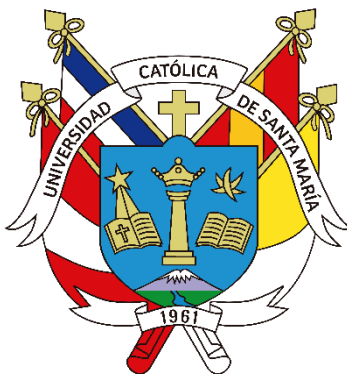


Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**Relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las
microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024**

Tesis presentada por los Bachilleres:

Del Carpio Quiroz, Hugo Wenceslao

ORCID: 0009-0007-3920-1765

Bustios Zavala, José Fernando

ORCID: 0009-0008-2727-1800

para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Asesor (a):

Mg. Rivero Fernandez, Renzo Rimaneth

ORCID: 0000-0002-9295-9790

Arequipa - Perú

2025

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 31 de Julio del 2025

Dictamen: 013240-C-EPAE-2025

Visto el borrador del expediente 013240, presentado por:

2018201811 - DEL CARPIO QUIROZ HUGO WENCESLAO

2018220931 - BUSTIOS ZAVALA JOSÉ FERNANDO

Titulado:

**RELACIÓN ENTRE LA CULTURA FINANCIERA Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LAS
MICROEMPRESAS TEXTILES DE AREQUIPA METROPOLITANA AL 2024**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**30400132 - ESPINOZA RIEGA JORGE DAVID
DICTAMINADOR**



**29272817 - VARGAS ESPINOZA LUIS
DICTAMINADOR**



**42267952 - TRILLO ESPINOZA VERONICA MARGARITA
DICTAMINADOR**



Relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo	4%
	Trabajo del estudiante	
2	repositorio.ucsm.edu.pe	4%
	Fuente de Internet	
3	hdl.handle.net	3%
	Fuente de Internet	
4	apps.ucsm.edu.pe	3%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.ucv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
6	difuciencia.unibe.edu.py	1%
	Fuente de Internet	
7	core.ac.uk	1%
	Fuente de Internet	
8	repositorioacademico.upc.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
9	revistas.up.ac.pa	1%
	Fuente de Internet	
10	repositorio.upsc.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	

Dedicatoria

A mi madre, por su amor constante, su dedicación incansable y por estar siempre a mi lado en cada etapa de mi vida. Gracias por ser mi mayor ejemplo y mi más firme apoyo.

José Fernando Bustios Zavala

A mis padres, por su apoyo constante, palabras de aliento y por hacer de este camino una experiencia más amena y enriquecedora. Gracias por cada momento compartido, por sus consejos y por estar presentes cuando más los necesité.

Hugo Wenceslao Del Carpio



Agradecimientos

A Dios, por acompañarme en todo momento y por darme la fortaleza necesaria para seguir adelante y afrontar los desafíos de la vida.

A mi familia, que me ha brindado su apoyo incondicional y aliento constante e invaluable durante el desarrollo de mi tesis.

A los docentes de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santa María, por compartir sus conocimientos y consejos, tanto para la vida profesional como para la personal; y, en especial, a nuestro asesor, Lic. Renzo Rivero.

José Fernando Bustios Zavala

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a la Universidad Católica de Santa María, por brindarme un entorno propicio para crecer tanto en el ámbito académico como profesional. Agradezco especialmente al Lic. Renzo Rivero, por su dedicación, orientación constante y por acompañarme con compromiso en cada etapa de este trabajo. También quiero extender mi gratitud a los profesores de la Facultad de Administración de Empresas, quienes con generosidad compartieron sus conocimientos y mostraron siempre una disposición admirable para ayudar.

Hugo Wenceslao Del Carpio

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue establecer la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. Para ello, se empleó el enfoque cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal, tipo básico y con alcance correlacional, lo cual permitió analizar la relación entre ambas variables sin manipularlas y mediante una única recolección de datos en el tiempo. La muestra estuvo conformada por 186 dueños de microempresas textiles seleccionados mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple. Para recolectar los datos, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumentos, dos cuestionarios adaptados de estudios previos. El primero, correspondiente a la variable “Cultura financiera”, se basó en el instrumento de García-Cedeño y García-Briones (2022), compuesto por tres dimensiones: servicios financieros (5 ítems), control financiero (8 ítems) y ahorro (10 ítems). El segundo instrumento, para la variable “Desarrollo empresarial”, fue adaptado de Suárez (2018) y abarcó tres dimensiones: crecimiento económico (5 ítems), competitividad (6 ítems) y capacitación (6 ítems).

Entre los resultados más relevantes, se encontró una correlación significativa, positiva y moderada con tendencia alta ($r=0.574$, $p=0.000$) entre la dimensión de ahorro y el desarrollo empresarial, así como entre la dimensión de control financiero y el desarrollo empresarial ($r=0.566$, $p=0.000$). En síntesis, se concluyó que existe una correlación significativa, positiva y alta ($r=0.606$, $p=0.000$) entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.

Palabras clave: cultura financiera, desarrollo empresarial, microempresa.

ABSTRACT

The objective of this research was to establish the relationship between financial culture and business development in micro textile companies in Metropolitan Arequipa by 2024. For this purpose, a quantitative approach was used with a non-experimental cross-sectional design, basic type and correlational scope, which allowed analyzing the relationship between both variables without manipulating them and through a single data collection over time. The sample consisted of 186 owners of textile microenterprises selected by simple random probability sampling. To collect the data, the survey technique was used and two questionnaires adapted from previous studies were used as instruments. The first, corresponding to the variable “Financial culture”, was based on the instrument of García-Cedeño and García-Briones (2022), composed of three dimensions: financial services (5 items), financial control (8 items) and savings (10 items). The second instrument, for the variable “Business development”, was adapted from Suárez (2018) and comprised three dimensions: economic growth (5 items), competitiveness (6 items) and training (6 items).

Among the most relevant results, a significant, positive and moderate correlation with a high tendency ($r=0.574$, $p=0.000$) was found between the savings dimension and entrepreneurial development, as well as between the financial control dimension and entrepreneurial development ($r=0.566$, $p=0.000$). In summary, it was concluded that there is a significant, positive and high correlation ($r=0.606$, $p=0.000$) between financial culture and entrepreneurial development in the micro textile enterprises of Arequipa Metropolitana to 2024.

Key words: financial culture, business development, microenterprise.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

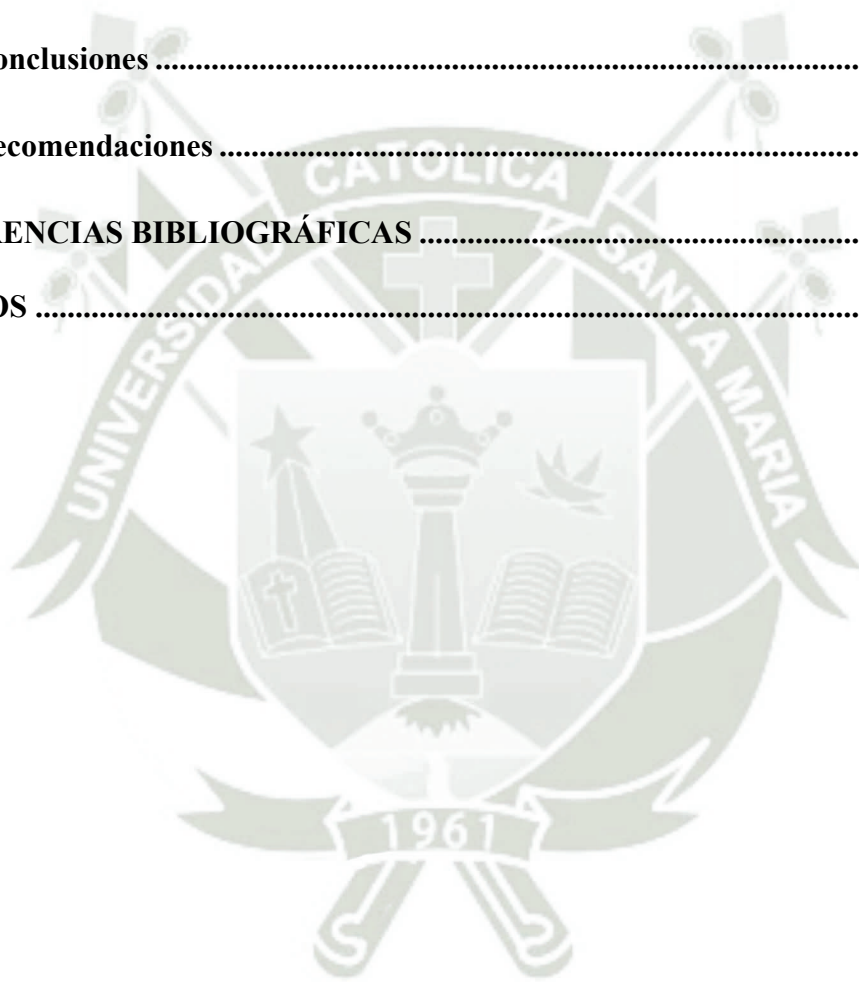
ABSTRACT

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO	4
1.1. Descripción del problema	4
1.2. Formulación del problema	6
1.2.1. Interrogante general.....	6
1.2.2. Interrogantes Especificas.....	6
1.3. Objetivos de Investigación.....	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
1.4. Justificación de la investigación.....	7
1.4.1. Justificación teórica.....	7
1.4.2. Justificación metodológica.....	7
1.4.3. Justificación Económico o Empresarial	8
1.4.4. Justificación social.....	8
1.5. Limitaciones de la investigación	8
CAPÍTULO II	9

2. BASES TEÓRICAS E HIPOTESIS	10
2.1. Antecedentes investigativos	10
2.1.1. Antecedentes internacionales	10
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	12
2.1.3. Antecedentes locales	14
2.2. Bases teóricas.....	17
2.2.1. Variable Independiente “Cultura financiera”	17
2.2.2. Dimensiones de la cultura financiera.....	20
2.2.3. Variable Dependiente “Desarrollo empresarial”	25
2.2.4. Dimensiones del desarrollo empresarial.....	27
2.2.5. Elementos del desarrollo empresarial	29
2.2.6. Normativa de la SBS	30
2.3. Operacionalización de variables	32
2.3.1. Operacionalización conceptual	32
2.3.2. Tabla de operacionalización de variables	33
2.4. Hipótesis de la investigación.....	34
2.4.1. Hipótesis general.....	34
2.4.2. Hipótesis específicas	34
CAPÍTULO III	35
3. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	36
3.1. Metodología del estudio	36
3.1.1. Tipo de investigación.....	36

3.1.2.	Enfoque de la investigación	36
3.1.3.	Diseño de la investigación	36
3.1.4.	Alcance de la investigación	36
3.1.5.	Delimitación de la investigación	36
3.2.	Población y muestra	37
3.2.1.	Población	37
3.2.2.	Muestra.....	45
3.3.	Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
3.3.1.	Fuentes de información.....	45
3.3.2.	Técnica de recolección de datos	46
3.3.3.	Descripción de instrumentos de recolección de datos	46
3.4.	Protocolo del proceso de recolección de datos	46
3.5.	Cronograma, recursos y presupuesto.....	47
3.5.1.	Recursos humanos	47
3.5.2.	Recursos materiales.....	47
3.5.3.	Presupuesto	48
CAPÍTULO IV.....		49
4.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
4.1.	Análisis de los resultados descriptivos.....	50
4.1.1.	Datos de control.....	50
4.1.2.	Por ítems.....	52
4.1.3.	Por niveles	73

4.1.4. Resultados cruzados	79
4.2. Análisis de los resultados inferenciales	82
4.2.1. Prueba de normalidad.....	82
4.2.2. Contrastación de hipótesis	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	88
5.1. Conclusiones	88
5.2. Recomendaciones	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
ANEXOS	97



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	33
Tabla 2 Directorio de empresas MIPYME formales del Sector Manufactura 2021.	37
Tabla 3 Cronograma de la investigación	47
Tabla 4 Presupuesto de investigación	48
Tabla 5 Tipo de empresa	50
Tabla 6 Tiempo en el mercado.....	51
Tabla 7 Nivel de ingresos (anuales)	51
Tabla 8 Cargo ejercido	52
Tabla 9 [Hago uso de los servicios bancarios como créditos, programas de ahorros, seguros.]	52
Tabla 10 [Mantengo activas cuentas de ahorro o corriente en instituciones bancarias.].....	53
Tabla 11 [Manejo habitualmente tarjetas de crédito o débito en mis consumos.].....	53
Tabla 12 [Realizo pagos o compras a través de transacciones bancarias.].....	54
Tabla 13 [Soy sujeto de crédito en cualquier institución financiera]	54
Tabla 14 [Hago un análisis de precios antes de realizar una compra].....	55
Tabla 15 [Mis gastos son menores que mis ingresos].....	55
Tabla 16 [Llevo un registro de mis gastos y cuentas por cobrar].....	56
Tabla 17 [Es más ventajoso realizar transacciones en línea que físicas]	56
Tabla 18 [Pago a tiempo las cuotas de mis compras realizadas con tarjetas de crédito]	57
Tabla 19 [Pago más que las cuotas mínimas mensuales en los consumos realizados con tarjetas de crédito]	57

Tabla 20 [Si solicito un préstamo es a través de una institución bancaria y no de personas particulares]	58
Tabla 21 [Elaboro un presupuesto mensual].....	58
Tabla 22 [Tengo dinero ahorrado para cualquier situación adicional que se presente].....	59
Tabla 23 [Las compras al contado me permiten generar un ahorro]	59
Tabla 24 [Cuando realizo compras es porque estoy seguro/a que están dentro de mi presupuesto]	60
Tabla 25 [No hago préstamos para no endeudarme].....	60
Tabla 26 [He adquirido seguros de salud, vida, retiro]	61
Tabla 27 [He adquirido seguros para propiedades]	61
Tabla 28 [He podido ahorrar en el último año]	62
Tabla 29 [Ahorro para comprar bienes muebles].....	62
Tabla 30 [Ahorro para comprar bienes inmuebles]	63
Tabla 31 [Ahorro para pagar los estudios de mis hijos o familiares]	63
Tabla 32 [El crecimiento económico del país es beneficioso para mi empresa.]	64
Tabla 33 [El crecimiento económico del país me permite generar empleo.]	64
Tabla 34 [La globalización mejora la eficiencia de mi empresa.].....	65
Tabla 35 [Mi empresa reinvierte los ingresos obtenidos de las ventas para aumentar la rentabilidad.]	65
Tabla 36 [El sector bancario facilita la organización y gestión de los ingresos de mi empresa.].....	66
Tabla 37 [En mi empresa se aplica sofisticación empresarial (tecnologías modernas, mejoras de procesos, capacitación, etc.)]	66

Tabla 38 [Aplicar sofisticación empresarial (tecnologías modernas, mejoras de procesos, capacitación, etc.). ofrece ventajas en mi empresa.]	67
Tabla 39 [La implementación de sofisticación empresarial agiliza los procesos productivos.]	67
Tabla 40 [Mi empresa innova con productos.]	68
Tabla 41 [No existe un alto grado de competitividad empresarial en mi sector.]	68
Tabla 42 [No existen niveles de competitividad empresarial entre mis proveedores.]	69
Tabla 43 [Los trabajadores de mi empresa son competentes.]	70
Tabla 44 [Los trabajadores son motivados.]	70
Tabla 45 [Se aplican técnicas de capacitación.].....	71
Tabla 46 [Se cuenta con equipos y máquinas adecuadas.]	71
Tabla 47 [Regularmente se busca capacitar a sus trabajadores.]	72
Tabla 48 [Se tiene una cultura de aprendizaje continuo en la empresa.]	72
Tabla 49 Dimensión Servicios financieros	73
Tabla 50 Dimensión Control financiero.....	73
Tabla 51 Dimensión Ahorro.....	74
Tabla 52 Variable Cultura financiera.....	75
Tabla 53 Dimensión Crecimiento económico	76
Tabla 54 Dimensión Competitividad.....	76
Tabla 55 Dimensión Capacitación.....	77
Tabla 56 Variable Desarrollo empresarial	78
Tabla 57 Tiempo en el mercado – Nivel de cultura financiera	79
Tabla 58 Tiempo en el mercado – Nivel de desarrollo empresarial.....	80
Tabla 59 Nivel de ingresos (anuales) – Nivel de cultura financiera	81
Tabla 60 Nivel de ingresos (anuales) – Nivel de desarrollo empresarial	82

Tabla 61 Prueba de normalidad	82
Tabla 62 Cultura financiera – Desarrollo empresarial	83
Tabla 63 Servicios financieros – Desarrollo empresarial.....	84
Tabla 64 Control financiero – Desarrollo empresarial	85
Tabla 65 Ahorro – Desarrollo empresarial	86
Tabla 66 Matriz de consistencia	100



INTRODUCCIÓN

En el contexto desafiante de las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana, es crucial analizar cómo la cultura financiera influye en su desarrollo empresarial. La falta de educación financiera limita el acceso a financiamiento adecuado, restringiendo la inversión en innovación, tecnología y mejoras operativas. Esta carencia impide negociar condiciones crediticias favorables y diversificar fuentes de financiamiento en un entorno competitivo. Además, una gestión ineficiente de los recursos afecta la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el objetivo del estudio es establecer la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.

El sector textil, especialmente en microempresas, opera con recursos escasos y enfrenta obstáculos como altos costos, burocracia y créditos insuficientes. Esta situación limita su capacidad de crecimiento y las deja en desventaja frente a empresas con mayor respaldo financiero.

La industria textil en Perú es un motor económico fundamental, con más de un millón de empleos (Frisancho, 2023). En Arequipa, más de 11 mil MYPES se dedican a confección, calzado y producción textil. El 80.03% son microempresas de subsistencia con ventas menores a 13 UIT, según el IPE. Un 17.15% tiene ingresos entre 13 y 75 UIT, accediendo a crédito en IMF como Cajas Municipales o EDPYMES. Solo el 2.82% supera las 75 UIT hasta 150 UIT, clasificándose como microempresas de crecimiento (Regente, 2020). Estas últimas tienen mejor acceso a financiamiento bancario con tasas más bajas. Este panorama revela una fuerte concentración en microempresas con limitaciones estructurales.

La cultura financiera influye en cómo las mipymes gestionan sus finanzas y enfrentan riesgos y oportunidades ambientales y sociales (Peñarreta et al., 2019). La falta de esta cultura entre propietarios y administradores limita el uso adecuado de servicios financieros. Además,

enfrentan barreras como altos costos, falta de garantías, trámites excesivos y créditos limitados (CAF, 2021).

El desarrollo empresarial, como variable dependiente, implica liderazgo, cultura organizacional, innovación y crecimiento económico (González et al., 2020). Es un proceso evolutivo que fortalece la competitividad, la imagen institucional y los resultados financieros. Este desarrollo reconoce el valor del capital humano y su impacto positivo en las organizaciones (Delfín & Acosta, 2016).

Aunque las microempresas buscan desarrollarse, se ven restringidas por la escasez de recursos humanos y financieros, lo cual las pone en desventaja frente a empresas con mayor capacidad económica.

La investigación se estructura en cuatro capítulos:

Capítulo I llamado Planteamiento teórico, el cual contiene la descripción del problema, preguntas, objetivos y justificaciones.

Capítulo II denominado Bases teóricas e hipótesis.

Capítulo III denominado Planteamiento operacional, el cual contiene la metodología de investigación, población, técnica de muestreo, muestra e instrumentos.

Capítulo IV: Resultados de la investigación.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.



CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Descripción del problema

La variable independiente “cultura financiera” es fundamental puesto que se relaciona con los valores y supuestos comunes que orientan el comportamiento de la función financiera y su respuesta ante los riesgos y oportunidades ambientales y sociales (Peñarreta et al., 2019), asimismo, la falta de cultura financiera entre los propietarios y administradores de mipymes limita el uso regular y adecuado de servicios financieros, afectando su capacidad para gestionar eficazmente sus finanzas, de igual modo, los microempresarios enfrentan barreras significativas en cuanto a acceso a productos financieros debido a costos elevados, falta de colaterales, excesivos trámites y créditos de bajos montos (Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe [CAF], 2021).

Por otro lado, la variable dependiente “desarrollo empresarial” combina diversos componentes que permiten al empresario guiar una organización hacia el cumplimiento de sus metas. Estos componentes incluyen el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento y la innovación. De igual modo, el desarrollo empresarial es relevante ya que se refiere al avance que experimenta una organización a medida que evoluciona con el tiempo, lo que le permite construir una imagen sólida, establecer una posición competitiva, generar un ambiente laboral favorable y cumplir de manera exitosa con los indicadores financieros y económicos (González et al., 2020). Es un concepto integral que puede generar un impacto positivo en las organizaciones al reconocer las capacidades del capital humano, por lo tanto, lograr un desarrollo empresarial permitirá al empresario de una empresa aprovechar las oportunidades que surgen en un entorno globalizado (Delfín & Acosta, 2016). En este sentido, las microempresas buscan aumentar su desarrollo empresarial, pero enfrentan dificultades como limitación de recursos financieros y humanos, las cuales las

colocan en una posición desfavorable frente a competidores más grandes con presupuestos significativamente mayores.

La industria textil en Perú es un pilar crucial de la economía del país, ya que genera más de un millón de puestos de trabajo. En la región Arequipa, específicamente, la industria textil ha cobrado un papel esencial en la economía, albergando más de 11 mil Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) dedicadas a la confección, calzado y la producción textil (Frisancho, 2023). Además, el 80.03% de microempresas formales que existen en Arequipa tienen ventas anuales que no superan las 13 UIT, es decir, que son microempresas de subsistencia, de acuerdo al criterio utilizado por el IPE, y el 17.15% superan las 13 UIT hasta las 75 UIT, que son microempresas de ingresos medios, las cuales tienen acceso al crédito en las IMF, como Cajas Municipales, Cajas Rurales, Empresas de Desarrollo de Pequeña y Microempresa (EDPYMES), entre otras más. Solo el 2.82% de microempresas percibe niveles de ventas anuales que superan las 75 UIT hasta las 150 UIT, consideradas como microempresas de crecimiento o de acumulación, que tienen mayor acceso al crédito en las entidades bancarias, con tasas de interés bajas en comparación a las microempresas de subsistencia y de ingresos medios (Regente, 2020).

Bajo este panorama, es imprescindible estudiar la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial, especialmente en el contexto de las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana, que enfrentan condiciones desafiantes en términos de acceso a financiamiento y sostenibilidad. No abordar la cultura financiera podría traer serias dificultades para acceder a financiamiento adecuado, limitando así la capacidad de las microempresas para invertir en tecnología, innovación y procesos que promuevan su crecimiento. De igual modo, la falta de conocimiento financiero no solo restringe la posibilidad de negociar mejores condiciones de crédito, sino que también reduce la capacidad de las empresas para diversificar

sus fuentes de financiamiento y aprovechar oportunidades que surjan en un mercado global competitivo.

Además, una carencia en la cultura financiera puede derivar en una gestión deficiente de los recursos económicos, lo cual impacta negativamente en la rentabilidad, la sostenibilidad y la capacidad de las empresas para cumplir con sus metas a largo plazo. Esto es especialmente crítico en el sector textil, donde las microempresas operan en un entorno con limitados recursos financieros y humanos, enfrentando barreras como costos elevados, trámites excesivos y créditos de bajos montos. Estas restricciones no solo dificultan su desarrollo, sino que las colocan en una posición desfavorable frente a competidores más grandes y con mayor respaldo económico.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Interrogante general

¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024?

1.2.2. Interrogantes Específicas

- ¿Qué relación existirá entre los servicios financieros y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024?
- ¿Qué relación existirá entre el control financiero y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024?
- ¿Qué relación existirá entre el ahorro y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024?

1.3. Objetivos de Investigación

1.3.1. Objetivo general

Establecer la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre los servicios financieros y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.
- Determinar la relación entre el control financiero y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.
- Determinar la relación entre el ahorro y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

El presente estudio proporcionará evidencia teórica sobre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en un sector tan importante en Arequipa Metropolitana. Asimismo, la exploración de la relación entre estas variables permitirá no solo una comprensión más profunda de los factores que influyen en el éxito de las microempresas textiles, sino que servirá como un diagnóstico situacional de las microempresas textiles en Arequipa, con el fin de incentivar el diseño de estrategias y políticas efectivas para su fortalecimiento y crecimiento.

1.4.2. Justificación metodológica

La metodología seleccionada para esta investigación permite comprender y analizar la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. Para abordar esta relación, se utiliza instrumentos cuantitativos para llegar a conocer diversas situaciones de los microempresarios del sector, de

igual modo, el análisis estadístico es clave para obtener un resultado que responda al objetivo de la investigación.

1.4.3. Justificación Económico o Empresarial

Esta investigación no solo aportará valiosos conocimientos teóricos, sino que también tendrá implicaciones directas y aplicables para los empresarios, las instituciones financieras, los formuladores de políticas y otros actores clave del ecosistema empresarial, por ejemplo, una de las principales aplicaciones prácticas de esta investigación es la mejora en la gestión empresarial de las microempresas textiles. Al identificar y analizar cómo la cultura financiera influye en el desempeño y el crecimiento empresarial, los empresarios podrán adoptar mejores prácticas financieras que les permitan optimizar la gestión de sus recursos, mejorar la planificación financiera y tomar decisiones estratégicas más informadas.

1.4.4. Justificación social

Los hallazgos del estudio buscan generar un impacto positivo en diversos aspectos de la comunidad y la sociedad en general. Debido a que las microempresas textiles son una fuente importante de empleo en Arequipa, a partir de fomentar el desarrollo empresarial mediante una mejor cultura financiera, se pueden crear nuevas oportunidades laborales y mantener los empleos existentes. Esto contribuye a la reducción del desempleo y al mejoramiento de las condiciones económicas de muchas familias que dependen de este sector para su sustento.

1.5. Limitaciones de la investigación

La investigación no se verá limitada por los recursos disponibles, incluyendo tiempo, financiamiento e investigadores, además, la información al ser recabada mediante encuestas no tan extensas, estas permitirán obtener la información sobre las variables en un tiempo óptimo.



CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS E HIPOTESIS

2.1. Antecedentes investigativos

2.1.1. *Antecedentes internacionales*

Anwar et al. (2020) tuvieron como objetivo definir la influencia de los conocimientos financieros en los resultados (desempeño) de las Pymes. Para ello la investigación fue cuantitativa y siguió el enfoque deductivo para verificar el modelo de ecuaciones estructurales. Se utilizaron datos transversales que se recogieron a través de un cuestionario estructurado de los sectores industriales de Islamabad y Rawalpindi. La razón principal para elegir Islamabad y Rawalpindi es que los propietarios/altos directivos se encontraban en esas ciudades. Para comprobar las hipótesis, se encuestaron a 232 Pymes paquistaníes de los sectores manufacturero, comercial y de servicios. Tras realizar el modelo de ecuaciones estructurales, se descubrió que los conocimientos financieros y la experiencia empresarial son los principales pronosticadores del reconocimiento de oportunidades y del rendimiento de las Pyme. Asimismo, el reconocimiento de oportunidades muestra un papel mediador parcial entre los conocimientos financieros y el rendimiento de las Pyme, así como entre la experiencia empresarial y el rendimiento de las Pyme.

Esta investigación es relevante ya que se resalta la importancia e influencia de los conocimientos financieros para directivos y/o propietarios de diferentes sectores, entre los cuales se analizó al manufacturero el cual está relacionado al sector de estudio.

Trianto et al. (2021) tuvieron como objetivo principal ver la relación entre la educación financiera islámica, la inclusión financiera islámica y el crecimiento empresarial en el clúster culinario de la economía creativa. El estudio utiliza un muestreo no probabilístico para tomar una muestra con el tamaño de la muestra fue de 62 propietarios de negocios en el grupo culinario. Para ver esta relación, los datos se analizaron utilizando el enfoque SEM-GeSCA.

En cuanto a los hallazgos, se encontró que la educación financiera islámica tiene un impacto positivo y significativo en la inclusión financiera islámica y el crecimiento empresarial. También se halló una relación de impacto positivo y significativo entre la inclusión financiera islámica y el crecimiento empresarial. Este estudio implica que los actores empresariales del clúster culinario deben seguir mejorando la educación financiera islámica y la inclusión financiera islámica para que se pueda crear un crecimiento sostenible de su negocio.

Este antecedente es clave ya que estudia la relación entre las variables que se desean analizar en el presente estudio, por lo tanto, el antecedente ofrece hallazgos con los cuales se puede discutir, además el estudio de Trianto et al. (2021) ofrece un marco teórico de las variables para comprenderlas mejor.

Aguilar (2023) en su investigación tuvo como objetivo evaluar si la gestión de la cultura financiera difiere entre micro y pequeñas empresas (mypes) familiares y no familiares en América Latina, así como medir el impacto de dicha cultura en la productividad de las mismas. El estudio empleó una metodología de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y correlacional. Se utilizó como método el análisis estadístico mediante pruebas t para muestras independientes y regresiones lineales. Para la recolección de datos se aplicó un instrumento compuesto por 57 ítems en escala tipo Likert, abarcando variables como inclusión financiera, gestión financiera, actitud financiera, percepción al riesgo, entre otras. Este instrumento fue aplicado a 41,687 directores de mypes (34,163 de empresas no familiares y 7,524 de empresas familiares) en 160 zonas geográficas de México, Colombia, Argentina, Perú y Ecuador.

Los resultados demostraron, en primer lugar, que existen diferencias estadísticamente significativas en la forma de gestionar la cultura financiera entre empresas familiares y no familiares. En segundo lugar, se encontró que la gestión financiera —entendida como el control

de los gastos mediante registros electrónicos o escritos— es el componente de la cultura financiera que mayor impacto tiene en la productividad empresarial en ambos tipos de organizaciones. Esta conclusión se respalda en los resultados de las regresiones lineales, donde la gestión financiera alcanzó un impacto de 1.11 en empresas no familiares y 1.00 en empresas familiares.

Este antecedente es altamente relevante ya que aborda directamente una de las variables centrales del estudio: la cultura financiera. Además, el análisis se realiza en un contexto latinoamericano y considera microempresas, lo cual es pertinente para el ámbito geográfico y sectorial de la presente investigación. Asimismo, los hallazgos respecto al impacto de la gestión financiera en la productividad empresarial ofrecen un marco empírico sólido que sustenta la hipótesis de relación entre cultura financiera y desarrollo empresarial.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Añari y Paja (2022) en su estudio tuvieron como objetivo identificar la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda., ubicada en Puno, durante el año 2021. Para lograrlo, se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo, con un tipo de estudio aplicado, nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal. La muestra incluyó a 233 socios de la cooperativa, y los datos se recopilaron mediante un cuestionario como instrumento.

Los resultados inferenciales indicaron que el p-valor obtenido fue 0.000, y el coeficiente de correlación según Tau b de Kendall alcanzó un valor de 0.475. Además, se observó que el 40% de los socios se encuentran en un nivel intermedio tanto de cultura financiera como de desarrollo económico. Esto sugiere que mejorar aspectos como la planificación, la gestión financiera, el ahorro y el uso del crédito puede contribuir significativamente a un desarrollo empresarial más eficiente, reflejado en un mayor crecimiento económico, mejor liderazgo y comunicación efectiva entre los colaboradores de la

organización. En conclusión, se encontró una relación positiva moderada entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en la cooperativa de estudio.

Este estudio es importante ya que brinda hallazgos sobre el tipo de nexo que existe entre las variables cultura financiera y desarrollo empresarial, de igual modo, brinda un marco metodológico funcional para desarrollar adecuadamente el estudio de las variables.

Rosillo (2022) investigaron cómo la cultura financiera influye en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado San Pedro, en la ciudad del Cusco, ya que contribuye a una mejor toma de decisiones y a una administración más eficiente de su capital, así como de los recursos obtenidos mediante financiamiento bancario. En este contexto, el estudio tiene como finalidad promover la adopción de una cultura financiera que resalte la importancia del ahorro, el crédito, la elaboración de presupuestos y, especialmente, el orden en la gestión de las finanzas. La investigación empleó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y propositivo, con un diseño no experimental. La población estuvo compuesta por 1,200 comerciantes, mientras que la muestra seleccionada incluyó a 40 comerciantes, a quienes se les aplicó una encuesta validada por tres expertos. Además, se realizó un análisis documental basado en información de SUNAT, INFOCORP y entidades bancarias, para evaluar la situación financiera de algunos comerciantes. Los resultados mostraron que estos no cuentan con una cultura financiera adecuada.

Los hallazgos de este antecedente permiten conocer la cultura financiera de comerciantes quienes tienen un perfil similar a los propietarios de microempresas textiles en Arequipa, lo cual vuelve al antecedente como un referente para comparar los resultados hallados y finalmente comprender de mejor manera la relación entre las variables.

Mamani (2022) desarrolló una investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre la cultura financiera y el crecimiento empresarial en las microempresas del distrito de San Juan de Miraflores, en Lima Metropolitana. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo correlacional y de corte transversal. La metodología empleada fue el método hipotético-deductivo. Como instrumento, se utilizaron dos cuestionarios estructurados en escala de Likert: uno para medir la cultura financiera (con 16 ítems distribuidos en tres dimensiones: conocimientos financieros, actitudes financieras y comportamientos financieros) y otro para medir el crecimiento empresarial (compuesto por 12 ítems). Estos instrumentos fueron validados por juicio de expertos y aplicados a una muestra de 30 microempresarios del distrito mencionado.

Entre las principales conclusiones, se evidenció una relación directa, positiva y significativa entre la cultura financiera y el crecimiento empresarial de las microempresas, siendo las dimensiones de actitudes y comportamientos financieros las que mostraron mayor correlación con las dimensiones del crecimiento empresarial. Estos resultados resaltan la importancia de fomentar una adecuada cultura financiera como factor clave para el fortalecimiento y expansión de las microempresas.

Esta investigación resulta sumamente útil para el presente estudio, ya que aborda ambas variables centrales —cultura financiera y desarrollo/crecimiento empresarial— dentro del contexto de microempresas peruanas. Además, refuerza el sustento teórico y empírico del análisis de la cultura financiera como un determinante del desempeño empresarial en el ámbito urbano, alineándose geográficamente y metodológicamente con la presente investigación.

2.1.3. Antecedentes locales

Oviedo y Riveros (2022) buscaron determinar el nivel de la cultura financiera de los empresarios del centro comercial tradicional La Barraca, Arequipa 2019. La metodología desarrolló un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y retrospectivo,

asimismo su alcance fue descriptivo-correlacional. Los instrumentos de medición fueron cuestionarios aplicados a 148 participantes (empresarios). Entre los resultados más importantes fue que no se evidenció un nivel elevado de cultura financiera entre los empresarios del Centro Comercial Tradicional La Barraca. Esto se debe a que la mayoría desconoce y no comprende el concepto de cultura financiera. Además, menos de la mitad de los encuestados cuenta con una planificación financiera, la mayoría carece de productos financieros, lo cual resulta alarmante, y en general, los empresarios no gestionan adecuadamente sus finanzas. De igual modo, se concluyó que los empresarios poseen un nivel considerable de conocimientos, ya que la mayoría está familiarizada con el concepto de tasa de interés; sin embargo, no hacen uso de este conocimiento debido a la desconfianza hacia el sistema financiero.

Los resultados del antecedente son significativos porque abordan directamente el nivel de cultura financiera en un contexto empresarial similar al que se estudia, aunque en un sector y ubicación específicos. Proporciona información clave sobre las limitaciones en la comprensión y aplicación de conceptos financieros entre empresarios, como la falta de planificación financiera y desconfianza en el sistema financiero, que podrían influir negativamente en el desarrollo empresarial.,

Galván y Pérez (2023) investigaron la relación entre la cultura financiera y el comportamiento financiero de los comerciantes del mercado Santa Rosa El Ovalo en Majes – Pedregal en Arequipa en el periodo de 2023. Se empleó una metodología cuantitativa, no experimental y de nivel correlacional, orientada a medir el impacto del conocimiento financiero en el comportamiento financiero de los comerciantes y en los distintos rubros que manejan. Asimismo, se realizó con una muestra de 128 comerciantes pertenecientes al Mercado Santa Rosa El Óvalo, quienes fueron evaluados mediante una encuesta que abarcó aspectos como su conocimiento y comprensión financiera, su nivel de educación financiera y el uso de productos

financieros. Los resultados mostraron una correlación positiva moderada del 75.6% en promedio entre la cultura financiera y el comportamiento financiero. En consecuencia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa, lo que indica que una mayor cultura financiera se asocia con un mejor desempeño financiero de los comerciantes del Mercado Santa Rosa El Óvalo durante el año 2023.

La investigación de Galván y Pérez se halla interesante, aunque el antecedente se centra en Majes – Pedregal y la presente investigación se realiza en Arequipa Metropolitana, ambas zonas comparten características socioeconómicas similares en términos de microempresas y su acceso limitado a educación financiera, lo que refuerza la aplicabilidad de los hallazgos del antecedente en tu estudio. Además, la herramienta utilizada (encuesta) y los aspectos medidos (educación financiera, uso de productos financieros) son indicadores que podrían inspirar o complementar los instrumentos de la presente investigación.

Alvis (2022) en su investigación tuvo como objetivo principal determinar la incidencia de la cultura financiera en el nivel de endeudamiento en los empresarios del centro comercial Arequipa Norte, en la ciudad de Arequipa, durante el año 2021. El estudio empleó un diseño no experimental de corte transversal, con un enfoque cuantitativo y un nivel correlacional; además, se utilizó el método deductivo. La investigación se desarrolló mediante la aplicación de encuestas estructuradas tipo Likert, con un cuestionario validado por juicio de expertos y una confiabilidad superior a 0.7 según el alfa de Cronbach. Este instrumento, compuesto por 30 ítems (15 por cada variable), fue aplicado a una muestra no probabilística por conveniencia de 108 empresarios pertenecientes a dicho centro comercial.

Los resultados evidenciaron una relación significativa, positiva pero débil entre las variables ($r=0.178$; $p=0.007$), lo que implica que, a mayor cultura financiera, el nivel de endeudamiento tiende a mantenerse dentro de márgenes adecuados en función de la capacidad

y necesidades del empresario. En otras palabras, un mayor conocimiento y dominio de conceptos financieros como presupuesto, ahorro, inversión y crédito está asociado con decisiones más responsables respecto al endeudamiento.

Esta investigación es valiosa para el presente estudio porque aborda ambas variables centrales —la cultura financiera y el desarrollo económico a través del control del endeudamiento— en una población similar (microempresarios en Arequipa). Además, proporciona un referente metodológico y empírico sólido para comprender cómo la educación financiera puede influir en el comportamiento empresarial, aportando evidencia útil para establecer comparaciones, afinar instrumentos y contextualizar hallazgos en el ámbito local.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Variable Independiente “Cultura financiera”

La cultura financiera consiste en dominar las habilidades, conocimientos y prácticas cotidianas necesarias para tomar decisiones financieras informadas y sensatas a lo largo de la vida (Tandazo & Ochoa, 2023).

Según Arrunátegui (2012), la cultura financiera hace referencia al conocimiento básico de las finanzas aplicado a la vida diaria. En una línea similar, Hens y Meier (2015) la describen como un conjunto de creencias, actitudes, percepciones, normas y hábitos compartidos en torno al uso del dinero y la relación con las entidades financieras. Esta se refleja en la capacidad de entender y manejar adecuadamente los recursos económicos, facilitando decisiones financieras responsables. Toledo y León (2023) afirman que la cultura financiera se evidencia en la habilidad del individuo para aprovechar los productos financieros, respaldado por un conocimiento pertinente. A esta perspectiva se suma Salamea y Álvarez (2020), quienes integran el concepto de consumo inteligente como parte esencial, enfocándose en una gestión eficiente del dinero. Finalmente, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS, 2017) amplía el concepto al señalar que la cultura financiera implica no solo conocer y usar

instrumentos financieros, sino hacerlo de forma adecuada y adaptada a las necesidades particulares de cada persona.

La Encuesta de Cultura Financiera Perú 2011 define este concepto como el conjunto de conocimientos, destrezas, actitudes y comportamientos que permiten a las personas gestionar eficazmente sus finanzas personales. Contar con un nivel adecuado de cultura financiera facilita el acceso a información más completa y precisa sobre productos financieros, así como una mejor administración del presupuesto tanto individual como familiar (ENFIN, 2011).

Por otro lado, algunos autores amplían esta noción al considerar la cultura financiera como la interacción constante entre una comunidad y su contexto económico. Esta visión abarca no solo la gestión de las finanzas personales, sino también el acceso y uso de los distintos servicios ofrecidos por el sistema financiero (Higuera & Gerardo, 2009). Asimismo, se reconoce su vínculo directo con el crecimiento económico y el fortalecimiento del sistema financiero. En esta línea, Tobar et al. (2017) argumentan que un conocimiento financiero adecuado puede favorecer la estabilidad económica, al permitir decisiones bien fundamentadas que impulsan el desarrollo y el bienestar de la sociedad.

En esa misma línea, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2005) subraya que la cultura financiera debe impulsar el desarrollo de habilidades a través de información clara, accesible y relevante. Este proceso educativo capacita tanto a consumidores como a inversionistas para entender las características, ventajas y riesgos de los productos financieros, lo que se traduce en decisiones más informadas y beneficiosas para su bienestar económico.

Por su parte, Klapper et al. (2015) sostienen que la cultura financiera cumple un papel crucial en la toma de decisiones adecuadas, ya que proporciona a las personas una base sólida de conocimientos en temas fundamentales como el ahorro, la inversión, la planificación

presupuestaria y el uso del crédito. Esto implica que un mayor nivel de cultura financiera mejora la capacidad para identificar y evaluar diferentes alternativas en la gestión del dinero.

De igual forma, Hens y Meier (2015) señalan que aspectos emocionales y psicológicos pueden incidir de manera notable en las decisiones financieras. Por ello, contar con una adecuada educación financiera favorece una gestión más racional y objetiva de los recursos personales.

En el contexto latinoamericano, Garzón et al. (2020) enfatizan que la cultura financiera cumple un papel determinante en la elección de productos de ahorro e inversión. Sostienen que una mayor alfabetización financiera se traduce en decisiones más informadas, lo que repercute positivamente en la administración de las finanzas tanto personales como familiares, contribuyendo a la reducción del endeudamiento y la pobreza.

A su vez, Hernández y Pérez (2019) resaltan que la relevancia de la cultura financiera radica en la capacidad de comprender y manejar eficientemente los recursos económicos. Un nivel sólido de conocimientos financieros permite tomar decisiones acertadas, organizar las finanzas con mayor eficacia, fomentar el ahorro, realizar inversiones prudentes y atender adecuadamente las responsabilidades económicas.

En su investigación, Remund (2010) realizó un análisis exhaustivo de las distintas definiciones de cultura financiera que se han planteado en la literatura en los últimos diez años, con el propósito de alcanzar un consenso que posibilite una definición más clara y unificada. A partir de este análisis, identificó cinco elementos recurrentes en la mayoría de las propuestas: el conocimiento de conceptos financieros fundamentales, la capacidad de expresarlos con claridad, la habilidad para manejar las finanzas personales de forma eficiente, la aptitud para tomar decisiones financieras acertadas y la confianza para planificar financieramente a futuro.

Por otro lado, la cultura financiera también ejerce una influencia importante en el entorno familiar. Tener una comprensión adecuada de las finanzas personales y del hogar

incide directamente en la calidad de las decisiones económicas familiares, promoviendo mayor estabilidad y bienestar económico. Asimismo, una cultura financiera sólida facilita decisiones más informadas respecto al ahorro y la inversión, lo que repercute positivamente en la mejora de la situación financiera del hogar a largo plazo (Ochoa & Tandazo, 2023).

La cultura financiera implica la capacidad de comprender el funcionamiento del dinero, lo que abarca desde generar ingresos hasta administrarlos de forma eficiente, potenciar su utilidad y evaluar alternativas de ahorro e inversión. En esencia, se trata de un conjunto de conocimientos, habilidades y estrategias que aplicamos en la vida diaria para gestionar adecuadamente los ingresos y egresos, así como para utilizar productos financieros con el propósito de mejorar nuestra calidad de vida (Gómez, 2014).

Por su parte, García-Cedeño y García-Briones (2022) definen la cultura financiera como la aptitud personal para gestionar los recursos económicos, considerándola una herramienta clave en la toma de decisiones orientadas al bienestar financiero individual. Este proceso exige que tanto ahorradores como inversionistas profundicen su conocimiento sobre los instrumentos financieros mediante información pertinente, fortaleciendo así sus capacidades para tomar decisiones más acertadas que impulsen el crecimiento patrimonial. Además, los autores subrayan que la cultura financiera brinda acceso a información valiosa sobre el entorno económico y financiero, ayudando a reducir riesgos como la pérdida de activos y el endeudamiento excesivo. También permite a los hogares ajustar sus decisiones de ahorro e inversión en función de sus metas y condiciones particulares.

2.2.2. Dimensiones de la cultura financiera

2.2.2.1. Servicios financieros

Esta dimensión de la cultura financiera está vinculada al grado de conocimiento que tienen los usuarios respecto a los servicios ofrecidos por las entidades financieras, particularmente una vez que ingresan al sistema bancario. Para maximizar el rendimiento de

sus inversiones, es crucial que los consumidores dispongan de información precisa y suficiente sobre dichos productos. Además, este nivel de comprensión les facilita acceder a beneficios especiales que los bancos suelen ofrecer a clientes destacados, ya sea por el monto de sus inversiones o por mantener un historial financiero sólido (García-Cedeño & García-Briones, 2022).

En esta línea, Toledo y León (2023) examinaron el desarrollo y las perspectivas de la inclusión financiera en el Perú, señalando que, si bien el 56 % de la población hace uso de servicios financieros, este porcentaje aún está por debajo del 75 % estimado por el gobierno. La brecha se vuelve más evidente al contrastar las zonas rurales con las urbanas. Entre los factores que explican esta diferencia se encuentran los elevados costos que enfrentan las entidades financieras para ampliar su infraestructura física, lo cual restringe el acceso en áreas alejadas, y el bajo nivel de educación financiera, que limita el aprovechamiento efectivo de dichos servicios.

A nivel nacional, organismos como la SBS (2017) han manifestado su interés en comprender los factores que inciden en el acceso y uso de los servicios financieros, como parte de sus políticas para fomentar la inclusión financiera. En este marco, en 2016 se realizó la primera Encuesta Nacional de Demanda de Servicios Financieros y Nivel de Cultura Financiera (ENDSF), la cual se ha convertido en una herramienta clave para identificar las necesidades, comportamientos y hábitos financieros de la población peruana.

De acuerdo con el estudio de Sotomayor et al. (2018), se evidenció que en áreas urbanas la cercanía a las oficinas del sistema financiero aumenta considerablemente la probabilidad de que las personas utilicen cuentas de depósito. En contraste, en zonas más distantes se detecta una mayor preferencia por recurrir a créditos informales. Además, se identificó que el acceso a préstamos formales está estrechamente vinculado con la estabilidad económica y el nivel educativo de los individuos. Estos factores, sumados a la capacidad para gestionar ingresos y

egresos, así como a la percepción positiva sobre la rentabilidad y flexibilidad de las cuentas de depósito, influyen favorablemente en el uso de productos financieros formales.

En el ámbito personal y familiar, Oruna et al. (2023) indican que el acceso y uso de servicios financieros en el Perú contribuye de forma positiva al bienestar de las personas y sus hogares, ya que permite un consumo más equilibrado, promueve el hábito del ahorro, abre posibilidades de inversión y proporciona mecanismos de protección ante eventualidades económicas.

2.2.2.2. Control financiero

Esta dimensión se relaciona con la capacidad de las personas para gestionar sus recursos económicos de manera eficaz. Implica la elaboración de presupuestos personales antes de incurrir en gastos, lo que permite evitar el uso impulsivo o desorganizado del dinero sin una planificación previa. El objetivo central es maximizar la generación de riqueza mediante una distribución adecuada de los ingresos, asignando montos específicos al consumo personal, al cumplimiento de compromisos financieros y al ahorro (García-Cedeño & García-Briones, 2022).

A nivel individual, el control financiero representa la etapa posterior a la planificación económica. Para llevarlo a cabo de forma adecuada, es indispensable contar con un plan financiero previo que funcione como referencia para supervisar, evaluar y ajustar la gestión de los recursos personales. Esto permite garantizar el logro de los objetivos establecidos, o en su defecto, actualizarlos oportunamente frente a posibles imprevistos (Chavarro, 2024).

El control financiero se fundamenta en el seguimiento y análisis constante de la situación económica personal, lo que permite aplicar medidas correctivas cuando sea necesario (Salamea & Álvarez, 2020).

En el contexto de las finanzas personales, este control se manifiesta como la capacidad de planificar, monitorear y ajustar el presupuesto, detectar desviaciones y corregirlas

oportunamente, así como mantener un equilibrio adecuado entre ingresos, gastos, ahorro e inversión. Esta práctica facilita el avance sostenido hacia los objetivos financieros, mejora la capacidad de respuesta ante imprevistos y fortalece el bienestar económico a largo plazo (World Bank, 2014).

Considerando que un plan financiero personal conlleva el establecimiento de metas económicas y las acciones necesarias para alcanzarlas, el control financiero se convierte en una herramienta clave para lograrlo. A través de este, las personas pueden tomar decisiones bien fundamentadas, corregir el rumbo cuando se presentan desviaciones y alcanzar sus propósitos a largo plazo en un entorno social y económico dinámico. En consecuencia, el control financiero contribuye de manera significativa a mejorar la calidad de vida tanto del individuo como de su entorno inmediato (Riveros & Becker, 2020).

Figuroa (2009) señala que el control financiero implica realizar evaluaciones periódicas que contrasten los resultados obtenidos con lo previamente planificado, con el fin de identificar la necesidad de ajustar acciones o redefinir objetivos. Entre las herramientas más efectivas para este propósito se encuentra el presupuesto, el cual no solo permite evaluar el desempeño financiero y establecer límites de gasto, sino que, gracias a su enfoque prospectivo, facilita la proyección de ingresos y egresos futuros, fortaleciendo así tanto la etapa de planificación como la de control financiero.

2.2.2.3. Ahorro

La cultura financiera implica la capacidad de una persona para generar ahorro de manera significativa mediante el uso racional e inteligente de sus recursos económicos. Esta competencia permite mantener una estabilidad financiera que cubra tanto los gastos diarios como posibles contingencias que requieran desembolsos inesperados. En las economías desarrolladas, el hábito del ahorro es promovido activamente, al considerarse un pilar

fundamental para la estabilidad económica a nivel nacional (García-Cedeño & García-Briones, 2022).

El ahorro, en este sentido, representa un componente clave de la cultura financiera y se define como la práctica de reservar una parte del ingreso disponible. Generalmente, se asocia con la acumulación y preservación de recursos económicos orientados a enfrentar emergencias no previstas o a financiar proyectos futuros de inversión (Salamea & Álvarez, 2020).

Galeas et al. (2018) señalan que el ahorro implica destinar una parte de los ingresos mensuales —ya sean personales o empresariales— para su uso futuro en gastos importantes o en situaciones económicas imprevistas.

Si bien existen múltiples formas de ahorrar, Toledo y León (2023) destacan que recurrir a servicios financieros para este fin permite orientar esos recursos hacia inversiones productivas, promoviendo el desarrollo de iniciativas rentables. En ese sentido, la cuenta de ahorros es el producto financiero más utilizado por la población peruana para acumular capital (Toledo & León, 2013).

El uso estratégico y eficiente de servicios financieros orientados al ahorro, tanto en el ámbito personal como familiar, tiene un impacto significativo en la calidad de vida. Este tipo de ahorro no solo facilita la acumulación de recursos para futuros proyectos, sino que también estimula el crecimiento económico al potenciar el emprendimiento y la inversión productiva (Sotomayor et al., 2018).

Del mismo modo, el hábito del ahorro no solo repercute favorablemente a nivel individual, sino que también tiene efectos positivos en la economía a gran escala. En el contexto nacional, fomentar la cultura del ahorro contribuye a la acumulación de capital y al impulso de la inversión productiva, elementos esenciales para promover un crecimiento económico sostenible. Asimismo, disponer de reservas de ahorro actúa como un escudo frente a crisis

económicas, fortaleciendo la capacidad de resiliencia tanto de las personas como del país ante situaciones adversas (García-Cedeño & García-Briones, 2022).

2.2.3. Variable Dependiente “Desarrollo empresarial”

El desarrollo empresarial se refiere al progreso que experimenta una organización a lo largo del tiempo. Este progreso se logra a través de estrategias de capacitación e innovación que fortalecen las habilidades tanto del empresario como de sus empleados, con el objetivo de mejorar las condiciones de la empresa (Mejias, 2023).

De acuerdo con Redaction Team (2022), el desarrollo empresarial se refiere al conjunto de acciones orientadas a lograr que un negocio mejore en el futuro. Este proceso implica captar y fidelizar clientes, aplicar estrategias competitivas, aprovechar las oportunidades del mercado y fortalecer la reputación de la empresa. Por su parte, Mendoza et al. (2021) vinculan el desarrollo empresarial con el crecimiento sostenido de una unidad económica, ya sea mediante su expansión o la creación de nuevas unidades, destacando la importancia de mejorar la economía, la eficiencia, la productividad y la competitividad, así como de asegurar niveles adecuados de liquidez, gestión y rentabilidad. En este sentido, el desarrollo empresarial constituye un pilar clave para el progreso económico y social de un país. Para lograr mantenerse y crecer en un entorno competitivo, es indispensable implementar estrategias dinámicas que faciliten el cumplimiento de los objetivos establecidos en la gestión del negocio.

El desarrollo empresarial integra diversos elementos que permiten al líder conducir a la organización hacia el éxito. Estos componentes actúan como un factor articulador que posibilita un impacto positivo en la empresa, especialmente a través del reconocimiento y aprovechamiento del potencial del capital humano (Mendoza et al., 2021).

En la misma línea, Euroinnova (2024) plantea que el desarrollo empresarial es un proceso mediante el cual tanto el líder como su equipo fortalecen y optimizan las habilidades que ya poseen, con el objetivo de incrementar la eficacia y productividad de la organización.

Este proceso puede implementarse en distintos contextos, incluyendo empresas, organizaciones sin fines de lucro, instituciones educativas, entre otros. Además, promueve la capacitación constante del recurso humano y consolida una cultura empresarial sólida, la cual actúa como el nexo que conecta y alinea todos los elementos que conforman la estructura organizacional.

Delfín y Acosta (2016) sostienen que el desarrollo empresarial implica la articulación de diversos factores que permiten al empresario guiar a la organización hacia el cumplimiento de sus metas. Entre estos factores se destacan el crecimiento económico, la cultura organizacional, el liderazgo, la competitividad, la capacitación y la innovación. Se trata de un enfoque integrador que busca generar un impacto favorable en las organizaciones, reconociendo y aprovechando las capacidades del talento humano como eje central.

Por su parte, Koontz y O'Donnell (2004) afirman que el desarrollo empresarial tiene como finalidad fortalecer la competitividad, fomentar la formalización y promover el crecimiento sostenible de las empresas. Este proceso contribuye al incremento del empleo formal, mejora la productividad y rentabilidad empresarial, impulsa el aporte al Producto Bruto Interno (PBI), dinamiza el mercado interno y las exportaciones, y refuerza la recaudación fiscal.

Díaz y Jungbluth (1999) entienden el desarrollo empresarial como la capacidad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) para acceder a mecanismos que faciliten su inserción en los mercados. Esto incluye la promoción de sus productos, el fortalecimiento de redes empresariales, participación en compras estatales y comercialización sobre sus bienes y servicios. Para lograrlo de manera efectiva, es esencial una gestión empresarial adecuada, basada en una planificación estratégica de actividades y recursos, una estructura organizacional eficiente que permita operar dentro del sector empresarial, y una dirección capaz de tomar decisiones acertadas, coordinar acciones y administrar los recursos de manera óptima.

En complemento, Andrade (1997) retoma a Michael Porter al señalar que quienes compiten realmente en la economía son las empresas y los sectores productivos, no las naciones. Por ello, las empresas desempeñan un rol crucial en el desarrollo económico sostenible y en la generación de riqueza. Sin embargo, aún persiste una considerable falta de información y conocimiento sobre la realidad económica de las MYPE, incluyendo su situación financiera, prácticas de gestión, principales desafíos y estrategias para su crecimiento futuro.

El desarrollo empresarial hace referencia al avance que experimenta una empresa como resultado de su evolución a lo largo del tiempo. Este progreso puede reflejarse en diversos aspectos, como la construcción de una imagen de marca sólida, el fortalecimiento de su posición competitiva, la creación de un entorno laboral positivo o la adopción de prácticas de responsabilidad social (Aranibar et al., 2022). Sin embargo, como señala Ackoff (1990), el desarrollo empresarial no siempre implica un crecimiento en tamaño. En ciertas situaciones, una empresa puede optar por reducir su escala operativa para centrarse en su actividad principal, aplicando estrategias como la externalización de funciones o el decrecimiento planificado. En este sentido, el desarrollo empresarial no se limita al aumento de recursos o expansión física, sino que también puede manifestarse en la mejora cualitativa de sus procesos, estructura y enfoque estratégico.

2.2.4. Dimensiones del desarrollo empresarial

2.2.4.1. Crecimiento económico

McMahon y Squire (2003) plantean que el crecimiento económico suele tomarse como un indicador de la efectividad de las políticas implementadas por el gobierno. En esta lógica, un incremento del crecimiento reflejaría el uso de una estrategia económica acertada, motivo por el cual se sugiere a los países con bajos niveles de crecimiento ajustar sus políticas siguiendo el ejemplo de aquellos con mejores resultados. No obstante, esta perspectiva ha sido cuestionada debido a múltiples factores, como la desigualdad en la distribución del ingreso, los

impactos ambientales negativos, las consecuencias sociales no deseadas, y la necesidad de administrar los recursos de manera más eficiente para lograr una prosperidad verdaderamente sostenible.

Delfín y Acosta (2016) sostienen que el crecimiento empresarial se evalúa en función del nivel de productividad alcanzado, entendida esta como la capacidad para generar bienes o servicios. Esta noción implica analizar tanto el estado de los recursos como la eficiencia con la que fueron utilizados durante el proceso productivo. En ese marco, la productividad representa el núcleo del desafío económico: optimizar el uso de los recursos disponibles. Por tanto, el objetivo fundamental de cualquier sistema económico sería precisamente elevar su productividad.

2.2.4.2. Competitividad

Porter (1985) señala que la competitividad de un país está directamente relacionada con la capacidad de su industria para innovar y mejorar continuamente. Las empresas logran ventajas competitivas cuando introducen innovaciones que les permiten diferenciarse. Por su parte, da Cunha et al. (2006) advierten que aún no existe una definición universalmente aceptada de competitividad; para el ámbito empresarial, esta se refiere a la habilidad de operar eficazmente en mercados internacionales con una estrategia global, mientras que, desde la perspectiva política, se asocia con mantener una balanza comercial favorable. En esa misma línea, Delfín y Acosta (2016) afirman que la competitividad implica la capacidad de afrontar y superar contextos económicos y sociales desfavorables, lo que permite a los distintos actores económicos adaptarse y prosperar pese a escenarios adversos.

2.2.4.3. Capacitación

Villatoro (2004) sostiene que la capacitación es un componente esencial de la educación y formación integral de las personas, ya que implica un proceso de aprendizaje cuyo resultado se manifiesta en un cambio de conducta. En este sentido, los cambios observables en los

trabajadores deben responder a necesidades previamente identificadas, que luego son transferidas y reforzadas dentro de la organización. Asimismo, el autor enfatiza que los programas de capacitación no deben implementarse de manera aislada, sino integrarse en iniciativas más amplias de mejora organizacional, alineándose con transformaciones estructurales, de sistemas, procedimientos y filosofía institucional, con el fin de generar un impacto positivo en los resultados de la organización.

Galván y Fernández (2011) plantean que la educación y la formación deben entenderse como inversiones realizadas por individuos racionales con el propósito de aumentar su productividad y sus ingresos. Desde la perspectiva de la teoría del capital humano, se asume que los agentes económicos actúan racionalmente, invirtiendo en sí mismos tras realizar un cálculo costo-beneficio. Esta teoría también distingue entre dos tipos de formación: la formación general, adquirida principalmente en el sistema educativo, orientada a mejorar la productividad individual en términos amplios; y la formación específica, que cobra sentido en el marco de relaciones laborales duraderas entre empleador y empleado. En este último caso, la inversión en capacitación puede ser asumida completamente por la empresa o compartida con el trabajador.

2.2.5. Elementos del desarrollo empresarial

Mendoza et al. (2021) señalan que diversos factores como el crecimiento económico, la cultura empresarial, la gestión del conocimiento y la innovación son fundamentales para orientar el desarrollo empresarial.

- **Crecimiento económico:** Se entiende como la capacidad de una empresa para incrementar su productividad, lo cual implica el reconocimiento del papel del Estado y del uso eficiente de los recursos en los procesos productivos. Desde esta perspectiva, el crecimiento económico constituye un objetivo central para

toda empresa con fines de lucro, y se alcanza a través de la articulación de múltiples factores que impulsan su desarrollo.

- **Cultura empresarial:** Representa un pilar clave, ya que refleja hacia el exterior la identidad y visión de la empresa. Está compuesta por un conjunto de valores, creencias, expectativas y supuestos que definen tanto a la organización como al comportamiento de su capital humano.
- **Gestión del conocimiento:** Se refiere al proceso mediante el cual se comparten conocimientos y experiencias entre individuos o grupos dentro de una organización. Esta práctica facilita la transferencia de saberes tanto individuales como colectivos, conformando un capital intelectual que pertenece al talento humano de la empresa. Su objetivo principal es convertir ese conocimiento en un valor añadido que otorgue a la organización una ventaja competitiva sostenible frente a otras.
- **Innovación:** Implica la introducción de nuevas ideas, métodos o mejoras sobre procesos tradicionales, ya sea mediante estrategias novedosas o protocolos específicos. En el ámbito empresarial, la innovación se traduce en el desarrollo de productos inéditos o en la optimización de sistemas existentes, procesos, diseños o estrategias de marketing, con el propósito de enfrentar eficazmente los desafíos que surgen durante el crecimiento de la empresa.

2.2.6. Normativa de la SBS

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) desempeña un papel fundamental en la regulación y supervisión del sistema financiero peruano, con el objetivo de promover la estabilidad, transparencia y eficiencia del mercado financiero (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS], 2023). Asimismo, las normativas específicas de la SBS que están directamente relacionadas con las microempresas son las siguientes:

- **Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros (Ley N° 26702)**

Esta ley regula el funcionamiento de todas las instituciones financieras en Perú, incluyendo las que ofrecen productos específicos a microempresas, como Cajas Municipales y Rurales, y otras entidades de microfinanzas. Por lo tanto, esta ley regula la operatividad de las entidades que proporcionan microcréditos a las microempresas, garantizando que estas puedan acceder a financiamiento de forma transparente y con condiciones justas. En ese sentido, esta ley es importante, ya que establece el marco normativo bajo el cual las microempresas pueden acceder a servicios financieros, lo que puede influir en su cultura financiera y en su capacidad para desarrollarse (Congreso de la República del Perú, 1997).

- **Resolución SBS N° 3274-2017 de la SBS**

Esta resolución establece disposiciones relacionadas con la conducta de mercado de las entidades financieras en Perú. Abarca aspectos fundamentales para asegurar que las instituciones financieras operen de manera ética y transparente en sus interacciones con los consumidores. Se enfoca principalmente en garantizar la protección de los derechos de los consumidores, la transparencia en la oferta de productos y servicios financieros, y la promoción de buenas prácticas comerciales por parte de las entidades reguladas. Además, el reglamento establece pautas para la comercialización y promoción de productos financieros, la atención al cliente, la correcta información sobre las condiciones de los productos, y la prohibición de prácticas engañosas o abusivas. También establece mecanismos de queja y resolución de conflictos entre los usuarios y las entidades financieras (SBS, 2017).

- **Decreto Supremo N° 255-2019-EF**

La Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF), en la cual la SBS participa activamente, busca ampliar el acceso y uso de servicios financieros de calidad para todos los segmentos de la población. Esta política es particularmente importante para las microempresas,

ya que facilita su integración al sistema financiero formal, permitiéndoles acceder a créditos y otros servicios financieros en condiciones más favorables. La inclusión financiera se considera un componente clave para el desarrollo empresarial, ya que proporciona las herramientas necesarias para el crecimiento y la sostenibilidad de las microempresas (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2019).

- **Normas de Protección de Datos Personales (Ley N° 29733)**

La SBS ha establecido políticas, roles, normas y procedimientos para implementar la Ley de protección de datos personales, integrando las prácticas necesarias para salvaguardar la información personal en sus procesos internos. Además, lleva a cabo auditorías internas para verificar el cumplimiento de las medidas organizativas, legales y técnicas, lo que favorece la mejora continua de sus procedimientos. Dado su rol, la SBS recibe información de las entidades supervisadas, como bancos, microfinancieras, compañías de seguros y administradoras de fondos de pensiones, así como de otros sujetos obligados a reportar a la Unidad de Inteligencia Financiera. También recoge información directamente de los ciudadanos mediante canales como el chatbot, teléfono, correo electrónico, redes sociales y oficinas de atención al usuario en Lima y otras provincias. Para garantizar la protección de los datos personales, la SBS implementa controles de seguridad, los cuales son monitoreados regularmente como parte de un proceso continuo de mejora para asegurar un alto nivel de seguridad (SBS, 2023).

2.3. Operacionalización de variables

2.3.1. Operacionalización conceptual

La variable cultura financiera se fundamenta en tres dimensiones:

- Servicios financieros.
- Control financiero.
- Ahorro.

La variable desarrollo empresarial se fundamenta en tres dimensiones:

- Crecimiento económico
- Competitividad.
- Capacitación.

2.3.2. Tabla de operacionalización de variables

- **Variable independiente:** Cultura financiera
- **Variable dependiente:** Desarrollo empresarial

Tabla 1
Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
V. Independiente Cultura financiera	Servicios financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de servicios financieros • Actividad bancaria • Acceso a servicios financieros 	Cuestionario
	Control financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de recursos financieros • Planificación financiera • Conciencia financiera • Disciplina financiera 	
	Ahorro	<ul style="list-style-type: none"> • Protección patrimonial • Planificación de objetivos de ahorro • Previsión financiera 	
V. Dependiente Desarrollo empresarial	Crecimiento económico	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo • Globalización • Rentabilidad • Gestión de ingresos 	
	Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • Sofisticación empresarial • Innovación • Competitividad empresarial del sector y proveedores 	
	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación laboral • Técnicas de capacitación • Equipos y máquinas • Aprendizaje continuo 	

Nota. Adaptación propia basada en la investigación, 2024.

2.4. Hipótesis de la investigación

2.4.1. *Hipótesis general*

Dado que, la cultura financiera abarca un conjunto de conocimientos y actitudes que posibilitan a las personas gestionar sus finanzas personales de manera eficiente, tomando decisiones adecuadas sobre el manejo de sus recursos tanto individuales como familiares. Es probable que, pueda existir una relación significativa entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.

2.4.2. *Hipótesis específicas*

- Existe una relación significativa entre los servicios financieros y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.
- Existe una relación significativa entre el control financiero y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.
- Existe una relación significativa entre el ahorro y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.



CAPÍTULO III

3. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

3.1. Metodología del estudio

3.1.1. Tipo de investigación

Comprende un estudio de tipo básico, ya que tiene como objetivo principal aumentar el conocimiento teórico y la comprensión de los fenómenos sin que necesariamente tenga una aplicación práctica inmediata (Hernández et al., 2014). Asimismo, Sabino (2014) señala que la investigación básica impulsa el avance científico al proporcionar bases teóricas que pueden ser aprovechadas por la investigación aplicada.

3.1.2. Enfoque de la investigación

Se emplea un enfoque cuantitativo, el cual implica la recolección y el análisis de datos numéricos. Este enfoque utiliza herramientas estadísticas, matemáticas y computacionales para obtener resultados precisos y generalizables (Bernal, 2010).

3.1.3. Diseño de la investigación

El diseño es no experimental de corte transversal, debido a que se observan y analizan variables sin manipularlas, en un solo momento en el tiempo (Cabezas et al., 2018).

3.1.4. Alcance de la investigación

Es de alcance correlacional ya que se busca identificar y analizar la relación entre dos o más variables sin establecer una relación causal entre ellas (Ñaupá et al., 2014).

3.1.5. Delimitación de la investigación

3.1.5.1. Área, Subárea, Disciplina (Clasificación OCDE)

- Área: Ciencias Sociales.
- Subárea: Economía y Negocios.
- Disciplina: Negocios y Management.

3.1.5.2. Línea y Sub línea de investigación (EPAE)

- Línea: Finanzas.
- Sub línea: Microfinanzas.

3.1.5.3. Delimitación sustantiva, geográfica, temporal

- Delimitación sustantiva: Se investigará en torno a dos variables que son cultura financiera y desarrollo empresarial.
- Delimitación geográfica: Se investigarán las microempresas textiles ubicadas en Arequipa Metropolitana.
- Delimitación temporal: Se investigará en un periodo de 4 meses aproximadamente, desde julio del 2024 hasta octubre del 2024.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Para el presente estudio se considerarán las microempresas textiles del Parque Duhamel, ubicado en el distrito de Arequipa, de este modo, de acuerdo con la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT] (2021) en el distrito de Arequipa existen 369 MIPYMES del sector manufactura con código CIU 1810 “Fabricación de prendas de vestir” (Observatorio PRODUCEmpresarial, 2024), a continuación, se detalla la lista de MIPYMES:

Tabla 2

Directorio de empresas MIPYME formales del Sector Manufactura 2021.

RAZÓN SOCIAL	Código CIU	DESCRIPCIÓN CIU
HUANCCO CARI ANGEL CRISTOBAL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FLORES VILLASANTE CARMEN JULIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AWAQ PAQOCHA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - AWAQ PAQOCHA S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VELARDE ABADIE RAQUEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ZEGARRA DELGADO DIMMY CONRAD	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VEGA CORPORATION EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIAL TEXTIL RUNA S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CASTELO CASTELO S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

BOHORQUEZ QUISPE YUREMA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
NAVARRO RAMOS VDA DE PEREZ MARTA NATALIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FABRICA DE CONFECCIONES COBRA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
NAYHUA GAMARRA NATTY SOLEDAD	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GIRALDEZ RODRIGUEZ ANA MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
COMERCIO INDUSTRIA Y SERVICIOS RUNA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VILCA RAMOS MICHELL ANGEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
IMC S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AGUAYO ANCASI JONATHAN BRIAM	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ESCARCINA QUISPE CAROLINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ZEGARRA ADANAQUE RAINNER MANUEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AYMA CHAHUARA YANET	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FLORES ZUIGA KARLA LUCIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LUQUE RECHARTE MARIA ANTONIETA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES Y DISEOS G.A.P. E.I.R.L. - CODIGAP E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAQUERA ALARCON VICTORIA CORINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CALLAHUANCA JIHUALLANCA KARLA ELIZABETH	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPE ATAMARI DINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
OVIDEO HUAMANI LIZBETH MAYRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MODA REAL S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VALENCIA CHINO TIMOTEO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VERA ALDAZABAL DE HUILLCA SHELLMY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SOTOMAYOR ALCANTARA DE FUENTES ANGIE LUZ	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ARCE VALDIVIA SILVIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CENTRO DE LA MODA TUCO PAUCARMAYTA S.R. L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LINARES CONDORI MARIA DEL PILAR YOLANDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
NUNEZ PONCE JUAN SIMION	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GRABIEL CASANI MARIELA LOURDES	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ANDINA OUTDOORS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
RANILLA ROQUE MARIA MILAGROS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
JHOVELY GROUP E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CALLA CORNEJO RICHARD FREDY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUICO QUISPE LEONCIO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DENIS & NEWFIT E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CHAFLOQUE CHIRINOS ANGEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CARES SR. LTDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES INDUSTRIALES MTV EIRL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TICONA TICONA CHRISTOPHER EDUARDO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ZAPANA PORRAS JUBER HUGO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SALINAS PILCO RAMIRO JOEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIALIZACION Y HERRAMIENTAS INALDAN S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
WALLO & LILY S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AWARANK'U E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PONCE MAMANCHURA MARIA LADISLADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BERTEX S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CERVANTES QUISPE CLAUDIA MIRELLA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TICONA QUISPE JULIO ELIAS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DELGADO ZEGARRA BRYAN LEONARD	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MORENO CHAMBI VERONICA GRACIELA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
NEGOCIOS Y CONFECCIONES ALINA S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SS DE CONFEC Y ACABADOS LIZED EIRL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUAMAN BUSTINZA JULIO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CCALTA CUTIRE ISIDRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PEREZ PEREDO YANET MANUELA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

VILCA DAMAS LUCY MIRIAM	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FABRICA DE CONFECCIONES FOX SPORT E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SUCA HUAQUIPACO HELBER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIAS RAFF E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ESTEBA TICONA SENOVIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MEJIA LIPA VDA DE ROSSEL ANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PAUCAR CAYO JACK BROWN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CORPORACION INDUSTRIAL MARIA AUXILIADORA S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUAINASI MAMANI CIPRIANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MONTENEGRO MACHACA ADRIAN FAUSTINO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FIGUEROA CONDORI DAYSI	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
NAYMERTH S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INFA FORA VICTOR RAMON	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI APAZA RENE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PERCA NINA LUCIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FABRICA DE CONFECCIONES YENYIL S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ESTREMADOYRO BEJARANO CAMILA ESTEFANIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAYTA HANCCO DE DIAZ AVELINA AGUEDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HILACHAS Y TRAPITOS S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
JALISTO NINATAYPE ROMAN AUGUSTO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TELARES AREQUIPA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DANDI TEXTILES E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CREACIONES D Y L S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HANCCO AQUINO CLAUDIO ELISBAN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FONSECA MAMANI FLOR MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VRILLANTES INGENIERIA PROCESO SISTEMA S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI QUIRO PATRICIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MOZOMBITE YAHUARCANI ARELI	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BEGAZO BUTLER DIANA LUZ	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CRUZ CONDORI NOLBERTO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MORENO CHAMBI ELIZABETH SARA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
KFK INDUSTRIA TEXTIL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - KFK INDUTEX E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES NECALEX E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
IMPORTADORA Y EXPORTADORA RAJI & JAMIL S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PINEDA LOAYZA ESTHER SANDRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GUTIERREZ DE CHIRINOS JUDITH MARTA JULIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
NAVARRO CORIHUAMAN RUTH BERNARDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUILLA DESIGN S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
EMPRESA DE SERVICIOS MULTIPLES FABIAN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
CAYRO PREVATE STEPHANIE LIZBETH	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PALACIOS ROMAN JULIA AMPARITO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIAS GRUPP EIRL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FLORES SUBIA JORGE LUIS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CHOQUE MARCA RUBY JOSEFINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DURAND PALACIOS RICHARD RENE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIAS MAJES M&R E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LOPEZ GUERRA ROBERTO ENRIQUE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VELASQUEZ GAMBARINI MARITA BEATRIZ	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ANGLES SARAVIA MIGUEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DISTRIBUIDORA LOGISTICA TOTAL E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ALARCON FERNANDEZ GISSBEL ELIZABETH	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FABRICA DE CONFECCIONES ARCAMET S.A.C. - ARCAMET S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPE CUEVAS TOMASA GABINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ARTE & TEXTIL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

CONVER'S SPORT SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CONVER'S SPORT S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONDORI ESPINOZA EDGAR DOMINGO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VILLEGAS CHIPANA KARINA EVA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LITEX INDUSTRIAS E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VILCA POSTIGO GABY GABRIELA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ROCKMANTIC MODA Y ACCESORIOS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ROCKMANTIC E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MARQA CORP SERVICIOS & REPRESENTACIONES GENERALES S.R.L. - MARQA CORP S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INNOVATEX SUR E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES RUTSBEL S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
KLAU'S INDUSTRIAS S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CHACALLA PALLE YENIFER MADELEYNE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPE HUAMAN DE VILCA MERCEDES OLGA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HOLGUIN VILCAHUAMAN WENCESLAO TOMAS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HANCCO PACCO VICTOR	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
EUROMODA CASA DEL SASTRE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TRUAR EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - TRIAR E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIAS KLEINFOR E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
WORK WEAR INDUSTRIAL E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TELAMODA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
RETAMOZO ROMAN VANESSA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES TEXMAN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CONFECCIONES TEXMAN S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SUNIWAY PERÚ S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONDORI HUAYAPA BETTY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPEVANA VARGAS ALEJANDRO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VFOUR S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
UNIFORME LABORAL PARKA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GANATORS E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VALENCIA DELGADO JUNIOR JESUS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PARI RAMOS NERIO ELVIS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VASQUEZ FERNANDEZ CARLA ALEJANDRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AVILA ANAHUI OLGA VERONICA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CHULLO CONDO ENGELES ALEXANDER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
KANASHIRO MORITA JUAN CARLOS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FAGOQUI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - FAGOQUI E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CHAHUARA HUAYNA LUIS ALBERTO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SERVICIOS GENERALES AVIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SERVICIOS GENERALES AVIVA S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
REPRESENTACIONES INDUTEX EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SERVICIOS GENERALES R Y M AQP E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES HUMBSER E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LAURA QUISPE JUAN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LUVI CONFECCIONES E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
COMPANIA INDUSTRIAL BMA E I R L	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ISDAM ALTOS ESTUDIOS DE DISEÑO ARTE Y MODA S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
JHADE NEGOCIOS E INVERSIONES E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
T'IPANA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
WM INDUSTRY EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - WM INDUSTRY E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

ADANAQUE ESPINOZA JOSSI MANUEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PHOCCO HUAYTA GUILLERMO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
D FRIDA COLLECTION E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
COLTEX IMPORTACIONES E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUAHUACHAMPI COLLANQUI JUAQUINA JACINTA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CASA MATUK S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VERGARA QUIONES ALICIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CENTENO QUISPE CLETO JESUS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MENDOZA CALACHUA GLEIDY SANDRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VIC CAPS S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GONZALES GUTIERREZ FRIDA VICTORIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONDOR SPORT S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TEOZEN E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CACERES VALDIVIA ALDO JUAN PEDRO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
EVECON EMPRESA INDIVIDUAL DE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
RESPONSABILIDAD LIMITADA - EVECOM E.I.R.L.		
SERNA RODAS WALTER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SOLIDARIDAD AQP S.A.C. - S AQP S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ALVAREZ RODRIGUEZ CARMEN VALENTINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PERUVIAN TRADING & CONSULTING COMPANY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
S.A.C.		
CONDORI NEYRA WILMER ALFREDO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SAFETY AND PROTECTION SOCIEDAD ANONIMA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CERRADA		
CREACIONES MARLENY EXPORT E IMPORT SCRL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
JKM CONFECCIONES E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUEZADA VALDEZ MILAGROS JUDITH	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ROSSELL MEDINA MAENA ROSALVA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TRAPITOS S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI HUAYTA CARLOS ALBERTO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONDORI JACHA ANTONIO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
OPORTO DE TAMAYO NERI DONY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LIRA PORTUGAL IVAN ADRIAN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MENDOZA QUISPE ROGER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PERALTILLA RUIZ GIOVANNA KARINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
YANARICO MAMANI YOSHELYN YANIRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FERNANDEZ DE VELASQUEZ ALICIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PENA TELLEZ GLADYS GLORIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PARI MENDOZA ROSA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES Y DISTRIBUCIONES SORIAM	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
E.I.R.L.		
HUAMAN PALOMINO SANTIAGO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MERMA CHAHUASONCCO PAULA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CALCINA MIRANDA ELIAS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
POLOS & COSAS SRL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GRUPO DIKELO E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ANDRADE ALVARADO ELVA DORIS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INSETEX E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ZEGARRA PINTO MANUEL TOMAS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
KEPICERIA DURAND S.R.LTDA.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TRADERTEX EMPRESA INDIVIDUAL DE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
RESPONSABILIDAD LIMITADA		
MAMANI ARPI ALEJANDRA ESTEFANY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAYHUA LOPEZ CIRO HERNAN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FABRICA DE CONFECCIONES PARETTO SOCIEDAD	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ANONIMA CERRADA		
PENTATHLON S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIAS KALLPA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUAYTA PARICOTO LOURDES MARLENE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PACORI DE SOLIS ISIDORA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

REPRESENTACIONES Y DISTRIBUCIONES BENSAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BORDADOS EL DORADO S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CIRCLEM E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ANCO HUARACHI MERCEDES BETSABE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ROJAS CICALTA LUZ MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TORRES HUAMAN SAMANTHA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TEKNO VOGUE S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BARREDA CARDENAS YOLANDA MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIAS TICO TICO E.I.R.L.-TICO TICO E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TORRES PAREDES ANA MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
RUIZ MELENDEZ MILAGROS VERONICA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SUEROS YANA RONALD RAFAEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GUTIERREZ SOPO LUIS ALBERTO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIA TEXTIL ATLAS E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CORPORACION L.H.F. SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAEDA AQP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
COSSIO BARREDA SANDRA ROSARIO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VILLA LUNA ESTHER LUCRECIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TEXFASER S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INDUSTRIES & SECURITY SCORPIO E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INCOSER M & R E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI QUIRO ERIKA MARIBEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUAMANI CCAHUA MARLENI	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INVERSIONES RAYSHOP S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CASTILLO CALCINA EVELIN AMANDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PRADO RETAMOZO PAULA FERNANDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
JAZMAR DISTRIBUCIONES E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PLAYER'S SPORT SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TORRES DURAND JESUS ROLANDO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
NINA PINEDA CARLOS ALBERTO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
EMELYS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - EMELYS S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GARANTIA EN CONTRATOS EMPRESARIALES EIRL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUMBSER ALVAREZ PATRICIO RENE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SAUL SPORT E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AGRAMONTE CALISAYA VERONICA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
KQUAITO S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CREACIONES FLAVIA CABALLERO E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
INVERSIONES MONIK S.A.C. - INVERMO S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BARRIOS VENTURA LEDDY LIZ FLOR	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
REPRESENTACIONES TRES JOTAS E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PARI VARGAS JOSEFINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TERNOS BENJAMIN E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ILLARY AQP E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ALARCON VERA CAROLINA FIORELLA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
APAZA ESCARCENA YAKELY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BADAJOS Y CIA S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MISTITEX S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
I SPORT E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CASA OMAR CONFECCIONES S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CENTURYFIELD S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MODA TQM S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUAHUACHAMPI MAMANI LUZ MARINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
COPARA MIRANDA UBER ERNESTO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DUEAS ALVAREZ YOLANDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VARGAS MENDOZA PATRICIA KRISTEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

CONDORI QUISPE WILBERT DOMINGO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPE HURTADO ANGELICA MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CERPA BARREDA SILVIA MARISOL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BARRIGA MONTECINOS AURELIA ROXANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LUCCIUS R & G EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - LUCCIUS R&G E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUANCCO CARI GLADYS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
C.O. & L. S.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TEXTILES Y CONFECCIONES ATLAS E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HERRERA GONZALES NARBY MARCIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DACONTEX E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LLANOS MAMANI CELIA FLORINDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI GABRIEL RAQUEL ALEXANDRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SOLORIO MADERA MANUEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BEST SOL CONFECCIONES E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PUMACAYO PARRA LILI DINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VARGAS DE ALVAREZ DORA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
RODRIGO CUSI MARTINIANO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HERRERA VALENCIA JAIME GODOFREDO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DOMMO TRADING E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ESQUIVEL HUACALLO DIEGO RICARDO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TICONA MAMANI MARY LUZ	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SOUTH COTTON E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI VARGAS ELVA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ROJAS PACHECO DAVID	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
POMA NINA EDITH	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ALCANTARA VARGAS ANTHONY PAUL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ZELA GUTIERREZ ANA MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MANRIQUE ALARCON LUZ ESTHER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FERRO SULLA PETER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FRANCYS CONFECCIONES EIRL.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GOMEZ MORON GRITS MAUT	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BELLOTA REYES EDITH FANY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PACO MAMANI ELIZABETH ESTHER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AGUILAR CORNEJO SONIA JUANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TITO AGUILAR FLOR BRIGIDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ADRIAN LIRA MARTHA ELIANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TRELLES ALCAHUAMAN YEIMI LIZBETH	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ADUVIRE PAURO DELFINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
FLORES VELASQUEZ SUSANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DE FRANCO CONFECCIONES S.A.C.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
RODRIGUEZ ECHEVARRIA RAUL CESAR	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CARBAJAL VALDEZ MARIA DEL PILAR	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ROMERO CARDENAS BERLY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI HUANCA INES ROXANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ARCE APAZA JULIAN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BENITES ANDIA PASCUALA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TUCO DE WONG FRAXI MERY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CASTELO CASTELO LUBANA DANITZA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUILCAAHUI CABRERA RUFO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MENDOZA HUAMANAHUI FAVIANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CREACIONES LUISTAR E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TEXTILES ELLAS E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VARGAS YUCRA ALEXANDER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPE CHURA ROSA DIANA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PINTO APAZA JUAN PABLO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BEA & ANI BOUTIQUE S.R.LTDA.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SOTO RIVERA BENITO YUSEPI	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
VILCA GUZMAN RUTH RUDY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.

YOLA PANUERA VALENTINA ANTONIETA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CASTILLO DIAZ HERNAN CARLOS	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI ROJAS RUBEN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SIRENIA E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HUAMANI CHALLA DAVID	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
APAZA APAZA YOLANDA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MAMANI SONCCO DAVID	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SACACHIPANA ZAMORA ANGELICA AVELINA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CAYO ORTEGA TANIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPE PUMACCAJIA JUSTO MARCELINO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DELGADO CENTTY RODNEY EUSEBIO	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CUSSI HUAYLLARO MARCIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ROMERO CARDENAS MILADY CLARA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LLACHO MERCADO DE ESCOBEDO GUADALUPE MARLENY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GAMARRA PALOMINO AYDEE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
SONCCO MACHACA EDWIN	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
GONZALES VELARDE JEANETH LUCY	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
HANAMPA RAYME MARICELA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CACERES TAPIA ROSARIO DOMITILA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PALCO SPORT E.I.R.L	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
LLAZAKA CAYA MARITZA PALMIRA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ZAMUDIO HUANQUI SANDY YNES	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
AVENDAO DELGADO MARIA MARICELA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TORRES REYNA SANDRA PATRICIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONFECCIONES HINAKUQ E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MENDOZA FLORES ESTHER	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CONGONA HANCO YENY MARGOT	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUALITEX AQP E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
ANNEL E.I.R.L.	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TURPO ROJAS ANGELICA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CAMACHO YUPANQUI DORA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
COAQUIRA YANQUI ISIDORA NICOLAZA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CHAVEZ LARICO RAQUEL	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
PUMA VILLANUEVA NILA MARIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
QUISPE ALVAREZ DELFRIDA LOYOLA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
CABALA PERALTA MARIELLA ANGELA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BEDREGAL SALINAS XIOMARA WENDI	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
DIAZ ROQUE LUIS EDGARD	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
BARRIOS HUANQUI YURY PATRICIA	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
MANRIQUE QUENAYA RONNY JOSE	1810	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.
TOTAL		369 MIPYMES TEXTILES

Nota. Datos proporcionados por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT].

Debido a que el presente estudio busca analizar solo a las microempresas textiles se considera el estudio de Regente (2020), en donde indica que el 97.19% de empresas textiles en Arequipa son microempresas, por ende, el 97.19% de 369 MIPYMES da como resultado 359 microempresas textiles.

3.2.2. Muestra

Se utiliza el muestreo probabilístico aleatorio simple, asimismo, se aplica la fórmula de poblaciones finitas para determinar el tamaño muestral:

$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$	N.C. =	95%
	Z =	1.96
	E =	5%
	p =	0.5
	q =	0.5
	N =	359

n =	186
-----	-----

Donde:

NC: Nivel de confianza

Z: Parámetro

E: Error

p: Probabilidad de acierto

q: Probabilidad de desacierto

N: Población

Por lo tanto, se estudiarán 186 microempresas textiles.

Criterio de inclusión:

- Microempresas.

Criterios de exclusión:

- Pequeñas, medianas y grandes empresas.

3.3. Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.3.1. Fuentes de información

Las fuentes primarias son las encuestas. Por otro lado, las fuentes secundarias son libros, artículos académicos, artículos de periódico, directorio de empresas del sector manufactura, trabajos de investigación e informes estadísticos.

3.3.2. *Técnica de recolección de datos*

La técnica de investigación es la encuesta.

3.3.3. *Descripción de instrumentos de recolección de datos*

El instrumento para ambas variables es el cuestionario bajo una escala Likert, el cual está distribuido de la siguiente manera:

- Respecto a la variable “Cultura financiera”, el instrumento se adaptó de García-Cedeño y García-Briones (2022):
 - Servicios financieros (5 ítems).
 - Control financiero (8 ítems).
 - Ahorro (10 ítems).
- Respecto a la variable “Desarrollo empresarial”, el instrumento se adaptó de Suárez (2018):
 - Crecimiento económico (5 ítems).
 - Competitividad (6 ítems).
 - Capacitación (6 ítems).

3.4. **Protocolo del proceso de recolección de datos**

La información recopilada se obtiene a través de una encuesta diseñada en Google forms, la cual se aplicará presencialmente por medio de código QR, posteriormente, se registrarán las respuestas en Microsoft Excel. Luego, se realizará un análisis estadístico utilizando el software SPSS V26. Se crearán gráficos descriptivos y tablas de frecuencia, y luego se llevará a cabo un análisis inferencial con la finalidad de establecer la relación entre las dos variables. Este análisis final incluyó el cálculo del coeficiente de correlación de Spearman o Pearson, dependiendo de la normalidad de la distribución de la muestra.

3.5. Cronograma, recursos y presupuesto

Tabla 3

Cronograma de la investigación

Etapas de la tesis	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Definición de tema	X															
Búsqueda de antecedentes		X														
Planteamiento del problema			X													
Marco de referencia				X	X											
Planteamiento operacional						X										
Presentación de plan de tesis							X									
Aplicación de herramientas								X	X	X						
Recolección de información										X	X					
Procesamiento de información												X				
Conclusiones y recomendaciones													X			
Presentación de borrador de tesis														X		
Levantamientos de observaciones															X	
Sustentación																X

Nota. Adaptación propia basada en la investigación, 2024.

3.5.1. Recursos humanos

- Del Carpio Quiroz, Hugo Wenceslao
- Bustios Zavala, José Fernando

3.5.2. Recursos materiales

- Lapiceros.
- Lápiz.
- Borrador.
- Hojas bond A-4.

- Laptops.
- Memoria USB.
- Impresora.

3.5.3. Presupuesto

Tabla 4
Presupuesto de investigación

Descripción	Inversión
Viáticos	S/. 100.00
Movilidad	S/. 120.00
Papelería	S/. 30.00
Materiales de escritorio	S/. 250.00
Empastados y anillados	S/. 100.00
Derechos de titulación	S/. 3500.00
Total	S/. 4100.00

Nota. Adaptación propia basada en la investigación, 2024.



CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis de los resultados descriptivos

4.1.1. Datos de control

Tabla 5

Tipo de empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	81	43.5	43.5	43.5
	Sociedad Anónima (S.A.)	17	9.1	9.1	52.7
	Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)	33	17.7	17.7	70.4
	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	44	23.7	23.7	94.1
	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	11	5.9	5.9	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

La mayoría de las empresas encuestadas son Empresarios Individuales de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.), representando el 43.5% del total. Le siguen las Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) con 23.7% y las Sociedades Anónimas Cerradas (S.A.C.) con 17.7%. Estas tres formas concentran el 84.9%, reflejando una clara preferencia por estructuras con responsabilidad limitada y control interno. En menor medida, se registraron Sociedades Anónimas (S.A.) y Sociedades Anónimas Abiertas (S.A.A.), con 9.1% y 5.9%, respectivamente, lo que sugiere una baja inclinación hacia modelos más complejos o regulados.

Tabla 6

Tiempo en el mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 1 año	6	3.2	3.2	3.2
	1 a 3 años	20	10.8	10.8	14.0
	3 a 5 años	21	11.3	11.3	25.3
	5 a 7 años	34	18.3	18.3	43.5
	7 a 9 años	38	20.4	20.4	64.0
	Más de 9 años	67	36.0	36.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados muestran que el 36% de las empresas tienen más de 9 años de antigüedad, siendo el grupo más representativo. Le siguen las que tienen entre 7 y 9 años (20.4%) y entre 5 y 7 años (18.3%), lo que indica que más de la mitad de las empresas encuestadas (74.7%) tienen más de 5 años de existencia. En contraste, solo el 3.2% tiene menos de un año, y un 22.1% tiene entre 1 y 5 años, lo que refleja una participación menor de empresas jóvenes en la muestra.

Tabla 7

Nivel de ingresos (anuales)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de S/15,000	9	4.8	4.8	4.8
	Entre S/15,000 – S/30,000	29	15.6	15.6	20.4
	Entre S/30,000 – S/46,000	40	21.5	21.5	41.9
	Entre S/46,000– S/66,000	54	29.0	29.0	71.0
	Más de S/66,000	54	29.0	29.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 58% de las empresas encuestadas reportan ingresos anuales superiores a S/46,000, siendo los tramos más representados: entre S/46,000 y S/66,000 (29%) y más de S/66,000 (29%). Un 21.5% se encuentra en el rango intermedio de S/30,000 a S/46,000, mientras que solo el 20.4% declara ingresos por debajo de los S/30,000. Este panorama sugiere que la

mayoría de las empresas cuentan con ingresos relativamente elevados, lo que podría estar asociado a cierta madurez o estabilidad operativa.

Tabla 8

Cargo ejercido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño del negocio	186	100.0	100.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 100% de los encuestados son dueños del negocio, lo cual indica que la información recogida proviene directamente de la máxima autoridad y principal tomador de decisiones en cada negocio. Esto le otorga mayor validez y relevancia a los resultados obtenidos, ya que reflejan percepciones, experiencias y conocimientos de primera mano sobre la gestión, operaciones y desafíos del negocio. Además, permite asegurar que las respuestas están basadas en un conocimiento integral del funcionamiento de la empresa

4.1.2. *Por ítems*

4.1.2.1. **Ítems de la variable “Cultura financiera”**

Tabla 9

[Hago uso de los servicios bancarios como créditos, programas de ahorros, seguros.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1.6	1.6	1.6
	En desacuerdo	5	2.7	2.7	4.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	93	50.0	50.0	54.3
	De acuerdo	38	20.4	20.4	74.7
	Totalmente de acuerdo	47	25.3	25.3	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 45.7% de los encuestados afirma hacer uso de servicios bancarios como créditos, programas de ahorro o seguros, ya sea estando de acuerdo (20.4%) o totalmente de acuerdo (25.3%) con la afirmación. Sin embargo, un 50% se mantiene neutral y un 4.3% está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Esto revela que, aunque casi la mitad declara utilizar

servicios financieros, aún existe una proporción significativa con dudas o poco vínculo con el sistema bancario, lo que podría evidenciar una limitada inclusión o comprensión financiera en el sector.

Tabla 10

[Mantengo activas cuentas de ahorro o corriente en instituciones bancarias.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1.6	1.6	1.6
	En desacuerdo	2	1.1	1.1	2.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	27.4	27.4	30.1
	De acuerdo	115	61.8	61.8	91.9
	Totalmente de acuerdo	15	8.1	8.1	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 69.9% de los propietarios de microempresas textiles de Arequipa afirma mantener cuentas de ahorro o corriente activas en instituciones bancarias, ya sea estando de acuerdo (61.8%) o totalmente de acuerdo (8.1%). Un 27.4% se mantiene neutral y solo el 2.7% está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Estos datos indican una alta bancarización en la muestra, aunque aún persisten segmentos con posibles barreras de acceso o desconfianza hacia el sistema financiero.

Tabla 11

[Manejo habitualmente tarjetas de crédito o débito en mis consumos.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	4.8	4.8	4.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	60	32.3	32.3	37.1
	De acuerdo	75	40.3	40.3	77.4
	Totalmente de acuerdo	42	22.6	22.6	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 62.9% de los dueños de microempresas textiles en Arequipa afirma utilizar habitualmente tarjetas de crédito o débito en sus consumos, mientras que el 32.3% se mantiene neutral y solo un 4.8% expresa desacuerdo. Estos resultados sugieren un uso relativamente

extendido de medios electrónicos de pago, aunque aún persiste un tercio de la muestra con posibles hábitos más tradicionales o limitaciones en el acceso a estos instrumentos financieros.

Tabla 12

[Realizo pagos o compras a través de transacciones bancarias.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1.6	1.6	1.6
	En desacuerdo	7	3.8	3.8	5.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	34	18.3	18.3	23.7
	De acuerdo	99	53.2	53.2	76.9
	Totalmente de acuerdo	43	23.1	23.1	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 76.9% de los dueños de microempresas textiles en Arequipa afirma realizar pagos o compras a través de transacciones bancarias, mientras que el 18.3% se mantiene neutral y solo un 5.4% está en desacuerdo. Estos resultados reflejan una adopción mayoritaria de los canales bancarios para operaciones cotidianas, lo que sugiere un nivel importante de familiaridad con herramientas digitales o electrónicas dentro del sistema financiero.

Tabla 13

[Soy sujeto de crédito en cualquier institución financiera]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	1.1	1.1	1.1
	En desacuerdo	19	10.2	10.2	11.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	26.9	26.9	38.2
	De acuerdo	78	41.9	41.9	80.1
	Totalmente de acuerdo	37	19.9	19.9	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 61.8% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera ser sujeto de crédito en alguna institución financiera, mientras que un 26.9% se mantiene neutral y un 11.3% manifiesta desacuerdo. Estos resultados reflejan que una mayoría significativa percibe contar con acceso al crédito formal, aunque persiste un grupo considerable con incertidumbre

o exclusión, lo que podría estar relacionado con antecedentes crediticios, informalidad laboral o falta de información financiera.

Tabla 14

[Hago un análisis de precios antes de realizar una compra]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	3.2	3.2	3.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	26.3	26.3	29.6
	De acuerdo	89	47.8	47.8	77.4
	Totalmente de acuerdo	42	22.6	22.6	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 70.4% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma que realiza un análisis de precios antes de efectuar una compra, mientras que el 26.3% se mantiene neutral y solo un 3.2% está en desacuerdo. Estos resultados evidencian una actitud mayoritariamente reflexiva y comparativa en el consumo, lo cual puede interpretarse como un indicador positivo de comportamiento financiero responsable.

Tabla 15

[Mis gastos son menores que mis ingresos]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	12	6.5	6.5	6.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	31.7	31.7	38.2
	De acuerdo	76	40.9	40.9	79.0
	Totalmente de acuerdo	39	21.0	21.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 61.9% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma que sus gastos son menores que sus ingresos, mientras que el 31.7% se mantiene neutral y un 6.5% está en desacuerdo. Estos resultados indican que una mayoría percibe tener capacidad de ahorro o al menos cierta estabilidad financiera, aunque casi un tercio no tiene claridad o no lo aplica de forma consistente, lo que puede implicar riesgos de endeudamiento o baja planificación financiera.

Tabla 16

[Llevo un registro de mis gastos y cuentas por cobrar]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1.6	1.6	1.6
	En desacuerdo	14	7.5	7.5	9.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	25.3	25.3	34.4
	De acuerdo	84	45.2	45.2	79.6
	Totalmente de acuerdo	38	20.4	20.4	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 65.6% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma llevar un registro de sus gastos y cuentas por cobrar, mientras que un 25.3% se mantiene neutral y un 9.1% manifiesta desacuerdo. Estos resultados indican que una mayoría adopta prácticas de control financiero básico, aunque aún existe una proporción significativa con hábitos poco sistemáticos o sin registro, lo que puede afectar la planificación y el seguimiento de sus finanzas personales o laborales.

Tabla 17

[Es más ventajoso realizar transacciones en línea que físicas]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2.2	2.2	2.2
	En desacuerdo	4	2.2	2.2	4.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	18.8	18.8	23.1
	De acuerdo	77	41.4	41.4	64.5
	Totalmente de acuerdo	66	35.5	35.5	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 76.9% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que es más ventajoso realizar transacciones en línea que físicas. Solo un 18.8% se mantiene neutral y apenas un 4.3% está en desacuerdo. Este resultado refleja una alta valoración hacia la digitalización de los servicios financieros, posiblemente asociada a la comodidad, ahorro de tiempo o accesibilidad que ofrecen las plataformas digitales.

Tabla 18

[Pago a tiempo las cuotas de mis compras realizadas con tarjetas de crédito]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	4.3	4.3	4.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	27.4	27.4	31.7
	De acuerdo	70	37.6	37.6	69.4
	Totalmente de acuerdo	57	30.6	30.6	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 68.2% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa declara pagar puntualmente las cuotas de sus compras realizadas con tarjeta de crédito. Un 27.4% se mantiene neutral y solo el 4.3% está en desacuerdo. Este resultado indica una tendencia positiva hacia el cumplimiento de obligaciones financieras, lo cual puede estar asociado a una conciencia del costo del crédito y al deseo de evitar intereses o deterioro del historial crediticio.

Tabla 19

[Pago más que las cuotas mínimas mensuales en los consumos realizados con tarjetas de crédito]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	3.8	3.8	3.8
	En desacuerdo	21	11.3	11.3	15.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	30.6	30.6	45.7
	De acuerdo	76	40.9	40.9	86.6
	Totalmente de acuerdo	25	13.4	13.4	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 54.3% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma pagar más que la cuota mínima mensual en sus consumos con tarjeta de crédito. Un 30.6% se mantiene neutral y un 15.1% está en desacuerdo. Esto sugiere que poco más de la mitad adopta una práctica financiera saludable al reducir intereses y tiempo de deuda, aunque todavía una parte importante de la muestra no lo hace o no tiene claridad sobre esta acción.

Tabla 20

[Si solicito un préstamo es a través de una institución bancaria y no de personas particulares]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2.7	2.7	2.7
	En desacuerdo	29	15.6	15.6	18.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	34.4	34.4	52.7
	De acuerdo	63	33.9	33.9	86.6
	Totalmente de acuerdo	25	13.4	13.4	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 47.2% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa declara que, si solicita un préstamo, lo hace a través de una institución bancaria. Sin embargo, un 34.4% se mantiene neutral y un 18.3% manifiesta preferencia por opciones no bancarias o desconfianza hacia el sistema financiero. Esto sugiere una aceptación parcial del crédito formal, coexistiendo con la informalidad financiera como alternativa todavía presente en este sector.

Tabla 21

[Elaboro un presupuesto mensual]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1.6	1.6	1.6
	En desacuerdo	14	7.5	7.5	9.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	11.8	11.8	21.0
	De acuerdo	70	37.6	37.6	58.6
	Totalmente de acuerdo	77	41.4	41.4	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 79% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma elaborar un presupuesto mensual, mientras que solo un 21% se encuentra entre la neutralidad o el desacuerdo. Este dato refleja una práctica sólida de planificación financiera, clave para el control de gastos y la toma de decisiones económicas informadas en contextos de ingresos limitados o variables.

Tabla 22

[Tengo dinero ahorrado para cualquier situación adicional que se presente]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	5.4	5.4	5.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	27.4	27.4	32.8
	De acuerdo	73	39.2	39.2	72.0
	Totalmente de acuerdo	52	28.0	28.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 67.2% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma tener dinero ahorrado para afrontar situaciones adicionales o imprevistas. Un 27.4% se mantiene neutral y solo un 5.4% está en desacuerdo. Estos resultados reflejan una disposición mayoritaria hacia la previsión financiera, aunque aún hay una parte relevante que no ha desarrollado esta práctica, lo que podría limitar su capacidad de respuesta ante emergencias económicas.

Tabla 23

[Las compras al contado me permiten generar un ahorro]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	14	7.5	7.5	7.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	19.4	19.4	26.9
	De acuerdo	109	58.6	58.6	85.5
	Totalmente de acuerdo	27	14.5	14.5	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 73.1% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que las compras al contado les permiten generar un ahorro. Un 19.4% se mantiene neutral y solo un 7.5% está en desacuerdo. Este resultado evidencia una alta valoración del pago inmediato como estrategia para evitar sobrecostos financieros, lo que sugiere una actitud preventiva frente al endeudamiento.

Tabla 24

[Cuando realizo compras es porque estoy seguro/a que están dentro de mi presupuesto]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	7	3.8	3.8	3.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	29.6	29.6	33.3
	De acuerdo	78	41.9	41.9	75.3
	Totalmente de acuerdo	46	24.7	24.7	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 66.6% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma que realiza compras solo cuando está seguro de que están dentro de su presupuesto. Un 29.6% se mantiene neutral y solo un 3.8% está en desacuerdo. Este resultado muestra un predominio de decisiones de consumo alineadas con la planificación financiera, lo que sugiere una conducta de gasto responsable y consciente.

Tabla 25

[No hago préstamos para no endeudarme]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2.2	2.2	2.2
	En desacuerdo	25	13.4	13.4	15.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	23.1	23.1	38.7
	De acuerdo	60	32.3	32.3	71.0
	Totalmente de acuerdo	54	29.0	29.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 61.3% de los propietarios de microempresas textiles encuestados en Arequipa (32.3% de acuerdo y 29.0% totalmente de acuerdo) afirma que evita solicitar préstamos como una estrategia consciente para no endeudarse. Esta mayoría revela una tendencia hacia una conducta financiera cautelosa, posiblemente influenciada por experiencias pasadas o por la necesidad de mantener liquidez en un entorno de alta incertidumbre económica.

Por otro lado, un 23.1% se muestra neutral, lo cual podría interpretarse como una falta de claridad o ambivalencia frente al endeudamiento como herramienta de apalancamiento. Este

grupo representa una zona de oportunidad para la educación financiera, ya que podrían estar abiertos tanto a la aversión como a la adopción responsable del crédito.

Finalmente, un 15.6% se manifiesta en desacuerdo (2.2% totalmente en desacuerdo y 13.4% en desacuerdo), lo cual indica que existe un segmento minoritario que considera el endeudamiento como una opción viable o necesaria para operar o expandir su negocio.

Tabla 26

[He adquirido seguros de salud, vida, retiro]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.5	0.5	0.5
	En desacuerdo	5	2.7	2.7	3.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	30.6	30.6	33.9
	De acuerdo	99	53.2	53.2	87.1
	Totalmente de acuerdo	24	12.9	12.9	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 66.1% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa indica haber adquirido algún tipo de seguro (salud, vida o retiro), mientras que un 30.6% se mantiene neutral y solo un 3.2% manifiesta desacuerdo. Este dato refleja una tendencia creciente hacia la protección financiera frente a riesgos personales, aunque aún hay un segmento considerable que podría estar desinformado o sin acceso efectivo a estos productos.

Tabla 27

[He adquirido seguros para propiedades]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2.2	2.2	2.2
	En desacuerdo	37	19.9	19.9	22.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	23.7	23.7	45.7
	De acuerdo	89	47.8	47.8	93.5
	Totalmente de acuerdo	12	6.5	6.5	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 54.3% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma haber adquirido seguros para propiedades. Un 23.7% se mantiene neutral y un 22% está en desacuerdo. Estos resultados muestran que, si bien más de la mitad ha adoptado medidas de protección patrimonial, todavía existe un grupo considerable que no lo ha hecho, lo que podría deberse a falta de conocimiento, confianza o recursos para invertir en este tipo de seguros.

Tabla 28
[He podido ahorrar en el último año]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	2.2	2.2	2.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	24.7	24.7	26.9
	De acuerdo	106	57.0	57.0	83.9
	Totalmente de acuerdo	30	16.1	16.1	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 73.1% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma haber logrado ahorrar en el último año. Un 24.7% se mantiene neutral y solo un 2.2% está en desacuerdo. Este dato refleja una tendencia positiva hacia la acumulación de recursos, lo que podría estar asociado a una mejora en el manejo del ingreso, control del gasto o desarrollo de hábitos financieros más sostenibles.

Tabla 29
[Ahorro para comprar bienes muebles]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2.2	2.2	2.2
	En desacuerdo	25	13.4	13.4	15.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	23.7	23.7	39.2
	De acuerdo	96	51.6	51.6	90.9
	Totalmente de acuerdo	17	9.1	9.1	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 60.7% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma ahorrar con el propósito de adquirir bienes muebles. Un 23.7% se mantiene neutral y el 15.6% está en

desacuerdo. Este resultado indica que una mayoría destina parte de sus recursos al mejoramiento o equipamiento personal o familiar, lo cual sugiere una orientación del ahorro hacia metas concretas de consumo y bienestar material.

Tabla 30

[Ahorro para comprar bienes inmuebles]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2.7	2.7	2.7
	En desacuerdo	19	10.2	10.2	12.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	26.9	26.9	39.8
	De acuerdo	85	45.7	45.7	85.5
	Totalmente de acuerdo	27	14.5	14.5	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 60.2% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma ahorrar con el objetivo de adquirir bienes inmuebles. Un 26.9% se mantiene neutral y el 12.9% está en desacuerdo. Este resultado refleja una orientación significativa hacia la inversión patrimonial a largo plazo, lo que sugiere aspiraciones de estabilidad y crecimiento financiero mediante la adquisición de vivienda u otros activos inmobiliarios.

Tabla 31

[Ahorro para pagar los estudios de mis hijos o familiares]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	25	13.4	13.4	13.4
	En desacuerdo	21	11.3	11.3	24.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	23.1	23.1	47.8
	De acuerdo	86	46.2	46.2	94.1
	Totalmente de acuerdo	11	5.9	5.9	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 52.1% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa afirma ahorrar para costear los estudios de sus hijos o familiares. Sin embargo, un 23.1% se mantiene neutral y un 24.7% está en desacuerdo. Este resultado revela una división notable: mientras una parte

significativa muestra compromiso con la inversión educativa familiar, otra porción considerable no prioriza este objetivo, posiblemente por limitaciones económicas o ausencia de dependientes a su cargo.

4.1.2.2. Ítems de la variable “Desarrollo empresarial”

Tabla 32

[El crecimiento económico del país es beneficioso para mi empresa.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	3.2	3.2	3.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	33.3	33.3	36.6
	De acuerdo	87	46.8	46.8	83.3
	Totalmente de acuerdo	31	16.7	16.7	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 63.5% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que el crecimiento económico del país resulta beneficioso para su empresa. Un 33.3% se mantiene neutral y solo un 3.2% está en desacuerdo. Esto indica que, aunque la mayoría percibe una conexión positiva entre el entorno macroeconómico y su actividad empresarial, todavía existe un grupo relevante que no identifica directamente ese vínculo, lo cual puede estar asociado a una desconexión entre la economía nacional y la realidad de las microempresas.

Tabla 33

[El crecimiento económico del país me permite generar empleo.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	3.2	3.2	3.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	34.4	34.4	37.6
	De acuerdo	90	48.4	48.4	86.0
	Totalmente de acuerdo	26	14.0	14.0	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 62.4% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que el crecimiento económico del país les permite generar empleo. Un 34.4% se mantiene neutral y solo un 3.2% está en desacuerdo. Estos resultados sugieren que una parte importante del sector

percibe que la mejora del contexto macroeconómico se traduce en oportunidades de expansión productiva y contratación, aunque un tercio aún no identifica claramente este efecto en su entorno laboral inmediato.

Tabla 34

[La globalización mejora la eficiencia de mi empresa.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	1.6	1.6	1.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	69	37.1	37.1	38.7
	De acuerdo	62	33.3	33.3	72.0
	Totalmente de acuerdo	52	28.0	28.0	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 61.3% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que la globalización mejora la eficiencia de su empresa. Sin embargo, un 37.1% se mantiene neutral y solo un 1.6% está en desacuerdo. Este resultado evidencia una valoración mayoritariamente positiva del impacto global, aunque también una importante proporción de encuestados no percibe claramente sus efectos, lo que podría reflejar limitaciones en el acceso a mercados internacionales o falta de familiaridad con dinámicas globales.

Tabla 35

[Mi empresa reinvierte los ingresos obtenidos de las ventas para aumentar la rentabilidad.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	5.4	5.4	5.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	30.6	30.6	36.0
	De acuerdo	87	46.8	46.8	82.8
	Totalmente de acuerdo	32	17.2	17.2	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 64% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que su empresa reinvierte los ingresos obtenidos por ventas para incrementar la rentabilidad. Un 30.6% se mantiene neutral y solo un 5.4% está en desacuerdo. Este resultado sugiere una actitud proactiva hacia la mejora continua del negocio mediante reinversión, aunque aún hay una

proporción considerable de indecisión que podría reflejar falta de claridad sobre la gestión financiera interna.

Tabla 36

[El sector bancario facilita la organización y gestión de los ingresos de mi empresa.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.5	0.5	0.5
	En desacuerdo	16	8.6	8.6	9.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	69	37.1	37.1	46.2
	De acuerdo	84	45.2	45.2	91.4
	Totalmente de acuerdo	16	8.6	8.6	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 54.8% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que el sector bancario facilita la organización y gestión de los ingresos de su empresa. Un 37.1% se mantiene neutral y apenas un 9.1% expresa desacuerdo. Este resultado refleja una percepción mayoritariamente positiva sobre el aporte del sistema financiero formal en la gestión empresarial, aunque la alta proporción de respuestas neutras podría evidenciar desconocimiento o bajo aprovechamiento de los servicios bancarios disponibles.

Tabla 37

[En mi empresa se aplica sofisticación empresarial (tecnologías modernas, mejoras de procesos, capacitación, etc.).]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	20	10.8	10.8	10.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	39.8	39.8	50.5
	De acuerdo	68	36.6	36.6	87.1
	Totalmente de acuerdo	24	12.9	12.9	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 49.5% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que en su empresa se aplican prácticas de sofisticación empresarial, como tecnologías modernas, mejoras de procesos o capacitación. Un 39.8% se mantiene neutral y un 10.8% está en

desacuerdo. Este resultado refleja una implementación parcial de herramientas de mejora empresarial, aunque la alta proporción de respuestas neutras sugiere que muchas microempresas aún enfrentan limitaciones para innovar o no perciben claramente los procesos de modernización en sus entornos laborales.

Tabla 38

[Aplicar sofisticación empresarial (tecnologías modernas, mejoras de procesos, capacitación, etc.). ofrece ventajas en mi empresa.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	2.7	2.7	2.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	36.6	36.6	39.2
	De acuerdo	95	51.1	51.1	90.3
	Totalmente de acuerdo	18	9.7	9.7	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 60.8% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa está de acuerdo en que aplicar sofisticación empresarial —como tecnologías modernas, mejoras de procesos o capacitación— ofrece ventajas a su empresa. Un 36.6% se mantiene neutral y solo un 2.7% está en desacuerdo. Este resultado indica una percepción positiva generalizada respecto a los beneficios de innovar y modernizar, aunque la alta proporción de neutralidad sugiere que en muchos casos aún no se han vivido o identificado con claridad los efectos concretos de estas prácticas.

Tabla 39

[La implementación de sofisticación empresarial agiliza los procesos productivos.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	11	5.9	5.9	5.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	38.7	38.7	44.6
	De acuerdo	81	43.5	43.5	88.2
	Totalmente de acuerdo	22	11.8	11.8	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 55.3% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que la implementación de sofisticación empresarial contribuye a agilizar los procesos productivos. Un 38.7% se mantiene neutral y solo un 5.9% está en desacuerdo. Este resultado refleja una percepción mayoritariamente favorable sobre la eficiencia operativa derivada de innovaciones y mejoras organizacionales, aunque el alto nivel de neutralidad sugiere que muchos aún no perciben directamente estos beneficios en su entorno laboral.

Tabla 40

[Mi empresa innova con productos.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	33	17.7	17.7	17.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	36.6	36.6	54.3
	De acuerdo	66	35.5	35.5	89.8
	Totalmente de acuerdo	19	10.2	10.2	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 45.7% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que su empresa innova con productos, mientras que un 36.6% se mantiene neutral y un 17.7% está en desacuerdo. Estos datos reflejan que menos de la mitad percibe una orientación innovadora en el ámbito de productos, lo que podría evidenciar limitaciones en recursos, capacidades creativas o mercado, así como una brecha en la identificación o valoración de la innovación dentro del entorno microempresarial.

Tabla 41

[No existe un alto grado de competitividad empresarial en mi sector.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	44	23.7	23.7	23.7
	En desacuerdo	60	32.3	32.3	55.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	31.2	31.2	87.1
	De acuerdo	19	10.2	10.2	97.3
	Totalmente de acuerdo	5	2.7	2.7	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 55.9% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa está en desacuerdo con la afirmación “No existe un alto grado de competitividad empresarial en mi sector”, lo que indica que sí perciben una competencia considerable en su entorno. Un 31.2% se mantiene neutral y solo un 12.9% está de acuerdo con la afirmación. Esto sugiere que, aunque la mayoría reconoce un mercado competitivo, existe también una parte relevante de la muestra con percepciones neutras o divergentes, posiblemente influida por el tamaño del negocio, su posicionamiento o el acceso limitado a mercados más amplios.

Tabla 42

[No existen niveles de competitividad empresarial entre mis proveedores.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	44	23.7	23.7	23.7
	En desacuerdo	64	34.4	34.4	58.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	24.7	24.7	82.8
	De acuerdo	23	12.4	12.4	95.2
	Totalmente de acuerdo	9	4.8	4.8	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 58.1% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa está en desacuerdo con la afirmación “No existen niveles de competitividad empresarial entre mis proveedores”, lo cual indica que sí perciben competencia en el entorno proveedor. Un 24.7% se mantiene neutral y un 17.2% está de acuerdo con la afirmación. Este resultado sugiere que, para la mayoría, hay opciones entre proveedores que compiten en precios, calidad o condiciones, lo que podría favorecer la eficiencia de abastecimiento; sin embargo, una parte de los encuestados aún no visualiza claramente esa dinámica competitiva.

Tabla 43

[Los trabajadores de mi empresa son competentes.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.5	0.5	0.5
	En desacuerdo	5	2.7	2.7	3.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33	17.7	17.7	21.0
	De acuerdo	93	50.0	50.0	71.0
	Totalmente de acuerdo	54	29.0	29.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 79% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que los colaboradores de su empresa son competentes. Solo el 17.7% se mantiene neutral y un 3.2% está en desacuerdo. Este resultado refleja una percepción ampliamente positiva sobre la capacidad del capital humano, lo que puede considerarse un activo clave para la productividad y sostenibilidad de estas microempresas.

Tabla 44

[Los trabajadores son motivados.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	11	5.9	5.9	5.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	7.5	7.5	13.4
	De acuerdo	91	48.9	48.9	62.4
	Totalmente de acuerdo	70	37.6	37.6	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 86.5% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que en su empresa se promueve la motivación laboral, ya sea estando de acuerdo (48.9%) o totalmente de acuerdo (37.6%). Solo un 13.4% se muestra neutral o en desacuerdo. Este resultado evidencia un clima laboral mayormente positivo, donde los esfuerzos por incentivar y comprometer al personal son reconocidos por la mayoría, lo cual es un elemento clave para el rendimiento y la retención del talento humano.

Tabla 45

[Se aplican técnicas de capacitación.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	1.6	1.6	1.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42	22.6	22.6	24.2
	De acuerdo	60	32.3	32.3	56.5
	Totalmente de acuerdo	81	43.5	43.5	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 75.8% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa señala que en su empresa se aplican técnicas de capacitación, mientras que un 22.6% se mantiene neutral y solo un 1.6% está en desacuerdo. Estos resultados reflejan un esfuerzo sostenido por fortalecer las competencias del personal, lo cual puede repercutir positivamente en la productividad, adaptación tecnológica y sostenibilidad del negocio en un entorno cambiante.

Tabla 46

[Se cuenta con equipos y máquinas adecuadas.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	2.7	2.7	2.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	13.4	13.4	16.1
	De acuerdo	74	39.8	39.8	55.9
	Totalmente de acuerdo	82	44.1	44.1	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 83.9% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que su empresa cuenta con equipos y maquinaria adecuados. Solo un 13.4% se mantiene neutral y un 2.7% está en desacuerdo. Estos datos reflejan que la gran mayoría percibe condiciones técnicas apropiadas para el desarrollo de sus labores, lo que es un indicio positivo de infraestructura productiva, clave para la eficiencia y competitividad del sector.

Tabla 47

[Regularmente se busca capacitar a sus trabajadores.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	2.2	2.2	2.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	21.5	21.5	23.7
	De acuerdo	76	40.9	40.9	64.5
	Totalmente de acuerdo	66	35.5	35.5	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 76.4% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa considera que en sus empresas se busca capacitar regularmente al personal. Un 21.5% se mantiene neutral y apenas un 2.2% está en desacuerdo. Este resultado revela un fuerte compromiso con el desarrollo de competencias laborales, lo que representa un indicador positivo de fortalecimiento organizacional y adaptación a las demandas del entorno productivo.

Tabla 48

[Se tiene una cultura de aprendizaje continuo en la empresa.]

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	10	5.4	5.4	5.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	5.9	5.9	11.3
	De acuerdo	59	31.7	31.7	43.0
	Totalmente de acuerdo	106	57.0	57.0	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 88.7% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa está de acuerdo en que en sus empresas se promueve una cultura de aprendizaje continuo. Solo el 5.9% se mantiene neutral y el 5.4% está en desacuerdo. Este resultado evidencia una valoración muy positiva hacia la actualización constante y la mejora de capacidades, lo que fortalece la adaptabilidad, la innovación y el desarrollo organizacional a largo plazo.

4.1.3. Por niveles

Tabla 49

Dimensión Servicios financieros

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	3	2%
Bajo	0	0%
Regular	47	25%
Alto	114	61%
Muy alto	22	12%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados muestran que el 73% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa se ubican en los niveles alto (61%) y muy alto (12%) de cultura financiera en la dimensión de servicios financieros. Un 25% presenta un nivel regular, mientras que solo el 2% se encuentra en un nivel muy bajo, y ningún encuestado se ubicó en el nivel bajo. Estos datos reflejan un uso extendido y aceptado de herramientas y servicios del sistema financiero formal, como cuentas de ahorro, tarjetas, transacciones digitales y acceso al crédito. La elevada proporción en los niveles superiores sugiere que una mayoría significativa no solo tiene contacto con estas herramientas, sino que también las utiliza activamente en su vida cotidiana.

Sin embargo, la presencia del 25% en nivel regular y el 2% en nivel muy bajo advierte que aún existen grupos que podrían beneficiarse de mayor educación financiera o mejoras en el acceso a servicios formales, especialmente en lo referido al uso estratégico del crédito y diversificación de servicios (seguros, programas de ahorro, etc.).

Tabla 50

Dimensión Control financiero

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	6	3%
Regular	28	15%
Alto	109	59%
Muy alto	43	23%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 82% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa se ubica en los niveles alto (59%) y muy alto (23%) en la dimensión de control financiero. Un 15% se encuentra en el nivel regular, y apenas un 3% presenta un nivel bajo, sin registros en el nivel muy bajo. Esta distribución indica un manejo financiero generalmente sólido, reflejado en prácticas como la elaboración de presupuestos, el registro de gastos, la comparación de precios, la preferencia por transacciones digitales y el cumplimiento oportuno de pagos. La alta concentración en los niveles superiores sugiere que los encuestados no solo aplican estrategias básicas de control financiero, sino que, en muchos casos, lo hacen de forma sistemática.

No obstante, la existencia de un grupo en nivel regular y bajo sugiere la necesidad de reforzar aspectos como el uso de créditos responsables, la planificación de pagos y la toma de decisiones informadas al momento de endeudarse o consumir.

Tabla 51
Dimensión Ahorro

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	3	2%
Regular	60	32%
Alto	105	56%
Muy alto	18	10%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 66% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa se ubica en los niveles alto (56%) y muy alto (10%) en la dimensión de ahorro. Un 32% se encuentra en el nivel regular, y apenas un 2% se posiciona en el nivel bajo, sin casos reportados en el nivel muy bajo. Estos resultados evidencian que la mayoría de los propietarios tiene hábitos positivos en relación con el ahorro, incluyendo previsión para situaciones imprevistas, planificación para adquisiciones (bienes muebles e inmuebles), y priorización del pago de estudios o la adquisición de seguros. Sin embargo, el 32% en nivel regular sugiere que, aunque hay cierta conciencia del ahorro, todavía no se traduce plenamente en prácticas sistemáticas o sostenidas en el tiempo. La baja incidencia en los niveles inferiores indica una buena base de

comportamiento financiero preventivo, pero también resalta la importancia de reforzar la educación financiera enfocada en metas a largo plazo, diversificación del ahorro y disciplina constante.

Tabla 52*Variable Cultura financiera*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	6	3%
Regular	22	12%
Alto	139	75%
Muy alto	19	10%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 85% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa se ubica en los niveles alto (75%) y muy alto (10%) de cultura financiera, lo que evidencia un dominio generalizado de conocimientos, actitudes y prácticas responsables respecto al manejo del dinero, mientras que, solo el 12% se encuentra en un nivel regular y apenas un 3% en el nivel bajo, sin registros en el nivel muy bajo. Este panorama sugiere que la mayoría de los propietarios no solo accede a servicios financieros formales, sino que también realiza una gestión adecuada de sus ingresos, mantiene hábitos de ahorro y demuestra comportamiento preventivo frente al endeudamiento y la planificación económica. La consolidación de estos comportamientos en las tres dimensiones indica una base sólida para el desarrollo económico personal y familiar dentro del sector textil microempresarial.

Sin embargo, la presencia de un grupo (15%) aún en niveles regular y bajo sugiere que es necesario continuar promoviendo procesos de formación financiera, especialmente en lo referente al ahorro estructurado, la evaluación crítica del crédito y la toma de decisiones informadas a largo plazo.

Tabla 53

Dimensión Crecimiento económico

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	0	0%
Regular	65	35%
Alto	101	54%
Muy alto	20	11%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 65% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa percibe un alto (54%) o muy alto (11%) impacto positivo del crecimiento económico en su entorno empresarial. Un 35% se sitúa en el nivel regular, y no se registran casos en niveles bajo o muy bajo. Estos resultados reflejan que una mayoría significativa reconoce la relación entre el contexto macroeconómico —incluyendo la globalización, el acceso al sector bancario y la reinversión de utilidades— y el desempeño de sus empresas. Esta percepción está vinculada a oportunidades de expansión, eficiencia operativa y capacidad para generar empleo.

No obstante, más de un tercio aún mantiene una percepción neutral (nivel regular), lo que podría deberse a que muchos propietarios aún no experimentan de manera directa los beneficios del crecimiento económico en sus funciones diarias o en la realidad operativa de su microempresa.

Tabla 54

Dimensión Competitividad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	18	10%
Regular	113	61%
Alto	51	27%
Muy alto	4	2%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 29% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa percibe un nivel alto (27%) o muy alto (2%) de competitividad en sus entornos laborales, mientras que el 61% se sitúa en un nivel regular y un 10% en el nivel bajo, por otro lado, no se reportaron casos en el

nivel muy bajo. Este resultado sugiere que, si bien existe una porción del sector que reconoce esfuerzos de sofisticación empresarial —como innovación de productos, aplicación de nuevas tecnologías o mejora de procesos—, la mayoría aún no identifica estos elementos como parte consolidada de su realidad empresarial. Asimismo, la alta concentración en el nivel regular puede estar asociada a una percepción limitada de competencia en el mercado o escasa diferenciación frente a proveedores y empresas del mismo rubro.

En conjunto, estos datos apuntan a una necesidad de fortalecer el enfoque competitivo en el sector, tanto desde la gestión interna (capacitación, innovación) como en el posicionamiento externo frente al entorno comercial.

Tabla 55
Dimensión Capacitación

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	3	2%
Regular	7	4%
Alto	92	49%
Muy alto	84	45%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 94% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa se ubica en los niveles alto (49%) y muy alto (45%) en la dimensión de capacitación. Solo el 4% se encuentra en un nivel regular y apenas un 2% en el nivel bajo, asimismo, no se reportan casos en el nivel muy bajo. Estos resultados evidencian una percepción fuertemente positiva respecto al desarrollo del talento humano en el sector. La mayoría considera que sus empresas fomentan la competencia del personal, aplican técnicas de capacitación, promueven una cultura de aprendizaje continuo y cuentan con equipos adecuados para el trabajo. Además, se percibe una motivación significativa en el entorno laboral.

Esta dimensión representa uno de los pilares más sólidos del desarrollo empresarial en este contexto, lo que sugiere que la inversión en formación, motivación y condiciones laborales

está generando un impacto tangible en la productividad y en la percepción de calidad organizacional.

Tabla 56
Variable Desarrollo empresarial

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	0	0%
Bajo	3	2%
Regular	26	14%
Alto	149	80%
Muy alto	8	4%
Total	186	100%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

El 84% de los propietarios de microempresas textiles en Arequipa se ubica en los niveles alto (80%) y muy alto (4%) respecto al desarrollo empresarial. Solo el 14% presenta un nivel regular, y apenas un 2% se encuentra en el nivel bajo, sin registros en el nivel muy bajo. Este resultado refleja que, en términos generales, las microempresas textiles analizadas muestran condiciones favorables para su crecimiento y sostenibilidad, además, las fortalezas más destacadas se encuentran en la dimensión Capacitación, donde el 94% de los propietarios reconoce esfuerzos claros en formación, motivación y mejora continua. Le sigue la dimensión Crecimiento económico, con una percepción positiva del impacto del entorno macroeconómico en sus negocios.

Por otro lado, la dimensión Competitividad revela un área de mejora, ya que la mayoría de las respuestas se concentra en el nivel regular (61%), lo que indica que muchos propietarios aún no perciben dinámicas sólidas de diferenciación, innovación o presión competitiva entre empresas y proveedores.

En conjunto, los datos evidencian que el desarrollo empresarial es percibido como una realidad consolidada en estas microempresas, aunque todavía es necesario reforzar la cultura de innovación y competitividad para lograr un desarrollo más integral y sostenible.

4.1.4. Resultados cruzados

Tabla 57
Tiempo en el mercado – Nivel de cultura financiera

		Nivel de cultura financiera				Total
		Alto	Bajo	Muy alto	Regular	
Tiempo en el mercado	Menos de 1 año	f 4	0	0	2	6
		% 2.15%	0.00%	0.00%	1.08%	3.23%
	1 a 3 años	f 16	0	0	4	20
		% 8.60%	0.00%	0.00%	2.15%	10.75%
	3 a 5 años	f 11	0	0	10	21
		% 5.91%	0.00%	0.00%	5.38%	11.29%
	5 a 7 años	f 30	3	1	0	34
		% 16.13%	1.61%	0.54%	0.00%	18.28%
	7 a 9 años	f 29	0	3	6	38
		% 15.59%	0.00%	1.61%	3.23%	20.43%
	Más de 9 años	f 49	3	15	0	67
		% 26.34%	1.61%	8.06%	0.00%	36.02%
Total		f 139	6	19	22	186
		% 74.73%	3.23%	10.22%	11.83%	100.00%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados muestran una tendencia clara: a mayor tiempo en el mercado, mayor es el nivel de cultura financiera. El 74.73% del total de encuestados presenta un nivel alto de cultura financiera, y una parte significativa de ellos (26.34%) pertenece al grupo con más de 9 años en el mercado.

En el grupo con más de 9 años, el 75% tiene un nivel alto o muy alto de cultura financiera (49 en alto y 15 en muy alto), representando el mayor aporte a los niveles superiores de la variable. Por el contrario, en las empresas con menos de 3 años, no se presentan casos con cultura financiera muy alta y existe un ligero porcentaje en nivel regular.

Los niveles bajo (3.23%) y muy bajo (0%) son prácticamente inexistentes, lo que refuerza la idea de que incluso las empresas jóvenes inician con una base aceptable, aunque es con el tiempo y la experiencia empresarial donde se consolida una cultura financiera sólida.

Tabla 58
Tiempo en el mercado – Nivel de desarrollo empresarial

Tiempo en el mercado		f	Nivel de desarrollo empresarial				Total
			Alto	Bajo	Muy alto	Regular	
Menos de 1 año		5	0	0	1	6	
	%	2.69%	0.00%	0.00%	0.54%	3.23%	
1 a 3 años		17	0	0	3	20	
	%	9.14%	0.00%	0.00%	1.61%	10.75%	
3 a 5 años		11	0	0	10	21	
	%	5.91%	0.00%	0.00%	5.38%	11.29%	
5 a 7 años		28	0	2	4	34	
	%	15.05%	0.00%	1.08%	2.15%	18.28%	
7 a 9 años		34	0	0	4	38	
	%	18.28%	0.00%	0.00%	2.15%	20.43%	
Más de 9 años		54	3	6	4	67	
	%	29.03%	1.61%	3.23%	2.15%	36.02%	
Total		149	3	8	26	186	
	%	80.11%	1.61%	4.30%	13.98%	100.00%	

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados indican que el nivel de desarrollo empresarial se ve positivamente influido por el tiempo que la empresa lleva operando. El 80.11% del total de encuestados se encuentra en el nivel alto de desarrollo empresarial, y de estos, el mayor porcentaje pertenece al grupo con más de 9 años en el mercado (29.03%).

Además, si se suman los niveles alto y muy alto, el grupo de empresas con más de 9 años representa el 32.26% del total de casos con buen desarrollo empresarial. A la inversa, los niveles bajo (1.61%) y regular (13.98%) están más concentrados en los grupos con menos tiempo en el mercado, particularmente entre los que tienen de 3 a 7 años.

Esta tendencia refuerza la idea de que el desarrollo empresarial —entendido como crecimiento, competitividad y capacitación— se fortalece a través de la experiencia acumulada en el mercado. El tiempo permite a las microempresas consolidar procesos internos, acceder a mejores recursos (humanos, técnicos y financieros), y adaptarse mejor al entorno.

Tabla 59
Nivel de ingresos (anuales) – Nivel de cultura financiera

Nivel de ingresos (anuales)	Menos de S/15,000	f	Nivel de cultura financiera				Total
			Alto	Bajo	Muy alto	Regular	
			8	0	0	1	9
		%	4.30%	0.00%	0.00%	0.54%	4.84%
	Entre S/15,000 – S/30,000	f	23	0	0	6	29
		%	12.37%	0.00%	0.00%	3.23%	15.59%
	Entre S/30,000 – S/46,000	f	35	3	0	2	40
		%	18.82%	1.61%	0.00%	1.08%	21.51%
	Entre S/46,000 – S/66,000	f	34	3	5	12	54
		%	18.28%	1.61%	2.69%	6.45%	29.03%
	Más de S/66,000	f	39	0	14	1	54
		%	20.97%	0.00%	7.53%	0.54%	29.03%
Total		f	139	6	19	22	186
		%	74.73%	3.23%	10.22%	11.83%	100.00%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados muestran una asociación positiva entre el nivel de ingresos anuales y el nivel de cultura financiera. El 74.73% del total de propietarios se ubica en el nivel alto de cultura financiera, y los mayores porcentajes dentro de este grupo provienen de quienes ganan entre S/30,000 y más de S/66,000 al año.

Particularmente, los propietarios con ingresos mayores a S/66,000 concentran el 20.97% de los casos con cultura financiera alta y el 7.53% de los que presentan cultura muy alta. En contraste, entre quienes tienen ingresos menores a S/15,000, no se registra ningún caso con cultura financiera muy alta, y solo el 4.3% alcanza un nivel alto.

Además, el nivel regular de cultura financiera es más frecuente en los tramos intermedios de ingresos (entre S/15,000 y S/46,000), y el nivel bajo se mantiene bajo en todos los tramos, pero aparece con más frecuencia en los rangos entre S/30,000 y S/66,000.

Tabla 60

Nivel de ingresos (anuales) – Nivel de desarrollo empresarial

Nivel de ingresos (anuales):		f	Nivel de desarrollo empresarial				Total
			Alto	Bajo	Muy alto	Regular	
Menos de S/15,000	f		9	0	0	0	9
	%		4.84%	0.00%	0.00%	0.00%	4.84%
Entre S/15,000 – S/30,000	f		21	0	0	8	29
	%		11.29%	0.00%	0.00%	4.30%	15.59%
Entre S/30,000 – S/46,000	f		28	0	2	10	40
	%		15.05%	0.00%	1.08%	5.38%	21.51%
Entre S/46,000– S/66,000	f		43	3	0	8	54
	%		23.12%	1.61%	0.00%	4.30%	29.03%
Más de S/66,000	f		48	0	6	0	54
	%		25.81%	0.00%	3.23%	0.00%	29.03%
Total	f		149	3	8	26	186
	%		80.11%	1.61%	4.30%	13.98%	100.00%

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

En el cruce entre nivel de ingresos y desarrollo empresarial, se confirma nuevamente la tendencia: el 80.1% de los encuestados se ubica en un nivel alto de desarrollo empresarial, siendo más frecuente entre quienes tienen ingresos superiores a S/46,000 anuales. Además, el nivel muy alto aparece principalmente entre propietarios con ingresos mayores a S/66,000. En contraste, quienes se encuentran en los niveles más bajos de ingreso no alcanzan niveles muy altos de desarrollo empresarial, y son más frecuentes en las categorías regular o baja.

4.2. Análisis de los resultados inferenciales

4.2.1. Prueba de normalidad

Tabla 61

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura financiera	0.094	186	0.000
Desarrollo empresarial	0.087	186	0.002

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Dado que la muestra excede los 50 casos, se aplica la prueba de Kolmogorov-Smirnov para verificar la normalidad. Los niveles de significancia obtenidos para ambas variables son inferiores al umbral de 0.05, lo que indica que se rechaza la hipótesis de normalidad. En

consecuencia, se opta por realizar el análisis inferencial utilizando técnicas no paramétricas, específicamente la correlación de Spearman.

4.2.2. *Contrastación de hipótesis*

Tabla 62
Cultura financiera – Desarrollo empresarial

			Cultura financiera	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Cultura financiera	Coefficiente de correlación	1.000	.606**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	186	186
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación	.606**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	186	186

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados muestran una relación significativa, positiva y alta ($r = 0.606$, $p = 0.000$) entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial. Según los criterios establecidos, este valor se ubica en el rango de correlación alta o fuerte, lo que indica que a medida que aumenta el nivel de cultura financiera entre los propietarios de las microempresas textiles de Arequipa, también se incrementa el nivel de desarrollo empresarial percibido.

Este hallazgo sugiere que las microempresas cuyos propietarios tienen mayores conocimientos y hábitos financieros (como el uso consciente de servicios bancarios, control del gasto y planificación del ahorro) tienden a operar de forma más eficiente, innovadora y estructurada. Una cultura financiera sólida probablemente favorece una mejor toma de decisiones económicas internas, mayor formalización y una gestión empresarial más estratégica.

Por ejemplo, si los propietarios comprenden y aplican conceptos de ahorro, crédito responsable y presupuestación, están en mejores condiciones para contribuir a prácticas organizativas sostenibles, como la reinversión de utilidades, el manejo ordenado de ingresos y la identificación de oportunidades de mejora. Asimismo, una mayor cultura financiera puede

impulsar entornos de aprendizaje continuo y capacitación, ya que quienes comprenden la importancia del manejo económico están más motivados a participar en procesos de formación y a adoptar tecnologías o métodos que mejoren los procesos productivos. Por lo tanto, este resultado respalda la idea de que el fortalecimiento de la cultura financiera no solo mejora la economía personal de los propietarios, sino que también se convierte en un motor clave para el desarrollo organizacional en el contexto de las microempresas.

Tabla 63
Servicios financieros – Desarrollo empresarial

			Servicios financieros	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Servicios financieros	Coefficiente de correlación	1.000	.216**
		Sig. (bilateral)		0.003
		N	186	186
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación	.216**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.003	
		N	186	186

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados revelan una relación significativa, positiva y baja ($r=0.216$, $p=0.003$) entre la dimensión de servicios financieros y el desarrollo empresarial. Esto sugiere que el uso y acceso a servicios financieros por parte de los propietarios (como cuentas de ahorro, tarjetas, seguros o crédito formal) se asocia en cierta medida con mejores niveles de desarrollo empresarial. Es decir, cuando los propietarios hacen uso de herramientas del sistema financiero, tienden a formar parte de empresas que presentan ciertas mejoras en su gestión, organización o capacidad de crecimiento.

Sin embargo, dado que la relación es baja, es probable que el uso de servicios financieros por sí solo no sea suficiente para generar un desarrollo empresarial sólido, sino que debe estar complementado con otros factores como la capacitación del personal, la innovación, la planificación estratégica o la competitividad interna del negocio.

Por ejemplo, el hecho de que un propietario tenga una cuenta bancaria o use tarjetas de crédito puede reflejar una cierta integración al sistema formal, pero esto no garantiza por sí mismo una transformación estructural en los procesos, la toma de decisiones o la gestión interna de la empresa. Por lo tanto, aunque hay una ligera conexión entre los servicios financieros y el desarrollo empresarial, este vínculo necesita ser fortalecido a través de políticas complementarias que integren la educación financiera con estrategias organizacionales de mejora continua.

Tabla 64
Control financiero – Desarrollo empresarial

			Control financiero	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Control financiero	Coefficiente de correlación	1.000	.566**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	186	186
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación	.566**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	186	186

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados muestran una relación significativa, positiva y moderada con tendencia alta ($r=0.566$, $p=0.000$) entre la dimensión de control financiero y el desarrollo empresarial, lo que indica que, a mayor control financiero ejercido por los propietarios, mayor es el desarrollo empresarial percibido en sus organizaciones.

Esto sugiere que las prácticas personales y cotidianas como llevar presupuestos, registrar gastos, analizar precios antes de comprar, evitar el sobreendeudamiento y realizar pagos puntuales —todas acciones propias del control financiero— contribuyen de forma significativa a entornos empresariales más eficientes, sostenibles y organizados.

Por ejemplo, cuando los propietarios adoptan el hábito de planificar sus finanzas, también están mejor preparados para comprender e implementar buenas prácticas

administrativas dentro de la empresa. Esto puede reflejarse en una mejor gestión de recursos, mayor orden interno, responsabilidad frente al uso de insumos o incluso mayor conciencia frente a decisiones estratégicas. Además, el control financiero promueve comportamientos previsores, lo cual es un valor clave en microempresas, donde la planificación financiera y la disciplina en el manejo de ingresos y egresos es esencial para la permanencia y el crecimiento.

Por lo tanto, este resultado evidencia que una cultura de control financiero individual se traduce en una mayor capacidad para contribuir al desarrollo empresarial colectivo, lo que refuerza la importancia de fomentar estas competencias tanto en programas de educación financiera como en procesos de mejora organizacional.

Tabla 65
Ahorro – Desarrollo empresarial

	Ahorro		Ahorro	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Ahorro	Coefficiente de correlación	1.000	.574**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	186	186
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación	.574**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	186	186

Nota. Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS.

Los resultados revelan una relación significativa, positiva y moderada con tendencia alta ($r=0.574$, $p=0.000$) entre la dimensión de ahorro y el desarrollo empresarial, lo que indica que, a mayor nivel de prácticas de ahorro entre los propietarios, mayor es el desarrollo empresarial percibido en sus microempresas textiles.

Este resultado sugiere que los propietarios que adoptan hábitos de ahorro —como prever emergencias, planificar compras, destinar recursos a metas familiares, evitar el sobreendeudamiento o adquirir seguros— están más propensos a generar entornos organizacionales estables, sostenibles y orientados a la planificación. El ahorro, como conducta financiera, no solo refleja control y disciplina personal, sino también una actitud estratégica frente al futuro, cualidad esencial en el ámbito empresarial.

Por ejemplo, un propietario que ahorra regularmente para la educación de sus hijos o para adquirir bienes inmuebles, probablemente valora la estabilidad a largo plazo, lo cual también puede reflejarse en un comportamiento organizacional enfocado en el crecimiento, el orden financiero y la eficiencia. Asimismo, la conciencia del valor del ahorro puede traducirse en una mejor gestión de los recursos de la empresa y una visión más responsable del gasto.

Por lo tanto, el ahorro personal de los propietarios no solo mejora su seguridad financiera individual, sino que actúa como un indicador de madurez financiera y organizacional, contribuyendo significativamente al desarrollo empresarial general. Este vínculo refuerza la idea de que el fortalecimiento de competencias financieras básicas como el ahorro también impulsa indirectamente la sostenibilidad y competitividad de las microempresas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primera conclusión: Se concluye que existe una correlación significativa, positiva y alta ($r = 0.606$, $p = 0.000$) entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024, lo cual sugiere que, a mayor dominio de conocimientos y comportamientos financieros por parte de los propietarios, mayor es el grado de crecimiento y solidez organizacional. Esta relación pone en evidencia que la formación financiera no solo fortalece la economía personal, sino que también se traduce en entornos empresariales más eficientes y estratégicos.

Segunda conclusión: Se concluye que existe una correlación significativa, positiva y baja ($r=0.216$, $p=0.003$) entre el uso de servicios financieros y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024, lo cual indica que el acceso a productos financieros formales influye de forma limitada en el desempeño organizacional. Aunque estos servicios representan un avance en inclusión financiera, por sí solos no garantizan una mejora estructural en los procesos empresariales.

Tercera conclusión: Se concluye que existe una correlación significativa, positiva y moderada con tendencia alta ($r=0.566$, $p=0.000$) entre el control financiero y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024, lo cual sugiere que los propietarios que aplican prácticas responsables en la administración de sus finanzas personales también contribuyen a organizaciones más ordenadas, sostenibles y productivas. Por lo tanto, el control financiero aparece como una competencia clave que impacta positivamente en el entorno empresarial.

Cuarta conclusión: Se concluye que existe una correlación significativa, positiva y moderada con tendencia alta ($r=0.574$, $p=0.000$) entre el ahorro y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024, lo cual indica que los

propietarios que desarrollan hábitos de ahorro muestran una mayor relación con entornos organizacionales planificados y con visión de futuro. El ahorro no solo refleja estabilidad financiera individual, sino que también impulsa prácticas organizacionales orientadas al crecimiento sostenible.



5.2. Recomendaciones

Primera recomendación: Se recomienda que los propietarios de las microempresas textiles desarrollen su propia cultura financiera, adoptando prácticas conscientes como el registro de ingresos y egresos, la planificación de gastos empresariales y el uso informado de productos financieros. Esto les permitirá tomar decisiones más estratégicas y sostenibles, alineando su liderazgo con las capacidades financieras que ya demuestran sus propietarios. Además, su ejemplo funcionará como una guía para el equipo, reforzando una cultura empresarial basada en el orden y la previsión. Una gestión financieramente educada puede marcar la diferencia entre la supervivencia y el crecimiento de la microempresa.

Segunda recomendación: Se recomienda que los dueños de las microempresas textiles gestionen activamente el acceso y uso de servicios financieros formales para sus negocios, tales como créditos productivos, seguros empresariales o cuentas corrientes. Al hacerlo, no solo consolidarán su inclusión financiera, sino que también podrán aprovechar herramientas que potencien el crecimiento y reduzcan riesgos, transformando el acceso financiero en desarrollo organizacional real. Incorporar estos servicios permitirá también mejorar la imagen de la empresa ante proveedores, clientes y entidades bancarias. Un negocio que opera dentro del sistema financiero tiene mayores oportunidades de financiamiento y expansión.

Tercera recomendación: Se recomienda que los gestores de las microempresas textiles implementen sistemas básicos de control financiero dentro de la empresa, como presupuestos operativos, control de inventarios y planificación de pagos. Aunque los propietarios ya aplican estas prácticas en sus finanzas personales, el impacto organizacional solo será significativo si los responsables del negocio aplican ese mismo enfoque de control al manejo empresarial. El control financiero riguroso ayuda a anticipar pérdidas, evitar gastos innecesarios y priorizar inversiones estratégicas. Una empresa que controla bien sus recursos se vuelve más competitiva y resistente ante cambios del entorno.

Cuarta recomendación: Se recomienda que los propietarios de las microempresas textiles establezcan mecanismos de ahorro empresarial, destinando parte de las utilidades a fondos para inversión, renovación de equipos, o contingencias. Esto no solo mejorará la capacidad de respuesta ante crisis o emergencias, sino que reflejará una gestión con visión a largo plazo. El ahorro empresarial permite planificar el crecimiento sin depender exclusivamente del endeudamiento externo, además, brinda tranquilidad financiera y capacidad de reacción ante situaciones imprevistas del mercado.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ackoff, R. L. (1990). *La empresa ideal: Diseño participativo de organizaciones*. Editorial Limusa.
- Aguilar Rascón, O. C. (2023). *Micro y pequeñas empresas familiares y no familiares en Latinoamérica: Diferencias en su cultura financiera*. *Análisis Económico*, 38(97), 149–161. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v38n97/Aguilar>
- Andrade, E. (1997). *Planeación Estratégica*. Lucero
- Anwar, M., Shuangjie, L., & Ullah, R. (2020). Business experience or Financial Literacy? Which one is better for opportunity recognition and superior performance? *Business Strategy & Development*, 1-11. doi:10.1002/bsd2.103
- Añari, L., & Paja, L. (2022). *Cultura financiera y desarrollo empresarial en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda., Puno-2021*. Universidad César Vallejo.
- Aranibar Ramos, E. R., Villavicencio Luna, E. M., Tantaleán Vásquez, F. J., & Ríos Vera, K. J. (2022). Creatividad en el desarrollo empresarial desde un análisis teórico. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 13(4), 310–322. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.780>
- Arrunátegui, F. (2012). *Cultura financiera: Una política Nacional*. Obtenido de <http://e.gestion.pe/128/imprensa/pdf/2010/05/31/10423.pdf>
- Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe [CAF]. (22 de Junio de 2021). *La importancia de la educación financiera para las mipyme*. Obtenido de Visiones: <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/06/la-importancia-de-la-educacion-financiera-para-las-mipyme/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación, Administración economía, humanidades y ciencias sociales*. Prentice Hall. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp->

content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-
pdf.pdf

Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Chavarro, A. (2024). *La importancia del control financiero en las organizaciones*.
<https://gentelider.com/la-importancia-del-control-financiero-en-las-organizaciones/>

Congreso de la República del Perú. (1997). *Ley N° 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros*. Congreso de la República del Perú. Obtenido de
[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7B3154074498CD5E05257F030072F042/\\$FILE/26702.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7B3154074498CD5E05257F030072F042/$FILE/26702.pdf)

da Cunha, D., de Oliveira Falcone, E. M., Clark, C., & Manhães, A. C. (2006). Prácticas educativas psitivas favorecem o desenvolvimento da empatia em crianças. *Psicologia em Estudo*, 11(3), 523–532. <https://doi.org/10.1590/S1413-73722006000300008>

Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 1(40), 184-202. doi:<https://doi.org/10.14482/pege.40.8810>

Díaz, B. & Jungbluth, C. (1999). *Calidad total en la empresa peruana*. Fondo de Desarrollo Editorial de la universidad de Lima.

ENFIN. (2011). *Primera encuesta de Cultura Financiera Perú 2011*. ENFIN. Obtenido de
<https://es.scribd.com/doc/78560752/Primera-Encuesta-de-Cultura-Financiera-Peru-2011-ENFIN-2011>

Frisancho, J. (21 de Septiembre de 2023). *Arequipa: 11 Mil Pequeñas Empresas Textiles Solo Tienen 50% De Eficiencia Industrial*. Obtenido de Feria Expotextil Perú:
https://www.linkedin.com/posts/expotextil-peru_modasostenible-contaminaci%C3%B3ndelagua-industriatextil-activity-7113636053273456640-mZdC/?trk=public_profile_like_view&originalSubdomain=es

- Galván, W., & Pérez, M. (2023). *Cultura financiera y su influencia con el comportamiento financiero en los comerciantes del mercado Santa Rosa El Ovalo en Majes - Pedregal, Arequipa, 2023*. Universidad Católica de Santa María. Obtenido de <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/ad2ebe0c-87b1-424e-a079-d2c7ecd48118/content>
- García-Cedeño, M., & García-Briones, M. (2022). Evaluación de la Cultura Financiera de habitantes del Cantón Portoviejo. *Revista San Gregorio*, 1(52), 74-88.
doi:<http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v0i52.2236>
- González, S., Viteri, D., Izquierdo, A., & Verdezoto, G. (2020). Administrative management model for the business development of Hotel Barros in Quevedo city. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400032&lng=es&tlng=en.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. McGraw-Hill.
- Mamani Apaza, R. A. (2022). *Cultura financiera y crecimiento empresarial en las microempresas del distrito de San Juan de Miraflores, Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada San Carlos]. Repositorio UPSC.
- Mejias, A. (26 de Septiembre de 2023). *Definición de desarrollo empresarial*. Obtenido de Negocios: <https://www.cuidatudinero.com/13098633/definicion-de-desarrollo-empresarial>
- Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. (2019). *Decreto Supremo N.º 255-2019-EF*. MEF. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/287084-255-2019-ef>

- Ñaupá, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. ediciones de la U.
- Observatorio PRODUCEmpresarial. (2024). *Directorio de MIPYME – 2021*. Obtenido de Observatorio PRODUCEmpresarial: <https://www.producesempresarial.pe/directorio-de-mipyme/>
- Oviedo, P., & Riveros, I. (2022). *Evaluación de la cultura financiera en los empresarios del Centro Comercial Tradicional La Barraca, Arequipa 2019*. Universidad Tecnológica del Perú. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/6410>
- Peñarreta, M., García, D., & Armas, R. (2019). Educación financiera y factores determinantes: Evidencias desde Ecuador. *Espacios*, 1(1), 1-14. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p11.pdf>
- Regente, P. (2020). *Crédito y crecimiento empresarial: caso de las microempresas textiles en arequipa*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17335/REGENTE_PACHECO_PERCY_ALBERTO_CR%C3%89DITO_Y_CRECIMIENTO_EMPRESARIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosillo, R. (2022). *Cultura financiera y su efecto en el desarrollo empresarial en los comerciantes del mercado San Pedro, Cusco*. Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/10460>
- Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. Editorial Episteme.
- Suárez, P. (2018). *La cultura tributaria y el desarrollo empresarial en las microempresas del sector textil. La Victoria - 2018*. Universidad Autónoma del Perú. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/709>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS]. (2017). *Reglamento de gestión de conducta de mercado*. SBS. Obtenido de

https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/Auto_Nuevas_Empresas/Sistema_Financiero/7.%20Reg.%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20Conducta%20de%20Mercado_%20Res.%20SBS%20N%C2%B0%203274-2017.pdf

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS]. (01 de Enero de 2023). *Educación Financiera*. Obtenido de SBS para ciudadanos: https://www.sbs.gob.pe/educacion-financiera/?utm_source=chatgpt.com

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS]. (01 de Enero de 2023). *La SBS y sus mandatos*. Obtenido de SBS: <https://www.sbs.gob.pe/la-sbs-y-sus-mandatos#:~:text=%C2%BFQui%C3%A9nes%20somos?,activos%20y%20financiamiento%20del%20terrorismo>.

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS]. (01 de Febrero de 2023). *Protección de datos personales: cautelando la seguridad de la información de los supervisados, usuarios y ciudadanos*. Obtenido de Boletín: <https://www.sbs.gob.pe/boletin/detalleboletin/idbulletin/1250?title=Protecci%C3%B3n%20de%20datos%20personales:%20cautelando%20la%20seguridad%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20de%20los%20supervisados,%20usuarios%20y%20ciudadanos#:~:text=Desde%20hace%2010%20a%20>

Tandazo, L., & Ochoa, J. (2023). Cultura financiera y su incidencia en la economía familiar de los habitantes del cantón Macará, Ecuador. *ECA Sinergia*, 14(3), 28-39. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588575738003/html/>

Trianto, B., Elfi, E., & Tijjani, T. (2021). Relationship Between Islamic Financial Literacy, Islamic Financial Inclusion And Business Performance : Evidence From Culinary Cluster Of Creative Economy. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 19 - 38. doi:10.24042/febi.v6i1.7946

ANEXOS

- **Instrumentos**



Universidad Católica de Santa María

Somos bachilleres de la Universidad Católica Santa María, el presente cuestionario se realizará de manera anónima y las respuestas brindadas solo serán utilizadas con fines educativos.

Se requiere un minuto de su tiempo para responder a las siguientes preguntas:

¡Muchas Gracias por su colaboración!

Datos de control

1. Tipo de empresa:
 - Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
 - Sociedad Anónima (S.A.)
 - Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)
 - Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
 - Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)
2. Tiempo en el mercado:
 - Menos de 1 año
 - 1 a 3 años
 - 3 a 5 años
 - 5 a 7 años
 - 7 a 9 años
 - Más de 9 años
3. Nivel de ingresos (anuales):
 - Menos de S/15,000
 - Entre S/15,000 – S/30,000
 - Entre S/30,000 – S/46,000
 - Entre S/46,000– S/66,000
 - Más de S/66,000
4. Cargo ejercido:
 - Dueño del negocio
 - Trabajador

Marque según la siguiente escala donde:

- 1 es totalmente en desacuerdo
- 2 es en desacuerdo
- 3 es ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 es de acuerdo
- 5 es totalmente de acuerdo

Instrumento para medir la variable Cultura financiera						
Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Servicios financieros	1. Hago uso de los servicios bancarios como créditos, programas de ahorros, seguros.					
	2. Mantengo activas cuentas de ahorro o corriente en instituciones bancarias.					
	3. Manejo habitualmente tarjetas de crédito o débito en mis consumos.					
	4. Realizo pagos o compras a través de transacciones bancarias.					
	5. Soy sujeto de crédito en cualquier institución financiera					
Control financiero	6. Hago un análisis de precios antes de realizar una compra					
	7. Mis gastos son menores que mis ingresos					
	8. Llevo un registro de mis gastos y cuentas por cobrar					
	9. Es más ventajoso realizar transacciones en línea que físicas					
	10. Pago a tiempo las cuotas de mis compras realizadas con tarjetas de crédito					
	11. Pago más que las cuotas mínimas mensuales en los consumos realizados con tarjetas de crédito					
	12. Si solicito un préstamo es a través de una institución bancaria y no de personas particulares					
	13. Elaboro un presupuesto mensual					
Ahorro	14. Tengo dinero ahorrado para cualquier situación adicional que se presente					
	15. Las compras al contado me permiten generar un ahorro					
	16. Cuando realizo compras es porque estoy seguro/a que están dentro de mi presupuesto					
	17. No hago préstamos para no endeudarme					
	18. He adquirido seguros de salud, vida, retiro					
	19. He adquirido seguros para propiedades					
	20. He podido ahorrar en el último año					
	21. Ahorro para comprar bienes muebles					
	22. Ahorro para comprar bienes inmuebles					
	23. Ahorro para pagar los estudios de mis hijos o familiares					
Instrumento para medir la variable Desarrollo empresarial						
Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Crecimiento económico	1. El crecimiento económico del país es beneficioso para mi empresa.					
	2. El crecimiento económico del país me permite generar empleo.					
	3. La globalización mejora la eficiencia de mi empresa.					
	4. Mi empresa reinvierte los ingresos obtenidos de las ventas para aumentar la rentabilidad.					
	5. El sector bancario facilita la organización y gestión de los ingresos de mi empresa.					

<p>Competitividad</p>	<p>6. En mi empresa se aplica sofisticación empresarial (tecnologías modernas, mejoras de procesos, capacitación, etc.).</p> <p>7. Aplicar sofisticación empresarial (tecnologías modernas, mejoras de procesos, capacitación, etc.). ofrece ventajas en mi empresa.</p> <p>8. La implementación de sofisticación empresarial agiliza los procesos productivos.</p> <p>9. Mi empresa innova con productos.</p> <p>10. No existe un alto grado de competitividad empresarial en mi sector.</p> <p>11. No existen niveles de competitividad empresarial entre mis proveedores.</p>					
<p>Capacitación</p>	<p>12. Los trabajadores de mi empresa son competentes.</p> <p>13. Los trabajadores son motivados.</p> <p>14. Se aplican técnicas de capacitación.</p> <p>15. Se cuenta con equipos y máquinas adecuadas.</p> <p>16. Regularmente se busca capacitar a sus trabajadores.</p> <p>17. Se tiene una cultura de aprendizaje continuo en la empresa.</p>					



• **Matriz de consistencia**

Tabla 66

Matriz de consistencia

PREGUNTAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Interrogante general: ¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024?</p>	<p>Objetivo general: Establecer la relación entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.</p>	<p>Hipótesis general: Es probable que, pueda existir una relación significativa entre la cultura financiera y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024.</p>	<p>Variable independiente Cultura financiera</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios financieros • Control financiero • Ahorro <p>Variable dependiente Desarrollo empresarial</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento económico • Competitividad ad • Capacitación 	<p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Alcance: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Población: 359 microempresas textiles de Arequipa.</p> <p>Muestra: 186 microempresas textiles de Arequipa.</p>
<p>Interrogantes específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué relación existirá entre los servicios financieros y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024? • ¿Qué relación existirá entre el control financiero y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024? • ¿Qué relación existirá entre el ahorro y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024? 	<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación entre los servicios financieros y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. • Determinar la relación entre el control financiero y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. • Determinar la relación entre el ahorro y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. 	<p>Hipótesis específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe una relación significativa entre los servicios financieros y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. • Existe una relación significativa entre el control financiero y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. • Existe una relación significativa entre el ahorro y el desarrollo empresarial en las microempresas textiles de Arequipa Metropolitana al 2024. 		

Nota. Adaptación propia basada en la investigación, 2024.