

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



Una Institución Adventista

El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del Mercado
Internacional Túpac Amaru Acomita V - Juliaca - 2016

Por:

Lesid Octavia Quispe Parra

Asesor:

Dr. Avelino Sebastián Villafuerte De la cruz

Juliaca, diciembre de 2016

Cómo citar

Estilo APA

Quispe Parra, L. (2016). *El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru Acomita V – Juliaca -2016*. (Tesis de Título). Universidad Peruana Unión, Juliaca, 2016.

Estilo Turabian

Quispe Parra, Lesid. *El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru Acomita V – Juliaca -2016*. (Tesis de Título). Universidad Peruana Unión, Juliaca, 2016.

Estilo Chicago

Quispe Parra 2016. *El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru Acomita V – Juliaca -2016*. (Tesis de Título). Universidad Peruana Unión, Juliaca, 2016.

Ficha catalográfica elaborada por el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de la UPeU

TCP	Quispe Parra, Lesid Octavia
2	El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac
Q78	Amaru Acomita V - Juliaca – 2016 / Autora: Lesid Octavia Quispe Parra; Asesor: Dr.
2016	Avelino Sebastián Villafuerte De la Cruz. -- Juliaca, 2016. 120 páginas: Anexos, figuras, tablas.
	Tesis (Licenciatura). -- Universidad Peruana Unión. Facultad de Ciencias Empresariales. EP. de Contabilidad, 2016. Incluye referencias y resumen. Campo del conocimiento: Contabilidad.
	1. Cultura financiera. 2. Ahorro. 3. Crédito. 4. Nivel. 5. Inversión.

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

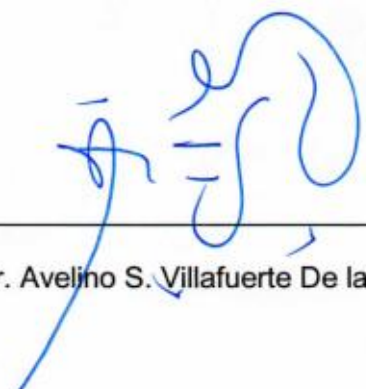
Dr. Avelino Sebastián Villafuerte De la Cruz, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Peruana Unión.

HACE CONSTAR:

Que el presente informe de investigación titulado: "El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru Acomita V - Juliaca - 2016" constituye la memoria que presenta la Bachiller QUISPE PARRA, Lesid Octavia para aspirar al título de Profesional de Contador Público ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Juliaca, diciembre del dos mil dieciséis.



Dr. Avelino S. Villafuerte De la Cruz

El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del Mercado
Internacional Túpac Amaru Acomita V - Juliaca - 2016

TESIS

Presentada para optar el título profesional de Contador
Público

JURADO CALIFICADOR:



.....
Dr. Humberto Rubén Huanca Callasaca
Presidente



.....
Dra. Yudy Huacani Sucasaca
Secretario



.....
CPC. José Luis Maquera Rivera
Vocal



.....
CPC. Richard Zegarra Estrada
Vocal



.....
Dr. Avelino Sebastián Villafuerte De la Cruz
Asesor

Juliaca, 19 de diciembre de 2016

DEDICATORIA

A Dios por su protección y por guiarme en cada paso que doy. A mis padres por darme la vida. A mis hermanos por su apoyo incondicional. a mis amigos por ayudarme en mi realización profesional y a cada miembro de mi familia Tíos, Primos, Sobrinos a todos sin excepción por confiar en mí y darme la mano cuando más lo necesitaba y por brindarme su amistad y confianza.

Lesid Octavia

AGRADECIMIENTOS

- Al Dr. Avelino S. Villafuerte de la Cruz, por su apoyo y motivación.
- A mis jurados dictaminadores por todas las observaciones para la mejora del presente trabajo.
- A mi esposo Miguel A. Aldecoa Pauca e hija Melissa M.H. Aldecoa Quispe por su apoyo incondicional día a día.
- Al Ing. Efraín Velásquez por su ayuda en la metodología y validación de instrumento para el mejor procedimiento del trabajo.
- Al Presidente de la ACOMITA V Sr. Alfredo PariChiara y a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V por su colaboración con la respuesta de las encuestas; así mismo al Sr. Pablo César Calloapaza Copa, presidente de la ACOMITA III por la información brindada sobre la historia del mercado internacional de Túpac Amaru
- A todos los que formaron parte de mi vida estudiantil y profesional.
- Finalmente, expreso mi agradecimiento a todas aquellas personas que de alguna forma contribuyeron en la elaboración de mi investigación.

Lesid Octavia

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTOS	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
SÍMBOLOS USADOS	xv
CAPÍTULO I	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMÁTICA	16
1.1 Identificación del problema	16
1.2 Formulación del problema	17
1.3 Objetivo de la investigación	17
1.4 Justificación	18
1.5 Presuposición filosófica	20
CAPÍTULO II	21
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.1 Antecedentes de la investigación	21
2.2 Revisión de la literatura	23
2.2.1 Cultura Financiera	23
2.2.2 Importancia de la cultura financiera	24
2.2.3 Aspectos que comprende la cultura financiera	25
2.2.4 Presupuestos.....	26
2.2.5 Seguros	27
2.3.5.2 Obligación de las empresas aseguradoras.....	32
2.3.5.3 Seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR)	32
2.3.5.4 Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT)	33
2.2.6 Inversión	33
2.3.6.1 Tipo de Inversión según (ASBA, 2015).....	33
2.2.7 Ahorro.....	37
2.2.8 Créditos	38
2.4 Marco conceptual	48
CAPÍTULO III	50
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	50

3.1	Diseño de investigación	50
3.2	Tipo de investigación.....	51
3.3	Identificación de la Variable	51
3.4	Operacionalización de variable	52
3.5	Delimitación geográfica y temporal	52
3.6	Población y muestra.....	53
3.7	Técnicas e instrumentos en la recolección de datos	55
3.8	Plan de procesamiento de datos	56
CAPÍTULO IV		58
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		58
4.1	Resultados de la investigación	58
4.1.1	En Relación al objetivo general.....	62
4.1.2	En relación al primer objetivo específico	63
4.1.3	En relación al segundo objetivo específico	66
4.1.4	En relación al tercer objetivo específico	68
4.1.5	En relación al cuarto objetivo específico	71
4.1.6	En relación al quinto objetivo específico	74
4.2	Discusión de Resultados	79
4.2.1	En cuanto al objetivo general	79
4.2.2	En cuanto al primer objetivo específico.....	79
4.2.3	En cuanto al segundo objetivo específico	80
4.2.4	En cuanto al tercer objetivo específico.....	80
4.2.5	En cuanto al cuarto objetivo específico	80
CAPÍTULO V		81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		81
CONCLUSIONES.....		81
RECOMENDACIONES		83
LISTA DE REFERENCIAS		85
ANEXOS		87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sexo de los encuestados	58
Tabla 2. Edad de los encuestados	59
Tabla 3. Estado civil de los encuestados	60
Tabla 4. Nivel De Estudio De Los Encuestados	60
Tabla 5. Giro de negocio de los encuestados	61
Tabla 6. Niveles de la cultura financiera que presentan los comerciantes del mercado internacional túpac amaru de la ciudad de juliaca acomita V	62
Tabla 7. Acostumbra llevar un registro de sus ingresos	63
Tabla 8. Acostumbra llevar el registro de gasto	64
Tabla 9. Calcula sus ganancias de las ventas que obtendrá mensualmente	64
Tabla 10. Nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de presupuesto que presentan los comerciantes del mercado internacional de túpac amaru de la ciudad de juliaca acomita V.	65
Tabla 11. Tiene conocimiento sobre los seguros de vida	66
Tabla 12. Tiene conocimiento sobre los seguros de bienes (casas, autos)	66
Tabla 13. Tiene conocimiento sobre los beneficios de un seguro	67
Tabla 14. Nivel de cultura financiera en cuanto a uso de seguros que presentan los comerciantes del mercado internacional de túpac amaru de la ciudad de juliaca acomita V	68
Tabla 15. Al momento de realizar una inversión se informa antes	69
Tabla 16. Esta dispuesto a correr riesgo antes de invertir	69
Tabla 17. Conoce la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles	70
Tabla 18. Nivel de cultura financiera en cuanto a toma de decisiones de inversión que presentan los comerciantes del mercado internacional de túpac amaru de la ciudad de juliaca acomita V	71
Tabla 19. Tiene el hábito de ahorrar parte de sus ingresos	72
Tabla 20. Ud. Tiene ahorros de sus ingresos en:	72
Tabla 21. Controla sus gastos para poder ahorrar	73
Tabla 22. Nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de ahorro que presentan los comerciantes del mercado internacional de túpac amaru de la ciudad de juliaca acomita V	73

Tabla 23. Tiene Ud. Conocimiento sobre los créditos comerciales	74
Tabla 24. Tiene Ud. Conocimiento sobre los créditos personal	75
Tabla 25. Tiene ud. Conocimiento sobre los créditos de financiamiento (casa, transportes)	75
Tabla 26. Tiene ud. Conocimiento sobre las tasas de interés de las entidades financiera	76
Tabla 27. Le cobraron interés moratorio por no cumplir con el pago calendario de un préstamo	76
Tabla 28. Cuando realiza sus compras o ventas, el medio de pago que utiliza son en efectivo	77
Tabla 29. Cuando realiza sus compras o ventas, el medio de pago que utiliza son las transferencias bancarias	77
Tabla 30. Nivel de cultura financiera en cuanto al uso de créditos que presentan los comerciantes del Mercado Internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca Acomita V	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pasos para tener cultura financiera	27
Figura 2. Clases de seguros personales	28
Figura 3. Clases de seguros de daños patrimoniales.	29
Figura 4. Clases de seguros de prestación de servicios.	30
Figura 5. Empresas de seguros supervisadas por la sbs.	31
Figura 6. Importancia de la inversión	36
Figura 7. Entidades que pertenecen a la banca múltiple	41
Figura 8. Empresas del estado integrantes del sistema financiero	42
Figura 9. Empresas de sistema no bancario	43
Figura 10. Margen de spread	46
Figura 11. Tasa de costo efectivo anual	46
Figura 12. Tasa efectiva anual	47
Figura 13. Nivel de cultura financiera	95
Figura 14. Nivel de cultura financiera presupuestos	96
Figura 15. Nivel de cultura financiera en uso de seguros	96
Figura 16. Nivel de cultura financiera en toma de decisión de inversión	97
Figura 17. Nivel de cultura financiera en uso de ahorros	97
Figura 18. Nivel de cultura financiera en uso de créditos.	98

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Matriz de consistencia	88
Anexo B. Operacionalización de variables	90
Anexo C. Guía de entrevistas	91
Anexo D. Análisis de alfa de cronbach	95
Anexo E. Nivel de cultura financiera	95
Anexo F. Nivel de cultura financiera presupuestos	96
Anexo G. Nivel de cultura financiera en uso de seguros	96
Anexo H. Nivel de cultura financiera en toma de decisión de inversión	97
Anexo I. Nivel de cultura financiera en uso de ahorros	97
Anexo J. Nivel de cultura financiera en uso de créditos	98
Anexo K. Documento de autorización	99
Anexo L. Validación de instrumento por el experto	101
Anexo M. Validación de instrumento por el estadista	104
Anexo N. Lista de padrón de asociados	107
Anexo O. Croquis donde se realizó el trabajo de investigación	106

RESUMEN

La presente investigación titulado “El nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru ACOMITA V- Juliaca 2016” se realizó con una población de 84 comerciantes, se aplicó una encuesta que fue validada por juicio de expertos obteniendo un alfa de Crombach de 0.848. El objetivo fundamental fue determinar el nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITAV- Juliaca - 2016. El diseño que se utilizó para la investigación fue el diseño de investigación no experimental de tipo transeccional descriptivo. Para el recojo de información se utilizó encuestas, las cuales fueron aplicadas a los comerciantes que consta de 23 preguntas distribuidas en cinco dimensiones de la cultura financiera en cuanto al manejo de presupuesto, al uso de seguros, a decisiones de inversiones, al manejo de ahorros y al uso de créditos. Los resultados obtenidos nos muestra que la mayoría de los comerciantes están ubicados en un nivel medio de cultura financiera, con un 73.8%, en cuanto a sus cinco dimensiones nos muestra en el manejo de presupuesto en un nivel medio con un 54.8%, uso de seguros en nivel medio con un 72.6%, en decisiones de inversión nivel medio con un 67.9%; en relación al manejo de ahorro, el nivel medio con un 54.8%, y en cuanto al uso de créditos nivel medio con un 84.5%; es así que se puede ver que los comerciantes están siendo asertivos en la toma de decisiones financieras.

Palabras Clave: Cultura financiera, ahorro, crédito, nivel, inversión.

ABSTRACT

This research is entitled "The level of the financial culture of the merchants in the international market Tupac Amaru ACOMITA V- Juliaca 2016" the survey was applied in 84 merchants, that was validated by expert judgment obtaining an alpha chrombach of 0.848 . Whose main objective was to determine the level of financial culture of the merchants of the international market "Tupac Amaru" ACOMITAV- Juliaca - 2016. For the research was used the design of non-experimental research of descriptive transectional type. For collecting the information, the survey was used and it was applied to the merchants, which consists of 23 questions distributed in five dimensions of the financial culture. In terms of managing of budget, in terms of using of insurance, in terms of investment decisions, in terms of saving management and the use of credits. The results obtained show that the majority of merchants in an average level of financial culture with a 73.8%, in terms of its five dimensions show us in terms of budget management in an average level with 54.8%, insurance use In average level with 72.6%, in investment decisions medium level with 67.9%, in terms of management of average savings with 54.8%, in terms of use of average level loans with 84.5% we can see that merchants are being assertive in making financial decisions.

Keywords: Financial culture, savings, credit, level, investment.

SÍMBOLOS USADOS

Símbolos	Significado
ACOMITA	: Asociaciones de Comerciantes Minoristas Túpac Amaru.
AFP	: Afiliación de Fondo de Pensiones.
ASBA	: Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas
ASPEm	: Asociación Solidaridad Países Emergentes.
BBVA	: Banco Continental
BCC	: Banco Central de Colombia
BCP	: Banco de Crédito del Perú
BCRP	: Banco Central de Reserva del Perú
CAF	: Corporación Andina de Fomento
CNMV	: Comisión Nacional del Mercado de Valores.
COFIDE	: Corporación Financiera de Desarrollo
CONSAR	: Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro
EBR	: Educación Básica Regular.
FCA	: Facultad de Contaduría y Administrativa.
FINCOMUN	: Servicio Financiero Comunitario.
LCCh	: Ley Cambiaria y del Cheque
OCDE	: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
ONGs	: Organización no Gubernamental.
SAF	: Sociedad Administradora de Fondos.
SBIF	: Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras
SBS	: Superintendencia de Banca y Seguros
SEC	: Securities and Exchange Commission
SOAT	: Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito
TEA	: Tasa Efectiva Anual
TCEA	: Tasa de Costo Efectivo Anual
TREA	: Tasa de Rendimiento Efectivo Anual
UAQ	: Universidad Autónoma de Querétaro.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMÁTICA

1.1 Identificación del problema

En el mercado Túpac Amaru a pesar del ingreso de la economía que tienen los comerciantes trabajan con créditos financieros. Puesto que muchos de ellos no saben cómo ahorrar, no entienden cómo manejar un buen presupuesto; a su vez el dinero de sus ganancias algunos lo guardan en casa y no en una entidad bancaria porque para ellos dicen que es más fácil, pues no pagan intereses a las entidades financieras, y es por ello que cuando hay alguna actividad festiva y otros, cogen el dinero guardado que tienen en casa y lo gastan descuidadamente y al final el ahorro que tuvieron se termina.

Muchas personas aceptan préstamos económicos de las entidades financieras, así como Bancos, Edpymes, Cajas Rurales y Cajas Municipales, todo con la finalidad de tener mejora económica lo cual los llevan a tener deudas, ya sea de corto o largo plazo. A su vez al momento de asumir la responsabilidad de pago a veces ya no pueden realizar los pagos de las cuotas mensuales generando deudas, intereses moratorios, comisiones y otros gastos con la entidad financiera que aumenta diariamente.

Para evitar el aumento de esta deuda otros piden el refinanciamiento del préstamo en la misma entidad o también solicitan créditos a otras entidades pensando que esa es la mejor solución que se tiene y al no poder pagar muchas veces llegan a tener la exclusión financiera.

La falta de cultura financiera en las personas conlleva a la toma de decisiones inapropiadas, al uso de prácticas financieras incorrectas y a la incapacidad para defender sus derechos como consumidores de productos financieros; y todo esto genera costos elevados y pérdida de bienes para los usuarios, agravándose los problemas debido a que los servicios financieros crecen en número y complejidad, en donde existe poca información y restricciones de las mismas.

La falta de cultura financiera es el inicio de los problemas de dinero. En general las personas se adeudan no por falta de ingresos, sino al no tener cultura financiera: malgastan o realizan unas malas inversiones.

1.2 Formulación del problema

El presente trabajo de investigación nos lleva a formular las siguientes preguntas:

1.2.1 Problema general

¿Cuál es el nivel de cultura financiera de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de presupuesto de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA V – Juliaca - 2016?
- ¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto al uso de seguros de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016?
- ¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto a decisiones de inversión de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016?
- ¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de los ahorros de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016?
- ¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto al uso de préstamos o créditos de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016?

1.3 Objetivo de la investigación

Para resolver la problemática mencionada, el trabajo de investigación se planteó los siguientes objetivos:

1.3.1 Objetivo general

Determinar el nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016.

1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar Analizar el nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de presupuesto los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016.
- Analizar el nivel de cultura financiera en cuanto al uso de seguros de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016.
- Analizar el nivel de cultura financiera en cuanto a decisiones de inversión de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016.
- Analizar el nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de los ahorros de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016.
- Analizar el nivel de la cultura financiera en cuanto al uso de préstamos o créditos de los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca -2016.

1.4 Justificación

Según la encuesta realizada por Superintendencia de Banca (2011) sobre cultura financiera en el Perú, se obtuvo un bajo nivel de conocimiento y entendimiento sobre el cálculo de intereses de cuenta de ahorro. El 68.9% de los encuestados demostró conocer la relación entre la rentabilidad y los riesgos. Asimismo, el 35.4% de los encuestados indicaron haber ahorrado en su hogar, el 30% que usa el sistema financiero a través de depósitos o saldo en cuenta de ahorro.

El 45% de los encuestados con ingresos inferiores de S/. 600.00 ahorran en su casa el 28% de los encuestados con ingresos mayores de S/. 3000.00 ahorra en entidades financieras.

Así mismo los encuestados dieron una respuesta sobre los productos financieros más utilizados, los cuales son tres: las cuentas de ahorro el 48,4%, EsSalud 34.7% y tarjeta de crédito 28.3%; así mismo los

encuestados manifestaron que no realizan comparaciones previas a la adquisición de un producto financiero.

Se consideró también en la encuesta sobre el control financiero; pues de cada diez encuestados solo siete indican que tienen control sobre su manejo financiero, ya que analizan sus posibilidades de pago, revisan su situación financiera, pagan sus cuentas a tiempo y señalaron tener un presupuesto familiar. Así mismo, el informe dice que en los últimos doce meses el 55% de los encuestados dice se encontraron en una situación en la cual sus ingresos no pudieron cubrir sus gastos. Por lo cual para cubrir los gastos como alternativa más usada, la reducción de gasto con un 44%, trabajos extras 19%, obtiene préstamos de alimentos o dinero de familiares 16% y retira dinero de ahorros el 16% (Superintendencia de Banca, 2011).

Por tal razón la presente investigación se considera relevante debido a que, el hecho de concientizar en el área financiera, contribuye a empoderar a la población sobre producir sus recursos monetarios a través del ahorro e inversión a su vez favorecería una mejor calidad de vida. Cabe destacar que el estudio de este tema puede afectar a un gran número de familias con respecto a sus decisiones financieras.

Las personas que no tienen buena cultura financiera gastan mal su dinero, se endeudan y dan su tiempo y libertad a terceras personas sin aprovechar sus ingresos para progresar. Por tal razón, el presente estudio es útil por el aporte de conocimientos que ayudan en mejorar la calidad de vida de los comerciantes y sus familiares, estudiantes de cualquier nivel educativo, así como maestros y profesores de escuelas, colegios, institutos y universidades; y para esto se requiere una muy buena educación financiera, ya que las personas aprenderán a controlar su dinero en lugar que éste los controle; pues una persona educada financieramente es capaz de manejar una economía satisfactoria, tanto en sus negocios como en su familia.

Podemos decir entonces que al realizar este estudio se ayuda a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru a tener mejor cultura financiera, sana sin deudas ni riesgos. El conocimiento básico de conceptos en finanzas, como elaborar sus presupuestos, ahorros, créditos o préstamos puedan ayudar a elegir los productos y servicios financieros que

mejor les convengan y ellos mismos sean conscientes del hábito de la cultura financiera para mejorar su calidad de vida y no caer en endeudamiento ni pérdida de propiedades.

1.5 Presuposición filosófica

Los Adventistas del Séptimo Día, aceptan la Biblia como su único credo y mantienen creencias fundamentales como enseñan las Sagradas Escrituras. Estas creencias constituyen la percepción y expresión que la Iglesia sostiene con respecto a las enseñanzas bíblicas.

Uno de las 28 creencias fundamentales de la Iglesia Adventista, es que Dios es el Creador. Dios es el Creador de todas las cosas y reveló en las Escrituras el relato auténtico de su actividad creadora. En seis días hizo el Señor los Cielos y la Tierra y todo lo que tiene vida sobre la Tierra, y descansó el séptimo día de esa primera semana. (Lucas16; 1 corin.4:1- 2; Tito 1:7; 1 Pedro 4:10; Juan 1:1-3; Col. 1:16 y 17).

El presente trabajo de investigación, toma en cuenta esta creencia, que está fundamentada en la Santa Biblia (1995), de que Dios es el único que tiene capacidad de Administrar y considera a cada persona como mayordomo, Dios le considera al ser humano como mayordomo de todo los bienes que obtiene ya sean económicos o materiales y al mismo tiempo él dice que somos mayordomos de nuestra previa vida. Es por ello que al realizar la investigación de nivel de cultura financiera se sabrá de cuan responsable estamos siendo con el mandato divino.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes de la investigación

Respecto al objeto de nuestro tema de investigación, presentamos algunos antecedentes relacionados en el tema.

Según Mamani (2016), en su tesis “El nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca Base II y III -2015” de la Universidad Peruana Unión, tuvo como objetivo determinar el nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca, Base II y III -2015; su metodología de investigación fue descriptiva y llegó a las conclusiones que el 47.8% presentan un nivel medio en cultura financiera y 29.6% presentan un nivel bajo en cultura financiera

Según Gutiérrez (2014), en su tesis “Educación financiera como base para toma de decisiones personales de inversión” de la Universidad Autónoma de Querétaro, con el objetivo general de conocer cómo influye la educación financiera en la toma de decisiones de inversión en los alumnos de pos grado de la FCA y UAQ, y con la metodología descriptiva, presenta conclusiones que influyen en la educación financiera, en la toma de decisiones personales de inversión de los ahorradores en el medio formal.

El autor ya mencionado anterior dice que la educación financiera efectivamente tiene una relación directa con la prosperidad personal, contribuyendo de cierta manera al progreso de la sociedad. De este modo se concluye que todas las personas necesitan y debería tener educación financiera dado que las finanzas y la economía están en dos partes independientemente y la situación de cada persona al considerar que día a día se toman decisiones financieras que fortalecen el futuro y que incluye hacer uso de instrumentos y servicios financieros que existen.

Según Aguilar y Jumbo (2013), en su tesis titulada “Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad

presencial de la titulación en administración en banca y finanzas” en la Universidad Técnica Particular de Loja –Ecuador, tuvo como objetivo general el promover y educar a la población estudiantil mediante temas adecuados y uso de herramientas que les permita desenvolverse en el mundo actual; además de concientizar a los estudiantes para el cuidado de sus finanzas personales.

El autor ya mencionado anterior dice que con la ampliación y adaptación del programa de educación y cultura financiera fuera de la universidad. Metodología; investigación de tipo diagnóstico; llegando a las siguientes conclusiones, los niveles de la educación y cultura financiera de los estudiantes de la titulación se encuentra entre bajos y medios lo que significa que es viable la implementación de un programa de educación y cultura financiera para aumentar los niveles de conocimiento y entendimiento financiero, el control financiero para mejorar el uso de la oferta de productos y servicios financieros del sistema bancario y no bancario.

Según García (2011), en su tesis “Características e importancia de la educación financiera para niño, jóvenes y adultos de sectores populares de la ciudad de Oaxaca de Juárez” de la Universidad Tecnológica de la Mixteca; teniendo como objetivo general el determinar, en base a la aplicación de una encuesta a una muestra representativa de sectores populares de la ciudad de Oaxaca de Juárez, qué tan informados están los niños, jóvenes y adultos respecto a cuestiones económico – financieras tales como el ahorro, la inversión, los créditos, el cambio de divisas (principalmente dólares que reciben familiares de migrantes en Estados Unidos).

El autor ya mencionado anterior dice que otros aspectos que formarían parte de algo que se denomina “Educación financiera” con la finalidad de destacar las características, importancia que promuevan su difusión y aplicación. Metodología, es una investigación documental llegando a las siguientes conclusiones que los niños no poseen una idea sólida sobre la importancia y beneficios que este hábito puede proporcionarles en su vida diaria. Los jóvenes se mostraron más conocedores sobre conceptos financieros, los adultos quienes menos poseen el conocimiento de la educación financiera a

su vez ellos son los que no poseen el hábito de ahorrar y quienes más piden prestado.

2.2 Revisión de la literatura

2.2.1 Cultura Financiera

Según FINCOMUN (2011), la cultura financiera son las habilidades, conocimientos y prácticas que llevamos día a día para lograr una correcta administración de lo que ganamos y gastamos; así como un adecuado manejo de los productos financieros para tener una mejor calidad de vida, ya que en muchas ocasiones se le da poca importancia a la cultura financiera.

La cultura financiera es el dominio de habilidades, conocimientos y prácticas diarias necesarios para tomar decisiones financieras con información y de una forma sensata a lo largo de la vida. Está muy vinculada a la educación financiera, que hace referencia a la enseñanza de dichas habilidades, prácticas y conocimientos con los que afrontar en una mejor posición los retos básicos de índole financiera.

Tanto la Comisión Europea como la OCDE han recomendado en repetidas ocasiones a los Estados miembros que la educación financiera pase a formar parte del currículo escolar con el objetivo de potenciar e incrementar la cultura financiera en la sociedad. Cada vez más países europeos y del resto del mundo se van uniendo a esta corriente. En el caso de España, el Real Decreto 126/2014 se establece el currículo básico de la Educación Primaria que incorpora el curso la educación financiera como contenido mínimo integrado dentro de Ciencias Sociales, 2014/2015.

En mayo de 2008 la CNMV y el banco de España publicaron el plan de educación financiera para el año 2008 a 2012, el cual fue renovado en junio este mismo plan para el año 2013 a 2017. Cuyo objetivo de este proyecto es mejorar la cultura financiera de los ciudadanos, dándoles el conocimiento básico y las herramientas necesarias para el manejo de sus finanzas de forma responsables e informadas.

Según Latino (2014), dice que para salir de las deudas uno tiene que hacer un tremendo plan de escape ya que los grandes desafíos demandan un trabajo de equipo y la cualidad que más se necesita entre los compañeros de

equipo en medio de la presión con un reto difícil de colaboración o cooperación así como los esposos que trabajan arduamente para traer algo a la mesa que añada valor a la relación. La suma de un trabajo de equipo hecho realmente en colaboración; de tal manera hay que colaborar juntos para salir de la presión de las deudas y lograr el gran escape hacia la libertad y es tiempo de salir de deudas.

Según la Superintendencia de banca y seguro, en el año 2013, el ministerio de educación convocó a expertos en el ámbito de educación financiera así como Instituciones Públicas y Privadas, ONGS y Académicos para identificar las competencias a desarrollar en educación financiera, dividir las en capacidades y desarrollar indicadores para cada ciclo de la educación básica regular (EBR).

Según la Publicación del diario Gestión, (2014), las finanzas personales requieren de mucha disciplina y organización para evitar sobresaltos al llegar a fin de mes para prevenir los dolores de cabeza causado por sus deudas por ocho errores que se cometen frecuentemente; gasta más de lo que gana, no llevan registros diarios, mantenerse en su área de confort, no ahorrar, hacer las tarjetas de crédito una forma de vida, realizar compras innecesarias, manejar un carro que no está asegurado y no cuentan con un seguro médico.

2.2.2 Importancia de la cultura financiera

Según Pellas (2008), la cultura financiera es importante para contribuir con la formación en el manejo de herramientas financieras de la población general de manera particular conformada por jóvenes entre los 15 a 20 años involucrados en la fuerza laboral del país.

La cultura financiera también es importante para todas las personas y no solo para aquellas que tienen una alta participación de los mercados financieros o se dedican a tareas de inversión. La educación financiera contribuye en la mejora de la calidad de vida, construcción de conocimiento, destreza, habilidades, actitudes y la toma de decisiones, en la organización de presupuestos, distribución de gastos, adquisición de préstamos y otros temas financieros.

2.2.3 Aspectos que comprende la cultura financiera

Según Pellas (2008), la cultura financiera comprende los siguientes aspectos: la conceptualización de la educación financiera como una herramienta que permite contribuir con la formación integral de las personas, para un adecuado desempeño en la vida personal, familiar y social en el manejo de la economía, es decir, dando importancia al desarrollo del conocimiento, actitudes, destrezas, valores, hábitos favorables, independencia y cultura financiera en el desarrollo económico y social del país. La libertad financiera se pone énfasis en algunos principios y buenas prácticas de la cultura financiera y la toma de conciencia; en esta materia se desarrollan temas como qué es y para qué sirve.

La riqueza de la economía individual, familiar y de la nación se plantea como aspectos que permiten la revisión del concepto económico de riqueza de las personas y de las familias, de una empresa u organización y de la nación. Estas son las claves o principios para la prosperidad y seguridad financiera y el proceso de economizar.

El dinero y las finanzas constituyen aspectos importantes en la cultura financiera: el origen, desarrollo e importancia del dinero, sus características, el valor y la forma del dinero, los pasivos para el uso y los activos para la creación de riqueza.

El ahorro y sus implicaciones constituyen los aspectos más importantes en la cultura financiera, y de manera particular se deben desarrollar los aspectos conceptuales y la importancia del ahorro y cómo calcular los intereses, cómo aumentar los ahorros y cómo identificar metas para el ahorro.

El presupuesto personal y familiar constituyen elementos importantes en la cultura financiera. Debe tenerse en cuenta el desarrollo de algunos conceptos ya que la planificación y fijación de metas o resultados el presupuesto de gastos incluyendo la etapa de la vida financiera de las personas, la inversión como instrumento para el aumento del ahorro, el crédito, los medios de pago, los impuestos.

Los seguros constituyen aspecto significativo en la cultura financiera, trata de desarrollar aspectos de previsión considerando algunos factores contingentes de la vida, el seguro y su importancia.

El sistema financiero dentro de las instituciones financieras bancarias y no bancaria constituyen también temas que deben ser desarrollados por la cultura financiera, especialmente para tener una visualización del sistema financiero en el país cuyo componente se refiere a los intermediarios financieros, los activos, mercado financiero y deben también incluir la regulación y supervisión de los sistemas financieros, las instituciones financieras bancarias y no bancarias, las medidas de protección.

2.2.4 Presupuestos

De acuerdo a Burbano (1995), el presupuesto es la estimación programada de manera ordenada de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de una empresa en un periodo con la adopción de estrategias necesarias para lograrlo.

Según Homgren (2007), el presupuesto es una expresión de un plan de acción propuesto por la gerencia para un periodo específico y una ayuda para coordinar todo aquello que se necesita para implantar dicho plan y sirve como un proyecto a seguir en un periodo futuro.

Según Pérez (2009), nos dice que el presupuesto es un documento que autoriza y vincula a las administraciones para realizar gastos e ingresos con los que cumple con la exigencia de la sociedad. El presupuesto constituye la técnica, gestión más potente de la que disponen las administraciones ya que proporcionan una información muy importante para la mayor eficiencia y eficacia de la adquisición de bienes y servicios y sus transferencias en el sector público.

Según FINCOMUN (2011), el presupuesto es un resumen de los ingresos estimados y de cómo serán nuestros gastos durante un periodo de tiempo determinado. Su uso consiste en asegurar la economía familiar y así poder lograr la meta de la libertad financiera en lo posterior ya que es útil el presupuesto para poder determinar cuánto dinero se tiene para gastar, cómo se quiere gastar el dinero, identificar los gastos innecesarios y reducirlos y saber cuánto dinero podemos ahorrar.

Cinco Pasos Para tener una buena cultura financiera:

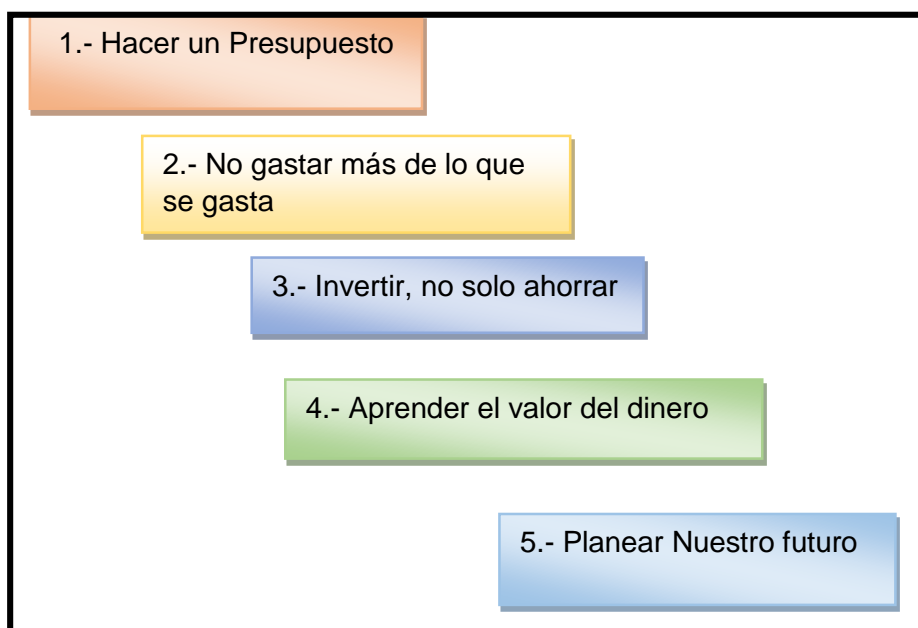


Figura 1: Pasos para tener cultura financiera

Fuente: CONSAR (Comisión Nacional Del Sistema de Ahorro para el Retiro).

El presupuesto familiar necesita un plan, tanto para que tenga la familia lo suficiente para sí y para dar a los más necesitados; es necesario que tenga una planificación, así como la Biblia nos muestra en Lucas 14: 28 que, para realizar la edificación de una torre o casa, no cuenta primero o realiza un presupuesto de los gastos que va a realizar, para ver si tiene lo necesita para acabarla, sabiendo que en muchas familias no existe una noción adecuada de los gastos o de las rentas. Una familia que se preocupa por la administración adecuada de sus recursos debe hacer su propio presupuesto familiar y una vez que el presupuesto está hecho, se debe tener disciplina para no salirse de sus límites.

2.2.5 Seguros

Es una forma de prevenir contingencias en el sentido financiero, es una cobertura por la que se paga una póliza que tiene como propósito resarcir al asegurado por los daños o pérdidas de la vida, salud, casa, autos y otros objetos de valor. La ley requiere algunos tipos de seguros mientras que otros son opcionales.

El seguro también es un medio de cobertura de los riesgos al transferirlo a una aseguradora que se va a encargar de garantizar o indemnizar todo o parte del perjuicio producto de la aparición de determinada situación de accidentes ya que el riesgo está siempre presente en la vida de las personas; se manifiesta en todas las decisiones que se toma a diario en todas las actividades que se practican ya sea de carácter personal o profesional. Nos sirve para protegernos de los daños derivados en un accidente, robo, enfermedad, desastre natural, fallecimiento.

2.2.5.1 Tipos de seguros

Las entidades aseguradoras ofrecen seguros tan distintos como son los riesgos que cubre.

a) Seguros personales.

Este tipo de seguro está conformada por cuatro ítems/ Seguros.

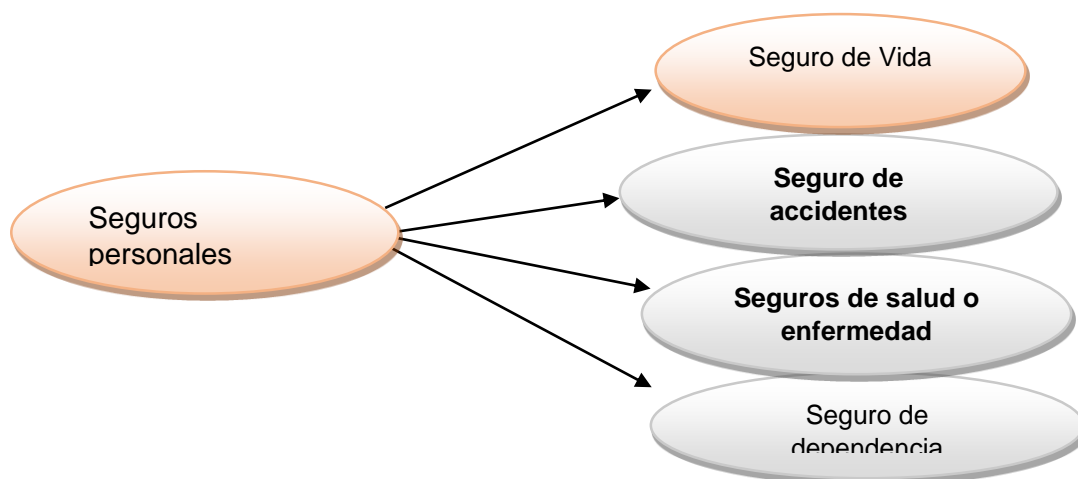


Figura 2: Clases de Seguros Personales.

Fuente: Seguros y Pensiones para todos.

- **Seguro de vida:** La característica fundamental del seguro de vida es el pago de un contrato pactado y depende del fallecimiento o supervivencia del asegurado.
- **Seguro de accidentes personales:** Es el seguro que tiene por objeto la prestación de indemnizaciones en caso de accidentes que provoquen la muerte o incapacidad del asegurado.

- **Seguros de salud o enfermedades:** Es el seguro que proporciona al titular y familia una cobertura sanitaria asistencial y en ocasiones de carácter económico, si los beneficiados sufriesen alguna enfermedad o dolencia.
- **Seguros de dependencia:** Es un seguro proporcionado por el Estado para ayudar a los ciudadanos que no puedan valerse por sí mismos con situaciones de limitación física, psíquica o intelectual ya sea por enfermedad o por otras causas.

b) Seguros de daño o patrimoniales

Dentro de esta categoría de seguros se encuentran los seguros que tienen como finalidad principal reparar las pérdidas que un asegurado puede sufrir en su patrimonio como consecuencia de un siniestro.



Figura 3: Clases de seguros de daños patrimoniales.

Fuente: Seguros y Pensiones para todos.

- **Seguro de Incendios.-** Este seguro garantiza al asegurado la indemnización en caso de incendios de los bienes determinados en la póliza o la reposición de ellas incluyendo los daños producidos en la extensión.

- **Seguros de responsabilidad civil.**- Tiene por objeto cubrir los pagos de la indemnización por los daños corporales, materiales o patrimoniales causando a los terceros que puedan ser culpa del asegurado.
- **Seguro de Automóvil.**- Este seguro tiene por objeto fundamental reparar o indemnizar los daños accidentales producidos en los vehículos de terceros y en el vehículo asegurado.
- **Seguro Agrario.** -Los seguros agrarios tienen la cobertura de los riesgos que puedan afectar las explotaciones agrícolas, ganaderas y forestales.

c) Seguros de prestación de servicios

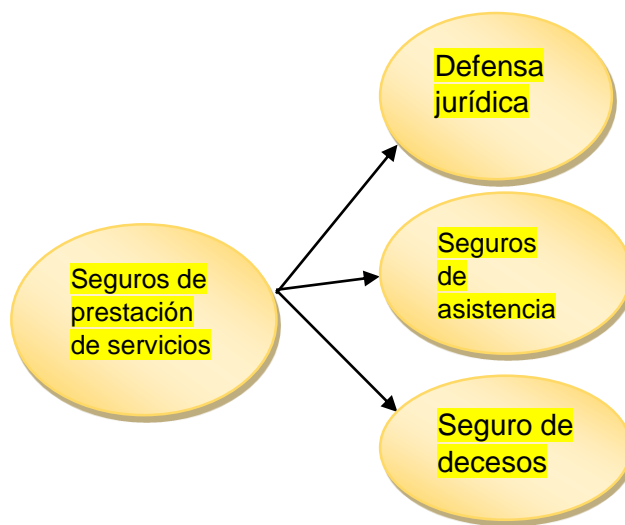


Figura 4: Clases de Seguros de Prestación de servicios.

Fuente: Seguros y Pensiones para todos.

Ramos Generales y de Vida	Ramos Generales	Ramos de Vida
BNP PARIBAS CARDIF S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros	HDI Seguros S.A.	Compañía de Seguros de Vida Cámara S.A.
PROTECTA Compañía de Seguros	INSUR S.A. Compañía de Seguros	EL PACÍFICO VIDA Compañía de Seguros y Reaseguros
RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS	El Pacífico Peruano Suiza Compañía de Seguros y Reaseguros	MAPFRE PERÚ VIDA Compañía de Seguros
CHUBB PERÚ S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros	LA POSITIVA Seguros y Reaseguros	Seguros SURA
INTERSEGURO Compañía de Seguros S.A.	MAPFRE PERÚ Compañía de Seguros y Reaseguros	LA POSITIVA VIDA Seguros y Reaseguros
	SECREX Compañía de Seguros de Crédito y Garantías	Rigel Perú S.A. Compañía de Seguros Vida
	AVALPERÚ COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.	Ohio National Seguros de Vida S.A.
		Crecer Seguros S.A.

Figura 5.-Empresas de seguros supervisadas por la SBS.

Fuente: Superintendencia de banca y seguros y AFP.

La superintendencia de banca, seguros y AFPs se encargan de regular la función correcta de actividades de las empresas aseguradoras.

d) Coberturas de los seguros

Según cubren el pago de la indemnizaciones por daños corporales, materiales o patrimoniales causados a terceros que pudieran ser causados por el tercero que pudieron haber sido culpa del asegurado por hechos derivados de su vida privada o profesional.

2.3.5.2 Obligación de las empresas aseguradoras

Las obligaciones de las empresas aseguradoras son reembolsar los gastos; deben reintegrar los gastos realizados en cumplimiento de la obligación de salvamento, siempre que no han sido manifestante desacertados o innecesarios, así mismo, las aseguradoras pagarán la indemnización determinado de acuerdo con el tipo de seguro contratado, el daño sufrido y el monto asegurado ya que el pago de la indemnización debe hacerse dentro de los quince días de fijado su monto u ocurrido el siniestro.

2.3.5.3 Seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR)

Según (Ley N°26790) es un seguro creado por el Estado, ley de modernización en la seguridad en salud, reglamentado por decreto Supremo N° 003-98-SA, y brinda cobertura de atención médica, prestaciones económicas requeridas por el trabajador a consecuencia de un accidente de trabajo o enfermedad profesional. Este seguro es de carácter obligatorio para las empresas de actividades económicas de alto riesgo otorgando las siguientes coberturas en salud y pensiones.

- Asistencia y asesoramiento preventivo en salud ocupacional para empleadores y asegurados.
- Atención médica, farmacológica, hospitalaria y quirúrgica sin límite al 100% sin copago ni deducible hasta la recuperación total o parcial o el fallecimiento del asegurado.
- Rehabilitación y readaptación laboral del asegurado.
- Prótesis y aparatos ortopédicos necesarios.
- Indemnización por invalidez si las lesiones dieran lugar a una invalidez parcial permanente igual o superior al 20% pero menor al 50% de su capacidad de trabajo se pagará por única vez al asegurado una indemnización calculada considerando su remuneración promedio y su grado de incapacidad.
- Pensión de invalidez, se pagará una pensión al asegurado que como consecuencia de un accidente de trabajo o enfermedad quedará con una invalidez de mayor o igual a 50% de su capacidad de trabajo. El pago de pensión se inicia una vez terminado el periodo de subsidio.

- Pensión de sobrevivencia, se paga a los beneficiarios acreditados como tales de acuerdo al D.S. 003-98-SA en caso del trabajador asegurado falleciera a consecuencia de un accidente de trabajo o una enfermedad profesional.
- Gastos de Sepelio en caso de fallecimiento de un trabajador asegurado, se reembolsará los gastos de sepelio a la persona natural o jurídica que los haya sufragado previa presentación de los documentos originales que sustente dicho gasto.

2.3.5.4 Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT)

Es un seguro obligatorio establecido por ley con un fin netamente social cuyo objetivo es asegurar la atención de manera inmediata e incondicional de las víctimas de accidentes de tránsito que sufren lesiones corporales y muerte.

2.2.6 Inversión

Según la ASBA (2015), inversión es el proceso de efectuar colocaciones de dinero con el objetivo de obtener un beneficio o ganancia.

Según el BCRP inversión es el flujo de productos de un periodo dado que se destina al mantenimiento o ampliación del stock del capital de la economía. El gasto de inversión da lugar a un aumento de capacidad productiva. En finanzas es la colocación de fondos en un proyecto con la intención de obtener un beneficio en el futuro.

Según FINCOMUN (2011), invertir es lo que se hace con dicho dinero para hacer crecer y poder alcanzar metas financieras y de vida a largo plazo. Ya que cuando se piensa en inversión se piensa a largo plazo incluyendo una jubilación segura y cuanto más dinero se necesite para cumplir estos planes.

2.3.6.1 Tipo de Inversión según (ASBA, 2015)

Inversión Real: Una inversión real se dice cuando el dinero se destina para las adquisiciones de activos productivos o tangibles así como equipos, materias primas y propiedades

Inversión Financiera: Este es una inversión financiera se dice cuando el dinero se destina para la adquisición de activos cuyo precio depende de las rentas generadas en el futuro, así como acciones de una empresa, depósitos a plazo fijo o título de deuda emitidos por una empresa o gobierno.

Rentas Fija: Estas están representadas por instrumentos crediticios cortos, medianos y largo plazo como depósitos, certificados bancarios, papeles comerciales, bonos de empresas, bonos del gobierno.

Renta variable: Estas son acciones de empresas que cotizan en bolsa. Las acciones que otorgan al inversionista un porcentaje de propiedad en la empresa por el cual lo hace partícipe de las ganancias y de las pérdidas que la empresa pueda generar en el tiempo, por el cual conlleva a un mayor nivel de ganancia o riesgo la renta fija. Para que la inversión sea exitosa en el tiempo dice que lo más conveniente que cuente con una combinación de producto de renta fija y renta variable ya que estos dos se acude a los objetivos y necesidades financieras. A menor tolerancia de riesgo mayor porción invertida de renta fija.

a) Acciones

Según Luque (2012), es una participación en una empresa sabiendo que un negocio comienza cuando un grupo de personas ponen en común dinero para una empresa ya que el porcentaje que corresponda a cada socio en función de la cantidad de dinero invertido.

Entonces podemos decir que las acciones se crean cuando esta alcanza un cierto tamaño y los socios deciden vender parte de su participación ya que al momento de la compra de acción se convierte en el propietario de una parte de la empresa. A largo plazo el valor de esta participación pueda que aumente o disminuya su valor, pero cuanto mejor vaya el negocio en el cual se invirtió mayor valor tiene su participación.

b) Bonos

Según Luque (2012), los bonos son préstamos. Cuando uno compra un bono se convierte en un prestamista de una institución la cual le paga intereses siempre y cuando esta institución no vaya a la quiebra; ésta le paga lo principal y más de lo principal.

Bonos gubernamentales: Estos están garantizados por el gobierno, y a su vez ofrecen generalmente baja rentabilidad y con un riesgo bajo.

Bonos corporativos: estos son emitidos por compañías y suelen llevar mayor riesgo pero una mayor rentabilidad.

Entonces podemos decir que los inversionistas en bonos, también deben considerar el riesgo de tipos de interés y cuando los tipos de interés prevalecen en el mercado suben el valor de mercado de los bonos existe baja. La única forma de amortiguar el riesgo es mantener el bono hasta su vencimiento. Conviene invertir directamente en bonos gubernamentales ya que son similares a la inversión directa de acciones que ofrecen una menor rentabilidad.

c) Fondos mutuos

Según (BCP) “el fondo mutuo es una opción moderna, segura y sencilla para convertirse en inversionista ya que minimiza el riesgo y maximiza la rentabilidad del dinero.” Podemos decir que el fondo mutuo está formado por aportes voluntarios de dinero de personas y empresas que buscan obtener mayor rentabilidad; así mismo el fondo mutuo es un patrimonio administrado por una Sociedad Administradora de Fondos (SAF)

Según SEC (2010), los fondos mutuos son un fondo común de dinero que es gestionado por un profesional denominado asesor de inversiones, es decir, el fondo mutuo es gestionado después de hacer una investigación de las perspectivas de muchas compañías por el asesor de inversiones puesto que éste elegirá las acciones o bonos de las empresas y los pondrá en un fondo.

d) Compra de Inmuebles

Según la ASBA (2015), la inversión en bienes es la mejor alternativa de inversión, pues para muchos especialistas dice que permite a uno la adquisición de un activo que difícilmente se deprecia, pero que probablemente aumente su valor y algunas veces las de estos activos son a precios elevados.

Según (SEC, 2010) uno realiza cualquier compra mobiliaria o inmobiliaria por algo que espera que aumentará su valor con el tiempo. Sabiendo cuándo se necesite recuperar el dinero, se le pone a venta con un aumento del precio de compra la cual generará una ganancia al momento de realizar la venta mobiliaria o inmobiliaria.

También las compras de bienes o inmuebles son una de las vías más importantes y seguras para invertir sabiendo que estos pueden aumentar su valor día a día. Cuanto más mayor sea el precio de venta mayor ingreso

quedará para la familia o poder realizar, otra vez, compras de terreno, casa, departamentos, local comercial para luego venderlos o rentarlo, y así sucesivamente su dinero trabaja para la persona y no la persona trabaja para su dinero.

e) Horizonte de inversión

Según (BCP) el horizonte de inversión “es el plazo al cual una persona está dispuesta a invertir su dinero, difiriendo su disponibilidad inmediata a cambio de obtener una rentabilidad futura. El horizonte de inversión es un factor clave para definir el perfil del riesgo del inversionista y por lo tanto la selección de productos adecuados.”

f) Importancia de la inversión:

Según Pellas (2008), la importancia de la inversión es la educación para el logro de la libertad financiera ya que para realizar una inversión se debe contar con recursos financieros (dinero), sabiendo que las inversiones aumentan por medio de los intereses, Dividendos, Acciones y Apreciación de los bienes (Incremento de valores), por lo cual la inversión no es una manera de enriquecimiento rápido.

Para comprender la importancia de la inversión se presenta la siguiente figura que ilustra una relación con diversos elementos que componen el logro de la libertad, independencia o cultura financiera.

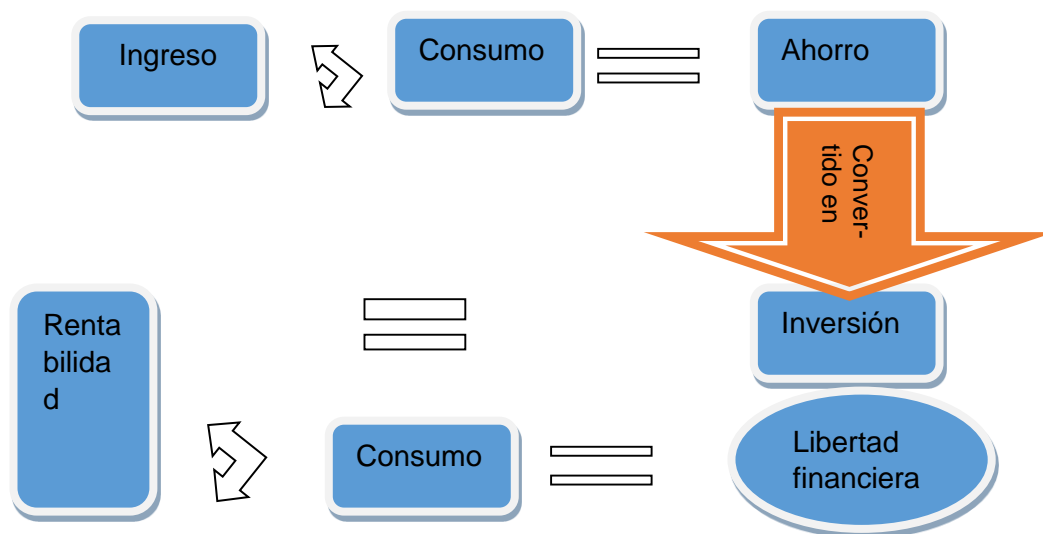


Figura 6: Importancia de la Inversión. Fuente: Libro Maestro de la Educación Financiera un sistema para vivir mejor. Pág. 220.

g) Riesgos de la inversión

Según ASBA (2015), los riesgos de la inversión son:

Riesgo de liquidez: Es la posibilidad de sufrir pérdidas porque el activo en que se ha invertido no puede ser negociado en el mercado fácilmente, es decir el activo no es muy comercializado ni conocido, pueda que para poder venderlo se acepte un descuento sobre el precio del mismo activo.

Riesgo de mercadeo: puede sufrir pérdida del activo a la variación de precio invertido cambia de valor del mercado y estos pueden ser cambios muy grandes.

Riesgo inflación: es la posibilidad de sufrir pérdida del poder adquisitivo de la moneda en que se realiza la inversión. Si esto ocurriese la inversión puede ser absorbido en forma parcial o total. Según SEC (2010), nos dice que toda inversión conlleva a un riesgo por eso es importante que cuando se haga cualquier inversión en acciones, bonos y fondos mutuos, entiéndase muy bien que puede perderse una parte o todo el dinero que se colocó en la inversión.

2.2.7 Ahorro

La educación financiera logra que el ahorro sea visto por las personas como el vehículo que les asegurará una mejor calidad de vida en la vejez, logrando que el ahorro no es cuestión de capacidad económica sino de hábito, y es en eso lo que se ha de realizar más énfasis, sobre todo para cambiar la mentalidad y romper los mitos que se han venido escuchando siempre como “Mis hijos me van a mantener” o “Dios proveerá”.

Según la (BBVA) el saber ahorrar es un hábito muy saludable que un cliente o persona tiene sabiendo que existen distintas maneras de hacerlo, y una de ellas es a través de las cuentas de ahorro, pues estas permiten administrar de manera eficiente el dinero y gana interés por cada ahorro. Además de los beneficios que brinda la cuenta de ahorro nos ofrece respaldo de seguridad al utilizar este medio de bancarización incluso facilita al acceso de créditos.

Según Pellas (2008), el ahorro consiste en apartar dinero en forma regular cada quincena o mes y podríamos decir que para ahorrar, es necesario gastar menos de lo que se gana, ya que al ahorrar se establece una reserva

para el futuro que en algún momento se pueda utilizar así como para estar preparado para cualquier emergencia, mejor situación financiera, para otros gastos en el futuro o para realizar inversión en nosotros mismos a través de capacitaciones, educación o para la inversión en algún negocio.

Según FINCOMUN (2011), el ahorro es la cantidad de dinero que se aparta del gasto para poder utilizarlo en el futuro. Para protegernos contra algún evento inesperado, para compras que se necesita en lo posterior y para invertir y aumentar el dinero, para dejar algo a nuestros seres queridos.

Para poder ahorrar se debe seguir algunos Tips, como gastar menos de lo que se gana, definir para qué se quiere ahorrar, fijar metas de lo que se va a ahorrar, programar el ahorro (Mensual, Quincenal y semanal), aprovechar las oportunidades de inversión, fomentar el ahorro en la familia, mantener el ahorro al menos el monto equivalente a tres veces del ingreso mensual, asegurar que el ahorro se realice en instituciones formales.

2.2.7.1 Clases de cuenta de ahorro

Cuenta Corriente: Este tipo de cuenta ofrece al usuario la posibilidad de usar cheques personales para pagar sus cuentas y saldos a su vez las cuentas corrientes ofrecen normalmente intereses muy bajos.

Cuenta de ahorro: En estas cuentas pagan intereses más altos que las de la cuenta corriente, sin embargo generalmente los bancos solicitan que la persona que ahorra mantenga un monto mínimo depositado la cual varía en distintas instituciones bancarias. Por otra parte, para alentar que el usuario deposite mayor cantidad de dinero en la cuenta de ahorro, pues cuanto más dinero ahorra el cliente más alto será el interés que el banco ofrezca.

Depósito a plazo (DP): Es el dinero que una persona o empresa deposita en una institución bancaria por un periodo de tiempo determinado, en este caso el depositante no puede disponer de su dinero hasta después de transcurrido el plazo previamente acordado. Mientras mayor sea el periodo de tiempo que pase el dinero en los bancos mayores serán los intereses que gane.

2.2.8 Créditos

Según él (BBVA), un crédito o préstamo es una forma ideal de financiamiento cuando se necesita adquirir un bien, satisfacer una necesidad o simplemente darse un gusto y cumplir un sueño. Existen diversos tipos de

créditos de acuerdo a la necesidad, como los hipotecarios para adquirir una vivienda, carros, los del estudio para financiar tu maestría, comercial. Por todo esto se genera el cobro de intereses, comisiones y gastos adicionales.

Según FINCOMUN (2011), es un préstamo es dinero que uno puede usar temporalmente. Después de un tiempo definido, el dinero debe ser devuelto a su propietario generalmente pagado con intereses por el uso de crédito.

2.2.8.1 Tipos de crédito en el Perú

Según la SBS (2008), no todas las entidades financieras son iguales ya que existen bancos, cajas, prestamistas privados, etc.; por lo cual no todos ofrecen los mismos créditos. Existen varios tipos de crédito según la necesidad de cada persona o empresa. Pero solo ocho tipos de crédito son reconocidos por la SBS según la resolución 11356 -2008.

Créditos corporativos: Estos créditos son otorgados a personas jurídicas que tengan ventas de al menos S/. 200 millones al año. Es necesario que esa cifra sea real al menos en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.

Créditos a grandes empresas: Estos créditos se otorgan a personas jurídicas con ventas anuales mayores a S/. 20 mil, pero menores a S / . 200 millones en los dos últimos años antes de solicitar el crédito.

Créditos a medianas empresas: Este tipo de créditos se otorga a personas jurídicas que tengan un endeudamiento de al menos S/. 300 mil en el Sistema Financiero en los últimos seis meses y que no cumplen con las características para ubicarse entre los corporativos y las grandes empresas. Asimismo, este crédito se otorga a las personas naturales con deudas que no sean hipotecarias mayores a S/.300 mil en el SF en los últimos seis meses siempre y cuando parte de este crédito esté destinado a pequeñas empresas o microempresas.

Créditos a pequeñas empresas: Es un crédito otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de prestación de servicios, comercialización o producción, cuyo endeudamiento en el SF sea de al menos S/. 20 mil y menor a S/. 300 mil en los últimos seis meses.

Créditos a microempresas: Es un crédito otorgado a personas jurídicas o naturales para fines de iguales a los de las pequeñas empresas, salvo que en este caso el endeudamiento en el SF debe ser menor de S/. 20 mil.

Créditos de consumo revolventes: Este tipo de crédito se otorga a las personas naturales con la finalidad de pagar servicios, bienes o deudas no empresariales. El crédito revolvente se refiere a que estos créditos pueden ser pagados por un monto inferior al de la factura, acumulándose la diferencia (a la que se le aplica la tasa de interés correspondiente) para posteriores facturas.

Créditos de consumo no revolventes: Es igual, un crédito que se otorga a personas naturales para fines distintos de la actividad empresarial. La diferencia está en que en este caso el crédito se debe pagar por el mismo monto facturado y no de manera diferida.

Créditos hipotecarios: Estos créditos se otorgan a personas naturales para la compra, construcción, reparación, remodelación, ampliación, de vivienda propia siempre y cuando esos créditos se amparen en hipotecas inscritas. Asimismo, cabe resaltar que también se pueden clasificar los tipos de créditos de acuerdo a la institución que los emite. En ese sentido, encontramos los siguientes tipos de créditos:

Créditos gubernamentales: Son los créditos que emiten las instituciones públicas para distintas actividades, generalmente de financiamiento a proyectos empresariales y de inversión privada. Entre las principales instituciones públicas de financiamiento están:

Corporación Financiera de Desarrollo: También conocida como COFIDE, esta institución es un banco que realiza préstamos para instituciones financieras y empresas con intereses bajos y plazos cómodos, siendo una de las instituciones que brinda gran parte de los créditos de actividad empresarial en el Perú.

Agro banco: El Agro banco brinda créditos para el sector agrícola, la ganadería, y la industrialización de los productos agrícolas y ganaderos.

Banco de Materiales: El Banco de Materiales brinda créditos para la construcción de viviendas, ampliaciones, remodelaciones.

Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero: El Fondepes otorga créditos destinados a actividades de acuicultura y pesca artesanal.

Créditos de instituciones financieras privadas locales: Son los más frecuentes, generalmente bancos y cajas que prestan ya sea a personas naturales o empresas (pymes) para actividades comerciales y empresariales.

Finalmente, es necesario remarcar que todo el tema de los créditos es supervisado por la Superintendencia de Banca y Seguros, que brinda una amplia información de las distintas tasas de interés y plazos de las entidades financieras. Es cuestión de visitar su sitio web o llamar a uno de sus teléfonos de contacto.

2.2.8.2 *El sistema bancario y no bancario*

Según la Superintendencia de Banca (2011), son empresas bancarias cuyo negocio principal consiste en recibir dinero del público en depósito, bajo cualquier modo contractual y utilizar ese dinero, su propio capital que se obtiene a otras fuentes de financiamiento en conceder crédito en diversas modalidades.

Banca múltiple: Se le conoce también como banca privada, comercial institución de crédito que cuenta con instrumentos diversos de captación y canalización de recursos.

ENTIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Banco de Comercio • BBVA • Banco de crédito del Perú • Banco financiero del Perú • Banco Interamericano de finanzas • Scotiabank del Perú • HSBC Bank Peru S.A. • Deutsche Bank Peru 	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Ripley • BancoFalabella • Banco Azteca • BancolInternacional del Perú • ITERBANK • MiBanco • Citibank del Perú S. A. • Banco Santander Perú
-----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 7: Entidades que pertenecen a la banca múltiple.

Fuente: Superintendencia de banca y seguro y AFP.

ENTIDAD	OBJETIVO	FUNCIONES
Banco de la Nación	Es una entidad financiera cuyo objetivo es administrar las subcuentas del tesoro público y proporcionar al gobierno central los servicios bancarios para la administración de los fondos públicos.	<ul style="list-style-type: none"> -Recaudar las rentas del gobierno central, entidades del subsector público y de los gobiernos locales. -Recaudar los tributos y otorgar créditos al sector público. -Participar en las operaciones del comercio exterior. -Otorgar facilidad financiera al gobierno central, gobierno regional y local, en los casos en que estos no sean atendidos por el sistema financiero nacional. -Recibir depósitos de ahorro en lugares donde la banca privada no tiene oficinas.
Banco Agropecuario (AGROBANCO)	Es una entidad financiera que otorga créditos en forma exclusivamente para el sector agropecuario.	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyar a los micros y pequeños productores del sector agrícola, ganadero y acuícola con servicios financieros y asistencia técnicas para las actividades de transformación, producción y comercialización.
Corporación Financiero De Desarrollo (COFIDE)	Es una entidad que ejerce las funciones de un banco de desarrollo de segundo piso canalizando los recursos humanos que administra únicamente a través de la instituciones supervisados por SBS.	<ul style="list-style-type: none"> -Complementar la labor del sector financiero privado, en actividades como el financiamiento de mediano y largo plazo del sector exportador y de micro y pequeña empresa.
Fondo Mi Vivienda S.A.	Es una entidad cuyo objetivo es facilitar la adquisición de viviendas a la población dando especial interés a los sectores de menores ingresos.	<ul style="list-style-type: none"> -Financiar la adquisición de vivienda a través de las instituciones financieras. -Administrar el otorgamiento de subsidios para que las familias puedan acceder a tener su vivienda propia.

Figura 8: Empresas del estado integrantes del sistema financiero.

Fuente: Superintendencia de banca, seguro y AFP.

Las empresas del sistema no bancarios son financieras, cajas rurales de ahorro y crédito, cajas municipales de ahorro y crédito y otros. Se dice también que son un conjunto de instituciones financieras que no clasifican como bancos y que si participan en la captación y canalización de recursos económicos.

EMPRESAS FINANCIERA		
Son aquellas que captan recursos del público y cuya especialidad consiste en facilitar las colocaciones de primeras emisiones de valor, opera con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero.		
Financiera TFC	Financiera Crear Arequipa	América Financiera
Financiera Edificar	Financiera Efectiva	Mitsui Auto Finance
Financiera Crediscotia	Financiera Universal	
Financiera confianza	Financiera Uno	
INTITUCIONES MICROFINANCIERAS		
Cajas Rurales de Ahorro y Crédito		
Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a la mediana, pequeña y microempresa del ámbito rural.		
Cajamarca	Los Libertadores Ayacucho	Sipan
Chavin S.A.	Prymera S. A.	Nuestra Gente
Credinka	Profinanzas S. A.	Incasur
Los Andes S. A.	Señor de luren	
Edpyme		
Entidad de desarrollo a la pequeña microempresa- Edpyme es aquella cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a los empresarios de las pequeñas y microem -presas, y no se encuentran autorizadas a captar fondos del público.		
Alternativa	Nueva Visión S.A.	Solidaridad
Acceso Crediticio	Pro empresa S.A.	Credijet
Credivision	ProNegosio S.A.	
MiCasita	Raíz	
Caja Municipal De ahorro y crédito		
Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y microempresas.		
Arequipa	Ica	Piura
Cusco	Maynas	Sullana
Del Santa	Paita	Tacna
Huancayo	Pisco	Trujillo
Caja Municipal De crédito Popular		
Es aquella especializada en otorgar créditos pignoratícios al público en general. También se encuentra facultada para efectuar operaciones activas y pasivas con los concejos provinciales y distritales y con empresas municipales dependiente de los primeros.		
Caja Municipal de Crédito Popular Lima		

Figura 9: Empresas de sistema no bancario.

Fuente: Superintendencia de Banca y Segura y AFP.

2.2.8.3 Contrato de crédito

El contrato de crédito es el negocio jurídico por el cual la entidad bancaria entrega al cliente una suma de dinero, cuya propiedad adquiere este con la obligación de devolver de una vez o en forma fraccionada en una fecha o varias fechas prefijadas, así mismo se tiene que abonar los intereses pactados, obligación que para el banco es un derecho de crédito.

2.2.8.4 Fuentes de Financiamiento

Según Pellas (2008), existen varias fuentes de financiamiento.

Crédito bancario: Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las personas o empresas obtienen.

Pagaré: Es un documento privado mediante el cual una persona se compromete a pagar a otra a su orden una cantidad determinada en una fecha fija. Los pagarés más usuales son los bancarios, los de empresa y tesoro público.

Línea de crédito: Es el acuerdo e crédito entre una institución financiera y un cliente, por el cual el cliente tiene un monto máximo autorizado durante el periodo dado el tiempo que usa y reintegra según sus necesidades.

Crédito hipotecario: Es un crédito a largo plazo que toma como garantía real la vivienda (Casa, Lote, Apartamento) a favor de la entidad financiera o banco por el préstamo de dinero. Significa que en caso de no cumplir las condiciones acordadas en el contrato del préstamo el banco o entidad financiera pasaría a ser el titular propietario del inmueble. Por lo tanto el prestatario hipoteca su casa a favor de la entidad financiera hasta cuando haya terminado el pago total del préstamo en las condiciones y plazo establecido.

Financiamiento Leasing: Es una actividad comercial que se da cuando una empresa o sociedad especializada (Arrendadora) adquiere un activo y cobra una cuota mensual al arrendatario (Cliente) y paga por el mismo una remuneración por un plazo definido.

Leasing financiero: En este financiamiento el arrendatario alquila el Activo con la intención de comprarlo, financiado a un determinado plazo. Al finalizar este contrato el activo pasará a ser del cliente. Conceptualmente es un préstamo a largo plazo.

Leasing Operativo: Este financiamiento consiste en un alquiler a largo plazo en el que no necesariamente el arrendatario adquirirá un activo, su intención es usar el activo.

El cliente que tiene un Leasing operativo podría decidir terminar su contrato de arrendamiento antes, mientras que en el Leasing financiero esto no es posible porque es una compra pactada a un plazo financiado. Así mismo el leasing tiene una posibilidad que el arrendatario de renovar el activo cada cierto tiempo aprovechando la negociación de la arrendadora principalmente en cuanto a pólizas.

2.2.8.5 Tasa de Interés

Según (SBIF), el interés es un porcentaje del crédito que debe ser pagado en retribución por el préstamo del dinero o capital recibido. En la ley chilena para el caso de los créditos se ha estipulado una tasa de interés máxima convencional que es nivel superior que pueda alcanzar la tasa de interés que se aplica así mismo este porcentaje es fijado por las SBIF. Se da a conocer la primera quincena de cada mes mediante su publicación oficial del diario.

a) La tasa de interés: tasa pasiva y tasa activa

Según la BCP (2015), existe dos tipos de seguro; por un lado la tasa de interés pasiva son las tasas que una entidad financiera ofrece a los ahorristas por cada depósito que realizan y los intereses activos son las que cobra la entidad financiera por los créditos otorgados al prestamista. Así mismo, esta última permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos dejando, además una buena utilidad.

Según (BCC), existen dos tipos de interés: la tasa pasiva o de captación las cuales son las que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado y la tasa activa o de colocación son las que reciben los intermediarios financieros por los préstamos otorgados el cual cubre los costos administrativos.

La diferencia entre la tasa activa y la tasa pasiva se llama Spread o margen de intermediación las cuales determinan la rentabilidad en el negocio bancario.

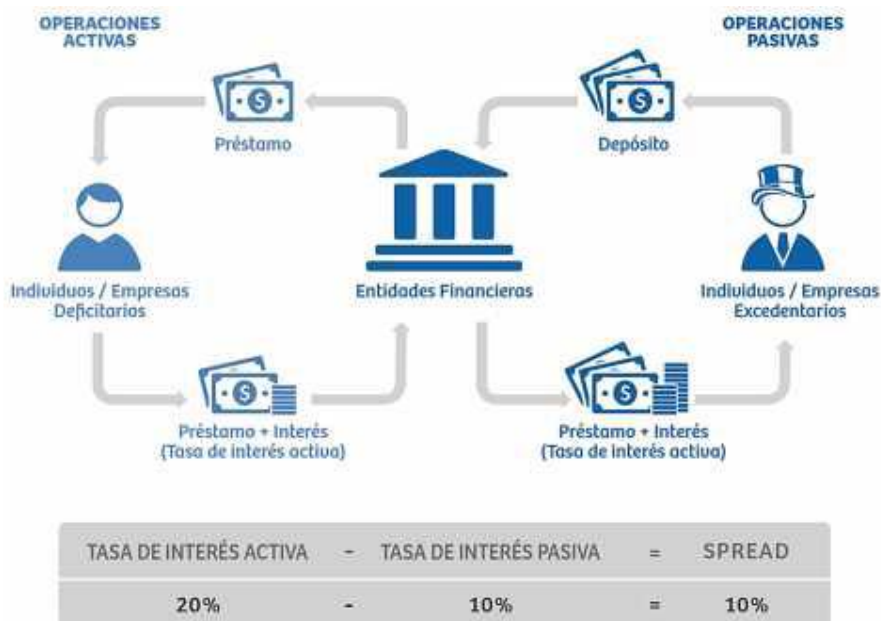


Figura 10: Margen de Spread.

Fuente: Superintendencia de banca seguro y AFP.

b) Tasa de costo efectivo anual (TCEA)

Según el diario Gestión (2014), la tasa de costo efectivo anual significa lo que costará un crédito. Así mismo, está compuesta la TCEA por tres elementos: la TEA, las comisiones y los gastos.

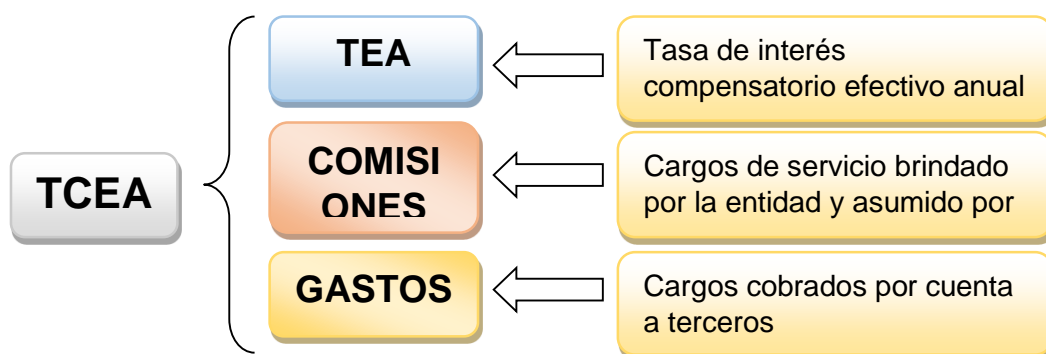


Figura 11: Tasa de Costo Efectivo Anual.

Fuente: Superintendencia de banca seguro y AFP.

c) **Tasa de rendimiento efectivo anual (TEA)** es el rendimiento que se mide a través de la tasa de rendimiento efectivo Anual (TREA) que recibe el

cliente por los depósitos realizados expresado en efectivo y en términos anuales.

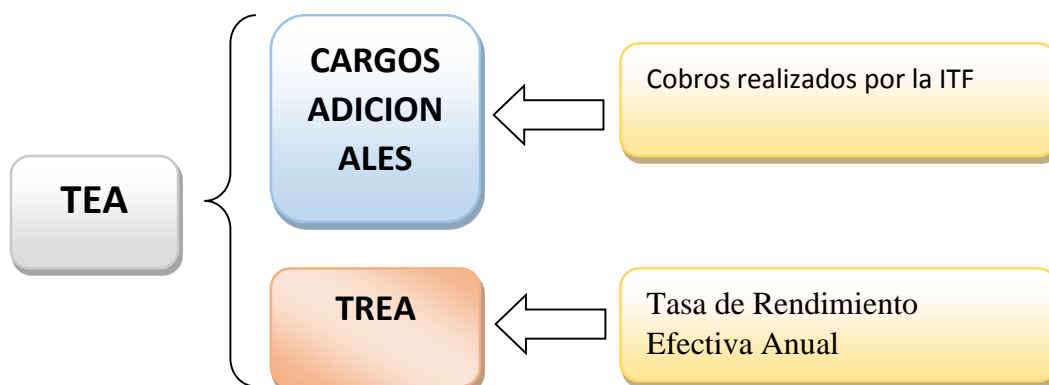


Figura 12: Tasa Efectiva Anual.

Fuente: Superintendencia de banca seguro y AFP.

2.2.8.6 Medios de Pago

Según (ASBA, Educación financiera mejorar tu bienestar financiero- Medios de pago), los medios de pago son bienes que pueden ser utilizados para adquirir bienes, servicios y cancelar todo tipo de obligaciones. Además, del dinero inefectivo existen otros tipos de medios de pago que han ido ganado la aceptación y cumpliendo la función de medio de pago, dinero, tarjeta de débito, cheques, transferencias bancaria, banca electrónica, cajeros automáticos y otros.

Según Pellas (2008), los medios de pago son herramientas que los agentes de una economía utilizan para transferir valor monetario en una transacción económica con el fin de pagar con algún bien, servicio o activo financiero que se da a cambio. Para cualquier economía es fundamental contar con un sistema de pago eficiente y seguro, por eso existe cada vez más desarrollo en los medios de pago. Así mismo, también son medios con los cuales se procesan pagos comparativamente de bajo valor que se realiza entre consumidores y negocios o prestadores de servicios; denominados medios de pago de bajo valor. Los medios de pago más utilizados sin contar el efectivo son el cheque, tarjeta de débito y las tarjetas de crédito.

2.2.8.7 Letra de cambio

Según Infante (2013), la letra de cambio es un documento formal que se utiliza como medio para remitir de un lugar a otro sin necesidad de enviar de dinero físico por medio evitando así el peligro de pérdida por robo y las molestias de transportes de cantidades elevadas. Para gozar de las ventajas legales de la letra, tanto en redacción como en el trámite posterior hay que atenerse estrictamente a sus normas reguladoras de Ley Cambiaria y del cheque (LCCh) establece que “el documento que carezca de alguno de los requisitos que se indiquen en el artículo precedente no se considera letra de cambio”

Por ello en la actualidad la función de letra de cambio como medio de trasladar efectivo de un lugar a otro utilizando como medio de pago de cantidades aplazadas y también como medio de crédito por la posibilidad de descontar y obtener el importe antes del vencimiento.

2.4 Marco conceptual

Ahorros: Acción de ahorrar para un uso futuro, ya sea dinero o cosas.

Créditos: Cantidad de dinero u otro medio de pago que una persona o entidad, especialmente bancaria, presenta a otra bajo determinadas condiciones de devolución.

Carta de Crédito: Situación económica o condiciones morales que facultan a una persona o entidad para obtener de otros fondos o mercancías. Opinión que goza alguien de que cumplirá puntualmente los compromisos que contraiga.

Cultura: Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.

Conocimiento: Facultad del ser humano para comprender por medio de la razón la naturaleza, cualidades y relaciones de cosas.

Comerciante: Persona propietaria de un comercio. Persona a quien son aplicables las especiales leyes mercantiles.

Financiera: Pertenciente o relativo a la hacienda pública, a las cuestiones bancarias y bursátiles o/a los grandes negocios mercantiles.

Gasto: Cantidad de fluido que, en determinadas circunstancias en cada unidad de tiempo.

Habilidad: Capacidad y disposición para algo. Cada una de las cosas que una persona ejecuta con gracia y destreza.

Ingresos: Es una economía Capitalista el nivel de ingresos está asociado a la calidad de vida. A mayor ingreso, más consumo y ahorro. En cambio con ingresos escasos o nulos, las familias no pueden satisfacer sus necesidades materiales.

Inversión: Acción de invertir una cantidad de dinero, tiempo o esfuerzo en una cosa.

Intereses: Es una utilidad, ganancia, lucro producido por un capital invertido.

Medios de pago: Son aquellos activos de aceptación general para efectuar pagos en la economía. Se definen formalmente como la suma del efectivo y los depósitos en cuentas corrientes.

Presupuestos: Supuesto o suposición de cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana, viaje, etc.

Seguros: Contrato por el que alguien se obliga mediante el cobro de una prima a indemnizar el daño producido a otra persona o a satisfacerle un capital una renta u otras prestaciones convenidas, el seguro de coche, de accidente, del hogar.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se explica cómo se ha desarrollado la investigación, cuáles son los procedimientos seguidos para la generación del conocimiento. Debido a que sabemos que la metodología implica organización, conocimiento de antecedentes, puntos críticos a resolver, datos a organizar y conclusiones a llegar, por ello es necesaria, determinar cuál es la metodología de investigación que se ha de aplicar.

3.1 Diseño de investigación

Según Sampieri (2010), el diseño de investigación que se utilizó es el no experimental, se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otra variable. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para posteriormente analizarlo.

En el diseño no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien lo realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlo no se tiene control directo sobre dichas variables ni se pueden influir sobre ellas porque ya sucedieron al igual que sus efectos.

Por tal razón, el diseño de investigación que se utilizó para este proyecto fue el diseño de investigación no experimental transeccional o transversal del tipo descriptivo ya que la investigación tiene una sola variable a su vez solo se observa tal como es en su contexto natural y posteriormente analizarlo. Cuyo objetivo será determinar el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA V-2016.

3.2 Tipo de investigación

Según Sampieri (2010), el estudio pertenece a un tipo de investigación cuantitativa descriptiva y no experimental, pues no se construirá ninguna situación experimental, tampoco se manipularán variables. El trabajo de campo responde a un tipo descriptivo no experimental, transaccional o transversal con el propósito de determinar el nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional de “Túpac Amaru” COMITAV – Juliaca-2016; además ha sido transaccional o transversal por que se ha hecho un corte temporal y se ha aplicado el instrumento en un solo momento del estudio.

Según Arias (2012), la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos.

3.3 Identificación de la Variable

Cultura Financiera

Dimensiones:

- Presupuestos
- Seguros
- Inversión
- Ahorro
- Créditos

3.4 Operacionalización de variable

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Cultura Financiera	Presupuestos	Ingresos
		Gastos
		Ganancias
	Seguros	Seguros de vida
		Seguro de bienes
		Beneficios de un seguro
	Inversión	Inversión
		Riesgo de inversión
		Inversión de negocios y bienes
	Ahorro	Hábito
		Lugar
		Control
	Créditos	Comerciales
		Personales
		Financiamiento
Tasa de interés		
Medios de pago		

Fuente: Elaboración propia

3.5 Delimitación geográfica y temporal

El estudio fue realizado en el mercado internacional “Túpac Amaru” que se encuentra en el centro de la ciudad de Juliaca y es uno de los mercados más visitados por quienes pasan por esta ciudad; tiene una extensión de 15 mil metros cuadrados, organizados principalmente en cinco ACOMITAS (Asociaciones de comerciantes minoristas Túpac Amaru).

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015), la ciudad de Juliaca cuenta con una población de 278,444 habitantes; está situada a 3827 msnm.; presenta un clima templado y frígido. Es el mayor centro económico y comercial de la ciudad de Puno.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

La población para la presente investigación fueron los comerciantes del mercado internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITAV-2016 dedicados a la venta de calzados, juguetes, neumáticos, bicicletas, ropas, abarrotes, prestación de servicios y electrodomésticos, entre otros; están divididos en pabellones que hacen una suma total de 215 comerciante asociados en el acta de padrones que están activas según la información brindada por el Sr. Alfredo PariChiara, presidente de la ACOMITA V. y Sr. Pablo César Calloapaza Copa, presidente de la ACOMIA III.

El mercado Internacional Túpac Amaru es un lugar público con puestos de venta por cada asociado donde podemos encontrar a la venta desde un pequeño chicle hasta un televisor con pantalla plasma y todo tipo de productos; además, prendas de vestir, zapatos, artefactos, alimentos y otros tipos de producto de primera necesidad para la satisfacción de sus clientes.

3.6.2 Muestra

Según Sampieri (2006), la muestra probabilística estratificada es el muestreo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento.

Según Ochoa (2015), el muestreo estratificado es una técnica perteneciente a la familia de muestreo probabilístico, y consiste en dividir toda la población objeto de estudio en diferentes sub grupos o estratos disjuntos de manera que un individuo solo puede pertenecer a un estrato.

Por lo cual, la determinación de la muestra para este estudio sobre el nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA V-2016 se realizó en base al muestreo Estratificado; y divididos de la siguiente manera:

N: tamaño de población, 215 comerciantes

Z: Nivel de confianza para generalizar los resultados (1.96), 0.95

P: Probabilidad de ocurrencia, 0.5

Q: Probabilidad de fracaso, 0.5

D: Error de estándar de estimación, 0.05

n: Tamaño de muestra, 138 comerciantes

Muestra corregida o final, 84 comerciantes

$$ksh = \frac{n}{N} ksh = \frac{84}{215} = 0.39 \quad (N) * (f) = n$$

Donde:

N: Población

f: Fracción

n: Muestra

MUESTREO ESTRATIFICADO DE LOS COMERCIANTES ACOMITA V TÚPAC AMARU

<i>GIRO DE NEGOCIO</i>	COMERCIANTES N*f =n	MUESTRA
<i>Venta de Prendas de vestir</i>	84	33
<i>Venta de Electrodomésticos</i>	43	17
<i>Venta de Juguetería</i>	30	12
<i>Venta de Abarrotes</i>	17	7
<i>Venta de Neumáticos</i>	15	6
<i>Venta de Bicicletas</i>	15	6
<i>Venta de Zapatos</i>	3	1
<i>Venta de Joyería</i>	6	2
<i>Prestación de Servicios</i>	2	1
TOTAL	215	84

Fuente: Elaboración propia

El tamaño de muestra es de 84 comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V.

3.7 Técnicas e instrumentos en la recolección de datos

3.7.1 Técnicas

La técnica de recolección de datos para esta investigación fue la encuesta con el propósito de recaudar información para determinar el nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca- 2016.

Para el marco teórico de la investigación se utilizó resúmenes realizados de consulta de libros, internet, revistas, registro de datos ya existentes en algunas instituciones, diarios locales y nacionales con la finalidad de poder analizar el tema de la investigación.

Delimitación espacial el estudio de la investigación se realizó con los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, provincia de San Román, departamento de Puno.

Delimitación temporal, es el estudio de la investigación se realizó durante los meses junio a agosto del 2016 con los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru quienes colaboraron a través de la encuesta.

3.7.2 Instrumento

Como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario denominado cuestionario: el nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca - 2016 según el anexo A.

El cuestionario está constituido principalmente por un título, introducción, datos generales y el contenido está conformado por 23 preguntas de opción múltiple incluyendo preguntas de tipo escala de Likert. Según (Fernández, 2005), la escala de Likert es un conjunto de preguntas de forma de afirmación las cuales se solicitan la reacción favorable o desfavorable de los individuos ya que cada pregunta tiene cuatro posibles respuestas según sea el caso: 1 (nada o nunca); 2 (poco o algunas veces); 3 (Lo suficiente o casi siempre); 4 (mucho o siempre).

En la validez y confiabilidad del instrumento, según (Sampieres, 2006), se dice o refiere al grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable de acuerdo con expertos en el tema. La mayoría de estos pueden girar entre cero y uno donde el coeficiente 0 significa confiabilidad nula y 1 representa a la confiabilidad máxima.

De acuerdo al juicio de expertos dice también que el instrumento es confiable y válido al uso del SPSS cuando el Alfa de Cron Bach mide de 0.7 a 1. Es por tal razón que para el presente trabajo de investigación para la validación de instrumento se usó el Alfa de CronBach teniendo un resultado de 0.848 por tal razón el instrumento del presente estudio es confiable y válido.

3.8 Plan de procesamiento de datos

3.8.1 Obtención de datos primarios

Se aplicó la encuesta previamente semiestructurada llamada Guía de Encuesta con la cual obtenemos informaciones primarias sobre nuestro trabajo de investigación, para luego pasar a la observación directa.

3.8.2 Obtención de datos secundarios

El estudio de tesis y libros con referencia al tema de investigación, revistas con artículos especializados en el tema, y artículos en internet; todo esto para el planteamiento del problema y los fundamentos teóricos de la investigación.

3.8.3 Análisis de Datos

Para el análisis de los datos obtenidos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 23 para ingresar variables y la tabulación de datos. Para la medición de los variables se utilizó la escala de Stanones ya que la cultura financiera se mide en tres niveles los cuales son bajo, medio y alto. Según los análisis obtenidos del SPSS se obtuvo la media aritmética (\bar{X}), la desviación estándar (S) en los cuales se obtuvo el cálculo de los puntos en corte de $A = \bar{X} - 1S$ y $B = \bar{X} + 1S$. Se obtuvo los resultados para finalmente realizar el análisis y la interpretación.

Para la medición del nivel de cultura financiera en forma global es:

- Nivel bajo: Menores a 69.28

- Nivel medio: 69.29 a 92.44
- Nivel alto: Mayores a 92.45

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de la investigación

Habiendo concluido el proceso de recolección de datos a través de la encuesta de los 84 comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V ya procesados, los datos mediante el paquete estadístico SPSS versión 23 obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 1

Sexo de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	49	58,3	58,3	58,3
	Masculino	35	41,7	41,7	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia Basada en la encuesta

Interpretación:

Según la tabla 1, podemos ver que los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V está conformada por más mujeres que representa el 58.3% frente a los varones que representan el 41.7%.

Tabla 2

Edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20 a 30 años	20	23,8	23,8	23,8
	31 a 40 años	37	44,0	44,0	67,9
	41 a 50 años	18	21,4	21,4	89,3
	51 a 60 años	9	10,7	10,7	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia Basada en la encuesta.

Interpretación:

En la tabla 2, podemos observar que el 44% de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V está conformada por adultos de 31 a 40 años de edad seguidas por jóvenes de 20 a 30 años representada por el 23.8%, y el 41 a 50 años de edad representada por 21.4% y finalmente el 10.7% representa a los de 51 a 60 años de edad de la encuesta realizada de un total de 84 comerciantes participantes.

Tabla 3

Estado Civil de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casado/a	52	61,9	61,9	61,9
	Soltero/a	26	31,0	31,0	92,9
	Divorciado/a	2	2,4	2,4	95,2
	Viudo/a	4	4,8	4,8	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia Basada en la encuesta.

Interpretación:

En la tabla 3, podemos ver que el 61.9% de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V son casados, seguido por el 31% son representados por personas solteras, 2.4% son representados por personas divorciadas, finalmente el 4.8% son representados por personas viudas.

Tabla 4

Nivel de estudio de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	19	22,6	22,6	22,6
	Secundaria	58	69,0	69,0	91,7
	Superior	7	8,3	8,3	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia Basada en la encuesta.

Interpretación:

En la tabla 4 se observa que el 69% de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V tienen estudios secundarios, seguido por 22.6% son representado por personas con estudios primarios y un 8.3% son representada por personas con estudio de nivel superior.

Tabla 5

Giro de negocio de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Venta de Polleras	33	39,3	39,3	39,3
	Venta de Electrodomésticos	17	20,2	20,2	59,5
	Venta de Juguetes	12	14,3	14,3	73,8
	Venta de Abarrotes	7	8,3	8,3	82,1
	Venta de Neumáticos	6	7,1	7,1	89,3
	Venta de Bicicletas	6	7,1	7,1	96,4
	Zapatos	1	1,2	1,2	97,6
	Venta de Joyerías	2	2,4	2,4	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia Basada en la encuesta

Interpretación:

En la tabla 5, podemos ver que el 39.3% de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V se dedican a la venta de polleras, seguido por un 20.2% se dedica al venta electrodoméstico, 14.3% dedicado a venta de juguetes, el 8.3% dedicado a la venta de abarrotes, el 7.1% dedicados a la venta de neumáticos y bicicletas,

el 2.4% dedicados a la venta de joyerías y finalmente el 1.2% dedicados al venta de zapatos.

4.1.1 En Relación al objetivo general

En relación al objetivo general se muestra los niveles de la cultura financiera generados por diversas dimensiones de objeto de estudio de la investigación. Los resultados que reflejan la perspectiva actual del nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru.

Tabla 6

Niveles de la cultura financiera que presentan los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	14,3	14,3	14,3
	Medio	62	73,8	73,8	88,1
	Alto	10	11,9	11,9	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 6, se puede observar que 73.8% de los comerciantes presenta un nivel medio de cultura financiera, indicando que los comerciantes están siendo asertivos en la toma de decisiones acerca de la inversión y del consumo de productos financieros de acuerdo a sus necesidades y perspectivas futuras. Seguido de un 14.3% en el nivel bajo, en este resultado podemos observar que los comerciantes optan por decisiones erróneas sobre sus finanzas presentando problemas económicas y sociales en el futuro, siendo las consecuencias de endeudamiento excesivo, exclusión financiera hasta riesgo de pérdida de patrimonios.

Así mismo el 11.9% de los comerciantes presenta un nivel alto de cultura financiera, se puede decir que los comerciantes tienen un estado financiero saludable y sin preocupaciones teniendo la independencia financiera. Teniendo decisiones financieras inteligentes y adecuadas.

Así mismo podemos apreciar que el 88.1% de los comerciantes presentan un nivel de cultura financiera entre medio y bajo.

4.1.2 En relación al primer objetivo específico

Preguntas en base a la primera dimensión en cuanto al manejo de presupuesto.

Tabla 7

Acostumbra llevar un registro de sus ingresos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	7,1	7,1	7,1
Algunas Veces	43	51,2	51,2	58,3
Casi siempre	6	7,1	7,1	65,5
Siempre	29	34,5	34,5	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 7, podemos ver que el 51.2% de los comerciantes lleva el registro de sus ingresos seguido por un 34.5% de los comerciantes lleva siempre su registro de ingreso y un 7.1% casi siempre o nunca lleva su registro de ingreso.

Tabla 8

Acostumbra llevar el registro de gasto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	40	47,6	47,6	47,6
Casi siempre	14	16,7	16,7	64,3
Siempre	30	35,7	35,7	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 8, podemos ver que el 47.6% de los comerciantes lleva el registro de sus gasto algunas veces, seguido por un 35.7% de los comerciantes lleva siempre su registro de gasto y un 16.7% casi siempre o nunca lleva su registro de gastos.

Tabla 9

Calcula sus ganancias de las ventas que obtendrá mensualmente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	19	22,6	22,6	22,6
Algunas veces	52	61,9	61,9	84,5
Casi siempre	5	6,0	6,0	90,5
Siempre	8	9,5	9,5	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación.

En la tabla 9, podemos ver que el 61.9% de los comerciantes calcula las ganancias de sus ventas, seguido por un 22.6% de los comerciantes nunca calculan sus ganancias de sus ventas y un 9.5% de los comerciantes siempre calculan las ganancias de su ventas.

Por tal razón, la tabla nos muestra en nivel de la cultura financiera en cuanto a manejo de presupuesto.

Tabla 10

Nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de presupuesto que presentan los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	14,3	14,3	14,3
	Medio	46	54,8	54,8	69,0
	Alto	26	31,0	31,0	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 10, se puede ver en cuanto al manejo de presupuestos que el 54.8% de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ACOMITA V presentan un nivel de cultura financiero medio indicando que algunas veces llevan sus registros de sus gastos, seguido por 14.3% el nivel bajo indicando que nunca llevan sus registros de sus gastos, ingresos y ganancias. Sin embargo el 31% de los comerciantes presenta un nivel alto que significa que llevan constante el registro de ingresos, gastos y ganancias.

4.1.3 En relación al segundo objetivo específico

Preguntas en base a la segunda dimensión en cuanto al uso de seguro.

Tabla 11

Tiene conocimiento sobre los seguros de vida

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	13	15,5	15,5	15,5
Poco	52	61,9	61,9	77,4
Lo suficiente	19	22,6	22,6	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 11 podemos ver que el 61.9% de los comerciantes tiene poco conocimiento sobre los seguros de vida, seguido por un 22.6% de los comerciantes conoce lo suficiente sobre los seguros de vida y un 15.5% no tiene conocimiento sobre los seguros de vida.

Tabla 12

Tiene conocimiento sobre los seguros de bienes (Casas, Autos)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	50	59,5	59,5	59,5
Poco	18	21,4	21,4	81,0
Lo suficiente	16	19,0	19,0	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 12, podemos ver que el 59.5% de los comerciantes no tiene conocimiento sobre los seguros de bienes seguido por un 21.4% de los comerciantes tiene poco conocimiento sobre los seguros de bienes y un 19% conoce lo suficiente sobre los seguros de bienes.

Tabla 13

Tiene conocimiento sobre los beneficios de un seguro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	29	34,5	34,5	34,5
Poco	41	48,8	48,8	83,3
Lo suficiente	14	16,7	16,7	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 13, podemos ver que el 48.8% de los comerciantes tiene poco conocimiento sobre los beneficios de seguros, seguido por un 34.5% de los comerciantes no tiene conocimiento sobre los beneficios de los seguros y un 6.7% conoce lo suficiente sobre los beneficios de los seguros.

Por tal razón, la tabla nos muestra un nivel de la cultura financiera en cuanto a uso de seguros.

Tabla 14

Nivel de cultura financiera en cuanto a uso de seguros que presentan los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	7	8,3	8,3	8,3
Medio	61	72,6	72,6	81,0
Alto	16	19,0	19,0	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La tabla 14 se aprecia que el 72.6% de los comerciantes de la ACOMITA V del mercado internacional Túpac Amaru presentan un nivel medio en cuanto al uso de seguros, seguido por un 19% de los comerciantes presentan un nivel alto de cultura financiera indicando que tienen mucho conocimiento sobre el uso de los seguros, sin embargo el 8.3% de los comerciantes tienen un nivel bajo en cuanto al uso de seguros que significa que tienen poca información sobre el uso de los seguros.

4.1.4 En relación al tercer objetivo específico

Preguntas en base a la tercera dimensión en cuanto a decisiones de inversión.

Tabla 15

Al momento de realizar una inversión se informa antes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	7,1	7,1	7,1
Algunas veces	47	56,0	56,0	63,1
Casi siempre	17	20,2	20,2	83,3
Siempre	14	16,7	16,7	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 15, nos presenta que el 56% de los comerciantes algunas veces se informa al momento de realizar una inversión, seguido por 20.2% de los comerciantes casi siempre se informa al momento de realizar una inversión y un 16.7% se informa al momento de realizar una inversión.

Tabla 16

Esta dispuesto a correr riesgo antes de invertir

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	26	31,0	31,0	31,0
Algunas veces	50	59,5	59,5	90,5
Casi siempre	8	9,5	9,5	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 16, nos presenta que el 59.5% de los comerciantes algunas veces se están dispuestos a correr el riesgo antes de realizar una inversión, seguido por 31.0% de los comerciantes nunca están dispuestos a correr el

riesgo antes de realizar una inversión y un 9.5% están casi siempre están dispuestos a correr el riesgo antes de realizar una inversión.

Tabla 17

Conoce la inversión en negocios/Empresas, Bienes inmuebles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	54	64,3	64,3	64,3
Poco	24	28,6	28,6	92,9
Lo suficiente	6	7,1	7,1	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 17, nos presenta que el 64.3% de los comerciantes no tienen conocimiento sobre las inversiones en negocios, empresas, bienes inmuebles, seguido por 28.6% tienen poco conocimiento sobre las inversiones en negocios, empresas, bienes inmuebles, y un 7.1% conoce lo suficiente sobre las inversiones en negocios, empresas, bienes inmuebles

Por tal razón la tabla nos muestra en nivel de la cultura financiera en cuanto a toma de decisiones de inversión.

Tabla 18

Nivel de cultura financiera en cuanto a toma de decisiones de inversión que presentan los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	13	15,5	15,5	15,5
Medio	57	67,9	67,9	83,3
Alto	14	16,7	16,7	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 18, se aprecia en cuanto a toma de decisiones de inversión de los comerciantes de la ACOMITA V del mercado internacional Túpac Amaru que el 67.9% presentan un nivel medio que casi siempre están dispuestos a correr riesgos y obtienen una información antes de realizar una inversión, seguido por un 16.7% de los comerciantes presentan un nivel alto de cultura financiera indicando que tienen mucho conocimiento sobre la información de inversión y la toma de decisión sobre la inversión, sin embargo el 15.5% de los comerciantes tienen un nivel bajo que significa que tienen poca información al momento de realizar una información.

4.1.5 En relación al cuarto objetivo específico

Preguntas en base a la cuarta dimensión en cuanto al manejo de ahorros.

Tabla 19

Tiene el hábito de ahorrar parte de sus ingresos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	25	29,8	29,8	29,8
Casi siempre	34	40,5	40,5	70,2
Siempre	25	29,8	29,8	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 19, nos muestra que los comerciantes tienen el hábito de ahorro parte sus ingresos casi siempre representado por un 40.5% seguido un 29.8% de los comerciantes tienen el hábito de ahorro siempre y casi siempre.

Tabla 20

Ud. Tiene ahorros de sus ingresos en:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Banco	7	8,3	8,3	8,3
Casa	77	91,7	91,7	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 20, nos presenta que el 91% de los comerciantes Guardan sus ahorros en casa significa que corren un riesgo de robo o pérdida por incendios o cualquier otro daño, solo el 8.3% tiene sus ahorros en bancos.

Tabla 21

Controla sus gastos para poder ahorrar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	22	26,2	26,2	26,2
Casi Siempre	23	27,4	27,4	53,6
Siempre	39	46,4	46,4	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 21, nos presenta que el 46.4% de los comerciantes tienen el control de sus gastos para poder ahorrar, seguido por 27.4% de los comerciantes casi siempre tienen el control de sus gastos para poder ahorrar, y un 26.2% comerciantes tienen algunas veces el control de sus gastos para poder ahorrar.

Por tal razón la tabla nos muestra en nivel de la cultura financiera en cuanto al manejo de ahorros.

Tabla 22

Nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de Ahorro que presentan los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	22	26,2	26,2	26,2
Medio	46	54,8	54,8	81,0
Alto	16	19,0	19,0	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 22, se aprecia que el 54.8% de los comerciantes de la ACOMITA V del mercado internacional Túpac Amaru presentan un nivel medio en cuanto al manejo de ahorros, seguido por un 26.2% de los comerciantes presentan un nivel bajo de cultura financiera, en cuanto al ahorro indicando que algunas veces tienen el hábito y controlan sus gastos para poder ahorrar parte de su ingresos, solo el 19% de los comerciantes presenta un nivel alto en cuanto al manejo de ahorro, indicando que siempre tienen ahorrados parte de su ingreso ya sea en casa o en banco.

4.1.6 En relación al quinto objetivo específico

Preguntas en base a la quinta dimensión en cuanto al uso de créditos.

Tabla 23

Tiene Ud. Conocimiento sobre los créditos comerciales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	7	8,3	8,3	8,3
Poco	25	29,8	29,8	38,1
Lo suficiente	52	61,9	61,9	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 23, podemos ver que el 61.9% de los comerciantes tiene conocimiento en lo suficiente sobre los créditos comerciales, el 29.8% de los comerciantes tiene poco conocimiento sobre los créditos comerciales y 8.3% comerciantes no tiene conocimiento sobre los créditos comerciales.

Tabla 24

Tiene Ud. Conocimiento sobre los créditos personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	53	63,1	63,1	63,1
Lo suficiente	31	36,9	36,9	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 24, podemos ver que el 63% de los comerciantes tiene poco conocimiento sobre los créditos personales, seguido por el 36.9% de los comerciantes tiene conocimiento lo suficiente sobre los créditos personales.

Tabla 25

Tiene Ud. Conocimiento sobre los créditos de financiamiento (Casa, Transportes)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	18	21,4	21,4	21,4
Poco	64	76,2	76,2	97,6
Lo suficiente	2	2,4	2,4	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 25, podemos ver que el 76.2% de los comerciantes tiene poco conocimiento sobre los créditos de financiamiento para la compra de bienes, el 21.4% de los comerciante no tiene conocimiento sobre los créditos de financiamiento para la compra de bienes y 2.4% comerciantes tiene conocimiento en lo suficiente sobre los créditos de financiamiento.

Tabla 26

Tiene Ud. Conocimiento sobre las tasas de interés de las entidades financieras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	1	1,2	1,2	1,2
	Poco	40	47,6	47,6	48,8
	Lo suficiente	43	51,2	51,2	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 26, podemos ver que el 51.2% de los comerciantes tiene conocimiento en lo suficiente sobre las tasas de interés de las entidades financieras, el 47.6% de los comerciantes tiene poco conocimiento sobre las tasas de interés de las entidades financieras y 1.2% los comerciantes no tienen conocimiento sobre las tasas de interés de las entidades financieras.

Tabla 27

Le cobraron Interés moratorio por no cumplir con el pago calendario de un préstamo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	49	58,3	58,3	58,3
	Algunas veces	35	41,7	41,7	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 27, podemos ver que a 58.3% de los comerciantes nunca pagaron interés moratorios por no haber cumplido sus pagos de sus

préstamos, el 41.7% de los comerciantes algunas veces pagaron interés moratorios por no haber cumplido sus pagos de sus préstamos.

Tabla 28

Cuando realiza sus compras o ventas, el medio de pago que utiliza son en efectivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	7	8,3	8,3	8,3
	Casi siempre	29	34,5	34,5	42,9
	Siempre	48	57,1	57,1	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 28, podemos ver que el 57.1% de los comerciantes al realizar sus pagos siempre utilizan el medio de pago efectivo, el 34.5% de los comerciantes realizar casi siempre sus pagos utilizando el medio de pago efectivo y 8.3% realizar sus pagos utilizan el medio de pago efectivo.

Tabla 29

Cuando realiza sus compras o ventas, el medio de pago que utiliza son las transferencias Bancarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	54	64,3	64,3	64,3
	Algunas veces	29	34,5	34,5	98,8
	Siempre	1	1,2	1,2	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 29, podemos ver que el 64.3% de los comerciantes cuando realizan sus compras o ventas no utilizan transferencias bancarias esto significa que si ellos realizan los pagos a través de los bancos corren menor riesgo, el 34.5 % de los comerciantes cuando realizan sus compras o ventas utilizan algunas veces las transferencias bancarias y 1.2% de los comerciantes cuando realizan sus compras o ventas siempre utilizan transferencias bancarias.

Por tal razón la tabla nos muestra en nivel de la cultura financiera en cuanto al uso de créditos.

Tabla 30

Nivel de cultura financiera en cuanto al uso de créditos que presentan los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	8,3	8,3	8,3
	Medio	71	84,5	84,5	92,9
	Alto	6	7,1	7,1	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Como podemos ver en la tabla 30, en cuanto al uso de créditos de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru ACOMITA V el 84.5% presentan un nivel de cultura medio sobre los créditos, el 8.3% presenta un nivel bajo indicando que existe poca cultura en el conocimiento de los créditos, tasa de intereses, medios de pago, riesgos que tiene el no pagar las dudas, tener un buen historial crediticio, sin embargo, solo el 7.1 % de los comerciantes presenta un nivel alto teniendo mucho conocimiento de los créditos, tasa de intereses, medios de pago, riesgos que tiene el no pagar las dudas, tener un buen historial crediticio.

4.2 Discusión de Resultados

4.2.1 En cuanto al objetivo general

De acuerdo al objetivo general, determinar el nivel de la cultura financiera el nivel de la cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V - Juliaca – 2016.

Podemos observar en la tabla 6, los comerciantes están siendo asertivos en la toma de decisiones del consumo de productos financiero de acuerdo a sus necesidades, esta conclusión se asemeja a la investigación realizada en los comerciantes del mercado internacional San José por Mamani (2016), así pueden lograr la libertad financiera.

Podemos ver que los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ACOMITA V tienen una cultura financiera de nivel medio de 73.8%, seguido por el nivel bajo de 14.3% y también en nivel alto 11.9% al realizar este análisis, esta conclusión se asemeja a la investigación realizada por Mamani (2016), los comerciantes del mercado internacional San José Base II y III tienen una cultura financiera de nivel medio seguido por el nivel bajo y luego por el nivel alto, decimos que los comerciantes están siendo asertivos con la toma de decisiones en cuanto al manejo de presupuestos, uso de seguros, la toma de decisiones de inversión , manejo de ahorro y en cuanto a uso de créditos.

4.2.2 En cuanto al primer objetivo específico

En cuanto al manejo de presupuestos se tiene un nivel medio de la cultura financiera en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” representado un 54.8%, esto nos indica que los comerciantes algunas veces llevan el registro de ingresos, gastos y cálculo de sus ganancias seguido por el 31% que tienen un nivel Alto de comerciantes que lleva correctamente el registro de ingreso y gasto.

Es muy importante el llevado de estos registros para poder determinar un periodo de tiempo de cómo serán los gastos así mismo la familia logra

estabilidad económica y la libertad financiera sabiendo que el presupuesto es útil para determinar los gastos posteriores e identificar los gastos innecesarios y al mismo tiempo reducirlo, es lo que nos dice (FIMCOMUN, 2011).

4.2.3 En cuanto al segundo objetivo específico

En cuanto a uso de seguros en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” tienen el 72.6% el nivel medio de cultura financiera ya que los comerciantes tienen conocimiento acerca del seguro de vida, seguro de bienes y los beneficios de tener un seguro tuvieron información sobre estos temas, sabiendo que ellos corren riesgo de pérdida de bienes económicos y la vida a diario, el 19% nivel alto de cultura financiera indicando que saben mucho sobre el uso de seguros. Significa que las coberturas de los seguros cubren los pagos de la indemnización por daños corporales, materiales y patrimoniales causados por terceros. (SBS).

4.2.4 En cuanto al tercer objetivo específico

En cuanto a decisiones de inversión el nivel de la cultura financiera en los comerciantes influye en la toma de decisiones personales, sabiendo que para alcanzar sus metas financieras ya que cuando se piensa invertir se debe pensar en la inversión, esta conclusión se asemeja con la investigación realizada por Gutiérrez (2014), llegando a la conclusión de la cultura financiera influye en la toma de decisiones personales en la inversión.

4.2.5 En cuanto al cuarto objetivo específico

En cuanto al manejo de ahorros existe un nivel medio de la cultura financiera en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” cosa en el mercado internacional San José representan un nivel bajo. Cosa que no todos tienen el hábito de ahorro ni el control de gastos el saber ahorrar es un hábito muy saludable que una persona tiene sabiendo que existe distintas maneras (BBVA).

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación tiene como muestra a 84 comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V y se obtiene las siguientes conclusiones:

0.1.1 De acuerdo al objetivo General.

De acuerdo a los resultados obtenidos del objetivo general se determinó que el 73.8% de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru ACOMITA V presenta un nivel medio de la cultura financiera significa que ellos tienen conocimiento sobre el manejo de presupuestos, uso de seguros, inversiones, tienen habito de ahorro y en cuanto al uso de créditos, seguido por el 14.3% de los comerciantes presenta un nivel bajo de la cultura financiera. Ver tabla 06.

0.1.2 De acuerdo al primer objetivo específico.

De acuerdo al resultado obtenido en cuanto al manejo de presupuestos se analizó que el 54.8% de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru ACOMITA V presenta un nivel medio de la cultura financiera, significa que ellos manejan el registro de ingresos, gastos y ganancias seguido por el nivel Alto 31.0% y 14.3% nivel Bajo. Ver tabla 10.

0.1.3 De acuerdo al segundo objetivo específico.

Se analizó que en cuanto el uso de seguros que el 72.6 % de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ACOMITA V presenta un nivel medio de la cultura financiera, en relación al uso de seguros significa que tienen conocimiento acerca de seguro personal, seguro de vida, bienes y sus beneficios de un seguro seguido por el nivel alto 19.0%. Ver tabla 14.

0.1.4 De acuerdo al tercer objetivo específico.

Se analizó en relación a toma de decisiones de inversión que el mayor porcentaje (67.9 %) de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V presenta un nivel medio de la cultura financiera en cuanto a decisiones de inversión, seguido por el nivel Alto de 16.7.% y 15.5% nivel Bajo. Ver tabla 18.

0.1.5 De acuerdo al cuarto objetivo específico.

Se analizó en cuanto al manejo de ahorro que el 54.8 % de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V presenta un nivel medio de la cultura financiera, en relación al manejo de ahorros seguido por el 26.2% nivel Bajo y solo un 19.% nivel Alto. Ver tabla 22.

0.1.6 De acuerdo al quinto objetivo específico.

Se analizó en cuanto al uso de créditos que el 84.5 % de los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V presenta un nivel medio de la cultura financiera, en relación a uso de créditos significa que ellos tienen conocimiento sobre, los créditos personales, sobre el cálculo de tasas de intereses saben que si al no realizar sus pagos a tiempo podrían problemas financieras posteriormente y podrían llegar hasta la inclusión financiera también seguido por el 8.3% nivel Bajo y solo un 7.1.% nivel Alto. Ver tabla 30.

RECOMENDACIONES

- En relación al manejo de presupuestos, se les recomienda a los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru que puedan poner en práctica de los conocimientos que ya tienen sobre llevar el registro de ingresos, gastos y ganancias.
- En cuanto al uso de seguros se les recomienda a los comerciantes del mercado internacional Túpac deberían afiliarse sus bienes, mercadería y otros ya que esto ayudaría si hubiera alguna pérdida, robo y otros casos similares, los seguros cubrirían los daños todo esto sabiendo que en la actualidad hay mucha delincuencia.
- En relación al manejo de Ahorros, se recomienda a los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru ACOMITA V practicar el hábito de ahorro del porcentaje de sus ingresos con objetivos distintos y tener una previsión para el futuro con el cual se puede asumir compromisos de forma responsables, así mismo decirles que ellos puedan controlar sus gastos para poder tener más ahorro económica con el cual poder adquirir viviendas, autos, o para cualquier circunstancia imprevista y así podrán obtener la libertad financiera.
- En cuanto al uso de créditos se recomienda a los comerciantes del mercado internacional de Túpac Amaru ACOMITA V tener una información anticipada sobre créditos económicos, tarjetas y el porcentaje de la tasa de interés 0
- A las instituciones financieras de la ciudad de Juliaca deben dar capacitación sobre la educación y cultura financiera a los comerciantes, instituciones educativas y a población en general como un valor agregado.
- La necesidad de la cultura financiera en la actualidad no es solo de uno sino es de todos, es necesario empezar a cuidar, planificar y valorar el dinero para tener un futuro mejor.
- Se recomienda a los investigadores que puedan identificar el nivel de la cultura financiera en otros mercados en la región Puno.
- Se recomienda a los investigadores que puedan realizar investigaciones sobre la cultura financiera en los mercados, estudiantes de niveles

secundarios y universitarios de diferentes instituciones educativas estatales y privados del departamento Puno.

LISTA DE REFERENCIAS

- Aguilar y Jumbo, X. P. (2013). *“Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas”*. Loja-Ecuador: UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA.
- Arias, F. (2012). *Tipos y Diseño de Investigacion*.
- ASBA. (s.f.). *Educacion financiera mejorar tu bienestar financiero-Medios de pago* . Obtenido de American Society of Breast Surgeons: <http://www.asba-supervision.org/PEF/medios-de-pago>
- ASBA. (2015). Obtenido de <http://www.asba-supervision.org>
- BBVA. (s.f.). *Banco Continental*. Obtenido de www.bbvacontinental.pe
- BCC. (s.f.). Recuperado el 30 de 08 de 2016, de <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-tasa-inter-s>
- BCP. (s.f.). Recuperado el 15 de Julio de 2016, de <https://www.viabcp.com>
- BCP. (2015). Recuperado el 13 de 06 de 2016, de <https://ww3.viabcp.com/tasasytarifas/ResultadoBusquedaTasa.aspx?ATAS=0&F=0&PCTAS=>
- BCRP. (s.f.). *Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/>
<http://www.bcrp.gob.pe/>
- Burbano, J. y. (1995). *Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos*. Bogotá: McGraw Hill.
- CAF, 2. (2014). *Encuesta de Medición de Capacidades Financieras en los Países Andinos. Informe para Perú 2014*. Lima: CAF.
- Fernández, I. (2005). *Costrucción de escala aditiva tipo Likert*. España.
- FINCOMUN. (2011). *Cultura financiera. Fincomun, Servicios financieros Comunitarias* .
- Flores Soria, J. (2011). *Costos y Presupuestos*. Lima.
- García Colín, J. (2008). *contabilidad de costos*. México: editores S.A. de C.V.
- García, G. Y. (2011). *Características e importanciade la educacion financiera para niños, jovenes y adultos de sectores populares de la ciudad deoaxaca de juares*. Huajuapán de león,Uaxaca: Universidad Tecnologica de la mixteca.
- Gestion, D. (16 de Noviembre de 2014). (R. Gamarra, Ed.)
- Gutierrez, B. J. (2014). *La educacion financiera como base para la toma de decisiones personales de inversion*. Santiago de Queretaro: Universidad Autonoma de Queretaro.
- Infante, V. (2013)*Ley Cambiaria y del cheque*.

- Instituto Nacional de Estadística e Informática, I. (2015).
<http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>. Obtenido de
<http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>: <http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>
- Latino, C. (2014). COLABORAR JUNTOS PARA SALIR DE LAS DEUDAS. *Compas Latino*.
 Ley N°26790. (s.f.). SCTR - PAsificos Seguros. Obtenido de
<http://www.pacificoseguros.com/site/Empresas/Empleados/SCTR.aspx>
- Luque, F. (12 de Agosto de 2012). Pros y contras de invertir en acciones. (F. Luque, Ed.)
El Economista .
- Mamani, N. G. (2016). *El nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado internacional san jose de la ciudad de juliaca Base II y III-2015*. Juliaca: Universidad peruana union.
- Ochoa, C. (16 de abril de 2015). MUESTREO PROBABILÍSTICO: MUESTREO ESTRATIFICADO. Obtenido de <http://www.netquest.com/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-estratificado/>
- Ortega Pérez de León, A. (2008). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Limusa S.A.C.
- Pellas, C. F. (2008). *Libro Maestro de la educacion Financiera un sistema para vivir mejor- Red financiero BAC-CREDOMATIC*, (1ra Edicion ed.). Costa Rica: San Jose.
- Pérez, P. V. (2009). *Cursos de Gestión Presupuestaria*. Obtenido de www.mailxmail.com/curso-gestion-presupuestaria/presupuesto-concepto
- Real Academico Española*. (2006). Madrid España: Del Diccionario de la lengua española.
- Sampieres, D. R. (2006). *Metodologia de investigacion cuarta edicion*. Mexico: Mexicana.
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodologia de Investigacion* (Quinta edición ed.). México, México: Mexicana.
- SBIF. (s.f.). *Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras*. (A. L. Cares, Editor, & A. L. Cares, Productor) Recuperado el 06 de Junio de 2016, de <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=3000000000000027&idCategoria=5>: <http://www.bancafacil.cl/SBS>, R. N. (19 de Noviembre de 2008). www.sbs.gob.pe/repositorioaps/0/0/jer/sf_csf/RES_11356-2008.doc. Obtenido de www.sbs.gob.pe/repositorioaps/0/0/jer/sf_csf/RES_11356-2008.doc: www.sbs.gob.pe
- SEC. (06 de 2010). Ahorros e Inversiones Un mapa para iniciarlo en el camino de la seguridad financiera a través del ahorro y la inversión.
- Superintendencia de Banca, S. y. (2011). *Encuesta de cultura financiera del Perú 2011*. Universidad del Pacífico (Lima)332.024 (SCDD), Lima. Lima: Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú.
- Withe, E. G. (1974). *El colporto Evangelico*. Argentina: ACES.

ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: El nivel de cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V –Juliaca - 2016

TITULO	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	TIPO Y DISEÑO	CONCEPTOS CENTRALES	
El Nivel De Cultura Financiera En Los Comerciantes Del Mercado Internacional “Túpac Amaru” De La Ciudad Juliaca	General	General	La siguiente investigación es descriptivo y diseño no experimental transeccional	Cultura financiera	
	¿Cuál es el nivel de cultura financiera en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016?	Determinar el nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016			Presupuestos
	Específicos	Específicos			
	¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto a manejo de presupuestos en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016?	Analizar el nivel de la cultura financiera en cuanto a manejo presupuestos en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016			
¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto a uso de seguro en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016?	Analizar el nivel de la cultura financiera en cuanto a uso seguros en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016				

<p>¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto a decisiones de inversión en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016?</p>	<p>Analizar el nivel de la cultura financiera en cuanto a decisiones inversión en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016.</p>		<p>Inversión</p>
<p>¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto a manejo ahorros en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016?</p>	<p>Analizar el nivel de la cultura financiera en cuanto a manejo ahorros en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016.</p>		<p>Ahorros</p>
<p>¿Cuál es el nivel de cultura financiera en cuanto a uso créditos en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016?</p>	<p>Analizar el nivel de la cultura financiera en cuanto a uso créditos en los comerciantes del mercado Internacional “Túpac Amaru” de la ciudad de Juliaca ACOMITA 3-2016.</p>		<p>Créditos</p>

ANEXO B: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TÍTULO. El nivel de cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional “Túpac Amaru” ACOMITA V –Juliaca– 2016

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Cultura Financiera	Presupuestos	Ingresos
		Gastos
		Ganancias
	Seguros	Seguros de vida
		Seguro de bienes
		Beneficios de un seguro
	Inversión	Inversión
		Riesgo de inversión
		Inversión de negocios y bienes
	Ahorro	Hábito
		Lugar
		Control
	Créditos	Comerciales
		Personales
		Financiamiento
		Tasa de interés
		Medios de pago

ANEXO C: GUIA DE ENTREVISTAS
(Para identificar problemas)



Encuesta
UNIVERSIDAD PERUANA UNION
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Contabilidad

Cuestionario: El nivel de cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional "Túpac Amaru" ACOMITA V – Juliaca – 2016.

El presente cuestionario tiene el propósito de recoger información para el desarrollo de la investigación. El objetivo es obtener información para conocer el nivel de cultura financiera de los comerciantes del mercado internacional "Túpac Amaru" ACOMITA V – Juliaca – 2016 para cuyo efecto le agradecemos anticipadamente la veracidad de sus respuestas, pues así lo exigen la seriedad y la rigurosidad de la investigación.

Marque con una (X) la que corresponda a su respuesta.

I.- INFORMACION

Género: 9. Prestación de Servicio ()

1. Femenino ()
2. Masculino ()

Edad:

1. 20 a 30 Años ()
2. 31 a 40 Años ()
3. 41 a 50 Años ()
4. 51 a 60 Años ()
5. 61 Años a mas ()

Estado Civil:

6. Casado/a ()
7. Soltero/a ()
8. Divorciado/a ()
9. Viudo/a ()

Nivel de estudio:

10. Primaria ()
11. Secundaria ()
12. Superior ()

Giro de negocio:

1. Venta de Prenda de vestir ()
2. Venta de Electrodomésticos ()
3. Venta de Juguetes ()
4. Venta de Abarrotes ()
5. Venta de Neumáticos ()
6. Venta de Bicicletas ()
7. Venta de Zapatos ()
8. Venta de Frutas ()

Presupuestos

1.- ¿Acostumbra llevar un registro de sus ingresos?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi Siempre()
- d) Siempre()

2.- ¿Acostumbra llevar un registro de sus gastos?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi siempre()
- d) Siempre()

3.- ¿Calcula las ganancias de las ventas que obtendrá mensualmente?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi Siempre()
- d) Siempre()

Seguros

4.- ¿Tiene conocimiento sobre los seguros de vida?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo Suficiente()
- d) Mucho()

5.- ¿Tiene conocimiento sobre los seguros de bienes (Casas, Autos)?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo Suficiente()
- d) Mucho()

6.- ¿Tiene conocimiento sobre los beneficios de un seguro?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo Suficiente()
- d) Mucho()

Inversión

7.- Al momento de realizar una inversión se informa antes

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi Siempre()
- d) Siempre()

8.- ¿Está dispuesto a correr riesgo antes de invertir?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi Siempre()
- d) Siempre()

9.- ¿Conoce la inversión en negocios/Empresas, bienes inmuebles?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo Suficiente()
- d) Mucho()

Ahorro

10.- ¿Tiene el hábito de ahorrar parte de sus ingresos?

- e) Nunca()
- f) Algunas veces()
- g) Casi Siempre()
- h) Siempre()

11.- Ud. Ahorra parte de sus ingresos en:

- a) Bancos()
- b) Micro financieras()
- c) Casa()
- d) Otros Mencione.....

12.- ¿Controla sus gastos para poder ahorra?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi Siempre()
- d) Siempre()

Créditos

13.- Tiene Ud. Conocimiento sobre los créditos comerciales

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo suficiente()
- d) Mucho()

14.- ¿Tiene Ud. conocimiento sobre los créditos personales?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo suficiente()
- d) Mucho()

15.- ¿Tiene Ud. conocimiento sobre los créditos de Financiamiento (para Casas/Transportes)?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo suficiente()
- d) Mucho()

16.- ¿Conoce los riesgos que asumirá al no pagar sus deudas?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo suficiente()
- d) Mucho()

17.- Cuenta Ud. Con un buen historial crediticio

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo suficiente()
- d) Mucho()

18.- ¿Se retrasa en el pago de sus préstamos?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi siempre()
- d) Siempre()

19.- ¿Tiene Ud. conocimientos sobre las tasas de interés de las entidades financiera?

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo suficiente()
- d) Mucho()

20.- Sabe Ud. como calcular la tasa de interés de un préstamo

- a) Nada()
- b) Poco()
- c) Lo suficiente()
- d) Mucho()

21.- ¿Le cobraron intereses moratorios por no cumplir con el pago calendario de un préstamo?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi siempre()
- d) Siempre()

22.- ¿Cuándo realiza sus compras o ventas, el medio de pago que utiliza son en efectivo?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi siempre()
- d) Siempre()

23.- ¿Cuándo realiza sus compras o ventas, el medio de pago que utilizo son las transferencias bancarias?

- a) Nunca()
- b) Algunas veces()
- c) Casi siempre()
- d) Siempre()
- a) Mucho()

¡Muchas Gracias Por su colaboración!

ANEXO D: ANÁLISIS DE ALFA DE CRONBACH

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,848	23

Fuente: Elaboración propia

Después de haber realizar la encuesta prueba piloto de 23 comerciantes de la ACOMITA V del mercado internacional de Túpac Amaru se ingresó al SPSS para el análisis de fiabilidad del instrumento con que se ha de trabajar para los resultados de la investigación.

ANEXO E: NIVEL DE CULTURA FINANCIERA

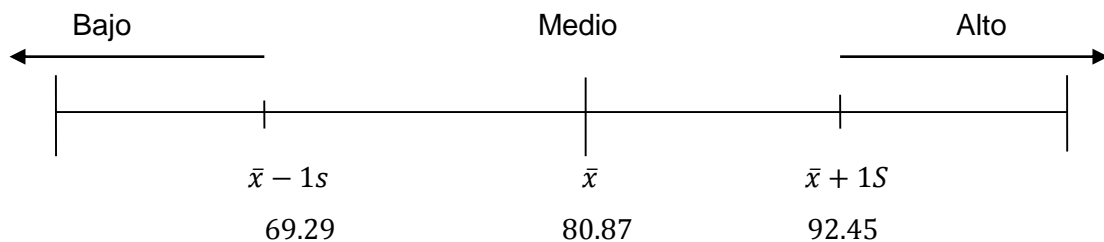


Figura 13. Nivel de cultura financiera

Fuente. Elaboración propia

Para la medición del nivel de cultura financiera para sus cinco dimensiones se aplicó el mismo método ya mencionado anteriormente la cual es aplicada en los cuadros de los resultados de la investigación que se mostrarán posteriormente:

ANEXO F: NIVEL DE CULTURA FINANCIERA PRESUPUESTOS

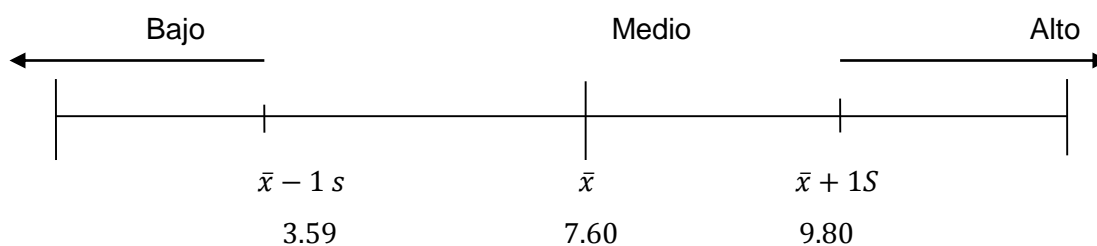


Figura 14. Nivel de cultura financiera presupuestos

Fuente. Elaboración propia

Para la medición del nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de presupuesto es:

Nivel bajo: Menores a 5.38

Nivel medio: 3.59 a 9.79

Nivel alto: Mayores a 9.80

ANEXO G: NIVEL DE CULTURA FINANCIERA EN USO DE SEGUROS

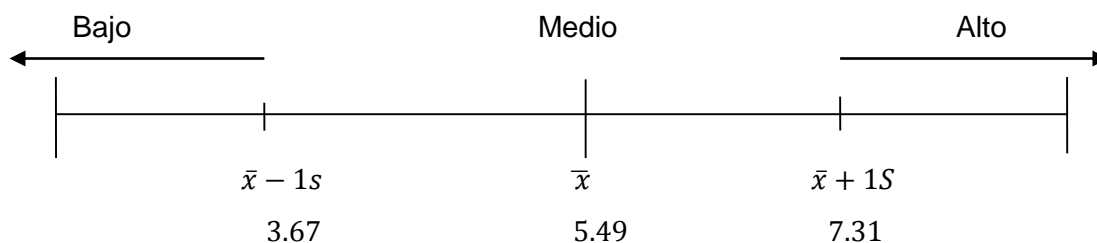


Figura 15. Nivel de cultura financiera en uso de seguros

Fuente. Elaboración propia

Para la medición del nivel de cultura financiera en cuanto al uso de seguros es:

Nivel bajo: Menores a 3.66

Nivel medio: 3.67 a 7.30

Nivel alto: Mayores a 7.31

ANEXO H: NIVEL DE CULTURA FINANCIERA EN TOMA DE DECISIÓN DE INVERSIÓN

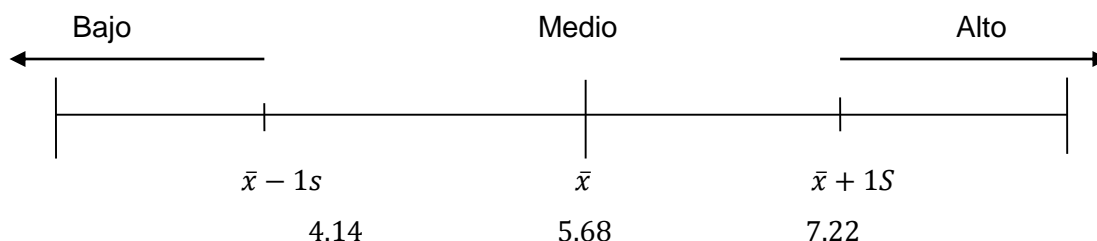


Figura 16. Nivel de cultura financiera en toma de decisión de Inversión

Fuente. Elaboración propia

Para la medición del nivel de cultura financiera en cuanto a toma de decisión de inversión es:

Nivel bajo: Menores a 4.13

Nivel medio: 4.14 a 7.21

Nivel alto: Mayores a 7.22

ANEXO I: NIVEL DE CULTURA FINANCIERA EN USO DE AHORROS

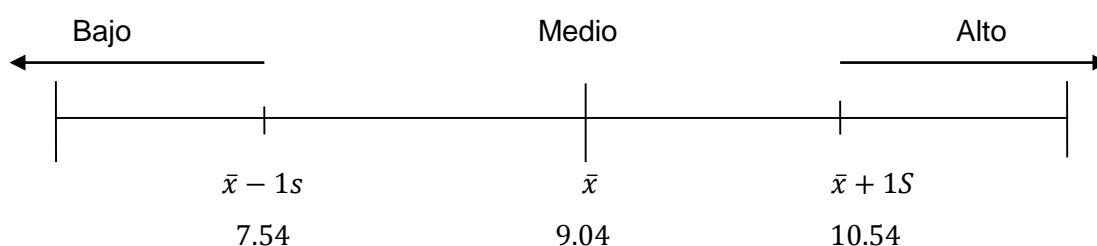


Figura 17. Nivel de cultura financiera en uso de ahorros

Fuente. Elaboración propia

Para la medición del nivel de cultura financiera en cuanto al manejo de ahorros es:

Nivel bajo: Menores a 7.53

Nivel medio: 7.54 a 10.53

Nivel alto: Mayores a 10.54

ANEXO J: NIVEL DE CULTURA FINANCIERA EN USO DE CRÉDITOS

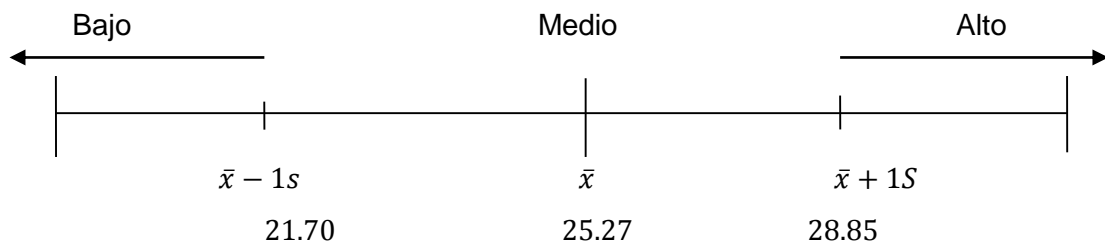


Figura 18. Nivel de cultura financiera en uso de Créditos.

Fuente. Elaboración propia

Para la medición del nivel de cultura financiera en cuanto al uso de créditos es:

Nivel bajo: Menores a 21.69

Nivel medio 21.7 a 28.84

Nivel alto: Mayores a 28.85

ANEXO K: DOCUMENTO DE AUTORIZACIÓN



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Juliaca, Villa Chullunquiari, 02 de agosto de 2016

Señor
Alfredo Parl Chiara
Presidente de la Acomita V – Mercado Internacional Túpac Amaru
Puno

Apreciado señor Pari:

Es grato hacerle llegar los saludos cordiales a nombre de la Universidad Peruana Unión, EP. Contabilidad con los buenos deseos de éxito en la labor que desarrolla.

La presente es para informar que **Quispe Parra Lesid Octavia** identificada con Código de Matrícula N° 200711099 es egresada de la carrera de **Contabilidad**, quien por motivos de estar realizando su tesis titulada *"Nivel de Cultura Financiera del Mercado Internacional Túpac Amaru"*, motivo por la cual pedimos a usted las facilidades del caso para que la bachiller antes mencionada pueda obtener información para realizar su proyecto de tesis.

Agradecido por la atención prestada, me despido de usted, deseando que Dios bendiga su vida personal y profesional.

Cordialmente,



Elino Villafuerte De la Cruz
COORDINADOR DE LA EP. CONTABILIDAD





"ASOC. DE COMERCIANTES EN ABARROTES DE PRODUCTOS BÁSICOS"

TÚPAC AMARU

PROVINCIA DE SAN ROMÁN - JULIACA - PUNO
REGISTRADO R.R. N° 11093461 ASIENTO A0001 - 12/11/2009



Carta de Autorización

Jueves, 01 de septiembre de 2016

AQUIEN LE INTERESE

Apreciados:

Es grato hacerle llegar los saludos cordiales con los buenos deseos de éxito en la labor que desempeñan.

Yo, Sr. Alfredo Parí Chiara como presidente de la ACOMITA V autorizo a la Sra. Lesid Octavia Quispe Parra identificada con DNI 42450318 con código de matrícula N° 200711099 egresada de la carrera de contabilidad. Para realizar su proyecto de tesis titulada "el nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado internacional "Túpac Amaru" de la ciudad de Juliaca ACOMITA V- 2016".

Agradezco por la atención prestada, me despido de ustedes deseando que Dios bendiga su vida personal y familiar

Cordialmente,



Alfredo Parí Chiara
DNI: 02042580
PRESIDENTE



ANEXO L: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EL EXPERTO

Juliaca, 09 de Noviembre del 2016

Ing. Octavio Condori Mamani

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de juez para validar el contenido del instrumento de medición que lleva por título:

EL NIVEL DE LA CULTURA FINANCIERA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TUPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA ACOMITA V - 2016

Que tiene por objetivo determinar el nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V - 2016.

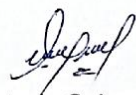
Para dar cumplimiento a ello se hace entrega formal de la operacionalización de variables involucradas en el estudio, el cuestionario y el formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad y congruencia, adecuado uso de palabras para el contexto y dominio de los contenidos para los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá utilizar un instrumento con garantía de validez científica en la elaboración para el cumplimiento del proyecto de investigación.

Quedo de Ud. en espera del feedback respectivo para mi trabajo académico.

Atentamente.

Recibido
Hrs 7:30 AM
09-11-16


Lesid Octavia Quispe Parra
Bach. En Contabilidad

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL
INSTRUMENTO DICTAMINADO POR EL JUEZ**
Escala de valoración de likert

Este formato permite evaluar las condiciones del instrumento de medición psicológica que será distribuido a los participantes. Por favor evalúe los siguientes aspectos:

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones para el examinado) y estructura del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

2) A su parecer ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones y/o sugerencias:

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones y/o sugerencias:

Ya fueron corregidos.

5) Los ítems del instrumento ¿tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X)


NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Otras observaciones: Ninguna.

Fecha: 09-11-2016

Nombre y firma del juez: Octavio Condori Mamani


.....
OCTAVIO CONDORI MAMANI
Ing. Economista
Reg. CIP N° 35000

Institución donde labora: UANCV - JULIACA, E.P.G. UANCV, ULADECH - JULIACA

Años de experiencia profesional o científica: 30 años.

ANEXO M: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR EL ESTADISTA

Juliaca, 14 de Agosto del 2016

Mg. Efraín Velásquez Mamani

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de juez para validar el contenido del instrumento de medición que lleva por título:

EL NIVEL DE LA CULTURA FINANCIERA EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL TUPAC AMARU DE LA CIUDAD DE JULIACA ACOMITA V - 2016

Que tiene por objetivo determinar el nivel de la cultura financiera en los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca ACOMITA V - 2016.

Para dar cumplimiento a ello se hace entrega formal de la Operacionalización de variables involucradas en el estudio, el cuestionario y el formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad y congruencia, adecuado uso de palabras para el contexto y dominio de los contenidos para los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá utilizar un instrumento con garantía de validez científica en la elaboración para el cumplimiento del proyecto de investigación.

Quedo de Ud. en espera del feedback respectivo para mi trabajo académico.

Atentamente.

Lesid Octavia Quispe Parra

Bach. En Contabilidad

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL
INSTRUMENTO DICTAMINADO POR EL JUEZ
Escala de valoración de likert**

Este formato permite evaluar las condiciones del instrumento de medición psicológica que será distribuido a los participantes. Por favor evalúe los siguientes aspectos:

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones para el examinado) y estructura del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

2) A su parecer ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones y/o sugerencias:

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Ya fueran considerados anteriormente y sobre el Alfa de Cronbach a 84.48

5) Los ítems del instrumento ¿tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X)


NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Otras observaciones: _____

Fecha:

Nombre y firma del juez:

Efrain Valasquez Mamani 

Institución donde labora:

Universidad Peruana Unica

Años de experiencia profesional o científica:

16 años

ANEXO N: LISTA DE PADRÓN DE ASOCIADOS

Partida N° 11093661 * Publicidad N° 03445145

 SUNARP SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS	ZONA REGISTRAL N° XIII - SEDE TACNA OFICINA REGISTRAL JULIACA N° Partida: 11093661
	INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES COMERCIANTES EN ABARROTES DE PRODUCTOS BÁSICOS

REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS
RUBRO : CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIONES
A00001

CONSTITUCIÓN.- SEGUN CONSTA DEL ACTA DE CONSTITUCIÓN DE FECHA 17/09/2009, ASENTADA EN EL LIBRO DE ACTAS DE LA ASOCIACIÓN, DEBIDAMENTE LEGALIZADO POR ANTE EL NOTARIO PÚBLICO DE JULIACA DR. LUIS ALFREDO VASQUEZ ROMERO, CON FECHA 09/06/2009, BAJO REGISTRO N° 908-2009, EN DONDE A FOJAS 03 Y SIGUIENTES CORRE EL ACTA ANTES SEÑALADA, INSERTADA Y FORMALIZADA POR ESCRITURA PÚBLICA DE FECHA 21/10/2009, EXTENDIDA POR ANTE EL NOTARIO PÚBLICO ANTES CITADO, SE CONSTITUYE LA SIGUIENTE PERSONA JURÍDICA:

DENOMINACIÓN.- SU DENOMINACIÓN ES: COMERCIANTES EN ABARROTES DE PRODUCTOS BÁSICOS.

DOMICILIO.- DOMICILIO DE LA ASOCIACIÓN ESTÁ UBICADO EN LA PLAZA DEL BARRIO TUPAC AMARU PLATAFORMA COMERCIAL, POR EL ESTE LÍMITE CON JR. BENIGNO BAILÓN, POR EL OESTE ACOMITA III Y 24 DE OCTUBRE, POR EL SUR JR. MOQUEGUA 9VA CUADRA Y POR EL NORTE JR. HUANCANÉ Y TIENE UNA ÁREA DE 2090.65 M2.

DURACIÓN.- INDEFINIDA

FINES Y OBJETIVOS.- LOS FINES Y OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN ES CONTRIBUIR AL DESARROLLO INTEGRAL: SOCIAL, CULTURAL, EN FORMA ORGANIZADA Y PLANIFICADA DEL ELEMENTO ESENCIAL DE LA CLASE TRABAJADORA. A) MEJORANDO LAS CONDICIONES Y COORDINACIONES CON LOS PLANES Y PROYECTOS DE DESARROLLO DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN; COMO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL. B) DESARROLLAR UNIDAMENTE ENTRE LOS ASOCIADOS Y ASOCIADOS CALIFICADOS Y DEFENDER LOS INTERESES Y SUS DERECHOS NECESARIOS DE LA INSTITUCIÓN. C) CONOCER LOS DEBERES Y DERECHOS DE UN COMERCIANTE ASOCIADO (A) EN EL DESEMPEÑO DE SU OCUPACIÓN. D) BUSCAR LA DEMOCRACIA Y CONCERTAR ESTRECHOS VÍNCULOS DE SOLIDARIDAD CON OTRAS INSTITUCIONES, PRIVADOS Y PÚBLICOS Y CON LAS AUTORIDADES COMPETENTES E) APOYAR INMEDIATO EL BIEN SOCIAL DE COMPAÑERISMO POR UNA JUSTA CAUSA.- F) EXIGIR A LAS AUTORIDADES CORRESPONDIENTES DE TURNO COMO GOBIERNO CENTRAL, REGIONAL Y LOCAL PARA QUE BRINDEN EL APOYO AL COMERCIO EN IGV - REBAJA DE LOS TRIBUTOS DEL MUNICIPIO COMO EN LICENCIA Y OTROS TRIBUTOS DE COBRO Y ACOGERSE EN LAS EXONERACIONES CORRESPONDIENTE.- G) GESTIONAR EN CASO NECESARIO CRÉDITOS A FAVOR DE LA ASOCIACIÓN A LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS PARA EL FINANCIAMIENTO DEL DESARROLLO DE ACTIVIDAD COMERCIAL ORGANIZADA Y GARANTIZADA.-

PATRIMONIO.- EL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN CONTEMPLA EN LOS SIGUIENTES PRINCIPIOS ESTABLECIDOS. A) LOS BIENES MUEBLES E INMUEBLES QUE ADQUIERAN A FAVOR DE LA INSTITUCIÓN. B) DONACIÓN Y OTROS QUE SE ENTREGAN A BENEFICIO Y A FAVOR DE LA ASOCIACIÓN. C) LOS FONDOS QUE SE CONSIGNAN CON LAS ACTIVIDADES REALIZADAS. D) LOS INTERESES BANCARIOS CUANDO LOS FONDOS DE LA ASOCIACIÓN ESTÉN DEPOSITADOS EN ENTIDADES BANCARIAS DE GARANTÍA. E) PARA EFECTOS CONTABLES Y BALANCE GENERAL SE CONSIDERARÁ UN PERÍODO APROPIABLE DEL AÑO.- TAMBIÉN SE CONSIDERA EN EL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN LOS PUESTOS DE VENTA DE CADA ASOCIADO QUE SON PUESTOS FIJOS DE UN ÁREA DE 5M2 Y SUS RESPECTIVOS NÚMEROS CORRELATIVOS Y PABELLONES A,B,C,D. A) TAMBIÉN ESTÁ CONTEMPLADO LA CONSTRUCCIÓN DE CARPAS METÁLICAS BAJO UN PROYECTO APROBADO DEL MUNICIPIO Y SU RESOLUCIÓN Y CUENTA CON SENTIDO DE INSTALACIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA POR PABELLONES DEFINITIVO Y PERMANENTE. B) TAMBIÉN SE PAGA EL TRIBUTOS DE AUTOAVALUÓ Y LA LICENCIA DE CONDUCCIÓN DEL PUESTO.

ORGANOS.- SON ORGANOS DE LA ASOCIACIÓN: - LA ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS - EL CONSEJO DIRECTIVO. ASAMBLEA GENERAL DE LA ASOCIACIÓN. LA ASAMBLEA GENERAL ES LA MÁXIMA AUTORIDAD DE LA ASOCIACIÓN REPRESENTADA POR SUS DIRECTIVOS. A) APROBAR Y DESAPROBAR LOS ACUERDOS, INFORMES, PEDIDOS, SANCIONES, DEBATES Y PUNTOS NECESARIOS AL PRESENTE DE ACUERDO AL CÓDIGO CIVIL ART. 84. B) LA ASAMBLEA SERÁ ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA PREVIA CITACIÓN ANTICIPADA PARA LAS ASISTENCIAS A LA ASAMBLEA BAJE UNA MULTA. C) LA ASAMBLEA ORDINARIA SE LLEVARÁ CADA AFINES DEL MES CORRESPONDIENTE Y ASAMBLEA EXTRAORDINARIA SE LLEVARÁ EN CASOS NECESARIOS DE URGENCIA. D) EL QUORUM REGLAMENTARIO DE LA ASAMBLEA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA SERÁ 50% MAS UNO DE LOS ASISTENTES ASOCIADOS: DE

Página Número 1

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

 SUNARP SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS	ZONA REGISTRAL N° XIII - SEDE TACNA OFICINA REGISTRAL JULIACA N° Partida: 11093661
	INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES COMERCIANTES EN ABARRÓTES DE PRODUCTOS BÁSICOS

NO ASISTIR EL QUORUM SE SUSPENDERÁ PARA LA PRÓXIMA SEGUNDA CITACIÓN SE LLEVARA LA ASAMBLEA CON EL NÚMERO DE ASOCIADOS EXISTENTES. E) NO SE PERMITIRÁ ASOCIADOS O DIRECTIVOS DE ESTADO ETÍLICO. F) TAMPOCO SE PERMITIRÁ DE MAL DE SALUD, COMO DROGADICTOS, ENFERMOS MENTALES, PERSONAS EXTRAÑAS O SOSPECHOSAS SERÁN RETIRADOS MUTUAMENTE EN LA ASAMBLEA PARA GUARDAR EL ORDEN PÚBLICO DEBE LLEVARSE EN NORMAL DESARROLLO LA REUNIÓN DE LA ASAMBLEA CON GARANTÍA Y RESPONSABILIDAD DE ACUERDO A LAS NORMAS ESTABLECIDAS. CUANDO ES NECESARIO LA REUNIÓN DE LA ASAMBLEA DISGUSTOS O INCOMPENSIÓN ENTRE ASOCIADO Y EL CONSEJO DIRECTIVO SE NOMBRARÁ UN DIRECTOR DE DEBATE DE CONVOCATORIA PARA EL NORMAL DESARROLLO DE LA REUNIÓN. A) EL ASOCIADO SI DESEA INTERVENIR O PARTICIPAR EN LA REUNIÓN SE SOLICITARÁ EL USO DE LA PALABRA. B) SIN PERMISO DEL PRESIDENTE O DIRECTOR DEL DEBATE NADIE PARTICIPARÁ CAPRICHOSAMENTE EL USO DE LA PALABRA. C) LAS INTERVENCIONES SE CONSIDERARÁN DOS A TRES MINUTOS PREFERENCIA AL TEMA Y LAS NECESIDADES O GESTIONES AL BENEFICIO DE LA ASOCIACIÓN. D) LAS VOTACIONES SERÁN POR ACLAMACIÓN Y VOTO SECRETO. E) EN CADA ASAMBLEA SE LECTURARÁ EL ACTA ANTERIOR SI HUBIERA OBSERVACIONES HACER CONSTAR AL FINAL. ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL.- DECIDIRÁ SOBRE LOS INTERESES DE LA BUENA MARCHA DE LA ASOCIACIÓN. A) RECONSIDERAR ACUERDOS, MODIFICAR, QUEJAS, DENUNCIAS Y LAS DECISIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO EN ÓRGANO ADMINISTRATIVO. B) SEÑALAR FECHAS PARA LA FORMULACIÓN DE RECLAMOS Y OTROS CASOS NECESARIOS. C) APROBAR GESTIONES DEL PLAN DE TRABAJO. D) LECTURAR TODA DOCUMENTACIÓN RECIBIDA, TRAMITADOS, AL ORDEN DEL DÍA Y PEDIDOS Y ENUMERAR LOS PUNTOS A TRATARSE. E) DEBATIR LOS PUNTOS IMPORTANTES PARA LA APROBACIÓN O DESAPROBACIÓN. F) FIJAR CUOTAS DE ACUERDO A LA NECESIDAD DE FINES Y OBJETIVOS. G) IMPONER SANCIONES, MULTAS, SEPARACIÓN DE SUS RESPONSABILIDADES. ATRIBUCIÓN DEL CONSEJO DIRECTIVO.- EL CONSEJO DIRECTIVO ES EL ÓRGANO DEL GOBIERNO ADMINISTRATIVO, Y COMO INDICA EL CÓDIGO CIVIL, ART. 92 INCISO 4 Y ART. 85; EJECUTIVO EN LA ASOCIACIÓN DE LOS ACUERDOS DE REUNIONES Y REPRESENTAR A LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS Y AUTORIDADES COMPETENTES. A) TIENE POR FINALIDAD DIRIGIR Y ORGANIZAR Y PLANIFICAR LAS ACTIVIDADES Y PLAN DE TRABAJO Y REALIZARSE BAJO UNA APROBACIÓN DE LA ASAMBLEA. B) LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO SERÁN ELEGIDOS EN LA ASAMBLEA GENERAL MEDIANTE EL COMITÉ ELECTORAL O VOTO DIRECTO POR UN PERÍODO DE DURACIÓN POR DOS AÑOS, PUDIENDO ESTOS EJERCER SUS FUNCIONES HASTA LA NUEVA ELECCIÓN DEL CONSEJO DIRECTIVO, DICHO CONSEJO DIRECTIVO INICIA SUS FUNCIONES A LA APROBACIÓN DEL PRESENTE ESTATUTO.- EL CONSEJO DIRECTIVO ADMINISTRATIVO CONFORMARÁ POR CARGOS O MIEMBROS COMO SIGUE. - PRESIDENTE. - VICE-PRESIDENTE. - SECRETARIO DE ACTAS Y ARCHIVOS Y PRENSA PROPAGANDA. - SECRETARIO DE ECONOMÍA. - SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN. - SECRETARIO DE DEPORTE Y ASEO. - SECRETARIO DE DEFENSA. - SECRETARIO DE ASISTENCIA SOCIAL Y ESTADÍSTICA. - VOCAL. - FISCAL. - ASESOR. TODOS LOS MIEMBROS ELEGIDOS PARA SU LEGALIDAD SERÁN JURAMENTADOS PARA SU VALOR ÉTICO DIRIGENCIAL EN UNA ASAMBLEA GENERAL PÚBLICAMENTE Y COMO INDICA EL CÓDIGO CIVIL ART. 92 EN PRESENCIA DE LAS AUTORIDADES NECESARIAS. A) LOS MIEMBROS DIRECTIVOS SERÁN RESPONSABLES DE TODOS LOS ACTOS, CONTRATOS A REALIZARSE DURANTE SU PERÍODO DE GESTIÓN CORRESPONDIENTE. B) VELAR POR LA BUENA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMPANERISMO DE OTRAS BASES. - C) COORDINAR CON LAS AUTORIDADES COMPETENTES PÚBLICAS Y PRIVADAS. - D) LLEVAR A CABO TODOS LOS DOCUMENTOS DE LA INSTITUCIÓN. E) AUTORIZAR GASTOS, LO NECESARIO EN CONSULTA A LA ASAMBLEA PARA DIFERENTES GESTIONES NECESARIAS... CONVOCATORIA: LAS CONVOCATORIAS PARA LAS ASAMBLEAS GENERALES SE REALIZARÁ MEDIANTE CITACIONES ESCRITAS CON CARGO DE RECEPCIÓN, EN LOS CUALES SE DETALLARÁN, LUGAR, HORA, FECHA, AGENDA A TRATAR, POR QUIEN FUE CONVOCADO, Y LA FECHA DE EMISIÓN DE LA CITACIÓN. EN EL DEFECTO DE LA CITACIÓN ESCRITA SE REALIZARÁ POR OTRO MEDIO ACCESIBLE PARA LOS ASOCIADOS, CON UNA ANTI-CIPACIÓN DE DIEZ DÍAS CON ANTERIORIDAD.

FUNCIONES DEL PRESIDENTE.- SON LAS SIGUIENTES: A) CONVOCAR Y PRESIDIR LAS ASAMBLEAS ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS. B) REPRESENTAR LEGALMENTE ANTE LAS ENTIDADES PÚBLICAS, PRIVADAS, PERSONAS NATURALES, PERSONAS JURÍDICAS, PERSONAS NACIONALES O EXTRANJERAS CON PREVIO ACUERDO DE LA ASAMBLEA. C) COORDINAR CON SUS MIEMBROS DIRECTIVOS QUE CUMPLAN CADA UNO SUS FUNCIONES O RESPONSABILIDADES NECESARIAS. D) RESOLVER, Y HACER CUMPLIR EL ACUERDO CONCERNIENTE A LA ASOCIACIÓN Y DANDO CUENTA A LA ASAMBLEA GENERAL. E) DELEGAR FUNCIONES POR JERARQUÍA DE CARGOS. F) VISAR EL BALANCE ECONÓMICO Y TODA CLASE DE DOCUMENTACIÓN ORDENADA Y SU PUBLICACIÓN Y PRESENTAR LA MEMORIA ANUAL Y LOS DEMÁS QUE SE ENCOMIENDA. G) COORDINAR EL PLAN DE TRABAJO A NIVEL DIRECTIVO Y A LA ASAMBLEA. H) GESTIONAR PROYECTOS INTEGRADOS DE ACUERDO A LA NECESIDAD DE LA

Inscripción

FMHVILCA/0703 IMPRESION:20/07/2016 12:01:06 Página 2 de 11 No existen Titulos Pendientes v/c. Susmencidns

 SUNARP SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS	ZONA REGISTRAL N° XIII - SEDE TACNA OFICINA REGISTRAL JULIACA N° Partida: 11093661
	INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES COMERCIANTES EN ABARROTES DE PRODUCTOS BÁSICOS

ASOCIACIÓN EN CONTACTO CON LAS AUTORIDADES CORRESPONDIENTES, LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL Y LOS BANCOS FINANCIEROS.

FUNCIONES DEL VICEPRESIDENTE.- SON ATRIBUCIONES Y SUS FUNCIONES: A) ASUMIR LAS FUNCIONES DEL PRESIDENTE EN CASOS DE AUSENCIA O VACANCIA DE CARGOS O POR OTROS CASOS. B) ASUMIR LAS MISMAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES, EJECUTIVO Y ADMINISTRATIVO EN LA ASOCIACIÓN.-

FUNCIONES DEL SECRETARIO DE ACTAS Y ARCH. PRENSA Y PROPAGANDA.- SUS FUNCIONES DE SECRETARIO (A) Y ADMINISTRATIVA: A) LLEVAR LIBRO DE ACTA Y REGISTROS DEL PADRÓN DE ASOCIADO. B) REDACTAR LAS DOCUMENTACIONES NECESARIAS, EMITIR, RECEPCIONAR Y ARCHIVAR TODAS LAS DOCUMENTACIONES DE LA INSTITUCIÓN. C) PARTICIPAR EN LAS OPINIONES PÚBLICAS COMO EN LA PRENSA RADIAL Y LA TELEVISIÓN. D) ASISTIR PUNTUALMENTE A LAS SESIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA Y A LA ASAMBLEA MAGNA.

FUNCIONES DEL SECRETARIO DE ECONOMÍA.- SUS ATRIBUCIONES SON LAS SIGUIENTES: A) SER EL DEPOSITARIO Y CUSTODIO DEL PATRIMONIO ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN PERMANENTE. B) ASUMIR LA RESPONSABILIDAD DE TODOS LOS ASPECTOS ECONÓMICOS INGRESOS Y EGRESOS. C) RECEPCIONAR LOS FONDOS Y CUOTAS APROBADOS EN LA ASAMBLEA. D) DEPOSITAR LOS DINEROS RECAUDADOS EN UN BANCO SI ES UNA SUMA MAYOR, DE ACUERDO LA ASAMBLEA QUE DECIDA. E) LLEVAR EL LIBRO DE LA CONTABILIDAD LO NECESARIO. F) TODA CUOTA O INGRESOS SERÁ RECEPCIONADO BAJO RECIBO CORRESPONDIENTE DE LA ASOCIACIÓN PARA SU CONTABILIDAD. G) PRESENTAR EL BALANCE ECONÓMICO Y RENDIR CUENTA EN FORMA SEMESTRAL Y CUANDO LA ASAMBLEA VEA POR CONVENIENTE.-

SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN.- SON SUS ATRIBUCIONES: A) COORDINAR EL PLAN DE TRABAJO Y ACTIVIDADES NECESARIAS Y ORGANIZAR LOS EVENTOS CORRESPONDIENTES. B) CUALQUIER TIPO DE ORGANIZACIÓN O ACTIVIDAD QUE SE REALICE DENTRO DE LA INSTITUCIÓN SERÁ AL BENEFICIO DE LA INSTITUCIÓN. C) LLEVAR UN PADRÓN AUXILIAR O LA RELACIÓN DE LOS ASOCIADOS Y CONTROLAR LAS ASISTENCIAS. D) VIGILAR INTERVENIR ACTIVAMENTE EN LAS ORGANIZACIONES INSTITUCIONALES LAS ACTIVIDADES SOCIALES, CULTURALES, CÍVICAS, RELIGIOSAS Y TRABAJOS.

SECRETARIO DE DEPORTE Y ASEO.- SON SUS ATRIBUCIONES: A) ORGANIZAR E INTERVENIR ACTIVAMENTE EN LAS ORGANIZACIONES INSTITUCIONALES EN LAS ACTIVIDADES SOCIALES, DEPORTIVAS, CULTURALES, Y TRABAJOS. B) ORGANIZAR LOS EVENTOS DEPORTIVOS EN SUS DIFERENTES DISCIPLINAS, ASÍ COMO LA DIFUSIÓN DE LAS MISMAS. C) PLANIFICAR LA LIMPIEZA, HIGIENE Y ALINEAMIENTO PARA LA MEJOR PRESENTACIÓN DENTRO DE LA JURISDICCIÓN Y CONTACTARSE CON EL MINISTERIO DE SALUD PARA PREVENIR LAS ENFERMEDADES, ORIENTACIONES, PREVENCIÓN DE SALUD Y NUTRICIÓN.

SECRETARIO DE DEFENSA.- ES RESPONSABLE DE LAS RELACIONES INDIVIDUALES Y COLECTIVAS EN LOS CONFLICTOS Y PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN DENTRO DE LA ASOCIACIÓN. A) VIGILAR Y OBLIGAR EL FIRME CUMPLIMIENTO DE LOS ACUERDOS Y DISPOSICIONES LEGALES POR LOS DERECHOS DE LOS ASOCIADOS. B) DEFENDER LOS VALORES Y HONORES DEL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN POR PRINCIPIOS JUSTAS Y LEGALES. C) COORDINAR LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS PERMANENTEMENTE. D) COORDINAR UNA RELACIÓN PÚBLICA Y MEJORAR EL ASPECTO CULTURAL; CAPACITACIONES AL NIVEL NECESARIO SU DEFENSA INSTITUCIONAL; EQUIPOS DE CONFERENCIAS.

SECRETARIO DE ASISTENCIA SOCIAL.- SON ATRIBUCIONES DEL SECRETARIO DE ASISTENCIA SOCIAL: CUMPLIR EL CAPÍTULO X DE ESTE ESTATUTO LLAVAR EL REGISTRO DE ASISTENCIA SOCIAL, PUBLICANDO MENSUALMENTE A LOS ASOCIADOS Y LOS BENEFICIOS OTORGADOS POR LA SOCIEDAD.- B) VISITAR A LOS ASOCIADOS INVALIDOS, ENFERMOS, ENCARCELADOS O DESOCUPADOS LLEVANDO EL SALUDO DE LA INSTITUCIÓN Y DAR CUENTA INMEDIATA A LA JUNTA DIRECTIVA.- B) VISITAR A LOS ASOCIADOS INVALIDOS, ENFERMOS, ENCARCELADOS O DESOCUPADOS LLEVANDO EL SALUDO DE LA INSTITUCIÓN Y DAR CUENTA INMEDIATA A LA JUNTA DIRECTIVA.- C) SI EL SOCIO ESTA ASEGURADO POR ALGUNA INSTITUCIÓN Y NECESITA HOSPITALIZACIÓN ATENCIÓN MÉDICA CAMBIO DE CLIMA O SIENDO INVALIDO QUIERE VIAJAR AL PUEBLO NATAL, SE LE AYUDARÁ EN SUS GESTIONES Y ECONOMICAMENTE.- D) ORGANIZAR CHARLAS O CONFERENCIAS SOBRE EL CUIDADO DE LA SALUD Y TRATAMIENTO PREVENTIVO DE ENFERMEDADES CONTAGIOSAS O MALOS HABITOS. E) EN CASO DE FALLECIMIENTO LLAVAR EL PESAME OFICIAL DE LA INSTITUCIÓN, ACORDANDO EL AUXILIO MUTUAL O ENCARGAR CON EL SEPELIO DEL SOCIO QUE NO TUVIERA FAMILIARES.

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

Página Número 3

FMHVILCA/0703 IMPRESION:20/07/2016 12:01:06 Página 3 de 11
No existen Titulos Pendientes v/o Suspendidos

 SUNARP SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS	ZONA REGISTRAL N° XIII - SEDE TACNA OFICINA REGISTRAL JULIACA N° Partida: 11093661
	INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES COMERCIANTES EN ABARROTES DE PRODUCTOS BÁSICOS

VOCAL.- ASUMIR INTERNAMENTE CARGOS ADMINISTRATIVOS Y DIRECTIVOS ENCARGADOS MIENTRAS Y POR CONVENIENCIA. A) INTERVENIR EN LAS COMISIONES QUE SE ENCOMIENDA A CUALQUIER CARGO. COMISIÓN, TRABAJOS, REPRESENTACIONES, REPARTO ELE CITACIONES, TRAMITAR LOS DOCUMENTOS O RECOGER. B) ASISTIR PERMANENTEMENTE EN LAS ASAMBLEAS GENERALES Y APOYAR EN CASOS NECESARIOS. C) ASISTIR EN LAS REUNIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO ADMINISTRATIVO.

FISCAL.- A) SER FIEL POR EL CUMPLIMIENTO DE ESTE ESTATUTO ACUSAR ANTE LA JUNTA DIRECTIVA O ASAMBLEA AL SOCIO O MIEMBRO QUE INFRINJA ALGUN ARTICULO.- B) SUPERVISAR EL FUNCIONAMIENTO NORMAL DE LA INSTITUCION.- C) TOMAR JURAMENTO AL PRESIDENTE REELETO, PRESIDIR LAS SESIONES Y ASAMBLEAS CONFORME ACUERDA ESTE ESTATUTO.- D) EXIGIR ORDEN, DISCIPLINA Y TRABAJO EN TODA ACTIVIDAD DE LAS COMISIONES PRINCIPALMENTE EN LO CULTURAL SOCIAL Y DEPORTIVA Y QUE SE CUMPLAN ESTRICTAMENTE EL AUXILIO MUTUAL Y EL COOPERATIVO.- E) DICTAMINAR EL INGRESO, PREMIOS, PERMISOS DE LOS ASOCIADOS Y ORDEN DE LA EXPULSION, GRAVAMEN DE MULTAS Y COBRO DE DEUDAS.- F) EXIGIR QUE TESORERIA Y LA COMISION REVISADORA DE CUENTAS, PRESENTE EL PRESUPUESTO Y CALENDARIO DE ACTIVIDADES Y QUE RINDAN MENSUALMENTE EL BALANCE E INVENTARIO DE LA SOCIEDAD.

ASESOR DE LA ASOCIACION.- LA COMISION DE ASESORIA ES: ORIENTAR A LOS MIEMBROS DE CONSEJO DIRECTIVO Y A LA ASAMBLEA MAGNA PARA LLEVAR A BUENA MARCHA DE LA INSTITUCION EN SU CALIDAD DE CONSEJERO Y TRATAR DE MANTENER LA IMAGEN Y LA DIGNIDAD Y HONORABILIDAD DE LA ASOCIACION. A) LOS ASESORES PUEDEN SER EN EL SIGUIENTE RANGO DE JERARQUIA. B) ASESOR LEGAL (ABOGADO) C) ASESOR SOCIAL UN DIRIGENTE EXPERIMENTADO EN RELACIONES PÚBLICAS, SINDICALES Y FEDERACIONES Y ASOCIACIONES DE ORGANISMOS POPULARES. D) ASESOR CONTABLE, UN CONTADOR PÚBLICO Y ADMINISTRATIVAS. LOS ASESORES: TANTO EN LA SESION DE CONSEJO DIRECTIVO, COMO EN LAS ASAMBLEAS DE CARÁCTER ORDINARIO Y EXTRAORDINARIO, TIENE VOZ PERO NO TIENE VOTO Y SUS CONSEJOS SERÁN ACEPTADAS Y ESCUCHADAS SOBRE SU ACTUACION FRENTE A SU RESPONSABILIDAD DE ACUERDO A LAS CIRCUNSTANCIAS EN QUE DEBE PONER SU MANIFESTO CULTURAL, EXPERIENCIA Y BUENA FE EN CASO QUE, VIERA POR CONVENIENTE PARA LA INSTITUCION.

MODIFICACION DEL ESTATUTO.- PODRÁ MODIFICARSE, ACTUALIZARSE Y REFORZARSE EL PRESENTE ESTATUTO, POR ACUERDO DE LA ASAMBLEA CONVOCADA PARA ESTE FIN NECESARIO Y COMO EXPRESA EL CODIGO CIVIL ART. 86, CLARAMENTE ESPECIFICA LAS MODIFICACIONES NECESARIAS, LOS ARTICULOS O INCISOS DEBIDAMENTE AGREGADOS Y REFORZADOS LO NECESARIO Y APROBADOS POR LA ASAMBLEA GENERAL BAJO UNA ACTA DE CONSTITUCION DE REGLAMENTOS: SURTIRÁ SUS EFECTOS DESDE QUE SON INSCRITOS EN REGISTROS PÚBLICOS.

DISOLUCION DE LA ASOCIACION.- LA DISOLUCION DE LA ASOCIACION POR LAS SIGUIENTES CAUSAS: EXPRESAMENTE INDICA EL CODIGO CIVIL ART. 93-94 AL 96 A) LA ASOCIACION PODRÁ DISOLVERSE POR LA DISMINUCION DE SUS ASOCIADOS EN UN NÚMERO QUE LE IMPIDA EL CUMPLIMIENTO DE SUS FINES Y OBJETIVOS. B) POR EL ESTADO ECONOMICO O QUEBRA QUE IMPIDA LA ASOCIACION CONTINUAR EN SU VIDA INSTITUCIONAL. C) POR FUSION O INCORPORACION DE UNA ASOCIACION A OTRAS. D) CAMBIOS DE DOMICILIOS, DE IMPUESTOS DE VENTA DE COMERCIO. E) CUANDO LA ASAMBLEA ORDINARIA: ASÍ LO ACUERDA CON LA CONCURRENCIA DE 90% DE ASOCIADOS CALIFICADOS. F) UNA VEZ ACORDADO LA DISOLUCION, SE NOMBRARÁ UNA COMISION LIQUIDADORA COMPUESTA POR TRES MIEMBROS DE LA ASOCIACION, POR UN TIEMPO APROPIABLE DE 30 DIAS O 45 DIAS DE TÉRMINO BAJO EL ACUERDO DE LA ASAMBLEA ACTIVOS Y PASIVOS DE LA ASOCIACION, ASÍ MISMO DEBERÁ DE INSCRIBIRSE EL ACUERDO DE LA DISOLUCION EN LOS REGISTROS PÚBLICOS Y PUBLICARSE EN UN DIARIO LOCAL, RADIAL, O TELEVISIVO.- TODO EL PROCEDIMIENTO DE ESTA LIQUIDACION DE DISOLUCION DE LA ASOCIACION SE LE EFECTUARA EN LA FORMA QUE PRESCRIBE LAS LEYES VIGENTES Y LA CONSTITUCION DEL ESTADO.


DISPOSICIONES FINALES.- EL PRESENTE ESTATUTO ENTRA EN VIGENCIA INMEDIATAMENTE A SU APROBACION EN LA ASAMBLEA GENERAL, LOS ACTOS PRACTICADOS ANTES DE SU VIGENCIA QUEDAN RATIFICADOS.- EN LA PRESENTE ASAMBLEA SE CONFORMO EL ACTUAL CONSEJO DIRECTIVO INTEGRADO POR:-

PRESIDENTE: FRANCISCO PARIZACA ORTIZ CON DNI 02420270.
VICE-PRESIDENTE: MARCELINO PAREDES VIVEROS CON DNI 02406048.

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

Página Número 4

FMHVILCA0703 IMPRESION 20/07/2016 12:01:06 Página 4 de 11
No existen Titulos Pendientes via Suspendidos

 SUNARP SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS	ZONA REGISTRAL N° XIII - SEDE TACNA OFICINA REGISTRAL JULIACA N° Partida: 11093661
	INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES COMERCIANTES EN ABARROTES DE PRODUCTOS BÁSICOS

SECRETARIO DE ACTAS Y ARCHIVOS Y PRENSA PROPAGANDA: JUAN FLORES QUISPE CON DNI 02441767.
SECRETARIO DE ECONOMÍA: RUTH BERNARDINA SONCCO PAREDES CON DNI 02417564.-
SECRETARIO DE ORGANIZACIÓN: NICANOR HUAHUACONDORI ZAPANA CON DNI 02435413.
SECRETARIO DE DEPORTE Y ASEO: BETZABE MAMANI PASACA CON DNI 02418119.-
SECRETARIO DE DEFENSA: FELIPE ILAITA CCAPA CON DNI 02414872. - SECRETARIO DE ASISTENCIA SOCIAL Y ESTADÍSTICA: JULIA ELSA VALENCIA LAYME VDA DE APAZA CON DNI 01984031.-
VOCAL: BLANCA HUARACHI MAMANI CON DNI 80593072.-
FISCAL: DANTE QUISPE MAMANI CON DNI 02425315.-
ASESOR: FELIX ROMAN PAREDES SANTUJO CON DNI 01293549.-

ASI Y MAS EXTENSAMENTE CONSTA EN LA ESCRITURA DE REFERENCIA.- El título fue presentado el 22/10/2009 a las 11:38:18 AM horas, bajo el N° 2009-00020359 del Tomo Diario 0095. Derechos cobrados S/ 74.00 nuevos soles con Recibo(s) Número(s) 00018560-11 00019594-11.- SAN ROMAN, 12 de Noviembre de 2009.


Enrique Zigarra Mejía
REGISTRADOR PÚBLICO (S)
ZONA REGISTRAL N° XIII-SEDE TACNA

Copia Certificada
Sin Inscripción al Dorsó
No hay Títulos Suspendidos y/o Pendientes de Inscripción
A Horas : 8:00 AM

FMHVILCA/0703 IMPRESION 20/07/2016 12:01:06 Página 5 de 11
No existen Títulos Pendientes y/o Suspendidos

 Superintendencia Nacional de Registros Públicos	ZONA REGISTRAL N° XIII - SEDE TACNA OFICINA REGISTRAL JULIACA N° Partida: 11093661
	INSCRIPCION DE ASOCIACIONES COMERCIANTES EN ABARROTÉS DE PRODUCTOS BASICOS

REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS
RUBRO: GENERALES
A00006

CONSEJO DIRECTIVO.- Según consta del acta de asamblea general extraordinaria de fecha 31/12/2014, se eligió por unanimidad la nueva directiva conformado de la siguiente manera:

CONSEJO DIRECTIVO Periodo:01/01/2015 al 31/12/2016

Presidente	: ALFREDO PARI CHIARA	D.N.I N° 02042680.
Vicepresidente	: DANTE QUISPE MAMANI	D.N.I N° 02425315
Sec. Act. y Arch Prensa Y Propaganda	: JOSE SAMUEL MAMANI JUAREZ	D.N.I N° 01541487
Sec. De Economía	: SAYDA QUISPE CACHI	D.N.I N° 024706551
Sec. De Organización	: NESTOR CAL SIN HUACANI	D.N.I N° 01266272
Sec. De Deporte Y Aseo	: ISIDRO QUISPE CHAMBI	D.N.I N° 01987675
Sec. De defensa	: ROBERTO APAZA QUISPE	D.N.I N° 02369057
Sec. De Asis. Social Y Estadística	: ANGELA SILVIA ARANA TILA	D.N.I N° 02389266
Vocal	: FELIX CONDORI QUISPE	D.N.I N° 02406473
Fiscal	: PELAYA JUANA MESTAS MENDOZA	D.N.I N° 01295564
Asesor	: HUGO VALENCIA MARTINEZ	D.N.I N° 02434993

Según consta de la copia certificada del 09/01/2014 otorgada ante el Notario Público de Juliaca, Alberto E. Quintanilla Chacón. El acta ha sido extraído del libro de Actas N° 02, legalizado en fecha 09/02/2012, ante Notario Público de Juliaca, Alberto E. Quintanilla Chacón con registro cronológico N° 338-2012, en donde a fojas 166 a 173 corre el acta antes señalada. Libro Padrón N° 03, legalizado en fecha 05/04/2013 ante Notario Público Juliaca, Renee R. Rodríguez Zea con registro N° 395-2013.

El título fue presentado el 12/01/2015 a las 03:26:47 PM horas, bajo el N° 2015-00000861 del Tomo Diario 0101. Derechos cobrados S/23.00 nuevos soles con Recibo(s) Número(s) 00000531-28.- SAN ROMAN, 26 de Enero de 2015.

Quito Mamani Apaza
REGISTRADOR PÚBLICO (e)
ZONA REGISTRAL N° XIII - SEDE TACNA

Copia Certificada
No hay Títulos Suspendidos
Sin Inscripción Pendientes de Inscripción
A Horario 8:00 AM

FMHVILCA0703 IMPRESION:20/07/2016 12:01:06 Página 10 de 11
No existen Títulos Pendientes v/o Suspendidos

PABELLON A

Nº PUESTO	APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRES	DNI	OBSERVACIONES
73	AQUINO	LARICO	Clotilde	02410587	NINGUNO
74	PARI	CHIARA	Alfredo	02042580	NINGUNO
75	QUIROZ	GOMEZ	Rosa	02049217	NINGUNO
76	RAMOS	CANAZA	Adolfo	02366489	NINGUNO
77	COILA	CCASA	Tomasa	02385568	NINGUNO
78	VELEZ	YANQUI	Juana Francisca	02369013	NINGUNO
79	RODRIGO	APAZA	Vilma	02036449	NINGUNO
80	QUISPE	CALLI	Benedicta	02388095	NINGUNO
81	CALLO	PACO	Virginia	02445644	NINGUNO
82	PARICELA	AMBROSIO	Reyna Antonieta	02075932	NINGUNO
83	PARICELA	HALLASI	Ceferino	02016620	NINGUNO
84	CAMA	QUISPE	Fortunata	02425688	NINGUNO
85	SOLIS	JALLURANA	Lucila Graciela	02049109	NINGUNO
86	CONDORI	QUISPE	Félix	02406473	NINGUNO
87	PEREDES	TICONA	Lourdes	02390234	NINGUNO
88	ZELA	YANA	Washington Julian	43635516	NINGUNO
89	VILCA	QUISPE	Néstor	02411177	NINGUNO
90	BUSTINZA	DE VALENCIA	Victoria	02375944	NINGUNO
91	TICONA	AUCACUSI	Marcosa	02414502	NINGUNO
92	COLQUEHUANCA	SUCATICONA	Doris	45725486	NINGUNO
93	BENAVENTE	PARICAHUA	Pascual	07952032	NINGUNO
94	MAMANI	OSCO	Alberto	02393980	NINGUNO
95	MAMANI	CANAZA	Getrudes	02375178	NINGUNO
96	RODRIGO	APAZA	Vilma	02036449	NINGUNO
97	PORTO	HUASCO	Martin	02389010	NINGUNO
98	HUALLPA	TITO	Nilda	40818672	NINGUNO
99	ALMONTE	DE CARPIO	Dina Aurora	02405802	NINGUNO
100	TORRES	ALVARO	Hilda	41428213	NINGUNO
101	CARI	DE APAZA	Alejandrina	02386396	NINGUNO
102	YAMPASI	HUAYHUA	Nelly	02392445	NINGUNO
103	SUNI	YAMPASI	Vilma Verónica	02405502	NINGUNO
104	HILASACA	CALLA	Margarita	02023350	NINGUNO
105	YUCRA	GONZALES	Elena Cecilia	02424785	NINGUNO
106	HUALLPA	TITO	Norma Elsa	02059254	NINGUNO
107	APAZA	COACALLA	Lucio Edgar	02406820	NINGUNO
108	CONDORI	MAMANI	Andrea	02420319	NINGUNO
109	ZAPATA	CAUNA	Sara	02448147	NINGUNO
110	COAQUIRA	ALLCA	Erika Beatriz	40408215	NINGUNO
111	MAMANI	CANAZA	Lourdes	02416727	NINGUNO
112	MAMANI	CANAZA	Elsa	02024335	NINGUNO
113	SOLIS	JALLURANA	Filomena	02008453	NINGUNO
114	SOLIS	JALLURANA	Filomena	02008453	NINGUNO
115	JUSTO	PARIAPAZA	Félix	02006105	NINGUNO
116	MONRROY	MAMANI	Julia Rita	02024463	NINGUNO
117	CALLOAPAZA	COPA	Pablo Cesar	42412394	NINGUNO
118	QUISPE	BENAVENTE	Jesica Raquel	45848606	NINGUNO
119	COYLA	QUISPE	Fausto	29666444	NINGUNO
120	GONZALES	DE JIMENEZ,	Dominga	02394390	NINGUNO
121	OTAZU	PINTO	Juliana	02389862	NINGUNO

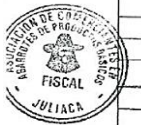


Amulo



122	CASTRO	OTAZU	Adan Tonihno	10716079	NINGUNO
123	CANO	COACALLA DE JAÑO	Estefa Hortencia	02362344	NINGUNO
124	CANO	COACALLA DE JAÑO	Estefa Hortencia	02362344	NINGUNO
125	CALLA	SALLUCA	Carlos	02381317	NINGUNO
126	CALLA	SALLUCA	Carlos	02381317	NINGUNO
127	QUISPE	JUSTO	Soledad	40077381	NINGUNO
128	JUSTO	DE QUISPE	Gumercinda	02007532	NINGUNO
129	POMA	DE MAMANI	Biviana	02029210	NINGUNO
130	MAMANI	PINTO	Rubén	23916693	NINGUNO
131	MACHACA	PORTILLO	Yodín Jorge	02444970	NINGUNO
132	MACHACA	PORTILLO	Yodín Jorge	02444970	NINGUNO
133	GONZA	MACHACA	Mariano Luis	02395277	NINGUNO
134	APAZA	APAZA	Adán	40495843	NINGUNO
135	APAZA	APAZA	José Gabriel	40495860	NINGUNO
136	NO SE REEMPADRONÓ				
137	NO SE REEMPADRONÓ				
138	APAZA	DE AÑAMURO	Maria Rosario	02006933	NINGUNO
139	RAMOS	CANAZA	Adolfo	02363409	NINGUNO
140	PARIZACA	ORTIZ	Francisco	02420270	NINGUNO
141	CAÑAZACA	DE PARIZACA	Victoria	02392898	NINGUNO
142	PARIZACA	CAÑAZACA	Nancy Isabel	01327455	NINGUNO
143	QUISPE	PAJA	Ramona	02387642	NINGUNO
144	HANCCO	MAMANI	Teresa Isabel	02418663	NINGUNO
145	CALLE	ZUÑIGA	Eder Eduardo	02412863	NINGUNO
146	AÑAMURO	DE TITO	Olga Valeria	29445970	NINGUNO
147	TITO	AÑAMURO	Fanny Olga	29426610	NINGUNO
148	OTAZU	MAYTA	María	02370453	NINGUNO
149	PONCE	DE DIAZ	Susana	29502349	NINGUNO
150	CONDORI	MAMANI	Luz Norca	44392675	NINGUNO
151	APAZA	VALENCIA	Marisol Elsa	02045898	NINGUNO
152	VALENCIA	LAYME VDA DE APAZA	Julia Elsa	01984031	NINGUNO
153	AGUILAR	DE PANCA	Simona	02393201	NINGUNO
154	APAZA	VALENCIA	Winston Ángel	01991136	NINGUNO
155	MALLQUI	MONDARGO	Roberto	19845839	NINGUNO
156	LOPEZ	MAMANI	Epifanio Santos	02434506	NINGUNO
157	QUISPE	CACHI	Sayda	24706551	NINGUNO
158	QUISPE	CACHI	Sayda	24706551	NINGUNO
159	QUISPE	CACHI	Fredy	24712124	NINGUNO
160	LARICO	MAMANI	Juan Rodilardo	02049032	NINGUNO
161	HILAJE	MAMANI	Benito	02361697	NINGUNO
162	MAMANI	QUISPE	Marina	02048008	NINGUNO
163	COAQUIRA	LUQUE	Eulogio	02397019	NINGUNO
164	CHIPANA	COAQUIRA	Hermogenes	02419011	NINGUNO
165	ROCHA	HUANCA	Guillermina	02363701	NINGUNO
166	CONDORI	CHIPANA	Luciano	01989246	NINGUNO
167	ROCHA	COAQUIRA	Eugenio	02375476	NINGUNO
168	MAMANI	QUISPE	Elvira	02447866	NINGUNO
PABELLON B					
113	CAMA	LARICO	Marta	02391225	NINGUNO
114	TITO	CONDORI	Ruperta Justina	02386029	NINGUNO
115	APAZA	MAYTA	Yenina Maribel	45327931	NINGUNO
116	GONZA	MACHACA	Marino Luis	02395277	NINGUNO

117	MAYTA	TAPIA	Graciela	02434536	NINGUNO
118	APAZA	MAYTA	Yudy Yaneth	43490863	NINGUNO
119	QUISPE	MAMANI	Dante	02425315	NINGUNO
120	CALSINA	QUIZANA	Maximiliana	02273388	NINGUNO
121	AQUISE	GÓMEZ	Cleofina	02384727	NINGUNO
122	AÑAMURO	CALLO	Victor	02002017	NINGUNO
123	FLORES	MAMANI	Rofanda	02410171	NINGUNO
124	HUARACHI	FLORES	Richard	45362180	NINGUNO
125	MANCHA	YANA DE QUISPE	Alicia	43557551	NINGUNO
126	HUARACHI	MAMANI	Blanca	80593072	NINGUNO
127	HUARACHI	MAMANI	Blanca	80593072	NINGUNO
128	FLORES	MAMANI	Rolanda	02410171	NINGUNO
129	HUARACHI	MAMANI	Filberto	02378616	NINGUNO
130	SONCCO	PAREDES	Judith	02443593	NINGUNO
131	SONCCO	PAREDES	Bernardina	02417564	NINGUNO
132	VILCA	HUIZA	Vilma Maria	02448871	NINGUNO
133	MACHICAO	CANAZA	Flora	01997132	NINGUNO
134	RAMOS	PARISACA	Valentina	02426031	NINGUNO
135	APAZA	MACHICAO	Rayda	43997984	NINGUNO
136	AQUISE	GÓMEZ	Cleofina	02384727	NINGUNO
137	MAMANI	PAJA	Ángel German	02433634	NINGUNO
138	MAMANI	PAJA	Ángel German	02433634	NINGUNO
139	OTAZU	MAYTA	Tomasa	02362158	NINGUNO
140	GUTIERREZ	QUISPE	Haydee	42527784	NINGUNO
141	GUTIERREZ	QUISPE	Edgar	02007948	NINGUNO
142	QUISPE	HUANCA	Martita	02006901	NINGUNO
143	FLORES	QUISPE	Juan	02441767	NINGUNO
144	ESCOBAR	HUALLPA	Magaly Lilliam	45146019	NINGUNO
145	HUALLPA	TITO	Emilia Aurora	02001432	NINGUNO
146	HUALLPA	TITO	Emilia Aurora	02001432	NINGUNO
147	QUISPE	VDA DE VELASQUEZ	Francisca	02041303	NINGUNO
148	MAMANI	JUAREZ	José Samuel	01541487	NINGUNO
149	CHOQUECOTA	VDA DE SERRANO	Francisca	02409219	NINGUNO
150	JUSTO	APAZA	Florencia	02393698	NINGUNO
151	TICONA	BENAVENTE	Diego	02440842	NINGUNO
152	NO SE REEMPADRONÓ				
153	RUELAS	DE ARCANA	Felicitas	02403173	NINGUNO
154	ARCANA	QUISPE	Nicolás	02385559	NINGUNO
155	ROSELLO	CALAPUJA	Gilma	02440055	NINGUNO
156	BLANCO	RODRIGO	Luis Ángel	02416760	NINGUNO
157	VALENCIA	LAYME	Julia Elsa	01984131	NINGUNO
158	CONDORI	CONDORI	María	01991212	NINGUNO
159	APAZA	ALIAGA	Luz Delia	02059028	NINGUNO
160	APAZA	SALLUCA	Fernanda	01202344	NINGUNO
161	ARCANA	QUISPE	Nicolás	02385559	NINGUNO
162	RUELAS	DE ARCANA	Felicitas	02403173	NINGUNO
163	POMA	LARICO	Julia	02378740	NINGUNO
164	CAPAÑA	MUNDIALI	Santusa Petrona	02036879	NINGUNO
PABELLON C					
113	QUISPE	BENAVENTE	Jesica Raquel	45343606	NINGUNO
114	HILASACA	APAZA	Hermelinda	02423155	NINGUNO
115	HILASACA	APAZA	Hermelinda	02423155	NINGUNO





116	MERCADO	SUCASACA	Lourdes Magda	02391240	NINGUNO
117	APAZA	SANCA	Teresa	40471162	NINGUNO
118	PARICAHUA	CALLA	Norma	40644008	NINGUNO
119	GUTIERREZ	LUQUE	Edwin	02427467	NINGUNO
120	CHAYÑA	YANA	Leonarda Elizabeth	02428749	NINGUNO
121	CALSINA	HUACANI	Néstor	01266272	NINGUNO
122	CONDORI	MAMANI	Fortunato	01983567	NINGUNO
123	CAÑAPATAÑA	VDA DE MAMANI	Juliana	02381277	NINGUNO
124	ARI	CONDORI	Eleuterio	29420925	NINGUNO
125	CUEVA	CHURA	Anastacia	01304703	NINGUNO
126	TICONA	CRUZ	Justina	02432135	NINGUNO
127	PARI	MAMANI	Olga	29617803	NINGUNO
128	NO SE REEMPADRONÓ				
129	PARI	MAMANI	Juana	02442619	NINGUNO
130	NO SE REEMPADRONÓ				
131	YANA	DE SALAZAR	Epifania Juana	02383087	NINGUNO
PABELLON D					
163	LAYME	IQUISE DE HUARINGA	Valentina	02526888	NINGUNO
164	VARGAS	TICONA	Olga	02364825	NINGUNO
165	ROQUE	DE CAPA	Pabla Emiliana	02421455	NINGUNO
166	QUISPE	VDA DE TOQUE	Juana	01995010	NINGUNO
167	PARI	DE CONDORI	Ana	02441973	NINGUNO
168	QUIROGA	CONDORI	Mario	23827831	NINGUNO
169	COASACA	DE HUARAYA	María	02023579	NINGUNO
170	QUISPE	CHAMBI	Isidro	01987675	NINGUNO
171	LARICO	LOPEZ	Catalina	02372605	NINGUNO
172	CARRIZALES	CONDORI	Lissenia Danitza	46677146	NINGUNO
173	ASOCIACION	COMERCiantES	PRODUCTOS	BASICOS	NINGUNO
174	PERALTA	MAMANI	Sabina	02414281	NINGUNO
175	YANQUI	ROQUE	Flavio	41813178	NINGUNO
176	VARGAS	TICONA	Norma Aurora	41117814	NINGUNO
177	ARANA	TILA	Angela Silvia	02389266	NINGUNO
178	TICONA	APAZA	Eustaquio	01995343	NINGUNO
179	PAREDES	VIVEROS	Ubaldo	02428009	NINGUNO
180	CHAYÑA	YANA	Felicitas Irma	02412756	NINGUNO
181	TICONA	CRUZ DE HUANCA	Sonia Candelaria	02427788	NINGUNO
182	BENDITA	QUISPE	Mario	29700585	NINGUNO
183	QUILLA	GONZALES	Juana	02444864	NINGUNO
184	QUILLA	GONZALES	Andrea	02381632	NINGUNO
185	MESTAS	MENDOZA	Pelaya Juana	01295564	NINGUNO
186	MAMANI	HUANCA	Felipe	02435730	NINGUNO
187	VARGAS	QUISPE	Cristina	02374341	NINGUNO
188	YANARICO	LOPEZ	Lidia	02422548	NINGUNO
189	ASOCIACION	COMERCiantES	PRODUCTOS	BASICOS	NINGUNO
190	ARCANA	QUISPE	Julia	02031942	NINGUNO
191	ARCANA	QUISPE	Sofia	02031661	NINGUNO
192	PAJA	COAQUIRA VDA DE CALLO	Guillermo	02385541	NINGUNO
193	PAJA	COAQUIRA VDA DE CALLO	Guillermo	02385541	NINGUNO
194	ANDRADE	GOMEZ	Nicanor	02381330	NINGUNO
195	PARI	MAMANI	Elfiana	43919812	NINGUNO
196	ARCANA	QUISPE	Julia	02031942	NINGUNO
197	ARCANA	QUISPE	Sofia	02031661	NINGUNO

198	APAZA	QUISPE	Roberto	02369057	NINGUNO
199	CHOQUEHUANCA	SUCATICONA	José Albert	44000943	NINGUNO
200	MAMANI	POMA	Hebert Rudy	42006584	NINGUNO
201	MAMANI	JUAREZ	José Samuel	01541487	NINGUNO
202	ARANDA	ALVAREZ	Fortunata	02435220	NINGUNO
203	APAZA	QUISPE	Roberto	02369057	NINGUNO
204	FERNANDEZ	LARICO	Lucio	02382164	NINGUNO
205	ROCHA	COAQUIRA	Eugenio	02375476	NINGUNO
206	QUISPE	MAMANI	Elvira	02447866	NINGUNO
207	HUANCA	SEJJE	Sofía Susana	02441864	NINGUNO
208	COAQUIRA	FLORES	Hortencio Agapito	02538674	NINGUNO
209	ARCANA	QUISPE	Natalio	02014816	NINGUNO
210	QUISPE	PACORICONA	Yaneth Beatriz	01996885	NINGUNO



Jose Samuel
 José Samuel Mamani Juárez
 DNI. 01541487.

ANEXO O: CROQUIS DONDE SE REALIZÓ EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

*Estatuto de la Asociación de Comerciantes
en Abattores de Productos Básicos
con Personería Jurídica*

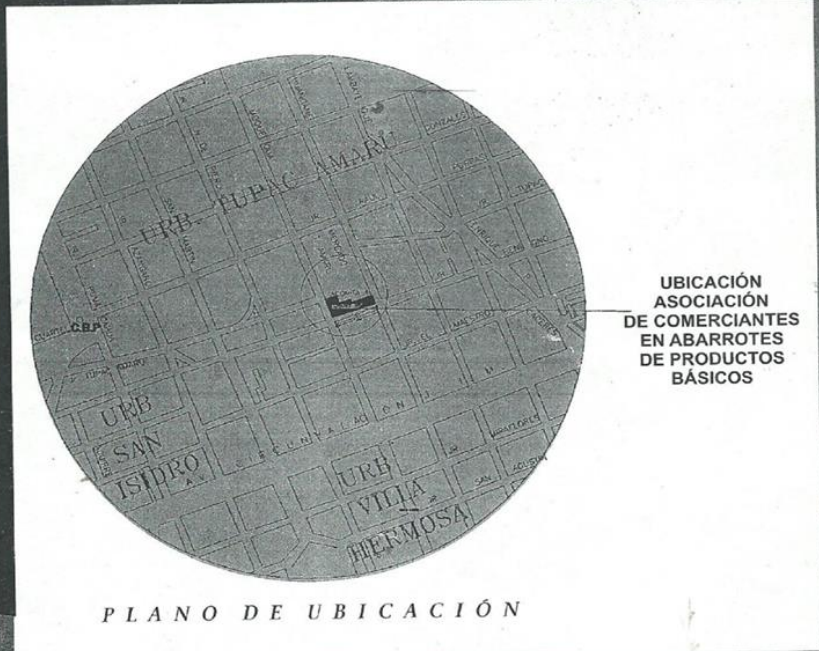
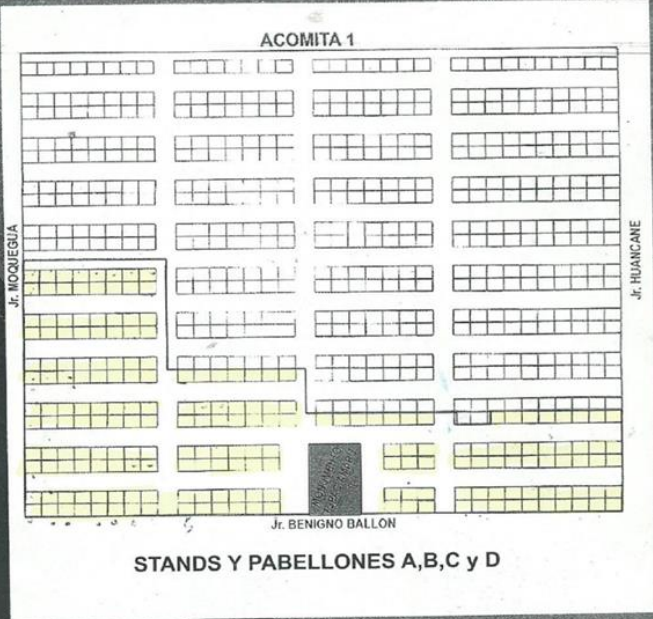
REGISTRADO R. P. N° PARTIDA: 11093661 ASIENTO A0001 - 12/11/2009
MODIFICACIÓN ASIENTO N° A0005 - 26/12/2014

PLAZA INTERNACIONAL
Tupac Amaru

JUNTA DIRECTIVA 2013 - 2014

PRESIDENTE	ALFREDO PARI CHIARA
VICEPRESIDENTE	NICOLAS ARCANA QUISPE
SEC. ACTAS Y ARCH.	FELIPE ILAITA CCAPA
SEC. ECONOMÍA	MAXIMILIANA CALCINA QUIZANA
SEC. ORGANIZACIÓN	EMILIO PALAZUELOS VARGAS
SEC. DEPORTES Y ASEO	JOSE SAMUEL MAMANI JUÁREZ
SEC. DEFENSA	MARTIN PORTO HUASCO
SEC. ASIST. SOCIAL	ELVIRA QUISPE MAMANI
VOCAL	MANUEL MAMANI TINTAYA (+)
FISCAL	VILMA VERONICA SUNI YAMPASI
ASESOR	DR. HUGO VALENCIA MARTINEZ

NIHIL PRIUS FIDE



IMELUCERO