

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas**

**CULTURA FINANCIERA Y SU INFLUENCIA EN LA PLANEACIÓN
EMPRESARIAL DE LAS MYPES BODEGAS DEL SECTOR 18-
CAJAMARCA, 2021.**

José Carlos Sánchez Chanamé

Miguel Kendald Verástegui Arroyo

Asesor:
Mg. Luis Alberto Morales Hernández

Cajamarca – Perú

Abril – 2023

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas
Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas**

CULTURA FINANCIERA Y SU INFLUENCIA EN LA PLANEACIÓN

EMPRESARIAL DE LAS MYPES BODEGAS DEL SECTOR 18-

CAJAMARCA, 2021.

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para
optar el Título Profesional de Licenciado en Contador Público

Bach. José Carlos Sánchez Chanamé

Bach. Miguel Kendald Verástegui Arroyo

Asesor: Mg. Luis Alberto Morales Hernández

Cajamarca – Perú

Abril - 2023

COPYRIGHT © 2023 by

JOSÉ CARLOS SÁNCHEZ CHANAMÉ

MIGUEL KENDALD VERÁSTEGUI ARROYO

Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL

CULTURA FINANCIERA Y SU INFLUENCIA EN LA PLANEACIÓN

EMPRESARIAL DE LAS MYPES BODEGAS DEL SECTOR 18-

CAJAMARCA, 2021.

Presidente: Dr. Víctor Hugo Montenegro Díaz

Secretario: Mg. Luis Felipe Velasco Luza

Vocal: Mg. Anthony Edwin Rabanal Soriano

Asesor: Mg. Luis Alberto Morales Hernández

Dedicatoria

A Dios por un día más de vida, a mi madre Maritza, por ese sacrificio en toda mi carrera y por haberme brindado su apoyo, dedicación, amor y comprensión en todo momento, orgulloso de ser tu hijo.

Por brindarme siempre la mejor educación que una madre pudiera inculcarle a su hijo. Gracias por el sacrificio para que yo pudiera culminar mi carrera.

José Carlos

A Dios quién me guío por el buen camino, a mi padre Miguel quien me ayudó para conseguir mi objetivo de ser profesional.

A mi madre Alcira por sus consejos, su apoyo moral e incondicional y ayuda en los momentos difíciles, a mi hermano Luis Arturo por su comprensión.

Miguel Kendald

Agradecimiento

Pretendemos manifestar nuestra gratitud a todas aquellas personas que depositaron su confianza y apoyo en nuestros esfuerzos.

A Dios por la vida, buena salud, iluminarnos y la paciencia para alcanzar uno de nuestros sueños más anhelados.

A nuestros padres por todo su apoyo incondicional para alcanzar nuestro objetivo y realizarnos plenamente como profesional.

A nuestra segunda casa superior de estudios UPAGU por acogernos durante nuestra formación profesional y a los docentes por el aprendizaje.

A nuestro asesor Mg. Luis Morales por sus consejos que aportó para llegar a la cumbre de dicho trabajo de investigación y poder sustentarlo con honor.

A los especialistas Mg. Jaime Valera, MCs. Nelson Mendo y C.P.C. Ricardo Díaz por sus permanentes respaldos, disposiciones y aportes de la validación de instrumentos para el desarrollo del presente trabajo.

A los miembros del jurado Dr. Víctor Hugo Montenegro Díaz, Mg. Luis Felipe Velasco Luza y Mg. Anthony Edwin Rabanal Soriano, por sus observaciones, consejos e indicaciones para la mejora y superación de la presentación de dicho trabajo de tesis.

Bachilleres

José Carlos Sánchez Chanamé

Miguel Kendald Verástegui Arroyo

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar el grado de influencia entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021. La investigación fue de tipo puro y aplicada, de diseño no experimental, de corte transversal y de nivel correlacional. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta y los instrumentos fueron dos cuestionarios con una fiabilidad de 0.915 para la variable cultura financiera y 0.950 en la variable planeación empresarial. La muestra fue probabilística y se estableció un total de 158 bodegas. A través de la prueba de Rho de Spearman ($\text{sig.} = 0.941$) se estableció una correlación positiva muy alta, de tal manera que a menor cultura financiera en las Mypes bodegas del Sector 18 – Cajamarca, su planeación empresarial es más bajo.

Palabras clave: Cultura financiera, bodegas, planeación empresarial.

Abstrac

The general objective of this study was to determine the degree of influence between financial culture and business planning in the MYPES bodegas of Cajamarca, 2021. The research was of a pure and applied type, of a non-experimental design, of a cross section and of a correlational level. For data collection, the survey technique was used and the instruments were two questionnaires with a reliability of 0.915 for the financial culture variable and 0.950 for the business planning variable. The sample was probabilistic and a total of 158 wineries were established. Through the Spearman's Rho test (sig. = 0.941) a very high positive confirmation is determined, in such a way that the lower the financial culture in the Mypes wineries of Sector 18 - Cajamarca, the lower their business planning.

Keywords: Financial culture, warehouses, business planning.

Índice

Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Resumen	viii
Abstrac	ix
Índice.....	x
Índice de tablas.....	xiii
Índice de figuras.....	xiv
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Definición de problema	19
1.3. Objetivos.....	20
1.4. Justificación del estudio	20
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. Antecedentes de la investigación.....	22
2.2. Marco teórico.....	27
2.3. Marco conceptual	58
2.4. Hipótesis	61
2.5. Operacionalización de las variables	62
CAPITULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	65
3.1. Tipo y de investigación	65
3.2. Diseño de investigación.....	65
3.3. Nivel de investigación.	65
3.4. Población y muestra de la investigación	67
3.4.1. Población	67

3.4.2. Muestra	67
3.5. Técnicas, Instrumentos y Análisis de recolección de datos	69
3.5.1. Técnicas	69
3.5.2. Instrumentos.....	69
3.5.3. Análisis	71
3.6. Aspectos éticos de la investigación	72
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	73
4.1. Resultados de la investigación.....	73
4.1.1. Prueba de hipótesis general.....	73
4.1.2. Prueba de hipótesis específicas.....	76
4.1.3. Propuesta.....	81
4.2. Discusión	86
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
5.1 Conclusiones.....	90
5.2 Recomendaciones	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
LISTA DE ABREVIATURAS	100
GLOSARIO.....	101
ANEXOS.....	103
ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA	103
ANEXO B: INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	105
ANEXO C: VALIDACIÓN JUICIO DE EXPERTOS.....	109
ANEXO D: SOLICITUD DIRIGIDA A LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA.....	115
ANEXO E: CORREO RESPUESTA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA.....	116

ANEXO F: LISTA DE LA POBLACIÓN 269 BODEGAS DEL SECTOR 18 – CAJAMARCA	118
ANEXO G: INFORME 118 – 2021 ALCANZO INFORME SOLICITADO....	123
ANEXO H: POBLACIÓN DE ESTUDIO	124
ANEXO I: FOTOS DEL SECTOR 18 BARRIO LA FLORIDA -CAJAMARCA	127

Índice de tablas

Tabla 1	Operacionalización de las variables	63
Tabla 2	Muestra de estudio	67
Tabla 3	Fiabilidad de instrumentos	70
Tabla 4	Coefficiente del Alfa de Cronbach	70
Tabla 5	Validación por juicio de expertos	70
Tabla 6	Prueba de normalidad para el estudio	73
Tabla 7	Interpretación de coeficiente de correlación	74
Tabla 8	Prueba de hipótesis general	75
Tabla 9	Análisis de la cultura financiera	76
Tabla 10	Análisis de las dimensiones de la variable cultura financiera	77
Tabla 11	Análisis de la planeación empresarial	79
Tabla 12	Análisis de las dimensiones de planeación empresarial	80

Índice de figuras

Figura 1 Modelo conceptual de Índice de alfabetismo financiero	29
Figura 2 Fases del ciclo presupuestario	34
Figura 3 Fuentes de endeudamiento	38
Figura 4 Modelo de planificación estratégica en pymes con aplicación de cuadro de mando integral	53
Figura 5 Modelo de planeación táctica	56
Figura 6 Modelo planificación operativa	58

INTRODUCCIÓN

La cultura financiera refleja el grado de conocimiento que tiene un individuo para administrar y hacer un correcto uso de su dinero, permitiéndole de esta forma tener una mejor calidad de vida, y estar preparado para cualquier eventualidad financiera (Asociación de Bodegueros, 2021). En tanto, la planeación empresarial es “la selección de objetivos y metas por alcanzar, definiendo las acciones necesarias para lograrlas, tomando decisiones por anticipado y eligiendo los cursos futuros de acción” (Harold Koontz, citado en Araujo, 2017, p. 56).

A lo largo del territorio peruano existen diferentes emprendimientos como el caso de las bodegas: son negocios familiares que operan como micro y pequeñas empresas (Mypes). Sin embargo, a falta de una oportuna planificación, conocimientos, habilidades, herramientas y actitudes para administrar sus finanzas pueden caer en sobreendeudamientos, malas inversiones, falta de gestión del negocio, entre otras.

En la región de Cajamarca se estima que existe “31 mil 500 Mypes (micro y pequeñas empresas), de las cuales el 56% se concentra en la provincia de capital. 95% de ese grupo son microempresas, y el 5% restante, calificados como pequeñas” (Gobierno Regional de Cajamarca, 2019).

En tal sentido surge la presente investigación, teniendo como pregunta principal: ¿La cultura financiera influye en la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021?

El estudio permite ampliar los conocimientos sobre la relación entre la cultura financiera y la planeación empresarial en el sector de microempresas, siendo más específicos, en las bodegas del sector 18-Cajamarca. El limitado conocimiento de la cultura financiera en las pequeñas empresas hace que éstas no administren efectivamente sus recursos, de tal manera que una buena planeación permitirá elevar la habilidad de la empresa para sobrevivir en condiciones adversas.

La estructura del trabajo ha sido constituida por cinco capítulos. En el primer capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, a través del establecimiento de las preguntas que dirigen la investigación, los objetivos y la justificación.

En el segundo capítulo se presenta el marco teórico. Se han redactado lo antecedentes internacionales, nacionales y locales, se hizo la revisión teórica de ambas variables y sus respectivas dimensiones, posteriormente se revisa el marco conceptual tomado como referencia para su análisis. Se exponen las hipótesis y operacionalización de las variables.

En el tercer capítulo se da detalle de la metodología de la investigación. Basado en un estudio de tipo básico, de diseño no experimental y de alcance correlacional. Además de la población y muestra, se da detalle de la técnica empleada para la recolección de datos como fue la encuesta y el procesamiento de datos llevada a cabo.

El cuarto capítulo es dedicado a la presentación de los resultados descriptivos e inferenciales, los mismos que fueron representados en tablas y el análisis de cada uno. Finalmente, se presenta el quinto capítulo donde se da a conocer las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción de la realidad problemática

En el 2020 se desató un suceso que cambió los estilos de vida, las formas de consumo y maneras de trabajo, afectando la economía de las empresas en especial de las micro y pequeñas empresas (MYPES): La COVID -19. Se estima que el confinamiento afectó al 60% de las MYPES y al 51% de medianas empresas (Banco de Desarrollo de América Latina, 2020). Teniendo como consecuencias, el colapso en el desarrollo económico del país, desempleo, inflación de la deuda y aumento de la informalidad (Jugo, 2021).

Las MYPES son unidades económicas que nacen de personas emprendedoras, contrarrestando el desempleo y generando ingreso económico que permiten cubrir las necesidades básicas, respondiendo a los sectores más pobres de Perú (Carrillo, 2017). El estudio se centra en las bodegas, siendo un emprendimiento predominantemente de una familia y son las más tradicionales (Arévalo, 2020). En Perú existen 500 000 bodegas, de las cuales 70% fracasa al iniciar, la mayoría de ellos nace por motivo de subsistencia y no de crecimiento empresarial (Congreso de la República, 2020).

Conforme a la Asociación de Bodegueros del Perú, en los inicios de la pandemia se estimó una pérdida de hasta el 40% en sus ingresos, motivo por el cual, un 15% tuvo que dar por concluida sus actividades (Andina, 2021). Las bodegas juegan un papel relevante para el desarrollo económico,

sin embargo, su estabilidad aún es inquietante y no todos sobreviven para consolidarse.

La cultura financiera es asociada al nivel de conocimiento que una persona tiene para poder utilizar sus finanzas adecuadamente y así mejorar sus condiciones de vida. Cabe destacar, que es importante la cultura financiera como estrategia para un adecuado uso del crédito en la toma de decisiones por parte del microempresario. Esta cultura se va construyendo con el apoyo de las entidades financieras (Gestión, 2021).

Además, a ello se suma la importancia de la planificación. De hecho, la mala planeación es la principal causa de muerte de cualquier empresa, que ocurre cuando no se tiene claro el rumbo del negocio. De hecho, muchas MYPES no destinan tiempo para la planeación y apelan a los conocimientos empíricos que a la larga puede traer consecuencias negativas, al no tener herramientas adecuadas para enfrentar las dificultades del mercado.

En la región de Cajamarca, “las MYPES constituyen unidades empresariales, que brindan espacio de desarrollo a miles de trabajadores que contribuyen al desarrollo de la economía. Además, conforme las MYPES van creciendo y desarrollándose, nuevas van apareciendo, esto dinamiza la economía” (Red de comunicación regional, 2020). Se estima que en la región existe “31 mil 500 Mypes (micro y pequeñas empresas), de las cuales el 56% se concentra en la provincia de capital. 95% de ese grupo son microempresas, y el 5% restante, calificados como pequeñas” (Gobierno Regional de Cajamarca, 2019).

Seguendo estudios previos, indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en el interior del país que en las capitales de los principales departamentos, en el que las probabilidades de sobrevivencia no superan los cinco años de vida.

De tal manera que, el estudio surge ante la necesidad de un análisis sobre la relación entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las bodegas del sector 18-Cajamarca. Así, al impregnarle un carácter estratégico a la forma de desarrollar este tipo de empresas, no sólo desde el punto de vista operativo sino también financiero, es posible lograr un equilibrio en todos los niveles de gestión para la bodega, de forma que se puedan afrontar los posibles cambios y tendencias del entorno con mejores condiciones.

1.2. Definición de problema

1.2.1. Pregunta general

¿La cultura financiera influye en la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021?

1.2.2. Preguntas específicas

- ¿Cuál es el nivel de la cultura financiera de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021?
- ¿Cuál es el nivel de planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021?
- ¿Es factible elaborar una propuesta para mejorar la cultura financiera y la planeación empresarial en los propietarios de las MYPES bodegas del Sector 18 – Cajamarca, 2021?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar el grado de influencia entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las MYPES bodegas del Sector 18 Cajamarca, 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Establecer el nivel de la cultura financiera de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.
- Establecer el nivel de planeación empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.
- Elaborar una propuesta para mejorar la cultura financiera y la planeación empresarial en los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.

1.4. Justificación del estudio

Justificación teórica

El estudio amplía los conocimientos sobre la cultura financiera y la planeación empresarial en el sector de microempresas, siendo más específicos, en las bodegas. El limitado conocimiento de la cultura financiera en las pequeñas empresas hace que éstas no administren efectivamente sus recursos, de tal manera que una buena planeación permite elevar la habilidad de la empresa para sobrevivir en condiciones adversas. La investigación permite conocer la relación entre ambas variables en la Mypes bodegas del Sector 18, provincia de Cajamarca, sirviendo como

antecedente para la realización de futuras investigaciones en la misma línea y campo de estudio.

Justificación metodológica

El estudio se realizó basándose en instrumentos de recolección de datos de anteriores investigaciones, adaptándolos a un contexto en concreto; los mismos que fueron sometidos al proceso de validez y confiabilidad por juicio de expertos. Los cuestionarios sirven de guía a futuros investigadores interesados en la línea de investigación y brinda una mejor perspectiva sobre su utilidad, dado que permitió responder a la problemática y llegar a conclusiones específicas.

Justificación práctica

La investigación permite conocer la relación entre la cultura financiera y la planeación empresarial de las Mypes, mediante la cual se brindan recomendaciones para que se tomen decisiones de manera oportuna y eficaz que orienten su desarrollo. El conocimiento de la cultura financiera y planeación, incrementa las probabilidades de éxito de los emprendedores, implementando un adecuado uso de planes empresariales, disminuye las tasas de mortalidad de las bodegas.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Heredia, et al. (2021) en su investigación *Planeación y Finanzas en Micro y Pequeñas Empresas. Caso Chilac, Zapotitlán Y Zinacatepec, Puebla, México*, tuvo como objetivo medir el desempeño en actividades de planeación y finanzas de las micro y pequeñas empresas (Mypes) de ingreso bajo y medio de tres pequeños municipios mexicanos del estado de Puebla: San Gabriel Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec. El diseño del estudio fue transversal y descriptivo. Los autores emplearon la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. La muestra seleccionada fue de 424 Mypes. Los resultados evidenciaron que existe una correlación estadística de los indicadores obtenidos con variables relacionadas con la rentabilidad de las empresas; la causalidad va desde los factores de desempeño hacia la generación de resultados económicos y financieros, aunque es necesario considerar la endogeneidad de las variables en estudios posteriores.

Valdez (2019) en su investigación bajo el título *Cultura financiera: Patrones de ahorro e inversión en jubilados de la Ciudad de Esmeraldas*. El objetivo del estudio fue analizar los patrones de ahorro e inversión de los jubilados de la ciudad de Esmeraldas. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo y de tipo transeccional descriptivo. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario. Los resultados obtenidos muestran que los recursos económicos recibidos por concepto de jubilación

fueron destinados principalmente a la compra de menaje para el hogar; menos del 40% de la muestra utiliza tarjeta de crédito sin embargo al momento del pago más de 70% se acogen al pago mínimo; el principal ingreso es la pensión jubilar, pero es insuficiente para destinar un porcentaje al ahorro.

Román et.al. (2019) en su artículo titulado *La cultura financiera y la creación de emprendimientos en la ciudad de Loja – Ecuador*, tuvo como objetivo identificar las limitaciones que tienen los emprendimientos para acceder al microcrédito como fuente de financiamiento. La metodología empleada fue de tipo descriptiva y para ello se hizo la revisión de diferentes fuentes bibliográficas. Los autores concluyen que en Ecuador se implementaron políticas públicas para apoyar preferentemente al pequeño emprendedor, con un marco legal que ha determinado tasas de interés bajas denominados créditos vip, se logró estandarizar el papeleo y la banca pública formo parte de este proceso

2.1.2. Antecedentes nacionales

Lujan (2019) en su tesis *Cultura Financiera Y Su Influencia En El Desarrollo Empresarial De Las Mypes Del Sector Calzado Del Distrito El Porvenir 2018-2019*, tuvo como objetivo determinar la influencia de la Cultura Financiera en el Desarrollo Empresarial de las MYPES del sector calzado del Distrito el Porvenir. El diseño del estudio fue no experimental, descriptivo correlacional y de corte transversal. Tuvo una población de 152 microempresas y consideró una muestra de 59 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario basado en respuestas en una escala de Likert. Los

resultados evidenciaron que la cultura financiera influye de manera favorable al desarrollo empresarial de las MYPES; donde se evaluó el nivel de cultura financiera que poseen los microempresarios, además se analizó el desarrollo empresarial de los microempresarios así mismo se propuso la implementación de un programa de capacitación financiera.

Alarcón (2018) en su estudio titulado *La Planeación Estratégica Y Su Influencia En El Desarrollo Empresarial De Las Mypes De Ciudad De Dios – Sjm, 2018*, teniendo como objetivo determinar la influencia de la planeación estratégica en el desarrollo empresarial de las Mypes de Ciudad de Dios – SJM, 2018. La investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, nivel explicativo y de corte transversal. La población estuvo conformada por 60 Mypes, Los instrumentos empleados fueron el cuestionario de 20 ítems, validados por la prueba de expertos y la confiabilidad a través del alfa de cronbach. Los resultados obtenidos registran que la planeación estratégica influye significativamente en el desarrollo empresarial de las Mypes de Ciudad de Dios. En relación a las dimensiones: misión organizacional, visión organizacional y objetivos organizacionales con el desarrollo empresarial se encontró que tienen influencia significativa.

Araujo (2017) en su tesis *La Cultura Financiera De Los Empresarios Y La Planeación Empresarial En Las Pequeñas Empresas Del Sector Textil - Confecciones Ubicadas En El Emporio Comercial De Gamarra, Período 2017*, planteó como objetivo determinar la relación que existe entre la Cultura financiera de los empresarios y la Planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil-confecciones ubicadas en el Emporio Comercial de

Gamarra, periodo 2017. La investigación fue de enfoque cuantitativo, alcance correlacional y de diseño no experimental. La población estuvo conformada por 180 pequeñas empresas confeccionistas de prendas de vestir de Gamarra y a través de muestreo probabilístico aleatorio simple, se seleccionó a 50. El instrumento fue el cuestionario que fue sometido a pruebas de validez a juicio de expertos y la confiabilidad por el Alfa de Cronbach. Se concluyó que existe una relación directa y estadísticamente significativa con un nivel de correlación moderado de 0,635 entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las pequeñas empresas textiles-confeccionistas de prendas de vestir de Gamarra.

2.1.3. Antecedentes locales

Chávez y Rubio (2018) con su investigación *La cultura financiera en jóvenes empresarios egresados del programa Impulsa Perú en Cajamarca año 2017*, tuvo como objetivo determinar el nivel de la cultura financiera en los jóvenes empresarios egresados del programa impulsa Perú en Cajamarca. 2017. El estudio fue de diseño no experimental, descriptiva y de corte transaccional. La muestra estuvo conformada por 20 empresarios, a quienes se le aplicó un cuestionario a profundidad. Los resultados obtenidos muestran que la cultura financiera de los Jóvenes egresados del programa impulsa Perú Cajamarca año 2017 son deficientes: El 15% de ellos poseen una cuenta de ahorros para el manejo del efectivo o plan de ahorro para la inversión en la empresa o para imprevistos o el futuro personal. El 85% no cuenta con tarjeta de ahorros y la gran mayoría de este grupo no utiliza el sistema financiero.

Rojas (2018) con su tesis *La Información Financiera Para Optimizar La Competitividad De Las Mypes Del Sector Comercial De Cajamarca 2016*. Tuvo como objetivo determinar la relación de la información financiera en la Competitividad de las Mypes del sector comercial en la ciudad de Cajamarca – 2016. El tipo de estudio fue aplicado y de diseño no experimental. La muestra seleccionada fue de 367 Mypes, a quienes se aplicó el instrumento de cuestionario. Se concluyó que el sector comercial de las Mypes en Cajamarca, no formulan estados financieros para gerenciar sus empresas, solo lo hacen para fines tributarios y laborales donde la ley lo exige y multa su omisión. Por lo que necesitan urgente implementar un sistema contable y organización que le permita tener un soporte para la formulación y presentación de estados financieros oportunos y consistentes para su correcta toma de decisiones que contribuyan a ser competitivas y sostenibles en el mercado.

Marín y Soto (2016) con su trabajo *Relación de la cultura financiera en el uso de tarjetas de crédito con el nivel de endeudamiento de los usuarios de una entidad financiera, Cajamarca 2016*. El objetivo fue determinar la relación entre la cultura financiera en el uso de las tarjetas de crédito con el nivel de endeudamiento de los usuarios de una entidad financiera de Cajamarca 2016. La metodología utilizada fue no experimental y correlacional. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de 24 ítems cada una. Los resultados muestran, según la prueba estadística Chi-cuadrado de Pearson que existe una relación significativa entre las variables de estudio, es decir que existe una considerable falta de

cultura financiera en el uso de tarjetas de crédito, elevando el nivel de endeudamiento de los usuarios de una entidad financiera en la ciudad de Cajamarca en el año 2016.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Conceptos sobre Cultura Financiera.

García et al. (2011, citado en Araujo, p. 37) identifica como cultura financiera al “conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos, que permite a las personas gestionar sus finanzas” a través del acceso a la información de productos financieros, haciendo mucho más efectivo el control de su presupuesto.

“La cultura financiera es el proceso a través del cual las personas tienen una mejor comprensión de los productos financieros, los riesgos financieros y las oportunidades que se dan en el mercado, tomando decisiones económicas con información oportuna” (Córdova, 2014, citado en Arias, 2020, p. 22)

En la misma línea, Loayza (2019) menciona que la cultura financiera es un proceso por el que las personas aumentan sus conocimientos sobre los productos financieros, mediante la educación y el asesoramiento. Ello les permite desarrollar mejores habilidades en el uso de sus finanzas y aprovechar las oportunidades de forma efectiva: “saber dónde acudir en busca de ayuda y actuar de manera efectiva para mejorar su bienestar y protección financiera” (p. 24)

Arias (2020) indica que la cultura financiera comprende diferentes aspectos, siendo una herramienta que contribuye en la formación educacional financiera de cada persona. Permite una “libertad, independencia y cultura financiera, en el contexto del desarrollo económico y social del país” (p. 23).

En base a lo expuesto, se entiende que la cultura financiera se asocia con los conceptos de ahorro, presupuesto, crédito y el sistema financiero. Una adecuada administración de las finanzas personales, no solo implica el manejo correcto de los ingresos, sino que también permite tener una estabilidad emocional y familiar que influye en el desarrollo personal.

Si las personas cuentan con educación financiera, pueden tomar mejores decisiones, contribuyen a la estabilidad del sistema financiero, apoyando con ello a la banca central, además de que se fortalece la bancarización (inclusión financiera) y se dota de herramientas, sobre todo a los jóvenes, que les permitan un mejor desarrollo (Coates, 2009, citado en Quevedo et. al, 2016, p. 5).

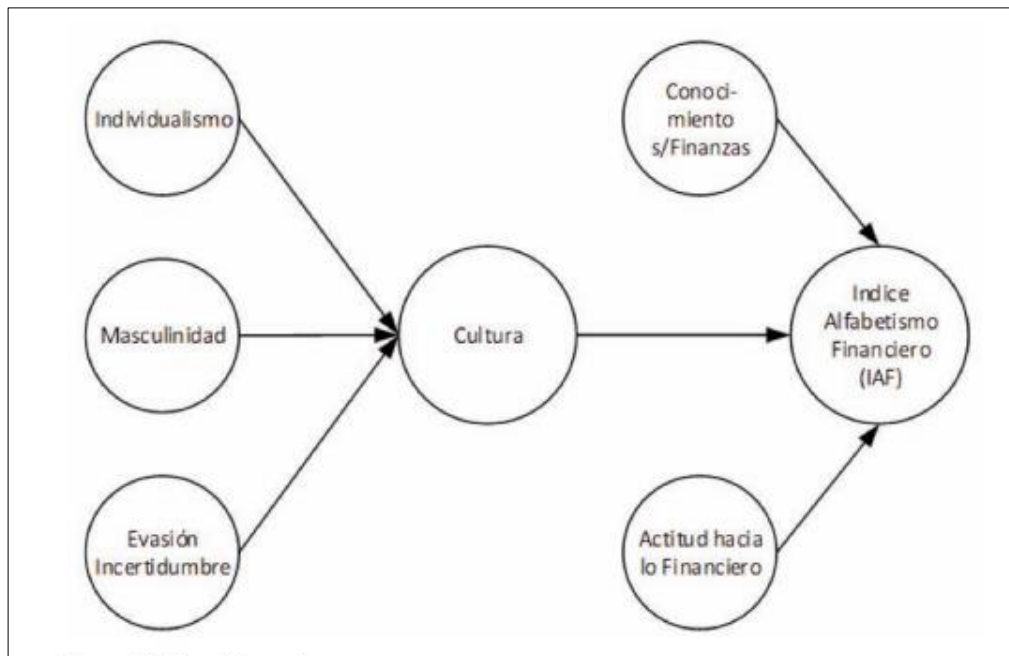
Tal como destaca Quevedo et al. (2020) , por medio de la educación financiera se conoce sobre las finanzas y se estimula las habilidades y capacidades en favor de la toma de mejores decisiones, manejar eficientemente los recursos financieros, fortaleciendo el bienestar económico de una persona.

Garay (2016) destaca que la educación financiera representa un elemento relevante para la inclusión financiera, ya que ayuda en el

desarrollo de los conocimientos para seleccionar y elegir los productos financieros que más se adecuen a las necesidades de las personas. El autor propone un modelo conceptual que involucra los conocimientos, actitudes y el comportamiento financiero; además de las dimensiones culturales del individualismo, masculinidad y evasión de la incertidumbre. Siendo representado de la siguiente manera:

Figura 1

En la figura se observa el Modelo conceptual de Índice de alfabetismo financiero.



Nota. Propuesto por Garay (2016).

Hofstede (1992, citado en Garay, 2016) destaca que en la toma de decisiones financieras influye la evasión de la incertidumbre, el individualismo y la feminidad/masculinidad.

El autor destaca que la evasión de la incertidumbre hace referencia a la sensibilidad de las personas con el riesgo y la incertidumbre, donde se

destaca que “el sistema financiero bancario es más compatible en culturas caracterizadas por una fuerte evasión de incertidumbre” (Garay, 2016, p. 27).

En el caso del individualismo - colectivismo, se refiere a la posición de una sociedad que “valora de alta manera la libertad personal, el logro y la imagen de yo” (Garay, 2016, p. 28). Hofstede et al. (1991, citado en Garay, 2016) registró una correlación positiva entre las variables del individualismo y el desarrollo económico de los países.

Respecto a la masculinidad y la feminidad, Hofstede et al. (citado en Garay, 2016, p. 28). Se refiere a los roles por género, la feminidad se relaciona con naciones donde los valores dominantes son la atención a los demás y a la preservación. En cambio, en sociedades masculinas los valores dominantes son el éxito material y el progreso (...) en los países de América Latina la sociedad tiene mayor masculinidad.

En el caso peruano, según la Unidad de Inteligencia económica de The Economist, en el 2019, fue el segundo país con menor entorno financiero, donde el 40.4% de los adultos tenían una cuenta bancaria (ComexPerú, 2020). Así mismo, se registró un descenso en las actitudes financieras, siendo 66% en 2013 y 47% en 2019. En base a los datos, se destaca que hay mucho esfuerzo aún por realizar en favor de la cultura financiera peruana. Cabe destacar que, para contar con una buena cultura financiera debe contarse con una adecuada educación financiera, haciendo referencia a los hábitos y comportamientos que eviten situaciones de

endeudamiento. En este sentido, es recomendable un consumo responsable, equilibrado y realizando un ahorro constante.

2.2.2. Dimensiones de la Cultura Financiera.

Presupuesto

Para Parra y La Madriz (2017) el presupuesto “es una herramienta con la cual se pueden facilitar las acciones administrativas de la empresa, pero sus debilidades pueden causar serios inconvenientes”.

La elaboración de presupuestos permite a las empresas administrar con precisión sus ingresos y gastos, para tener las herramientas que necesitan para lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Burbano (2011) señala que “el presupuesto surge como herramienta moderna de planeación y control al reflejar el comportamiento de la competencia y de indicadores económicos y su relación con los diferentes aspectos administrativos, contables y financieros de la empresa” (p. 11).

Por tanto, el objetivo principal del presupuesto es brindar a una empresa de un marco financiero acorde a su realidad, que le permita tomar decisiones y facilite su crecimiento. Haciendo que estén preparadas ante algún hecho y puedan adaptarse con el tiempo.

Núñez (2016) menciona “La cultura financiera educa a los gerentes para que elaboren presupuestos, adopten planes de ahorro, gestionen las obligaciones, y elaboren estrategias para tomar decisiones acertadas al momento de invertir, de igual forma adoptar conocimientos que le brinden confianza y así evitar caer en riesgos financieros” (p. 58).

Lorain et al. (2012), resaltan que el objetivo del control presupuestario reside en brindar elementos de control de la actividad económica, “tomando en cuenta la evolución de los flujos financieros y sus consecuencias en los resultados de la empresa” (citado en Parra y La Madriz, 2017, p. 36).

Cabe destacar, que los negocios están dentro de un sistema en el que prevalece la incertidumbre ante los imprevistos. Por lo tanto, las actividades a realizar deben planificarse con anticipación, para que sigan siendo regulares y sostenibles.

El presupuesto constituye una herramienta administrativa que “se encuentra íntimamente relacionado con la planeación financiera y está orientado hacia el futuro y no hacia el pasado, el presupuesto puede referirse a cualquier lapso de tiempo” (Parra y La Madriz, 2017, p. 37).

El presupuesto presenta dos características relevantes que lo definen (Asturias Corporación Universitaria, s.f. p. 4): a) La cuantificación, donde todo está cuantificado en unidades monetarias y técnicas; y normalmente en ambas. b) Por anticipado, es decir, son realizados previendo el futuro.

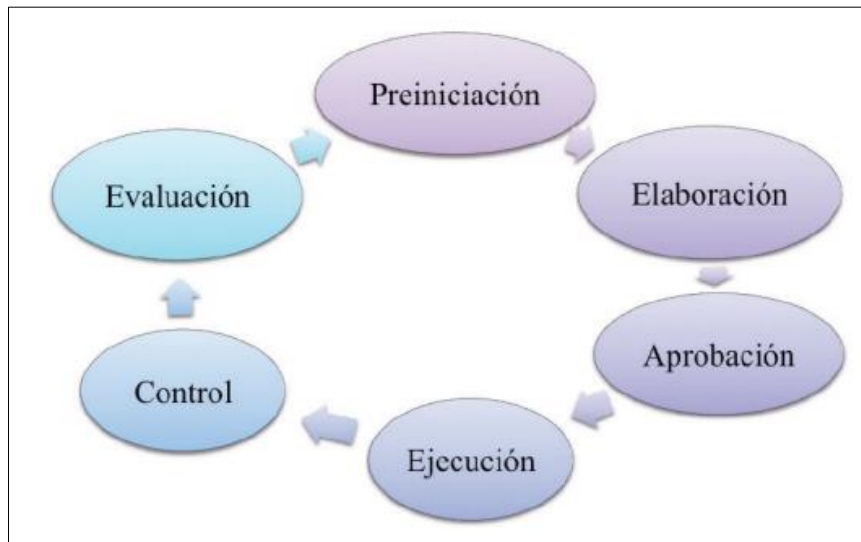
El ciclo presupuestario está conformado por seis fases que Fagilde (2009, citado en Santiago, 2018, p. 15 - 27) desarrolla:

- Fase de pre – iniciación, en el que se realiza el análisis micro y macro del entorno empresarial, además de elaborar las directrices que lo dirigirán. En esta etapa se definen la planificación estratégica a corto y largo plazo, para luego socializarlo entre las áreas involucradas.

- Fase de elaboración. Se constituye el establecimiento de programas, proyectos y actividades que son necesarias para alcanzar los objetivos operativos.
- Fase de aprobación. Se realiza la revisión de los informes, análisis y pertinencia del presupuesto realizado. En base a éste se realizan las mejoras necesarias y se aprueba el presupuesto final.
- Fase de ejecución. Se realiza la asignación de los recursos conforma a los techos presupuestarios aprobados y se pone en marcha las actividades de los planes. A medida que se avanza en actividades, se realiza informes presupuestales.
- Fase de evaluación y seguimiento. Se establece el método a emplear para el cumplimiento presupuestal. A través de informes se verifica la ejecución según lo planificado, además de brindarse medidas correctivas para su mejora.
- Fase de cierre y liquidación. Se presentan los informes finales, indicando un análisis crítico de los resultados obtenidos, se identifican causas y efectos de cada acción y se aborda la experiencia para futuros proyectos.

Figura 2

Fases del ciclo presupuestario



Nota. Propuesto por Fagilde, (2009, citado en Santiago, 2018, p. 14).

Respecto a la clasificación de presupuestos, Santiago (2018) refiere a presupuestos variables y rígidos. Los primeros son aquellos que “permiten ajustes en su ejecución por las diferencias presentadas, por imprevistos que se puedan dar, el grado de flexibilidad depende de los objetivos del presupuesto, ya que cuantos menos ajustes se realicen, mejor es el proceso de planeación” (p. 38). Los presupuestos rígidos son aquellos que “no permiten realizar ajustes, no se considera el entorno empresarial que puede afectar positiva o negativamente las cifras presupuestadas. Son aquellos que representan un programa inalterable” (p. 38).

Ahorros

Para comprender el concepto de ahorro, se consideró lo propuesto por Keynes (1936, citado en Arias, 2020, p. 19):

El ahorro es anticiparse para el consumo en un futuro. Las personas ahorran para dejar de trabajar en un futuro, para acumular dinero y comprar bienes duraderos, para contingencias futuras, y más. El ahorro permite un nivel más duradero y uniforme de consumo de las personas a través de los años. El ahorro implica dejar de consumir en la actualidad a cambio de un consumo a futuro.

Oberst (2014) conceptualiza al ahorro como “la diferencia entre el ingreso disponible y el consumo. Tanto a nivel individual como en el agregado nacional, la renta puede tener dos destinos: el ahorro o el consumo” (p. 20).

Oberst menciona que Irving Fisher (1930) desarrolló un modelo para explicar las maneras en que las personas asumen las decisiones en su consumo temporal y, por ende, de ahorro. Según la teoría de la elección intertemporal, las personas deben establecer su consumo y ahorro según la cantidad de recursos o ingresos que tienen. Detallándose lo siguiente:

Optimización sin capacidad de ahorro: si el individuo no tuviera la posibilidad de contar con un instrumento financiero (dinero) que le permita transferir consumo de la juventud a la vejez, el consumo de cada periodo sería igual al ingreso de dicho periodo, ya que no estaría maximizando su utilidad si dejase de consumir algo de lo que no podrá disponer en el futuro. Por lo tanto: $Y_1=C_1$ e $Y_2=C_2$.

Optimización con capacidad de ahorro: en el caso en el que el individuo tiene la posibilidad de ahorrar (S), el consumo de ambos

periodos puede diferir de su ingreso. Como ya hemos dicho anteriormente, el ahorro es la diferencia entre el ingreso y el consumo, por lo tanto: $S=Y_1-C_1$. (Oberst, 2014, p. 21)

Cuando se ahorra, se dispone de reservas para el futuro, proporcionándose la independencia financiera para generar capital semilla o capital social. Lo principal es llevar un registro de ingresos y gastos. Muchas empresas tienen ciclos de ventas estacionales y, en algunas industrias existe una gran diferencia entre las temporadas alta y baja. Cuanto más frecuente y profundo sea el tiempo de inactividad, más ahorros necesita la empresa.

Por tanto, el ahorro implica una situación económica y psicológica (Arias, 2020, p. 20) dado que debe existir la posibilidad de ahorrar (factor económico) y la voluntad para hacerlo (factor psicológico).

Bernal et al. (2020, p. 341) desarrolla siete factores que influyen en el ahorro, los cuales son:

- La cantidad de ingresos. Representa la mayor parte de su estímulo dado que considera los ingresos futuros que no van a disminuir en comparativa con los actuales.
- La seguridad de los ingresos futuros. Al tenerse idea de la cantidad de ingresos proyectados, la necesidad de ahorra es mayor cuando éstos se encuentran asegurados.
- Previsión del futuro. Las personas restan el valor del futuro, motivando un ahorro menor.

- La evolución de los precios futuros. Se considera que en el futuro habrá precios más altos, generado una menor decisión de ahorro.
- El tipo de interés. Se consideran los intereses, habiendo más posibilidad de ahorro si estos son altos.
- El salario. Los ingresos de una persona determinan la facultad de poder ahorrar.
- La inflación. A mayor inflación, es menor el ahorro.

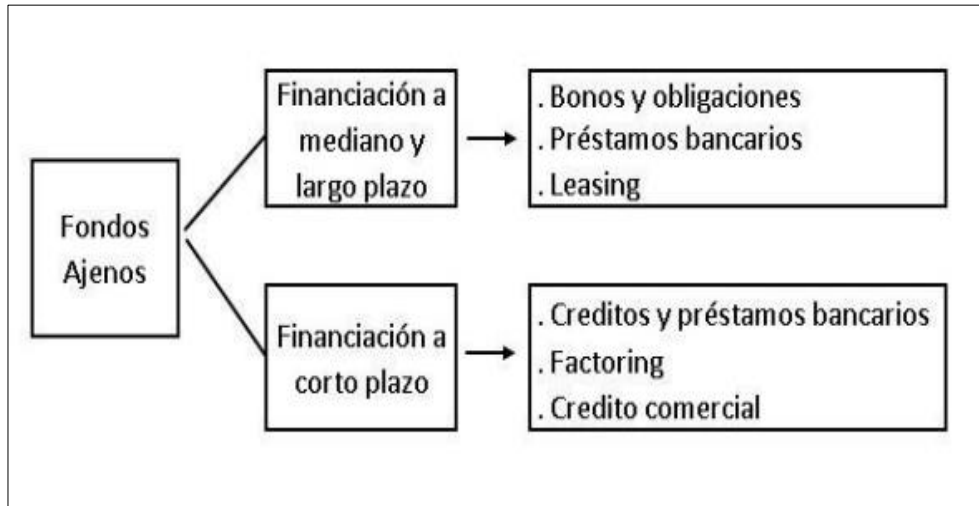
Administración de la deuda

Según Córdoba (2014, citado en Meyhuey y Morey, 2020) las empresas necesitan recursos financieros adicionales para concretar sus actividades, frente a ello, se solicita a una entidad ajena los recursos, convirtiéndose en una obligación que tiene que ser cumplida. De tal manera, que el endeudamiento empresarial hace referencia a la consecución de los recursos o medios de pago que la empresa necesita para la compra de bienes y el cumplimiento de su objeto social (Merhuey y Morey, 2020).

El compromiso de endeudamiento surge cuando una empresa adquiere algún tipo de obligación con terceros, teniendo como medio un documento de compromiso para su retribución (Ramos et al, 2016). “Cuando una empresa se endeuda, promete en general realizar una serie de apalancamiento pagos fijos. Como los accionistas obtienen sólo lo que resta después de que se ha pagado a los acreedores, se dice que la deuda provoca apalancamiento financiero” (Wild et al., 2007).

Figura 3

Fuentes de endeudamiento.



Nota. Propuesto por Meyhuey y Morey (2020).

Para calcular el ratio de endeudamiento, se considera el valor neto de los fondos propios y el pasivo fijo o el circulante. Dicho índice mide la dependencia de la empresa respecto a entidades bancarias, accionistas u otras empresas, y sirve como indicador de la capacidad real de la empresa para asumir posibles pérdidas y el nivel de su endeudamiento.

Los valores de referencia de la ratio de endeudamiento varían según el sector y el contexto económico, “lo aconsejable es que este entre 40% y 60%. Puede desdoblarse en endeudamiento a corto plazo (considerando sólo pasivo corriente), y endeudamiento a largo plazo (considerando sólo pasivo no corriente)” (INEI, 2018, p. 207). Si es mayor, muestra una empresa con deuda excesiva, que puede desequilibrarla, descapitalizarla o llegar a la bancarrota.

Negociaciones financieras.

“La negociación financiera es la comunicación entre dos o más personas para llegar a un acuerdo sobre uno o más asuntos financieros” (BBVA, s.f.). Los posibles resultados de una negociación financiera son:

- Gana – gana. Los actores involucrados logran parte de lo que requieren y eso motiva una sensación positiva.
- Pierde – pierde. Los involucrados no logran lo que necesitan.
- Pierde – Gana/ Gana – pierde. Solo uno de los involucrados accede a lo requerido y el otro no.
- Sin resultado. Ninguno es beneficiado, dado que los actores se retiran de la negociación.

Servicios financieros

Asmundson (2011) menciona que “un servicio financiero no es el bien financiero en sí —por ejemplo, un préstamo hipotecario para comprar una casa o una póliza de seguros de automóvil—, sino lo que podría definirse como el proceso de adquirir el bien financiero” (p. 46). De tal manera que un servicio financiero hace alusión a la transacción realizada en razón del bien financiero.

La autora menciona tres características de los servicios financieros: La intermediación, costo de los servicios y la regulación. En el primero, menciona que el sector financiero hace de intermediario como en el caso de la canalización de los ahorros del pensionista o al momento de adquirir un

seguro. “Por lo tanto, los proveedores de servicios financieros ayudan a canalizar el dinero en efectivo de los ahorristas hacia los prestatarios y a redistribuir el riesgo” (Asmundson, 2011, p. 46).

Una siguiente característica es el costo de los servicios, ya que éstos varían de acuerdo a la entidad y no siempre son transparentes. La tercera característica es la regulación, en el que se destaca la relevancia de los servicios financieros para el funcionamiento de la economía, dado que los “bienes financieros relativamente sencillos pueden ser complejos, y a menudo transcurre un intervalo de tiempo significativo entre la compra de un servicio y la fecha en que el proveedor debe proporcionarlo” (Asmundson, 2011, p. 47).

La Superintendencia de Banca, Seguros – SBS (s.f.), detalla que entre los servicios de naturaleza financiera se tienen a:

- Giros (sin cuenta de ahorro)
- Remesas (con cuenta de ahorro)
- Cheques de gerencia
- Pago de haberes
- Pagos de servicios
- Recaudación de impuestos
- Compra – venta moneda extranjera

Además, destacan que por los productos financieros se pagan o reciben interés, y por los servicios financieros se pagan comisiones.

2.2.3. Planeación Empresarial

La administración surgió desde que el hombre empieza a reconocerse como un ser que necesita sobrevivir en conjunto, de tal manera que formó comunidades que le permitieron organizarse y distribuir los recursos. A medida que las sociedades evolucionaron, también lo hicieron las formas de organizarse hasta llegar a la edad moderna, donde se proponen teorías científicas para aprovechar mejor los recursos y orientar a las crecientes empresas. Surgió el interés por la administración

“La palabra administrar proviene del latín *administrare* y significa *servir*” (Quintana, 2020, p. 274), su conceptualización se hace relevante a partir de Heny Fayol, en su libro *Administration industrielle et générale* (1916). La teoría de Fayol brindó importantes aportes para entender a la organización y su dirección, teniendo en cuenta que el acto de administrar se basaba en cinco funciones: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Los que se conocerán más adelante como los elementos del proceso administrativo.

Jiménez (1990, citado en Quintana, 2020, p. 274) define a la administración como:

La ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr en los organismos sociales.

Por su parte, se define como empresa a “una organización que se dedica a desarrollar tareas productivas o comerciales con el objetivo de obtener ganancias económicas” (Mero – Velez, 2018, p. 90).

En base a los dos conceptos mencionados, la administración de empresas consiste en el conjunto de principios, técnicas y prácticas en una organización para aprovechar sus recursos y alcanzar sus objetivos.

Para alcanzar los objetivos, se debe seguir un conjunto de procedimientos conocidos como los procesos administrativos. Cano (2017) indica que los procesos administrativos son los momentos de la gestión administrativa, “orientados a garantizar el cumplimiento misional y al logro de los objetivos propuestos, a través del uso adecuado de los recursos” (p. 22). Sánchez et al (2014) manifiestan que el fin del proceso administrativo es el alcanzar la eficacia y eficiencia organizacional, por lo que constituye como una herramienta indispensable, independientemente del tipo de empresa.

El proceso administrativo ha sido ampliamente estudiado por Porter, Newman, O’Donnell, Koontz y otros dando importantes aportes a cada proceso. Las cuatro fases son: planeación, organización, dirección y control.

Como primer elemento del proceso administrativo destaca la planificación. Fayol lo interpreta como la forma de proyectarse en el futuro y a partir de ello, elaborar un plan de acción. Posteriormente, Gulick indica que la planeación es la “actividad de trazar las líneas generales de lo que debe hacerse y fijar los métodos de hacerlo, con el fin de alcanzar los

objetivos de la empresa” (citado en Chiavenato, 2007, p. 75). Basado en el concepto, resalta la necesidad de integrar métodos que permitan hacer viable los lineamientos trazados y la consecución de los objetivos.

De la misma manera, Chiavenato (2007) define a la planificación como “la primera función administrativa” (p. 143) de una empresa, que permite establecer el rumbo de la organización. En esta etapa se plantean los objetivos organizacionales y los medios para conseguirlos, a través de los diferentes planes.

Al respecto, Cano (2017) destaca que la planificación “es un acto intencional de ejercer influencia formal y positiva sobre el curso, rumbo y porvenir de una organización” (p. 30). De tal manera que los responsables de la dirección deben tener en claro la misión y visión de la empresa, tomando en cuenta los factores internos y externos.

De la misma manera, Harold Koontz menciona que la planeación es “la selección de objetivos y metas por alcanzar, definiendo las acciones necesarias para lograrlas, tomando decisiones por anticipado y eligiendo los cursos futuros de acción” (citado en Araujo, 2017, p. 56).

Como se ha podido registrar, la planificación es el primer paso para direccionar una organización, evitando posibles problemas que le afecten. Dicho concepto se encuentra relacionado con el control, dado que una vez se sepan las acciones a realizar, podrá corroborarse el cumplimiento de las mismas y verificar los elementos que pudieron evitar su éxito, de ser el caso. Además, la planeación debe estar orientada a los avances tecnológicos, “la

planeación (...) sugiere integrar las áreas tecnológicas e informáticas, aspecto clave para enfrentar el medio complejo y cambiante que se da alrededor de las pymes” (Solano et al., 2013, citado en Sánchez, 2014, p. 6).

La planeación empresarial “es reflexionar sobre la naturaleza fundamental de la organización y decidir cómo situarla o posicionarla en el ambiente; determinar objetivos de corto y largo plazo; definir métodos de realización” (Hernández y Pulido, 2011, p.171)

Por otro lado, Araujo (2018, p. 58) destaca los elementos más importantes de la naturaleza de la planificación, los cuales son:

- a) La planeación contribuye a los objetivos de la empresa.
- b) La planeación implica establecer los objetivos de una organización, haciéndola única.
- c) Generalización de la planeación, debido a su autoridad o posición en la organización, un administrador puede realizar una planeación más importante que otros, o el planeamiento de uno puede ser más básica que la del otro y aplicable a una porción más grande de la empresa.
- d) La eficiencia de los planes, este se mide por su contribución al propósito de los objetivos, menos los costos y otros factores necesarios para formularlo y operarlo.

Hernández y Pulido (2011) desarrollan los principios de la planeación, haciendo alusión que representan guías universales permitiendo tener resultados homogéneos. Dichos principios son (p. 173 – 174):

- a) Principio de planeación. El logro de los objetivos se debe a un buen plan, además de la utilización óptima de los recursos.
- b) Principios de los hechos. Para la consecución de los planes se requiere la recopilación de datos que permitan tomar decisiones a partir de datos cuantificables.
- c) Principio de homogeneidad o estandarización. Todo plan debe ser formulado a partir de los datos cuantitativos y que se constituyan en un plan general.
- d) Principio de prioridad de los factores externos sobre los internos. La empresa debe considerar factores como la economía y el contexto en el que encuentra para determinar planes internos. Cabe destacar que, la eficiencia interna determina el nivel de competitividad de la organización.
- e) Principio de alineamiento. Los planes (generales y específicos) deben encontrarse alineados a la visión de la empresa y el equipo que lo conforma, asumirlo como tal.
- f) Principio de primacía y transitividad. Los autores destacan que la planeación establece la estructura organizacional, las bases de la dirección y los estándares de control.

El proceso de planeación demanda diversos planes (estratégico, táctico y operativo), además de la designación de los recursos para su viabilización. Ellos se desarrollan en el siguiente apartado.

2.2.4. Dimensiones de la Planeación empresarial

Planeación estratégica

Chiavenato (217, p. 39) define la planeación estratégica como el proceso de formular y ejecutar las estrategias de la organización con el propósito de insertarla, por medio de su misión, en el entorno donde actúa, y su producto básico es el plan para la acción organizacional integrada y cohesiva. Por su parte, la estrategia define la estructura de la organización y los procesos internos que buscan producir efectos sumamente positivos en su desempeño.

La planificación estratégica en las pequeñas empresas es una herramienta importante que les permite desarrollar y poner en práctica conceptos básicos para su buen funcionamiento y con ello establecer los objetivos, visión, misión y las estrategias necesarias.

En base a los conceptos revisados, se concluye que la planificación es una herramienta de la gestión administrativa que posibilita enmarcar el rumbo de una empresa para alcanzar sus objetivos, siendo relevante en la toma de decisiones.

“El proceso estratégico implica generar, o revisar en su caso, el concepto de negocio que se desea, lo que se conoce también como visión, en tanto que representa el lugar al que la empresa desea llegar” (Hernández y Pullido, 2011, p. 176). Al respecto, Hellriegel et al. (2009) explica que los influyentes en la toma de decisiones en la planeación estratégica son los

altos directivos, y son ellos quienes deben definir la “visión y misión, metas de la organización, estrategias y asignación de recursos” (p. 216).

Siguiendo a Hernández y Pullido (2011), destacan que en el proceso de planificación estratégica debe tomarse en cuenta las premisas, siendo “suposiciones fundamentadas en información y conocimiento que permiten hacer predicciones y cálculos en los escenarios de los planes estratégicos de las diferentes áreas” (p. 174). Las premisas se clasifican en: externas e internas. Las premisas externas “refieren al contexto económico, financiero, tecnológico, crecimiento histórico del mercado y participación de la empresa en él” (p. 174). En tanto, las premisas internas “están relacionadas con la estrategia de la empresa y su visión de lo que desea ser en el futuro”.

Los autores refieren que, a partir de un análisis real de la organización, considerando factores externos e internos, se podrá comprender y dirigir mejor a la empresa.

Arévalo y Vintimilla (2017) indican que el proceso de la planificación estratégica consta de cuatro etapas: filosófica, analítica, operativa y de control. En la primera, se establece la estrategia corporativa, estableciéndose la visión, misión y los valores de la organización. En la etapa analítica, se hace el análisis de la situación tanto externo e interno, además de establecer los objetivos y estrategias. En la etapa operativa, se establecen los planes de acción, los métodos, cronogramas, presupuestos y lo necesario para su viabilización. Finalmente, la etapa de control consiste

en realizar la verificación de lo realizado, la retroalimentación y la innovación para mejores resultados.

Por su parte, Martínez y Milla (2005, citado en Cerafín (2019, p. 27), mencionan que el planeamiento estratégico se divide en cuatro fases: análisis, diagnóstico, elección de estrategia e implementación de estrategias. Para el estudio se ha seleccionado dicho proceso y se desarrolla a continuación.

En la fase del análisis, es necesario reconocer la visión, misión y objetivos de la organización. Respecto a la misión se define como “el objeto o razón de ser de una organización” (Hellriegel et al., 2009 p. 217). Mendoza et al, (2019) lo conceptualiza como “una declaración escrita en la que se concreta la razón de ser o propósito de una organización” (p. 46). La misión detalla la actividad que desempeña la empresa en el mercado, indicando los factores que la distinguen de la competencia. Establece lo que realizará la empresa y la delimita en su actuación (Chiavenato, 2017, p. 39).

La visión “expresa el objeto y las aspiraciones fundamentales de la organización y por lo habitual está dirigida al corazón y a la mente de sus miembros” (Hellriegel et al., 2009, p. 216). Chiavenato (2017, p. 39) menciona que la visión “muestra una imagen de la organización en cuanto a la realización de sus propósitos en el futuro. Trata de predecir el futuro, pero sin asegurarlo en el presente”. Por su parte, Mendoza et al. (2019) definen la visión como “el estado en que se espera, se encuentra la organización en un escenario dado” (p. 46). Como se ha podido contratar

en las definiciones de diferentes autores, la visión refiere a la imagen que la empresa desea proyectar en un futuro, siendo realista y motivante para todos los colaboradores.

En cuanto a los valores, éstos son “Prioridades de la organización para definir los comportamientos de sus miembros. Son comportamientos valorados y privilegiados por la organización” (Chiavenato, 2017, p. 38)

La segunda fase denominada *diagnóstico* consiste en elaborar el análisis interno y externo de la organización, conocido como el FODA o DAFO.

El análisis DAFO: Es un análisis para la toma de decisiones mediante el cual se identifican las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la organización y se determinan aquellas fortalezas y debilidades sobre las que más se debe incidir para el aprovechamiento de las oportunidades y la defensa contra las amenazas. (Mendoza et al., 2019, p. 46)

El análisis interno identifica las debilidades y fortalezas de la empresa. Las debilidades son “aquellos obstáculos que mientras no se eliminan, cortan el desarrollo de otro presumible punto fuerte, al mismo tiempo que ayudan a resquebrajar el funcionamiento de la empresa” (Cerafín, 2019, p. 32). En tanto, las fortalezas se constituyen como “aquellos signos, recursos tanto humanos como económicos y financieros, organización, área de negocio, líneas de producto, etc.; que (...) pueden representar un liderazgo” (Cerafín, 2019, p. 32).

El análisis externo, significa examinar el entorno, teniendo en cuenta elementos políticos, económicos, tecnológicos y sociales. Conforme al contexto, la empresa debe considerar las oportunidades y amenazas. Las oportunidades, Cerafín (2019) lo define como aquellas posibilidades que la empresa puede aprovechar en su beneficio, permitiéndole conseguir ventajas. El mismo autor menciona que las amenazas son los eventos que dificultarían lograr los objetivos y están fuera de su control.

La tercera fase consiste en la elección de la estrategia. Las estrategias se “refieren a los principales cursos de acción (opciones) elegidos e instituidos para alcanzar una o varias metas” (Hellriegel et al., 2009, p. 218). En la misma línea, Figueroa (2019) menciona que las estrategias son un conjunto de “ideas, planes, proyectos y modelos enfocados al éxito y la competitividad” (p. 26). Para que una estrategia funcione, requiere que todos los ámbitos de la empresa se encuentren alineados en una sola dirección, lo que permite potenciar su competitividad.

Chiavenato (2017) lo define como: Es el patrón o plan que integra las principales políticas, objetivos, metas y acciones de la organización. Una buena estrategia asegura la mejor asignación de los recursos para anticiparse a los movimientos, planeados o no, de los oponentes o a las circunstancias del entorno. (p. 38)

Según Martínez y Milla (2005, citado en Cifuentes, 2019, p. 33), la formulación estratégica está conformado por tres tipos de estrategias: corporativas, competitivas y operativas. Las primeras se vinculan con la

cartera de negocios de la empresa, respondiendo a las preguntas ¿en qué negocios deberíamos competir?, y ¿cómo podemos gestionar la cartera de negocios? Las estrategias competitivas se relacionan con las acciones para desarrollar bases sólidas organizaciones y que constituyan una ventaja competitiva en el mercado. Finalmente, las estrategias operativas son las acciones realizadas de acuerdo a la función de cada área.

Cómo se ha podido observar, la elección de las estrategias consiste en: Generar un plan a poner en marcha que influya y permita conocer y adoptar ventajas competitivas en la organización para generar un crecimiento armónico y crecer en el mercado, con el fin de confrontar a la competencia mostrando calidad, con políticas de costos y la marca personal de los productos o servicios brindados. (García, 2013, citado en Obregón, 2020, p. 12)

La última fase es la implementación estratégica, la que consiste en “garantizar que la empresa haya establecido medios eficaces para coordinar e integrar actividades, dentro de la propia empresa, así como con sus proveedores, clientes y socios aliados” (Martínez y Milla, 2005, citado en Cifuentes, 2019, p. 34).

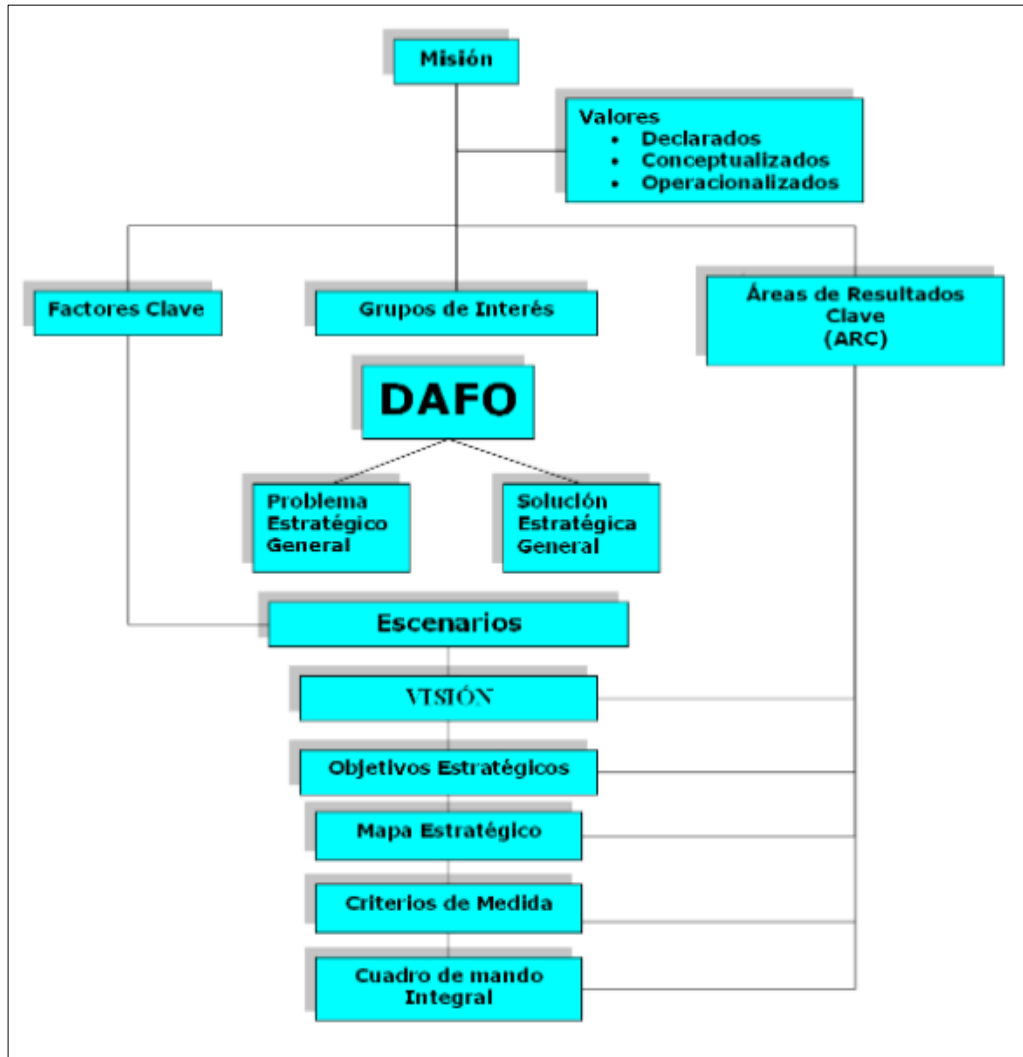
Para la consecución de las acciones es necesario contar con los recursos necesarios, el cual se refiere “a la asignación de dinero, personas, instalaciones y otros rubros para las diversas oportunidades de negocio presentes o nuevas” (Hellriegel et al., 2009, p. 219). Sin una correcta distribución de recursos, es imposible llegar a los objetivos planteados.

Cabe destacar que el establecimiento de las estrategias implica tener un control eficaz de su cumplimiento y por ello se implementa el Cuadro de Mando Integral. El CMI es un: modelo de gestión que traduce la estrategia en objetivos relacionados entre sí medidos a través de indicadores y ligados a unos planes de acción que permiten alinear el comportamiento de los miembros de la organización. (Mendoza et al., 2019, p. 46)

En síntesis, en la figura 4 se presenta el modelo de planificación estratégica.

Figura 4

Modelo de planificación estratégica en pymes con aplicación de cuadro de mando integral.



Nota. Propuesto por Mendoza et al. (2019).

Planeación Táctica

Tras el establecimiento del plan estratégico y conocido los objetivos generales de la organización, surge la planificación táctica, siendo un proceso por que se establecen los objetivos específicos para cada área de la empresa.

La planeación táctica “implica tomar decisiones respecto a qué se hará, quién y cómo lo hará, por lo normal con un horizonte de tiempo de uno o dos años, o menos” (Helriegel et al., 2008, p. 219). Por tanto, su ejecución se encuentra de la mano de los mandos intermedios, quienes dirigen las áreas o departamentos de la empresa.

Como se ha podido registrar, la planificación estratégica y la táctica se encuentran estrechamente relacionadas, pero no pueden ser asumidas como iguales.

Para Morrisey (1996, citado en Baltazar y Díaz, 2019, p. 44) el plan táctico consta de seis elementos principales:

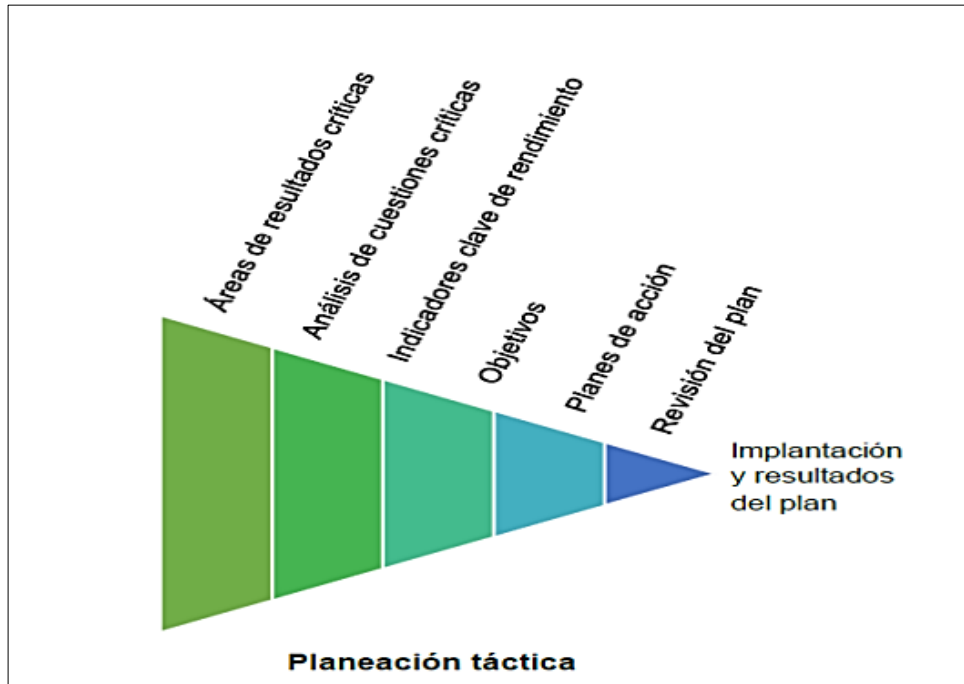
- a) Las áreas de resultados críticas. Son las áreas en las que se enfocan los esfuerzos con el fin de lograr resultados óptimos en un periodo determinada.
- b) Análisis de cuestiones críticas. Solas resultantes de la evaluación del desempeño de las unidades clave que servirá como indicadores para la realización de los planes.
- c) Indicadores claves de rendimiento. Son factores medibles de las áreas específicas donde se busca un resultado objetivo. Morrisey

desarrolla que con cuatro pasos para lograrlo: Primero debe identificarse los posibles factores medibles en el área clave de resultados, luego deberá elegirse los factores de los que se establecerán meta; en un tercer momento, se establecerá las acciones específicas en torno a esas metas y, por último, el seguimiento del desempeño basado en las metas y los planes de acción.

- d) **Objetivos.** Son provenientes de las áreas clave de resultados y son alcanzados en el año fiscal.
- e) **Planes de acción.** Son las acciones específicas para el logro de los objetivos. Tiene una temporalidad limitada, recursos asignados y responsables.
- f) **Revisión del plan.** Es el último proceso dado que se revisa y monitorea el plan establecido y el desempeño en torno a los objetivos planteados.

Figura 5

Modelo de planeación táctica



Nota. Propuesto por Morrissey. (1996, citado en Baltazar y Díaz, 2019, p. 44).

Planeación Operativa

Todo directivo reconoce que la planificación estratégica no puede ser concretizado si no se establecido un conjunto de accione que puedan ponerlo en marcha, para ello requiere de los planes tácticos y operativos. El plan estratégico determina la dirección de empresa, el táctico lo hace viable a través de planes de acción menores y en la fase operacional, son puestos en ejecución uno a uno.

Los planes tácticos están conformados por los planes operacionales, y éstos se basan en el desarrollo de una actividad a corto plazo (Chiavenato, 2017). Por tanto, en la planificación operacional se determinan las acciones

y metas trazadas para lograr los objetivos de las decisiones estratégicas, en un tiempo no mayor a 6 meses, es decir, corto plazo.

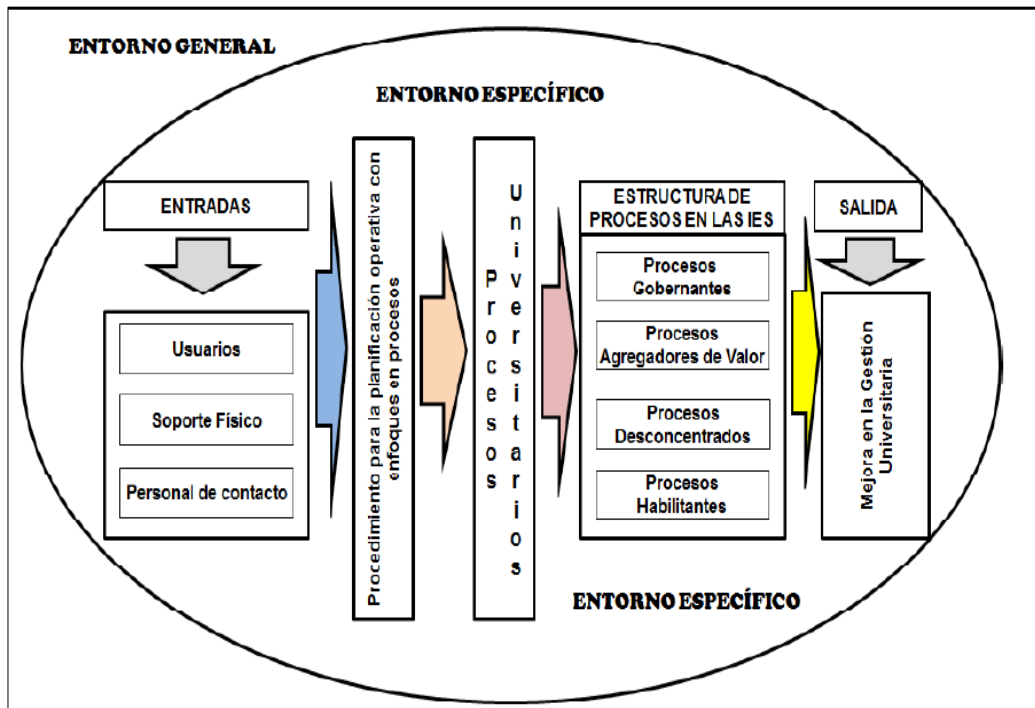
Siguiendo a Luna (2016), la planificación operativa se define como el conjunto de actividades y procesos que se enfocan en la mejora de las organizaciones internas, logrando los propósitos de la empresa.

En una empresa, el Plan Operativo Institucional implica programar anualmente las actividades operativas e inversión que demanda para ser puestas en marcha, siguiendo el Plan Estratégico Institucional. De tal manera que el plan operativo institucional responde a dos importantes preguntas: *¿Qué realizaré?* y *¿Cómo lo realizaré?* (CEPLAN, 2019). Para responder la primera pregunta, la dirección deberá conocer las necesidades de los clientes y podrá ofrecer bienes y servicios de calidad que los satisfaga. En torno a la segunda pregunta, toda empresa facilita de los recursos para poner en marcha lo planificado, desde la adquisición de bienes, contratación de personal, capacitaciones, infraestructura, etc.

Oviedo – Rodríguez et al. (2017) propone un modelo conceptual para comprender mejor la planificación operativa asociado a la gestión por procesos, tal como se muestra a continuación:

Figura 6

Modelo planificación operativa.



Nota. Propuesta por Oviedo-Rodríguez et al. (2017).

El autor menciona que en el modelo se reconocen las entradas, siendo constituidas por los usuarios, el soporte físico, y el personal de contacto. Bajo el enfoque de procesos, se distingue distintos eslabones interrelacionados entre sí en el proceso productivo. Es así que existen actividades primarias, que son enfocadas en la elaboración física de los productos y las acciones de apoyo, que no implica un aporte de valor en sí mismas, pero son necesarias.

2.3. Marco conceptual

En el estudio se ha considerado los siguientes conceptos para cada una de las variables y dimensiones.

Cultura financiera

La cultura financiera “es el proceso a través del cual las personas tienen una mejor comprensión de los productos financieros, los riesgos financieros y las oportunidades que se dan en el mercado, tomando decisiones económicas con información oportuna” (Córdova, 2014, citado en Arias, 2020, p. 22)

Presupuesto

Para Parra y La Madriz (2017) el presupuesto “es una herramienta con la cual se pueden facilitar las acciones administrativas de la empresa, pero sus debilidades pueden causar serios inconvenientes”.

Ahorro

Oberst (2014) conceptualiza al ahorro como “la diferencia entre el ingreso disponible y el consumo. Tanto a nivel individual como en el agregado nacional, la renta puede tener dos destinos: el ahorro o el consumo” (p. 20).

Administración de la deuda

El endeudamiento empresarial hace referencia a la consecución de los recursos o medios de pago que la empresa necesita para la compra de bienes y el cumplimiento de su objeto social (Merhuey y Morey, 2020). La administración de la deuda implica el conjunto de estrategias para pagar las deudas en un tiempo determinado, sin comprometer a la empresa.

Planeación empresarial

Harold Koontz mencionan que la planeación empresarial es “la selección de objetivos y metas por alcanzar, definiendo las acciones necesarias para lograrlas, tomando decisiones por anticipado y eligiendo los cursos futuros de acción” (citado en Araujo, 2017, p. 56).

Planificación estratégica

Chiavenato (2017) lo conceptualiza como “el proceso de formular y ejecutar las estrategias de la organización con el propósito de insertarla, por medio de su misión, en el entorno donde actúa, y su producto básico es el plan para la acción organizacional integrada y cohesiva” (p. 39).

Planificación táctica:

La planeación táctica “implica tomar decisiones respecto a qué se hará, quién y cómo lo hará, por lo normal con un horizonte de tiempo de uno o dos años, o menos” (Helriegel et al., 2008, p. 219).

Planificación operativa:

Luna (2016) define la planificación operativa como el conjunto de actividades y procesos que se enfocan en la mejora de las organizaciones internas, logrando los propósitos de la empresa.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La cultura financiera influye significativamente con la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.

2.4.2. Hipótesis específicas

- El nivel de la cultura financiera en los propietarios de las MYPES bodegas es bajo, en el sector 18-Cajamarca durante el 2021.
- El nivel de planeamiento empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas es bajo, en el sector 18-Cajamarca durante el 2021.
- Es factible elaborar una propuesta para mejorar la cultura financiera y la planeación empresarial en los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021

2.5. Operacionalización de las variables

En la Tabla 1 se describe la operacionalización de la variable cultura financiera y planeación empresarial:

Tabla 1:
Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Cultura financiera	La cultura financiera “es el proceso a través del cual las personas tienen una mejor comprensión de los productos financieros, los riesgos financieros y las oportunidades que se dan en el mercado, tomando decisiones económicas con información oportuna” (Córdova, 2014, citado en Arias, 2020, p. 22)	Sebstad, Cohen y Stack (2006, citado en Loayza, 2019) proponen que, para evaluar la cultura financiera de forma eficiente debe conocerse el presupuesto, ahorros, administración de la deuda, negociaciones financieras y servicios financieros de una organización.	Presupuesto Ahorros Administración de la deuda Negociaciones financieras	Elaboración Planificación Gastos Cuenta de ahorros Ahorros Conocimiento de términos Reducción de pagos Endeudamiento Puntualidad Negociación	Cuestionario

		Servicios financieros	Uso de servicios bancarios Fin de servicios bancarios Experiencia
Planeación empresarial	La planeación empresarial “es reflexionar sobre la naturaleza fundamental de la organización y decidir cómo situarla o posicionarla en el ambiente; determinar objetivos de corto y largo plazo; definir métodos de realización” (Hernández y Pulido, 2011, p.171)	De acuerdo a Hernández y Pulido (2011), la planeación empresarial puede analizarse a través de tres dimensiones: estratégica, táctica y operativa.	Estratégica Táctica Operativa Conceptualización Cuestionario Establecimiento de objetivos Procedimientos Planes y estrategias Políticas y normas Programas Presupuesto Proyectos

Nota. Recuperado de Sebstad, Cohen, & Stack (2006, citado en Loayza, 2019) y Araujo (2018).

CAPITULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo y de investigación

La investigación pura es el tipo de investigación orientada hacia el entendimiento de los principios básicos que rigen el mundo y busca aportar al conocimiento científico. Su propósito principal es satisfacer la curiosidad o proveer respuestas a una curiosidad científica. (Esteban, 2018, p. 2).

En el estudio se utilizó el tipo de investigación pura y aplicada, pues se tiene como finalidad identificar los niveles cultura financiera y planeamiento empresarial en las MYPES bodegas del sector 18 Cajamarca 2021.

3.2. Diseño de investigación

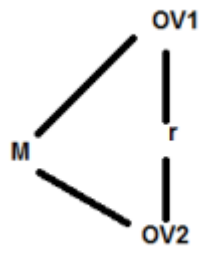
La investigación presentó un diseño no experimental. Hernández y Mendoza (2018) lo definen como los “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 174).

También es transversal, porque los datos recolectados se estudiaron en un solo momento (Hernández y Mendoza, 2018, p. 178).

3.3. Nivel de investigación.

El nivel del estudio fue correlacional y aplicada. Hernández y Mendoza (2018) mencionan que estos estudios “tienen como propósito conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos en un contexto en particular” (p. 179).

La investigación respondió al siguiente el esquema (Ortiz, 2004):



Donde:

M = Es la muestra que comprende el estudio.

O = Observación.

(V1) = Cultura financiera.

(V2) = Planeamiento empresarial.

r = Coeficiente de correlación.

3.4. Población y muestra de la investigación

3.4.1. Población

La población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Hernández y Mendoza, p. 195). La población del estudio estuvo constituida por todos los propietarios bodegueros que laboran en el Sector 18 de La Florida, Ciudad de Cajamarca. Según los datos brindados por la Municipalidad Distrital de Cajamarca, a través de la comunicación personal, en el registro de establecimientos con licencias de funcionamiento para bodegas se cuenta con 269 bodegas (ver anexo D).

3.4.2. Muestra

La muestra es el “subgrupo del universo del cual se recolectan los datos” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 196). Para la determinación de la muestra, se aplicó un muestreo probabilístico, dado que “todos los elementos de esta (*población*) tienen la misma posibilidad de ser elegidos.” (Hernández y Mendoza, p 200). Conforme a la fórmula finita, con una confianza del 95%, la muestra se conformó de 158 bodegas, tal como se muestra a continuación:

Tabla 2
Muestra de estudio

Fórmula	
$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$	
N (tamaño de la población)	269

Z (nivel de confianza tabla de valores)	1.96
p (porcentaje de con el atributo deseado)	0.5
q (porcentaje sin el atributo deseado)	0.5
e (error de estimación máx aceptado)	5%
n (tamaño de la muestra)	158

Nota. Adaptado de Córdova, M (2003)

3.5. Técnicas, Instrumentos y Análisis de recolección de datos

3.5.1. Técnicas

Para la recolección de datos, se ha optado por la técnica de la encuesta. López – Roldán y Facheli (2015), mencionan que la encuesta “se considera como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (p. 8).

3.5.2. Instrumentos

El instrumento empleado fue el cuestionario, que consiste en un “conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Bourke et. al., 2016, citado en Hernández y Mendoza, 2018, p. 250). Según el tipo de preguntas, el cuestionario es cerrado, puesto que se han establecido alternativas para su resolución.

Para el estudio se han considerado dos cuestionarios con escala de medición de Likert. El cuestionario de la variable cultura financiera fue adaptado del estudio de Loayza (2019); y la variable planeación empresarial, se basó en el trabajo de Araujo (2018).

3.5.2.1 Fiabilidad de instrumentos.

Si bien los instrumentos fueron basados en investigaciones previas, éstos fueron adaptados según la problemática y unidad de análisis. Al ser sometidos a la prueba de consistencia conocido como Alfa de Cronbach, se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 3
Fiabilidad de instrumentos

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Cultura financiera	,940	22
Planificación empresarial	,733	10

Nota: Fiabilidad obtenida de forma general para ambos instrumentos.

Para la interpretación de los coeficientes de Alfa de Cronbach, se tomó en consideración la siguiente escala:

Tabla 4
Coefficiente del Alfa de Cronbach

Valor	Interpretación
Coeficiente Alfa > 0.8	Es bueno
Coeficiente Alfa > 0.7	Es aceptable
Coeficiente Alfa > 0.6	Es cuestionable
Coeficiente Alfa > 0.5	Es pobre
Coeficiente Alfa < 0.5	Es inaceptable

Nota. Recuperado de Cronbach (1951, citado en Choque, 2020).

De acuerdo a ello se interpreta que el cuestionario para la medición de la cultura financiera presenta un coeficiente de 0.837, siendo bueno; y el cuestionario de planeación estratégica presenta una confiabilidad de 0.761, siendo aceptable.

Validez de instrumentos

Los instrumentos fueron sometidos a la revisión de tres especialistas en la materia, quienes resaltaron la correcta coherencia entre las preguntas y los indicadores de estudio, además de la conveniencia, la consistencia, suficiencia y objetividad. La perspectiva de los especialistas se resume a continuación:

Tabla 5
Validación por juicio de expertos

Experto	Observación
Mg. Nelson Demetrio Mendo Chávez	Aplicable
Mg. Jaime Enrique Valera Saldaña	Aplicable
Mg. Ricardo Rafael Díaz Calderón	Aplicable

Nota: Relación de especialistas de validación de juicio de expertos respecto a los instrumentos.

3.5.3. Análisis

En el estudio se empleó el test estadístico de Chi-Cuadrado para determinar la relación entre las dos variables y posteriormente se empleó el análisis estadístico de Tau b de Kendall, para determinar la intensidad de la relación.

3.6. Aspectos éticos de la investigación

De acuerdo a Rojas (2021), las investigaciones deben asegurar el tratamiento confidencial de la información brindada en las encuestas, motivo por el que no se hará público ningún dato personal, protegiendo la identidad de los participantes.

Además, conforme a la legalidad de la investigación, que “tiene que ver con dar los créditos y referencias estrictas y respetar la propiedad intelectual” (Rojas, p. 97), se ha citado siguiendo las normas de American Psychological Association (APA).

Finalmente, se mostró profesionalismo, el cual consiste en que “las conductas del investigador se deben acoplar a las exigencias y normas profesionales, según el campo en que se realiza la investigación” (Rojas, p. 97), ello durante todo el proceso de recolección y procesamiento de datos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados de la investigación

4.1.1. Prueba de hipótesis general.

Para el análisis de la hipótesis general se realizó la prueba de normalidad y con ello lograr determinar el análisis estadístico correspondiente al estudio:

Ho: Los datos procesados siguen una distribución normal.

Ha: Los datos procesados no siguen una distribución normal.

Conforme a la muestra seleccionada que consistió en 158 bodegas, se optó por el análisis de Kolmogorov – Smirnov, tal como se muestra a continuación:

Tabla 6

Prueba de normalidad para el estudio

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura	,140	158	,000	,919	158	,000
Financiera						
Planeación empresarial	,144	158	,000.	,886	158	,000

Nota: Corrección de significación de Lilliefors

Conforme a la Tabla 6, se observa que el nivel de significancia de la variable cultura financiera (0.000) es menor a 0.05 y en la variable planeación empresarial, la significancia (0.000) también fue menor a 0.05, de tal manera que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna en ambas variables: Los datos procesados no registraron una distribución normal. Teniendo ello, se decidió emplear el análisis de **prueba no paramétrica de Spearman** para la comprobación de la hipótesis general, considerando la siguiente tabla:

Tabla 7
Interpretación de coeficiente de correlación

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Recuperado de Kasmir (1990, citado en Choque 2020)

Para la comprobación de la hipótesis general, se plantea que:

Ho: La cultura financiera no influye significativamente con la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.

Ha: La cultura financiera influye significativamente con la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.

Tabla 8
Prueba de hipótesis general

			Cultura Financiera	Planeación empresarial
Rho de Spearman	Cultura Financiera	Coeficiente de correlación	1,000	,941**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	158	158
I	Planeación empresaria	Coeficiente de correlación	,941**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	158	158

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Elaborado por los investigadores en el programa SPSS V 25.

En la Tabla 8, conforme al análisis estadístico de correlación de Spearman, se obtuvo un valor de $p = 0.00$ ($p \text{ valor} < 0.05$), lo que permitió aceptar la hipótesis alterna: La cultura financiera influye significativamente con la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.

Además, de acuerdo a los datos presentados, se observó que el coeficiente de correlación Sig. (bilateral) fue de 0.941, de acuerdo a Kazmier (1990, citado en Choque: 2020) significaría una correlación positiva muy alta entre las dos variables, de tal manera que a menor cultura financiera en las Mypes bodegas del Sector 18 – Cajamarca, su planeación empresarial es más bajo, o viceversa: a mayor cultura financiera, mayor planeación empresarial.

4.1.2. Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

- Ha: El nivel de la cultura financiera en los propietarios de las MYPES bodegas es baja, en el sector 18-Cajamarca, durante el 2021.
- Ho: El nivel de la cultura financiera en los propietarios de las MYPES bodegas no es baja, en el sector 18-Cajamarca, durante el 2021

Tabla 9

Análisis de la cultura financiera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	154	97,5	97,5	97,5
Medio	4	2,5	2,5	100,0
Total	158	100,0	100,0	

Nota: En el cuadro se desarrolla el nivel de cultura financiera de la muestra de estudio. Elaborado por los investigadores en el programa SPSS V 25.

En la Tabla 9, se registraron los resultados del análisis de la variable de Cultura financiera a través de tres rangos establecidos para determinar su nivel, los cuales fueron: alto (82 – 110), medio (52 – 81) y bajo (22 – 51).

Los datos registrados evidencian que el 97.5% de los encuestados tuvo un nivel bajo de conocimiento sobre la cultura financiera en las MYPES bodegas del sector 18- Cajamarca, 2021. El 2.5% indicó que su nivel de conocimiento fue medio. En base a ello, se acepta la hipótesis del estudio y se rechaza la hipótesis nula.

Dimensiones de la variable Cultura financiera

Tabla 10

Análisis de las dimensiones de la variable cultura financiera

Dimensiones	Niveles	Frecuencia (fi)	Porcentaje válido (%)
Presupuesto	Alto	0	0%
	Medio	7	4,4%
	Bajo	151	95,6%
Ahorro	Alto	0	0%
	Medio	5	3,2%
	Bajo	153	96,8%
Administración de la deuda	Alto	0	0%
	Medio	5	3,2%
	Bajo	153	96,8%
Negociaciones financieras	Alto	0	0
	Medio	9	5,7%

	Bajo	149	94.3%
Servicios financieros	Alto	0	0%
	Medio	6	3,8%
	Bajo	152	96,2%

Nota: En el cuadro se desarrolla de las dimensiones de la cultura financiera de la muestra de estudio. Elaborado por los investigadores en el programa SPSS V 25.

En la Tabla 10, se registró que el 95.6% de los encuestados tuvo un nivel bajo de conocimientos sobre el presupuesto en las MYPES bodegas del sector 18- Cajamarca, 2021. El 4.4% indicó que su nivel de conocimiento fue medio. Respecto a su percepción de ahorro, se conoció que el 96.8% de los encuestados presentó un nivel bajo, mientras que el 3.2% indicó que su nivel de conocimiento fue medio. En la dimensión administración de la deuda, el 96.8% de los encuestados presentó un nivel bajo y el 3.2% indicó que su nivel fue medio. A razón de las negociaciones financieras, el 94.3% de los encuestados presentó un nivel de conocimiento bajo y el 5.7% consideró un nivel medio. Finalmente, el 96.2% de los encuestados presentó un nivel bajo de conocimiento y uso de los servicios financieros en las MYPES bodegas del sector 18- Cajamarca, 2021. El 3.8% se encontró en un nivel medio.

Hipótesis específica 2

- Ha: El nivel de planeamiento empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas es bajo, en el sector 18-Cajamarca, durante el 2021

- Ho: El nivel de planeamiento empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas no es bajo, en el sector 18-Cajamarca, durante el 2021

Tabla 11
Análisis de la planeación empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	158	100,0	100,0	100,0

Nota: En el cuadro se desarrolla el nivel de la planeación empresarial de la muestra de estudio.

Elaborado por los investigadores en el programa SPSS V 25.

En la Tabla 11, se registraron los resultados del análisis de la variable Planeación empresarial a través de tres rangos establecidos para determinar su nivel, los cuales fueron: bajo (10 – 23), medio (24 – 37) y alto (38 - 50).

Los datos evidencian que el 100% de los encuestados presentó un nivel bajo de conocimiento sobre la planeación empresarial en las MYPES bodegas del sector 18- Cajamarca, 2021. En base al análisis estadístico, se acepta la hipótesis específica 2 del estudio y se rechaza la hipótesis nula.

Dimensiones de la variable planeación empresarial

Tabla 12

Análisis de las dimensiones de planeación empresarial

Dimensiones	Niveles	Frecuencia (fi)	Porcentaje válido (%)
Planeación estratégica	Alto	0	0%
	Medio	0	0%
	Bajo	158	100%
Planeación táctica	Alto	0	0%
	Medio	1	0.6%
	Bajo	157	99.4%
Planeación operativa	Alto	0	0%
	Medio	5	3.2%
	Bajo	153	96.8%

Nota: En el cuadro se desarrolla el nivel de las dimensiones de la planeación empresarial de la muestra de estudio. Elaborado por los investigadores en el programa SPSS V 25.

En la Tabla 12, se reconoció que el 100% de los encuestados presentó un nivel bajo de conocimiento sobre la planeación estratégica en las MYPES bodegas del sector 18- Cajamarca, 2021. Además, se evidenció que el 99.4% de los encuestados presentó un nivel bajo de conocimiento sobre la planeación táctica, en tanto el 0.6% tuvo un nivel medio. Respecto a la planeación operativa en las MYPES bodegas de Cajamarca, el 96.8% indicó que su nivel de conocimiento fue bajo, mientras que el 3.2% tuvo un nivel medio.

4.1.3. Propuesta

- **Título:**

Programa de mejora de la cultura financiera y la planeación empresarial
dirigido a los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-
Cajamarca, 2022.

- **Justificación**

La cultura financiera es un proceso por el que las personas aumentan sus conocimientos sobre los productos financieros, mediante la educación y el asesoramiento (Loayza, 2019), permitiendo una adecuada toma de decisiones por parte del microempresario.

Por su parte, la mala planeación es la principal causa de muerte de cualquier empresa, y muchas MYPES no destinan tiempo para la planeación y apelan a los conocimientos empíricos, evitando su crecimiento y sostenibilidad, ya que no cuentan con las herramientas adecuadas para enfrentar las dificultades del mercado.

De acuerdo al estudio realizada en las bodegas del Sector 18 – Cajamarca, los datos registrados evidencian que el 97.5% de los encuestados tuvo un nivel bajo de conocimiento sobre la cultura financiera, mientras que el 2.5% indicó que su nivel de conocimiento fue medio. Respecto a la planeación empresarial, se registró que el 100% de los encuestados presentó un nivel bajo de conocimiento.

Frente a esta situación es que se propone realizar una jornada de capacitaciones con el fin de mejorar la cultura financiera y contribuir a tener mejores perspectivas sobre la planificación en las Mypes.

- **Objetivos:**

Objetivo general:

- Contribuir con la mejora de los conocimientos sobre cultura financiera y planeación empresarial, mediante los temas de presupuesto, ahorro, servicios financieros y planificación empresarial.

Objetivos específicos:

- Proporcionar orientación e información sobre la importancia de la cultura financiera y la planeación empresarial en las microempresas.
- Contribuir con la elaboración de un plan empresarial de los bodegueros.
- Promover una cultura financiera que permita la interacción con entidades financieras y un uso adecuado de los servicios financieros.
- Concientizar sobre la formalización de las pequeñas empresas.

- **Metas**

- Capacitar al 40% de propietarios de las Mypes bodegas del Sector 18 - Cajamarca.
- Culminar las capacitaciones con el 90% de bodegueros.
- Mejorar el nivel de cultura financiera en un 35%.

- **Plan de acción**

Actividad	Descripción	Responsable
Planificación	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar un plan de acción.• Elaborar el contenido de las capacitaciones a implementar.	Bach. José Sánchez

		Bach. Miguel Verástegui
Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las jornadas de capacitaciones en apoyo con entidades locales. 	Bach. José Sánchez Bach. Miguel Verástegui
Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los propietarios de bodegas en cultura financiera y planeación empresarial. 	Bach. José Sánchez Bach. Miguel Verástegui
Control	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar los conocimientos adquiridos. • Realizar seguimiento y retroalimentación. 	Bach. José Sánchez Bach. Miguel Verástegui

- Plan de capacitación

Cronograma	Sesión	Temática	Tiempo
Semana 01	Presupuesto	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de presupuesto. 	04 horas
Semana 02		<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un presupuesto para emprendedores. 	
Semana 03	Ahorro	<ul style="list-style-type: none"> • El ahorro • Entidades financieras y las cuentas de ahorro. 	02 horas
Semana 04	Servicios financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Préstamos financieros. 	02 horas
		<ul style="list-style-type: none"> • Tasas de interés • Uso de aplicativos de pago. 	
Semana 05		<ul style="list-style-type: none"> • Planificación en Mypes 	

Semana 06	Planificación empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Misión y visión • FODA • Objetivos y metas 	06 horas
Semana 07		<ul style="list-style-type: none"> • Plan de acción • Beneficios de la formalización empresarial 	

- **Recursos**

- **Humanos:** capacitadores
- **Materiales:**
 - **Infraestructura.** Las capacitaciones serán desarrolladas en coordinación con la entidad municipal, permitiendo el uso de su infraestructura.
 - **Mobiliario, equipo y otros.** Se requerirá pizarra, plumones, laptop, equipo multimedia, y ventilación adecuada.
 - **Documentos técnico – educativos.** Se brindará material de estudio, se realizará prueba de entrada y salida, así como la emisión de certificados.

- **Presupuesto:**

El monto de inversión de este plan de capacitación, se detalla a continuación:

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Documentos técnico – educativos			S/ 301.50

Cuadernillos	65	S/ 3.00	S/ 195.00
Evaluaciones	130	S/ 0.20	S/ 6.00
Certificados	67	S/ 1.50	S/ 100.50
Materiales			S/ 45.00
Plumones	10	S/ 1.50	S/ 15.00
Pizarra	01	S/ 30.00	S/ 30.00
Total			S/ 346.50

- **Cronograma**

Etapa	Año	2022													
		Julio				Agosto				Setiembre				Oct.	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
I	Diseñar un plan de acción.	■													
	Elaborar el contenido de las capacitaciones a implementar.		■	■											
	Presentación del plan de capacitación.				■										
II	Coordinar las jornadas de capacitaciones en apoyo con entidades locales				■	■									
III	Capacitar a los propietarios de bodegas en cultura financiera y planeación empresarial.						■	■	■	■	■	■	■		
IV	Evaluar los conocimientos adquiridos.														■
	Realizar seguimiento y retroalimentación.														■
	Evaluar los conocimientos adquiridos.														■

4.2. Discusión

En el presente estudio, se tuvo como objetivo general determinar el grado de influencia entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021. Los resultados evidenciaron que entre las variables existe una relación de influencia significativa, directamente proporcional dado que el valor de la prueba estadística según Rho de Spearman ($p = 0.00$) < 0.005 y fue una correlación positiva muy alta (0.941). Resultados que permiten avalar la hipótesis planteada para la investigación: La cultura financiera influye significativamente en la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.

Los resultados se relacionan con el estudio presentado por Araujo (2018) quien establece que existe una relación directa y estadísticamente significativa con un nivel de correlación moderado de 0,635 entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las pequeñas empresas textiles-confeccionistas de prendas de vestir de Gamarra.

Arias (2020) indica que la cultura financiera comprende diferentes aspectos, siendo una herramienta que contribuye en la formación educacional financiera de cada persona. Permite una “libertad, independencia y cultura financiera, en el contexto del desarrollo económico y social del país” (p. 23).

En la misma línea, Lujan (2019), concluye que la cultura financiera influye de manera favorable al desarrollo empresarial de las Mypes. Así mismo, en el estudio de Alarcón (2018) se determinó que la planeación

estratégica influye significativamente en el desarrollo empresarial de las Mypes de Ciudad de Dios.

El primer objetivo del estudio fue establecer el nivel de la cultura financiera de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021. García et al. (2011, citado en Araujo, p. 37) identifica como cultura financiera al “conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos, que permite a las personas gestionar sus finanzas” a través del acceso a la información de productos financieros, haciendo mucho más efectivo el control de su presupuesto. Los datos registrados evidencian que el 97.5% de los encuestados tuvo un nivel bajo de conocimiento sobre la cultura financiera en las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca. El 2.5% indicó que su nivel de conocimiento fue medio.

Los resultados coinciden con el estudio de Chávez y Rubio (2018), quienes registraron que la cultura financiera de los encuestados fueron deficientes. De la misma manera Valdez (2019) registró en su investigación que los jubilados tenían insuficientes recursos para destinar un porcentaje al ahorro. Marín y Soto (2016) también concluyeron que existe falta de cultura financiera asociado a los servicios financieros y el endeudamiento en Cajamarca.

El segundo objetivo del estudio fue establecer el nivel de planeación empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021. La planeación empresarial “es reflexionar sobre la naturaleza fundamental de la organización y decidir cómo situarla o

posicionarla en el ambiente; determinar objetivos de corto y largo plazo; definir métodos de realización” (Hernández y Pulido, 2011, p.171). Los datos evidencian que el 100% de los encuestados presentó un nivel bajo de conocimiento sobre la planeación empresarial en las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.

Al respecto, Cano (2017) destaca que la planificación “es un acto intencional de ejercer influencia formal y positiva sobre el curso, rumbo y porvenir de una organización” (p. 30). De tal manera que los responsables de la dirección deben tener en claro la misión y visión de la empresa, tomando en cuenta los factores internos y externos, en caso que una organización carezca de ello, la probabilidad de que sea sostenible a largo plazo es poco probable.

El tercer objetivo del estudio fue elaborar una propuesta para mejorar la cultura financiera y la planeación empresarial en los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021. Se plantea un programa de mejora de la cultura financiera y la planeación empresarial dirigido a los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2022; en base a los resultados obtenidos del estudio.

Finalmente, cabe destacar que el estudio presentó limitaciones propias del proceso de investigación. En primera instancia, en la parte metodológica, dado que las restricciones post pandemia hizo que cerraran y surgieran nuevos establecimientos tipo bodega, en contraste con la cifra que se mantenía hasta antes de ésta, generó la búsqueda in situ con una prolongación de tiempo y

adecuación a la situación. Además, estimamos que, al momento de aplicar el instrumento, no todos los encuestados hayan respondido verazmente, por lo que se considera la falta de sinceridad al momento de emitir las respuestas y no reflejen la realidad percibida, por lo que los resultados no pueden generalizarse. Será importante profundizar estudios sobre la cultura financiera y planeación empresarial tomando en consideración la experiencia de la pandemia, realizar estudios que incluyan más tipos de Mypes y se contraste su participación; así como determinar el impacto de la planeación en la cultura financiera en periodos determinados y otros. Todos estos elementos brindaran mejores perspectivas en la línea de investigación.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera: En el estudio se determinó que existe una influencia significativa entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021. Mediante el análisis estadístico de Rho de Spearman se corroboró la hipótesis planteada, donde la significación asintótica bilateral (0.00) fue menor a 0.05 y el valor presentado fue de 0.941, siendo una correlación positiva muy alta.

Segunda: El estudio buscó establecer el nivel de la cultura financiera de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca. En base a los datos registrados se conoció que el 97.5% de los encuestados tuvo un nivel bajo de conocimiento sobre la cultura financiera, en tanto el 2.5% indicó que su nivel de conocimiento fue medio.

Tercera: El estudio buscó establecer el nivel de planeación empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca. Los datos registrados permitieron evidenciar que el 100% de los encuestados presentó un nivel bajo de conocimiento sobre la planeación empresarial.

Cuarta: La propuesta de un plan de capacitación es viable y proporcional de acuerdo a los niveles bajos en la cultura financiera y la planeación empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, teniendo como líneas de mejora los temas de presupuesto, ahorro, servicios financieros y planificación empresarial.

5.2 Recomendaciones

Primera:

Se recomienda fortalecer los conocimientos sobre cultura financiera y planeación empresarial en los microempresarios bodegueros del sector 18-Cajamarca, con el fin de tomar mejores decisiones en la gestión de sus ingresos, egresos y ahorros. Así como el establecimiento de un plan estratégico que dirija sus esfuerzos.

Segunda:

Se recomienda que los microempresarios bodegueros del sector 18-Cajamarca, afiancen conocimientos básicos de educación financiera para tener un nivel mayor de cultura financiera. De tal manera que se establezca una cultura del ahorro, una buena administración de la deuda, buenas negociaciones financieras y uso de los servicios financieros, además de establecer un presupuesto acorde a su situación real.

Tercera:

Se recomienda que los microempresarios bodegueros del sector 18-Cajamarca, direccionen sus conocimientos empíricos de planeación empresarial en conocimientos técnicos para la elaboración de planes correspondientes a su emprendimiento, haciendo mejor uso de sus recursos y estableciendo estrategias acordes a sus objetivos. Con ello la mejora de su calidad de vida.

Cuarta:

Se recomienda que, una vez aplicado el plan de capacitación, se evalúen los resultados obtenidos, de tal manera que se realicen mejoras en la propuesta y se logre alcanzar las metas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación Research Method. Daena: International Journal of Good Conscience, 9(3), 195-204.
- Alarcón, A. D. (2018). La planeación estratégica y su influencia en el desarrollo empresarial de las Mypes de Ciudad de Dios – SJM, 2018[Tesis de titulación, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19383>
- ANDINA. (27 de enero de 2021). Existen 414,000 bodegas formales a nivel nacional en el país. Obtenido de ANDINA: <https://andina.pe/agencia/noticia-existen-414000-bodegas-formales-a-nivel-nacional-el-pais-596102.aspx>
- Araujo, k. P. (2017). La cultura financiera de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil - confecciones ubicadas en el emporio comercial de gamarra, período 2017 [tesis de licenciatura, Universidad San Martín De Porres] Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4060/araujo_hkp.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arévalo, J. A. (04 de noviembre de 2020). Las bodegas: un negocio que se reactiva y reinventa en tiempos de pandemia. Obtenido de EL COMERCIO: <https://elcomercio.pe/publireportaje/las-bodegas-del-peru-un-negocio-que-se-reactiva-y-reinventa-en-tiempos-de-pandemia-noticia/>
- Asmundson, I. (2011). ¿Qué son los servicios financieros? Rev. Finanzas & Desarrollo. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Asociación de Bodegueros. (12 de agosto de 2021). *Un nuevo impulso para el sector bodeguero*. Obtenido de Asociación de Bodegueros:

[https://asociaciondebodegueros.com/centro-de-investigacion-bodeguera/#prettyPhoto\[rel-3723-193238811\]/7/](https://asociaciondebodegueros.com/centro-de-investigacion-bodeguera/#prettyPhoto[rel-3723-193238811]/7/)

Asturias Corporación Universitaria (s.f) *El proceso de elaboración de los presupuestos.*

https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/direccion_financiera/unidad1_pdf2.pdf

Avila, L. D. (2019). La planeación estratégica y el rendimiento laboral en la Municipalidad Provincial de Ambo 2018. Tesis de licenciatura. Universidad de Huánuco.

<http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1754/%c3%81VILA%20FIGUEROA%2c%20Ligia%20Dalva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Banco Continental – BBVA (S.F.). Negociaciones financieras: comuníquese con confianza en sí mismo. Programa de educación financiera.

https://microserfin.com/wp-content/uploads/2021/08/negociaciones_financieras.pdf

Bernal F. Gonzales, G. y Losada, H. (2020). Cultura del ahorro financiero en las familias de la ciudad de Florencia (Colombia). *Revista Espacios*. Vol. 41 (49) <https://revistaespacios.com/a20v41n49/a20v41n49p28.pdf>

Burbano, J. (2011). *Presupuesto, enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. 4ª ed. Bogotá: Mc Graw Hill S.A.

Cano, C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Carrillo, I. S. (2017). La cultura financiera en las micro y pequeñas [tesis de licenciatura, universidad san andres]. repositorio institucional, lima, lima, Perú. Obtenido de http://repositorio.usan.edu.pe/bitstream/usan/44/3/Sanchez_Tesis_Titulo_2_017.pdf

- CEPLAN. (2019). *Guía para el Planeamiento Institucional*.
<https://doi.org/10.1210/jc.2012-2098>
- Cerafín Urbano, E. I. (2017). Planeación estratégica y presupuesto por resultados en la UGEL Ventanilla, 2016. Tesis de maestría. Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15209/Cerafin_UEI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la Administración*. México: McGraw-Hill/Ínter American A Editores, S.A
- Chiavenato, I., y Sapiro, A. (2017). *Planeación estratégica*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Choque A. (2020). Análisis de la correlación entre Resiliencia-Estrés en niños en situación de maltrato en el albergue transitorio municipal " Bicentenario Bolivia Solidaria" a través de una aplicación móvil. *Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 19(19), 175-204.
- ComexPerú (14 de agosto de 2020) Cultura financiera.
<https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/cultura-financiera-fase-0>
- Congreso de la Republica. (2020). Problemáticas del Sector Bodeguero Peruano y Mejoras pendientes. Obtenido de Congreso de la Republica:
https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2020/Produccion/files/agenda_sesiones/presentaciones_funcionarios/presentaci%C3%B3n_invitados/presentaci%C3%B3n_abp_congreso_2020.pdf
- Córdoba, M. (2014). Análisis financiero.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouchsp/reader.action?docID=4870512&ppg=1>
- Esteban, N. (2018). Tipos de investigación.
<https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>

- Garay, G. (2016). Índice de alfabetismo financiero, la cultura y la educación financiera. *Revista perspectivas*, (37), 23-40.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332016000100003&script=sci_arttext
- Gestión. (12 de agosto de 2021). Las bodegas: claves en la reactivación económica y el abastecimiento de los hogares peruanos. Obtenido de Diario Gestión: <https://gestion.pe/noticias/bodegas/>
- Gobierno Regional de Cajamarca (14 de mayo de 2019). Cajamarca registra 31 mil 500 Mypes.
<https://portal.regioncajamarca.gob.pe/sites/default/files/noticias/documentos/nota%20362%20-%2031%20mil%20500%20mypes.pdf>
- Hellriegel, D., Jackson, S. y Slocum, J. (2009). Administración. Un enfoque basado en competencias. Cengage Learning Editores S.A.
- Heredia, A., Sánchez, T. d., Ortuño, L. C., & Ortiz, R. E. (2021). Planeación y finanzas en micro y pequeñas empresas. Caso Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec, Puebla, México. *Revista RELAYN*, Vol. 5 (Núm. 3 (2021)).
doi: <https://doi.org/10.46990/relayn.2021.5.3.151>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-HILL Interamericana Editores, S.A..
- Hernández, S. J., & Pulido, A. (2011). Fundamentos de gestión empresarial: Enfoque basado en competencias.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2018). *Características económicas y financieras de las empresas comerciales. Resultados de la encuesta económica anual 2017*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1590/libro.pdf

- Jugo, J. (02 de 02 de 2021). “Nadie presagiaba la pandemia”: los cambios adoptados por 60 CEO. Obtenido de GESTIÓN: <https://gestion.pe/economia/empresas/empresas-en-covid-19-amrop-nadie-presagiaba-esta-situacion-los-cambios-obligados-de-la-pandemia-en-el-sector-empresarial-noticia/?ref=gesr>
- Loayza, P. T. (2019). Influencia de la cultura financiera en los niveles de productividad de los asesores de negocio de mi banco en la región de Tacna durante el 2017. Neuman Business School, Tacna. Obtenido de https://repositorio.epneumann.edu.pe/bitstream/handle/EPNEUMANN/111/TRABAJO_DE_INVEST_MAN_TOMI_KOOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2016). La encuesta. Metodología de la investigación social cuantitativa.
- Lujan, T. M. (2019). Cultura Financiera y su influencia en el Desarrollo Empresarial de las MYPES sector calzado del distrito El Porvenir 2018-2019 [Tesis de Titulación, Universidad nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional. Obtenido de https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/17157/lujansalvatierra_tania.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Luna, L. O., Tórrez, V. S., y Huerta, W. H. (2019). *La Incidencia de la Planificación Operativa en la Capitalización Económica Campesina desde la Unión de campesinos organizados de la Cuenca de San Dionisio, en las comunidades Piedra colorada y el Corozo en los años 2018 y 2019* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua).
- Marín, E. L., & Soto, R. (2016). Relación de la cultura financiera en el uso de tarjetas de crédito con el nivel de endeudamiento de los usuarios de una entidad financiera, Cajamarca 2016.

- Mero-Vélez, J. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables). ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 3(8), 84-102. <http://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/59>
- Meyhuey, B. y Morey, L. (2020). El endeudamiento empresarial y la gestión financiera de una empresa importadora. Tesis de licenciatura. Universidad de Ciencias y Humanidades. https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/476/Meyhuey_BT_Morey_LG_tesis_contabilidad_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Municipalidad Provincial de Cajamarca (02 de setiembre de 2021). INFORME N° 118-2021-SJCC-LF-SFCPM/GDE/MPC. (doc. Correo de jose carlos)
- Municipalidad Provincial de Cajamarca (02 de setiembre de 2021). INFORME 118 - RELACION DE ESTABLECIMIENTOS. (doc. Correo de jose carlos)
- Núñez, J. (2018). *Incidencia de la cultura financiera en la toma de decisiones de los estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA - Puno*, 2016 II. Puno - Perú: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8185>
- Oberst, T. (2014, abril). *La importancia del ahorro: teoría, historia y relación con el desarrollo económico*. Informe macroeconómico y de crecimiento económico (IMC) 13(1). Universidad Católica Argentina. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Economía “Francisco Valsecchi”. Programa de Desarrollo e Instituciones. <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/importancia-ahorro-teoria-historia.pdf>
- Obregón, N. C. (2020). Planeación estratégica y toma de decisiones en Symmetry Corporation SAC Lince, 2020. Tesis de licenciatura. Universidad César

Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67005/Obregon_LNC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Oviedo-Rodríguez, M., Medina-León, A., Negrín-Sosa, E., & Carpio Vera, D. (2017). La planificación operativa con enfoque en procesos para las Universidades del Ecuador. *Ingeniería Industrial*, 38(1), 116-128.

Parra, J., & La Madriz, J. (2017). Presupuesto como instrumento de control financiero en pequeñas empresas de estructura familiar. *Negotium*, 13(38), 33-48. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78253678003.pdf>

Quintana, P. D. C. J. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 4(16), 272-283. <https://www.revistaenfoques.org/index.php/revistaenfoques/article/view/99>

Quevedo, L. M., Briano, G., & Castañón, E. (2016). Un análisis de la percepción de la cultura financiera en alumnos y egresados de la facultad de contaduría y administración de la UASLP. In *XXI Congreso Internacional de Contaduría Administración e informática. Universidad Autónoma de San Luis Potosí*. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/7.01.pdf>

Rojas, V. (2021). *Metodología de la Investigación: diseño, ejecución e informe*. Ediciones de la U.

Román, M., González, V., Torres, M., & Calva, M. (2019). La cultura financiera y la creación de emprendimientos en la ciudad de Loja-Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 4(4), 105-125.

Rubio J., & Chávez J. (2018). La cultura financiera en jóvenes empresarios egresados del Programa Impulsa Perú en Cajamarca. Año 2017.

Santiago, N. (2018). *Formulación de presupuestos*. Universidad Técnica de Ambato. Ed. Pio XII. <https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros%202019/presupuesto.pdf>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP – SBS (S.F) Productos y servicios financieros. <https://www.sbs.gob.pe/Portals/3/educacion-financiera-pdf/Mod%204.%20Productos%20y%20servicios%20financieros.pdf>

Valdez, K. (2020). Cultura financiera: patrones de ahorro e inversión en jubilados de la ciudad de Esmeraldas (Tesis doctoral, Ecuador-PUCESE-Escuela de Contabilidad y Auditoría).

Wild, J. J., Subramanyam, K. R., & Halsey, R. F. (2007). *Análisis de estados financieros*. Mc Graw Hill Interamericana. <http://fullseguridad.net/wp-content/uploads/2016/11/An%C3%A1lisis-de-estados-financieros-9na-Edici%C3%B3n-John-J.-Wild.pdf>

LISTA DE ABREVIATURAS

1. Et al. Del latín “y otros”
2. FODA: Fortalezas – Oportunidades – Debilidades – Amenazas
3. INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática
4. PEI: Plan Estratégico Institucional
5. POI: Plan Operativo Institucional
6. SBS: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

GLOSARIO

1. **Administración:** Conjunto de funciones que se realizan para administrar (gobernar, organizar una economía).
2. **Ahorrar:** Guardar una parte de los bienes destinados al gasto ordinario. Porción de las rentas que el individuo decide no destinar hoy a su consumo. Entonces, reserva ese capital fuera cualquier riesgo para cubrir una necesidad o contingencia futura. Incluso, puede dejarse como herencia.
3. **Año fiscal:** Período de vigencia en el que se devengan los impuestos y que generalmente coincide con el año natural, es decir, empieza el 1 de enero y finaliza el 31 de diciembre.
4. **Bodegas:** Se refiere al negocio que se dedica a la venta al por menor de productos de primera necesidad, predominantemente alimentos y bebidas, destinados preferentemente a satisfacer los requerimientos diarios de los hogares.
5. **Educación financiera:** Capacidad para comprender los conceptos básicos de las finanzas personales y el manejo del dinero.
6. **Estrategias:** Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez establece las acciones coherentes a realizar.
7. **Finanzas:** Conjunto de bienes de que dispone una persona, especialmente en forma de dinero
8. **Mypes:** es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar

actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y otros.

9. Plan estratégico: Es el documento resultado de la elaboración de la estrategia de negocio, que se usa para comunicar a la organización los objetivos, los pasos que habrá que dar para conseguir estos objetivos fijados, y todos aquellos elementos cruciales para la obtención de los mismos

10. Plan operativo: Es el instrumento de gestión que permite concretar en acciones específicas y prácticas los objetivos estratégicos, para posibilitar su factibilidad asignando actividades, recursos, organización, tiempo, resultados esperados.

11. Plan: Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto.

12. Planificación: Es una herramienta estratégica para definir los objetivos, misión y visión de una empresa, asignación de recursos y materiales en un tiempo determinado.

13. Presupuesto: Plan que recoge todas las operaciones y recursos para lograr los objetivos marcados, expresado en términos monetarios

14. Procesos administrativos: Es un conjunto de fases (planificación, organización, dirección y control) cuyo fin es conseguir los objetivos de una empresa de la forma más eficiente posible.

ANEXOS
ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable e indicadores		
Problema general ¿La cultura financiera influye en la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021?	Objetivo general Determinar el grado de influencia entre la cultura financiera y la planeación empresarial en las MYPES bodegas del Sector 18 Cajamarca, 2021.	Hipótesis general La cultura financiera influye significativamente con la planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.	V1: Cultura financiera.		
			Dimensiones	Ítem	Escala
			Presupuesto	Preguntas: 1,2,3,4	Likert: 1= Nunca; 2= Casi nunca; 3= A veces; 4 = Casi siempre; 5 = Siempre
			Ahorros	5,6,7,8,9,10,11	
			Administración de la deuda	12,13,14,15,16	
Negociaciones financieras	17,18				
Servicios financieros	19,20,21,22				

Problema específico	Objetivo específico	Hipótesis específica	V2: Planeación empresarial.		
			Dimensiones	Ítem	Escala
<p>-¿Cuál es el nivel de la cultura financiera de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021?</p> <p>-¿Cuál es el nivel de planeación empresarial de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021?</p> <p>-¿Es factible elaborar una propuesta para mejorar la cultura financiera y la planeación empresarial en los propietarios de las MYPES bodegas del Sector 18 – Cajamarca, 2021??</p>	<p>-Establecer el nivel de la cultura financiera de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.</p> <p>-Establecer el nivel de planeación empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.</p> <p>-Elaborar una propuesta para mejorar la cultura financiera y la planeación empresarial en de Cajamarca, 2021.</p>	<p>-El nivel de la cultura financiera en los propietarios de las MYPES bodegas es bajo, en el sector 18-Cajamarca durante el 2021.</p> <p>-El nivel de planeamiento empresarial de los propietarios de las MYPES bodegas es bajo, en el sector 18-Cajamarca durante el 2021.</p> <p>-Es factible elaborar una propuesta para mejorar la cultura financiera y la planeación empresarial en los propietarios de las MYPES bodegas del sector 18-Cajamarca, 2021.</p>	<p>Estrategia</p> <p>Táctica</p> <p>Operativa</p>	<p>Preguntas:</p> <p>1,2,3</p> <p>4,5,6</p> <p>7,8,9,10</p>	<p>Likert:</p> <p>1= Nunca;</p> <p>2= Casi nunca;</p> <p>3= A veces;</p> <p>4 = Casi siempre;</p> <p>5 = Siempre</p>

**ANEXO B: INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN
CUESTIONARIO SOBRE LA CULTURA FINANCIERA**

Lea cuidadosamente cada enunciado y marque con una (X) la alternativa que usted considere que refleja mejor su situación, teniendo en cuenta que:

ESCALA DE VALORACIÓN				
1 = Nunca	2 = Casi nunca	3 = A veces	4 = Casi Siempre	5 = Siempre

INDICADOR	N°	VARIABLE 1: CULTURA FINANCIERA	ESCALA DE VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: PRESUPUESTO							
Elaboración	1	¿Ha puesto una meta financiera realista para su bodega?					
Planificación	2	¿Mensualmente hace un presupuesto para organizar sus finanzas para su bodega?					
	3	¿Sigue un programa para sus gastos de su bodega?					
	4	¿Planea los gastos en su bodega?					
DIMENSIÓN 2: AHORRO							
Gastos	5	¿Gasta de forma proporcional a sus ingresos?					
	6	¿Gasta más de lo que gana?					
Cuenta de ahorros	7	¿Usa frecuentemente una cuenta de ahorros?					
Ahorros	8	¿Cuenta con un plan de ahorros que pueda cumplir?					
	9	¿Ahorra una parte de sus ingresos tan pronto como lo recibe?					
	10	¿Cuenta con un plan de ahorro para emergencias en su bodega?					
	11	¿Ahorra regularmente en su bodega?					
DIMENSIÓN 3: ADMINISTRACIÓN DE LA DEUDA							
Conocimiento de términos	12	¿Antes de aceptar un préstamo, comprende los términos de contrato?					

Reducción de pagos	13	¿Mantiene una cuenta de ahorro para emergencia en su bodega?					
Endeudamiento	14	¿Prepara un plan para disminuir sus deudas para su bodega?					
	15	¿Evita endeudarse en exceso en su bodega?					
Puntualidad	16	¿Considera hacer sus pagos a tiempo?					
DIMENSIÓN 4: NEGOCIACIONES FINANCIERAS							
Negociación	17	¿Sabe lo que quiere lograr para su bodega, cuando negocia con las entidades comerciales?					
	18	¿La decisión sobre los ingresos de su bodega depende de usted siempre?					
DIMENSIÓN 5: SERVICIOS FINANCIEROS							
Uso de S. bancarios	19	¿Usa los servicios bancarios para su bodega de manera más eficaz?					
Fin de S. bancarios	20	¿Usa los servicios bancarios para respaldar sus metas financieras de su bodega?					
Experiencia	21	¿Tiene experiencia con múltiples productos financieros para su bodega? (como por ejemplo cuenta de ahorros a corto plazo, cuenta de depósitos a plazo fijo, préstamos bancarios)					
	22	¿Tiene experiencia con múltiples instituciones financieras para su bodega? (bancos, cajas municipales, cooperativas, etc.)					

CUESTIONARIO DE PLANEACIÓN EMPRESARIAL

Lea cuidadosamente cada enunciado y marque con una (X) la alternativa que usted considere que refleja mejor su situación, teniendo en cuenta que:

ESCALA DE VALORACIÓN				
1 = Nunca	2 = Casi nunca	3 = A veces	4 = Casi Siempre	5 = Siempre

INDICADOR	N°	VARIABLE 2: PLANEACIÓN EMPRESARIAL	ESCALA DE VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: ESTRATÉGICA							
Conceptualización	1	¿Usted tiene claro que quiere lograr y cuál es la finalidad de su bodega?					
	2	¿Se ha buscado conocer la situación actual de la bodega, y su papel en el contexto, mediante la realización de un análisis de sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas?					
Establecimiento de objetivos	3	¿Se han establecido objetivos para la bodega que se busca lograr a corto, mediano y largo plazo?					
DIMENSIÓN 2: TÁCTICA							
Procedimientos, planes y estrategias	4	¿Piensa en estrategias, procedimientos y planes que ayuden a su bodega a crecer cada vez más?					
Políticas y normas	5	¿Ha establecido políticas y normas que le sirvan como guías generales para lograr las estrategias y los objetivos de la bodega?					
	6	¿Se tiene una política o visión de desarrollo empresarial en su bodega?					
DIMENSIÓN 3: OPERATIVA							
Programas	7	¿Cuenta con herramientas digitales que refuerce su relación con sus clientes, proveedores, etc.?					
	8	¿Está atento a programas de capacitación para usted o sus trabajadores?					

Presupuesto	9	¿Realiza un presupuesto anual en base a sus metas y objetivos?					
Proyectos	10	¿Ha establecido proyectos para el negocio, ampliaciones, reestructuraciones o modernización en su negocio?					



ANEXO C: VALIDACIÓN JUICIO DE EXPERTOS
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS – FCEA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO : Valera Saldaña, Jaime Enrique
 1.2 GRADO ACADÉMICO : Contador Público Colegiado, Magister en Administración de Empresas
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Caja Trujillo Cajamarca
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : Cultura Financiera y su influencia en la Planeación Empresarial de las MYPES bodegas del sector 18 - Cajamarca, 2021.
 1.5 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario sobre Planeación Empresarial
 1.6 AUTORES DEL INSTRUMENTO : Bach. Sánchez Chanamé José Carlos y Bach. Verástegui Arroyo Miguel Kendald
 1.7 CRITERIOS DE LA APLICABILIDAD

- a) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
 b) De 09 a 11 (no válido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
 c) De 12 a 14 (válido, mejorar)

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente (01 - 08)	Regular (09 - 11)	Bueno (12 - 14)	Muy bueno (15 - 17)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y los indicadores.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al objetivo de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				X	
Sub total		20	25
Total		45				

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 18

VALORACIÓN CUALITATIVA : Válido

OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento puede ser aplicado a los intereses de la investigación

Lugar y fecha: Cajamarca, 06 de octubre del 2021


 Jaime E. Valera Saldaña
 Asesor de Negocios Senior II

EXPERTO
 DNI: 26735007



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS – FCEA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO : Valera Saldaña, Jaime Enrique
 1.2 GRADO ACADÉMICO : Contador Público Colegiado, Magister en Administración de Empresas
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Caja Trujillo Cajamarca
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : Cultura Financiera y su influencia en la Planeación Empresarial de las MYPES bodegas del sector 18 - Cajamarca, 2021.
 1.5 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario sobre Cultura Financiera
 1.6 AUTORES DEL INSTRUMENTO : Bach. Sánchez Chanamé José Carlos y Bach. Verástegui Arroyo Miguel Kendald
 1.7 CRITERIOS DE LA APLICABILIDAD

- a) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
 b) De 09 a 11 (no válido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
 c) De 12 a 14 (válido, mejorar)

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

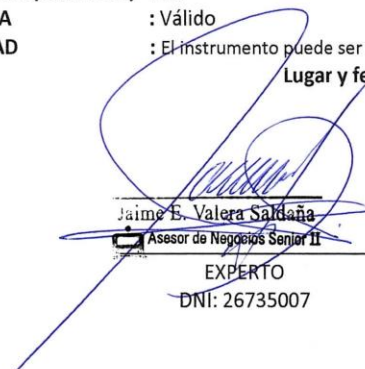
INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente (01 - 08)	Regular (09 - 11)	Bueno (12 - 14)	Muy bueno (15 - 17)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y los indicadores.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al objetivo de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub total		20	25
Total		45				

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 18

VALORACIÓN CUALITATIVA : Válido

OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento puede ser aplicado a los intereses de la investigación

Lugar y fecha: Cajamarca, 06 de octubre del 2021


 Jaime E. Valera Saldaña
 Asesor de Negocios Senior II
 EXPERTO
 DNI: 26735007



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS – FCEA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO : Mendo Chávez, Nelson Demetrio
1.2 GRADO ACADÉMICO : Magister
1.3 INSTITUCION DONDE LABORA : Universidad Nacional de Cajamarca
1.4 TITULO DE LA INVESTIGACION : Cultura Financiera y su influencia en la Planeación Empresarial de las MYPES bodegas del sector 18 - Cajamarca, 2021.
1.5 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario sobre Cultura Financiera
1.6 AUTORES DEL INSTRUMENTO : Bach. Sánchez Chanemé José Carlos y Bach. Verástegui Aroyo Miguel Kendeld
1.7 CRITERIOS DE LA APLICABILIDAD
a) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
b) De 09 a 11 (no válido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
c) De 12 a 14 (válido, mejorar)

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente (01 - 08)	Regular (09 - 11)	Buena (12 - 14)	Muy buena (15 - 17)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Este formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Este expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y los indicadores.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al objetivo de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevos pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub total		----	----	----	20	25
Total				45		

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 18

VALORACIÓN CUALITATIVA : Válido

OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento puede ser aplicado a los intereses de la investigación

Lugar y fecha: Cajamarca, 06 de octubre del 2021


M.Cs. Econ. Nelson D. Mendo Chávez
CEG. N° 138



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS – FCEA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. PELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO : Mendo Chávez, Nelson Demetrio
1.2. GRADO ACADÉMICO : Magister
1.3. INSTITUCION DONDE LABORA : Universidad Nacional de Cajamarca
1.4. TITULO DE LA INVESTIGACION : Cultura Financiera y su influencia en la Planeación Empresarial de las MYPES bodegas del sector 18 - Cajamarca, 2021.

1.5. NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario sobre Planeación Empresarial
1.6. AUTORES DEL INSTRUMENTO : Bach. Sánchez Chanamé José Carlos y Bach. Verástegui Arroyo Miguel Kendall

1.7. CRITERIOS DE LA APLICABILIDAD
a) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
b) De 09 a 11 (no válido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
c) De 12 a 14 (válido, mejorar)

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente (01 - 08)	Regular (09 - 11)	Buena (12 - 14)	Muy buena (15 - 17)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teorico científico y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y los indicadores.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al objetivo de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub total		----	----	----	20	25
Total				45		

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 18

VALORACIÓN CUALITATIVA : Válido

OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento puede ser aplicado a los intereses de la investigación

Lugar y fecha: Cajamarca, 06 de octubre del 2021


M.C. Econ. Nelson D. Mendo Chávez
C.E.C. N° 138



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS – FCEA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

III. DATOS GENERALES:

- 1.8 APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO : Díaz Calderón, Ricardo Rafael
 1.9 GRADO ACADÉMICO : Magister
 1.10 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Municipalidad provincial de Chota
 1.11 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : Cultura Financiera y su influencia en la Planeación Empresarial de las MYPES bodegas del sector 18 - Cajamarca, 2021.
 1.12 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario sobre Cultura Financiera
 1.13 AUTORES DEL INSTRUMENTO : Bach. Sánchez Chanamé José Carlos y Bach. Verástegui Arroyo Miguel Kendall
 1.14 CRITERIOS DE LA APLICABILIDAD
 d) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
 e) De 09 a 11 (no válido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
 f) De 12 a 14 (válido, mejorar)

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente (01 - 08)	Regular (09 - 11)	Bueno (12 - 14)	Muy bueno (15 - 17)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y los indicadores.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al objetivo de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevos puntos para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub total		----	----	----	20	25
Total				45		

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 18

VALORACIÓN CUALITATIVA : Válido

OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento puede ser aplicado a los intereses de la investigación

Lugar y fecha: Cajamarca, 06 de octubre del 2021

CPC Ricardo Rafael Díaz Calderón
 MAT 02 8081



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS – FCEA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

III. DATOS GENERALES:

- 3.1. PELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO : Diaz Calderón, Ricardo Rafael
3.2. GRADO ACADÉMICO : Magister
3.3. INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Municipalidad provincial de Chota
3.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : Cultura Financiera y su influencia en la Planeación Empresarial de las MYPES bodegas del sector 18 - Cajamarca, 2021.

3.5. NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Cuestionario sobre Planeación Empresarial
3.6. AUTORES DEL INSTRUMENTO : Bach. Sánchez Chanamé José Carlos y Bach. Verástegui Arroyo Miguel Kendald

3.7. CRITERIOS DE LA APLICABILIDAD
d) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
e) De 09 a 11 (no válido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
f) De 12 a 14 (válido, mejorar)





IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS	Deficiente (01 - 08)	Regular (09 - 11)	Bueno (12 - 14)	Muy bueno (15 - 17)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teorico científico y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y los indicadores.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al objetivo de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevos puntos para la investigación y construcción de teorías.					X
Sub total		----	----	----	20	25
Total				45		

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 18
VALORACIÓN CUALITATIVA : Válido
OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento puede ser aplicado a los intereses de la investigación
Lugar y fecha: Cajamarca, 06 de octubre del 2021

CPC Ricardo Rafael Diaz Calderón
MAT 02 8081

ANEXO D: SOLICITUD DIRIGIDA A LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA

 SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA 		
<small>(Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado por Decreto Supremo N° 043-2003-PCM)</small>		
I. FUNCIONARIO (A) RESPONSABLE DE ENTREGAR LA INFORMACIÓN		
II. DATOS DEL SOLICITANTE		
APELLIDOS Y NOMBRES / RAZÓN SOCIAL		
DNI/RUC/C.E		
<i>Sánchez Chonami José Carlos</i> <i>71302989</i>		
DOMICILIO		
Av./Jr.Calle/Psje/Caserío	N° /Dpto./Int.	Urb./Barrio/Asoc./Centro Poblado
<i>Jr. Bolívar</i>	<i>188</i>	<i>La Florida</i>
Distrito	Provincia	Departamento
<i>Cajamarca</i>	<i>Cajamarca</i>	<i>Cajamarca</i>
Correo Electrónico	Teléfono Celular y/o Fijo	
	<i>976528200</i>	
III. INFORMACIÓN SOLICITADA		
<p><i>* Registro de tendos y bodegas en Cajamarca por barrios que están con licencia de funcionamiento en la actualidad.</i></p> <p><i>- Se solicita información para definir la población de estudio de una tesis, para lo cual se necesita saber de cualquier registro real de cantidad de bodegas que existen en Cajamarca y por barrio.</i></p>		
IV. DEPENDENCIA DE LA CUAL SE REQUIERE INFORMACIÓN		
<i>Suba Fiscalización Central y Policía Municipal</i>		
V. FORMA DE ENTREGA DE LA INFORMACIÓN (Marca con una X)		
Copia simple <input checked="" type="checkbox"/>	CD o DVD <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Copia ferateada <input type="checkbox"/>	Correo electrónico <input type="checkbox"/>	
VI. DECLARACIÓN JURADA		
En mi condición de solicitante, DECLARO BAJO JURAMENTO, que todos los datos consignados en la en la presente solicitud son verdaderos, asumiendo todas las responsabilidades por su veracidad y contenido.		
NOTA:		
- El solicitante deberá cancelar los costos por reproducción de información establecidos en el TUPA		
- Cualquier consulta comunicarse al teléfono: 076 599250 - Anexo: 2192		
		
Firma (o huella digital) del Cuidando(a)	Fecha y Hora de Recepción CAC	Fecha y Hora de Recepción AIP
OBSERVACIONES:		

Verificar plazos legales al reverso de la solicitud ➡

ANEXO E: CORREO RESPUESTA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA

Gmail interface showing an email from Carlo Mao Díaz Silva. The email subject is "Fwd: Se solicita información". The email content includes the following details:

De: "Stalin Castillo Cabrera" <scastillo@municaj.gob.pe>
Para: "Carlo Mao Díaz Silva" <cdiaz@municaj.gob.pe>
CC: "Denisse Cecilia Saldaña Valderrama" <dsaldana@municaj.gob.pe>, "Karina Mercedes Centurion Abraham" <kcenturion@municaj.gob.pe>
Enviados: Martes, 7 de Septiembre 2021 12:34:39
Asunto: Fwd: Se solicita información

BUENOS DIAS,
MEDIANTE EL PRESENTE ADJUNTO INFORMACION REQUERIDA POR ACCESO A LA INFOFMACIÓN PUBLICA, CONFOFME AL MEMORANDO N° 187-201-AIP-OSG-MPC - EXP. N° 64963-2021.

De: "Denisse Cecilia Saldaña Valderrama" <dsaldana@municaj.gob.pe>
Para: "Stalin Juan Castillo Cabrera" <scastillo@municaj.gob.pe>
CC: "Karina Mercedes Centurion Abraham" <kcenturion@municaj.gob.pe>
Enviados: Jueves, 2 de Septiembre 2021 9:36:56
Asunto: Fwd: Se solicita información


ATENDER

Gmail interface showing a response email from the Municipality of Cajamarca. The email subject is "Se solicita información". The email content includes the following details:

De: "Carlo Mao Díaz Silva" <cdiaz@municaj.gob.pe>
Para: "Denisse Cecilia Saldaña Valderrama" <dsaldana@municaj.gob.pe>
Enviados: Jueves, 2 de Septiembre 2021 9:22:09
Asunto: Se solicita información

BUEN DÍA, SE LE ESTA ENVIANDO LA SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA. **ATENDER SEGÚN CORRESPONDA.**
GRACIAS POR SU ATENCIÓN.

ATTE.
ABG. CARLO MAO DÍAZ SILVA
RESPONSABLE DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA - MPC
OFICINA DE SECRETARÍA GENERAL




--
Que sea un día espléndido para Usted (es).

Gmail interface showing an email from 'municipalidad de cajamarca'. The email content includes:

De: "Carlo Mao Díaz Silva" <cdiaz@municipaj.gob.pe>
Para: "Denisse Cecilia Saldarña Valderrama" <dsaldarña@municipaj.gob.pe>
Enviados: Jueves, 2 de Septiembre 2021 9:22:09
Asunto: Se solicita información

BUEN DÍA, SE LE ESTA ENVIANDO LA SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA. **ATENDER SEGÚN CORRESPONDA**
GRACIAS POR SU ATENCIÓN.

ATTE.
ABG. CARLO MAO DÍAZ SILVA
RESPONSABLE DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA - MPC
OFICINA DE SECRETARÍA GENERAL



Que sea un día espléndido para Usted (es).

2 archivos adjuntos

- INFO 118 - RELACL...
- INFO 118 - ALCAN...

ANEXO F: LISTA DE LA POBLACIÓN 269 BODEGAS DEL SECTOR 18 – CAJAMARCA

N°	RAZON SOCIAL	RUC	LOCAL	DIRECCION	ESTADO	ACTIVIDAD COMERCIAL
1	MISAHUAMAN RAMIREZ SANTOS SOCORRO	10267021959	BODEGA ANDREE	AV. LA PAZ 1530 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
2	PASTOR QUISPPE MONICA ELIZABETH	10188576368	BODEGA	JR. BOLOGNESI 340 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
3	MONTERO CASTANEDA DE RAUNELLI MARIA	10266956342	TIENDA ELY	AV. LA PAZ 597 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
4	ARROYO TORRES JISELA ADELAIDA	10455421484	CALLE CUA-TRO	AV. LA PAZ 182 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
5	CHAVEZ SANCHEZ MARIA DOMITILA	10270498243	BODEGA	JR. BOLOGNESI 140 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
6	GARCIA DE RUIZ ADELINDA	10266018784	BODEGA	JR. LUIS REYNA FARGE 130 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
7	MORO AQUINO NELIDA	10107406528	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA Mza. O SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
8	ALVARADO SANCHEZ LUCIA	10266165574	BODEGA	JR. SUCRE 411 LA FLORIDA	VIGENTE	PANADERIA Y PASTELERIA , BODEGAS-
9	MANTILLA DE MONTALVO YOLANDA	10266205169	BODEGA VIRGEN DE LOS DOLORES	JR. BOLOGNESI 443 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
10	CASTAÑEDA POMPA EDUAR RAUL	10431306021	BODEGA	Jirón Sucre 497- SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
11	REGALADO CIEZA DEYCI EDIHT	10405368914	BODEGA	AV. LA PAZ 425 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
12	CUEVA ARAUJO KATIA MIRJANA	10422697832	BODEGA WILLY'S	JR. EMANCIPACION 217 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
13	INVERSIONES GENERALES CRISTIAN S. R. L.	20411217346	BODEGA	AV. ATAHUALPA 300 LA FLORIDA	VIGENTE	SERVICIO DE LAVADO Y ENGRASE DE VEHICULOS,
14	PABLO CONDE ELSA	10407087335	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 544 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
15	ROJAS CASTILLO EDIT ROSMERISIS	10266889726	BODEGA	AV. ATAHUALPA 293 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
16	MEJIA MANOSALVA ALEJANDRO	10266182037	COMERCIAL MEJIA	JR. SUCRE 436 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
17	MUJICA CANDELA KAREM PATRICIA	10414830931	THE POINT	JR. SUCRE 436 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
18	CABELLOS CABRERA CARLOS AMANCIO	10266342573	BODEGA	AV. ATAHUALPA 335 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
19	MESTANZA ORDAZ PATRICIA	10436290280	BODEGA	JR. SUCRE 473 - A LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
20	SANGAY HUAMAN CARMEN ROSA	10267268717	BODEGA	AV. ATAHUALPA 307 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
21	PANAIFO CANEDO SUSAN MARILIA	10461198541	BODEGA SAN ANTONIO	AV. INDEPENDENCIA 486 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
22	LLERENA SALDANA GENNY BERENICE	10266375374	HER HANILIZ	AV. ATAHUALPA 277 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
23	FLORES CHAVEZ DE NEIRA TEOFILA	10269319149	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 536 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
24	CHAVEZ SOLANO MARY MILLER	10404873291	BODEGA	AV. SAN MARTIN DE PORRES 520 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
25	CABRERA CACEDA DE ALVAREZ MILAGROS	10266308073	BODEGA	AV. ATAHUALPA 111 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
26	RODRIGUEZ HUATAY SANTOS	10266592995	BODEGA	PSJ. CARBAJAL 107 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
27	CUEVA VARGAS BERTHA	10280697431	BODEGA	JR. SUCRE 473 - A LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
28	PORTAL DE ESCOBAR DORALIZA	10266169243	COMERCIAL PORTAL	AV. INDEPENDENCIA 163 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
29	HERRERA DE VASQUEZ CARMEN SONIA	10181349617	BODEGA BAZAR CRUZ DE MOTUPE	JR. ALFONSO UGARTE 164 LA FLORIDA	VIGENTE	BAZAR , BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
30	MARTELL REYNA LADY KRISTEL	10429350889	COMERCIAL LA PEQUENITA	JR. LUIS REYNA FARGE 175 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
31	FLORES CERNA JUAN CARLOS	10188985365	MINIMARKET DORITA	AV. ATAHUALPA 180 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
32	VASQUEZ SALDANA SEGUNDO REYNALDO	10426355961	COMERCIAL CHOTA	JR. 28 DE JULIO 150 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
33	CHUGNAS ALCANTARA VICENTE	10266614000	COMERCIAL ALEX	JR. BOLOGNESI Mza. B Lot. 21 SECTOR Nº 18 - LA FLORI	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
34	AMBROSIO TOMANGUILLA STEFANY YULY	10467535388	TIENDA COMERCIAL DE MULTIPLES	AV. INDEPENDENCIA 408 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BAZAR , BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
35	NINAQUISPE MUGUERZA INOLITO	10267192028	BODEGA	JR. MANCO CAPAC 228 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
36	CORTEZ HUATAY JULIO CESAR	10267305582	PANADERIA Y PASTELERIA LAS	AV. ATAHUALPA 141 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
37	PEREZ CABRERA VILMA	10800501674	RESTAURANTE MILY	JR. LUIS REYNA FARGE 101 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
38	GONZALES ROMERO MARIA FREDESVIDA	10188392984	BODEGA KOKITO	JR. SUCRE 202 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
39	CHUNQUE SALAS MARIA OLIVIA	10266636577	BODEGA JHEREMI	PSJ. SAN AGUSTIN 142 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
40	FLOR MARINA ALMACENES GENERALES E. I. R. L.	20512702741	BODEGA	AV. SAN MARTIN DE PORRES 201 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
41	NARRO MIRANDA MARCO ANTONIO	10266988601	MI MARKET	AV. LA PAZ 130 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
42	VILLAR BARDALES MARIA JESUS	10266377229	BODEGUITA VILLAR	AV INDEPENDENCIA 1114 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	LICORERIA-VENTA DE BEBIDAS DE CONSUMO,
43	ESPINOZA CENTURION AGUSTINA MARIVEL	10266885526	BODEGA MARY	AV. INDEPENDENCIA 692 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
44	DELGADO CHAMAYA WILMER	10446102325	BODEGA	AV. LA PAZ 397 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
45	RIOS MACHUCA MARIA FACUNDA	10266272567	BODEGA MARY	AV INDEPENDENCIA 1076 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
46	MUNOZ CRUZADO MARIA ZOILA	10267313763	BODEGA	AV INDEPENDENCIA 100 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
47	USQUIZA CHAMAY ROSALIA ELENA	10267134656	COMERCIAL DIANA	AV. LA PAZ 200 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
48	TAPIA DE LA CRUZ JOSEFA MARLENI	10805767869	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 760 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
49	ESTELA PEREZ VINDA	10275654316	RESTAURANTE MI CHOSITA	AV. INDEPENDENCIA 140 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
50	TELLO DE MARIN NELLY VIOLETA	10266171418	BODEGA MARIA BELEN	AV. ATAHUALPA 277 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
51	CRISOLOGO REYES MARIA GENOVITA	10403401191	COMERCIAL CRISOLOGO	JR. SALAVERRY 240 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
52	VARGAS SALAZAR DORA DIONICIA	10405330721	BODEGA DORITA	JR. EMANCIPACION 274 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
53	PECHE SILVA EDINSON	10420420809	COMERCIAL BOLIVAR	AV. SAN MARTIN DE PORRES 550 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES, BAZAR.


N°	RAZON SOCIAL	RUC	LOCAL	DIRECCION	ESTADO	ACTIVIDAD COMERCIAL
54	VASQUEZ BACA MARIA ISABEL	10266758320	BODEGA SHAMARA	JR. ALFONSO UGARTE 108 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
55	BAZAN DE SALAZAR HILDA ALFONCINA	10266740595	BODEGA LA ESQUINA SAN PEDRO	AV. ATAHUALPA 309 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
56	NEGOCIACIONES E INVERSIONES JHOEL E.I.R.L	20529394706	NEGOCIACIONES E INVERSIONES	JR. MARISCAL CACERES 145 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
57	MARTOS ROJAS CRISTHIAN DAVID	10445637888	MI DIOS EN TI CONFIO	AV. DE LOS HEROES 344 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
58	CASTILLO SANCHEZ ELSA MARIA	10447213031	BODEGA	AV. LA PAZ 301 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS, VENTA DE
59	RAMIREZ DIAZ ENMA	10412293377	COMERCIAL ROSHITO	JR. JOSE OLAYA 370 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
60	MEJIA PORTAL WILBERTO	10266932303	BODEGA MEJIA	AV. INDEPENDENCIA 108 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
61	VARGAS CHAVEZ MARIA ELVIRA	10266219054	BODEGA VARGAS	JR. ALFONSO UGARTE 230 2do LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
62	VASQUEZ VASQUEZ MARTHA	10266209679	BODEGA PELUCHOS	AV. SAN MARTIN DE PORRES 112 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
63	MENDOZA ORDINOLA ORLANDO XAVIER	10167144891	BODEGUITA LA TIA CLEME	JR. SALAVERRY 260-266 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
64	CHACON CERDAN LUSMILA	10465336736	BODEGA CHACON	JR. SALAVERRY 260-266 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
65	VILLAVICENCIO MORENO MARINA	10266037126	BODEGA YAQUELIN	JR. SUCRE 360 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
66	BRIONES RUIZ EULOGIO	10266064859	BODEGA	JR. SUCRE 623 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
67	PORTAL CHICLOTE MARIA GREGORIA	10402732640	BODEGA GOYTA	JR. SUCRE 575 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
68	MEDINA VASQUEZ MARIA ZULEMA	10454968501	COMERCIAL ANAHI	AV. LA PAZ 306 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
69	SILVA POLO ZENAYDA MARILU	10270484366	BODEGA SILVA	JR. SUCRE 168 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
70	DISTRIBUIDORA EDKAYRA S.R.L.	20491790149	BODEGA	AV. ATAHUALPA 317-319 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
71	GONZALES ATALAYA ISABEL	10400864131	BODEGA DONA MARY	AV. INDEPENDENCIA 537 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
72	BECCERRA ROMERO CASTINALDO	10266026574	BODEGA	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
73	ROJAS ESTACIO ELSA JUANA	10266750817	BODEGA ROJAS	AV INDEPENDENCIA 16 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
74	HUACCHA SANCHEZ ALICIA	10422543886	BODEGA	AV INDEPENDENCIA 301 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
75	DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA	20529451947	DYC CAJAMARCA SRL	AV. INDEPENDENCIA 321 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
76	RABANAL PAJARES JAIME GREGORIO	15453746370	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 448 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
77	CABALLERO SANCHEZ RUDY MARICELA	10446592683	TIENDA ROSITA	AV. INDEPENDENCIA 358 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
78	BUSINESS P&Amp;A HNOS E.I.R.L	20491783878	BODEGA	AV. ATAHUALPA 293 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
79	PLASENCIA LEON FERMIN	10271563529	BODEGA GEANFRANCO	AV. INDEPENDENCIA 486 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
80	MIRANDA MENDOZA SONIA VIOLETA	10406458208	BODEGA ARIANA	JR. ALFONSO UGARTE 112 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
81	LEAL VILLANUEVA PATRICIA	10266731219	COMERCIAL PATTY	PSJ. CARBAJAL 197 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
82	MANTILLA HUACCHA AURORA DEL PILAR	10805772226	BODEGA RAFAEL	AV. INDEPENDENCIA 717 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
83	SALDAÑA NARRO ISAIAS EMANUEL	10267204808	D JUANITA	AV. INDEPENDENCIA 324 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS, PANADERIA Y
84	PORTAL SANCHEZ JAIME	10266889653	BODEGA ERICK	AV. INDEPENDENCIA 820 INT. S - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
85	MALCA RODAS ELSA	10266296971	BODEGA SOLEDAD	AV INDEPENDENCIA 307 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
86	CABRERA RONCAL JULIO	10266210944	BODEGA	AV INDEPENDENCIA 11 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
87	CALUA FERNANDEZ BEATRIZ ESTHER	10267056825	BODEGA JHANCITO	AV INDEPENDENCIA 707 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
88	CARRERA PLASENCIA LUZ ERENIA	10181737200	BODEGA BENJAMIN	AV INDEPENDENCIA 820 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
89	CAMPOS LEIVA NESTOR LINO	10266330320	COMERCIAL CAMPOS	AV. INDEPENDENCIA 506 SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
90	QUIROZ VALENCIA ROSARIO DEL PILAR	10267041941	BODEGA CHARITO	JR. SUCRE 403 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
91	FERNANDEZ DE LLOVERA JUANA	10266749614	ABARROTOS FERNANDEZ	AV INDEPENDENCIA 28 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
92	CERCADO CHAVEZ MARIA TEONILA	10275524811	COMERCIAL MARY	JR. MARISCAL CACERES 300 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
93	GUEVARA HERNANDEZ CELIA ROSA	10453529601	BODEGA CELI	AV LA PAZ 2417 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
94	RAMOS CASTREJON MARIA	10432396687	TECNIC SERVIS	JR. SUCRE 623 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE APARATOS TELEFONICOS Y CELULARES
95	DAVILA VASQUEZ MARCOS	10422174449	BODEGA DAVILA	AV LA PAZ 306 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
96	ORTIZ ORTIZ MARIA CARIDAD	10266007898	BODEGA ZITRO	JR. JOSE OLAYA 234 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
97	GOMEZ RODRIGUEZ MIRIAM VIOLETA	10409466163	BODEGA	JR. SUCRE 333 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
98	QUIROZ MENDOZA MANUELA	10266819892	BODEGA MANUELA	JR. SUCRE 333 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
99	VILLANUEVA CAMPOS ROSA OLIVIA	10267078926	BODEGA JK & M	AV. LA PAZ 112 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
100	CORVERA DE LOZANO ROMELIA ESPERANZA	10266053270	BODEGUITA SARITA	JR. BOLIVAR 115 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
101	ROMERO HERNANDEZ JUANA	10279628387	BODEGA	JR. DIEGO FERRE 155 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
102	CHILON YOPLA ROSARIO	10446592675	BODEGA SANTISIMA VIRGEN DEL	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
103	JIMENEZ GARCIA HUMBERTO MELANIO	10266239349	BODEGA	JR. ALFONSO UGARTE 107 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
104	CHAVEZ BAZAN VICTOR PELAYO	10266305376	BODEGA LUCESITA	JR. LUIS REYNA FARGE 153 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
105	BENITES MOREY RAFAEL PATRICIO	10095245531	ABARROTOS Y GOLOSINAS RAFA	AV. INDEPENDENCIA 132 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTOS
106	VAFER INVERSIONES COYMOLACHE SRL	20529679298	VAFER INVERSIONES COYMOLACHE	AV LA PAZ 388 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTOS.

N°	RAZON SOCIAL	RUC	LOCAL	DIRECCION	ESTADO	ACTIVIDAD COMERCIAL
107	GALVEZ SALDANA MARGOT EUGENIA	10410514473	BODEGA CRISTINA	JR. BOLOGNESI 196 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
108	PORTAL FERNANDEZ JENNY JOSEFA	10267104404	PREMIUM MARKET	AV. ATAHUALPA 293 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
109	SANCHEZ ROJAS MARIA LEONOR	10189044475	TIENDA SALAVERRY	JR. SALAVERRY 374 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
110	HERRERA MALCA GILBERTO	10401868599	BODEGA MARJHORY Y ALEXANDRA	AV. INDEPENDENCIA 351 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
111	PALACIOS GONZALES YRMA	10266814521	BODEGA NOEMI	JR. BOLOGNESI 436 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
112	RAICO AZANERO MARIA LUCIA	10266073408	COMERCIAL LUCY	AV. ATAHUALPA 180 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
113	HUAMAN DE VALDEZ MARIA INES	10266032795	BODEGA LOS ROSALES	AV. ATAHUALPA 281 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
114	TERRONES SANCHEZ SOCORRO DE LA ASENCION	10279057584	BODEGA SENOR DE LOS MILAGROS	PSJ. INDEPENDENCIA 162 - 9 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PAR BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
115	COLUNCHE TAPIA WILMER	10274316468	BODEGA EL MAESTRO	AV. EL MAESTRO 359 - SECTOR Nº 07 - LA COLMENA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
116	RUIZ DE ZAMBRANO TOMASA ARMANDINA	10275413335	RUIZ DE ZAMBRANO TOMASA	JR. BUENOS AIRES 169 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
117	TERRONES LOPEZ BLANCA ISMENIA	10281158941	BODEGA BLANQUITA	JR. LUIS REYNA FARGE 159 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
118	CAMPOS SALAS MARIA EUGENIA	10266378179	CAMPOS SALAS MARIA EUGENIA	JR. AMALIA PUGA 436 - SECTOR Nº 08 - LA MERCED	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
119	RAMOS AGUILAR GLADYS SOLEDAD	10404064814	RAMOS AGUILAR GLADYS SOLEDAD	JR. SUCRE 306-B - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
120	MEDINA BAUTISTA MIGUEL ANGEL	10479335350	BODEGA "MIANGHEL "	JR. BOLOGNESI 381 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES.
121	GUADANA DE TACILLA MARGARITA DOMITILA	10266204669	GUADANA DE TACILLA MARGARITA	JR. BOLOGNESI 450 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
122	VILLENA MACHUCA JANETH	10481458884	VILLENA MACHUCA JANETH	JR. AMANCAES 412 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
123	PICHEN DIAZ YORDI LADISLAO	10753919045	PICHEN DIAZ YORDI LADISLAO	JR. ALFONSO UGARTE 706 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARROTES
124	SANCHEZ RUIZ JULIA	10266482961	BODEGA EMANUEL	JR. SALAVERRY 113 - SECTOR 18 LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES
125	CACHO DE BECERRA AMANDA	10267023960	JUGUERIA "SABORES DE TU TIERRA"	AV. INDEPENDENCIA 315 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA JUGUERIA - BODEGA, VENTA DE
126	PORTAL VICENTE ISABEL AYDE	10406865687	JEHOVA PROVEERA	AV. ATAHUALPA 336 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
127	JPM ASOCIADOS SRL	20603981449	JPM ASOCIADOS SRL	AV. ATAHUALPA 336 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
128	LOZANO RODRIGUEZ OLIVIA	10445979045	BODEGA PADRE ETERNO	AV. LA PAZ 212 - SECTOR Nº 18 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
129	CERCADO VILLANUEVA JUAN	10403910461	BODEGA JESUS EL PAN DE VIDA	JR. LUIS REYNA FARGE 100 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
130	ALCANTARA SANCHEZ DE LLOVERA AMERITA	10267189230	ALCANTARA SANCHEZ DE LLOVERA	AV. INDEPENDENCIA 173 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTE.
131	MIRANDA SOTO DISNARDA CLEOFFE	10266326489	BODEGA CALI	AV. ATAHUALPA 340 - SECTOR 18 LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES -
132	VASQUEZ RAVINES ANTONY ERYCK	10464634873	NEGOCIOS JIMENA	JR. SUCRE 219 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES.
133	ESPINOZA MENDOZA MARIA EUGENIA	10266101240	BODEGA QUENITA	JR. ALFONSO UGARTE 377 -LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
134	TICLLA BRIONES JUAN ALBERTO	10429860275	BODEGA TICLLA	JR. LUIS REYNA FARGE 207 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES
135	BARBOZA SALAZAR GABY MARGOT	10400316207	BODEGA LUIS	AV. ATAHUALPA 347 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
136	NORIEGA PORTAL ROSA MARIA	10266216586	BODEGA, BAZAR, LIBRERIA YK	AV. LA PAZ 1040 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
137	ORTIZ SALCEDO NELIDA	10266866297	BODEGA LEO	JR. LUIS REYNA FARGE 103 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
138	LEIVA MEGOSGARDO	10418846777	COMERCIAL MARIN	JR. ALFONSO UGARTE 421 -LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
139	CASTREJON FLORES AGUSTIN	10266961737	BODEGA FLORES	JR. TUPAC AMARU 411 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
140	CACHAY PANAIFO CITA MIRELLA	10700683635	MAGICO MUNDO	JR. SUCRE 519 - SECTOR Nº 18 -LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA PINATERIA - BODEGA, VENTA DE
141	SILVA TORRES MARIA ELIZABETH	10267232276	DULCERIA MARIEL	AV. INDEPENDENCIA 748 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES -
142	CHILON TORRES ROCIO DEL PILAR	10780194516	DULCERIA ROCIO	JR. LUIS REYNA FARGE 143-A - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES -
143	VILLANUEVA COTRINA VANESA TATIANA	10432376171	BODEGA "ANTONELLA"	JR. ALFONSO UGARTE 219 -LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
144	PAICO CORREA SOLEDAD	10425085731	COMERCIAL PETITA	JR. JOSE QUINONES 298 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
145	FERNANDEZ YUPANQUI JOSE	10425089060	ALLPA WAYRA	JR. SUCRE 394 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA VENTA DE ABRROTES.
146	MARIN CERDAN ELISA	10266996409	BODEGA BAZAR "MARIN"	JR. EMANCIPACION 135 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES -
147	CONDOR CRUZADO SEGUNDO VICTOR	10413961683	BODEGA BAZAR " CONDOR "	JR. SUCRE 434 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES -
148	RUIZ CORREA INGRID YANINA	10747540794	INVERSIONES Y SERVICIOS	JR. SUCRE 368 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
149	TRANSPORTE Y SERVICIOS GENERALES YURITO	20529423226	LAYSARC	JR. ALFONSO UGARTE 179 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES -
150	CULQUE CHAVEZ KEVIN RODOLFO	10763494085	MINIMARKET SALUDABLE	JR. BOLIVAR 167 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA VENTA DE ABARROTES
151	BERNAOLA SAYRITUPAC IVAN FELIPE	10407134775	INVERSIONES ADRIANA	JR. ALFONSO UGARTE 113 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA VENTA DE ABARROTES
152	HUAMAN ROJAS LEIDI ELIZABETH	10439453341	HUAMAN ROJAS LEIDI ELIZABETH	JR. BOLIVAR 167 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
153	MONDRAGON SANCHEZ LOURDES AMPARO	10441746631	DE CONFIANZA MINIMARKET	AV. INDEPENDENCIA 351 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABARROTES
154	LEON MARTINEZ MARIJA ELIZABETH	10098532531	TIENDA - BODEGA J & G	AV. DE LOS HEROES 613 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
155	NEGOCIACIONES TANPER E.I.R.L.	20600709501	NEGOCIACIONES TANPER E.I.R.L.	AV. DE LOS HEROES 613 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
156	DAVILA VASQUEZ JOSE ALAMIRO	10401746621	COMERCIAL LOS GEMELOS	AV. LA PAZ 304 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
157	USQUIZA MUNOZ SOLEDAD MILY	10445971869	BODEGA CAMILA	AV INDEPENDENCIA CUADRA 3 809 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA
158	CRUZADO MORENO JHERSON ANDRE	10740851816	AYR BODEGA	JR ALFONSO UGARTE 170 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA, VENTA DE ABARROTES.
159	G&S COMPANIA EJECUTORA DE OBRAS	20491577208		AV. INDEPENDENCIA 369 LA FLORIDA	VIGENTE	CONSTRUCCION DE EDIFICIOS COMPLETOS Y

N°	RAZON SOCIAL	RUC	LOCAL	DIRECCION	ESTADO	ACTIVIDAD COMERCIAL
160	CORPORACION Y REPRESENTACIONES LINEA	20491586452	CORPORACION Y	AV. LA PAZ 597 LA FLORIDA	VIGENTE	OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES N. C. P.
161	ALTAMIRANO IZQUIERDO ROSA LILIANA	10267281501	ENCANTOS CATERING	AV. LA PAZ 382 LA FLORIDA	VIGENTE	FLORERIA-VENTA DE FLORES Y PLANTAS, OTRAS
162	CIELO ANDINO S. R.L.	20491592690		JR. BOLOGNESI 440 LA FLORIDA	VIGENTE	ABASTECIMIENTO DE EQUIPO, ESTRUCTURAS Y
163	TRANSPORTES QUINUAMAYO E.I.R.L.	20491605694		JR. DIEGO FERRE 225 -Int. 1 LA FLORIDA	VIGENTE	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA
164	OPEN COMPANY SRL	20496148453	OPEN COMPANY SRL	JR. NICOLAS ARRIOLA 574 LA FLORIDA	VIGENTE	CONSULTORES EN PROGRAMAS DE INFORMATICA Y
165	ALVARADO SALDANA ALEJANDRO	10266833119	EL CEVICHON DE MARIO	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, CEVICHERIA
166	NARRO BRIONES SANTOS NORA	10266463079	FARMACIA SAN ISIDRO LABRADOR	AV. LA PAZ 300 LA FLORIDA	VIGENTE	FARMACIA
167	ORDONEZ GONZALES MARIA OLIVIA	10266821081	CEVICHERIA POCHITA	AV. LA PAZ 425 LA FLORIDA	VIGENTE	CEVICHERIA
168	TORRES DE RODRIGUEZ ESPERANZA VIRGINIA	10266241521		AV. LA PAZ 361 LA FLORIDA	VIGENTE	LICORERIA-VENTA DE BEBIDAS DE CONSUMO,
169	INVERSIONES GENERALES CRISTIAN S. R. L.	20411217346		AV. ATAHUALPA 300 LA FLORIDA	VIGENTE	SERVICIO DE LAVADO Y ENGRASE DE VEHICULOS,
170	MARVET S. R.L.	20496182635		AV. LA PAZ 324 LA FLORIDA	VIGENTE	ACTIVIDADES VETERINARIAS
171	FILTROS CAJAMARCA E. I. R. L.	20491612046		JR. SUCRE 353 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE ACEITES, LUBRICANTES Y ADITIVOS
172	ALVAREZ CABRERA GRIMALDO ARCADJO	10267304721	C&C REPUESTOS GENERALES	JR. SUCRE 312 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
173	BOTICAS NUESTRA SENORA DEL ROSARIO E. I. R. L.	20491638193	BOTICAS NUESTRA SENORA DEL	AV. SAN MARTIN DE PORRES 512 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA POR MENOR DE PRODUCTOS
174	DISTRIBUCIONES CASTHER Y ASOCIADOS S.A.C.	20491658542	DISTRIBUCIONES CASTHER Y	JR. BOLIVAR 232 LA FLORIDA	VIGENTE	DISTRIBUIDORA DE GALLETAS*, VENTA AL POR
175	MANTILLA ASCONA ZENOBIA RAQUEL	10457428966		JR. SUCRE 436 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
176	TRANSPORTES MALLANY S. R. L.	20491663899	TRANSPORTES MALLANY SRL	JR. DIEGO FERRE 215 LA FLORIDA	VIGENTE	CONSTRUCCION DE EDIFICIOS COMPLETOS Y
177	SERVICIOS MULTIPLES CIELO NUEVO S. R. L.	20496003218	SERVICIOS MULTIPLES CIELO NUEVO	JR. DIEGO FERRE 215 LA FLORIDA	VIGENTE	CONSTRUCCION DE EDIFICIOS COMPLETOS Y
178	E. T. T. Y S. M. CRUZ DE MOTUPE TOURS S.A	20311455622		JR. SUCRE 202 LA FLORIDA	VIGENTE	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE
179	SERVICIOS GENERALES JGM S. R. L.	20495854206		JR. DIEGO FERRE 215 LA FLORIDA	VIGENTE	CONSTRUCCION DE EDIFICIOS COMPLETOS Y
180	PROSEGURIDAD S.A	20101155588	PROSEGURIDAD S.A.	JR. SUCRE 473 - A LA FLORIDA	VIGENTE	ACTIVIDADES DE INVESTIGACION Y SEGURIDAD
181	PROSEGURIDAD PERU S.A.	20100155371	ORUS S.A.	JR. SUCRE 473 - A LA FLORIDA	VIGENTE	ACTIVIDADES DE INVESTIGACION Y SEGURIDAD
182	CHAVARRY DE SALAZAR BERTILA GABRIELA	10266231003		AV. ATAHUALPA 335 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE GOLOSINAS Y CONFITERIA, VENTA AL POR
183	GOMEZ CHAVEZ MARIA SILVIA	10095923670	PERNOS EL ECERO	AV. SAN MARTIN DE PORRES 526 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PERNOS, VENTA DE PARTES, PIEZAS Y
184	CIELO ANDINO S. R. L.	20491592690		JR. BOLOGNESI 440 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION,
185	LOZANO MALAVER GIOVANA MARGOT	10441513068	MUNDO GLASS HERMANOS L M	JR. ALFONSO UGARTE 260-A LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
186	ALTAMIRANO IZQUIERDO ROSA LILIANA	10267281501	ENCANTOS CATERING	AV. LA PAZ 398 LA FLORIDA	VIGENTE	OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N. C. P.
187	J. C. INGENIEROS CONSULTORES Y EJECUTORES	20491777983		AV. LA PAZ 130 LA FLORIDA	VIGENTE	ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERIA Y
188	BANCO DE CREDITO DEL PERU	20100047218	BANCO DE CREDITO DEL PERU	AV. SAN MARTIN DE PORRES 512 LA FLORIDA	VIGENTE	OTROS TIPOS DE INTERMEDIACION MONETARIA
189	VOLVILLANTAS CAJAMARCA S. R. LTDA	20368923231	VOLVILLANTAS CAJAMARCA SRL	JR. SUCRE 479 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
190	CARRANZA INGENIEROS MINERIA Y	20453713441		JR. LUIS REYNA FARGE 171 LA FLORIDA	VIGENTE	EXTRACCION DE MINERALES METALIFEROS NO
191	TRANSPORTES QUINUAMAYO E. I. R. L.	20491605694		JR. DIEGO FERRE 225 -Int. 1 LA FLORIDA	VIGENTE	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA
192	VILLAR BARDALES MARIA JESUS	10266377229	BODEGUITA VILLAR	PSJ. SAN AGUSTIN 142 LA FLORIDA	VIGENTE	LICORERIA-VENTA DE BEBIDAS DE CONSUMO,
193	E. T. T. Y S. M. CRUZ DE MOTUPE TOURS S.A	20311455622		JR. SUCRE 202 LA FLORIDA	VIGENTE	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE
194	SECLN INFANTES JESUS DAVID	10416745311		AV. LA PAZ 397 LA FLORIDA	VIGENTE	MARMOLERIA
195	INNOVA MULTIPARTS EIRL	20495887473		JR. SUCRE 406 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
196	MINCHOLA ZAVALA DE SALINAS RINA DEL PILAR	10190894008		JR. SUCRE 368 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE
197	ALVAREZ CABRERA GRIMALDO ARCADJO	10267304721	C&C REPUESTOS GENERALES	JR. SUCRE 312 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
198	ALVARADO SALDANA ALEJANDRO	10266833119	EL CEVICHON DE MARIO	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, CEVICHERIA
199	SERVICIOS GENERALES INTEC E. I. R. L.	20491657571		JR. SUCRE 411 LA FLORIDA	VIGENTE	INSTALACIONES Y REPARACIONES ELECTRICAS-
200	GALLARDO PERALTA IRIS MARGOTH	10409493306	DIANA MICHELLE	JR. SUCRE 575 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR
201	PROJEKTING CONSULTORES GENERALES	20495792413		JR. BOLIVAR 112 LA FLORIDA	VIGENTE	ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERIA Y
202	RIQUERO LEON WILSON GUSTAVO	10266005721	I. E. P. ANGELES CELESTIALES	JR. SUCRE 355 LA FLORIDA	VIGENTE	ENSEÑANZA PRE ESCOLAR PRIVADA
203	PAJARES RABANAL FRANCISCO JAVIER	10279026859		JR. BOLIVAR 161 LA FLORIDA	VIGENTE	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA
204	SANCHEZ VASQUEZ RAMON AMADEO	10266769275	REPUESTOS SANCHEZ	AV. SAN MARTIN DE PORRES 550 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
205	EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES ESEGE	20495824714		JR. ALFONSO UGARTE 378 LA FLORIDA	VIGENTE	ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA
206	LC TURBO S.A.C.	20521368731		JR. SALAVERRY 260 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
207	EMPRESA DE TRANSPORTES ROYAL PALACE'S SA	20396742897		JR. LUIS REYNA FARGE 130 LA FLORIDA	VIGENTE	OFICINA DE VENTA DE PASAJES, TERMINAL
208	S & amp; S MULTI BAT E. I. R. L.	20491823764		JR. SUCRE 400 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
209	ZEUS SECURITY AND SERVICE S.A.C.	20480393679		JR. MARISCAL CACERES 345 LA FLORIDA	VIGENTE	OBTENCION Y DOTACION DE PERSONAL
210	TRANSPORTES EL PINO S.A.C.	20502324927	TEPSA	JR. SUCRE 422 LA FLORIDA	VIGENTE	OFICINA DE VENTA DE PASAJES, TERMINAL
211	CARDENAS QUISPE KATIA MERCEDES	10463222938	LA AYACUCHANA	AV. LA PAZ 525 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE
212	ANAMATIMAR ALMACENES GENERALES EMPRESA	20496003641		AV. ATAHUALPA 293 LA FLORIDA	VIGENTE	MINIMARKET

N°	RAZON SOCIAL	RUC	LOCAL	DIRECCION	ESTADO	ACTIVIDAD COMERCIAL
213	JIMENES RAVELO MARITZA RAQUEL	10195640381	CONFECCIONES Y TEJIDOS MAITE	AV. DE LOS HEROES 644 LA FLORIDA	VIGENTE	FABRICACION PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO
214	ZEUS SECURITY AND SERVICE S.A.C.	20480393679		JR. MARISCAL CACERES 345 LA FLORIDA	VIGENTE	ORTENCION Y DOTACION DE PERSONAL
215	GALLARDO ZAMORA ANDRES FELIPE	10402538169	PANADERIA LA NUTRITIVA	AV. LA PAZ 341 LA FLORIDA	VIGENTE	PANADERIA
216	DISTRIBUCIONES AGROVETERINARIAS CAMPO	20529434856		JR. SUCRE 418 LA FLORIDA	VIGENTE	ACTIVIDADES DE SERVICIOS AGRICOLAS Y
217	WORPIK INTERNATIONAL S.A.C.	20529307820		AV. LA PAZ 204 A LA FLORIDA	VIGENTE	OTROS TIPO DE ENSEÑANZA N. C. P
218	CONSTRUCTORA & INMOBILIARIA GASA	20482384243	CONSTRUCTORA & INMOBILIARIA	AV. INDEPENDENCIA 369 LA FLORIDA	VIGENTE	CONSTRUCCION DE EDIFICIOS COMPLETOS Y
219	ROTICAS NUESTRA SENORA DEL ROSARIO E.I.R.L.	20491638193	ROTICAS NUESTRA SENORA DEL	AV. SAN MARTIN DE PORRES 512 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA POR MENOR DE PRODUCTOS
220	VILLAR AQUINO JOSE OSCAR	10267298527	RENEWARE	JR. SUCRE 623 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE UTENSILIOS PARA EL HOGAR
221	EL INCA INDUSTRIAL COMERCIAL SERVICIOS	20491626772		AV. INDEPENDENCIA 595 LA FLORIDA	VIGENTE	CARGA Y REPARACION DE BATERIAS, VENTA DE
222	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS	20495810411	EMTRALLAC SAC	PSJ. POLLOQUITO 171-173 LA FLORIDA	VIGENTE	SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS,
223	MEDINA VASQUEZ MARIA ZULEMA	10454968501	COMERCIAL ANAHI	AV. LA PAZ 306 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
224	JAHUIRA CONDORI MARIA RAYTA	10266862640	AUTOPARTES MARY	JR. SUCRE 368 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
225	E.T.T.Y.S.M. CRUZ DE MOTUPE TOURS S.A	20311455622		JR. SUCRE 202 LA FLORIDA	VIGENTE	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE
226	CRUZ JAHUIRA BEATRIZ JHENNY	10443910391	AUTOPARTES WALO	JR. SUCRE 394 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
227	CRUZ JAHUIRA BEATRIZ JHENNY	10443910391	AUTOPARTES WALO	JR. SUCRE 556 B LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
228	POWER FULL BUSINESS S.A.C. EN LIQUIDACION	20508964391		JR. SALAVERRY 260-266 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
229	ALVARADO SALDANA ALEJANDRO	10266833119	EL CEVICHON DE MARIO	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, CEVICHERIA
230	DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA	20529451947	DYC CAJAMARCA SRL	AV. INDEPENDENCIA 321 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTES
231	"INVERSIONES CARBOCAL" E.I.R.L.	20491654393		JR. ALFONSO UGARTE 230 2do Piso LA FLORIDA	VIGENTE	TRITURACION PIEDRA PARA FABRICACION DE CAL O
232	MULTISERVICIOS EL CHOCHES S.R.L	20529359382	MULTISERVICIOS EL CHOCHES SRL	JR. JOSE OLAYA 370 LA FLORIDA	VIGENTE	TRABAJO EN MEDIO AMBIENTE E INGENIERIA
233	BATERILLANTAS A & M.P.S.A.C	20529543477		AV. INDEPENDENCIA 410 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
234	MAQUINARIA AGREGADOS TRANSPORTES Y	20495635237	MATYSGSA EIRL	JR. BOLOGNESI Mza. B Lot. 21 LA FLORIDA	VIGENTE	ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA
235	CARIJAPOMA QUISPITONGO MARIA SUSANA	10099213634		AV. INDEPENDENCIA 486 LA FLORIDA	VIGENTE	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTOS DE
236	EL ARBOL DE LA VIDA DEL PERU SERVICIOS	20529549165		JR. MANCO CAPAC 228 LA FLORIDA	VIGENTE	ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA
237	SERV MULT UNIDOS EMANUEL S.R.L.	20453715061	TAXI UNIDOS EMANUEL	JR. ALFONSO UGARTE 264 LA FLORIDA	VIGENTE	ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE REGULAR DE
238	IMPLEMENTOS PERU S.A.C.	20510673710	EPYSA	AV. INDEPENDENCIA 439 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
239	EMP. TAXI PERU E.I.R.L.	20453719724		AV. LA PAZ 312 LA FLORIDA	VIGENTE	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE
240	DE DEMETRIO INVERSIONES S.A.C.	20496110995	DEMESA	AV. INDEPENDENCIA 448 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE SANITARIOS, MOSAICOS, MAYOLICAS Y
241	GALLARDO PERALTA IRIS MARGOTH	10409493306	DIANA MICHELLE	JR. SUCRE 575 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR
242	MUNDO GLASS SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.	20529576481	MUNDO GLASS SERVICIOS	JR. ALFONSO UGARTE 260-A LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
243	DIPERCAX S.R.L.	20529306939	DIPERCAX	JR. SUCRE 293-A LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE
244	GRUPO YERRA SANTA SRL	20529589388		JR. MARISCAL CACERES 300 LA FLORIDA	VIGENTE	CONSTRUCCION DE EDIFICIOS COMPLETOS Y
245	BANCO DE CREDITO DEL PERU	20100047218	BANCO DE CREDITO DEL PERU	JR. LUIS REYNA FARGE 098 Esquina con Sucre LA	VIGENTE	FINANCIERAS
246	SERVICIOS GENERALES J.C.B. E.I.R.Ltda.	20529332859		JR. SUCRE 403 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
247	VILLAR AQUINO JOSE OSCAR	10267298527	RENEWARE	JR. SUCRE 623 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE UTENSILIOS PARA EL HOGAR
248	SILVA INVERSIONES Y REPRESENTACIONES E.I.R.L	20491836157	REPUESTOS AUTOMOTRICES SILVA	JR. SUCRE 431 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
249	REPUESTOS AUTO PERU CARS E.I.R.L.	20529559713		JR. SUCRE 397 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
250	MORENO AGUILAR EDUARDO	10266374491	REPUESTOS Y SERVICIOS DIESEL	JR. SUCRE 398 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
251	AUTOPARTES BOLANOS E.I.R.L.	20570503651	AUTOPARTES BOLANOS E.I.R.L.	JR. SUCRE 401 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
252	FOCSA E.I.R.L.	20495992340		JR. SUCRE 349 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
253	FOCSA E.I.R.L.	20495992340		JR. SUCRE 367 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
254	CARDENAS QUIISPE LITA MARISOL	10412505684	FLORERIA MADRE DOLOROSA	AV. LA PAZ 412 LA FLORIDA	VIGENTE	Venta de Flores y Plantas
255	ALTAMIRANO IZQUIERDO CESAR ANTONIO	10413049518	ENCANTOS FLORES Y EVENTOS	AV. LA PAZ 398 LA FLORIDA	VIGENTE	FLORERIA-VENTA DE FLORES Y PLANTAS
256	REPUESTOS SANTA MARIA S.R.L.	20496049714		JR. SUCRE 573 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
257	CARRION TIMANA DE LEON YENY MARIBEL	10423758789	A & H EMPAQUETADURAS	JR. SUCRE 306 LA FLORIDA	VIGENTE	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE
258	PERNOCENTRO REPUESTOS SAC	20495849385	PERNOCENTRO REPUESTOS	JR. BOLIVAR 125 LA FLORIDA	VIGENTE	FERRERIA, VENTA DE PARTES, PIEZAS Y
259	ALVARADO SALDANA ALEJANDRO	10266833119	EL CEVICHON DE MARIO	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, CEVICHERIA
260	RUIZ ALVAREZ DOLY DEL PILAR	10434491610		JR. BOLIVAR 237 - SECTOR N°18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA HOSPEDAJE
261	COMPANY ESTRUCTURAS Y CONSTRUCCION	20491763761	COMPANY ESTRUCTURAS Y	JR. BOLIVAR 321 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA OFICINA ADMINISTRATIVA
262	GUVI SERVIS E.I.R.L.	20411186289	GUVI SERVIS E.I.R.L	JR. JOSE OLAYA 274 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA SERVICIOS DE MAESTRANZA Y
263	GOMEZ ESCANDON YESICA MARIELA	10421795334	BELLA DURMIENTE	AV. LA PAZ 236 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA LA VENTA DE PRODUCTOS
264	TRAVEL HUA TURISMO E.I.R.L.	20544929365	CHIFA ZHONG HUA	AV. ATAHUALPA 339 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA CHIFA RESTAURANTE
265	RAICO AZANERO LUCIANO	10266267644	RAICO AZANERO LUCIANO	AV. LA PAZ 381 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA ALMACEN Y VENTA DE MATERIALES
266	CIRIACO DEL CAMPO RUTH FELICITAS	10266193608	CEVICHERIA EMANUEL	AV. LA PAZ 419 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA CEVICHERIA
267	JARA MENDOZA BETTY LILIANA	10407030937	FARMACIA AURORITA	AV. INDEPENDENCIA 520 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA FARMACIA
268	QUIISPE SOBERO JUAN JESUS	10266260615	HOSPEDAJE LA FLORIDA	AV. LA PAZ 204 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE
269	ALVAREZ CABRERA LISTER AXIEL	10418918760	ALVAREZ CABRERA LISTER AXIEL	JR. ALFONSO UGARTE 219 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VALIDA PARA LA VENTA DE REPUESTOS Y

ANEXO G: INFORME 118 – 2021 ALCANZO INFORME SOLICITADO

	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAJAMARCA GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO SUBGERENCIA DE FISCALIZACIÓN, CONTROL Y POLICÍA MUNICIPAL	Exp. 64963-2021
Año del Bicentenario de Perú: 200 años de Independencia		
INFORME N° 118-2021-SJCC-LF-SFCPM/GDE/MPC		
A	: ABOG. DENISSE C. SALDAÑA VALDERRAMA. Subgerente de Fiscalización, Control y Policía Municipal.	
DE	: STALIN J. CASTILLO CABRERA. Responsable Operativo del Área de Lic. de Func.	
ASUNTO	: ALCANZO INFORMACIÓN SOLICITADA.	
REFERENCIA	: PROVEIDO N° 2774-2021-SFCPM-GDE-MPC. MEMORANDO N° 187-2021-AIP-OSG-MPC.	
FECHA	: Cajamarca, 07 de septiembre del 2021	


Es grato dirigirme a Usted, para expresarle mi cordial saludo y al mismo tiempo en atención al Memorando de la referencia y, conforme a lo solicitado por el referente, hacer llegar la relación de establecimientos comerciales que cuentan con Licencia de funcionamiento conforme a la base de datos del Sistema Actual de Licencias de funcionamiento (Sistema LicFunc), la misma que se adjunta al presente.

Cabe hacer mención, las licencias emitidas en años anteriores al 2009, no se encuentran en la base de datos; por lo que, recomiendo que se requiera dicha información al Archivo Central, de ser necesario.

Para concluir, es propicio indicar que, si bien es parte de las funciones de esta dependencia brindar la información requerida por quien lo solicite en el momento oportuno, cabe decir, que es prioridad de esta administración cumplir con los trámites de solicitud de Licencia de Funcionamiento para lo cual se tiene, según normativa vigente, un plazo máximo determinado; en ese sentido y en virtud de cumplir con todas las diligencias, solicitudes u otros temas que merecen importancia respecto al trámite administrativo, ya que en estos también existen plazos, motivo por el cual, se exhorta a tener en consideración la carga laboral que viene teniendo esta dependencia y debido a ello justificar el debido retraso en la debida remisión de información.

Sin otro particular, quedo de usted reiterándole las muestras de mi especial estima.

Atentamente,


Municipalidad Provincial de Cajamarca
Gerencia de Desarrollo Económico
Subgerencia de Fiscalización, Control y Policía Municipal
STALIN J. CASTILLO CABRERA
RESPONSABLE OPERATIVO DEL ÁREA DE LIC. DE FUNC.
DNI: 81998114

SE ADJUNTA:
- RELACION DE ESTABLECIMIENTOS DESDE EL 2009.

Cc:
Archivo
sjcc/mc/v

FOLIOS: (03)

Nota: En dicho documento no da efecto de que las bodegas de la lista de la población del sector 18 La Florida sean las mismas a la población de estudio (aplicadas) de tal manera que algunas bodegas han sufrido cambios como son los casos de: cierre de bodega, transformación de negocio, cambio de ubicación geográfica (dirección), aparición de nuevo negocio y creación de una sucursal.

ANEXO H: POBLACIÓN DE ESTUDIO

N	RAZON SOCIAL	RUC	LOCAL	DIRECCION	ESTADO	ACTIVIDAD COMERCIAL
1	MISAHUAMAN RAMIREZ SANTOS	10267021959	BODEGA ANDREE	AV. LA PAZ 1530 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
2	PASTOR QUISPE MONICA ELIZABETH	10188576368	BODEGA	JR. BOLOGNESI 340 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
3	MONTERO CASTAÑEDA DE RAUNELLI	10266956342	TIENDA ELY	AV. LA PAZ 597 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
4	ARROYO TORRES JISELA ADELAIDA	10455421484	CALLE CUA-TRO	AV. LA PAZ 182 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
5	CHAVEZ SANCHEZ MARIA DOMITILA	10270498243	BODEGA	JR. BOLOGNESI 140 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
6	GARCIA DE RUIZ ADELINDA	10266018784	BODEGA	JR. LUIS REYNA FARGE 130 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
7	MORO AQUINO NELIDA	10107406528	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA Mza. O SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS,
8	ALVARADO SANCHEZ LUCIA	10266165574	BODEGA	JR. SUCRE 411 LA FLORIDA	VIGENTE	PANADERIA Y PASTELERIA., BODEGAS-
9	MANTILLA DE MONTALVO YOLANDA	10266205169	BODEGA VIRGEN DE LOS DOLORÉS	JR. BOLOGNESI 443 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
10	CASTAÑEDA POMPA EDUAR RAOUL	10431306021	BODEGA	Jirón Sucre 497- SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
11	REGALADO CIEZA DEYCI EDIHT	10405368914	BODEGA	AV. LA PAZ 425 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
12	CUEVA ARAUJO KATIA MIRJANA	10422697832	BODEGA WILLY'S	JR. EMANCIPACION 217 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
13	INVERSIONES GENERALES CRISTIAN S	20411217346	BODEGA	AV. ATAHUALPA 300 LA FLORIDA	VIGENTE	BAZAR., BODEGAS-VENTA DE ABARROTE
14	PABLO CONDE ELSA	10407087335	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 544 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
15	ROJAS CASTILLO EDIT ROSMERISIS	10266889726	BODEGA	AV. ATAHUALPA 293 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
16	MEJIA MANOSALVA ALEJANDRO	10266182037	COMERCIAL MEJIA	JR. SUCRE 436 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
17	MUJICA CANDELA KAREM PATRICIA	10414830931	THE POINT	JR. DIEGO FERRE 215 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
18	CABELLOS CABRERA CARLOS	10266342573	BODEGA	AV. ATAHUALPA 335 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
19	MESTANZA ORDAZ PATRICIA	10436290280	BODEGA	JR. SUCRE 473 - A LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
20	SANGAY HUAMAN CARMEN ROSA	10267268717	BODEGA	AV. ATAHUALPA 307 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
21	PANAIFO CANEDO SUSAN MARILIA	10461198541	BODEGA SAN ANTONIO	AV. INDEPENDENCIA 486 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
22	LLERENA SALDANA GENNY BERENICE	10266375374	HER HANILIZ	AV. ATAHUALPA 277 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
23	FLORES CHAVEZ DE NEIRA TEOFILA	10269319149	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 536 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
24	CHAVEZ SOLANO MARY MILER	10404873291	BODEGA	AV. SAN MARTIN DE PORRES 520 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
25	CABRERA CACEDA DE ALVAREZ	10266308073	BODEGA	AV. ATAHUALPA 111 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
26	RODRIGUEZ HUATAY SANTOS	10266592995	BODEGA	PSJ. CARBAJAL 107 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
27	CUEVA VARGAS BERTHA	10280697431	BODEGA	JR. SUCRE 473 - A LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
28	PORTAL DE ESCOBAR DORALIZA	10266169243	COMERCIAL PORTAL	AV. INDEPENDENCIA 163 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
29	HERRERA DE VASQUEZ CARMEN	10181349617	BODEGA BAZAR CRUZ DE MOTUPE	JR. ALFONSO UGARTE 164 LA FLORIDA	VIGENTE	BAZAR., BODEGAS-VENTA DE ABARROTE
30	MARTELL REYNA LADY KRISTEL	10429350889	COMERCIAL LA PEQUEÑITA	JR. LUIS REYNA FARGE 175 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
31	FLORES CERNA JUAN CARLOS	10188985365	MINIMARKET DORITA	AV. ATAHUALPA 180 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
32	VASQUEZ SALDAÑA SEGUNDO	10426355961	COMERCIAL CHOTA	JR. 28 DE JULIO 150 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
33	CHUGNAS ALCANTARA VICENTE	10266614000	COMERCIAL ALEX	JR. BOLOGNESI Mza. B Lot. 21 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
34	AMBROSIO TOMANGUILLA STEFANY	10467535388	TIENDA COMERCIAL DE MULTIPLES	AV. INDEPENDENCIA 408 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BAZAR., BODEGAS-VENTA DE ABARROTE
35	NINAQUISPE MUGUERZA INOLITO	10267192028	BODEGA	JR. MANCO CAPAC 228 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
36	CORTEZ HUATAY JULIO CESAR	10267305582	PANADERIA Y PASTELERIA LAS	AV. ATAHUALPA 141 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS,
37	PEREZ CABRERA VILMA	10800501674	RESTAURANT. MILY	JR. LUIS REYNA FARGE 101 LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, BODEGAS-VENTA DE
38	GONZALES ROMERO MARIA	10188392984	BODEGA KOKITO	JR. SUCRE 202 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
39	CHUNQUE SALAS MARIA OLIVIA	10266636577	BODEGA JHEREMI	PSJ. SAN AGUSTIN 142 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
40	FLOR MARINA ALMACENES	20512702741	BODEGA	AV. SAN MARTIN DE PORRES 201 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
41	NARRO MIRANDA MARCO ANTONIO	10266988601	MI MARKET	AV. LA PAZ 130 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
42	VILLAR BARDALES MARIA JESUS	10266377229	BODEGUITA VILLAR	AV. INDEPENDENCIA 1114 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	CONSUMO, BODEGAS-VENTA DE ABARR
43	ESPINOZA CENTURION AGUSTINA	10266885526	BODEGA MARY	AV. INDEPENDENCIA 692 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
44	DELGADO CHAMAYA WILMER	10446102325	BODEGA	AV. LA PAZ 397 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
45	RIOS MACHUCA MARIA FACUNDA	10266272567	BODEGA MARY	AV INDEPENDENCIA 1076 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
46	MUÑOZ CRUZADO MARIA ZOILA	10267313763	BODEGA	AV INDEPENDENCIA 100 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
47	USQUIZA CHAMAY ROSALIA ELENA	10267134656	COMERCIAL DIANA	AV. LA PAZ 200 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
48	TAPIA DE LA CRUZ JOSEFA MARLENI	10805767869	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 760 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
49	TELLO PEREZ VINDA	10275654316	RESTAURANTE MI CHOSITA	AV. INDEPENDENCIA 140 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	RESTAURANTE, BODEGAS-VENTA DE
50	ESTELA DE MARIN NELLY VIOLETA	10266171418	BODEGA MARIA BELEN	AV. ATAHUALPA 277 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
51	CRISOLOGO REYES MARIA GENOVITA	10403401191	COMERCIAL CRISOLOGO	JR. SALAVERRY 240 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
52	VARGAS SALAZAR DORA DIONICIA	10405330721	BODEGA DORITA	JR. EMANCIPACION 274 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
53	PECHE SILVA EDINSON	10420420809	COMERCIAL BOLIVAR	AV. SAN MARTIN DE PORRES 550 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS, BAZAF
54	VASQUEZ BACA MARIA ISABEL	10266758320	BODEGA SHAMARA	JR. ALFONSO UGARTE 108 LA FLORIDA	VIGENTE	LICORERIA-VENTA DE BEBIDAS DE CONST

55	BAZAN DE SALAZAR HILDA	10266740595	BODEGA LA ESQUINA SAN PEDRO	AV. ATAHUALPA 309 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
56	NEGOCIACIONES E INVERSIONES	20529394706	NEGOCIACIONES E INVERSIONES	JR. MARISCAL CACERES 145 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
57	MARTOS ROJAS CRISTHIAN DAVID	10445637888	MI DIOS EN TI CONFIO	AV. DE LOS HEROES 344 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
58	CASTILLO SANCHEZ ELSA MARIA	10447213031	BODEGA	AV. LA PAZ 301 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS, VENT
59	RAMIREZ DIAZ ENMA	10412293377	COMERCIAL ROSHITO	JR. JOSE OLAYA 370 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
60	MEJIA PORTAL WILBERTO	10266932303	BODEGA MEJIA	AV. INDEPENDENCIA 108 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
61	VARGAS CHAVEZ MARIA ELVIRA	10266219054	BODEGA VARGAS	JR. ALFONSO UGARTE 230 2do LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
62	VASQUEZ VASQUEZ MARTHA	10266209679	BODEGA PELUCHOS	AV. SAN MARTIN DE PORRES 112 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
63	MENDOZA ORDINOLA ORLANDO	10167144891	BODEGUITA LA TIA CLEME	JR. SALAVERRY 260-266 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
64	CHACON CERDAN LUSMILA	10465336736	BODEGA CHACON	JR. SALAVERRY 260-266 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
65	VILLAVICENCIO MORENO MARINA	10266037126	BODEGA YAQUELIN	JR. SUCRE 360 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
66	BRIONES RUIZ EULOGIO	10266064859	BODEGA	JR. SUCRE 623 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
67	PORTAL CHICLOTE MARIA GREGORIA	10402732640	BODEGA GOYTA	JR. SUCRE 575 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
68	MEDINA VASQUEZ MARIA ZULEMA	10454968501	COMERCIAL ANAHI	AV. LA PAZ 306 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
69	SILVA POLO ZENAYDA MARILU	10270484366	BODEGA SILVA	JR. SUCRE 168 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
70	DISTRIBUIDORA EDKAYRA S.R.L.	20491790149	BODEGA	AV. ATAHUALPA 317-319 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
71	GONZALES ATALAYA ISABEL	10400864131	BODEGA DOÑA MARY	AV. INDEPENDENCIA 537 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
72	BECERRA ROMERO CASTINALDO	10266026574	BODEGA	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
73	ROJAS ESTACIO ELSA JUANA	10266750817	BODEGA ROJAS	AV INDEPENDENCIA 16 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
74	HUACCHA SANCHEZ ALICIA	10422543886	BODEGA	AV INDEPENDENCIA 301 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
75	LLANOS SALDAÑA MARIA ISABEL	20529451947	DYC CAJAMARCA SRL	AV. INDEPENDENCIA 321 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
76	RABANAL PAJARES JAIME GREGORIO	15453746370	BODEGA	AV. INDEPENDENCIA 448 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
77	CABALLERO SANCHEZ RUDY	10446592683	TIENDA ROSITA	AV. INDEPENDENCIA 358 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
78	BUSINESS P&A HÑOS E.I.R.L	20491783878	BODEGA	AV. ATAHUALPA 293 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
79	PLASENCIA LEON FERMIN	10271563529	BODEGA GEANFRANCO	AV. INDEPENDENCIA 486 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
80	MIRANDA MENDOZA SONIA VIOLETA	10406458208	BODEGA ARIANA	JR. ALFONSO UGARTE 112 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
81	LEAL VILLANUEVA PATRICIA	10266731219	COMERCIAL PATTY	PSJ. CARBAJAL 197 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
82	MANTILLA HUACCHA AURORA DEL	10805772226	BODEGA RAFAEL	AV. INDEPENDENCIA 717 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
83	SALDAÑA NARRO ISAIAS EMANUEL	10267204808	D JUANITA	AV. INDEPENDENCIA 324 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS,
84	PORTAL SANCHEZ JAIME	10266889653	BODEGA ERICK	AV. INDEPENDENCIA 820 INT. S - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
85	MALCA RODAS ELSA	10266296971	BODEGA SOLEDAD	AV INDEPENDENCIA 307 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
86	CABRERA RONCAL JULIO	10266210944	BODEGA	AV INDEPENDENCIA 11 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
87	CALUA FERNANDEZ BEATRIZ ESTHER	10267056825	BODEGA JHANCITO	AV INDEPENDENCIA 707 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
88	CARRERA PLASENCIA LUZ ERENIA	10181737200	BODEGA BENJAMIN	AV INDEPENDENCIA 820 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
89	CAMPOS LEIVA NESTOR LINO	10266330320	COMERCIAL CAMPOS	AV. INDEPENDENCIA 506 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
90	CHAVEZ SANCHEZ MARIA DOMITILA	10267041941	BODEGA CHARITO	JR. SUCRE 403 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
91	FERNANDEZ DE LLOVERA JUANA	10266749614	ABARROTÉS FERNANDEZ	AV INDEPENDENCIA 28 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
92	CERCADO CHAVEZ MARIA TEONILA	10275524811	COMERCIAL MARY	JR. MARISCAL CACERES 300 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
93	GUEVARA HERNANDEZ CELIA ROSA	10453529601	BODEGA CELI	AV LA PAZ 2417 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
94	RAMOS CASTREJON MARIA	10432396687	BODEGA	JR. SUCRE 623 LA FLORIDA	VIGENTE	CELULARES, BODEGAS-VENTA DE ABARR
95	DAVILA VASQUEZ MARCOS	10422174449	BODEGA DAVILA	AV LA PAZ 306 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
96	ORTIZ ORTIZ MARIA CARIDAD	10266007898	BODEGA ZITRO	JR. JOSE OLAYA 234 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
97	GOMEZ RODRIGUEZ MIRIAM VIOLETA	10409466163	BODEGA	JR. SUCRE 331 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
98	QUIROZ MENDOZA MANUELA	10266819892	BODEGA MANUELA	JR. LUIS REYNA FARGE 155 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
99	VILLANUEVA CAMPOS ROSA OLIVIA	10267078926	BODEGA JK & M	AV. LA PAZ 112 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
100	CORVERA DE LOZANO ROMELIA	10266053270	BODEGUITA SARITA	JR. BOLIVAR 115 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
101	ROMERO HERNANDEZ JUANA	10279628387	BODEGA	JR. DIEGO FERRE 155 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
102	CHILON YOPLA ROSARIO	10446592675	BODEGA SANTISIMA VIRGEN DEL	AV. LA PAZ 212 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
103	JIMENEZ GARCIA HUMBERTO	10266239349	BODEGA	JR. ALFONSO UGARTE 107 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
104	CHAVEZ BAZAN VICTOR PELAYO	10266305376	BODEGA LUCESITA	JR. LUIS REYNA FARGE 153 LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
105	BENITES MOREY RAFAEL PATRICIO	10095245531	ABARROTÉS Y GOLOSINAS RAFA	AV. INDEPENDENCIA 132 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGAS-VENTA DE ABARROTÉS
106	VAFER INVERSIONES COYMOLACHE S	20529679298	VAFER INVERSIONES COYMOLACH	AV LA PAZ 388 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE ABAR
107	GALVEZ SALDAÑA MARGOT EUGENIA	10410514473	BODEGA CRISTINA	JR. BOLOGNESI 196 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
108	PORTAL FERNANDEZ JENNY JOSEFA	10267104404	PREMIUM MARKET	AV. ATAHUALPA 293 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE
109	SÁNCHEZ ROJAS MARÍA LEONOR	10189044475	TIENDA SALAVERRY	JR. SALAVERRY 374 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE

110	HERRERA MALCA GILBERTO	10401868599	BODEGA MARJHORY Y ALEXANDRA	AV. INDEPENDENCIA 351 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
111	PALACIOS GONZALES YRMA	10266814521	BODEGA NOEMI	JR. BOLOGNESI 436 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE
112	RAICO AZAÑERO MARIA LUCIA	10266073408	COMERCIAL LUCY	AV. ATAHUALPA 180 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE
113	HUAMÁN DE VALDEZ MARÍA INES	10266032795	BODEGA LOS ROSALES	AV. ATAHUALPA 281 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
114	TERRONES SANCHEZ SOCORRO DE LA	10279057584	BODEGA SEÑOR DE LOS MILAGROS	PSJ. INDEPENDENCIA 162 - 9 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PAR BODEGA - VENTA DE
115	COLUNCHE TAPIA WILMER	10274316468	BODEGA EL MAESTRO	JR. LOS PROCERES 107 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE ABARR
116	RUIZ DE ZAMBRANO TOMASA	10275413335	RUIZ DE ZAMBRANO TOMASA	JR. BUENOS AIRES 169 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
117	TERRONES LOPEZ BLANCA ISMENIA	10281158941	BODEGA BLANQUITA	JR. LUIS REYNA FARGE 159 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
118	CAMPOS SALAS MARIA EUGENIA	10266378179	CAMPOS SALAS MARIA EUGENIA	JR. GARCILAZO DE LA VEGA 394 - SECTOR Nº 18 - LA FLO	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE
119	RAMOS AGUILAR GLADYS SOLEDAD	10404064814	RAMOS AGUILAR GLADYS SOLEDAD	JR. SUCRE 306-B - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
120	MEDINA BAUTISTA MIGUEL ANGEL	10479335350	BODEGA " MIANGHEL "	JR. BOLOGNESI 381 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
121	GUADAÑA DE TACILLA MARGARITA	10266204669	GUADAÑA DE TACILLA MARGARITA	JR. BOLOGNESI 450 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE
122	VILLEN A MACHUCA JANETH	10481458884	VILLEN A MACHUCA JANETH	JR. AMANCAES 412 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE
123	PICHEN DIAZ YORDI LADISLAO	10753919045	PICHEN DIAZ YORDI LADISLAO	JR. ALFONSO UGARTE 706 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
124	SANCHEZ RUIZ JULIA	10266482961	BODEGA EMANUEL	JR. SALAVERY 113 - SECTOR 18 LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
125	CACHO DE BECERRA AMANDA	10267023960	JUGUERIA "SABORES DE TU TIERRA"	AV. INDEPENDENCIA 315 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA JUGUERÍA - BODEGA, VEN
126	PORTAL VICENTE ISABEL AYDE	10406865687	JEHOVA PROVEERA	AV. ATAHUALPA 336 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
127	JPM ASOCIADOS SRL	20603981449	JPM ASOCIADOS SRL	AV. ATAHUALPA 336 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
128	LOZANO RODRIGUEZ OLIVIA	10445979045	BODEGA PADRE ETERNO	AV. LA PAZ 212 - SECTOR Nº 18 LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
129	CERCADO VILLANUEVA JUAN	10403910461	BODEGA "JESUS EL PAN DE VIDA"	JR. LUIS REYNA FARGE 100 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
130	ALCANTARA SANCHEZ DE LLOVERA	10267189230	ALCANTARA SANCHEZ DE LLOVERA	AV. INDEPENDENCIA 173 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
131	MIRANDA SOTO DISNARDA CLEOFE	10266326489	BODEGA CALI	AV. ATAHUALPA 340 - SECTOR 18 LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
132	VASQUEZ RAVINES ANTONY ERYCK	10464634873	NEGOCIOS JIMENA	JR. SUCRE 219 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARI
133	ESPINOZA MENDOZA MARIA EUGENI	10266101240	BODEGA QUENITA	JR. ALFONSO UGARTE 377 -LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
134	TICLLA BRIONES JUAN ALBERTO	10429860275	BODEGA TICLLA	JR. LUIS REYNA FARGE 207 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
135	BARBOZA SALAZAR GABY MARGOT	10400316207	BODEGA LUIS	AV. ATAHUALPA 347 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
136	NORIEGA PORTAL ROSA MARIA	10266216586	BODEGA, BAZAR, LIBRERIA YK	AV. LA PAZ 1040 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
137	ORTIZ SALCEDO NELIDA	10266866297	BODEGA LEO	JR. LUIS REYNA FARGE 103 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
138	LEIVA MEGOGSGARDO	10418846777	COMERCIAL MARIN	JR. ALFONSO UGARTE 421 -LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
139	CASTREJON FLORES AGUSTIN	10266961737	BODEGA FLORES	JR. TUPAC AMARU 411 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
140	CACHAY PANAIFO CITA MIRELLA	10700683635	MAGICO MUNDO	JR. SUCRE 519 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA PIÑATERÍA - BODEGA,
141	SILVA TORRES MARIA ELIZABETH	10267223276	DULCERIA MARIEL	AV. INDEPENDENCIA 748 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
142	CHILON TORRES ROCIO DEL PILAR	10780194516	DULCERIA ROCIO	JR. LUIS REYNA FARGE 143-A - SECTOR Nº 18 - LA FLORI	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
143	VILLANUEVA COTRINA VANESA	10432376171	BODEGA "ANTONELLA"	JR. ALFONSO UGARTE 219 -LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
144	PAICO CORREA SOLEDAD	10425085731	COMERCIAL PETITA	JR. JOSE QUIÑONES 298 -LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
145	FERNANDEZ YUPANQUI JOSE	10425089060	ALLPA WAYRA	JR. SUCRE 394 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA VENTA DE
146	MARIN CERDAN ELISA	10266996409	BODEGA BAZAR "MARIN"	JR. EMANCIPACION 135 -SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE ABARI
147	CONDOR CRUZADO SEGUNDO VICTO	10413961683	BODEGA BAZAR " CONDOR "	JR. SUCRE 434 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
148	RUIZ CORREA INGRID YANINA	10747540794	INVERSIONES Y SERVICIOS	JR. SUCRE 368 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
149	TRANSPORTE Y SERVICIOS	20529423226	LAYSARC	JR. ALFONSO UGARTE 179 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
150	CULQUE CHAVEZ KEVIN RODOLFO	10763494085	MINIMARKET SALUDABLE	JR. BOLIVAR 167 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA VENTA DE ABARROTOS
151	BERNAOLA SAYRITUPAC IVAN FELIPE	10407134775	INVERSIONES ADRIANA	JR. ALFONSO UGARTE 113 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA VENTA DE ABARROTOS
152	HUAMAN ROJAS LEIDI ELIZABETH	10439453341	HUAMAN ROJAS LEIDI ELIZABETH	JR. BOLIVAR 167 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
153	MONDRAGON SANCHEZ LOURDES	10441746631	DE CONFIANZA MINIMARKET	AV. INDEPENDENCIA 351 - SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA - VENTA DE
154	LEON MARTINEZ MARUJA ELIZABETH	10098532531	TIENDA - BODEGA J & G	AV. DE LOS HEROES 613 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
155	NEGOCIACIONES TANPER E.I.R.L.	20600709501	NEGOCIACIONES TANPER E.I.R.L.	AV. DE LOS HEROES 613 - LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
156	DAVILA VASQUEZ JOSE ALAMIRO	10401746621	COMERCIAL LOS GEMELOS	AV. LA PAZ 304 - SECTOR Nº 18 LA FLORIDA	VIGENTE	VÁLIDA PARA BODEGA, VENTA DE
157	USQUIZA MUÑOZ SOLEDAD MILY	10445971869	BODEGA CAMILA	AV INDEPENDENCIA CUADRA 3 809 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA
158	CRUZADO MORENO JHERSON ANDRE	10740851816	AYR BODEGA	JR ALFONSO UGARTE 170 SECTOR Nº 18 - LA FLORIDA	VIGENTE	BODEGA, VENTA DE ABARROTOS.

ANEXO I: FOTOS DEL SECTOR 18 BARRIO LA FLORIDA -CAJAMARCA

Captura de pantalla de vista satelital del barrio La Florida - Cajamarca



Fuente: earth.google.com (2022)

Foto de negocios en uno de los jirones del barrio La Florida



Fuente: Elaboración propia

Foto de negocios en uno de los jirones del barrio La Florida



Fuente: Elaboración propia

Foto de negocios en uno de los jirones del barrio La Florida



Fuente: Elaboración propia

Foto de negocios en uno de los jirones del barrio La Florida



Fuente: Elaboración propia

Foto de negocios en uno de los jirones del barrio La Florida



Fuente: Elaboración propia

Foto de negocios en uno de los jirones del barrio La Florida



Fuente: Elaboración propia

Foto de negocios en uno de los jirones del barrio La Florida



Fuente: Elaboración propia

Foto encuestando a dueño de un negocio



Fuente: Elaboración propia

Foto encuestando a dueña de un negocio



Fuente: Elaboración propia

Foto encuestando a dueña de un negocio



Fuente: Elaboración propia

Foto encuestando a dueña de un negocio



Fuente: Elaboración propia