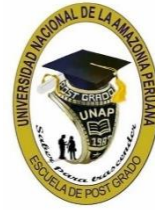




UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
DOCTORADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

TESIS

**FINANCIAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL
CRECIMIENTO DE EMPRESAS COMERCIALES DE LA
PROVINCIA DE MAYNAS AÑO 2025**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS
EMPRESARIALES**

PRESENTADO POR: MARIO MOZOMBITE TARICUARIMA

ASESOR: C.P.C. JOSÉ RICARDO BALBUENA HERNÁNDEZ, DR.

IQUITOS, PERÚ

2025



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
DOCTORADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

TESIS

**FINANCIAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL
CRECIMIENTO DE EMPRESAS COMERCIALES DE LA
PROVINCIA DE MAYNAS AÑO 2025**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS
EMPRESARIALES**

**PRESENTADO POR: MARIO MOZOMBITE TARICUARIMA
ASESOR: C.P.C. JOSÉ RICARDO BALBUENA HERNÁNDEZ, DR.**

IQUITOS, PERÚ

2025



UNAP

**Escuela de Postgrado
"Unidad de Asuntos
Académicos"**



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N°369-2025-UAA-EPG-UNAP**

En Iquitos en la Escuela de Postgrado (EPG) de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (UNAP) a los ocho días del mes de noviembre de 2025 a las 12:00 m., se dió inicio a la sustentación de la tesis denominada: "**FINANCIAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO DE EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE MAYNAS AÑO 2025**", aprobado con Resolución Directoral N°2748-2025-EPG-UNAP, presentado por el egresado **MARIO MOZOMBITE TARICUARIMA**, para optar el **Grado Académico de Doctor en Ciencias Empresariales**, que otorga la UNAP de acuerdo a la Ley Universitaria 30220 y el Estatuto de la UNAP.

El jurado calificador designado mediante Resolución Directoral N°2433-2025-EPG-UNAP, esta conformado por los profesionales siguientes:

- C.P.C. Hugo Luis Zevallos Egoavil, Dr. (Presidente)**
- Lic. Adm. Juan Carlos Ramírez Cerván, Dr. (Miembro)**
- C.P.C. Edgar Alberto Solsol Hidalgo, Dr. (Miembro)**

Después de haber escuchado la sustentación y luego de formuladas las preguntas, éstas fueron respondidas: SATISFACTORIAMENTE

Finalizado la evaluación; se invitó al público presente y al sustentante abandonar el recinto; y, luego de una amplia deliberación por parte del jurado, se llegó al resultado siguiente:

La sustentación pública y la tesis ha sido: APROBADA con calificación MUY BUENA (17)

A continuación, el Presidente del Jurado da por concluida la sustentación, siendo las 1:00 pm del ocho de noviembre de 2025; con lo cual, se le declara al sustentante APTO, para recibir **Grado Académico de Doctor en Ciencias Empresariales**.

C.P.C. Hugo Luis Zevallos Egoavil, Dr.
Presidente

Lic. Adm. Juan Carlos Ramírez Cerván, Dr.
Miembro

C.P.C. Edgar Alberto Solsol Hidalgo, Dr.
Miembro

C.P.C. José Ricardo Balbuena Hernández, Dr.
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonía del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Los Rosales cuadra 5 s/n. San Juan Bautista, Maynas, Perú
Celular: 953 664 439 - 956 875 744
Correo electrónico: postgrado@unapiquitos.edu.pe www.unapiquitos.edu.pe

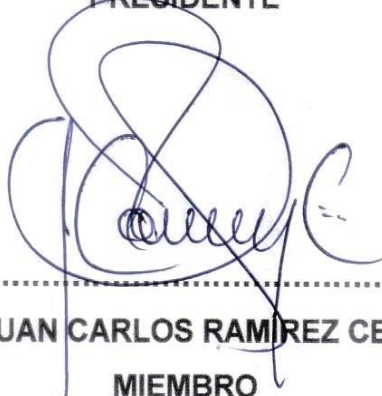


TESIS APROBADA EN SUSTENTACIÓN PÚBLICA EL 08 DE NOVIEMBRE DE 2025 EN LA ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMZONÍA PERUANA, EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERÚ.



.....
C.P.C. HUGO LUIS ZEVALLOS EGOAVIL, DR.

PRESIDENTE



.....
LIC. ADM. JUAN CARLOS RAMIREZ CERVAN, DR.

MIEMBRO



.....
C.P.C. EDGAR ALBERTO SOLSOL HIDALGO, DR.

MIEMBRO



.....
C.P.C. JOSÉ RICARDO BALBUENA HERNÁNDEZ, DR.

ASESOR

MARIO MOZOMBITE TARICUARIMA

EPG_D_CIENC EMPRE_TESIS_MOZOMBITE TARICUARIMA.pdf

📅 18-22- AGOS

📅 18-22- AGOS

🎓 Universidad Nacional De La Amazonia Peruana

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::20208:484640120

Fecha de entrega

19 ago 2025, 12:52 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

20 ago 2025, 8:46 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

EPG_D_CIENC EMPRE_TESIS_MOZOMBITE TARICUARIMA.pdf

Tamaño de archivo

1.5 MB

79 Páginas

18.261 Palabras

103.025 Caracteres



Página 2 of 88 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::20208:484640120

18% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 12% 🌐 Fuentes de Internet
- 6% 📖 Publicaciones
- 15% 👤 Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

A mí madrecita que en paz descanse, por su espera eterna, a mis profesores por sus enseñanzas y conocimientos que fueron fundamentales en mi formación profesional, a mí familia por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Al Doctor José Ricardo Balbuena Hernández por su valiosa orientación y soporte durante todo el tiempo que desarrollé mi trabajo de investigación. Su formación profesional fue muy importante para cumplir con mi trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Páginas
Carátula	i
Contracarátula	ii
Acta de sustentación	iii
Jurados	iv
Resultado del informe de similitud	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice de contenidos	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Resumo	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Bases teóricas	6
1.3 Definición de términos básicos	20
CAPÍTULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS	23
2.1 Variables y su operacionalización	23
2.2 Formulación de la hipótesis	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	26
3.1 Tipo y diseño de la investigación	26
3.2 Población y muestra	27
3.3 Técnicas e instrumentos	28
3.4 Procesamiento de recolección de datos	28
3.5 Técnicas de procesamientos y análisis de los datos	28

3.6 Aspectos Éticos	29
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	30
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	69
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	73
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES	75
CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES	77
CAPITULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
ANEXOS	
1. Matriz de Consistencia	
2. Tabla de operacionalización de Variables	
3. Instrumento de Recolección de Datos	
4. Consentimiento Informado	

ÍNDICE DE TABLAS

	Paginas	
Tabla N° 1	Género de participantes	30
Tabla N° 2	Grupo Etario	31
Tabla N° 3	Años de funcionamiento en la empresa	32
Tabla N° 4	Solicitud de financiamiento claro y estructurado	33
Tabla N° 5	Requisitos financieros accesibles y reales	34
Tabla N° 6	Tiempo de aprobación adecuado	35
Tabla N° 7	Acceso fácil a información sobre financiamiento	36
Tabla N° 8	Financiamiento para el crecimiento empresarial	37
Tabla N° 9	Crédito para la productividad y competitividad	38
Tabla N° 10	Políticas claras para el financiamiento	39
Tabla N° 11	Mejor infraestructura y tecnología	40
Tabla N° 12	Tasas de interés accesibles	41
Tabla N° 13	Costos razonables y transparentes	42
Tabla N° 14	Cuotas y plazos según capacidad financiera	43
Tabla N° 15	Financiamiento sin comprometer la rentabilidad	44
Tabla N° 16	Condiciones justas y equitativas para empresas	45
Tabla N° 17	Acceso constante a financiamiento	46
Tabla N° 18	Estabilidad y seguridad a largo plazo	47
Tabla N° 19	Incremento de ingresos y rentabilidad	48
Tabla N° 20	Inversión en activos y capital	49
Tabla N° 21	Participación y posicionamiento competitivo	50
Tabla N° 22	Mayor productividad y eficiencia operativa	51
Tabla N° 23	Diversificación de fuentes de ingresos	52
Tabla N° 24	Ampliación de bases de clientes y ventas	53
Tabla N° 25	Efectividad de marketing y publicidad	54
Tabla N° 26	Presencia en otras regiones y mercados	55
Tabla N° 27	Diversificación de productos o servicios	56
Tabla N° 28	Fortalecimiento de la marca	57
Tabla N° 29	Estructura organizativa adaptada	58
Tabla N° 30	Implementación de tecnologías y procesos	59
Tabla N° 31	Cultura de innovación	60
Tabla N° 32	Estrategias claras de expansión	61
Tabla N° 33	Capacidad de gestión de líderes	62
Tabla N° 34	Resumen del modelo de regresión lineal objetivo general	63
Tabla N° 35	Análisis de varianza (ANOVA) del modelo de regresión lineal objetivo general	63
Tabla N° 36	Coeficientes de la regresión lineal objetivo general	63
Tabla N° 37	Resumen del modelo de regresión lineal objetivo específico 1	64
Tabla N° 38	Análisis de varianza (ANOVA) del modelo de regresión lineal objetivo específico 1	64

Tabla N° 39	Coeficientes de la regresión lineal objetivo específico 1	65
Tabla N° 40	Resumen del modelo de regresión lineal objetivo específico 2	66
Tabla N° 41	Análisis de varianza (ANOVA) del modelo de regresión lineal objetivo específico 2	66
Tabla N° 42	Coeficientes de la regresión lineal objetivo específico 2	66
Tabla N° 43	Resumen del modelo de regresión lineal objetivo específico 3	67
Tabla N° 44	Análisis de varianza (ANOVA) del modelo de regresión lineal objetivo específico 3	67
Tabla N° 45	Coeficientes de la regresión lineal objetivo específico 3	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Paginas

Figura N° 1	Género de participantes	30
Figura N° 2	Grupo Etario	31
Figura N° 3	Años de funcionamiento en la empresa	32
Figura N° 4	Solicitud de financiamiento claro y estructurado	33
Figura N° 5	Requisitos financieros accesibles y reales	34
Figura N° 6	Tiempo de aprobación adecuado	35
Figura N° 7	Acceso fácil a información sobre financiamiento	36
Figura N° 8	Financiamiento para el crecimiento empresarial	37
Figura N° 9	Crédito para la productividad y competitividad	38
Figura N° 10	Políticas claras para el financiamiento	39
Figura N° 11	Mejor infraestructura y tecnología	40
Figura N° 12	Tasas de interés accesibles	41
Figura N° 13	Costos razonables y transparentes	42
Figura N° 14	Cuotas y plazos según capacidad financiera	43
Figura N° 15	Financiamiento sin comprometer la rentabilidad	44
Figura N° 16	Condiciones justas y equitativas para empresas	45
Figura N° 17	Acceso constante a financiamiento	46
Figura N° 18	Estabilidad y seguridad a largo plazo	47
Figura N° 19	Incremento de ingresos y rentabilidad	48
Figura N° 20	Inversión en activos y capital	49
Figura N° 21	Participación y posicionamiento competitivo	50
Figura N° 22	Mayor productividad y eficiencia operativa	51
Figura N° 23	Diversificación de fuentes de ingresos	52
Figura N° 24	Ampliación de bases de clientes y ventas	53
Figura N° 25	Efectividad de marketing y publicidad	54
Figura N° 26	Presencia en otras regiones y mercados	55
Figura N° 27	Diversificación de productos o servicios	56
Figura N° 28	Fortalecimiento de la marca	57
Figura N° 29	Estructura organizativa adaptada	58
Figura N° 30	Implementación de tecnologías y procesos	59
Figura N° 31	Cultura de innovación	60
Figura N° 32	Estrategias claras de expansión	61
Figura N° 33	Capacidad de gestión de líderes	62

RESUMEN

El limitado acceso al financiamiento para las micro y pequeñas empresas (MYPE) en la provincia de Maynas, Perú, se debe a factores como la informalidad, la falta de historial crediticio, entre otros, lo que dificulta su crecimiento y competitividad. Por ello, la presente investigación determina cómo el financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico, de mercado y organizacional en empresas comerciales en la provincia de Maynas año 2025, desde un enfoque cuantitativo de tipo observacional y de estudio no experimental a nivel causal, mediante el uso de modelos de regresión lineal y análisis estadístico descriptivo, se comprobó que el financiamiento empresarial ejerce una influencia significativa y positiva sobre las tres dimensiones del crecimiento, con mayor impacto en el crecimiento económico ($R^2 = 0,315$) y de mercado ($R^2 = 0,272$), y una influencia más limitada en el crecimiento organizacional ($R^2 = 0,115$). Los resultados descriptivos muestran una percepción favorable tanto del financiamiento como del crecimiento, aunque se identifican brechas en la gestión del crédito y en el uso estratégico de los recursos financieros. Se concluye que el financiamiento, si bien es un factor clave para el desarrollo empresarial, requiere de políticas complementarias como la capacitación, el acompañamiento técnico y la adecuación de productos financieros a la realidad local. En síntesis, se destaca la necesidad de integrar acceso al crédito con gestión eficiente, a fin de lograr un crecimiento empresarial sostenible y equitativo en la provincia de Maynas. Esta articulación resulta esencial para dinamizar la economía regional y mejorar la competitividad empresarial.

Palabras clave: financiamiento empresarial, crecimiento empresarial.

ABSTRACT

The limited access to financing for micro and small enterprises (MSEs) in the province of Maynas, Peru, is due to factors such as informality and lack of credit history, among others, which hinders their growth and competitiveness. Therefore, this research determines how business financing influences economic, market, and organizational growth in commercial companies in the province of Maynas in 2025. Using a quantitative, observational approach and a non-experimental study at the causal level, through the use of linear regression models and descriptive statistical analysis, it was found that business financing exerts a significant and positive influence on the three dimensions of growth, with a greater impact on economic ($R^2 = 0.315$) and market ($R^2 = 0.272$) growth, and a more limited influence on organizational growth ($R^2 = 0.115$). The descriptive results show a favorable perception of both financing and growth, although gaps are identified in credit management and the strategic use of financial resources. It is concluded that financing, while a key factor for business development, requires complementary policies such as training, technical support, and adaptation of financial products to local circumstances. In summary, the need to integrate access to credit with efficient management is highlighted in order to achieve sustainable and equitable business growth in the province of Maynas. This coordination is essential to boost the regional economy and improve business competitiveness.

Keywords: business financing, business growth.

RESUMO

O acesso limitado ao financiamento para micro e pequenas empresas (MPEs) na província de Maynas, no Peru, deve-se a fatores como informalidade e falta de histórico de crédito, entre outros, que dificultam seu crescimento e competitividade. Portanto, esta pesquisa busca determinar como o financiamento empresarial influencia o crescimento econômico, de mercado e organizacional de empresas comerciais na província de Maynas até 2025. Utilizando uma abordagem quantitativa, observacional e causal não experimental, foram empregados modelos de regressão linear e análise estatística descritiva. O estudo constatou que o financiamento empresarial exerce uma influência significativa e positiva em todas as três dimensões do crescimento, com maior impacto no crescimento econômico ($R^2 = 0,315$) e de mercado ($R^2 = 0,272$), e influência mais limitada no crescimento organizacional ($R^2 = 0,115$). Os resultados descritivos mostram uma percepção favorável tanto do financiamento quanto do crescimento, embora tenham sido identificadas lacunas na gestão de crédito e no uso estratégico de recursos financeiros. Conclui-se que, embora o financiamento seja um fator-chave para o desenvolvimento empresarial, ele requer políticas complementares, como capacitação, suporte técnico e adaptação de produtos financeiros ao contexto local. Em suma, destaca-se a necessidade de integrar o acesso ao crédito com uma gestão eficiente para alcançar um crescimento empresarial sustentável e equitativo na província de Maynas. Essa integração é essencial para impulsionar a economia regional e melhorar a competitividade das empresas.

Palavras-chave: financiamento empresarial, crescimento empresarial.

INTRODUCCIÓN

El financiamiento es pilar del crecimiento de las entidades porque dan pie a la expansión de operaciones, la inversión en innovación y el fortalecimiento de la competitividad, puesto a que, según Morccolla (2019), el desarrollo de las empresas llega a incrementar la capacidad productiva a la vez que contribuye al crecimiento y el mejoramiento de vida, pero el acceso limitado al capital podría representar un obstáculo significativo, convirtiendo en una medida esencial el de recurrir al financiamiento externo y las fallas de mercado, creando ineficiencia económica y poca entrada de disponibilidades financieras, lo que estaría dificultando la sostenibilidad de las empresas, haciendo que la urgencia de estrategias optimicen su productividad y aseguren su crecimiento.

La misma forma las empresas en la provincia de Maynas, en la región Loreto se caracterizan por su diversificación sectorial y su poderoso vínculo con los recursos naturales amazónicos, donde el acceso al financiamiento es impulsado por instituciones financieras, facilitando de cierta forma la entrada a los créditos a micro y pequeñas empresas, pero aún se presentan desafíos como que limitan su crecimiento y afectan su acceso al financiamiento y uno de los más importantes obstáculos es la informalidad, lo que impide que muchas micro y pequeñas empresas accedan a créditos formales debido a la falta de registros contables adecuados y de historial crediticio donde las altas de interés y los requisitos bancarios estrictos dificultad la obtención de préstamos, obligando a muchas empresas a recurrir a financiamiento informal con costos elevados, siendo otro impedimento la falta de infraestructura que incrementa los costos logísticos y afecta la carrera entre sectores clave como la agroindustria.

En el Perú, las empresas enfrentan dificultades para obtener financiamiento por a la falta de historial crediticio, la informalidad, las excesivas tasas de interés y la escasa educación financiera, por lo que, esto impacta negativamente en su capacidad para participar en nuevos giros comerciales, innovación y expansión, reduciendo su competitividad. Barrenechea (2023) señala que las pequeñas empresas son clave en la economía peruana,

generando empleo y contribuyendo al PBI. No obstante, su acceso al financiamiento sigue siendo limitado, lo que restringe su desarrollo, por lo que, mejorar la formalización y facilitar productos financieros adecuados fortalecería su papel como impulsador del desarrollo en la vida de los ciudadanos y la inclusión de todos los civiles en todos los sectores.

El crecimiento empresarial en Perú se evidencia en el aumento del número de empresas activas, con una tasa neta de crecimiento del 1,9% en el segundo trimestre de 2023 (INEI, 2023). Sin embargo, la sostenibilidad de este crecimiento depende del acceso a financiamiento. Estudios como el presente contribuirán a analizar los efectos del financiamiento en la competitividad empresarial, especialmente en regiones con características particulares como Maynas. Identificar las barreras al acceso al crédito permitirá desarrollar políticas que fomenten la inversión y el crecimiento sostenible de las empresas en contextos específicos, fortaleciendo la economía regional y nacional.

Por esa razón, el objetivo general de este estudio es analizar cómo el financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico, de mercado y organizacional en las empresas comerciales de la provincia de Maynas en el año 2025, a través del análisis del impacto del financiamiento en el crecimiento económico, del mercado y organizacional de estas empresas, por lo que, la importancia del estudio radica en que los resultados podrían ofrecer recomendaciones útiles para empresarios, gestores financieros y tomadores de decisiones en la región, ayudando a mejorar las estrategias de financiamiento y la competitividad de las empresas locales. Además, proporcionaría una base para que organismos financieros y gubernamentales ajusten sus políticas, y ofrecería productos financieros más adecuados a las necesidades de las empresas, lo que contribuiría al conocimiento sobre el financiamiento empresarial en contextos regionales específicos, como el de Maynas, y ampliaría las teorías del crecimiento empresarial y el acceso al crédito, especialmente en zonas amazónicas, donde hay pocos estudios en esta área, también se ofrecería un modelo replicable en otras regiones con condiciones similares y proporcionaría datos empíricos valiosos para futuros estudios comparativos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

En el año 2023 se realizó un estudio de tipo aplicado con enfoque cuantitativo a nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental de corte transversal, el cual tuvo como población de estudio a 341 comerciantes. El estudio determinó la relación entre el financiamiento y el crecimiento empresarial de los comerciantes del Centro Artesanal Cusco durante el periodo 2023, y el estudio concluyó que existe una relación significativa entre el financiamiento y varias dimensiones del crecimiento empresarial, destacando que hay una correlación positiva alta (0.778) entre financiamiento y crecimiento, lo que resalta la importancia de acceder a financiamiento adecuado para mejorar la rentabilidad financiera, económica y social, también se establece una relación significativa entre financiamiento y rentabilidad financiera, con una correlación de 0.701, subrayando la necesidad de fuentes de financiamiento para aumentar las ventas, además, la relación entre financiamiento y rentabilidad económica es significativa, con un valor de 0.764, indicando que el financiamiento externo es crucial para realizar inversiones que incrementen los ingresos, por último, se confirma una relación significativa entre financiamiento y rentabilidad social, con una correlación de 0.778, enfatizando la necesidad de una gestión adecuada del financiamiento para mantener la ventaja competitiva en el mercado (Haququehua & Zamalloa, 2023).

En el año 2023 se realizó un estudio de tipo aplicado, cuantitativo y no experimental que incluyó como población de estudio a 30 representantes de Mypes. El estudio determinó la relación entre el financiamiento y el crecimiento empresarial de las Mypes en Huamanga, Ayacucho, 2022, y el estudio concluyó que hay una relación significativa entre el financiamiento y el crecimiento empresarial de las Mypes en Huamanga, Ayacucho, 2022, con un valor de significancia de 0.001 y un coeficiente de 0.561, lo que permite aceptar la hipótesis alterna y demostrar una correlación positiva y moderada. En relación con el financiamiento interno, se concluyó que también está vinculado al crecimiento empresarial, con una significancia de 0.008 y un coeficiente de 0.478, lo que lleva a rechazar la hipótesis nula y confirmar una correlación

positiva y moderada. Por último, se estableció que el financiamiento externo se relaciona con el crecimiento empresarial, dado que presentó una significancia de 0.012 y un coeficiente de 0.453, lo que valida la hipótesis alterna y demuestra una correlación positiva y moderada (Berrocal, 2023).

En el año 2023 se realizó un estudio de tipo explicativo, enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal, que incluyó como población de estudio a 40 empresarios. El estudio determinó cómo el financiamiento incide en el crecimiento empresarial del centro comercial el Molino I en Cusco durante el 2023, y el estudio concluyó que el financiamiento tiene un impacto significativo en el crecimiento empresarial, incidiendo en un 65.5%, lo que se valida con un coeficiente de regresión lineal y un valor de significancia menor a 0.05, aceptando así la hipótesis alterna. En cuanto al crecimiento empresarial orgánico, el financiamiento influye en un 90.6%, lo que sugiere que contar con recursos propios o ajenos permite a los empresarios incrementar sus ventas y reducir costos. Respecto al crecimiento empresarial externo, se establece que el financiamiento incide en un 66.5%, facilitando inversiones en activos y mercaderías que mejoran los ingresos y el respaldo patrimonial. Finalmente, en lo que respecta al posicionamiento de mercado, el financiamiento tiene un impacto del 94.3%, destacando su importancia para ofrecer productos de calidad y mantener la ventaja competitiva (Tejada, 2023).

En el año 2024 se realizó un estudio de tipo aplicado, cuantitativa y explicativa, que incluyó como población de estudio a la empresa Clínica Dental Ore S.A.C. El estudio determinó la contribución del financiamiento en el crecimiento empresarial de la Clínica Dental Ore SAC 2015 – 2022, y concluyó que el financiamiento beneficia el crecimiento de la utilidad de la Clínica Dental Ore SAC, al incrementar las utilidades a través de un aumento en los ingresos netos provenientes de nuevas adquisiciones financiadas. Esta afirmación está respaldada por un coeficiente de correlación alto de 0.798 y un grado de significación de 0.018, según la prueba de Pearson, lo que sugiere que el financiamiento tiene un impacto positivo en el crecimiento de la utilidad. Además, se determinó que el financiamiento también favorece el crecimiento de la rentabilidad, ya que la compra de nuevos activos mejora la rentabilidad

y, por ende, los accionistas reciben mayores dividendos. Los resultados estadísticos respaldaron esta hipótesis con un coeficiente de correlación de 0.781 y una significación de 0.022. Por último, se estableció que el financiamiento es beneficioso para el crecimiento empresarial en general, permitiendo la adquisición de activos que generan rentabilidad. Esto se evidencia en un coeficiente de correlación de 0.793 y un grado de significación de 0.019, reforzando la conclusión de que el financiamiento contribuye positivamente al crecimiento de la Clínica Dental Ore SAC (Ramírez, 2024).

En el año 2025 se realizó un estudio de tipo cualitativo al nivel descriptivo y con un diseño no experimental, que incluyó como población de estudio a todas las micro y pequeñas empresas. El estudio determinó la influencia del Financiamiento en el Desarrollo Empresarial de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso Grupo Ferretero Miguel Angel´S E.I.R.L – Coronel, y el estudio concluyó que el financiamiento para el desarrollo empresarial de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio del Perú es importante, específicamente en el caso del Grupo Ferretero Miguel Angel´s E.I.R.L, por ello, se resalta que las microempresas suelen recurrir a entidades bancarias y cajas de ahorro para obtener capital de trabajo, lo cual les permite crecer y mejorar su rentabilidad, aunque para que este financiamiento sea efectivo, es necesario que esté respaldado por un adecuado estudio de mercado y gestión empresarial, evitando el malgasto de recursos, también el financiamiento debe ser manejado con inteligencia financiera, teniendo en cuenta plazos y tasas de interés que dejen un cumplimiento adecuado de los pagos, por lo que, el financiamiento fue clave para el crecimiento de la empresa, permitiéndole aumentar sus ganancias y posicionarse en el mercado, subrayando a su vez la relevancia del capital humano, la capacitación y la satisfacción laboral para el éxito empresarial, destacando que un buen ambiente de trabajo y la motivación del personal son esenciales para alcanzar los objetivos y asegurar la sostenibilidad de la empresa (Sinuiri, 2025).

En el año 2024 se realizó un estudio de tipo básico de enfoque cuantitativo y con un diseño de investigación no experimental transversal, que incluyó como población de estudio a 5000 habitantes del Centro Poblado de Huyro, según

los datos del censo llevado a cabo en 2017, obtenidos de la página web del INEI. El estudio determinó como el financiamiento influye en el crecimiento empresarial de los productores de té del Centro Poblado de Huyro del distrito de Huayopata de la provincia de La Convención – 2020, y el estudio concluyó que el financiamiento tiene un impacto significativo en el crecimiento y el aumento de las ventas de los productores de té en el Centro Poblado de Huyro, distrito de Huayopata, provincia de La Convención, en 2020. El análisis estadístico, utilizando el coeficiente de Tau-b de Kendall, muestra una fuerte correlación positiva ($Rho=0.891$) entre el financiamiento y el crecimiento empresarial, lo que sugiere que un financiamiento adecuado, ya sea interno o externo, facilita el fortalecimiento y expansión de la actividad comercial de los productores. Además, el estudio evidencia que el financiamiento también influye positivamente en el incremento de las ventas ($Rho=0.638$), ya que permite a los productores adquirir activos y aumentar su capacidad productiva, lo que se traduce en mayores ingresos (Coronel & Quijua, 2024).

1.2 Bases teóricas

Para Cevallos et al. (2021), el financiamiento empresarial es el proceso que permite hacer viable y mantener un proyecto a través de la asignación de recursos capitales. Es un elemento crucial para el éxito de cualquier obra, ya que determina los recursos necesarios para su puesta en marcha. Las decisiones de financiamiento configuran la estructura de capital y son fundamentales para maximizar el valor de la empresa y el origen de financiamiento pueden ser internas, provenientes de los propios participantes del proyecto, o externas, que provienen de entidades ajenas y a menudo requieren contraprestaciones. Además, el financiamiento puede clasificarse según su duración en corto o largo plazo, además a corto plazo se utiliza para operaciones que generan ingresos inmediatos y se obtiene con facilidad, mientras que el largo plazo implica plazos mayores y puede no requerir devolución y es esencial que las empresas tomen decisiones de financiamiento adecuadas para asegurar su crecimiento y sostenibilidad. El director de Finanzas juega un papel vital al evaluar las necesidades de la organización y realizar una planeación óptima, también es importante considerar factores como la seguridad, rentabilidad y riesgo antes de elegir una fuente de

financiamiento, ya que estas decisiones impactan directamente en la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos y mantenerse competitiva en el mercado.

Asimismo, Bea et al. (2023) nos menciona que es de gran relevancia para los administradores financieros porque puede ser la causa de diversos fracasos en las organizaciones. Se refiere al abastecimiento y uso eficiente del dinero, líneas de crédito y fondos necesarios para llevar a cabo proyectos y operar de manera efectiva. Esto incluye la obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, esenciales para el funcionamiento de cualquier tipo de empresa. La disponibilidad de financiamiento a corto plazo es particularmente crucial; sin ella, una empresa puede comprometer su futuro desde el inicio de sus operaciones, ya que este tipo de financiamiento es necesario para sostener activos circulantes como caja, cuentas por cobrar e inventario. Así, se puede inferir que el financiamiento es el pilar fundamental de cualquier empresa, y conocer cómo gestionar los recursos y qué fuentes utilizar según el grado de endeudamiento es vital para la salud financiera y el incremento del valor de la organización y las fuentes de financiamiento se clasifican en internas y externas, así como en corto y largo plazo, por su parte, las fuentes internas provienen de las operaciones comerciales de la empresa, mientras que las externas incluyen préstamos negociados con bancos. Los administradores deben utilizar el crédito gratuito siempre que sea posible y recurrir al capital oneroso solo después de analizar su costo, también existen tres formas principales de financiamiento externo: documentos otorgados a solicitantes dignos de crédito, líneas de crédito solicitadas por un año y arreglos de créditos revolventes. También se presentan préstamos con garantías colaterales, más comunes en empresas pequeñas debido a su costo más bajo. La bursatilización de activos, que agrupa activos generadores de flujo de efectivo para emitir valores respaldados, es otra opción y el uso de fuentes de financiamiento a corto plazo depende de factores como costo, disponibilidad, tiempo y flexibilidad. Asimismo, los préstamos a plazo, que implican pagos de intereses y principal en fechas específicas, son negociados con instituciones financieras y tienen vencimientos que varían entre 2 y 30 años.

Para Drimer (2008), el proceso de financiamiento en organizaciones consiste en la combinación de fuentes que permiten adquirir los recursos necesarios para operar, integrando deuda (recursos externos) y patrimonio neto (fondos propios), donde también la deuda abarca pasivos comerciales, financieros y fiscales, mientras que el patrimonio neto incluye capital, reservas y utilidades reinvertidas, siendo esta última una fuente clave y las decisiones de financiamiento requieren equilibrar rendimiento (costo promedio ponderado o incremental de las fuentes) y riesgo (crédito, mercado, operativo, liquidez y endeudamiento), aunque este último, especialmente a largo plazo, puede derivar en cesación de pagos si no se gestionan adecuadamente los compromisos fijos, pero cabe mencionar que los instrumentos financieros como acciones, bonos y otros mecanismos de crédito comercial facilitan la distribución del riesgo y liquidez, por lo que, una planificación sólida es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar los riesgos asociados al financiamiento.

Asimismo, Torres et al. (2017) comentan que, las empresas pequeñas son actores fundamentales en la economía, tanto por su capacidad de generar empleo como por su papel en la cohesión social que da oportunidades a sectores con menores niveles de cualificación, que a pesar de su importancia enfrenta muchos retos siendo el acceso al financiamiento uno de los más críticos, por lo que, este proceso es indispensable para iniciar operaciones en general, así como desarrollar proyectos o sostenerse en el mercado, requiriendo que los empresarios conozcan y accedan a diversas fuentes de financiamiento, que pueden ser de naturaleza interna que vendrían a ser los aportes de los socios, las utilidades reinvertidas y las reservas de capital o de naturaleza externa en donde se describen a las instituciones financieras públicas o privadas, asimismo, esto no solo implica la disponibilidad de recursos, también la habilidad para cumplir con los requisitos que estas instituciones exigen, lo que estaría incluyendo garantías suficientes, solvencia económica y trayectoria crediticia, pero en muchos casos los empresarios desconocen los procedimientos, subestiman la importancia del financiamiento formal o enfrentan barreras relacionadas con la burocracia y los costos asociados, llevándolos a incurrir a otras modalidades como el financiamiento

familiar o entre terceros, puesto a que en ciertos casos es necesario acceder a este para poder adaptarse a las volátiles condiciones del mercado, por lo que es necesario que a través de una gestión adecuada de las fuentes de financiamiento se pueda garantizar el cumplimiento de los requisitos exigidos y poder desarrollar estrategias financieras sólidas claves para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de este sector empresarial tan vital.

Chagerben et al. (2017), menciona que el financiamiento es crucial para que el desarrollo y funcionamiento de las microempresas porque les deja adquirir los activos necesarios para su operación sobre todo cuando los recursos de la misma entidad son totalmente insuficientes, por lo que, existen diversas fuentes de financiamiento que pueden ir desde familiares hasta institucionales, siendo su elección dependiente de factores como la magnitud de la inversión y las garantías disponibles, por ello, su principal propósito es asegurar que la empresa cuente con los recursos para invertir en activos fijos y circulantes, necesario para mantener su operación y fomentar el crecimiento, siendo que las ventajas del financiamiento se destacan la posibilidad de expansión de la institución, así como la mejora gradual en la capacidad productiva y la constante superación de retos económicos inmediatos, pero a su vez implica riesgos asociados al costo de los intereses y las fluctuaciones en las tasas de interés, también que las organizaciones deben poder manejar cuidadosamente el capital de trabajo para mantener la liquidez y evitar caer en quiebra por falta de efectivo, lo que hace que una correcta toma de elecciones financieras sea fundamental.

Por otro lado, Lecuona (2014) señala que el uso del financiamiento en las empresas es fundamental para cubrir tanto sus inversiones como su capital de trabajo, y se puede dividir en dos grandes categorías: financiamiento interno y financiamiento externo. En América Latina, muchas empresas, especialmente en países como Colombia, Costa Rica y México, dependen en gran medida de recursos internos, como utilidades retenidas o aportes de los socios, para financiar sus actividades. Según el estudio, las empresas de Colombia tienen una menor dependencia de los recursos internos (43.9% para inversiones y 45.4% para capital de trabajo), mientras que en Costa Rica el financiamiento

interno es más predominante (73.9% para inversiones y 76.1% para capital de trabajo). El financiamiento externo se compensa principalmente a través de tres fuentes: bancos, proveedores y colocación de participaciones. En este sentido, Colombia destaca por tener un mayor acceso a financiamiento externo, con un 56.1% de las inversiones cubiertas por recursos externos, mientras que en México y Costa Rica este porcentaje es considerablemente menor. A su vez, las pequeñas y medianas empresas enfrentan diferentes niveles de acceso al financiamiento externo, especialmente cuando se segmenta por tamaño de empresa, siendo las medianas las más favorecidas. Sin embargo, el acceso al crédito bancario sigue siendo un desafío, particularmente en países como México, donde la bancarización y el acceso al crédito son más limitados, afectando el desarrollo de las empresas.

Cáceres (1999) señala que el costo de financiamiento es uno de los elementos clave en la toma de decisiones financieras dentro de una empresa, ya que determina el mínimo retorno que debe generar un proyecto de inversión para justificar su ejecución, y este costo está compuesto por varias fuentes de financiamiento, principalmente la deuda y el capital propio, cada una con sus propias características y costos asociados. La deuda generalmente involucra el pago de intereses, los cuales pueden variar según el tipo de préstamo, las condiciones del mercado y el perfil de riesgo de la empresa, pero el capital propio está relacionado con los fondos que la empresa genera internamente, como las utilidades retenidas, o mediante la emisión de acciones, lo cual puede implicar una expectativa de rendimiento para los accionistas, dado ello, se conoce que para evaluar el costo total del financiamiento, se utiliza el concepto de costo medio ponderado de capital (CMPC), que integra las tasas de interés de las fuentes de deuda y el rendimiento esperado sobre el capital propio, ponderándolas según su participación en la estructura de capital de la empresa, también que este sirve como una referencia clave para la evaluación de proyectos de inversión, porque si el rendimiento esperado de un proyecto es superior al CMPC, se considera rentable y justifica el uso de los fondos disponibles, pero si es menor ese proyecto se considera que inviable e imposible de ser ejecutado adecuadamente, además que es fundamental que las empresas optimicen su estructura de financiamiento para minimizar este

costo, por ello, en teoría la estructura óptima se logra cuando el costo marginal de cada fuente de financiamiento es el mismo, lo que estaría implicando que se debe de encontrar un equilibrio adecuado entre la deuda y el capital propio, porque una excesiva dependencia de la deuda puede aumentar el riesgo financiero debido a las obligaciones fijas de pago de intereses.

Mientras tanto, Málaga (2015) explica que el costo de financiamiento juega un papel crucial en la gestión de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en Perú, puesto a que, influye directamente en su capacidad de expansión, sostenibilidad y competitividad, por lo que, si estas empresas estarían pasando por dificultades no sería tan fácil que puedan obtener un crédito porque las tasas de interés y por la escases de historial crediticio sólido, limitando su crecimiento y las coloca en una situación de vulnerabilidad financiera, y para mitigar estos problemas es esencial que las Mypes optimicen su estructura financiera mediante la evaluación y planificación adecuada de su flujo de caja lo que permitiera tomar decisiones informadas sobre el financiamiento más adecuado a sus necesidades, tomando en cuenta ello, la tasa afectiva anual se convertiría en un indicador clave porque reflejaría el tipo de interés nominal y otros costos adicionales como comisiones y gastos bancarios, proporcionando una visión más completa del verdadero costo del crédito, siendo fundamental que el crédito obtenido sea destinado a proyectos específicos y productivos como el capital de trabajo o la compra de activos fijos, con el objetivo de generar valor y garantizar la rentabilidad a largo plazo, por ello, la gestión adecuada del mismo de forma interna siempre que sea posible resulta provechosa para evitar los costos adicionales impuestos por los bancos, dando eso, es necesario que el área de finanzas de la organización tome un rol relevante en la obtención de recursos a bajos costos como el asignación eficiente de los mismos para proyectos de la organización, además que debe de trabajar estrechamente con otras áreas como producción o ventas para poder minimizar riesgos, optimizar el uso de los recursos y cumplir con los compromisos adquiridos.

Navarrete y Vásquez (2024) mencionan que la confianza en el financiamiento para las PYMES está estrechamente ligada a su historial y comportamiento

previo a la obtención de créditos, siendo que las empresas que han demostrado un correcto desempeño en financiamientos anteriores obtienen un endoso o certificado de garantía lo que las hace más llamativas para los inversionistas quienes sienten mayor seguridad para invertir en estos proyectos porque con este respaldo se crea mayor seguridad para invertir en proyectos, generando un efecto de señalización donde las empresas con un historial positivo se consideran más confiables, además de la experiencia y la antigüedad de la empresa que juega un rol crucial, además que las empresas más maduras con emprendedores capacitados tienen mayores probabilidades de acceder a estos tipos de financiamientos externos, permitiéndoles crear una manera sostenida de sobrellevarlos, por lo que, se podría decir que las empresas con un comportamiento sólido en esto y una correcta gestión con experiencia se llenan de un mayor voto de confianza lo que contribuye a su éxito.

De manera similar, Ames et al. (2022) señala que la confianza empresarial tiene un papel fundamental en la demanda de financiamiento de las empresas porque las decisiones en endeudamiento están fuertemente influenciadas por las expectativas sobre el futuro económico y la viabilidad de los proyectos empresariales, porque cuando las empresas tienen una alta confianza en la estabilidad económica y en su capacidad de generar ganancias son más propensas a solicitar créditos que llegan a impulsar el crecimiento de su actividad realizada, puesto a que, el sentimiento de confianza no estaría afectando solo a la disposición de las empresas para invertir, sino también la de los inversionistas y bancos para financiar proyectos, porque estos al percibir que el ambiente económico es estable y las perspectivas de rentabilidad son positivas, están más dispuestos a otorgar préstamos lo que incrementa la oferta de crédito en el mercado, además la confianza también se convierte en un sello de garantía porque el historial positivo de comportamiento financiero y una alta confianza en su desempeño futuro se vuelven más atractivos para los inversionistas quienes ven menor riesgo al financiar proyectos.

Según Aguilera y Puerto (2012), el crecimiento empresarial es un concepto complejo que implica un proceso de adaptación a los cambios del entorno,

manifestándose a través de la acumulación de capital físico y humano, así como de una adecuada organización y estructura interna, que se caracteriza por modificaciones internas que permiten aumentar las dimensiones y cambiar las características de la empresa, reflejando una mayor aceptación de sus productos o servicios en el mercado, para que una empresa crezca, es fundamental gestionar adecuadamente sus recursos internos, facilitando un posicionamiento externo que le permita expandirse hacia nuevos mercados y segmentos, tanto geográficos como de clientela, pero este crecimiento no solo implica cambios cuantitativos, como el aumento en las ventas y la capacidad productiva y de transformaciones cualitativas que son cruciales para alcanzar los resultados esperados, porque estos factores influyen en el crecimiento empresarial los cuales pueden ser internos como la edad o el tamaño de la empresa, la motivación del equipo, la estructura de propiedad y la gestión del conocimiento, también puede ser externo que incluyen elementos del entorno social como la competencia y las demandas del mercado, así como condiciones del macroentorno, el acceso al financiamiento y el apoyo gubernamental, siendo uno de los factores determinantes para el crecimiento es el volumen de ventas que depende de la percepción y preferencias de los consumidores, por lo que es importante distinguir entre diferentes tipos de crecimiento porque no todos son beneficiosos, porque el categorizado como bueno es el que es rentable, sostenible y diferenciado, que genera valor para la organización como para los accionistas, el cual, se relaciona con la capacidad de la empresa para innovar y adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado, por ello, algunas alternativas estratégicas para fomentar el crecimiento empresarial incluyen la diversificación hacia nuevos mercados y la mejora en la eficiencia operativa, haciendo que las empresas opten por expandir su oferta de productos o servicios, porque ingresan en nuevos segmentos de mercado, haciendo que se encuentren capaces de captar una mayor cuota de mercado.

Dentro del crecimiento empresarial podemos destacar lo mencionado por Grover y Medvedev (2019), quien distingue a un grupo de empresas caracterizada por su nivel de crecimiento denominado Empresas de Alto Crecimiento, porque a nivel global, la proporción de Empresas de Alto

Crecimiento, oscila entre el 3% y el 20% del total de empresas, un rango similar al que se observa en países con altos ingresos. Sin embargo, en las economías emergentes, existe una mayor variabilidad en el tamaño, crecimiento y desarrollo de estas empresas, lo que sugiere que la prevalencia de las empresas de alto crecimiento podría ser una característica estadística inherente a la distribución de las tasas de crecimiento empresarial, más que un efecto de factores como los ingresos per cápita o la concentración del mercado, también la relevancia de estas es significativa, ya que generan más de la mitad de los nuevos empleos y ventas en las economías analizadas, siendo cruciales para evitar que el crecimiento neto de empleo y producción sea negativo; también tienen la capacidad de generar efectos positivos secundarios, como la transferencia de conocimientos y la formación de redes, aunque pueden también aumentar la competencia y reducir los precios, pero al comparar las empresas de alto crecimiento, según su crecimiento en empleo o ingresos, los estudios muestran que las conclusiones pueden variar según el país, reflejando la diversidad en los patrones de crecimiento empresarial en todo el mundo.

De igual manera, Blázquez et al. (2006), nos dice que el crecimiento empresarial se refiere a la expansión de una empresa en términos de su capacidad productiva, mercado y dimensiones operativas, abarcando el aumento de ventas y de beneficios, así como de los activos, líneas de productos y la presencia de nuevos mercados, porque sus implicancias son significativas, dado que impactan directamente en la competitividad y sostenibilidad de la organización, puesto a que, un crecimiento sólido puede generar ventajas competitivas y mejorar la percepción de la empresa en el mercado y atraer talento, lo que conllevaría a desafíos que podrían obstaculizar el proceso, por ello, la planificación financiera se vuelve vital para equilibrar la inversión requerida y los recursos disponibles, asegurando que la expansión sea sostenible, porque se deben de considerar cambios organizacionales que acompañen a este crecimiento como la adaptación de estructuras y procesos de dirección, siendo que el crecimiento implica también una respuesta dinámica del entorno, donde las empresas deben de adaptarse a las demandas del mercado y a la competencia, porque no es solo una

cuestión de cantidad, sino también de calidad y estrategia, resaltando por consiguiente la necesidad de un enfoque integral que contemple tanto aspectos cuantitativos como cualitativos para lograr un desarrollo equilibrado y sostenible.

Por otro lado, Canals (2004) menciona que el crecimiento empresarial es fundamental en el contexto actual, donde la globalización y la rápida evolución del mercado crean un entorno altamente competitivo, este proporciona la capacidad de innovar, adaptarse a las demandas cambiantes de los consumidores y mejorar su posicionamiento en el mercado, pero uno de los aspectos más críticos del crecimiento empresarial es su papel en la creación de empleo y el desarrollo económico y las empresas en expansión son responsables de generar nuevos puestos de trabajo, lo que contribuye a la reducción del desempleo y al fortalecimiento de la economía local y nacional, también un crecimiento sostenido puede llevar a mayores inversiones en tecnología, infraestructura y capacitación, lo que a su vez potencia la productividad y la competitividad, asimismo, el crecimiento empresarial también es un indicador de la salud y viabilidad a largo plazo de una organización, porque cuando una empresa logra crecer de manera sostenida, demuestra su capacidad para satisfacer las necesidades de sus clientes y adaptarse a un entorno en constante cambio, esto genera confianza entre los inversores y las partes interesadas, también permite a la empresa acceder a recursos financieros más favorables y a nuevas oportunidades de mercado; también el crecimiento es esencial para la innovación, porque a medida que las empresas crecen tienden a invertir más en investigación y desarrollo, lo que les permite crear nuevos productos y servicios, mejorar sus procesos y, en última instancia, ofrecer mayor valor a sus clientes, cabe mencionar que este ciclo de crecimiento e innovación es crucial para mantenerse relevante en un mercado que avanza rápidamente. Por último, el crecimiento empresarial fomenta una cultura organizacional positiva, porque cuando una empresa crece, también lo hace su capacidad para atraer y retener talento, lo que es esencial para continuar innovando y ofreciendo productos y servicios de calidad.

Menciona Loayza (2008) que el crecimiento económico es un proceso que se refiere al aumento sostenido de la producción de bienes y servicios de un país, medido comúnmente a través del Producto Interno Bruto (PIB). Este fenómeno puede ser impulsado por diversos factores, tales como el aumento de la productividad, la expansión de los recursos humanos y materiales, la inversión en infraestructura, tecnología, y el capital humano, además de las políticas económicas que fomentan la inversión y el emprendimiento, pero el crecimiento puede ser de dos tipos: extensivo, cuando se incrementa la cantidad de recursos productivos, y intensivo, cuando se mejora la eficiencia en el uso de esos recursos, por ello, este tiene efectos positivos, como la mejora en el bienestar de la población, la reducción de la pobreza y el aumento en los ingresos, lo que a su vez puede mejorar el nivel de vida, aunque también puede generar efectos negativos si no se gestiona adecuadamente, como el aumento de la desigualdad social y el impacto ambiental debido al uso insostenible de recursos, pero para que el crecimiento sea verdaderamente beneficioso a largo plazo, es fundamental que se acompañe de políticas que promuevan la equidad, el desarrollo sostenible y la inclusión social, garantizando que los frutos del crecimiento lleguen a todos los sectores de la población, por otro lado, es importante resaltar que el crecimiento económico del Perú en los últimos 45 años ha sido lento y volátil, con un crecimiento del producto interno per cápita de menos del 1% anual en promedio, por debajo de la media latinoamericana y de los países en desarrollo, a pesar de un crecimiento relativamente positivo entre 1960 y 1975, las políticas económicas intervencionistas de los años setenta y ochenta, como la reforma agraria y la expropiación de industrias clave, causaron una caída del crecimiento que culminó en una grave crisis en la segunda mitad de los años ochenta, con una inflación exorbitante y una crisis económica, pero en los años noventa, el país experimentó una recuperación impulsada por políticas de estabilización y reformas estructurales, como la apertura comercial y la reducción de la inflación, lo que permitió un crecimiento sostenido, aunque la bonanza de los últimos años ha dejado problemas estructurales, y el análisis de los determinantes del crecimiento, como las reformas económicas y las condiciones externas, sugiere que el futuro del crecimiento económico

depende de la continuación de estas políticas y de la mejora de áreas como educación e infraestructura.

No obstante, Ranis y Stewart (2002) señalan que el crecimiento económico y el desarrollo humano están estrechamente vinculados, pero no son sinónimos. Mientras que el crecimiento económico se refiere al aumento de la producción de bienes y servicios de un país, el desarrollo humano implica mejorar las oportunidades de las personas para tener una vida más larga, saludable y plena, incluyendo aspectos como salud y educación, también que el crecimiento económico proporciona los recursos necesarios para impulsar el desarrollo humano, y, a su vez, una mejor educación y salud de la población contribuyen a una mayor productividad y, por lo tanto, al crecimiento económico, pero no cualquier tipo de crecimiento económico asegura mejoras en el desarrollo humano, y es necesario garantizar que este crecimiento se distribuya equitativamente para beneficiar a toda la población, asimismo, las políticas públicas deben ser clave en la asignación de recursos a sectores fundamentales como salud y educación, y la participación de la sociedad civil y las organizaciones no gubernamentales también desempeñan un papel importante.

Montuschi (2013) señala que el crecimiento social entendido como el progreso social, está históricamente vinculado al crecimiento económico, ha evolucionado para abarcar un concepto más amplio que incluye cambios positivos en los niveles de vida, bienestar, conocimiento y desarrollo humano. Desde la antigüedad, los pensadores griegos como Aristóteles y Platón identificaron el progreso como un avance hacia metas superiores gracias al esfuerzo humano y la racionalidad, mientras que, en la tradición cristiana, San Agustín lo vinculó a un diseño divino, estructurando el desarrollo en etapas históricas con un destino final ideal, pero con la modernidad, este concepto se secularizó, desplazando la centralidad de lo divino y destacando el papel de la ciencia, la razón y la voluntad humana en el avance continuo hacia una mayor perfección y justicia social, asimismo la imprecisión en su definición y su frecuente confusión con el progreso económico ha estado generando constantes debates sobre cómo medirlo, cuestionándose la dependencia

exclusiva del PIB como indicador, en ese sentido el progreso social implica la acumulación de bienes materiales y también la promoción de equidad, oportunidades y un desarrollo integral que permita a las sociedades y a los individuos alcanzar su potencial pleno, creándose este enfoque multidimensional que enfrenta desafíos como la irracionalidad, las tradiciones restrictivas y la resistencia al cambio, pero continúa siendo un ideal central en la búsqueda de una humanidad más avanzada y equilibrada.

Por su parte, Galindo (2010) dice que el crecimiento social es un proceso integral orientado a mejorar las condiciones de vida de las personas y garantizar su plena participación en los ámbitos económico, político, social y cultural. A lo largo de la historia, su comprensión ha evolucionado desde una visión centrada exclusivamente en el crecimiento económico, predominante en las décadas de los cincuenta y sesenta, hacia un enfoque más amplio que considera el bienestar humano y los derechos sociales como pilares fundamentales, pero este concepto encuentra su sustento en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, que destacó la importancia de la educación, la igualdad, el trabajo digno, la seguridad social y la protección de los derechos fundamentales como elementos esenciales para el desarrollo, aunque en décadas posteriores, las cumbres internacionales, como la Conferencia Mundial sobre Derechos Humanos de Viena (1993) y la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social de Copenhague (1995), destacaron la necesidad de promover la equidad, la inclusión social, la integración de los sectores más vulnerables y el respeto a la diversidad cultural y étnica, por su parte, el crecimiento social también se entiende como un esfuerzo colectivo que involucra al Estado, las instituciones, la sociedad civil y los actores privados, para construir un entorno que favorezca la democracia, la paz, la tolerancia, la sostenibilidad y la reducción de la pobreza, a la vez que busca garantizar la igualdad de oportunidades, fomentar la cohesión social y fortalecer los derechos humanos, con el propósito de alcanzar una sociedad más justa, equitativa y solidaria que permita el pleno desarrollo de las capacidades humanas.

Según Viteri y Franco (2022) el crecimiento organizacional es un proceso integral que permite a las empresas adaptarse a los constantes cambios del entorno mediante la actualización y optimización en áreas clave como la administración, la tecnología, las finanzas y la gestión del talento humano, involucrando la implementación de estrategias orientadas al cambio planificado, la innovación, la gestión del conocimiento y la mejora continua, con el objetivo de optimizar la efectividad y sostenibilidad de las organizaciones, pero según otros el desarrollo organizacional implica ajustes en las estructuras y procesos, un enfoque sistemático que combina las relaciones interpersonales y funcionales de la organización para fortalecer su cultura, fomentar el trabajo en equipo y promover una gestión efectiva de los recursos humanos, reconociendo al talento humano como el eje central, pues a través de la capacitación, el fortalecimiento de competencias y la motivación se impulsa el rendimiento individual y colectivo, contribuyendo al logro de metas organizacionales, contemplando a su vez la integración de todos los miembros al entorno, promoviendo su crecimiento personal y profesional, lo cual es fundamental para garantizar la cohesión interna, la adaptabilidad a los cambios y la superación de retos.

Del mismo modo, Avellaneda y Rojas (2011) explican que el desarrollo organizacional es un proceso complejo que abarca diversas estrategias y métodos destinados a fortalecer la estructura, cultura y operatividad de una empresa, lo que le permite prosperar y adaptarse en un entorno cambiante y competitivo, pero este crecimiento se fundamenta en principios clásicos como los de Fayol, quien subraya la relevancia de planificar, organizar, coordinar, dirigir y supervisar, y se complementa con enfoques actuales como el aprendizaje organizacional de Senge, que incorpora disciplinas como la mejora personal, la creación de modelos mentales, la construcción de una visión compartida, el trabajo en equipo y el pensamiento integral, asimismo, el desarrollo organizacional utiliza herramientas como la gestión del rendimiento y las evaluaciones para potenciar las habilidades humanas, unificando los intereses individuales con las metas corporativas. La implementación de sistemas de calidad como ISO 9001 y BASC impulsa la seguridad y eficacia en las operaciones, mientras que tecnologías como el GPS y los sistemas

logísticos integrados optimizan los servicios y la atención a los clientes y este proceso, basado en una cultura empresarial sólida, comunicación fluida, motivación del personal y fortalecimiento de competencias, orienta a las organizaciones hacia la sostenibilidad y la excelencia.

1.3 Definición de términos básicos

1.3.1 Financiamiento empresarial

Consiste en la obtención de recursos financieros que permiten a las empresas llevar a cabo sus actividades operativas, proyectos o expansiones y puede provenir de fuentes internas, como las ganancias retenidas, o externas, a través de préstamos, créditos, leasing y otros mecanismos (Laudani et al., 2020).

1.3.2 Crecimiento de empresas

Proceso de aumento su tamaño, recursos, capacidades y participación en el mercado, por parte de las empresas y está influenciado por factores internos como la estrategia de adquisición de activos y recursos, así como por factores externos (Ortega et al., 2021).

1.3.3 Rentabilidad empresarial

Capacidad de una empresa para generar un excedente a partir de sus inversiones, también representa el resultado de las actividades económicas de transformación, producción e intercambio que la empresa lleva a cabo (Lizcano, 2004).

1.3.4 Préstamos

Operación financiera en la que, la prestamista entrega al prestatario una cantidad de capital, que debe ser devuelta en uno o varios pagos, junto con los intereses devengados, usualmente son para la financiación de los prestamistas (Redondo, 2018).

1.3.5 Costos financieros

Los costos financieros son los gastos relacionados con la obtención y uso de capital, como intereses de préstamos y comisiones bancarias. Su importancia

radica en su impacto directo en la rentabilidad y viabilidad económica de la empresa (Aprea, 1997).

1.3.6 Historial crediticio

Es un perfil financiero que muestra el récord crediticio necesario en las finanzas de las empresas que actúan como clientes dentro de estas instituciones financieras (Fonseca et al., 2017).

1.3.7 Gestión financiera

Acciones de planificar, organizar y controlar los recursos financieros de una empresa, optimizando su uso para incrementar el valor de la compañía, también que facilita la interpretación de flujos económicos y permite decisiones oportunas. (Acosta et al., 2018).

1.3.8 Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiación son los recursos que las organizaciones obtienen, ya sea internamente como utilidades o externamente como préstamos, acciones, entre otros (Fierro, 2022).

1.3.9 Estrategias financieras

Las estrategias financieras son decisiones clave para gestionar los recursos de una organización, enfocándose en inversión, estructura de capital, rentabilidad y riesgo, con el objetivo de maximizar el valor y asegurar un crecimiento sostenible (Gaytán, 2021).

1.3.10 Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial implica aumentar el tamaño, capacidad o valor de una empresa a lo largo del tiempo y se enfoca en la innovación, adaptación tecnológica y expansión de mercados (Canals, 2000).

1.3.11 Empresas comerciales

Una empresa comercial es aquella que participa en el intercambio de bienes y servicios tanto a nivel local como internacional, pero generalmente busca expandir su presencia en mercados regionales y mundiales, favorecida por

acuerdos comerciales que promueven la libre circulación de productos y capitales (Pico & López, 2006).

1.3.12 Inversión empresarial

La inversión empresarial se refiere a la acumulación de capital fijo, como maquinaria, equipo y construcciones, que las empresas emplean para llevar a cabo sus procesos productivos y es clave para aumentar la capacidad productiva de una firma, al permitirle elevar su nivel de producción y contratar otros factores de producción (Arroyo et al., 2008).

CAPÍTULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS

2.1 Variables y su operacionalización

Variable 1

X₁. Financiamiento empresarial

Variable 2

X₂. Crecimiento económico, de mercado y organizacional de empresas

2.1.2 Definiciones Conceptual

Financiamiento empresarial

Según Cevallos et al., (2021), el financiamiento empresarial se refiere al mecanismo mediante el cual se asegura la viabilidad y sostenibilidad de un proyecto, negocio o emprendimiento, mediante la provisión de recursos de capital, como dinero o crédito.

Crecimiento de empresas

De acuerdo con Aguilera y Puerto (2012), el crecimiento empresarial es un fenómeno multifacético que conlleva un proceso de ajuste a las transformaciones del entorno, reflejado en la acumulación de capital tanto físico como humano, además de una organización y estructura interna bien desarrolladas.

2.1.3 Definiciones operacionales

Financiamiento empresarial

La variable será medida considerando las dimensiones de proceso financiamiento, uso de financiamiento, costo de financiamiento y confianza de financiamiento.

Crecimiento de empresas

La variable será medida considerando las dimensiones de crecimiento económico, crecimiento social y crecimiento organizacional.

2.1.4 Indicadores

- Proceso financiamiento
- Uso de financiamiento
- Costo de financiamiento
- Confianza de financiamiento
- Crecimiento económico
- Crecimiento de mercado
- Crecimiento organizacional

2.1.5 Ítems

Proceso financiamiento	1, 2, 3 y 4
• Uso de financiamiento	5, 6, 7 y 8
• Costo de financiamiento	9, 10, 11 y 12
• Confianza de financiamiento	13, 14 y 15
• Crecimiento económico	16, 17, 18, 19 y 20
• Crecimiento de mercado	21, 22, 23, 24 y 25
• Crecimiento organizacional	26, 27, 28, 29 y 30

2.1.6 Instrumento

Cuestionario de preguntas

2.2 Formulación de la hipótesis

2.2.1 Hipótesis General

El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento económico, de mercado y organizacional en empresas comerciales en la provincia de Maynas año 2025.

2.2.2 Hipótesis Específicas

- a) El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento económico en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.
- b) El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento del mercado en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.
- c) El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento organizacional en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.

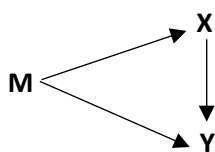
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

El estudio fue de enfoque cuantitativo, Hernández et al., (2014) sostienen que los estudios cuantitativos se caracterizaron por el empleo de datos numéricos y el uso de herramientas estadísticas para analizar relaciones entre variables, con el propósito de establecer patrones, probar hipótesis y generalizar resultados. Este enfoque buscó garantizar la objetividad y la replicabilidad, enfatizando la precisión y el control en el diseño y ejecución de los estudios.

El tipo de estudio fue el observacional, para Hernández et al., (2014) explican que el investigador no manipuló directamente las variables, sino que se limitó a observar y registrar los fenómenos tal como ocurren en su entorno natural. Este tipo de estudios fue común en investigaciones donde las condiciones experimentales no son éticamente viables o técnicamente posibles, y permitió obtener datos valiosos para comprender fenómenos en contextos reales.

El diseño de estudio fue el no experimental de nivel causal, según Hernández et al., (2014), los diseños no experimentales de nivel causal se enfocaron en identificar relaciones de causa-efecto entre variables sin intervenir directamente en las condiciones del estudio.



Donde:

M: Muestra

X: Variable independiente

Y: Variable Dependiente

➔: Causa efecto

3.2 Población y muestra

Tamaño de la población de estudio

La población de estudio estuvo constituida por 9,000 empresas comerciales de la ciudad de Iquitos.

Tamaño de la Muestra de estudio

La muestra estuvo constituida por 106 empresas comerciales de la ciudad de Iquitos, la cual fue calculada mediante fórmula estadística:

Donde:

Z: Nivel de confianza establecido 90% (Z=1.645)

P: Proporción de la población 50% (P= 0.50)

E: Error de estimación 8% (E= 0.08)

N: Población considerada (N= 9,000)

Cálculo:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)(N)}{E^2(N - 1) + Z^2(P)(1 - P)}$$
$$n = \frac{1.65^2 \times 0.5(1 - 0.50)(9,000)}{0.08^2(9,000 - 1) + 1.645^2(0.5)(1 - 0.50)}$$
$$n = 106$$

Tipo de Muestreo y Procedimiento de selección de la muestra

El muestro fue el probabilístico de tipo aleatorio simple.

Criterios de selección

Se incluyeron a todas las empresas con actividades económicas en los últimos 2 años.

Se excluyó a empresas con menos de 2 años de actividades económicas.

3.3 Técnicas e instrumentos

Para el estudio se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó al cuestionario de tipo de Likert con 30 afirmaciones relacionadas a las variables.

Confiabilidad del instrumento

Al someter a una prueba estadística de fiabilidad del instrumento utilizando el Alfa de Cronbach, con índice de 0.919, lo cual indica que el instrumento utilizado posee una consistencia interna muy alta, por lo que los ítems del cuestionario están altamente correlacionados entre sí y, por tanto, miden de manera coherente la variable.

3.4 Procesamiento de recolección de datos

Para asegurar la validez y la ética en el proceso, se tomaron medidas que incluyó la obtención de permisos correspondientes, para tal efecto se implementaron las siguientes acciones:

1. Se hizo la solicitud de la autorización a cada empresa que garantizó así el respaldo del estudio para la ejecución del estudio.
2. Se socializó los alcances del estudio a los representantes de cada empresa y se absolvieron las dudas.
3. Se minimizó cualquier interferencia en las actividades económicas para el correcto llenado del cuestionario.
4. Se verificó el correcto llevado del cuestionario.
5. Los datos se registraron en una hoja de cálculo para su posterior análisis.

3.5 Técnicas de procesamientos y análisis de los datos

El procedimiento se llevó a cabo utilizando los resultados obtenidos mediante una herramienta de investigación diseñada específicamente para medir la variable en estudio. El desarrollo del proceso siguió los siguientes pasos:

1. Se creó una base de datos asociada a la variable, con el propósito de facilitar la exploración de la información y garantizar su utilidad y comprensión en etapas posteriores.

2. Los datos fueron procesados utilizando el software Microsoft Excel Office.
3. Los resultados recopilados a través de la encuesta fueron presentados en formatos de tablas y gráficos.
4. Se aplicó una regresión lineal para analizar la influencia entre variables.
5. Finalmente, los datos obtenidos fueron descritos y reflejados en el informe final.

3.6 Aspectos Éticos

Esta investigación se llevó a cabo asegurando el anonimato de los participantes y fue utilizada exclusivamente con fines académicos. Asimismo, los datos solicitados no comprometieron la confiabilidad de la información sensible de las empresas involucradas, y el tema abordado no presentó ningún tipo de conflicto ético.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

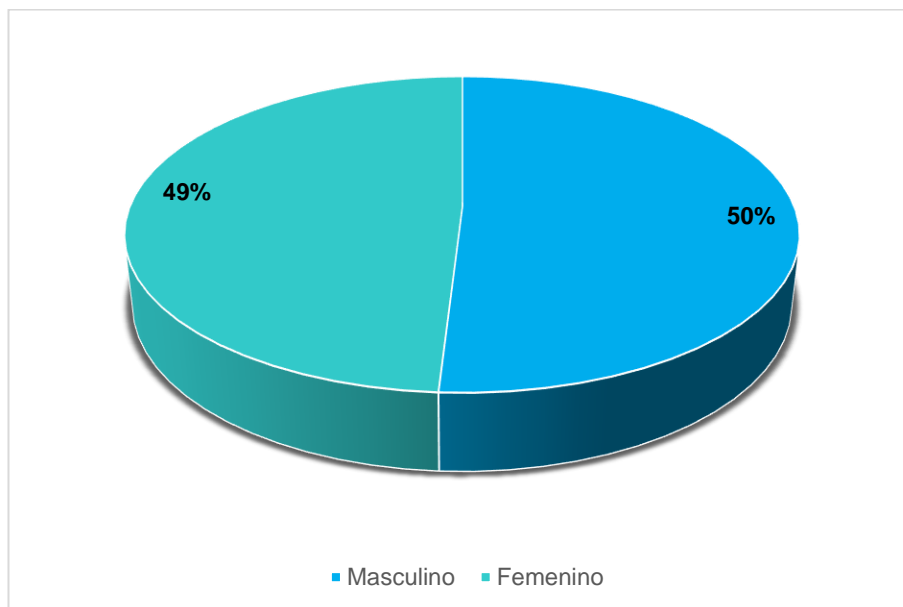
4.1 Caracterización de participantes

Tabla 1 Género de participantes

Género de participantes	Frecuencia	%
Masculino	54	50%
Femenino	52	49%
Total	106	99%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 1 Género de participantes



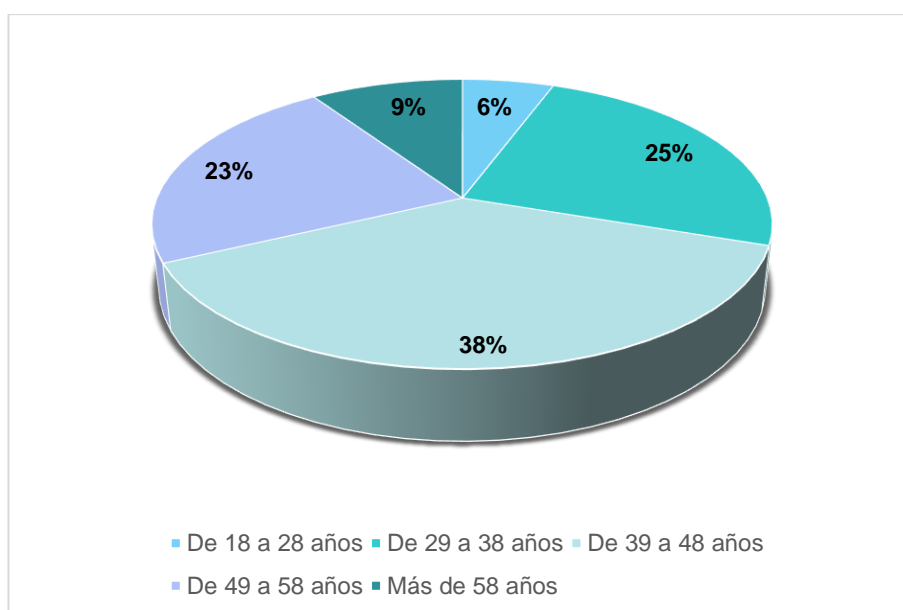
La distribución de género entre los participantes muestra un equilibrio notable, con 54 personas identificadas como masculinas, lo que representa el 50 % del total, y 52 como femeninas, equivalentes al 49 %. La diferencia de apenas 1 % indica una participación casi equitativa entre ambos géneros, lo que contribuye a la representatividad de la muestra y reduce la posibilidad de sesgos asociados al género en el análisis de los resultados.

Tabla 2 Grupo Etario

Grupo etario de los participantes	Frecuencia	%
De 18 a 28 años	6	6%
De 29 a 38 años	26	25%
De 39 a 48 años	40	38%
De 49 a 58 años	24	23%
Más de 58 años	10	9%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 2 Grupo Etario



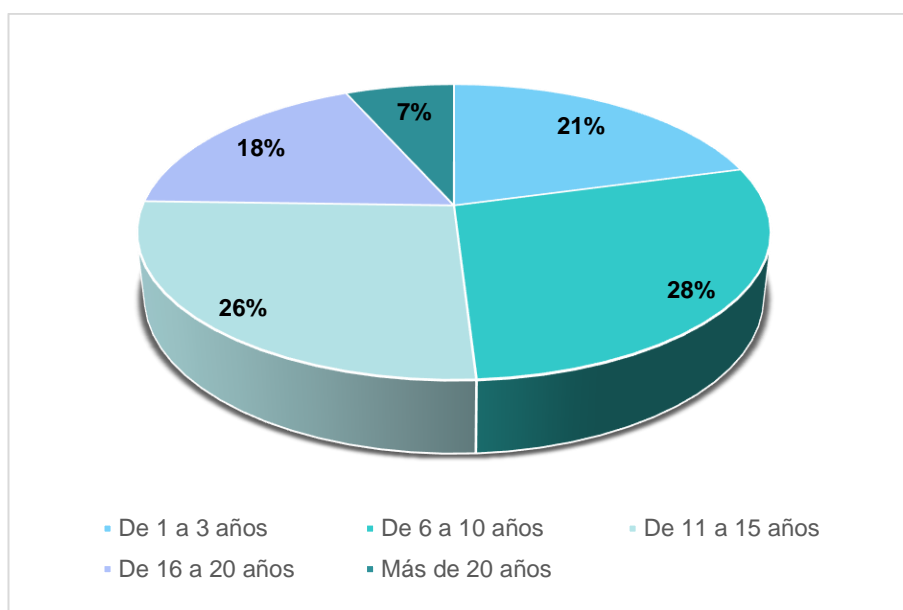
La distribución por grupo etario de los participantes revela una mayor concentración en el rango de 39 a 48 años con 40 personas, lo que representa el 38 %. Le siguen los grupos de 29 a 38 años con 26 participantes equivalentes al 25 %, y de 49 a 58 años con 24 participantes que constituyen el 23 %. Los grupos con menor representación son los mayores de 58 años con diez participantes que representan el 9 %, y el grupo de 18 a 28 años con 6 participantes correspondientes al 6 %. Este perfil etario indica una muestra predominantemente adulta en edad media, lo cual puede influir en los resultados si el estudio está relacionado con variables asociadas a la etapa de vida o experiencia profesional.

Tabla 3 Años de funcionamiento en la empresa

Años de funcionamiento en la empresa	Frecuencia	%
De 1 a 3 años	22	21%
De 6 a 10 años	30	28%
De 11 a 15 años	28	26%
De 16 a 20 años	19	18%
Más de 20 años	7	7%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 3 Años de funcionamiento en la empresa



La distribución según los años de funcionamiento en la empresa muestra que la mayor proporción de participantes tiene entre seis y diez años de antigüedad, con 30 personas que representan el 28 %. Le siguen quienes tienen entre 11 y 15 años con 28 participantes equivalentes al 26 %, y de uno a tres años con 22 participantes que constituyen el 21 %. Los grupos con menor representación son los de 16 a 20 años con 19 participantes que representan el 18 %, y los de más de 20 años con siete participantes correspondientes al 7 %. Este patrón refleja una muestra con predominancia de empleados con experiencia intermedia, lo cual puede aportar una perspectiva consolidada y balanceada en relación con los procesos organizacionales.

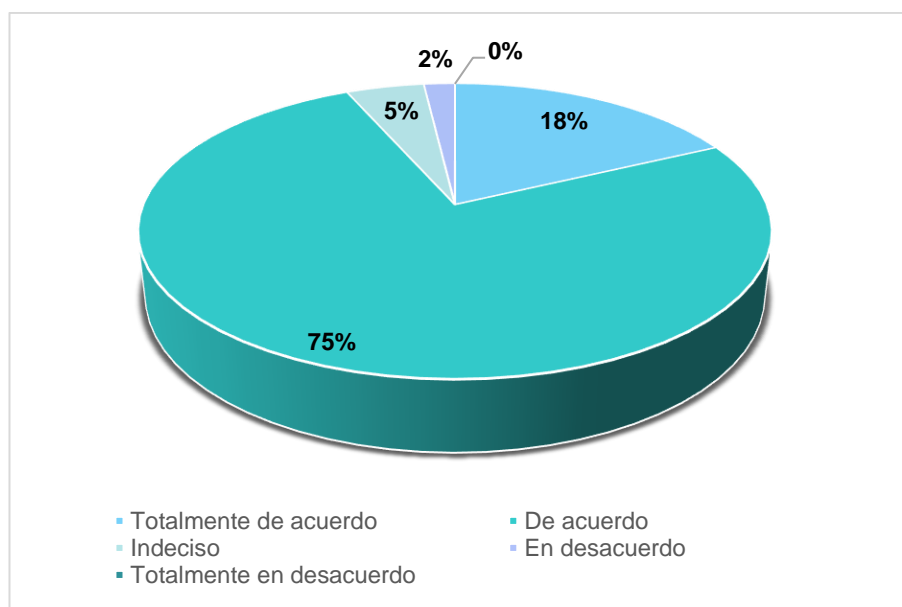
4.2 Análisis descriptivo de la variable financiamiento empresarial

Tabla 4 Solicitud de financiamiento claro y estructurado

El proceso de solicitud de financiamiento en mi empresa es claro y bien estructurado	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	19	18%
De acuerdo	80	75%
Indeciso	5	5%
En desacuerdo	2	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 4 Solicitud de financiamiento claro y estructurado



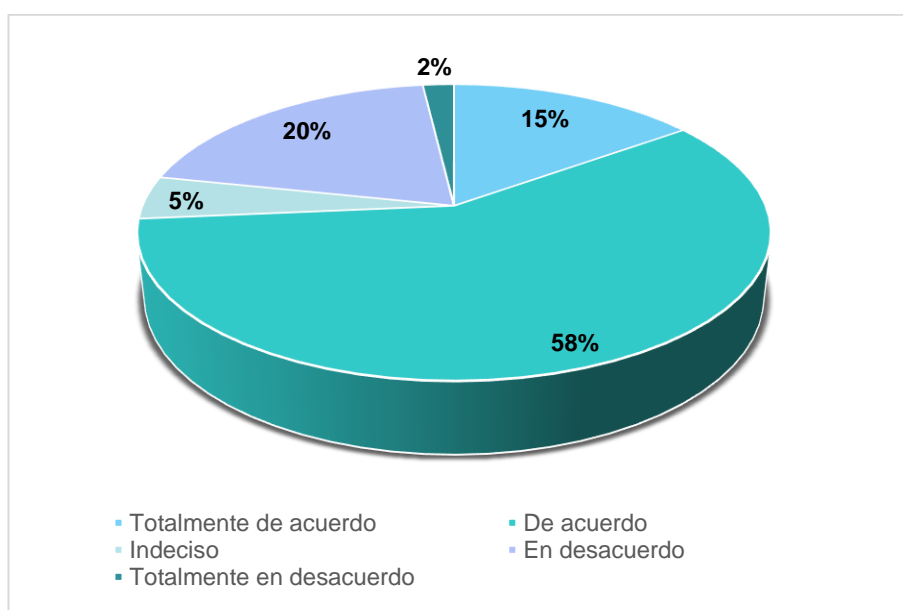
La percepción sobre la claridad y estructuración del proceso de solicitud de financiamiento en la empresa es mayoritariamente positiva. El 75 % de los participantes indicó estar de acuerdo y un 18 % totalmente de acuerdo, sumando un 93 % con valoración favorable. Solo el 5 % se mostró indeciso, mientras que el 2 % expresó desacuerdo y ningún participante se manifestó totalmente en desacuerdo. Estos resultados evidencian un alto nivel de satisfacción con el proceso, lo que sugiere que la empresa ha logrado establecer procedimientos comprensibles y organizados en esta área clave.

Tabla 5 Requisitos financieros accesibles y reales

Los requisitos exigidos por las entidades financieras son accesibles y acordes a la realidad empresarial	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	16	15%
De acuerdo	62	58%
Indeciso	5	5%
En desacuerdo	21	20%
Totalmente en desacuerdo	2	2%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 5 Requisitos financieros accesibles y reales



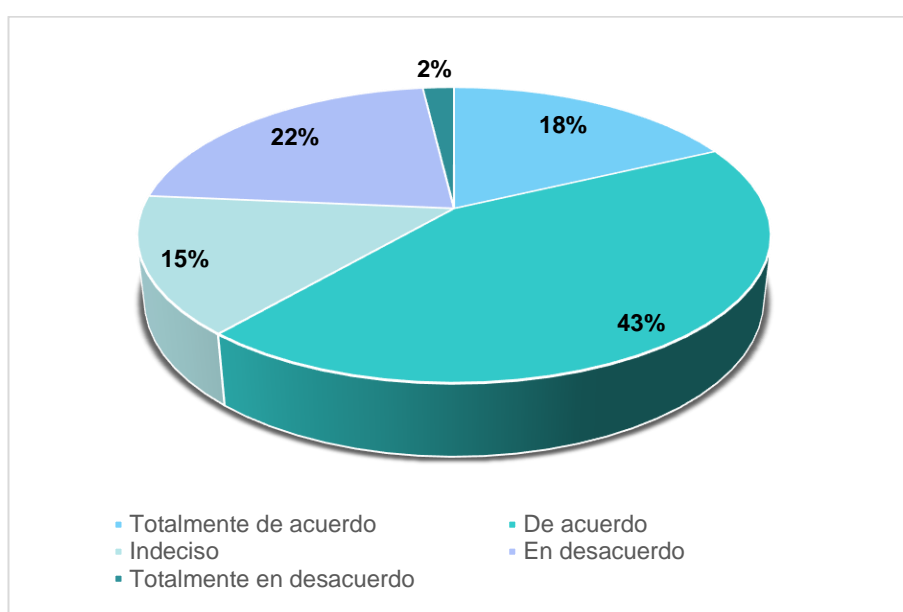
La valoración sobre la accesibilidad y adecuación de los requisitos exigidos por las entidades financieras refleja una tendencia mayoritariamente favorable. El 58 % de los participantes está de acuerdo y el 15 % totalmente de acuerdo, sumando un 73 % con opinión positiva. Un 5 % se mantiene indeciso, mientras que un 20 % está en desacuerdo y un 2 % totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que, aunque la mayoría considera razonables los requisitos financieros, existe una proporción significativa de participantes que percibe barreras, lo cual sugiere la necesidad de revisar ciertos criterios para asegurar mayor alineación con las condiciones reales del entorno empresarial.

Tabla 6 Tiempo de aprobación adecuado

El tiempo de aprobación del financiamiento es adecuado para las necesidades de la empresa	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	19	18%
De acuerdo	46	43%
Indeciso	16	15%
En desacuerdo	23	22%
Totalmente en desacuerdo	2	2%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 6 Tiempo de aprobación adecuado



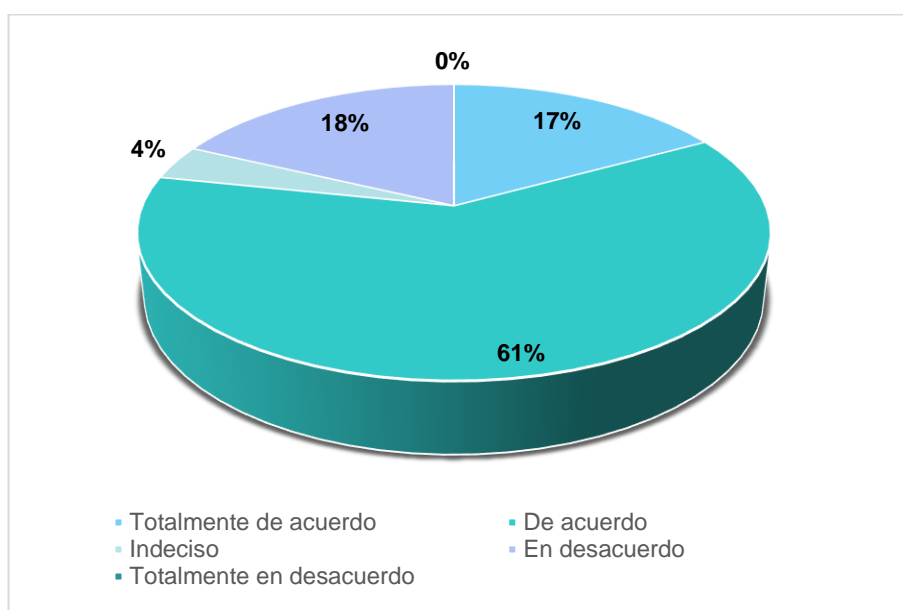
La percepción sobre la adecuación del tiempo de aprobación del financiamiento presenta una distribución de opiniones más equilibrada. El 43 % de los participantes está de acuerdo y el 18 % totalmente de acuerdo, totalizando un 61 % con una valoración positiva. Sin embargo, un 15 % se muestra indeciso, mientras que un 22 % está en desacuerdo y un 2 % totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan que, si bien una mayoría considera adecuado el tiempo de aprobación, una proporción considerable manifiesta incertidumbre o insatisfacción, lo que sugiere la existencia de oportunidades de mejora en la eficiencia del proceso para atender de forma más oportuna las necesidades empresariales.

Tabla 7 Acceso fácil a información sobre financiamiento

El acceso a información sobre financiamiento empresarial es suficiente y fácil de comprender	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	18	17%
De acuerdo	65	61%
Indeciso	4	4%
En desacuerdo	19	18%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 7 Acceso fácil a información sobre financiamiento



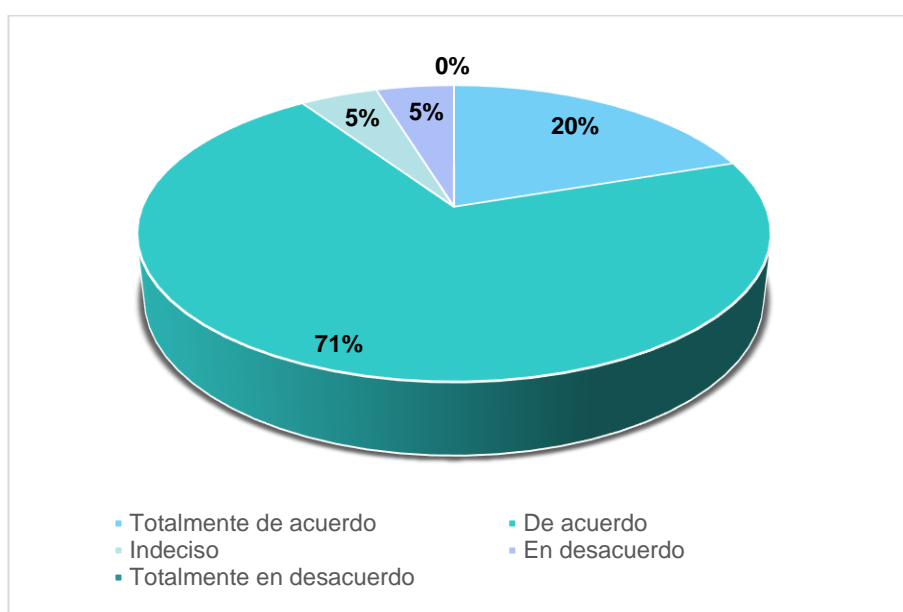
La opinión sobre el acceso a información relacionada con financiamiento empresarial es predominantemente positiva. El 61 % de los participantes está de acuerdo y el 17 % totalmente de acuerdo, lo que representa un 78 % con una percepción favorable. Un 4 % se mantiene indeciso, mientras que el 18 % está en desacuerdo y no se registraron respuestas en total desacuerdo. Estos resultados indican que la mayoría considera que la información disponible es suficiente y comprensible, aunque una proporción no menor percibe limitaciones, lo que sugiere la necesidad de reforzar la claridad y disponibilidad de contenidos financieros para garantizar un acceso más inclusivo y efectivo.

Tabla 8 Financiamiento para el crecimiento empresarial

El financiamiento obtenido se destina principalmente a inversiones que fortalecen el crecimiento de la empresa	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	21	20%
De acuerdo	75	71%
Indeciso	5	5%
En desacuerdo	5	5%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 8 Financiamiento para el crecimiento empresarial



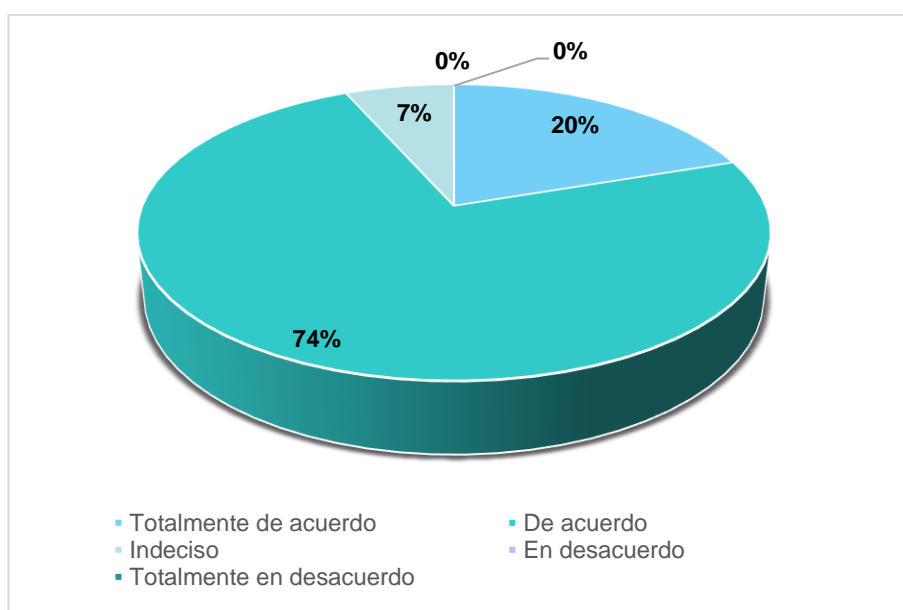
La mayoría de los participantes considera que el financiamiento obtenido se destina principalmente a inversiones que fortalecen el crecimiento de la empresa, con un 71 % que está de acuerdo y un 20 % totalmente de acuerdo, sumando un 91 % de opiniones favorables. Un 5 % se mantiene indeciso y otro 5 % está en desacuerdo, mientras que no se registraron respuestas de total desacuerdo. Estos resultados reflejan una gestión eficiente del financiamiento enfocada en el desarrollo empresarial, lo que puede favorecer la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo.

Tabla 9 Crédito para la productividad y competitividad

El crédito es utilizado estratégicamente para mejorar la productividad y competitividad de la empresa	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	21	20%
De acuerdo	78	74%
Indeciso	7	7%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 9 Crédito para la productividad y competitividad



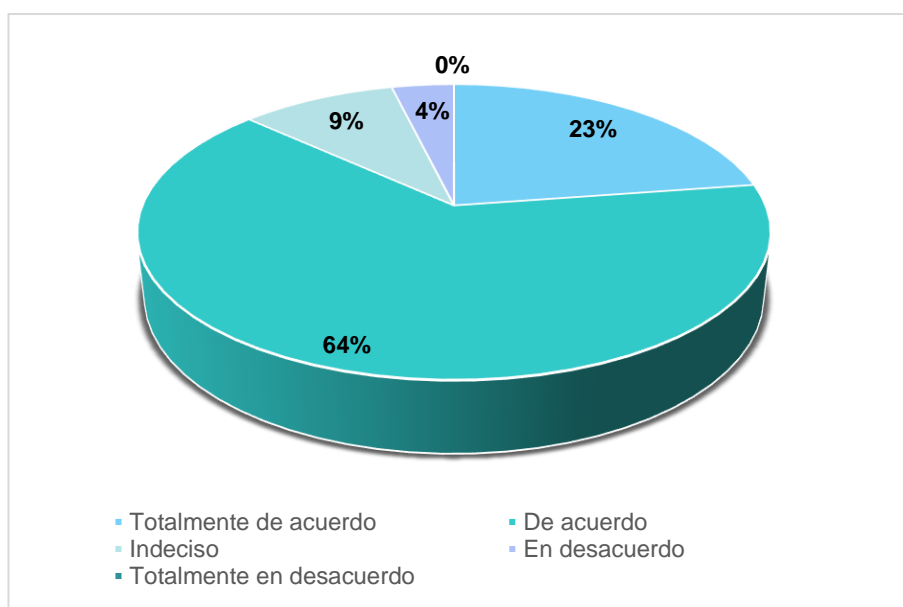
La utilización del crédito en la empresa es percibida mayoritariamente como una herramienta estratégica para mejorar la productividad y competitividad. El 74 % de los participantes está de acuerdo y el 20 % totalmente de acuerdo, alcanzando un 94 % de valoración positiva. Un 7 % se mantiene indeciso y no se registraron opiniones en desacuerdo ni en total desacuerdo. Estos resultados evidencian un uso consciente y orientado del crédito hacia objetivos clave del desarrollo empresarial, lo que indica una gestión financiera alineada con la mejora continua y la sostenibilidad competitiva.

Tabla 10 Políticas claras para el financiamiento

Existen políticas claras dentro de la empresa para la administración eficiente del financiamiento recibido	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	24	23%
De acuerdo	68	64%
Indeciso	10	9%
En desacuerdo	4	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 10 Políticas claras para el financiamiento



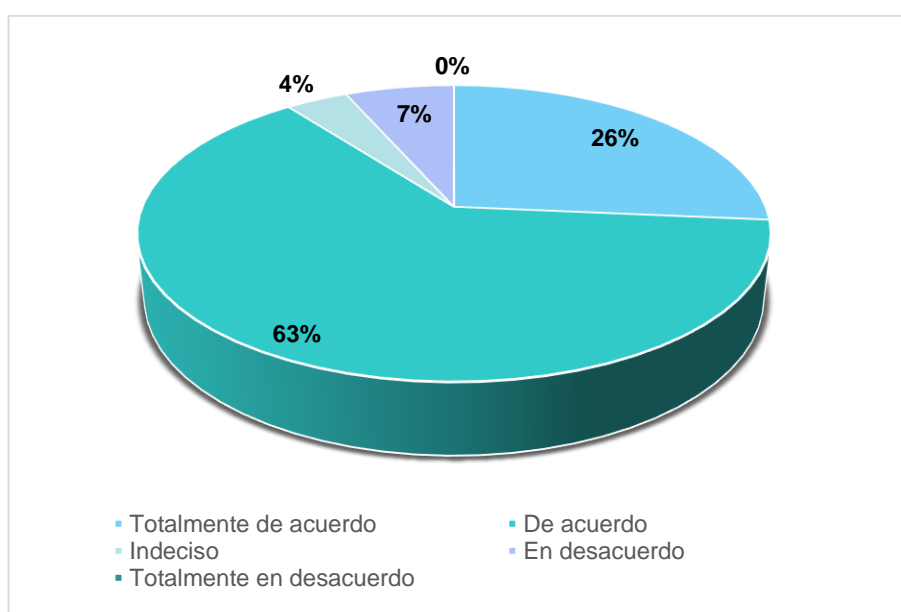
La mayoría de los participantes considera que existen políticas claras dentro de la empresa para la administración eficiente del financiamiento recibido, con un 64 % de respuestas de acuerdo y un 23 % totalmente de acuerdo, lo que representa un 87 % de percepción positiva. Un 9 % se mantiene indeciso y un 4 % está en desacuerdo, sin registros de total desacuerdo. Estos resultados sugieren que la empresa cuenta con lineamientos bien definidos para la gestión del financiamiento, lo que favorece un uso responsable y alineado con los objetivos organizacionales.

Tabla 11 Mejor infraestructura y tecnología

El financiamiento ha permitido mejorar la infraestructura y adquisición de tecnología en la empresa	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	28	26%
De acuerdo	67	63%
Indeciso	4	4%
En desacuerdo	7	7%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 11 Mejor infraestructura y tecnología



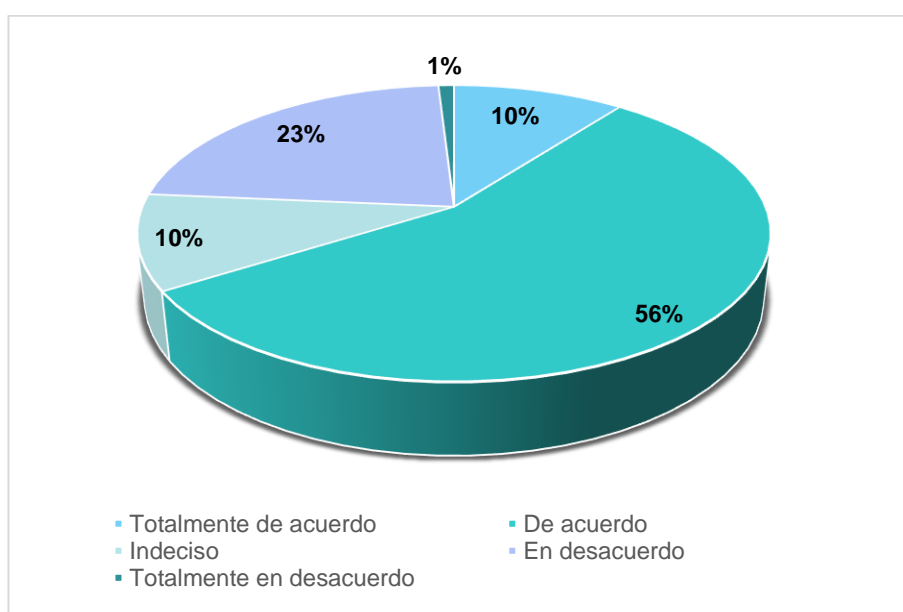
El financiamiento ha contribuido significativamente a la mejora de la infraestructura y adquisición de tecnología en la empresa, según la percepción de los participantes. Un 63 % está de acuerdo y un 26 % totalmente de acuerdo, sumando un 89 % con valoración positiva. El 4 % se mantiene indeciso y un 7 % está en desacuerdo, sin respuestas en total desacuerdo. Estos resultados indican que el financiamiento ha sido un factor clave para la modernización y fortalecimiento de los recursos materiales y tecnológicos, aunque existe una minoría que percibe limitaciones en este aspecto.

Tabla 12 Tasas de interés accesibles

Las tasas de interés de los créditos empresariales son accesibles y no representan una carga excesiva	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	11	10%
De acuerdo	59	56%
Indeciso	11	10%
En desacuerdo	24	23%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 12 Tasas de interés accesibles



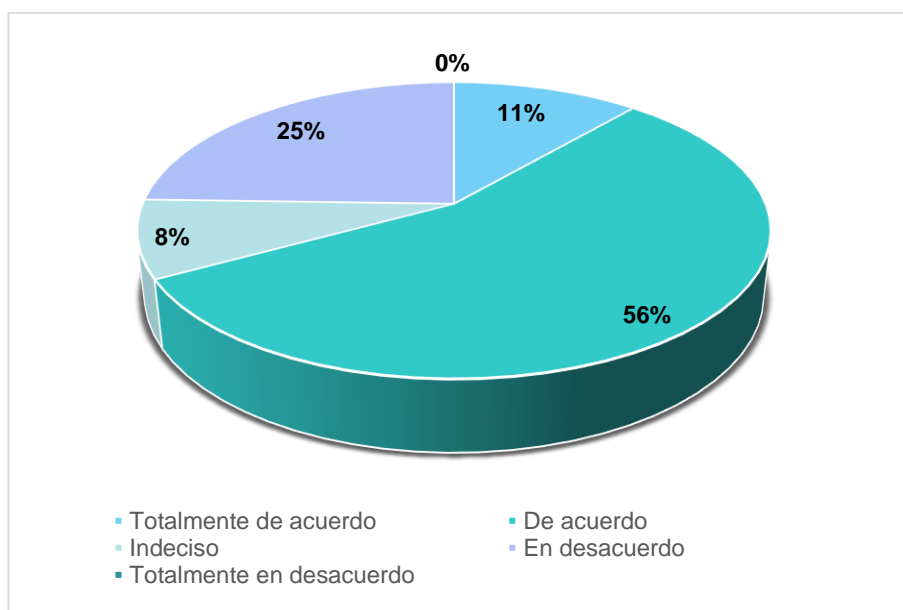
La percepción sobre la accesibilidad de las tasas de interés de los créditos empresariales es mayoritariamente favorable, con un 56 % de participantes que está de acuerdo y un 10 % totalmente de acuerdo, sumando un 66 % de opiniones positivas. Un 10 % se mantiene indeciso, mientras que un 23 % está en desacuerdo y un 1 % totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan que, aunque la mayoría considera las tasas razonables, una proporción significativa percibe que representan una carga financiera considerable, lo que podría afectar la capacidad de endeudamiento y sostenibilidad económica de la empresa.

Tabla 13 Costos razonables y transparentes

Los costos administrativos asociados al financiamiento son razonables y transparentes	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	12	11%
De acuerdo	59	56%
Indeciso	9	8%
En desacuerdo	26	25%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 13 Costos razonables y transparentes



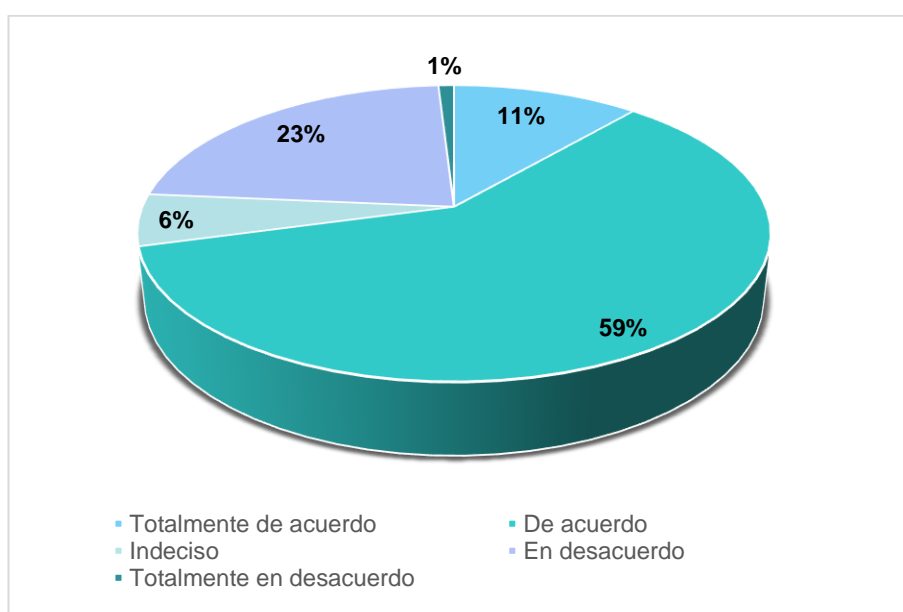
La mayoría de los participantes considera que los costos administrativos asociados al financiamiento son razonables y transparentes, con un 56 % de acuerdo y un 11 % totalmente de acuerdo, sumando un 67 % de valoración positiva. Un 8 % se mantiene indeciso, mientras que un 25 % está en desacuerdo y no se registraron respuestas de total desacuerdo. Estos resultados indican que, aunque la percepción general es favorable, existe una proporción significativa que cuestiona la razonabilidad y transparencia de los costos, lo que sugiere la necesidad de mejorar la comunicación y gestión en este aspecto.

Tabla 14 Cuotas y plazos según capacidad financiera

El pago de cuotas y plazos de financiamiento es adecuado a la capacidad financiera de la empresa	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	12	11%
De acuerdo	63	59%
Indeciso	6	6%
En desacuerdo	24	23%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 14 Cuotas y plazos según capacidad financiera



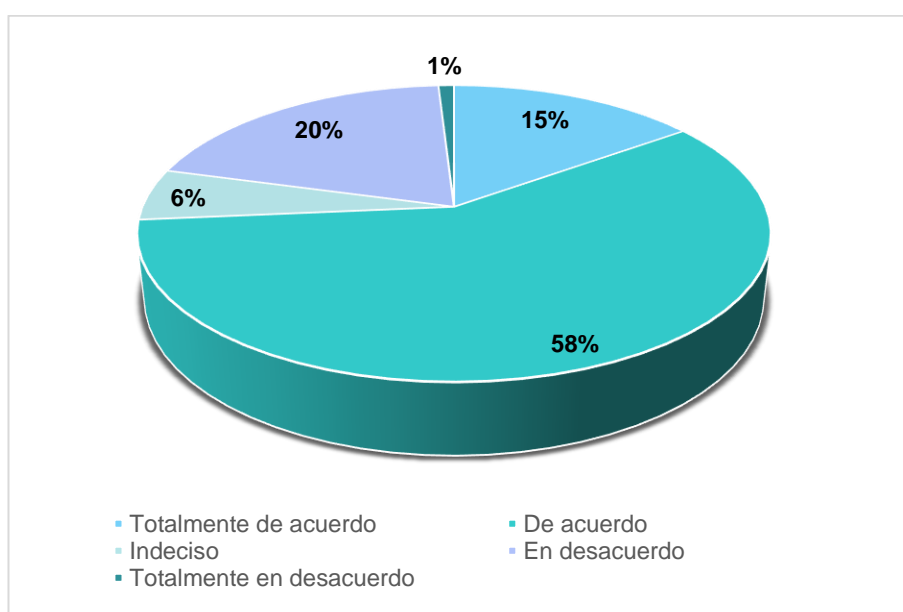
La percepción sobre la adecuación de los pagos y plazos de financiamiento a la capacidad financiera de la empresa es mayoritariamente positiva, con un 59 % de participantes que está de acuerdo y un 11 % totalmente de acuerdo, lo que representa un 70 % de opiniones favorables. Un 6 % se mantiene indeciso, mientras que un 23 % está en desacuerdo y un 1 % totalmente en desacuerdo. Estos resultados evidencian que, aunque la mayoría considera que los términos del financiamiento son adecuados, una proporción relevante de participantes enfrenta dificultades, lo que sugiere la conveniencia de revisar y ajustar los esquemas de pago para mejorar su alineación con la realidad financiera de las empresas.

Tabla 15 Financiamiento sin comprometer la rentabilidad

La empresa puede acceder a financiamiento sin comprometer excesivamente su rentabilidad	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	16	15%
De acuerdo	62	58%
Indeciso	6	6%
En desacuerdo	21	20%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 15 Financiamiento sin comprometer la rentabilidad



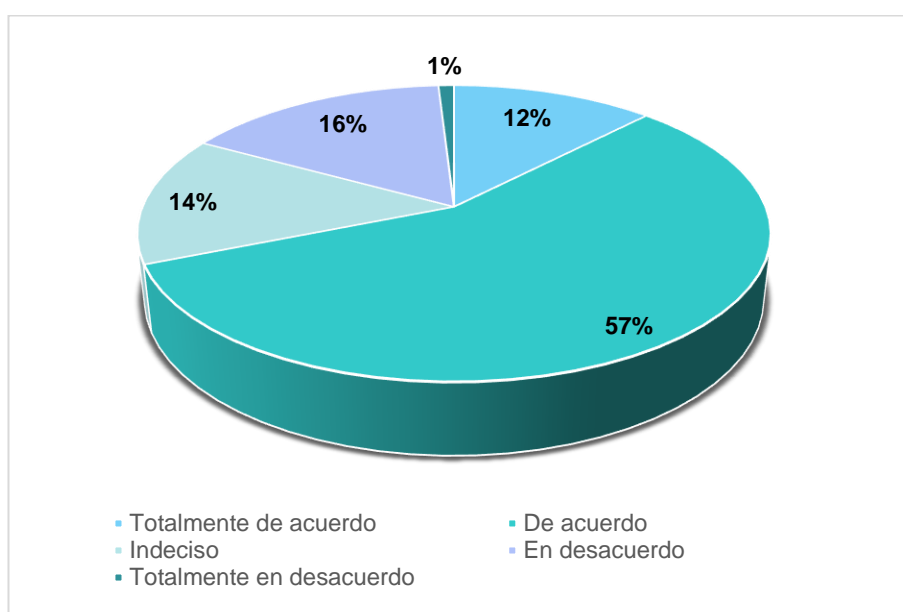
El 15% manifestó estar totalmente de acuerdo con que la empresa puede acceder a financiamiento sin comprometer excesivamente su rentabilidad, mientras que el 58% se mostró de acuerdo, conformando una mayoría con percepción positiva. Un 6% se declaró indeciso, evidenciando cierta neutralidad o falta de información. Por otro lado, el 20% expresó estar en desacuerdo, lo que refleja una preocupación relevante, y el 1% restante indicó estar totalmente en desacuerdo, representando una postura crítica minoritaria. Estos datos sugieren que, aunque la mayoría percibe una adecuada capacidad de financiamiento sin afectar la rentabilidad, existe un sector significativo que manifiesta dudas o inquietudes, lo que podría indicar la necesidad de mejorar la comunicación o fortalecer la estructura financiera para asegurar la confianza plena de todos los stakeholders.

Tabla 16 Condiciones justas y equitativas para empresas

Confío en que las entidades financieras ofrecen condiciones justas y equitativas para el financiamiento empresarial	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	13	12%
De acuerdo	60	57%
Indeciso	15	14%
En desacuerdo	17	16%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 16 Condiciones justas y equitativas para empresas



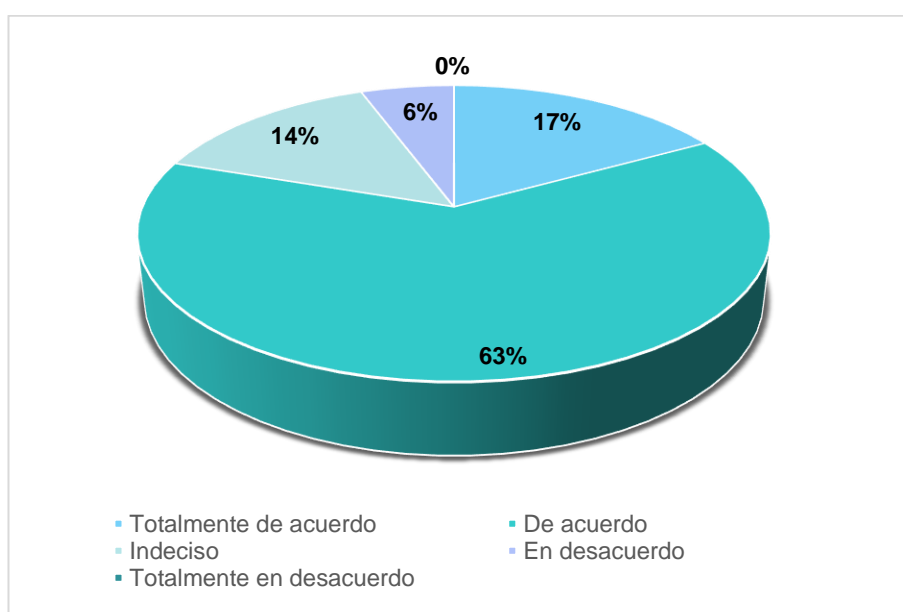
El 12% manifestó estar totalmente de acuerdo con que las entidades financieras ofrecen condiciones justas y equitativas para el financiamiento empresarial, mientras que el 57% se mostró de acuerdo, sumando una mayoría que confía en dichas condiciones. Un 14% se declaró indeciso, lo que refleja incertidumbre o falta de información clara sobre el tema. Por otro lado, el 16% expresó estar en desacuerdo y el 1% totalmente en desacuerdo, indicando que un sector importante de los encuestados percibe injusticias o desequilibrios en las condiciones ofrecidas. Este panorama sugiere que, aunque predomina la confianza en las entidades financieras, persisten dudas y percepciones negativas.

Tabla 17 Acceso constante a financiamiento

La empresa tiene acceso constante a financiamiento cuando lo necesita para su crecimiento	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	18	17%
De acuerdo	67	63%
Indeciso	15	14%
En desacuerdo	6	6%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 17 Acceso constante a financiamiento



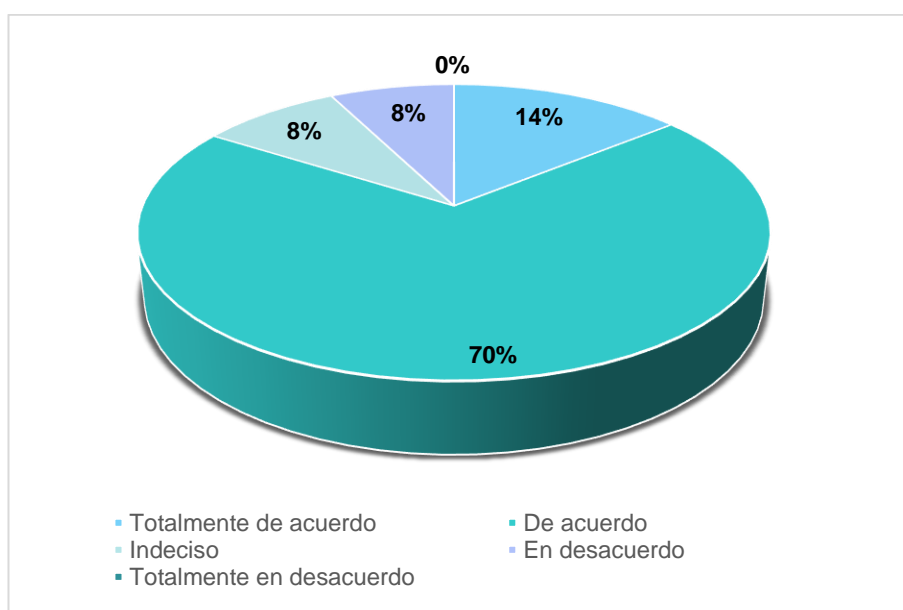
El 17% expresó estar totalmente de acuerdo con que la empresa tiene acceso constante a financiamiento cuando lo necesita para su crecimiento, mientras que el 63% se mostró de acuerdo, consolidando una percepción mayoritariamente favorable sobre la disponibilidad de recursos financieros. Un 14% se declaró indeciso, lo que sugiere cierto grado de incertidumbre o desconocimiento sobre el acceso efectivo al financiamiento. Solo un 6% manifestó estar en desacuerdo y ningún encuestado indicó estar totalmente en desacuerdo. Este resultado refleja una alta confianza en la capacidad de la empresa para financiar su crecimiento oportunamente, aunque el porcentaje de indecisos destaca la necesidad de fortalecer la comunicación interna o mejorar la visibilidad sobre los mecanismos de acceso a fondos.

Tabla 18 Estabilidad y seguridad a largo plazo

Las fuentes de financiamiento disponibles ofrecen estabilidad y seguridad a largo plazo	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	15	14%
De acuerdo	74	70%
Indeciso	9	8%
En desacuerdo	8	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 18 Estabilidad y seguridad a largo plazo



El 14% indicó estar totalmente de acuerdo con que las fuentes de financiamiento disponibles ofrecen estabilidad y seguridad a largo plazo, mientras que el 70% se mostró de acuerdo, lo que representa una mayoría sólida con una percepción positiva. Un 8% se declaró indeciso, evidenciando cierta falta de certeza sobre la solidez de dichas fuentes, y otro 8% manifestó estar en desacuerdo, sin registrarse respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Este conjunto de datos refleja una alta confianza en la estabilidad financiera a largo plazo proporcionada por las fuentes actuales, aunque el nivel de indecisión y desacuerdo, aunque minoritario, señala que aún hay espacio para fortalecer la credibilidad o la comunicación sobre las garantías que respaldan esos mecanismos de financiamiento.

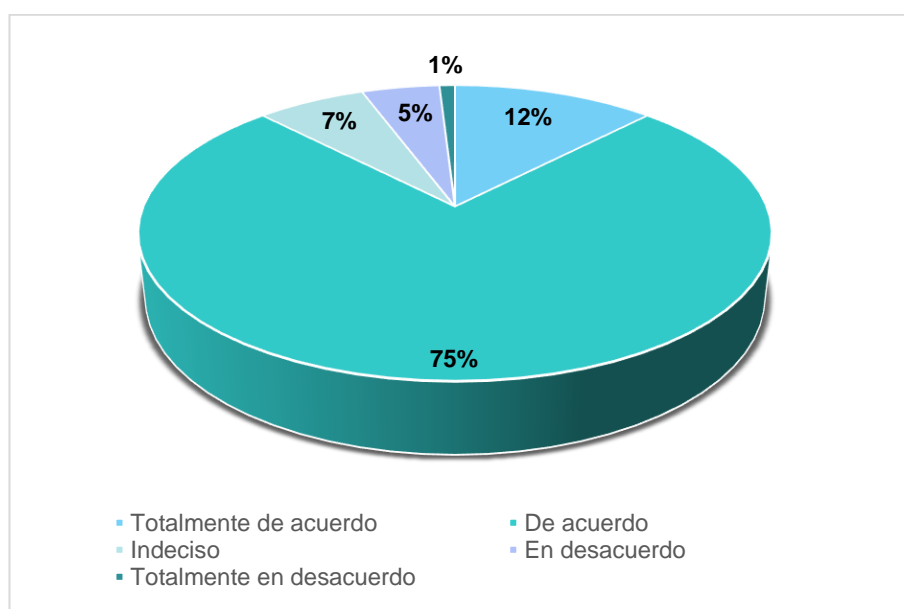
4.3 Análisis descriptivo de la variable crecimiento de empresas

Tabla 19 Incremento de ingresos y rentabilidad

La empresa ha incrementado sus ingresos y rentabilidad en los últimos años	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	13	12%
De acuerdo	80	75%
Indeciso	7	7%
En desacuerdo	5	5%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 19 Incremento de ingresos y rentabilidad



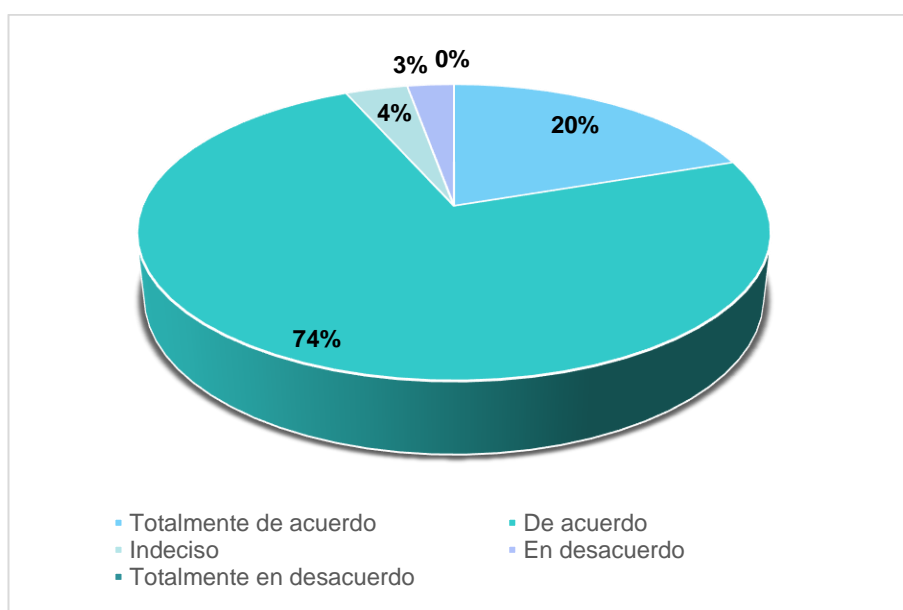
El 12% indicó estar totalmente de acuerdo con que la empresa ha incrementado sus ingresos y rentabilidad en los últimos años, mientras que el 75% se mostró de acuerdo, reflejando una percepción ampliamente positiva del desempeño financiero. Un 7% se declaró indeciso, lo cual podría evidenciar falta de información o conocimiento limitado sobre los resultados económicos. En el extremo opuesto, el 5% manifestó estar en desacuerdo y el 1% totalmente en desacuerdo, mostrando una percepción crítica minoritaria.

Tabla 20 Inversión en activos y capital

La inversión en activos y capital ha aumentado como parte del crecimiento de la empresa	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	21	20%
De acuerdo	78	74%
Indeciso	4	4%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 20 Inversión en activos y capital



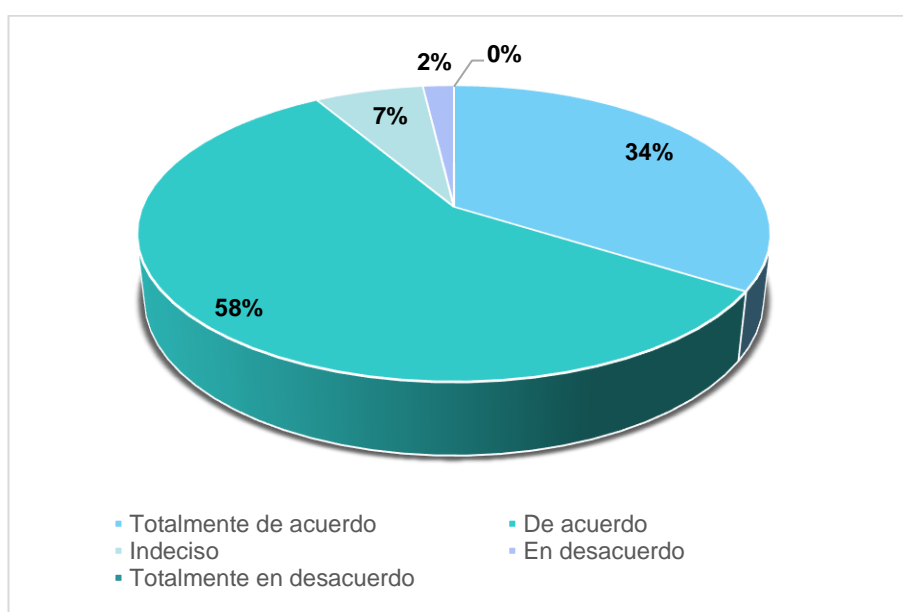
El 20% afirmó estar totalmente de acuerdo con que la inversión en activos y capital ha aumentado como parte del crecimiento de la empresa, mientras que el 74% se mostró de acuerdo, conformando un 94% con una percepción claramente positiva sobre el fortalecimiento de la infraestructura y capacidad operativa. Un 4% se declaró indeciso, lo que podría reflejar desconocimiento sobre las decisiones de inversión, y un 3% expresó estar en desacuerdo, sin registrarse respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados evidencian un amplio consenso respecto al aumento de las inversiones como motor del crecimiento empresarial, lo cual sugiere una estrategia clara de expansión respaldada por la mayoría del personal o involucrados.

Tabla 21 Participación y posicionamiento competitivo

La empresa ha logrado expandir su participación en el mercado y mejorar su posicionamiento competitivo	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	36	34%
De acuerdo	61	58%
Indeciso	7	7%
En desacuerdo	2	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 21 Participación y posicionamiento competitivo



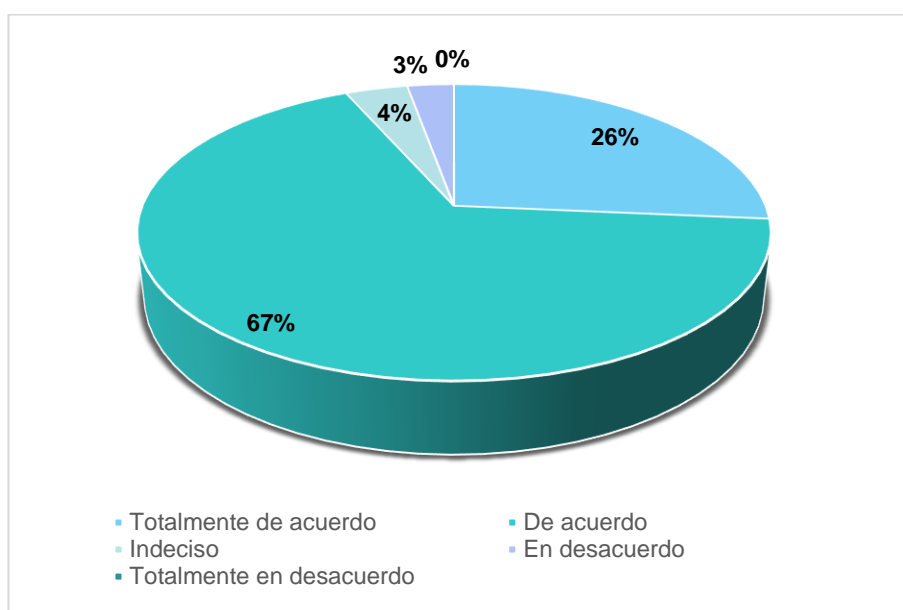
El 34% expresó estar totalmente de acuerdo con que la empresa ha logrado expandir su participación en el mercado y mejorar su posicionamiento competitivo, mientras que el 58% se mostró de acuerdo, sumando un contundente 92% de opiniones favorables. Un 7% se declaró indeciso, lo que podría indicar falta de información o claridad sobre los logros comerciales recientes, y apenas un 2% manifestó estar en desacuerdo, sin registrarse respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan un alto nivel de consenso en torno al crecimiento y fortalecimiento competitivo de la empresa, lo que sugiere una estrategia de mercado efectiva y reconocida por la mayoría de los encuestados.

Tabla 22 Mayor productividad y eficiencia operativa

La productividad y eficiencia operativa han mejorado a través de estrategias de crecimiento económico	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	28	26%
De acuerdo	71	67%
Indeciso	4	4%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 22 Mayor productividad y eficiencia operativa



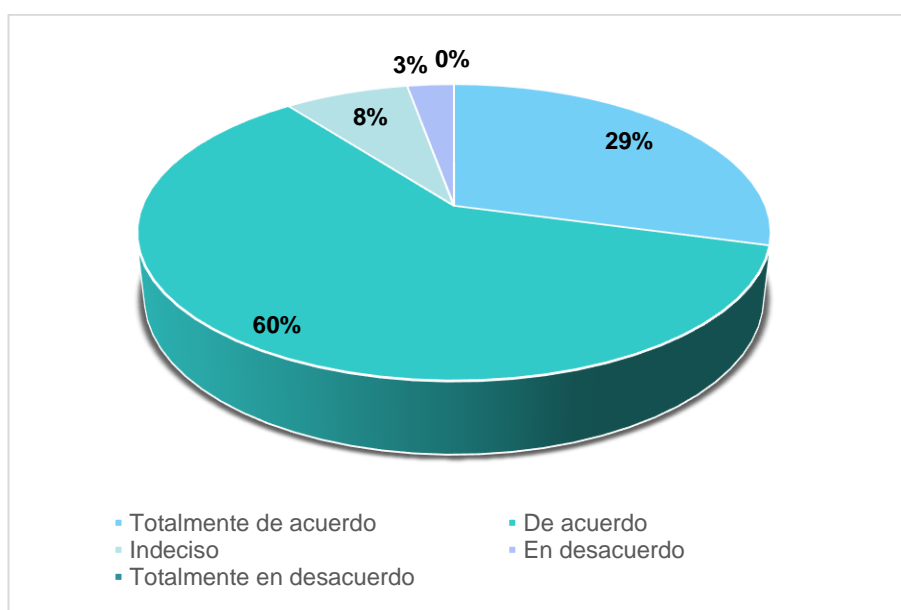
El 26% indicó estar totalmente de acuerdo con que la productividad y eficiencia operativa han mejorado a través de estrategias de crecimiento económico, mientras que el 67% se mostró de acuerdo, alcanzando un 93% de opiniones positivas. Un 4% se manifestó indeciso, lo que puede reflejar falta de información o claridad sobre los efectos de dichas estrategias, y un 3% expresó estar en desacuerdo, sin respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados evidencian una percepción ampliamente favorable sobre la efectividad de las estrategias implementadas, indicando que la mayoría reconoce mejoras operativas como resultado del enfoque en el crecimiento económico.

Tabla 23 Diversificación de fuentes de ingresos

La empresa ha diversificado sus fuentes de ingresos y reducido su dependencia de un solo mercado	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	31	29%
De acuerdo	64	60%
Indeciso	8	8%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 23 Diversificación de fuentes de ingresos



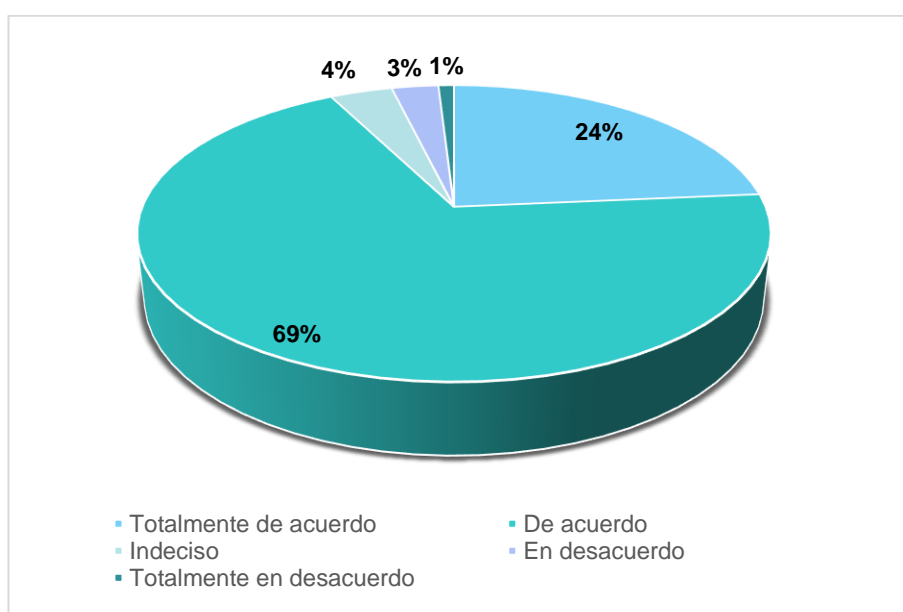
El 29% manifestó estar totalmente de acuerdo con que la empresa ha diversificado sus fuentes de ingresos y reducido su dependencia de un solo mercado, mientras que el 60% se mostró de acuerdo, sumando un 89% de percepciones positivas. Un 8% se declaró indeciso, lo que podría reflejar desconocimiento sobre la estrategia de diversificación, y un 3% expresó estar en desacuerdo, sin registrarse respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos datos reflejan una valoración mayoritaria favorable hacia los esfuerzos de diversificación, lo que sugiere que la empresa ha logrado avanzar en la reducción del riesgo asociado a la concentración de mercado y ha fortalecido su sostenibilidad financiera a través de múltiples fuentes de ingreso.

Tabla 24 Ampliación de bases de clientes y ventas

La empresa ha ampliado su base de clientes y aumentado su volumen de ventas en los últimos años	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	25	24%
De acuerdo	73	69%
Indeciso	4	4%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 24 Ampliación de bases de clientes y ventas



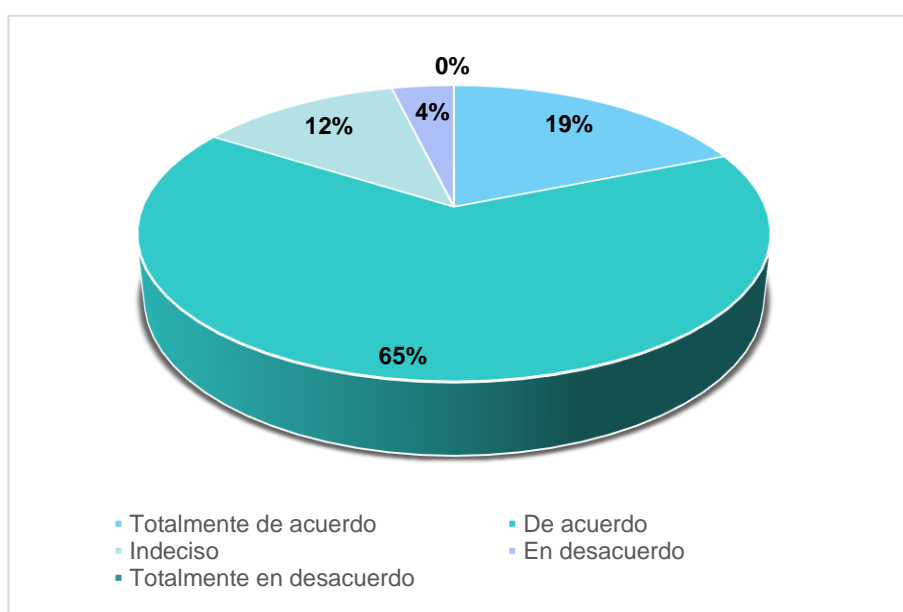
El 24% indicó estar totalmente de acuerdo con que la empresa ha ampliado su base de clientes y aumentado su volumen de ventas en los últimos años, mientras que el 69% se mostró de acuerdo, sumando un sólido 93% de opiniones positivas. Un 4% se declaró indeciso, lo que podría sugerir falta de información sobre el comportamiento comercial reciente, y un 3% expresó estar en desacuerdo, mientras que solo un 1% manifestó estar totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan una percepción generalizada de crecimiento comercial, respaldando la efectividad de las estrategias de expansión y captación de clientes implementadas por la empresa.

Tabla 25 Efectividad de marketing y publicidad

Se han implementado estrategias efectivas de marketing y publicidad para atraer nuevos segmentos de mercado	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	20	19%
De acuerdo	69	65%
Indeciso	13	12%
En desacuerdo	4	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 25 Efectividad de marketing y publicidad



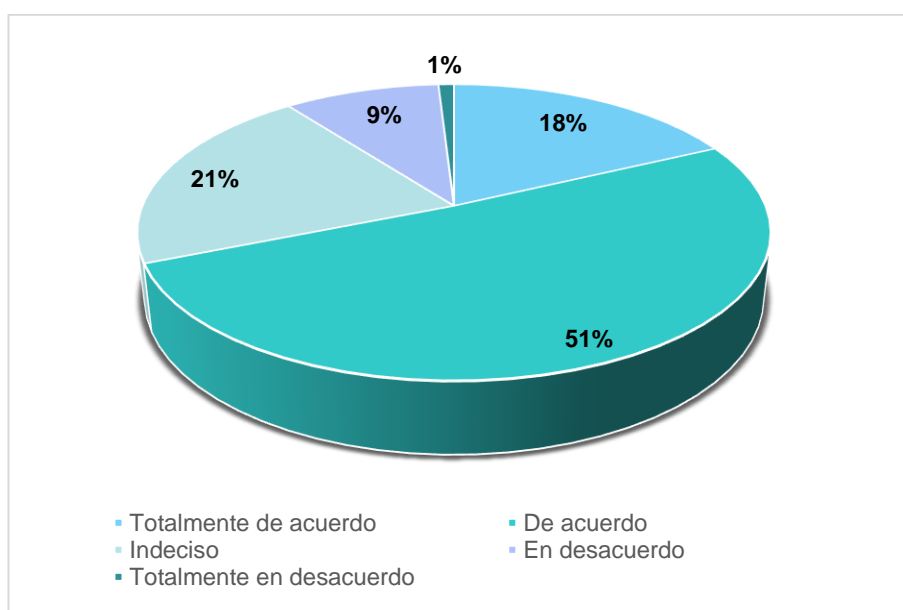
El 19% manifestó estar totalmente de acuerdo con que se han implementado estrategias efectivas de marketing y publicidad para atraer nuevos segmentos de mercado, mientras que el 65% se mostró de acuerdo, sumando un 84% de opiniones positivas. Un 12% se declaró indeciso, lo que puede indicar falta de visibilidad o conocimiento sobre las acciones de marketing, y un 4% expresó estar en desacuerdo, sin registrarse respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados evidencian una percepción mayoritariamente favorable respecto a la efectividad de las estrategias de marketing aplicadas, aunque el nivel de indecisión sugiere que aún hay espacio para mejorar la comunicación interna o los indicadores de resultados asociados a dichas iniciativas.

Tabla 26 Presencia en otras regiones y mercados

La empresa ha logrado expandir su presencia en nuevas regiones o mercados internacionales	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	19	18%
De acuerdo	54	51%
Indeciso	22	21%
En desacuerdo	10	9%
Totalmente en desacuerdo	1	1%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 26 Presencia en otras regiones y mercados



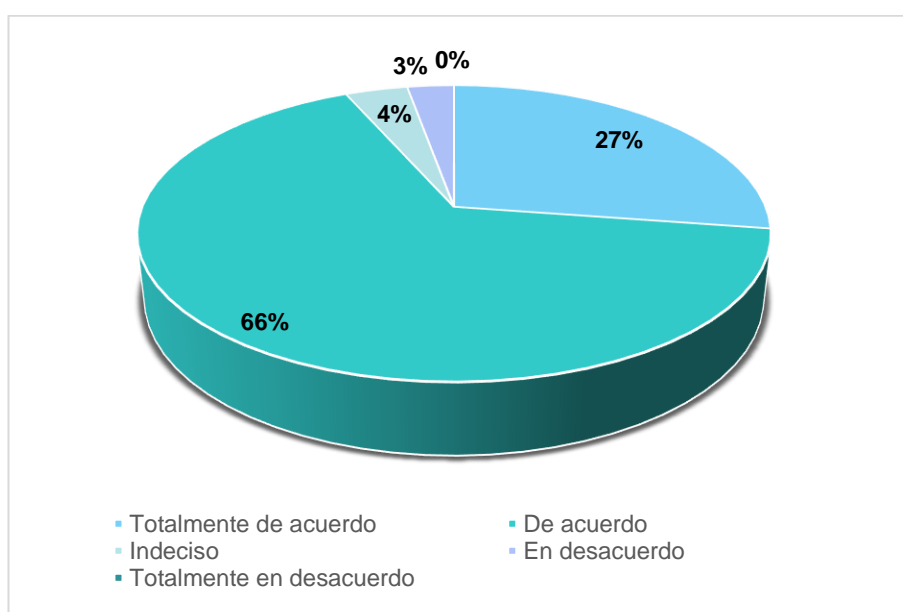
El 18% indicó estar totalmente de acuerdo con que la empresa ha logrado expandir su presencia en nuevas regiones o mercados internacionales, mientras que el 51% se mostró de acuerdo, sumando un 69% de percepciones positivas. Un 21% se declaró indeciso, lo que refleja un nivel significativo de incertidumbre o desconocimiento sobre los esfuerzos de internacionalización. Por otro lado, el 9% expresó estar en desacuerdo y el 1% totalmente en desacuerdo, evidenciando una minoría con una visión crítica. Estos resultados muestran que, si bien la mayoría reconoce avances en la expansión geográfica de la empresa, el alto porcentaje de indecisión sugiere la necesidad de mejorar la difusión de los logros alcanzados en mercados externos o reforzar las acciones de posicionamiento internacional.

Tabla 27 Diversificación de productos o servicios

La diversificación de productos o servicios ha permitido mejorar la competitividad y captar más clientes	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	29	27%
De acuerdo	70	66%
Indeciso	4	4%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 27 Diversificación de productos o servicios



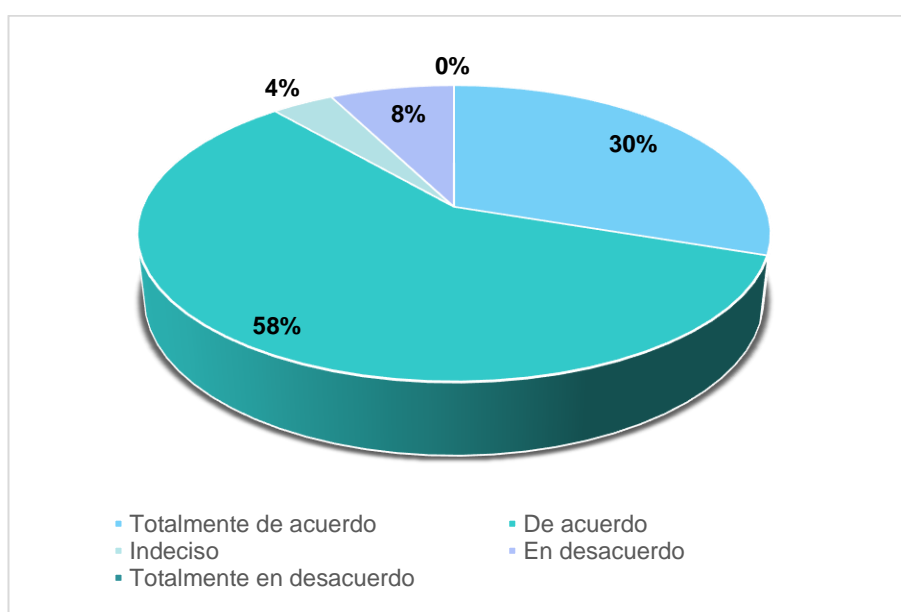
El 27% expresó estar totalmente de acuerdo con que la diversificación de productos o servicios ha permitido mejorar la competitividad y captar más clientes, mientras que el 66% se mostró de acuerdo, sumando un 93% de opiniones positivas. Un 4% se declaró indeciso, lo que podría reflejar falta de claridad sobre el impacto de la diversificación, y un 3% manifestó estar en desacuerdo, sin respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican una percepción ampliamente favorable respecto a la estrategia de diversificación, evidenciando su efectividad como herramienta para fortalecer la posición competitiva de la empresa y ampliar su base de clientes.

Tabla 28 Fortalecimiento de la marca

La empresa ha fortalecido su marca y posicionamiento en el mercado frente a la competencia	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	32	30%
De acuerdo	62	58%
Indeciso	4	4%
En desacuerdo	8	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 28 Fortalecimiento de la marca



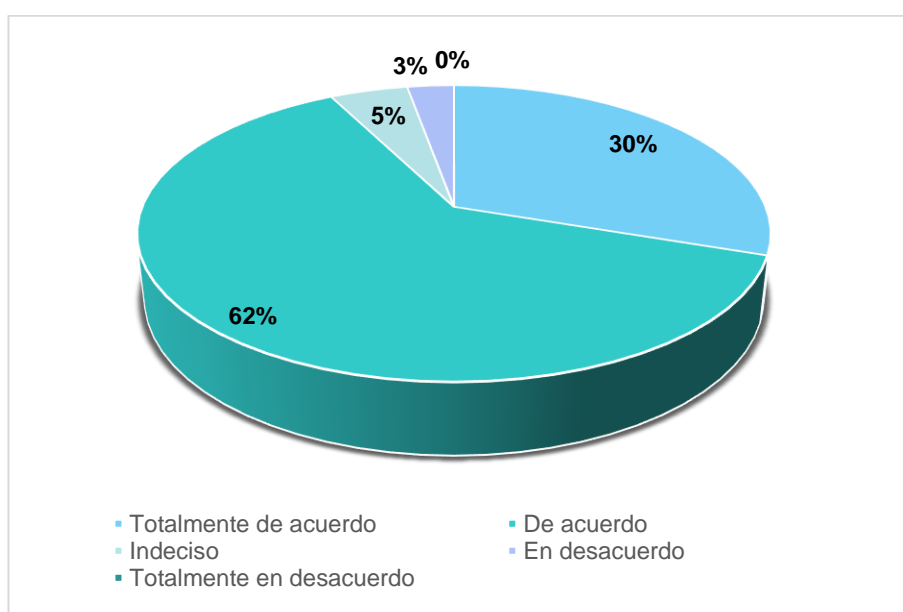
El 30% manifestó estar totalmente de acuerdo con que la empresa ha fortalecido su marca y posicionamiento en el mercado frente a la competencia, mientras que el 58% se mostró de acuerdo, sumando un 88% de opiniones positivas. Un 4% se declaró indeciso, evidenciando cierta incertidumbre o falta de información, y un 8% expresó estar en desacuerdo, sin registrarse respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan una percepción mayoritaria favorable respecto al fortalecimiento de la marca, aunque la existencia de una minoría crítica indica que podría ser útil implementar acciones adicionales para consolidar aún más el posicionamiento competitivo.

Tabla 29 Estructura organizativa adaptada

La estructura organizativa de la empresa ha mejorado para adaptarse a su crecimiento y nuevas demandas del mercado	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	32	30%
De acuerdo	66	62%
Indeciso	5	5%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 29 Estructura organizativa adaptada



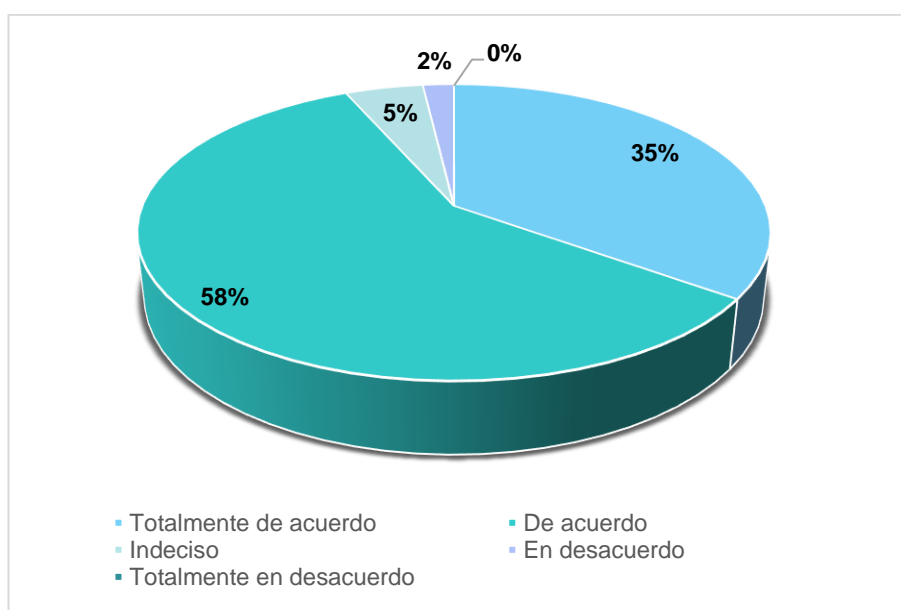
El 30% indicó estar totalmente de acuerdo con que la estructura organizativa de la empresa ha mejorado para adaptarse a su crecimiento y nuevas demandas del mercado, mientras que el 62% se mostró de acuerdo, sumando un 92% de percepciones positivas. Un 5% se declaró indeciso, lo que puede reflejar falta de información o dudas sobre los cambios organizacionales, y un 3% manifestó estar en desacuerdo, sin respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos datos evidencian una valoración mayoritaria favorable sobre la capacidad de la empresa para ajustar su estructura organizativa, lo que es clave para sostener su crecimiento y responder efectivamente a los desafíos del mercado.

Tabla 30 Implementación de tecnologías y procesos

Se han implementado nuevas tecnologías y procesos para optimizar la gestión empresarial	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	37	35%
De acuerdo	62	58%
Indeciso	5	5%
En desacuerdo	2	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 30 Implementación de tecnologías y procesos



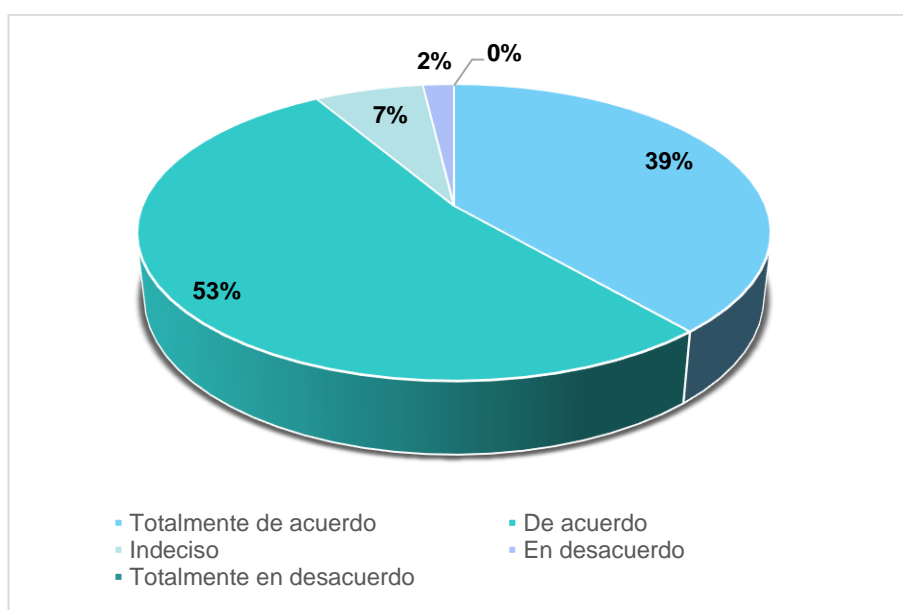
El 35% manifestó estar totalmente de acuerdo con que se han implementado nuevas tecnologías y procesos para optimizar la gestión empresarial, mientras que el 58% se mostró de acuerdo, sumando un 93% de opiniones positivas. Un 5% se declaró indeciso, lo que podría indicar falta de información o claridad sobre las iniciativas tecnológicas, y un 2% expresó estar en desacuerdo, sin respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan una percepción mayoritaria favorable respecto a la adopción de innovaciones tecnológicas y mejoras en los procesos, lo que sugiere un avance significativo hacia la optimización y modernización de la gestión dentro de la empresa.

Tabla 31 Cultura de innovación

La empresa fomenta una cultura de innovación y mejora continua en sus operaciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	41	39%
De acuerdo	56	53%
Indeciso	7	7%
En desacuerdo	2	2%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 31 Cultura de innovación



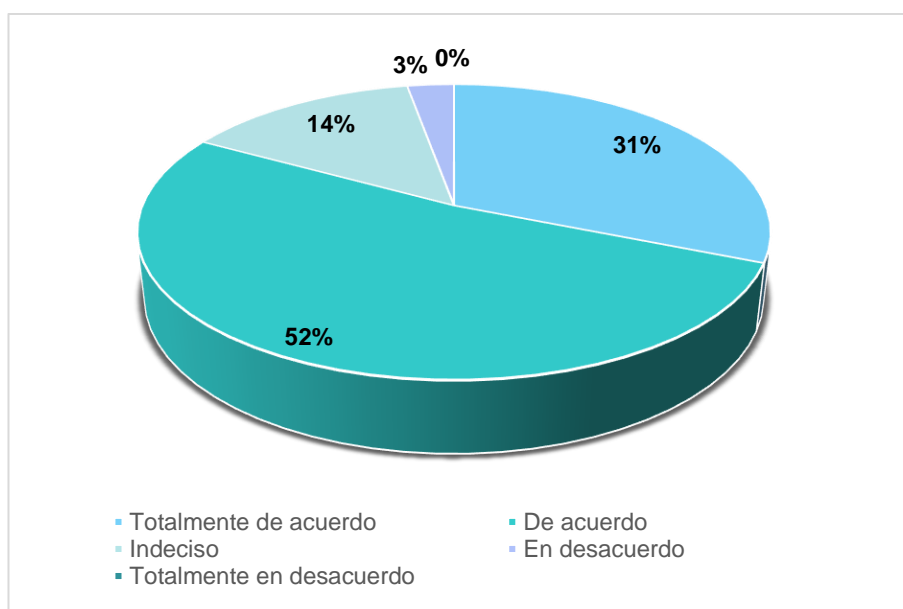
El 39% expresó estar totalmente de acuerdo con que la empresa fomenta una cultura de innovación y mejora continua en sus operaciones, mientras que el 53% se mostró de acuerdo, sumando un 92% de opiniones positivas. Un 7% se declaró indeciso, lo que puede reflejar falta de participación directa en iniciativas de mejora, y un 2% manifestó estar en desacuerdo, sin respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados evidencian una percepción ampliamente favorable sobre el impulso a la innovación dentro de la empresa, lo que indica un entorno organizacional orientado al cambio, la eficiencia y la adaptación constante a nuevas exigencias del mercado.

Tabla 32 Estrategias claras de expansión

Se han desarrollado estrategias claras para la expansión de la empresa a nivel local, nacional o internacional	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	33	31%
De acuerdo	55	52%
Indeciso	15	14%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 32 Estrategias claras de expansión



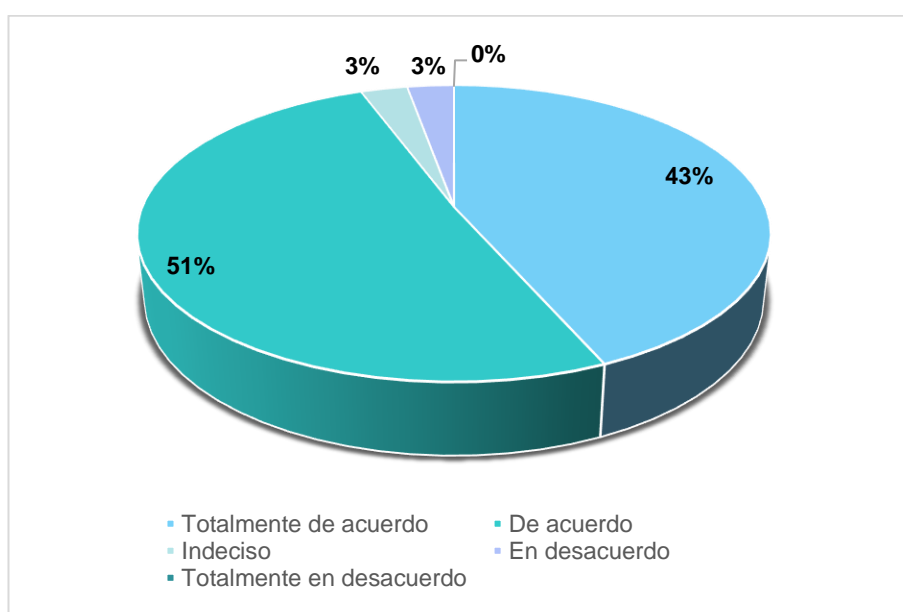
El 31% manifestó estar totalmente de acuerdo con que se han desarrollado estrategias claras para la expansión de la empresa a nivel local, nacional o internacional, mientras que el 52% se mostró de acuerdo, alcanzando un 83% de percepciones positivas. Un 14% se declaró indeciso, lo que podría reflejar desconocimiento o falta de comunicación sobre dichas estrategias, y un 3% expresó estar en desacuerdo, sin respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados sugieren que la mayoría reconoce la existencia de una planificación estratégica orientada al crecimiento territorial, aunque el nivel de indecisión destaca la necesidad de mejorar la difusión interna o el involucramiento del personal en los planes de expansión.

Tabla 33 Capacidad de gestión de líderes

Los líderes y gerentes de la empresa han fortalecido sus capacidades de gestión a través de formación y experiencia	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	46	43%
De acuerdo	54	51%
Indeciso	3	3%
En desacuerdo	3	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta ejecutada

Figura 33 Capacidad de gestión de líderes



El 43% expresó estar totalmente de acuerdo con que los líderes y gerentes de la empresa han fortalecido sus capacidades de gestión a través de formación y experiencia, mientras que el 51% se mostró de acuerdo, sumando un 94% de percepciones positivas. Un 3% se declaró indeciso y otro 3% manifestó estar en desacuerdo, sin respuestas en la categoría de totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan una amplia valoración positiva sobre el desarrollo de las capacidades directivas dentro de la empresa, lo que sugiere un liderazgo fortalecido y mejor preparado para enfrentar los desafíos organizacionales y conducir el crecimiento sostenido.

4.4 Financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico, de mercado y organizacional en empresas comerciales en la provincia de Maynas año 2025.

Tabla 34 Resumen del modelo

Resumen modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,543 ^a	,295	,288	5,62251

a. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 35 Análisis de varianza (ANOVA)

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1374,142	1	1374,142	43,468	,000 ^b
	Residuo	3287,707	104	31,613		
	Total	4661,849	105			

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

b. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 36 Coeficientes de la regresión lineal

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Desv. Error	Beta	t	
1	(Constante)	35,463	4,056		8,743	,000
	Financiamiento Empresarial	,464	,070	,543	6,593	,000

a. Variable dependiente: Crecimiento Empresarial

El análisis de regresión lineal simple evidenció que el financiamiento empresarial tiene un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre el crecimiento empresarial. Con un coeficiente de correlación (R) de 0,543, se observa una relación moderada entre ambas variables, mientras que el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,295$) indica que aproximadamente el 29,5% de la variabilidad del crecimiento empresarial es explicada por el

financiamiento recibido. El modelo resultó significativo según la prueba ANOVA ($F = 43,468$; $p < 0,001$), lo que confirma que la variable predictora contribuye de manera sustancial a explicar la variable dependiente. Asimismo, el coeficiente no estandarizado ($B = 0,464$) sugiere que, por cada unidad adicional en el financiamiento empresarial, se espera un incremento de 0,464 unidades en el crecimiento empresarial. Este hallazgo, respaldado por un valor $t = 6,593$ y una significancia $p = 0,000$, destaca la relevancia del financiamiento como factor clave en el desarrollo de las empresas, permitiendo sostener que una mayor disponibilidad de recursos financieros impulsa directamente su expansión y consolidación en el entorno económico.

4.5 Identificar como el financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.

Tabla 37 Resumen del modelo objetivo específico 1

Resumen modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,561 ^a	,315	,309	2,05833

a. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 38 Análisis de varianza (ANOVA) objetivo específico 1

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	202,738	1	202,738	47,852	,000 ^b
	Residuo	440,620	104	4,237		
	Total	643,358	105			

a. Variable dependiente: Crecimiento económico

b. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 39 Coeficientes de la regresión objetivo específico 1

		Coeficientes ^a				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
Modelo		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	10,425	1,485		7,021	,000
	Financiamiento Empresarial	,178	,026	,561	6,918	,000

a. Variable dependiente: Crecimiento Económico.

El modelo de regresión lineal simple aplicado reveló que el financiamiento empresarial tiene una influencia positiva y estadísticamente significativa sobre el crecimiento económico. El coeficiente de correlación ($R = 0,561$) muestra una relación moderada entre ambas variables, mientras que el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,315$) indica que el 31,5% de la variabilidad observada en el crecimiento económico es explicada por el nivel de financiamiento empresarial. La validez del modelo queda respaldada por los resultados del análisis ANOVA, con un estadístico F de 47,852 y una significancia $p < 0,001$, lo que confirma que la relación entre ambas variables no es producto del azar. El coeficiente no estandarizado ($B = 0,178$) sugiere que, por cada incremento unitario en el financiamiento empresarial, el crecimiento económico aumentaría en promedio 0,178 unidades. Además, el coeficiente estandarizado ($Beta = 0,561$) y el valor $t = 6,918$ refuerzan la fuerza y significancia de esta relación, los resultados evidencian que el financiamiento empresarial desempeña un papel relevante como motor del crecimiento económico, permitiendo sustentar empíricamente la importancia de mejorar las condiciones de acceso al crédito para fortalecer el desarrollo económico de las unidades productivas.

4.6 Identificar como el financiamiento empresarial influye en el crecimiento del mercado en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.

Tabla 40 Resumen del modelo de regresión objetivo específico 2

Resumen modelo				Error estándar
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	de la estimación
1	,521 ^a	,272	,265	2,27285

a. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 41 Análisis de varianza (ANOVA) objetivo específico 2

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	200,339	1	200,339	38,782	,000 ^b
	Residuo	537,246	104	5,166		
	Total	737,585	105			

a. Variable dependiente: Crecimiento Mercado

b. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 42 Coeficientes de la regresión objetivo específico 2

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	10,033	1,640		6,119	,000
	Financiamiento Empresarial	,177	,028	,521	6,227	,000

a. Variable dependiente: Crecimiento mercado.

El análisis de regresión lineal simple mostró que el financiamiento empresarial tiene una influencia positiva y estadísticamente significativa sobre el crecimiento del mercado. El coeficiente de correlación ($R = 0,521$) indica una relación moderada entre ambas variables, mientras que el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,272$) señala que el 27,2% de la variabilidad en el

crecimiento del mercado es explicada por los niveles de financiamiento empresarial. Este resultado se refuerza con el valor $F = 38,782$ y una significancia estadística de $p < 0,001$, según el análisis ANOVA, lo que confirma que el modelo es significativo y que el efecto del predictor no es producto del azar. El coeficiente no estandarizado ($B = 0,177$) evidencia que por cada unidad adicional en el financiamiento empresarial, se espera un incremento promedio de 0,177 unidades en el crecimiento del mercado. Además, el valor $t = 6,227$ y el coeficiente Beta estandarizado (0,521) destacan la fuerza y dirección positiva del vínculo. Estos hallazgos permiten concluir que el acceso a financiamiento constituye un factor relevante para el fortalecimiento y expansión del mercado, proporcionando evidencia empírica que respalda políticas orientadas a facilitar recursos financieros para dinamizar la actividad empresarial.

4.7 Identificar como el financiamiento empresarial influye en el crecimiento organizacional en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.

Tabla 43 Resumen del modelo objetivo específico 3

Resumen modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,339 ^a	,115	,107	2,35778

a. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 44 Análisis de varianza (ANOVA) del modelo de regresión lineal objetivo específico 3

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	75,285	1	75,285	13,543	,000 ^b
	Residuo	578,149	104	5559		
	Total	653,434	105			

a. Variable dependiente: Crecimiento organizacional

b. Predictores: (Constante), Financiamiento Empresarial

Tabla 45 Coeficientes de la regresión objetivo específico 3

		Coeficientes ^a				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
Modelo		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	10,005	1,701		8,821	,000
	Financiamiento Empresarial	,109	,029	,339	3,680	,000

a. Variable dependiente: Crecimiento organizacional .

El modelo de regresión lineal simple evidenció que el financiamiento empresarial tiene una influencia positiva y significativa sobre el crecimiento organizacional. El coeficiente de correlación ($R = 0,339$) indica una relación positiva pero débil entre ambas variables, mientras que el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,115$) revela que apenas el 11,5% de la variabilidad del crecimiento organizacional es explicada por el financiamiento recibido. A pesar de que el nivel de explicación es bajo, el modelo resulta estadísticamente significativo según el análisis ANOVA ($F = 13,543$; $p < 0,001$), lo que valida la existencia de una relación real entre ambas variables. El coeficiente no estandarizado ($B = 0,109$) indica que, por cada unidad de incremento en el financiamiento empresarial, el crecimiento organizacional se incrementa en promedio en 0,109 unidades. Además, el valor $t = 3,680$ y el coeficiente Beta estandarizado ($0,339$) reafirman la influencia positiva del financiamiento sobre la variable dependiente. En conjunto, los resultados sugieren que, aunque el financiamiento empresarial no es el único factor que impulsa el crecimiento organizacional, sí representa un componente significativo que contribuye a su desarrollo estructural, fortalecimiento interno y capacidad de respuesta organizativa ante un entorno empresarial competitivo.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados de las regresiones lineales aplicadas a las dimensiones de crecimiento económico, de mercado y organizacional demostraron niveles de significancia estadística altamente favorables ($p < 0,001$), así como coeficientes positivos en cada caso, lo que valida que el financiamiento empresarial influye positivamente en el crecimiento integral de las empresas comerciales. Esta evidencia empírica permite aceptar la hipótesis general, subrayando que el acceso adecuado al crédito, su uso estratégico y su gestión eficiente son motores fundamentales para el fortalecimiento de las empresas en la provincia de Maynas.

La regresión lineal entre financiamiento empresarial y crecimiento económico arrojó un coeficiente R^2 de 0,315 y un valor de $p = 0,000$, lo que indica una relación estadísticamente significativa y positiva. Esto sustenta que las empresas que acceden y utilizan eficientemente financiamiento presentan mejores resultados en rentabilidad, inversión y expansión económica. Por tanto, se acepta la hipótesis específica a). Su implicancia en la realidad empresarial es clara: el financiamiento no solo cubre necesidades operativas, sino que representa una palanca directa para el fortalecimiento económico, justificando su fomento especialmente en sectores emergentes.

Con un R^2 de 0,272 y un nivel de significancia $p < 0,001$, la relación entre financiamiento empresarial y crecimiento de mercado también resultó positiva y significativa, confirmando que el acceso a recursos financieros posibilita a las empresas ampliar su presencia comercial, diversificar ingresos y captar nuevos clientes. Así, se acepta la hipótesis específica b). En la práctica, este hallazgo resalta la necesidad de fortalecer líneas de financiamiento orientadas a la innovación comercial, marketing y expansión territorial, especialmente para pequeñas y medianas empresas de la provincia.

Aunque el coeficiente R^2 fue menor (0,115), la regresión entre financiamiento empresarial y crecimiento organizacional también mostró una relación significativa ($p = 0,000$) y positiva, lo cual valida la hipótesis. Por ello, se acepta

la hipótesis específica c). Este resultado implica que, si bien el financiamiento influye menos intensamente en los aspectos internos de la organización (como estructura, liderazgo o cultura innovadora), sigue siendo un factor relevante para el fortalecimiento institucional y la adaptación al entorno competitivo.

Por otra parte, el análisis estadístico revela una valoración predominantemente positiva hacia el financiamiento empresarial, con un 61,87% de respuestas en la categoría “de acuerdo” y un 16,47% en “totalmente de acuerdo”, lo que evidencia una percepción general de aceptación sobre los procesos, condiciones y beneficios del financiamiento en las empresas. Sin embargo, el análisis crítico obliga a señalar que un 13,27% de los encuestados manifestó desacuerdo y un 8% se mostró indeciso, lo que no puede pasar desapercibido. Estos porcentajes revelan que, si bien el financiamiento empresarial cumple con ciertas expectativas, persisten limitaciones en aspectos como claridad de requisitos, tasas de interés o acceso equitativo, que pueden estar afectando a segmentos específicos de las empresas, en especial aquellas de menor tamaño o sin historial crediticio consolidado. La baja proporción de rechazo extremo (0,53%) es un buen indicador, pero no debe desviar la atención de la necesidad de reforzar políticas de inclusión financiera empresarial y mejorar la transparencia en los mecanismos de crédito.

La percepción sobre el crecimiento empresarial es marcadamente favorable, con un promedio del 61,27% en la categoría “de acuerdo” y un alto 27,80% en “totalmente de acuerdo”, lo que indica que la mayoría de las empresas han experimentado avances significativos en términos de ingresos, expansión de mercado, innovación y fortalecimiento organizacional. Esta evaluación positiva se ve reforzada por la baja proporción de desacuerdo (3,73%) y un nivel mínimo de respuestas en rechazo total (0,2%), lo cual evidencia que los resultados del crecimiento son más visibles y tangibles que los procesos relacionados con el financiamiento. No obstante, un análisis crítico sugiere que este crecimiento no necesariamente es uniforme ni sostenible en todos los casos. La proporción aún presente de respuestas indecisas (7,27%) sugiere que ciertas empresas pueden estar creciendo sin una estrategia clara o sin identificar con precisión los factores que impulsan ese crecimiento, lo cual

podría comprometer su consolidación a largo plazo. En este sentido, resulta clave promover una cultura empresarial orientada a la planificación estratégica y el uso eficiente de los recursos.

Este estudio de Haqqquehua y Zamalloa (2023), evidenció correlaciones altas ($r > 0,70$) entre el financiamiento y las distintas dimensiones del crecimiento empresarial, destacando su impacto tanto en la rentabilidad financiera, económica como social. En comparación, el presente estudio también muestra una relación positiva y significativa, pero con valores de R^2 más moderados (0,115 a 0,315), lo que sugiere que, aunque el financiamiento tiene una influencia clara, su efecto podría estar condicionado por otros factores contextuales en Maynas. Esto resalta la necesidad de no solo facilitar el acceso al financiamiento, sino también fortalecer capacidades internas de gestión para aprovechar mejor esos recursos.

Los resultados obtenidos en Huamanga por Berrocal (2023), indicaron correlaciones positivas y moderadas entre el financiamiento y el crecimiento empresarial (coef. entre 0,453 y 0,561), muy similares a los hallazgos de este estudio, especialmente en la dimensión de crecimiento económico ($R^2 = 0,315$). Esta coincidencia valida la hipótesis de que el financiamiento —tanto interno como externo— contribuye significativamente al desarrollo de las MYPES. No obstante, mientras que Berrocal destaca también la importancia del financiamiento interno, el presente estudio se centra más en el efecto global del financiamiento, lo que sugiere que diseñar una política financiera mixta puede ser clave para el crecimiento sostenible de las empresas comerciales de Maynas.

Por su parte Tejada (2023) identificó un impacto muy elevado del financiamiento en diferentes tipos de crecimiento (hasta 94.3% en posicionamiento de mercado), cifras que contrastan con los valores más moderados de este estudio. Esto podría deberse a diferencias en el tipo de negocio, tamaño empresarial o condiciones del mercado local. La comparación pone en evidencia que el contexto geográfico y la estructura empresarial son determinantes en la magnitud del impacto financiero, y que en Maynas, aunque

el financiamiento es relevante, existen otros factores que también inciden en el crecimiento organizacional y de mercado, como la informalidad o el acceso desigual a oportunidades de expansión.

El estudio realizado por Ramírez (2024), en la Clínica Dental Ore S.A.C. muestra una fuerte correlación entre financiamiento y utilidad, respaldada por coeficientes superiores a 0,79. En contraste, si bien en Maynas también se encontró una relación positiva, esta fue menos intensa, probablemente por tratarse de una muestra más heterogénea y comercial. La comparación subraya que las empresas con mejor planificación financiera y mayor capacidad de inversión (como las clínicas privadas) logran maximizar el uso del financiamiento, mientras que las empresas comerciales requieren mayor soporte técnico y financiero para traducir el crédito en resultados sólidos de crecimiento económico y organizacional.

En el caso del estudio Sinuiri (2025) de tipo cualitativo reafirma que el financiamiento es clave para el desarrollo de las MYPEs, pero advierte sobre los riesgos de un manejo inadecuado del mismo. Esta advertencia resulta coherente con los hallazgos del presente estudio, donde, pese a la relación positiva entre financiamiento y crecimiento, el impacto en el crecimiento organizacional fue el más bajo ($R^2 = 0,115$). Esto sugiere que no basta con acceder a financiamiento: su correcta administración y la capacitación del personal resultan igualmente esenciales para consolidar procesos de crecimiento sostenido.

Por último, el estudio de Coronel y Quijua (2024), en productores de té evidenció una correlación muy alta ($Rho = 0,891$), mientras que el presente estudio arrojó correlaciones más moderadas. Esto podría atribuirse a la naturaleza sectorial de los estudios, donde actividades productivas tradicionales como la agricultura tienden a depender más directamente del financiamiento para aumentar producción y ventas. En contraste, el sector comercial urbano en Maynas enfrenta condiciones más complejas, como la competencia informal o la limitada planificación estratégica, lo que reduce el impacto inmediato del financiamiento.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

En base al análisis efectuado se plantea las siguientes acciones:

1. Educación financiera y gestión empresarial para MYPEs

Para lograr que el financiamiento empresarial se traduzca en mejoras sostenibles dentro de las organizaciones, resulta imprescindible implementar programas de educación financiera y gestión estratégica orientados a las micro y pequeñas empresas. La baja incidencia del financiamiento en el crecimiento organizacional, evidenciada por el coeficiente de determinación más bajo del modelo ($R^2 = 0,115$), sugiere deficiencias en el uso interno de los recursos. Mediante capacitaciones en planificación financiera, análisis de costos, control de endeudamiento y toma de decisiones, las empresas podrán desarrollar competencias que les permitan no solo acceder al crédito, sino gestionarlo con visión estratégica. Esta formación debe ser continua y contextualizada, en articulación con universidades, gremios empresariales y entidades financieras locales, para generar un cambio estructural en la cultura de gestión empresarial.

2. Líneas de crédito diferenciadas con enfoque sectorial y tasas preferenciales

La existencia de una relación positiva entre financiamiento y crecimiento económico y de mercado, aunque con efectos moderados, revela que el crédito actual no siempre responde a las características ni capacidades del empresariado local. Por ello, se plantea la necesidad de crear líneas de crédito diferenciadas, ajustadas al tamaño, sector y ciclo de vida de cada empresa. Estas líneas deben ofrecer condiciones más flexibles, como tasas de interés preferenciales, plazos razonables y menor carga burocrática, especialmente para empresas emergentes o de zonas periféricas. Esta medida contribuiría a cerrar brechas de acceso al financiamiento, estimulando la inversión productiva y generando un impacto más visible en indicadores como el incremento de ventas, diversificación de mercados y rentabilidad empresarial.

3. Acompañamiento técnico y monitoreo post-crédito

La evidencia empírica muestra que acceder al financiamiento no garantiza automáticamente el crecimiento empresarial si no está acompañado de una adecuada gestión. Para maximizar el impacto del crédito, se propone implementar un sistema de asesoría técnica y monitoreo post-crédito, mediante el cual las empresas beneficiarias reciban orientación especializada sobre la ejecución de sus proyectos financiados, seguimiento financiero y alertas ante desviaciones. Esta estrategia busca evitar el uso ineficiente de los recursos, mejorar el retorno sobre la inversión y fortalecer la capacidad de las empresas para cumplir sus obligaciones crediticias. Asimismo, permitirá generar información valiosa para retroalimentar las políticas de financiamiento, asegurando que estas se mantengan alineadas con las verdaderas necesidades del entorno empresarial local.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES

1. Se concluye que el financiamiento empresarial influye de manera positiva y significativa en el crecimiento económico, de mercado y organizacional de las empresas comerciales en la provincia de Maynas en el año 2025. Los modelos de regresión lineal aplicados demostraron niveles de asociación estadísticamente significativos entre la variable independiente y las tres dimensiones del crecimiento empresarial, lo que evidencia que el acceso a financiamiento constituye un factor relevante para impulsar el desarrollo integral de las empresas, aunque con niveles de impacto diferenciados según cada dimensión.
2. Respecto al crecimiento económico, se concluye que el financiamiento empresarial ejerce una influencia significativa, explicando una proporción moderada de su variabilidad ($R^2 = 0,315$). Esto sugiere que, en la realidad de las empresas comerciales de Maynas, contar con financiamiento adecuado favorece el aumento de ingresos, la inversión productiva y la rentabilidad, posicionándose como una herramienta estratégica para el fortalecimiento económico del sector.
3. El financiamiento empresarial incide de forma significativa en el crecimiento del mercado de las empresas comerciales, evidenciado por un coeficiente de determinación de $R^2 = 0,272$. Este resultado indica que el acceso a recursos financieros permite a las empresas ampliar su participación en el mercado, captar nuevos clientes y fortalecer su posicionamiento competitivo, lo cual es esencial en entornos de alta competencia comercial.
4. El financiamiento tiene una influencia positiva pero menos intensa ($R^2 = 0,115$), lo cual revela que, si bien el crédito contribuye a la mejora estructural y funcional de las empresas, su impacto se ve condicionado por factores internos como la gestión administrativa, la planificación y el capital humano. Por ello, se reconoce la necesidad de complementar el acceso al financiamiento con el fortalecimiento de capacidades organizacionales.
5. El análisis estadístico descriptivo muestra que la mayoría de los encuestados perciben el financiamiento empresarial de forma positiva, concentrando más del 78% de las respuestas en las categorías “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, lo que denota aceptación general del crédito

como herramienta de impulso empresarial. Sin embargo, también se evidencian niveles no despreciables de indecisión y desacuerdo, lo cual indica oportunidades de mejora en aspectos como condiciones crediticias, tiempos de aprobación y asesoría financiera.

6. En cuanto al crecimiento empresarial percibido, los resultados descriptivos revelan una valoración aún más favorable que la del financiamiento, con un 89% de respuestas positivas en promedio. Esto sugiere que muchas empresas experimentan procesos de expansión y mejora, aunque no siempre lo asocian directamente al financiamiento, lo cual pone en evidencia la relevancia de fortalecer la cultura financiera y la planificación estratégica para potenciar el efecto transformador del crédito sobre el desarrollo empresarial.

CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES

1. Fortalecer políticas públicas y programas financieros orientados a mejorar el acceso, la cobertura y el acompañamiento técnico del financiamiento empresarial, priorizando las necesidades reales del sector comercial de la provincia de Maynas.
2. Diseñar líneas de financiamiento específicas para inversión productiva y expansión económica, con tasas preferenciales y períodos que se ajusten a la capacidad operativa de las empresas comerciales locales.
3. Impulsar instrumentos de crédito destinados al fortalecimiento comercial, como capital para marketing digital, expansión territorial y desarrollo de nuevos canales de distribución, con asesoramiento incluido.
4. Complementar el financiamiento con programas de capacitación en gestión empresarial, liderazgo y planificación estratégica, con enfoque práctico y contextualizado a las micro y pequeñas empresas.
5. Mejorar la transparencia, comunicación y orientación sobre los productos financieros disponibles, mediante campañas de difusión y asesoramiento personalizado en centros empresariales.
6. Fomentar la cultura de evaluación del impacto del financiamiento a través de herramientas de autoanálisis empresarial, que permitan a los empresarios identificar cómo el crédito ha contribuido a su crecimiento.

CAPITULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, C. P., Terán, M. B., Álvarez, A. W., & Salazar, E. G (2018). Gestión Financiera. Revisión científica: Francisco Rafael Camacho Dillon y María Laura Sánchez.
<https://repositoriobe.espe.edu.ec/server/api/core/bitstreams/4c89cdb1-f07c-48f2-a6e3-1ef45235009a/content>
- Aguilera, A., & Puerto, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Pensamiento & Gestión, (32), 1-26.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>
- Ames, L. F., Aparco, E., & Ames, J. C (2022). Impacto de la confianza empresarial en la demanda de crédito en Perú: Un enfoque ARDL. Revista de análisis económico. vol.37 no.2.
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-88702022000200003>
- Aprada, R (1997). Costos financieros, brechas presupuestarias y arbitraje en el mercado financiero.
http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1154_ApradaR.pdf
- Arroyo, S., Peña, D. F & Sánchez, X (2008). Inversión y desarrollo empresarial. Una descripción teórica para el caso de la industria del Valle del Cauca. Revista Libre Empresa Vol. 5 No. 2.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6586791.pdf>
- Avellaneda, A. M & Rojas, C. P (2011). El talento humano y el crecimiento organizacional. [Universidad Jorge Tadeo Lozano].
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1596/T148.pdf?sequence=1>
- Barrenechea, C. E (2023). Importancia del uso de fuentes de financiamiento formales en mypes comerciales. [Tesis, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo].
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6275/1/TIB_BarrenecheaBarsalloCarlos.pdf
- Bea, T. B., Muñoz, S., & Sánchez, L. (2023). Gestión del financiamiento a través de la aplicación del método de rentabilidades. Ciencias Holguín, 29(1).
<https://www.redalyc.org/journal/1815/181574471002/181574471002.pdf>
- Berrocal, C., (2023). Financiamiento y el crecimiento empresarial de las Mypes de Huamanga, Ayacucho 2022 [Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/116008>
- Blázquez, F., Dorta, J. A & Verona, M. C (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración. 19 (31): 165-195.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922006000100007

- Burachik, G. (2008). El crecimiento de las grandes empresas latinoamericanas desde los años '70. *Estudios económicos*, 25(51), 1-39. <https://www.redalyc.org/pdf/5723/572363596001.pdf>
- Cáceres, A (1999). Financiación y costo de capital de un proyecto industrial en una empresa peruana. 23(023), 95-102. <https://doi.org/10.26439/ing.ind1999.n023.521>
- Canals, J (2004). Crecimiento empresarial: personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa y Humanismo*, Vol. II, Nº 2/00, pp. 337-370. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/3776/1/Canals.pdf>
- Canals, J. (2000). Crecimiento empresarial: personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa Y Humanismo*, 2(2), 337-370. <https://doi.org/10.15581/015.2.33414>
- Cevallos, W. P., Avalos, V. G. & Torres, G. P (2021). El financiamiento un eje crítico en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Riobamba. *Revista Conciencia Digital*. Vol. 4, N°1.2, p. 299-315. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i1.2.1598>
- Chagerben, L. E., Yagual, A. M & Hidalgo, J. X (2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*. Vol. 3, núm. 2, pp. 783-798. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6326783.pdf>
- Coronel, M. & Quijua, J. (2024). Financiamiento y crecimiento empresarial de los productores de té del Centro Poblado de Huyro del distrito de Huayopata de la provincia de La Convención, 2020 [Universidad Tecnológica de los Andes]. <https://hdl.handle.net/20.500.14512/715>
- Drimer, R. L (2008). Teoría del financiamiento: evaluación y aportes. [Programa de Doctorado en Administración. Universidad De Buenos Aires]. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tesis/1501-1199_DrimerRL.pdf
- Fierro, F. (2022). Fuentes de financiación: factores de análisis en la toma de decisiones. *Administración & Desarrollo*, 52(1), 35-54. <https://doi.org/10.22431/25005227.vol52n1.3>
- Fonseca, A. B., Jarquin, F. V & Núñez, Y. A (2017). *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas: Abriendo Camino al Conocimiento*. Vol. 5, No. 10. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6241439.pdf>
- Galindo, L. B (2010). El Desarrollo Social: sus orígenes y definición conceptual. *Savia: Revista de investigación e intervención social*, Nº. 9, 2010, págs. 6-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8041060>
- Gaytán, J., (2021). Estrategia financiera, teorías y modelos. *Mercados y Negocios*, (44), 97-112. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571867949007>

- Grover, A.; Medvedev, D. (2019). Empresas de Alto Crecimiento: Hechos, Ficción y Opciones de Política para Economías Emergentes. © Washington, DC: World Bank. <http://hdl.handle.net/10986/30800>
- Haququehua, E., Zamalloa, J. (2023). Financiamiento y crecimiento empresarial de los comerciantes del Centro artesanal Cusco, Cusco, 2023 [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/130476>
- Hernández, S.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). Mexico, D.F.: McGRAW-HILL/Interamericana Editoras S.A. de C.V.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023). Demografía Empresarial en el Perú. Segundo Trimestre 2023. Informe Técnico N°3. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5129103/Demograf%C3%ADa%20Empresarial%20en%20el%20Per%C3%BA%20-%20II%20trimestre%202023.pdf>
- Laudani, M., Sela, M. F., Redondo, A. M. C & Pannelli, M. G (2020). Financiamiento en las pymes. [Universidad Nacional de Cuyo]. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15697/financiamientoenlaspymes.pdf
- Lecuona, R (2014). Financiamiento para el desarrollo: Algunas lecciones de la experiencia reciente de financiamiento a las pymes Colombia, Costa Rica y México. CEPAL. Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/4699417e-40a7-424d-aab9-779679f7d3ab/content>
- Lizcano, J (2004). Rentabilidad empresarial: Propuesta práctica de análisis y evaluación. Editores: Madrid: Cámaras de Comercio, Servicio de Estudios. https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- Loayza, N. V (2008). El crecimiento económico en el Perú. Economía Vol. XXXI, N° 61, pp. 9-25. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/economia/article/download/477/468/>
- Málaga, M. C (2015). El costo del financiamiento y su influencia en la gestión de las micro y pequeñas empresas metalmecánicas del Perú, 2011-2014. [Tesis, Universidad San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1836/malaga_smc.pdf;jsessionid=D2A45D7247B6A12173EE5FB56FD6E8CE?sequence=1
- Montuschi, L (2013). Progreso social: Crecimiento y bienestar, Serie Documentos de Trabajo, No. 533, Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA). <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/110061/1/778183483.pdf>

- Morccolla, M. D (2019). La importancia de las fuentes de financiamiento para el desarrollo empresarial. [Tesis, Universidad Peruana Unión]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/44716e2f-ae27-4ad1-b518-903c08ca129c/content>
- Navarrete, L. A & Vásquez, R. M (2024). Factores que afectan el acceso al financiamiento en las pequeñas y micro empresas. [Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653528/Navarrete_TL.pdf?sequence=10
- Ortega, C. M., Vásquez, S. A & Vásquez, S (2021). Crecimiento Empresarial y su Influencia Sobre la Rentabilidad en las Empresas de la Cámara de Industria de Huaycán Perú. Diagnóstico FACIL Empresarial Finanzas Auditoria. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/522/5222333002/5222333002.pdf>
- Pico, G & López, M. F (2006). Importancia de la actividad comercial de las empresas latinoamericanas en la transnacionalización e internacionalización. vol. 10, núm. 1, pp. 69-85. <https://www.redalyc.org/pdf/309/30910105.pdf>
- Sinuiri, E., (2025). El financiamiento y su influencia en el desarrollo empresarial de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso grupo ferretero Miguel Angel S E.I.R.L. – Coronel Portillo, 2024 [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/39369>
- Ramírez, L., (2024). Financiamiento y crecimiento empresarial de la Clínica Dental Ore S.A.C. [Universidad Nacional del Callao]. <https://hdl.handle.net/20.500.12952/9016>
- Ranis, G & Stewart, F (2002). Crecimiento económico y desarrollo humano en América Latina. Revista de la CEPAL 78. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/10848/078007024_es.pdf
- Redondo, J (2018). Análisis de préstamos y su valoración. [Universidad de Valladolid] <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/34002/TFG-E-465.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tejada, M., (2023). El financiamiento y su incidencia en el crecimiento empresarial en empresarios del centro comercial el Molino I, Cusco 2023 [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/114704>
- Torres, A., Guerrero, F & Paradas, M (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras. Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Vol. 14. Ed. N°2. Pág. 284 – 303. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6430961.pdf>

Viteri, L. Y & Franco, M. N (2022). El desarrollo organizacional a través del talento humano. Revista E-IDEA Journal of Business Sciences, 4 (17), 30-44. <https://doi.org/10.53734/eidea.vol4.id233>

ANEXOS

1. Matriz de Consistencia

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	TIPO Y DISEÑO DE ESTUDIO	POBLACIÓN DE ESTUDIO Y PROCESAMIENTO DE DATOS	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Financiamiento empresarial y su influencia en el crecimiento de empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025	<p>General ¿De qué manera el financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico, de mercado y organizacional en empresas comerciales en la provincia de Maynas año 2025?</p> <p>Específico a) ¿De qué manera el financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025? b) ¿De qué manera el financiamiento empresarial influye en el crecimiento del mercado en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025? c) ¿De qué manera el financiamiento empresarial influye en el crecimiento organizacional en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025?</p>	<p>General Analizar cómo el financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico, de mercado y organizacional en empresas comerciales en la provincia de Maynas año 2025.</p> <p>Específico a) Identificar como el financiamiento empresarial influye en el crecimiento económico en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025. b) Identificar como el financiamiento empresarial influye en el crecimiento del mercado en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025. c) Identificar como el financiamiento empresarial influye en el crecimiento organizacional en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.</p>	<p>General El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento económico, de mercado y organizacional en empresas comerciales en la provincia de Maynas año 2025.</p> <p>Específico a) El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento económico en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025. b) El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento del mercado en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025. c) El financiamiento empresarial influye de manera positiva en el crecimiento organizacional en empresas comerciales de la provincia de Maynas año 2025.</p>	<p>Tipo: Cuantitativo Observacional</p> <p>Diseño: No experimental de nivel causal</p>	<p>Población: Empresas comerciales de Iquitos</p> <p>Procesamiento de Datos: Estadística descriptiva e inferencial</p>	Cuestionario

2. Tabla de operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador	Índice	Ítems	Instrumento
Variable Independiente: Financiamiento empresarial	Según Cevallos et al., (2021), el financiamiento empresarial se refiere al mecanismo mediante el cual se asegura la viabilidad y sostenibilidad de un proyecto, negocio o emprendimiento, mediante la provisión de recursos de capital, como dinero o crédito.	La variable será medida considerando las dimensiones de proceso de financiamiento, uso de financiamiento, costo de financiamiento y confianza de financiamiento	- Proceso de financiamiento	- Claridad y estructura del proceso de financiamiento.	1	Cuestionario con respuestas marcadas
				- Accesibilidad de los requisitos de financiamiento.	2	
				- Tiempo de aprobación del financiamiento	3	
				- Disponibilidad y acceso a información financiera	4	
				- Destino del financiamiento	5	
				- Uso estratégico del financiamiento	6	
				- Gestión interna del financiamiento	7	
				- Impacto del financiamiento en infraestructura y tecnología	8	
				- Accesibilidad de las tasas de interés	9	
				- Transparencia y razonabilidad de costos administrativos	10	
				- Adecuación de plazos y cuotas	11	
				- Sostenibilidad financiera del financiamiento	12	
				- Percepción de justicia y equidad en el financiamiento	13	
				- Disponibilidad de financiamiento para el crecimiento	14	
				- Estabilidad y seguridad del financiamiento	15	

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador	Índice	Ítems	Instrumento
Variable Dependiente: Crecimiento económico, de mercado y organizacional de empresas	De acuerdo con Aguilera y Puerto (2012), el crecimiento empresarial es un fenómeno multifacético que conlleva un proceso de ajuste a las transformaciones del entorno, reflejado en la acumulación de capital tanto físico como humano, además de una organización y estructura interna bien desarrolladas.	La variable será medida considerando las dimensiones de crecimiento económico, crecimiento social y crecimiento organizacional.	- Crecimiento económico	- Incremento de ingresos y rentabilidad	16	Cuestionario con respuestas marcadas
				- Aumento de inversión en activos y capital	17	
				- Expansión y posicionamiento en el mercado.	18	
				- Mejora en productividad y eficiencia operativa	19	
				- Diversificación de fuentes de ingresos	20	
				- Ampliación de la base de clientes y volumen de ventas.	21	
				- Implementación de estrategias de marketing y publicidad.	22	
				- Expansión en nuevas regiones o mercados internacionales	23	
				- Diversificación de productos o servicios para mejorar la competitividad.	24	
				- Fortalecimiento de marca y posicionamiento en el mercado	25	
				- Mejora en la estructura organizativa	26	
				- Implementación de nuevas tecnologías y optimización de procesos	27	
				- Fomento de una cultura de innovación y mejora continua	28	
				- Desarrollo de estrategias de expansión empresarial	29	
				- Fortalecimiento de capacidades de gestión de líderes y gerentes	30	
		- Crecimiento de mercado				
		- Crecimiento organizacional				

3. Instrumento de Recolección de Datos

CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES: Lee detenidamente cada pregunta. Luego seleccione el casillero que usted crea correspondiente.

Identificación de participantes

Género del representante de la entidad

- a) Masculino
- b) Femenino

Grupo etario

- a) De 18 a 28 años
- b) De 29 a 38 años
- c) De 39 a 48 años
- d) De 49 a 58 años
- e) Más de 58 años

Año de funcionamiento en la empresa

- a) De 1 a 5 años
- b) De 6 a 10 años
- c) De 11 a 15 años
- d) De 16 a 20 años
- e) Más de 20 años

A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. Responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

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

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	Variable: Financiamiento empresarial					
	Proceso financiamiento					
1	El proceso de solicitud de financiamiento en mi empresa es claro y bien estructurado.					
2	Los requisitos exigidos por las entidades financieras son accesibles y acordes a la realidad empresarial.					
3	El tiempo de aprobación del financiamiento es adecuado para las necesidades de la empresa.					
4	El acceso a información sobre financiamiento empresarial es suficiente y fácil de comprender.					

Uso de financiamiento						
5	El financiamiento obtenido se destina principalmente a inversiones que fortalecen el crecimiento de la empresa					
6	El crédito es utilizado estratégicamente para mejorar la productividad y competitividad de la empresa.					
7	Existen políticas claras dentro de la empresa para la administración eficiente del financiamiento recibido					
8	El financiamiento ha permitido mejorar la infraestructura y adquisición de tecnología en la empresa.					
Costo de financiamiento						
9	Las tasas de interés de los créditos empresariales son accesibles y no representan una carga excesiva					
10	Los costos administrativos asociados al financiamiento son razonables y transparentes					
11	El pago de cuotas y plazos de financiamiento es adecuado a la capacidad financiera de la empresa.					
12	La empresa puede acceder a financiamiento sin comprometer excesivamente su rentabilidad.					
Confianza de financiamiento						
13	Confío en que las entidades financieras ofrecen condiciones justas y equitativas para el financiamiento empresarial					
14	La empresa tiene acceso constante a financiamiento cuando lo necesita para su crecimiento.					
15	Las fuentes de financiamiento disponibles ofrecen estabilidad y seguridad a largo plazo					

	Ítems	1	2	3	4	5
	Variable: Crecimiento de empresas					
	Crecimiento económico					
16	La empresa ha incrementado sus ingresos y rentabilidad en los últimos años					
17	La inversión en activos y capital ha aumentado como parte del crecimiento de la empresa.					
18	La empresa ha logrado expandir su participación en el mercado y mejorar su posicionamiento competitivo					
19	La productividad y eficiencia operativa han mejorado a través de estrategias de crecimiento económico					

20	La empresa ha diversificado sus fuentes de ingresos y reducido su dependencia de un solo mercado.					
	<i>Crecimiento de mercado</i>					
21	La empresa ha ampliado su base de clientes y aumentado su volumen de ventas en los últimos años.					
22	Se han implementado estrategias efectivas de marketing y publicidad para atraer nuevos segmentos de mercado.					
23	La empresa ha logrado expandir su presencia en nuevas regiones o mercados internacionales.					
24	La diversificación de productos o servicios ha permitido mejorar la competitividad y captar más clientes.					
25	La empresa ha fortalecido su marca y posicionamiento en el mercado frente a la competencia.					
	<i>Crecimiento organizacional</i>					
26	La estructura organizativa de la empresa ha mejorado para adaptarse a su crecimiento y nuevas demandas del mercado.					
27	Se han implementado nuevas tecnologías y procesos para optimizar la gestión empresarial					
28	La empresa fomenta una cultura de innovación y mejora continua en sus operaciones.					
29	Se han desarrollado estrategias claras para la expansión de la empresa a nivel local, nacional o internacional.					
30	Los líderes y gerentes de la empresa han fortalecido sus capacidades de gestión a través de formación y experiencia.					

4. Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO DE PARTICIPACIÓN EN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

He sido informado(a) sobre los objetivos, el alcance y los resultados esperados de este estudio, así como de las características de mi participación.

Reconozco que la información proporcionada durante esta investigación será tratada de manera estrictamente confidencial y anónima, y no será utilizada para ningún otro fin ajeno a este estudio.

He sido informado(a) de que puedo realizar preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que tengo el derecho de retirarme del mismo cuando lo desee, sin necesidad de justificar mi decisión ni enfrentar consecuencia alguna.

Entiendo que se me entregará una copia de este documento de consentimiento y que podré solicitar información sobre los resultados de este estudio una vez concluido, contactando a la investigadora responsable a través del correo electrónico o número de contacto proporcionados.

Atentamente

- Acepto participar
- No acepto participar
