio.	1	2	3	4	5
24	Cada microcrédito incrementó su conocimiento para el adecuado manejo de su negocio.	1	2	3	4	5

Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021

por Hellen Rut López Rengifo/ Jhoselin Mishel Huayamí Lozano

Fecha de entrega: 11-jul-2023 12:02p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2129686927

Nombre del archivo: DESARROLLO_DE_TESIS_Hellen_y_Jhoselin_04-07-2023.docx (696.02K)

Total de palabras: 17998

Total de caracteres: 99021

Los microcréditos y el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado Tres Tarapoto 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

21 %	20 %	3 %	11 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %
2	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	2 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
4	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	2 %
5	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	1 %
6	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	1 %
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1 %
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
9	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	