



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**EL FINANCIAMIENTO DE LOS DOCENTES DEL
MAGISTERIO DE LA REGIÓN HUÁNUCO EN LA
ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS CON LA EMPRESA
MULTICREDITOS BECERRA EIRL - HUÁNUCO 2019.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

**CRUZ MANZANO, JAKELINE DORA
ORCID: 0000-0002-1216-2846**

ASESOR

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**HUANUCO – PERÚ
2020**

TITULO DE LA TESIS

EL FINANCIAMIENTO DE LOS DOCENTES DEL MAGISTERIO DE LA
REGIÓN HUÁNUCO EN LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS CON LA
EMPRESA MULTICREDITOS BECERRA EIRL - HUÁNUCO 2019.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Cruz Manzano, Jakeline Dora

ORCID: 0000-0002-1216-2846

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Huánuco, Perú

ASESOR

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Huánuco, Perú

JURADO

Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinoza Otoy, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Meza de los Santos, Juan Pablo

Presidente

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Miembro

Espinoza Otoyá, Víctor Hugo

Miembro

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

Asesor

.....

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por la vida y a todos mis docentes por las enseñanzas y consejos que nos brindaron durante mi época universitaria.

DEDICATORIA

A mis Hijas, por su
apoyo y comprensión.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de: determinar cómo el financiamiento influyen en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019. El tipo de investigación que se desarrolló es de tipo cuantitativo a nivel de investigación descriptivo, al cual se le aplicó un diseño de investigación descriptivo – correlacional, El universo objeto de estudio, está conformado por 102 clientes que adquirieron algún producto en la empresa Multicréditos Becerra EIRL, de los cuales aplicando la ecuación estadística para proporciones poblacionales, se ha obtenido una muestra de 81 clientes. Para recolectar los datos de nuestra investigación, se aplicó un cuestionario de 12 preguntas, la cuales abordan el análisis de 06 dimensiones que son: Tasa de Interés, Tiempo de financiamiento, formas de pago, necesidad, ingresos económicos e información de compra. Con la ayuda del programa de IBM SPSS v22, se procesaron los datos recogido y se elaboraron los cuadros y gráficos de los resultados.

Los resultados evidencian la relación positiva que existe entre el financiamiento y la adquisición de productos y las hipótesis planteada se pudieron corroborar a través del estadístico del Chi Cuadrado de Pearson.

Como conclusión general, podemos decir que se comprobó que el financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos por parte de los docentes del magisterio de la Región Huánuco, esto se corroboró a través de medios estadísticos como la aplicación del estadístico Chi – cuadrado de Pearson.

Palabras claves: Adquisición, crédito, docentes, financiamiento,
magisterio.

ABSTRACT

This research work was carried out with the aim of: determining how financing influences the acquisition of products from the company Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019. The type of research that was developed is of a quantitative type at the descriptive research level, at a descriptive - correlational research design was applied to it, The universe object of study, is conformed by 102 clients that acquired a product in the company Multicréditos Becerra EIRL, from which applying the statistical equation for population proportions, a sample has been obtained from 81 customers. To collect the data from our research, a 12-question questionnaire was applied, which addresses the analysis of 06 dimensions that are: Interest Rate, Financing time, payment methods, need, economic income and purchase information. With the help of the IBM SPSS v22 program, the collected data was processed and the tables and graphs of the results were prepared.

The results show the positive relationship that exists between financing and the acquisition of products and the hypotheses put forward could be corroborated through the Pearson's Chi Square statistic.

As a general conclusion, we can say that financing was found to positively influence the acquisition of products by teachers in the Huánuco Region, this was corroborated through statistical means such as the application of the Chi-square statistic of Pearson.

Key words: Acquisition, credit, teachers, financing, teaching.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA	v
RESUMEN Y ABSTRACT	vii
CONTENIDO	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	7
III. HIPÓTESIS	33
IV. METODOLOGÍA	34
4.1 Diseño de la investigación.....	34
4.2 Población y muestra.....	34
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	37
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
4.5 Plan de análisis.....	38
4.6 Matriz de consistencia.....	39
4.7 Principios éticos.....	41
V. RESULTADOS	43
5.1 Resultados.....	43
5.2 Análisis de resultados.....	66
VI. CONCLUSIONES	82

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
ANEXOS	87
Anexo N° 01: Cuestionario.....	88
Anexo N° 02: Análisis de fiabilidad.....	89
Anexo N° 03: Matriz de consistencia.....	91
Anexo N° 04: consentimiento informado.....	93

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran?	43
Tabla 2.	¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL?	45
Tabla 3.	¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas?	47
Tabla 4.	¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos?	49
Tabla 5.	¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas?	51
Tabla 6.	¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?	53
Tabla 7.	¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	55
Tabla 8.	¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	57
Tabla 9.	¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	59
Tabla 10.	¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	61
Tabla 11.	¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	63
Tabla 12.	¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	65

INDICE DE FIGURAS

Figuras 1.	¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran?	43
Figuras 2.	¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL?	45
Figuras 3.	¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas?	47
Figuras 4.	¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos?	49
Figuras 5.	¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas?	51
Figuras 6.	¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?	53
Figuras 7.	¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	55
Figuras 8.	¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	57
Figuras 9.	¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	59
Figuras 10.	¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	61
Figuras 11.	¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	63
Figuras 12.	¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	65

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	Promedio de clientes de la empresa Multicréditos Becerra EIRL.	35
Cuadro 2.	Pruebas de chi-cuadrado de la Hipótesis General.	67
Cuadro 3.	Pruebas de chi-cuadrado – Hipótesis Específica N° 01.	68
Cuadro 4.	Pruebas de chi-cuadrado – Hipótesis Específica N° 02.	71
Cuadro 5.	Pruebas de chi-cuadrado – Hipótesis Específica N° 03.	73

I. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la presente tesis, tiene como título: El financiamiento de los docentes del Magisterio de la Región Huánuco en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019. El posicionamiento de la Empresa Multicréditos Becerra EIRL se genera por la sencillez y la ubicación, que es una parte imprescindible para el negocio.

Una probable solución al problema de un préstamo es una operación financiera por la cual una persona (prestamista) otorga mediante un contrato o acuerdo entre las partes, un activo (normalmente una cantidad de dinero) a otra persona (prestatario), a cambio de la obtención de un interés (precio del dinero) sobre endeudamiento sería que el propio Banco de la Nación compre las deudas de todos los docentes a plazos e intereses razonables. Esto significa que una deuda total, de cincuenta mil soles, sea pagada en lapsos que fluctúen entre diez y veinte años. La idea es que los maestros reciban más del 50% de su haber mensual, y de esta manera puedan cubrir medianamente sus gastos más apremiantes. Además, viéndolo en términos macroeconómicos (de los 14 mil docentes públicos, más de la mitad está sobre endeudado), este ahorro aumentaría el consumo de bienes y servicios con la consiguiente dinamización de la economía.

Reconociendo que esta propuesta no solucionaría el problema económico de los docentes, relacionado directamente con sus (históricamente) bajas remuneraciones. No obstante, por lo menos, le aliviaría el asfixiante problema del sobre endeudamiento. Como vemos, se trata de una medida de sentido común, en la cual el Estado no tendría que desembolsar un solo centavo. Consecuentemente, la

pregunta es ¿por qué no se lleva a cabo? La respuesta tiene que ver con el poder de las entidades bancarias y cajas municipales. Me refiero a los lobbies a favor de éstas, quienes trabajan activamente a nivel de ministerios y de congresistas de la república. Esta eficiencia es entendible, por cuanto una medida como la descrita privaría a los bancos de los cuantiosos ingresos provenientes de créditos por convenio en el sector público (Villarán, F; Chincharo, S., 1998).

Uno de los problemas más apremiantes del sector público, especialmente en el magisterio, es el sobre endeudamiento en entidades bancarias y cajas municipales y la Empresa Multicréditos Becerra EIRL. Se da el caso de docentes que, debido a los descuentos, reciben menos de trescientos soles de sueldo mensual, lo cual a todas luces es angustiante. Existiendo una innegable responsabilidad en los propios maestros, el origen y las causas de este problema no son tan simples como parecen. La mayoría de éstos comenzó a endeudarse para construir, o comprar, su vivienda (una necesidad indispensable), con créditos que oscilan entre los veinte mil y treinta mil soles, a un interés que ha duplicado estos montos.

Sucede que muchos de los bancos y cajas municipales tienen convenio con el Ministerio de Educación para realizar descuentos por planillas, lo cual constituye un arma de doble filo. En efecto, una vez realizado el préstamo grande (para vivienda), lo que se recibe mensualmente no alcanza para cubrir necesidades básicas como alimentación, salud, educación, servicios, etc., etc. Es entonces cuando se ingresa al círculo vicioso de las ampliaciones, refinanciamientos, préstamos re envolventes, y otras modalidades de conseguir dinero, por los cuales los bancos cobran cuantiosos

intereses y comisiones. Esto tiene dos consecuencias graves. Primero, hipotecar su sueldo a los bancos por más años; y segundo, recibir un salario neto cada vez menor.

A pesar de que los maestros de todo el Perú tienen su propia entidad crediticia (la Derrama Magisterial), la cual descuenta mensualmente sus aportes; en la práctica ésta cobra tasas de interés similares a los de banca comercial. El Banco de la Nación, por ser del Estado, es el único que cobra intereses menores. Sin embargo, a pesar de que el descuento por planilla minimiza los riesgos, evalúan tan rígidamente que pocos son los que pasan los filtros aplicados. Por ejemplo, si el maestro tiene alguna tarjeta de crédito (CMR, Interbank, Oh, BCP, BBVA etc.), sus posibilidades de acceder a un préstamo disminuyen notoriamente.

Dentro de este contexto, quizá un factor de presión lo deberían ejercer los gremios sindicales nacionales como el SUTEP. Sin perjuicio de algunas legítimas reivindicaciones en sus plataformas de lucha, sería saludable que incluyan exigencias prácticas que solucionan problemas álgidos en el magisterio nacional. A propósito del tema, hay que recordar que el SUTEP participa en el directorio de la Derrama Magisterial, una de las entidades crediticias más cuestionada. Para concluir, debemos considerar que será difícil que un maestro, permanentemente preocupado por sus deudas, lleve adelante la tan importante labor de formar a las nuevas generaciones. En efecto, cómo concentrarse en su trabajo, cuando está pensando de dónde sacará para pagar los servicios, los alimentos, o la vestimenta de sus hijos. (Rivera Hernández & Nájera Peralta, 2010).

Para tratar de dilucidar este tema, se plantea el siguiente problema general:

PG: ¿Cómo el financiamiento influyen en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019?

Con la finalidad de dar respuesta a estas interrogantes de estudio se plantearon los siguientes objetivos:

- **Objetivo general.**

OG: Determinar cómo el financiamiento influyen en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

- **Objetivos específicos.**

OE₁: Identificar en qué medida influye la tasa de interés en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.

OE₂: Establecer de qué modo influye el tiempo de financiamiento en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

OE₃: Conocer de qué manera influye la forma de pago en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

La presente investigación se justifica porque:

- Nos va a permitir conocer de manera práctica, la relación entre el financiamiento que ofrece la empresa Multicréditos Becerra EIRL, y

como esta influye en la adquisición de productos por parte de los docentes del magisterio de educación de la ciudad de Huánuco.

Con respecto a la metodología utilizada en esta investigación, tiene las siguientes características:

- El tipo de investigación que se desarrolló es de tipo cuantitativo a un nivel de investigación descriptivo, al cual se le aplicó un diseño de investigación descriptivo – correlacional.
- La técnica empleada en la recolección de datos que posteriormente fueron procesados fue la técnica de la Encuesta, utilizando el cuestionario de encuesta, y valiéndonos del programa de IBM SPSS, con el cual se procesaron los datos recogido.

Los resultados más resaltantes con respecto a la dimensión: Tasa de Interés; la mayoría de nuestros encuestados 65,4%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la razón para adquirir un producto es por la tasa de interés que cobran y el 85,2%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa. Tiempo de financiamiento; una mayoría importante de nuestros encuestados 44,4%, tienen una respuesta neutral, es decir están indecisos si es que el plazo máximo de 12 meses de financiamiento, es adecuado o no. Formas de pago: la mayoría de nuestros encuestados 80,2%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos y el 51,3%, están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas. Necesidad; una mayoría considerable de nuestros encuestados 50,6%, están de acuerdo y totalmente de

acuerdo en que adquieren solo productos muy necesario y el 70,3%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que también adquieren en productos no tan necesario. Ingresos económicos; decir que existe una opinión dividida acerca de que solo accede al crédito las personas con ingresos fijos ya que El 9,9% respondieron estar totalmente en desacuerdo, el 29,6% respondieron estar en desacuerdo, el 24,7% respondieron de manera neutral y el 35,8% respondieron estar de acuerdo y el 80,3%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos en la empresa. Información de compra; una mayoría considerable de nuestros encuestados 90,1%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la empresa le brinda información importante al momento de financiar un producto, el 95,1%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la empresa le brinda información clara al momento de financiar un producto y el 85,2%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente.

Como conclusión general, podemos decir que se comprobó que el financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos por parte de los docentes del magisterio de la Región Huánuco, esto se corroboró a través de medios estadísticos como la aplicación del estadístico Chi – cuadrado de Pearson, pero también se pueden observar en las tablas y figuras del presente informe de investigación.

II REVISIÓN DE LA LITERATURA.

2.1 Antecedentes

Después de buscar y revisar los antecedentes de investigaciones relacionadas a nuestro tema, y de estudios en los centros de información como la biblioteca física y virtual de nuestra universidad y otras universidades y páginas de web se encontraron las siguientes investigaciones relacionadas al tema:

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional.

2.1.1.1. Bajaña (2017) en su tesis: *“Apalancamiento Financiero y su Incidencia en la Distribución de las Utilidades de la Empresa Ecuador Overseas Agencies C.A”*. Tuvo como objetivo general: Analizar cómo afecta el apalancamiento financiero en la distribución de utilidades de la compañía ECUADOR OVERSEAS C. A. en el período 2015. Objetivos específicos: Identificar las ventajas y desventajas del apalancamiento financiero dentro de una organización para determinar el riesgo al que se expone la misma. Cuantificar los ingresos, las inversiones y préstamos que mantiene la empresa ECUADOR OVERSEAS C. A., en el período 2015 para determinar el nivel de endeudamiento que posee. Evaluar el impacto del apalancamiento financiero de los 2 últimos períodos en la distribución de utilidades de la empresa ECUADOR OVERSEAS C. A., para determinar el porcentaje de afectación de las mismas. Esta investigación académica, utilizo una metodología: Inductivo-Deductivo,

con un enfoque cualitativo y cuantitativo, aplico la técnica de la entrevista conformada por 10 preguntas abiertas, obteniéndose las siguientes **conclusiones**: Ecuador Overseas C. A. es una empresa familiar donde la mayor parte de las decisiones las toma la Gerencia General el Sr. Juan Martín Schotel quien es también socio mayoritario, alega que está consciente del riesgo y de las consecuencias que trae consigo el uso del apalancamiento financiero, pero aduce a la crisis económica del país y al desaceleramiento económico que no hay otra forma de continuar con las operaciones de la compañía . La Contadora General tiene entre sus responsabilidades el pago a proveedores locales y nómina de colaboradores, alega que no existen retrasos en los pagos de estos rubros, que si bien es cierto las utilidades han disminuidos en los últimos períodos la empresa compensa a sus colaboradores con otro tipo de incentivos. Asegura también que no está autorizada a dar cifras debido a acuerdo de confidencialidad firmado. La Gerencia Financiera está a cargo del pago a proveedores del exterior, renegociaciones de deudas y tiempos de crédito, indica que debido al alto costo que tienen los equipos médicos de alta tecnología que la empresa comercializa y a los cortos períodos de crédito que les ofrecen los fabricantes es prácticamente imposible no recurrir a financiamiento con entidades bancarias, y que el apalancamiento financiero solo se lleva a cabo cuando los equipos superan los \$500,000 puesto que la compra de insumos y equipos de menor valor son adquiridos con los recursos de la empresa y que el pago se hace en un período máximo de 45 días, como Gerente Financiera es

consciente del riesgo que se corre pero son procesos que se manejan así durante años en la compañía. Alegó también que los pagos de nómina y proveedores locales se realizan con puntualidad y de manera oportuna, comentó que incluso los pagos a colaboradores se hacen de manera anticipada a su fecha límite de cancelación, de esta manera comentó que los colaboradores se sienten motivados, respetados y considerados por la empresa.

2.1.1.2. Aladro, Ceroni y Montero (2011) en su tesis: *“Problemas de Financiamiento en las Mis pymes; Análisis de Caso Práctico”*. Tuvieron como objetivo general: Retratar, principalmente a través de revisión bibliográfica y un caso práctico, el problema que afecta a más MIPyMEs en nuestro País: el acceso y las condiciones de financiamiento. Objetivos específicos: se detallará la realidad nacional que viven a las MIPyMEs, para luego explicitar distintas herramientas financieras, con las que actualmente cuentan estas empresas para obtener financiamiento. Posterior a ello se mostrará un caso real de una empresa de tamaño medio, realizando un recorrido completo a sus problemas de financiamiento y a las posibles soluciones a estos. Finalmente, se entregarán conclusiones y sugerencias, tanto en ámbitos de políticas de Estado como en cursos de acción para las MIPyMEs. **Conclusiones:** A través de este capítulo, se ha podido evidenciar que el acceso de las MIPyMEs al financiamiento ha aumentado notoriamente en los últimos años, sin embargo, es de gran importancia mejorar las condiciones de

estos. En este sentido dos puntos esenciales a tener en consideración son la tasa de interés y el plazo de los créditos, los cuales son muy desfavorables para las empresas de menor tamaño dado su mayor perfil riesgoso. El financiamiento que entrega CORFO se divide en 3 áreas: Un programa de financiamiento a Fondos de Garantía Recíproca (IGR I y III) que busca potenciar el papel que realizan las SGRs en el mercado financiero; distintos programas de garantías para obtener financiamiento, los que garantizan un porcentaje de las operaciones de las MIPyMEs para que así puedan tener mayor acceso al financiamiento y a menores tasas; un crédito para que las MIPes puedan financiar inversiones y/o capital de trabajo. Esta transición hacia un modelo que entrega garantías directamente, parece haber ayudado debido a que ha contribuido a disminuir las tasas (cerca a un 15%) promedio finales incluso a la mitad del valor promedio de mercado (sobre el 30%). En cuanto a la realidad del mercado interno de las SGRs, se estudió que las perspectivas de crecimiento son bastante auspiciosas, habiendo en Chile cerca 1,5 millones de empresas catalogadas como MIPyMEs, de las cuales un alto porcentaje (cerca del 66%) falta por bancarizar. En términos numéricos la industria espera lograr montos cercanos a los 800 USD MM\$ en colocaciones para el año 2011, cifra muy superior a los 187 USD MM\$ del año 2010.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional:

2.1.2.1. Vargas (2015) en su tesis titulada: *El financiamiento como estrategia de desarrollo para la mediana empresa en lima metropolitana*. Tuvo como

objetivo general: Evaluar los factores que afectan el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana, precisando el papel del financiamiento, sus instrumentos y mecanismos, de acuerdo a su realidad y necesidades. Objetivos específicos: Como mejorar la intervención de los diversos factores que se oponen al desarrollo de la mediana empresa de Lima Metropolitana. Precisar la importancia del financiamiento a través de los instrumentos de crédito que más se aproximen a la realidad de la mediana empresa en Lima Metropolitana. Analizar el rol de los inversionistas y evaluar la experiencia financiera de los medianos empresarios de Lima Metropolitana. Plantear una estrategia de desarrollo para potenciar el crecimiento de la mediana empresa. Esta investigación utilizó la siguiente metodología basada en el método intuitivo, con un diseño no experimental. Para recoger la información se utilizó una encuesta de 15 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: sector económico en el cual desarrollan sus actividades, destacando el sector comercial con un 39% ; luego el sector servicios con un 29% ; el sector productivo con un 28% ; y un 5% con otro tipo de actividades. El tipo de sociedad empresarial que predomina está constituida por las Sociedades Anónimas con un 77%; luego se encuentran las Sociedades de Responsabilidad Limitada con un 16%; y finalmente encontramos a las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada con el 7%. El promedio de trabajadores que cada empresa utiliza; y encontramos que el 49% de empresas tiene de 20 a más trabajadores, mientras que un 34% tienen entre 11 y 19 trabajadores, y solamente el 17% tiene entre 3 y 10

trabajadores. Las principales entidades con las que los medianos empresarios prefieren trabajar, y los principales bancos de sistema financiero nacional marcaron la pauta, siendo el Banco de Crédito el preferido con un 36%, luego de Banco Wiese Sudameris con un 16% y el Banco Continental con un 15%. **Conclusiones:** Uno de los principales problemas que enfrenta la mediana empresa es el financiamiento el mismo que restringe su crecimiento y desarrollo en mayor magnitud. Las instituciones financieras pueden solucionar estas demandas, aplicando mejores políticas crediticias, considerando la importancia que tiene este sector. La mediana empresa tiene un papel importante en el desarrollo de la economía peruana, siendo uno de los estratos empresariales más representativos del país, caracterizándose por ser generadora de un 20% del empleo y por su contribución al PBI. La mediana empresa tiene la posibilidad de conseguir financiamiento informal, y a través del sistema financiero, por su tamaño, solvencia y capacidad de pago, evitando la rigurosidad burocrática de los trámites bancarios; sin embargo, muchas de ellas, prefieren generar un historial crediticio que les permita continuar su crecimiento y acceso al crédito. Su evolución, ha demostrado que se trata de un segmento rentable y atractivo para las instituciones financieras, con una interesante perspectiva de desarrollo y crecimiento. Entre las principales dificultades que las instituciones financieras deben superar, tenemos: necesidad de adecuar parte de su estructura administrativa, capacitación especializada del personal, balance de la relación costo/beneficio haciéndola más equitativa para ambas partes

(empresas e instituciones financieras), y un compromiso de real cambio de las instituciones financieras. Dada la limitación al acceso de financiamiento, las medianas empresas tienden a financiarse con fondos propios, a través de la reinversión de utilidades y aportes de los socios, lo cual restringe su crecimiento. Existen los instrumentos financieros acordes a las necesidades de la mediana empresa, ofrecidos por las instituciones financieras, por lo que es necesario potenciar su utilización, a través de un trato más flexible y menos costoso (menores tasas de interés y comisiones), lo cual encarece el crédito. La mediana empresa, también tiene que ser más atractiva hacia las instituciones financieras y entender que es necesario dejar garantías como respaldo de sus operaciones.

2.1.2.2. Mercado (2014) en su tesis: *“El Mercado de Valores Como Fuente de Financiamiento Para La Micro Y Pequeña Empresa”*. Tuvo como objetivo general: Viabilizar el financiamiento de la Micro y Pequeña Empresa a través del Mercado de Valores. Objetivos específicos: Evaluar las modalidades de financiamiento que ofrecen las instituciones financieras a la Micro y Pequeña Empresa. Promover el financiamiento para la Micro y Pequeña Empresa. La presente investigación utilizó una metodología de tipo aplicada, con un diseño transversal longitudinal, a través del método analítico comparativo, utilizando un cuestionario de encuesta de 10 preguntas, cuyos resultados fueron: El 75 % de los encuestados si consideran que el financiamiento influye en el crecimiento de las MYPE ubicadas en el Cono Sur de Lima Metropolitana. El 38 %

de los encuestados indican que las Instituciones Financieras facilitan el financiamiento de las MYPE ubicadas en el Cono Sur de Lima Metropolitana. El 68 % de los encuestados, indican que no son suficientes las líneas de crédito ofrecidas para las MYPE ubicadas en el Cono Sur de Lima Metropolitana. El 69 % de los encuestados, indican que si es importante incrementar el financiamiento de capital de trabajo para las MYPES ubicadas en el Cono Sur de Lima Metropolitana. El 80 % de los encuestados, indican que si es importante incrementar el financiamiento de activo fijo para las MYPE ubicadas en el Cono Sur de Lima Metropolitana. El 75 % de los encuestados, indican que no es adecuado el costo de crédito de las líneas de financiamiento para las MYPE ubicadas en el Cono Sur de Lima Metropolitana. El 70 % de los encuestados, indican que el Estado no cumple una función promotora a favor del financiamiento para las MYPE ubicadas en el Cono Sur de Lima Metropolitana. El 86 % de los encuestados, indican que no tienen conocimiento alguno respecto al Mercado de Valores. El 86 % de los encuestados, indican que definitivamente no tienen conocimiento alguno respecto a las modalidades de inversión que ofrece el Mercado de Valores. El 44 % de los encuestados, indican que no considera al Mercado de Valores como fuente de financiamiento para las MYPE.

Conclusiones: Es innegable la trascendencia de las MYPE en el Perú, más del 99 % son micro y pequeñas empresas; además, contribuye con más del 70 % de la PEA; por el contrario a su tamaño, resulta cada vez menor su contribución al PBI (menos de 40 %). Sin embargo, las

necesidades de financiamiento para su funcionamiento y crecimiento, no han sido abordadas eficientemente por los entes competentes, aunado a esto, está el difícil acceso a los recursos financieros en el mercado de dinero, por los distintos requisitos exigidos como solvencia, rentabilidad, patrimonio y afianzamiento que le son difícil de cubrir al momento de solicitar un crédito a corto plazo, donde las tasas de interés no son preferenciales, provocando su descapitalización y por consiguiente se declaran en suspensión de pagos o en quiebra. El entorno latinoamericano tiene claro que su crecimiento económico tiene fuertes bases en el gran potencial de desarrollo de las PYMES, como se ha indicado tomando como referencia la situación de dichas empresas en México y Argentina. También es consciente que este desarrollo se encuentra limitado por los escasos recursos con que se cuenta y con sus restricciones para el acceso al crédito. Muchos países de la región han tomado diferentes iniciativas para impulsar el desarrollo y crecimientos de éstas.

2.1.3. Antecedentes locales:

2.1.3.1. Verde (2015) en su tesis *El Crédito Financiero y su Influencia en el Desarrollo de Las Mypes de la Provincia de Ambo, Departamento de Huánuco*. Tuvo como objetivo principal: determinar como el crédito financiero influye sobre el Desarrollo de Las Mypes de la Provincia de Ambo, Departamento de Huánuco. Objetivos específicos: De que manera el crédito bancario influye en el Desarrollo de Las Mypes de la Provincia

de Ambo, Departamento de Huánuco. Como el crédito no bancario influye en el Desarrollo de Las Mypes de la Provincia de Ambo, Departamento de Huánuco. Utilizando una metodología, cuantitativa correlacional, recogiendo los datos a travez de un cuestionario de encuesta compuesto por 15 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: La micro y pequeñas empresas de la Provincia de Ambo tienen en el mercado hasta tres años de constituido 83%, el 27% están con sus negocios más de tres años. El 100% de las empresas encuestadas tienen créditos para capital de trabajo, para activo fijo, o para infraestructura. **Conclusiones:** En términos generales el crédito financiero en la Provincia de Ambo influencia de manera significativa en el desarrollo del sector de la micro y pequeña empresa. Ello se puede corroborar en las secciones que demuestran las hipótesis específicas planteadas en la investigación. Las razones del porque solicitan los créditos se resumen en la necesidad de adquirir insumos para su producción, equipos, maquinarias, ampliación de local o construcción de nueva infraestructura. Los créditos financieros a estos pequeños negocios han influenciado de manera significativa, así lo afirman estos empresarios quienes sostienen que sus ventas han mejorado, la cantidad de sus clientes también.

2.1.3.2. Villar (2016) en su tesis: *El Costo del Dinero en las Instituciones Financieras de las Microempresas Industriales en la Ciudad de Tingo María*. Tuvo como objetivo general: determinar cuál es el costo del dinero en las principales entidades financieras de la ciudad de Tingo

María. Objetivos específicos: Conocer la tasa de interés compensatoria de las principales instituciones financieras de la ciudad de Tingo María. Conocer la tasa de interés moratoria de las principales entidades financieras de la ciudad de Tingo María. La metodología utilizada es la cuantitativa, a nivel no experimental con un diseño cualitativo, se recogió los datos a través de una encuesta de 10 preguntas y se llegó a las siguientes **conclusiones**: Se concluye que el costo de dinero influye de manera significativo en el financiamiento de las microempresas industriales en la ciudad de Tingo María. Donde se obtiene el 66% de los microempresarios por el préstamo obtenido pagan una tasa de interés más de 25%, por otro lado, se observa el 45% de los microempresarios se financian por recursos propios y el 41% de las instituciones financieras, ellos están afectado al grado de financiamiento externo de dichos microempresarios. Según los datos obtenidos por la encuesta los créditos bancarios son los pocos utilizados por los microempresarios industriales de esta ciudad de Tingo María debido a las altas tasas de intereses. El estudio arrojó el 86% entre pocas veces y muy pocas veces los microempresarios industriales. Consideran que el principal motivo por el cual no solicitan el crédito es por las altas tasas de interés.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Base teórica N° 01: Financiamiento.

2.2.1.1 Definición:

El financiamiento o financiación es el proceso de hacer viable un proyecto, negocio o empresa específica y mantenerlo en marcha, asignando recursos de capital como el dinero o el crédito para ello. Dicho más fácilmente, el financiamiento está asignando recursos de capital a una iniciativa dada.

El financiamiento es un elemento clave en el éxito de cualquier proyecto o empresa, ya que involucra los recursos que se necesitarán para iniciarlo. Cada proyecto requiere, de una forma u otra, un cierto margen de financiación (Pombo, P; Herrero, A., 2003)

En general, los asuntos relacionados con la financiación son de interés para los departamentos financieros y contables de las empresas, o para la administración de proyectos de otra naturaleza. Dependiendo de cómo se financia, una empresa tendrá más o menos libertades y más o menos tiempo para alcanzar los objetivos propuestos inicialmente.

2.2.1.2 Tipos de financiamiento:

Según quien provee el dinero, la podemos clasificar en:

a) Financiamiento propio o interno.

Lo que proviene de los mismos participantes en el proyecto o empresa, es decir, dentro de la organización: de sus inversores, propietarios o accionistas, o del fruto de sus propios beneficios o actividades lucrativas (Pombo, P; Figueiredo, J. 2003).

b) Financiamiento externo o de terceros.

Uno que proviene de entidades externas al proyecto o la empresa, es decir, que es asignado por otras empresas, individuos o instituciones y que a menudo requiere un cierto tipo de validación, consideración o endeudamiento.

Según el tiempo que dura el financiamiento se clasifican en:

- a) **Financiamiento a corto plazo.** Cuando es el resultado de acuerdos que esperan recibir resultados (dividendos, hallazgos o devolución de dinero) a corto plazo (menos de un año).
- b) **Financiamiento a largo plazo.** Cuando es el resultado de acuerdos que no esperan resultados a corto plazo, pero en períodos más largos (más de un año), o incluso no hay obligación de pagar, más bien son contribuciones desinteresadas para sostener la iniciativa en el tiempo.

2.2.1.3 Dimensiones del financiamiento:

1) La tasa de interés:

Las tasas de interés son un porcentaje en el que se invierte un capital durante un cierto período de tiempo, que se denomina “precio del dinero” (Gitman, 2003). La tasa de interés que esta expresada en porcentajes, es una representación del riesgo y la posible ganancia de una suma de dinero en una situación y tiempo dados. Específicamente, como dijimos anteriormente, la tasa de interés es el precio del dinero, que debe pagarse en caso de pedir prestado o asignarlo como crédito.

Por lo tanto podemos decir que cuando hablamos de tasa de interés nos referimos al precio del dinero o monto pagado por quienes solicitan disponer temporalmente de un monto como crédito, préstamo u obligación financiera (De Lara Haro, 2005). Se compone de dos componentes: una compensación que cubre la depreciación del dinero debido a la inflación y una tasa de rendimiento real que compensa el riesgo de insolvencia y la pérdida de liquidez. Las instituciones de crédito aplican intereses pasivos, que pagan para tomar dinero, y activos, que cobran cuando lo prestan. Generalmente se expresa como un porcentaje anual del monto prestado, aunque en países con alta inflación puede ser mensual o diario; Cuanto más largo sea el plazo para el

préstamo, mayores serán los intereses. Puede ser simple o compuesto, real o nominal, descuento o efectivo, fijo o variable.

Los principales tipos de tasa de interés son:

a) Tasa de interés pasiva:

Es la tasa de interés que las instituciones financieras pagan a los depositantes por sus ahorros. Estos varían según el plazo y el tipo de depósito: depósitos a la vista, depósitos a plazo fijo y depósitos a plazo fijo.

b) Tasa de interés activa:

Es la tasa que se paga a las instituciones financieras al recibir un préstamo, que puede ser nominal o efectiva. La tasa de interés nominal se utiliza para calcular el pago de intereses que el usuario realiza al banco; Pero el costo real del préstamo viene dado por la tasa de interés efectiva, que incluye, además del interés, otros pagos como comisiones y seguros.

2) Tiempo de Financiamiento.

Podemos identificar tres tipos de financiamiento en base al plazo de tiempo en el cual se va a devolver el crédito concedido, las cuales son:

a) Financiamiento a corto plazo.

Un préstamo a corto plazo es un tipo de crédito que debe pagarse dentro de un período máximo de un año.

Entre las ventajas de este tipo de préstamos podemos mencionar que: un préstamo a corto plazo nos permite obtener dinero de inmediato. Podemos solicitar nuestro crédito a corto plazo a través de Internet y obtener una respuesta rápida, lo que significa que recibimos el dinero en nuestra cuenta bancaria en solo unos minutos (Gitman L; Joehnk M).

No requiere papeleo, en general, solo necesitamos tener a mano nuestra identificación, un número de cuenta para recibir el depósito y nuestra información de contacto. No tendremos que romper la cabeza buscando documentos y documentación, ni tendremos que visitar ninguna oficina para entregarlos y formalizar nuestro préstamo a corto plazo.

El inconveniente es que el monto del préstamo generalmente no es muy alto. En general, hablamos de créditos que no superan los diez mil soles. Hacen obligatorio cobrar el dinero prestado en un corto período de tiempo, lo cual no es plausible para todos los clientes que consideran solicitar un préstamo para cubrir una necesidad.

b) Financiamiento a largo plazo

Un financiamiento de largo plazo es aquel que tiene un vencimiento superior a un año, es decir, que puede devolverse en cuotas cuyo periodo de pago exceda los doce meses (Caballero, 2001).

La principal ventaja de un préstamo a largo plazo es que nos ofrece la opción de devolverlo durante un largo período de tiempo, lo cual permite elegir la cantidad de cuotas con las que nos sentiremos más cómodos pagando. Los préstamos a largo plazo se adaptan mejor a la solvencia de cada usuario y en muchos casos, los contratos de préstamo a largo plazo pueden modificarse o renegociarse.

La principal desventaja es que, el interés de un préstamo a largo plazo suele ser mayor que el de un préstamo a corto plazo. Los préstamos a largo plazo generalmente requieren nóminas, garantías o documentos que prueben la solvencia del cliente (Jaime, 2003).

3) Formas de pago.

Cada día hay más personas que no solo pagan en efectivo, sino que también usan otras formas de pago para

realizar sus compras. Lo mismo ha provocado que los minoristas diversifiquen las formas en que pueden recibir dinero ya sea físico o digital para el pago de servicios y productos. Es así que podemos agrupar a las formas de pago en dos grande grupos: las formas de pagos convencionales y las formas de pago electrónicas (Regar, 2008).

Entre las formas de pago convencionales podemos mencionar:

a) Formas de pago convencionales:

Podríamos definirlos como aquellos en los que la transacción no requiere necesariamente dispositivos electrónicos para completar el acto de compra. Muchos se usan cada vez menos; Sin embargo, otros todavía son ampliamente utilizados por las personas. Algunas de estas son:

- Efectivo como forma de pago.
- Cheque como forma de pago.
- Contra reembolso como forma de pago.

b) Formas de pago electrónicas.

Son aquellos en los que el comprador realiza el pago de un bien o servicio mediante dinero electrónico.; por ejemplo podemos mencionar:

- Tarjetas de crédito y débito como formas de pago.
- Transferencia electrónica como forma de pago.
- Pago en línea sin necesidad directa de tarjeta.
- Pagos a través de dispositivos móviles.
- Moneda virtual.

2.2.2. Base teórica N° 02: Adquisición o compra de productos.

2.2.2.1. Concepto

Adquirir es la acción y el efecto de comprar. Este verbo se refiere a obtener algo a cambio de dinero.

La compra implica necesariamente otra operación: la venta. Estas son actividades opuestas: el que compra da dinero para recibir un bien o servicio, mientras que el que vende da el bien o servicio a cambio del dinero. Esto significa que el comprador le da dinero al vendedor y el vendedor hace lo mismo con el producto (De La Parra Paz, 2003).

Se podría decir que la compra es un trueque en el que el dinero es el medio de intercambio. El vendedor "intercambia" sus productos con el comprador por dinero. Si un par de pantalones tiene un precio de 200 soles, el comprador debe entregar dicha suma al vendedor para tomar el producto.

Actualmente, con el desarrollo y la expansión de nuevas tecnologías como Internet, ha surgido un nuevo tipo de compra. Esta es la llamada compra en línea esto es compatible con páginas web donde cualquiera puede encontrar el producto que necesita. Por lo tanto, una vez que lo encuentre, lo que debe hacer es proceder a adquirirlo a través de un proceso en el que proporcione una cuenta adecuada de los datos de su tarjeta de crédito.

La facilidad para adquirir productos y la conveniencia de hacerlo desde casa es lo que ha llevado a que cada vez más personas opten por comprar en línea, ya sea para llenar el refrigerador, cambiarse de ropa o reservar boletos para cualquier evento tipo cultural (Kotler, 1999).

Toda esta situación ha llevado a que los sitios web de las compañías no solo ofrezcan este proceso de adquisición de sus artículos, sino también tiendas en línea que se han especializado en él. Específicamente, ha habido un aumento considerable en los establecimientos de la Red a través de los cuales puede obtener la ropa que desea.

Las operaciones de compra y venta tienen lugar en el mercado, una institución social a través de la cual los vendedores (oferentes) y los compradores (demandantes) establecen una relación comercial para finalizar la transacción.

El oferente participa en el mercado (ya sea físico o virtual) al poner sus productos a disposición de compradores potenciales. El

vendedor establece un precio de venta que es lo que el comprador debe pagar para completar la transacción. Si el comprador quiere comprar el producto y está de acuerdo con el precio, pagará al vendedor y realizará la compra (Gutiérrez, 1999).

2.2.2.2. Dimensiones de la adquisición de productos:

Cuando hablamos de adquisición de productos, debemos mencionar a tres elementos que son indispensables para la compra de bienes y servicios que son:

1) Las necesidades.

La necesidad es la falta o escasez de algo que se considera esencial. Esta palabra también se usa para significar obligación.

En el campo del marketing, la necesidad se define como aquellas aspiraciones del consumidor en términos de bienes o servicios. Es decir, como esos puntos que deben satisfacer las empresas al ofrecer sus productos en el mercado (Esteban, 2014).

Los propios mecanismos de marketing se centran en analizar las necesidades de los consumidores para que sea posible y más accesible transferir sus mensajes a individuos o grupos de personas que demandan cosas diferentes en el mercado en particular.

La necesidad es, por esta razón, el eje principal del desarrollo de los estudios de marketing, ya que el primer paso al desarrollar cualquier tipo de campaña es saber qué necesidades deben satisfacer las empresas en sus clientes potenciales, después de haberlos ubicado en el mercado y evaluar sus gustos o preferencias (Escudero, 2011).

Las empresas centran la creación de sus mensajes publicitarios en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los segmentos de mercado en los que trabajan más regularmente, o para crear nuevos productos que atraigan a otros clientes que tienen diferentes necesidades y, por lo tanto, expandan sus negocios.

Para el marketing, los tipos de necesidades pueden ser:

- **Objetivos:** se refiere aquellas necesidades que son comunes a todos y abarcan el consumo de productos alimenticios básicos, la higiene o incluso la necesidad de un suministro de energía para la vida cotidiana.
- **Subjetivo.** Se refiere a las necesidades influenciadas por gustos personales, modas y tendencias. En este campo encontraríamos productos como ropa, artículos de lujo, cosméticos.

2) Los ingresos económicos.

El ingreso económico personal o renta personal se calcula sumando el ingreso de fuentes principales y luego

restando las contribuciones individuales por desempleo, discapacidad, atención médica y pensiones de viudedad. Las fuentes de ingresos más importantes son los sueldos y salarios. Los datos para esta categoría se obtienen de los informes de la Agencia Tributaria.

Si restamos el impuesto sobre la renta y otros pagos, tales como donaciones, tarifas y multas de los ingresos personales, se llega al ingreso personal disponible. Esta cifra generalmente se considera más útil que el ingreso personal puro y simple, ya que representa el dinero que las familias tienen disponible para gastar o ahorrar.

Podemos clasificar a los ingresos personales en dos tipos:

a) Ingresos fijos: Son aquellos que recibimos regularmente, tales como: el sueldo, subsidios, pensiones, alquileres. El ingreso fijo es muy fácil de controlar, ya que es normal recibirlo en nuestra cuenta bancaria, por lo que será muy fácil consultarlo en cualquier momento.

b) Ingresos variables: Son aquellos que no se repiten regularmente, como: si cobramos incentivos o comisiones de ventas, facturas emitidas en el caso de autónomos o si realizamos un trabajo puntual.

3) Información.

La búsqueda interna de información es la actividad realizada por el consumidor inmediatamente después de reconocer la existencia de una necesidad que podría satisfacerse con la compra de un producto. La búsqueda interna de información consiste en recordar información almacenada en la memoria relacionada con la situación de compra.

La búsqueda interna es anterior a la búsqueda externa y es más fácil de usar debido a su bajo costo, ya que apenas requiere ningún esfuerzo. Es información accesible en todo momento y confiable para el consumidor, aunque, sin embargo, a menudo es incompleta, incorrecta y refleja una perspectiva limitada de la situación del mercado (Walters y Bergiel, 1997).

En general, se estima que la elección de una marca o producto basada en información interna es menos compleja que cuando se procesan datos de fuentes externas, tanto por la cantidad y tipo de comparaciones realizadas (principalmente binarias) como por la cantidad de información servida (Biehal y Chakravarti, 1982).

Una evaluación basada en la memoria se utilizará como la única base para tomar una decisión solo si es accesible, si se percibe que es lo suficientemente confiable

(Feldman y Lynch, 1988; Wyer y Srull, 1989), útil y apropiada (Gómez, 1997). De lo contrario, es decir, si el sujeto considera que no tiene suficiente información actualizada en su memoria o desea corroborarla, consultará fuentes externas.

2.3. Marco Conceptual:

2.3.1. Adquisición:

El verbo adquirir se refiere al hecho de ganar u obtener algo a través del propio trabajo o esfuerzo. También puede ser sinónimo de comprar por dinero y lograr. En el mundo de los negocios, una adquisición se entiende como la compra que una persona jurídica hace del paquete de acciones de control de otra compañía, sin fusionar sus respectivos activos. Es una decisión económica, que implica una inversión.

2.3.2. Compra:

Comprar es la acción y el efecto de comprar. Este verbo se refiere a obtener algo a cambio de dinero. La compra implica necesariamente otra operación: la venta. Estas son actividades opuestas: quienes compran entregan dinero para recibir un bien o servicio, mientras que quienes venden entregan el bien o servicio a cambio de dinero. Esto significa que el comprador le da dinero al vendedor y el vendedor hace lo mismo con el producto.

2.3.3. Financiamiento:

El financiamiento o financiamiento es el mecanismo mediante el cual se aporta dinero o se otorga un crédito a una persona, empresa u organización para que pueda llevar a cabo un proyecto, adquirir bienes o servicios, cubrir los gastos de una actividad o trabajo, o cumplir Sus compromisos con sus proveedores.

2.3.4. Magisterio:

Profesionales de la enseñanza a quienes, por el momento, tienen que enfrentarse a una multitud de problemas para desempeñar su función de la manera más efectiva y enriquecedora posible. Estos son hechos o elementos que han aparecido, poco a poco, en nuestra sociedad o que al menos ahora se han vuelto más visibles.

2.3.5. Multicréditos:

Se refiere al número o los distintos de tipos de productos activos que tienen las empresas financieras, es decir son los distintos servicios bancarios direccionados al préstamo de dineros o bienes materiales.

2.3.6. Productos:

Es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer lo que un consumidor necesita o quiere. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra. El producto no material, por otro lado, se llama servicio.

III HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general:

HI: El financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

Hipótesis específicas:

HE₁: La tasa de interés influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.

HE₂: El tiempo de financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

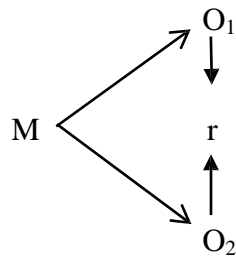
HE₃: La forma de pago influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

IV METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

La presente investigación sigue una ruta alineada al diseño de Investigación no experimental, descriptivo – correlacional (Tamayo, 1997). Que se puede representar o esquematizar de la siguiente manera.

Esquema: Se esquematiza de la siguiente manera:



Dónde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V1 (Financiamiento)

O₂ = Observación de la V2 (Adquisición de productos)

R = Correlación entre dichas variables.

4.2 Población y muestra:

4.2.1 Población.

Se decidió tomar como población de investigación, al promedio de clientes de los seis últimos meses, que han adquirido algún producto de la empresa Multicréditos Becerra EIRL.

Cuadro 1: Promedio de clientes de la empresa

Multicréditos Becerra EIRL.

MES	Nº DE CLIENTES
Enero	89
Febrero	105
Marzo	143
Abril	75
Mayo	105
Junio	95
Total	612
Promedio	102

Fuente: Reporte de desembolso de la Empresa Multicréditos Becerra EIRL
Elaboración: La Investigadora.

Por lo tanto la población de estudio está conformada por 102 clientes que adquirieron algún producto en la empresa Multicréditos Becerra EIRL.

4.2.2 Muestra:

Para calcular el número de integrantes de nuestra muestra se va a utilizar la siguiente formula:

$$\text{Tamaño de Muestra: } n = \frac{Z^2 \times (p) \times (1-p)}{e^2}$$

Dónde:

Z = Nivel de confianza

p = Población

c = Margen de error

Datos:

N = 102

Z = 95% (puntuación z= 1.96)

c = 5% (Porcentaje de error)

n =?

n= 81

Por lo tanto se aplicó las encuestas a una muestra total dada por 81 clientes de la empresa Multicréditos Becerra EIRL

4.3 Definición y Operacionalización de las variables e indicadores.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
Financiamiento (Variable independiente)	El financiamiento o financiación es el proceso de hacer viable un proyecto, negocio o empresa específica y mantenerlo en marcha, asignando recursos de capital como el dinero o el crédito para ello. Dicho más fácilmente, el financiamiento está asignando recursos de capital a una iniciativa dada.	• Tasa de Interés.	• Interés compensatorio • Interés moratorio
		• Tiempo de Financiamiento.	• Plazo de financiamiento
		• Formas de Pago.	• Pago en efectivo • Descuento por planillas
Adquisición de productos (variable dependiente)	Adquirir es la acción y el efecto de comprar. Este verbo se refiere a obtener algo a cambio de dinero. La compra implica necesariamente otra operación: la venta. Estas son actividades opuestas: el que compra da dinero para recibir un bien o servicio, mientras que el que vende da el bien o servicio a cambio del dinero. Esto significa que el comprador le da dinero al vendedor y el vendedor hace lo mismo con el producto.	• Necesidad	• Necesidades intrínsecas • Necesidades extrínsecas
		• Ingresos económicos	• Ingresos fijos • Ingresos variables
		• Información de compra	• Relevancia. • Transparencia

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

4.4.1 Técnica:

La técnica que se empleó para la ejecución del presente proyecto de investigación es la encuesta:

“Método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (Roberto, 2006, p.120).

4.4.2 Instrumento:

El instrumento que se empleó en el presente trabajo de investigación es el cuestionario de encuesta que contiene una serie de preguntas a fin de recabar datos que luego fueron procesados para conseguir información relevante que cumplan con los objetivos de la presente investigación.

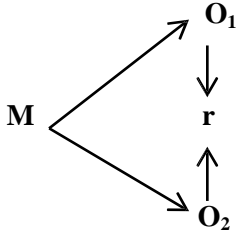
4.5 Plan de análisis.

El procesamiento y análisis de los datos recabados se realizaron utilizando el programa estadístico IBM- SPSS 23, y la presentación de resultados se plasmara en forma de tablas, figuras y cuadros estadísticos.

4.6 Matriz de consistencia

Título: El financiamiento de los docentes del Magisterio de la Región Huánuco en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
GENERAL: ¿Cómo el financiamiento influyen en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019?	GENERAL: Determinar cómo el financiamiento influyen en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	GENERAL: El financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019	Financiamiento (Variable independiente)	• Tasa de Interés.	• Interés compensatorio • Interés moratorio
				• Tiempo de Financiamiento.	• Corto plazo
				• Formas de Pago.	• Pago en efectivo • Descuento por planillas
ESPECÍFICOS: PE₁: ¿En qué medida influye la tasa de interés en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019?	ESPECÍFICOS: OE₁: Identificar en qué medida influye la tasa de interés en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.	ESPECÍFICOS: HE₁: La tasa de interés influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.			
PE₂: ¿De qué modo influye el tiempo de financiamiento en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019?	OE₂: Establecer de qué modo influye el tiempo de financiamiento en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	HE₂: El tiempo de financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	Adquisición de productos (variable dependiente)	• Necesidad	• Necesidades intrínsecas • Necesidades extrínsecas
PE₃: ¿De qué manera influye la forma de pago en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019?	OE₃: Conocer de qué manera influye la forma de pago en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	HE₃: La forma de pago influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.		• Ingresos económicos	• Ingresos fijos • Ingresos variables
				• Información de compra	• Relevancia. • Transparencia

NIVEL/TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO/MÉTODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Tipo de investigación: <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativa 	Población: La población objeto de estudio estará conformado por 102 clientes que adquirieron algún producto en la empresa Multicréditos Becerra EIRL.	Diseño: En la presente investigación se va a aplicar el diseño de Investigación: descriptivo – correlacional.	Técnica: Encuesta
Nivel de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo 	Muestra: Aplicando la ecuación estadística para proporciones poblacionales, se ha obtenido una muestra de 81 clientes que adquirieron algún producto en la empresa Multicréditos Becerra EIRL.	Método.  <pre> graph LR M --> O1 M --> O2 O1 --> r O2 --> r </pre>	Instrumento: Cuestionario de encuesta

4.7 Principios Éticos.

4.7.1 PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA

- **Protección a las personas.-** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

- **Beneficencia y no maleficencia.-** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.-** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que

participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

- **Integridad científica.-** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.
- **Consentimiento informado y expreso.-** En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

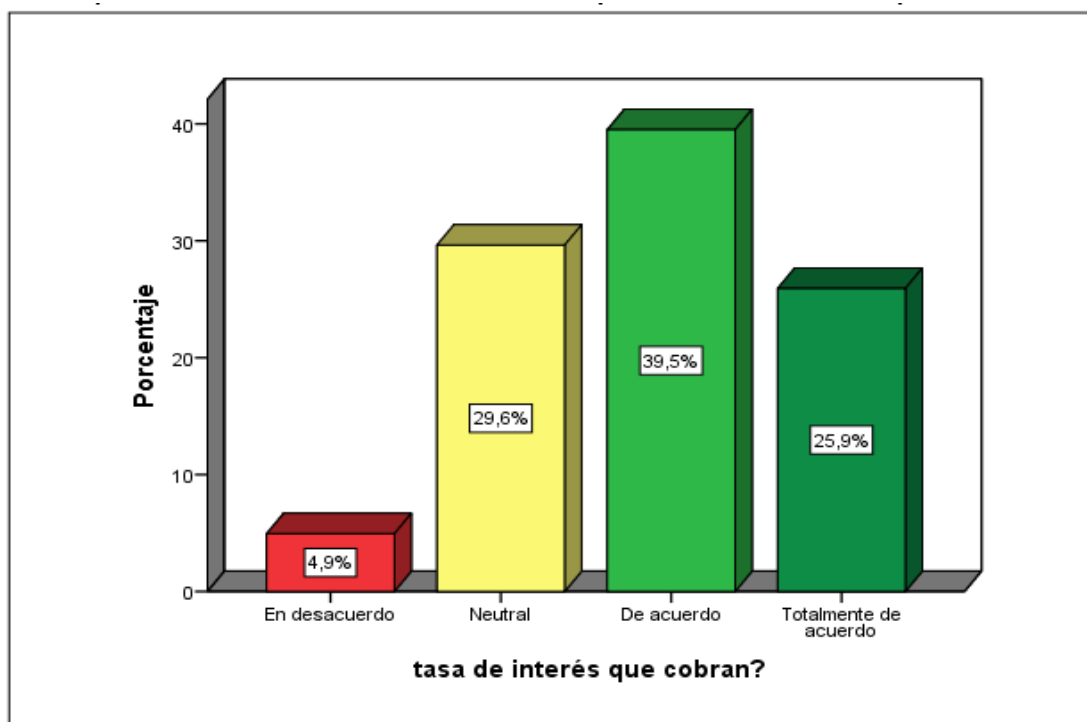
5.1 Resultados:

Tabla 1: ¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	4	4,9	4,9	4,9
Neutral	24	29,6	29,6	34,6
De acuerdo	32	39,5	39,5	74,1
Totalmente de acuerdo	21	25,9	25,9	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 1: ¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran?



Fuente: Tabla 1
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran?; estos respondieron de la siguiente manera: El 4,9% (4 encuestados) respondieron estar en desacuerdo, el 29,6% (24 encuestados) respondieron de manera neutral, el 39,5% (32 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 25.9% (21 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

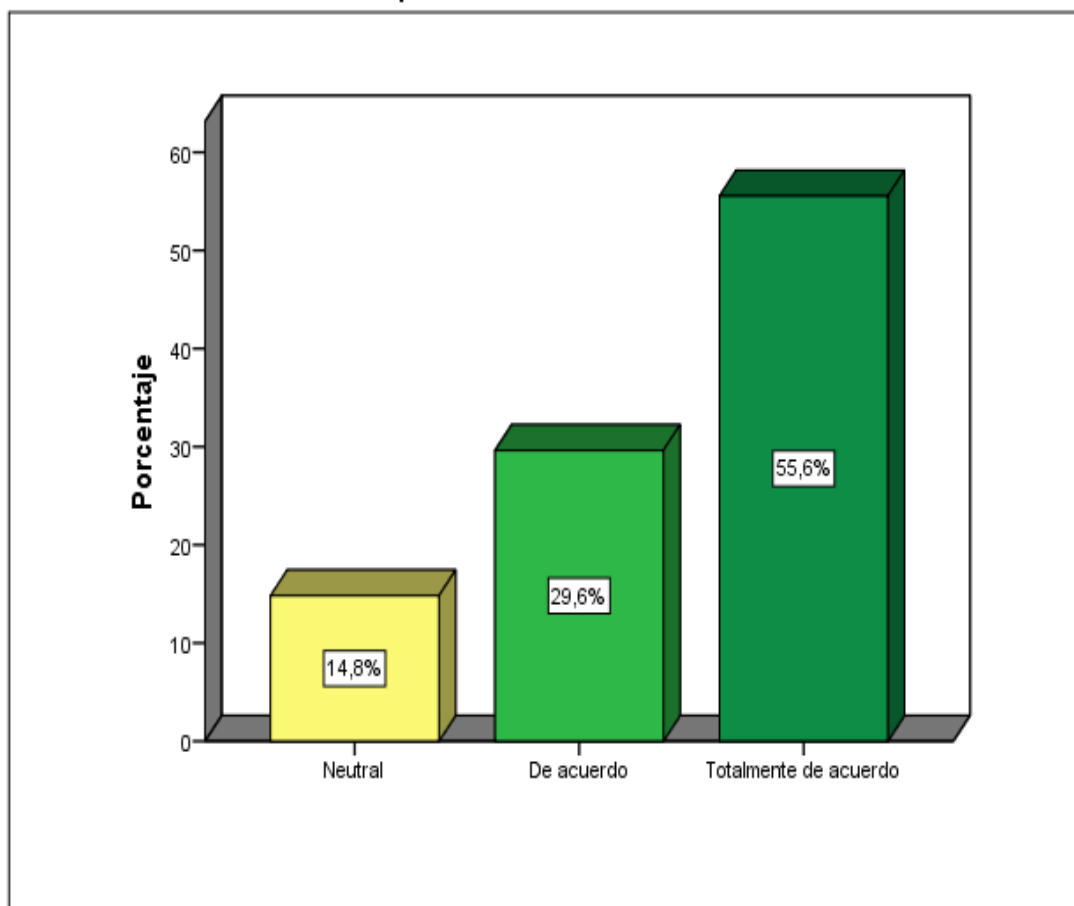
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que la mayoría de nuestros encuestados 65,4%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la razón para adquirir un producto en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran.

Tabla 2: ¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	12	14,8	14,8	14,8
De acuerdo	24	29,6	29,6	44,4
Totalmente de acuerdo	45	55,6	55,6	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 2: ¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL?



Fuente: Tabla 2
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL?; estos respondieron de la siguiente manera: El 14,8% (12 encuestados) respondieron de manera neutral, el 29,6% (24 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 55.6% (45 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

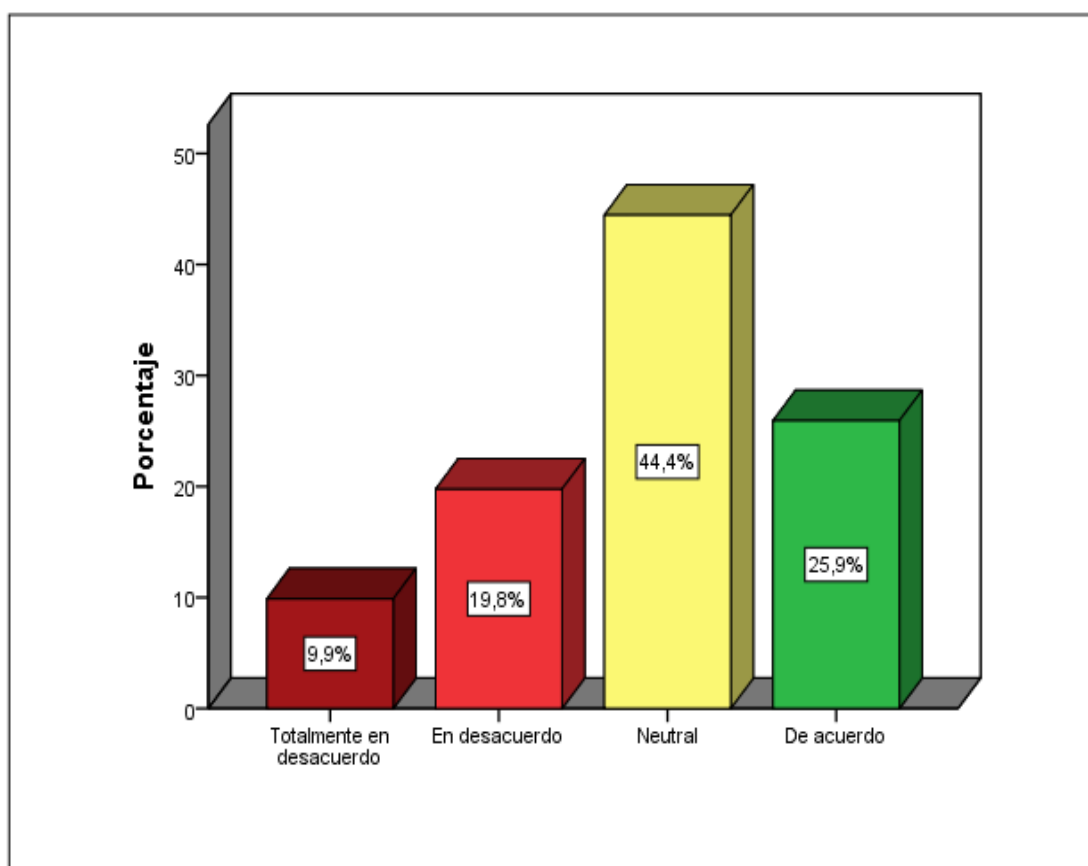
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que la mayoría de nuestros encuestados 85,2%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL, dicho sea de paso es de cero %.

Tabla 3: ¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	9,9	9,9	9,9
En desacuerdo	16	19,8	19,8	29,6
Neutral	36	44,4	44,4	74,1
De acuerdo	21	25,9	25,9	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 3: ¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas?



Fuente: Tabla 3
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas?; estos respondieron de la siguiente manera: El 9,9% (8 encuestados) respondieron estar totalmente en desacuerdo, el 19,8% (16 encuestados) respondieron estar en desacuerdo, el 44,4% (36 encuestados) respondieron de manera neutral y el 25,9% (21 encuestados) respondieron estar de acuerdo.

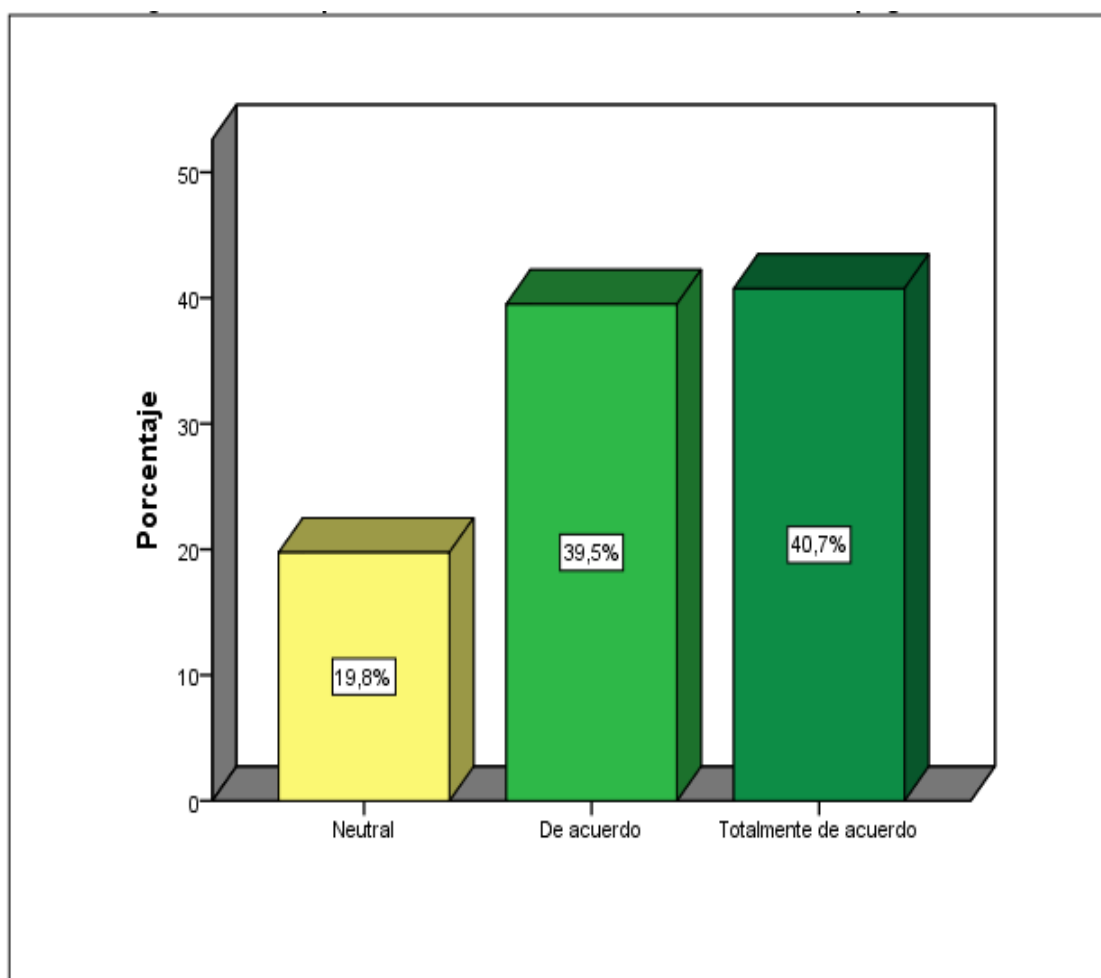
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que una mayoría importante de nuestros encuestados 44,4%, tienen una respuesta neutral, es decir están indecisos si es que el plazo máximo de 12 meses de financiamiento, es adecuado o no.

Tabla 4: ¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	16	19,8	19,8	19,8
De acuerdo	32	39,5	39,5	59,3
Totalmente de acuerdo	33	40,7	40,7	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 4: ¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos?



Fuente: Tabla 4
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos?; estos respondieron de la siguiente manera: El 19,8% (16 encuestados) respondieron de manera neutral, el 39,5% (32 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 40,7% (33 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

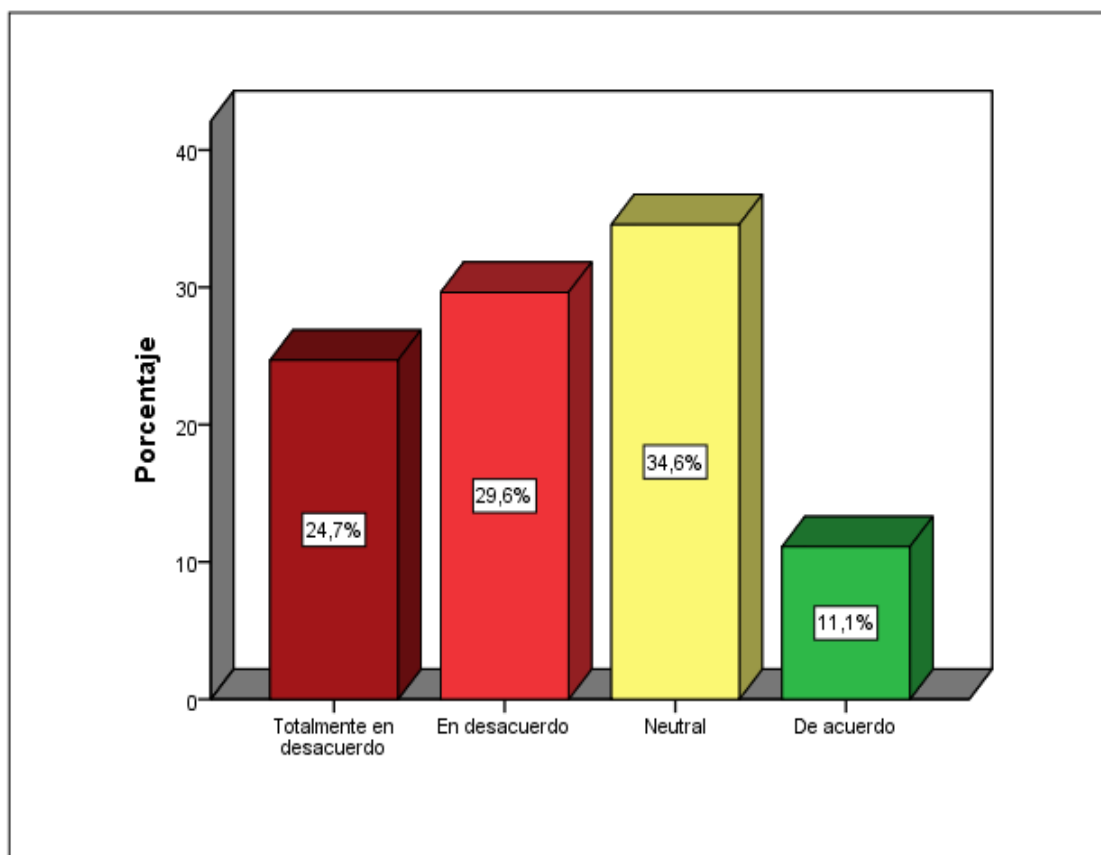
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que la mayoría de nuestros encuestados 80,2%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos.

Tabla 5: ¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	20	24,7	24,7	24,7
En desacuerdo	24	29,6	29,6	54,3
Neutral	28	34,6	34,6	88,9
De acuerdo	9	11,1	11,1	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 5: ¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas?



Fuente: Tabla 5
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas?; estos respondieron de la siguiente manera: El 24,7% (20 encuestados) respondieron estar totalmente en desacuerdo, el 29,6% (24 encuestados) respondieron estar en desacuerdo, el 34,6% (28 encuestados) respondieron de manera neutral y el 11,1% (9 encuestados) respondieron estar de acuerdo.

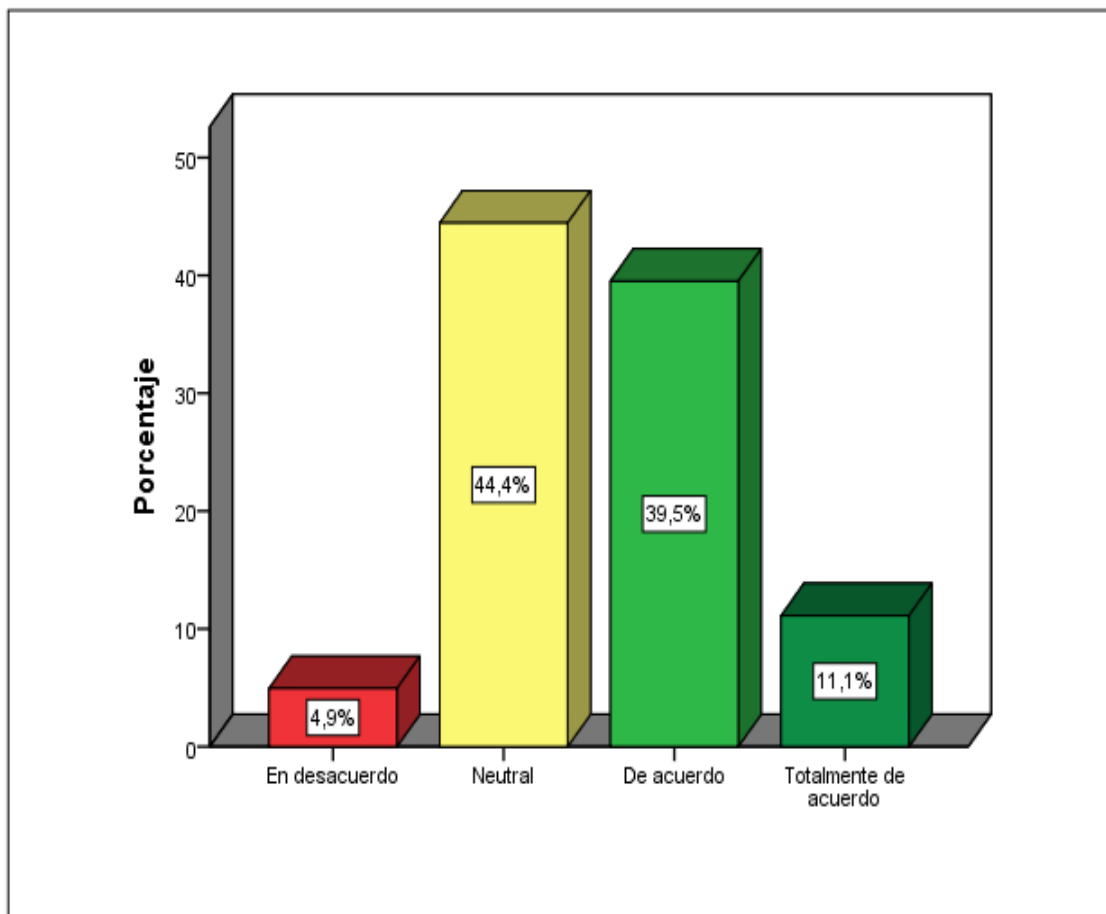
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que la mayoría de nuestros encuestados 51,3%, están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas.

Tabla 6: ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	4	4,9	4,9	4,9
Neutral	36	44,4	44,4	49,4
De acuerdo	32	39,5	39,5	88,9
Totalmente de acuerdo	9	11,1	11,1	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 6: ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?



Fuente: Tabla 6
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?; estos respondieron de la siguiente manera: El 4,9% (4 encuestados) respondieron estar en desacuerdo, el 44,4% (36 encuestados) respondieron de manera neutral, el 39,5% (32 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 11,1% (9 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

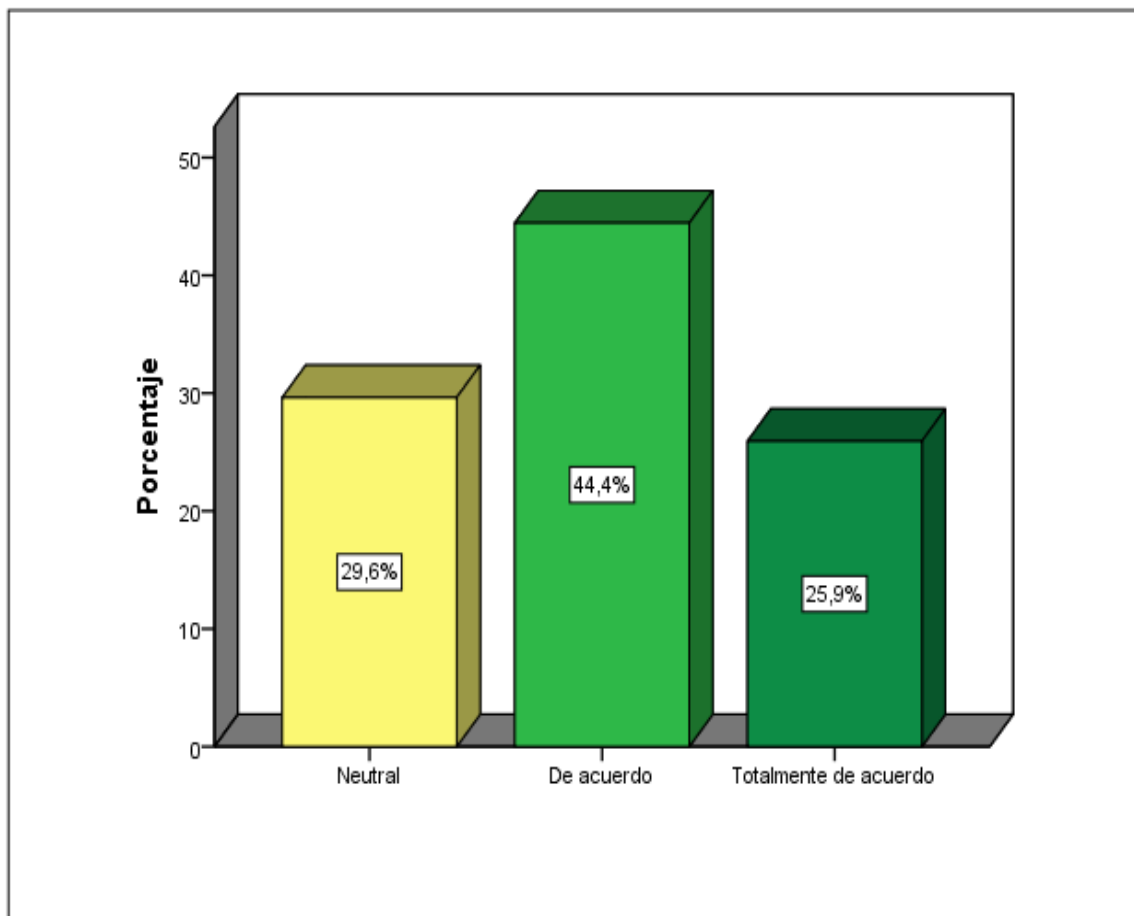
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que una mayoría considerable de nuestros encuestados 50,6%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que adquieren en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario.

Tabla 7: ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	24	29,6	29,6	29,6
De acuerdo	36	44,4	44,4	74,1
Totalmente de acuerdo	21	25,9	25,9	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 7: ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?



Fuente: Tabla 7
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?; estos respondieron de la siguiente manera: El 29,6% (24 encuestados) respondieron de manera neutral, el 44,4% (36 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 25,9% (21 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

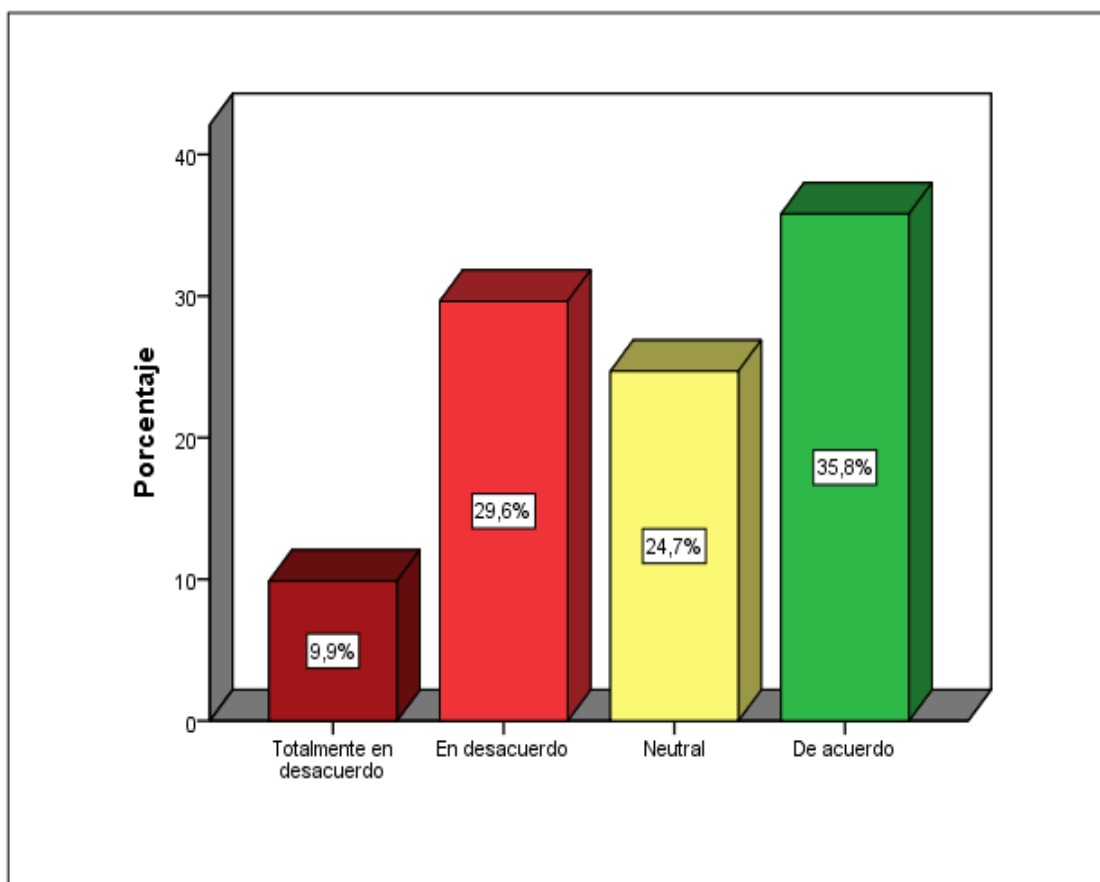
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que una mayoría considerable de nuestros encuestados 70,3%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que también adquieren en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario

Tabla 8: ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	9,9	9,9	9,9
En desacuerdo	24	29,6	29,6	39,5
Neutral	20	24,7	24,7	64,2
De acuerdo	29	35,8	35,8	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 8: ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?



Fuente: Tabla 8
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?; estos respondieron de la siguiente manera: El 9,9% (8 encuestados) respondieron estar totalmente en desacuerdo, el 29,6% (24 encuestados) respondieron estar en desacuerdo, el 24,7% (20 encuestados) respondieron de manera neutral y el 35,8% (29 encuestados) respondieron estar de acuerdo.

En base a los resultados obtenidos, podemos decir que existe una opinión dividida acerca de que solo accede al crédito las personas con ingresos fijos.

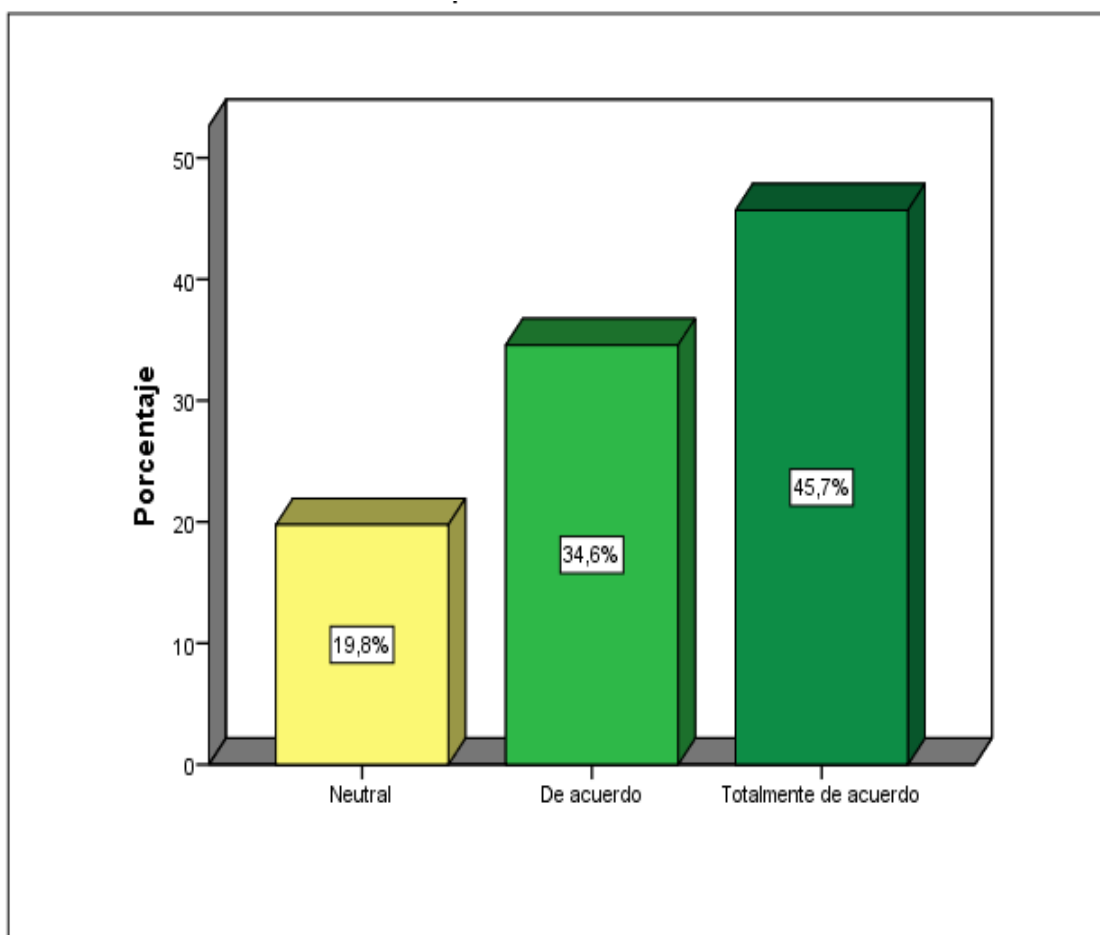
Tabla 9: ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	16	19,8	19,8	19,8
De acuerdo	28	34,6	34,6	54,3
Totalmente de acuerdo	37	45,7	45,7	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta

Elaboración: Propia

Figura 9: ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?



Fuente: Tabla 9

Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?; estos respondieron de la siguiente manera: El 19,8% (24 encuestados) respondieron de manera neutral, el 34,6% (28 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 45,7% (37 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

En base a los resultados obtenidos, podemos decir que una mayoría considerable de nuestros encuestados 80,3%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL

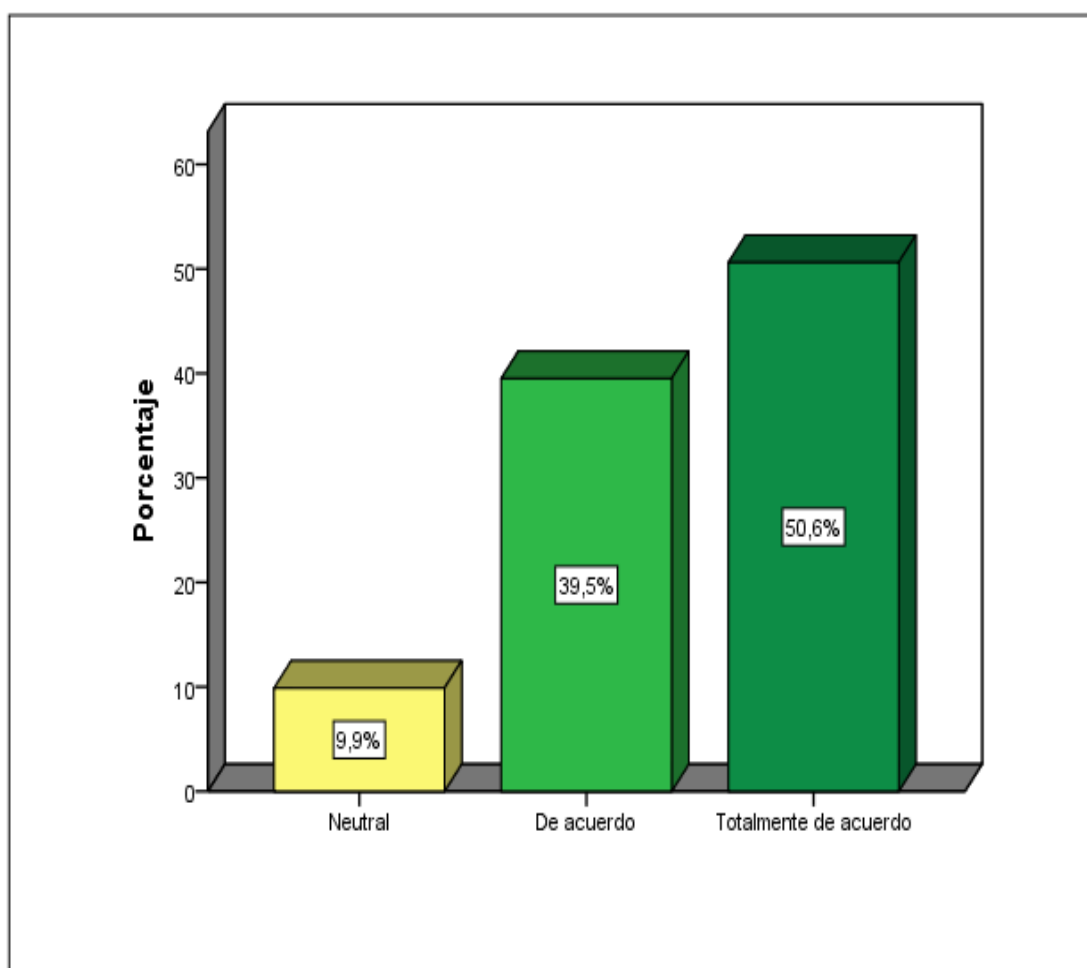
Tabla 10: ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	8	9,9	9,9	9,9
De acuerdo	32	39,5	39,5	49,4
Totalmente de acuerdo	41	50,6	50,6	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta

Elaboración: Propia

Figura 10: ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?



Fuente: Tabla 10

Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?; estos respondieron de la siguiente manera: El 9,9% (8 encuestados) respondieron de manera neutral, el 39,5% (32 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 50,6% (41 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

En base a los resultados obtenidos, podemos decir que una mayoría considerable de nuestros encuestados 90,1%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto.

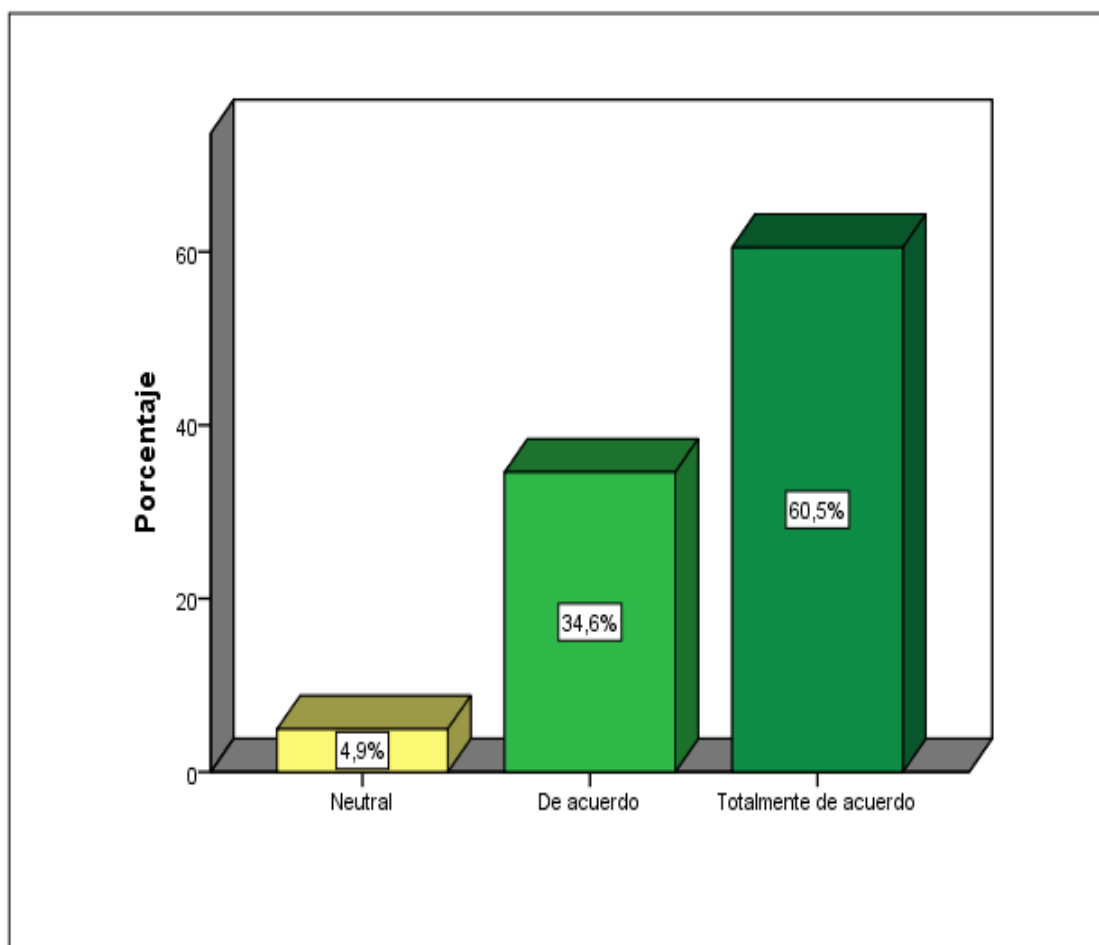
Tabla 11: ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	4	4,9	4,9	4,9
De acuerdo	28	34,6	34,6	39,5
Totalmente de acuerdo	49	60,5	60,5	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta

Elaboración: Propia

Figura 11: ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?



Fuente: Tabla 11

Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?; estos respondieron de la siguiente manera: El 4,9% (4 encuestados) respondieron de manera neutral, el 34,6% (28 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 60,5% (49 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

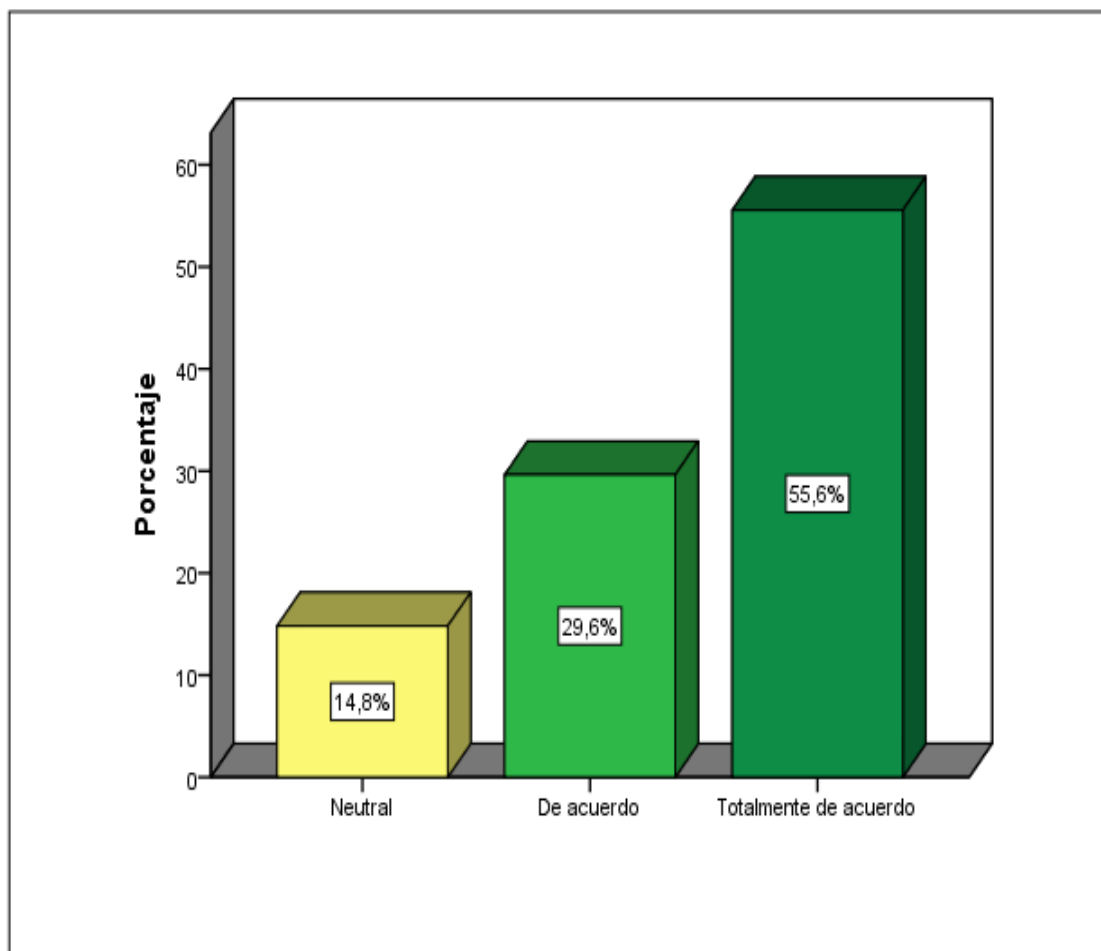
En base a los resultados obtenidos, podemos decir que la mayoría de nuestros encuestados 95,1%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto.

Tabla 12: ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	12	14,8	14,8	14,8
De acuerdo	24	29,6	29,6	44,4
Totalmente de acuerdo	45	55,6	55,6	100,0
Total	81	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario de encuesta
Elaboración: Propia

Figura 12: ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?



Fuente: Tabla 12
Elaboración: Propia

Descripción e interpretación de resultados:

Al preguntarles a nuestros encuestados: ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?; estos respondieron de la siguiente manera: El 14,8% (12 encuestados) respondieron de manera neutral, el 29,6% (24 encuestados) respondieron estar de acuerdo y el 55,6% (45 encuestados) respondieron estar totalmente de acuerdo.

En base a los resultados obtenidos, podemos decir que la mayoría de nuestros encuestados 85,2%, están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente.

5.2 Análisis de resultados.

5.2.1 Prueba de Hipótesis:

5.2.1.1 Hipótesis general

El financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

Ho = Hipótesis Nula

El financiamiento no influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

HG= Hipótesis Alterna

El financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

Cuadro 2: Pruebas de chi-cuadrado de la Hipótesis General

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson Razón de verosimilitud	147,837 ^a	9	,000
Asociación lineal por lineal	110,418	9	,000
N de casos válidos	57,372	1	,000
	81		

Fuente: Cuestionario de encuesta

Elaboración: El investigador

Interpretación

Podemos observar que el estadístico asociado al Chi Cuadrado tiene un valor de 0.000, es decir un valor menor a 0.05 que es el nivel de significación establecida.

Por lo tanto se niega la hipótesis nula que dice: El financiamiento no influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019, y se acepta la hipótesis alterna que dice: El financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

5.2.1.2 Hipótesis Específica N° 01

La tasa de interés influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.

H₀ = Hipótesis Nula:

La tasa de interés no influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.

H₁= Hipótesis Alterna

La tasa de interés influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.

Cuadro 3: Pruebas de chi-cuadrado – Hipótesis Específica N° 01

Preguntas	Sig. asintótica (bilateral)
¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	0,000
¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran? * ¿Está de acuerdo	0,000

usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	
¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran? * ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	0,000
¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	0,000
¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	0,000
¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran? * ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	0,000
¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?	0,000
¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	0,000
¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL? * ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	0,000
¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL? * ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	0,000
¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés	0,000

moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	
¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	0,000
¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL? * ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	0,000

Interpretación.

Los valores calculados a través de la prueba de Chi – cuadrado, para los indicadores de la dimensión: Tasa de Interés – Adquisición de productos, para todos los casos nos dan como resultado, valores menores al 0.05 (nivel de significación establecida) por tanto se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alterna.

En este caso podemos afirmar que: La tasa de interés influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.

5.2.1.3 Hipótesis Específica N° 02

El tiempo de financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL-Huánuco 2019.

H₀ = Hipótesis Nula:

El tiempo de financiamiento no influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL-Huánuco 2019.

H₂= Hipótesis Alterna

El tiempo de financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL-Huánuco 2019.

Cuadro 4: Pruebas de chi-cuadrado – Hipótesis Específica N° 02.

Preguntas	Sig. asintótica (bilateral)
¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?	0,000
¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas? * ¿Usted	0,000

adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	
¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas? * ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	0,000
¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas? * ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	0,000
¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	0,000
¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	0,000
¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas? * ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	0,000

Interpretación.

Los valores calculados a través de la prueba de Chi – cuadrado, para los indicadores de la dimensión: Tiempo de Financiamiento – Adquisición de productos, para todos los casos nos dan como resultado, valores menores al 0.05 (nivel de significación establecida) por tanto se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alterna.

En este caso podemos afirmar que: El tiempo de financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

5.2.1.4 Hipótesis Específica N° 03

La forma de pago influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

H₀ = Hipótesis Nula:

La forma de pago no influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

H₃= Hipótesis Alterna

La forma de pago influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

Cuadro 5: Pruebas de chi-cuadrado – Hipótesis Específica N° 03.

Preguntas	Sig. asintótica (bilateral)
¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?	0,000

¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	0,000
¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos? * ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	0,000
¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos? * ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	0,000
¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	0,000
¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	0,000
¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos? * ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	0,000
¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?	0,000
¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas? * ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	0,000
¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas? * ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	0,000
¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas? * ¿Estaría usted de acuerdo	0,000

que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	
¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	0,000
¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas? * ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	0,000
¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas? * ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	0,000

Interpretación.

Los valores calculados a través de la prueba de Chi – cuadrado, para los indicadores de la dimensión: • Formas de Pago – Adquisición de productos, para todos los casos nos dan como resultado, valores menores al 0.05 (nivel de significación establecida) por tanto se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alterna.

En este caso podemos afirmar que: La forma de pago influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

5.2.2. Discusión de resultados:

- 1) En la tesis sustentada por: Aníbal Salazar Escobar y Gisella Belén Bajaan Andrade, titulada: “Apalancamiento Financiero y su Incidencia en la Distribución de las Utilidades de la Empresa Ecuador Overseas Agencies C.A”, del Año: 2017, de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil –Ecuador, concluyó lo siguiente:

A medida que una empresa crece y, esta, requiere aumentar su cuota y participación en el mercado, también va a requerir de una importante inyección de capital. En los negocios, existen diversas decisiones que son inevitables, independientemente del sector en el que la empresa opere, o el giro del negocio que tenga la misma.

Como es de conocimiento general, una de las decisiones a las que se enfrentan los directivos o responsables de las empresas es la de obtener los recursos suficientes para financiar las actividades presentes y futuras. Algunas personas consideran el enfoque tradicional de las finanzas y que el objetivo principal de las empresas es maximizar las utilidades de la misma. El Apalancamiento Financiero no es más que el uso de endeudamiento para financiar las operaciones de una compañía, en lugar de que este financiamiento provenga de fondos propios se lo hará mediante un crédito.

Nuestra investigación coincide con el antecedente en referencia, ya que el financiamiento es muy importante para motivar la adquisición de productos, ya que en el caso de personas naturales

esta adquisición es para la satisfacción de alguna necesidad o deseo personal.

- 2) En la tesis sustentada por: Sebastián Ignacio Aladro Vargas, Cristián Alonso Ceroni Valenzuela Emanuel Matías Montero Booth, Titulada: “Problemas de Financiamiento en las Mis pymes; Análisis de Caso Práctico”, del Año: 2011, de la Universidad de Chile - Chile. Concluye lo siguiente:

A través de este capítulo, se ha podido evidenciar que el acceso de las MYPEs al financiamiento ha aumentado notoriamente en los últimos años, sin embargo, es de gran importancia mejorar las condiciones de estos. En este sentido dos puntos esenciales a tener en consideración son la tasa de interés y el plazo de los créditos, los cuales son muy desfavorables para las empresas de menor tamaño dado su mayor perfil riesgoso.

Así también es importante mencionar, que si bien el acceso al financiamiento ha aumentado notoriamente, aún un gran porcentaje de microempresas no logran obtener crédito. En este sentido, es de vital importancia el apoyo a éstas en sus primeros años de funcionamiento, tiempo en que el financiamiento es más escaso, la inversión es más alta y la vulnerabilidad es mucho mayor.

En la presente investigación se puede corroborar lo complicado que es la adquisición de un financiamiento formal, es por eso que en los resultados se observa una gran mayoría que

sugiere, que los créditos también puedan otorgarse tomando en cuenta los ingresos variables de las personas.

- 3) En la tesis sustentada por: Marco Antonio Vargas Pacheco, Titulada: “El financiamiento como estrategia de desarrollo para la mediana empresa en lima metropolitana” del año 2015, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima- Perú, concluye lo siguiente:

Entre las principales dificultades que las instituciones financieras deben superar, tenemos: necesidad de adecuar parte de su estructura administrativa, capacitación especializada del personal, balance de la relación costo/beneficio haciéndola más equitativa para ambas partes (empresas e instituciones financieras), y un compromiso de real cambio de las instituciones financieras.

Nuestra investigación concuerda por lo mencionado en el antecedente, ya que una de las razones para la adquisición de productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL, son su tasa de interés y su tasa de interés moratoria que es del 0%

- 4) En la tesis sustentada por: Ronald Daniel Mercado Abanto, Titulada: “El Mercado de Valores Como Fuente de Financiamiento Para La Micro Y Pequeña Empresa” del año 2014, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú, concluye lo siguiente:

La decisión de incursionar en el Mercado de Valores para obtener financiamiento corresponde a la empresa, por tanto se

requiere un sincero compromiso por parte de la dirección de éstas. Se acude al mercado como parte de un plan previamente concebido, de un proyecto de desarrollo en el tiempo, por tanto se requiere la adopción de adecuadas prácticas gerenciales para dar una imagen de garantía ante los potenciales inversionistas de los instrumentos a emitir por parte de éstas empresas.

En la investigación del marco teórico también se corrobora este tema, ya que la mayoría de personas y empresas no tienen dónde acudir para financiar sus necesidades, es por eso que como alternativa nace el sector no bancario en nuestra sociedad.

- 5) En la tesis sustentada por: Henry Pasculi Verde Doria, tesis: “El Crédito Financiero y su Influencia en el Desarrollo de Las Mypes de la Provincia de Ambo, Departamento de Huánuco” del año 2015, Universidad de Huánuco - Perú, concluye lo siguiente:

La micro y pequeñas empresas de la Provincia de Ambo tienen en el mercado hasta tres años de constituido 83%, el 27% están con sus negocios más de tres años. El 100% de las empresas encuestadas tienen créditos para capital de trabajo, para activo fijo, o para infraestructura. Las razones del porque solicitan los créditos se resumen en la necesidad de adquirir insumos para su producción, equipos, maquinarias, ampliación de local o construcción de nueva infraestructura. Los créditos financieros a estos pequeños negocios han influenciado de manera significativa, así lo afirman estos

empresarios quienes sostienen que sus ventas han mejorado, la cantidad de sus clientes también.

En términos generales el crédito financiero en la Provincia de Ambo influencia de manera significativa en el desarrollo del sector de la micro y pequeña empresa. Ello se puede corroborar en las secciones que demuestran las hipótesis específicas planteadas en la investigación.

Los resultados de nuestra investigación coinciden con el antecedente, ya que el acceso al financiamiento permite a nuestros clientes obtener artículos que necesitan o desean.

- 6) En la tesis sustentada por: Villar Loreña, Vilma, titulada: “El Costo del Dinero en las Instituciones Financieras de las Microempresas Industriales en la Ciudad de Tingo María” del año 2016, Universidad de Huánuco – Perú, concluye lo siguiente:

Se concluye que el costo de dinero influye de manera significativo en el financiamiento de las microempresas industriales en la ciudad de Tingo María. Donde se obtiene el 66% de los microempresarios por el préstamo obtenido pagan una tasa de interés más de 25%, por otro lado, se observa el 45% de los microempresarios se financian por recursos propios y el 41% de las instituciones financieras, ellos están afectado al grado de financiamiento externo de dichos microempresarios.

Según los datos obtenidos por la encuesta los créditos bancarios son los pocos utilizados por los microempresarios industriales de esta ciudad de Tingo María debido a las altas tasas de intereses. El estudio arrojó el 86% entre pocas veces y muy pocas veces los microempresarios industriales. Consideran que el principal motivo por el cual no solicitan el crédito es por las altas tasas de interés

Esto coincide con los resultados de nuestra investigación ya que la tasa de interés tiene un efecto directo en la adquisición de productos de nuestros clientes.

VI CONCLUSIONES

1. Se comprobó que el financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos por parte de los docentes del magisterio de la Región Huánuco, esto se corroboró a través de medios estadísticos como la aplicación del estadístico Chi – cuadrado de Pearson, pero también se pueden observar en las tablas y figuras del presente informe de investigación.
2. Se pudo determinar que la tasa de interés influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Esto se pudo probar a través de la prueba del Chi – cuadrado de Pearson, las cuales dieron un valor de 0,000 para los indicadores de: interés compensatorio e interés moratorio, con respecto a los indicadores de adquisición de productos.
3. Se logró identificar que el tiempo de financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL, esto se pudo probar a través de la prueba del Chi – cuadrado de Pearson, las cuales dieron un valor de 0,000 para el indicador: plazo de financiamiento, con respecto a los indicadores de adquisición de productos.
4. Se logró conocer que la forma de pago influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL, esto se pudo probar a través de la prueba del Chi – cuadrado de Pearson, las cuales dieron un valor de 0,000 para los indicadores de: Pagos electrónicos y descuento por planillas, con respecto a los indicadores de adquisición de productos.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones:

1. Incrementar el portafolio de productos e incluir préstamos dinerarios, apoyándose de políticas de contratación de créditos y de centrales de riesgo para minimizar las pérdidas que este negocio comprende.
2. Desarrollar una cartelización de clientes y en base al riesgo que cada cartera represente, definir una tasa de interés que cubra los riesgos a los que la empresa se expone.
3. Incrementar el tiempo de financiamiento hasta un máximo de 24 meses, es decir trabajar con créditos a largo plazo, ya que la tasa de interés, se duplicaría.
4. Añadir medios de pago electrónicos, como lo son: las cuentas recaudadoras en los bancos, transferencias interbancaria y débito de tarjetas, a través de POS.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Aladro, S., Ceroni, C. y Montero, E. (2011). *Problemas de Financiamiento en las Mis pymes; Análisis de Caso Práctico*. (Tesis de pregrado) Universidad de Chile, Chile.
- Bajaña, G. (2017). *Apalancamiento Financiero y su Incidencia en la Distribución de las Utilidades de la Empresa Ecuador Overseas Agencies C.A.* (Tesis de pregrado) Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.
- Caballero, J. (2001). *Banca, Bolsa y Valores*. Lima, Perú: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- De La Parra Paz, E. (2003). *Estrategias de Ventas y Negociaciones*. México D.F., México: Panorama.
- De Lara Haro, A. (2005). *Medición y Control de Riesgos Financieros*. Mexico D.F., México: Limusa S.A.
- Escudero, J. (2011). *Gestión Comercial y Servicios de Atención al Cliente*. Madrid, España: Copyright.
- Esteban, I. G. (2014). *MARKETING DE LOS SERVICIOS*. Madrid, España: ESIC
- Gitman L., Joehnk M. (Ed.). (1997). *Fundamentos de Inversión*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson.
- Gitman, L. J. (Ed.). (2003). *Principios de la Administración Financiera*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson.

- Gutiérrez, R. (1999). *Ventas y Mercadotecnia para la Pequeña y Mediana Empresa*. México D.F., México: Universidad Iberoamericana.
- Jaime, J. (2003). *Análisis Económico - Financiero de las Decisiones de Gestión Empresarial*. Madrid, España: Esic.
- Kotler, P. (Ed.). (1999). *El Marketing según Kotler: Como crear, Ganar y Dominar los Mercados*. Barcelona, España: Paidós Iberica S.A.
- Mercado, R. (2014). *El Mercado de Valores Como Fuente de Financiamiento Para La Micro Y Pequeña Empresa*. (Tesis magistral) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
- Pombo, P., Herrero, A. (2003). *Los sistemas de garantía para la PYME en una economía globalizada*. Barcelona, España: Egondi artes gráficas.
- Pombo, P., Figueiredo, J. (2006). *La experiencia europea para promover el acceso al crédito de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) a través de Sistemas de Garantía. En La extensión del crédito y los servicios financieros*. Madrid, España: SEGIB.
- Roberto, H. (2006). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA*. México D.F., México: MacGrawHill.
- REGAR (2008). *Los Sistemas de Garantías en Iberoamérica: Experiencias y Desarrollos Recientes*. Lima, Perú: Red Iberoamericana de Garantías.
- Tamayo, M. (1997). *Metodología de la Investigación Científica*. México D.F., México: Limusa.

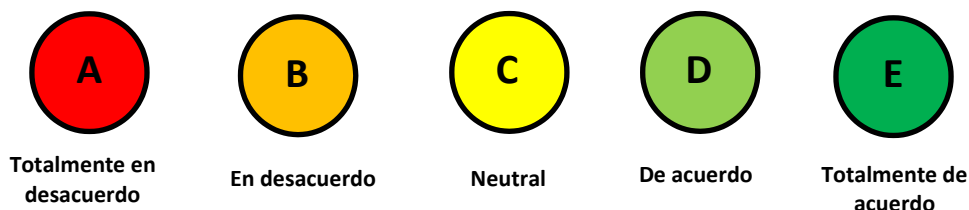
- Vargas, M. (2015). *El financiamiento como estrategia de desarrollo para la mediana empresa en lima metropolitana*. (Tesis magistral) Universidad Nacional Mayor de San, Perú.
- Verde, H. (2015). El Crédito Financiero y su Influencia en el Desarrollo de Las Mypes de la Provincia de Ambo, Departamento de Huánuco. (Tesis de pregrado) Universidad de Huánuco, Perú.
- Villar, V. (2016). El Costo del Dinero en las Instituciones Financieras de las Microempresas Industriales en la Ciudad de Tingo María. (Tesis de pregrado) Universidad de Huánuco, Perú.
- Villarán, F., Chinchero, S. (1998). *Promoción estatal a la PYMES en el Perú*. Lima, Perú: Swssontact.

ANEXO

Anexo N° 01: Cuestionario

La siguiente encuesta trata de determinar cómo el financiamiento influye en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL.

Por favor marque con una “X” en el casillero de su preferencia según la siguiente las siguientes opciones:



N°	Preguntas	A	B	C	D	E
1	¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran?					
2	¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL?					
3	¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas?					
4	¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos?					
5	¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas?					
6	¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?					
7	¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?					
8	¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?					
9	¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?					
10	¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?					
11	¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?					
12	¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?					

Anexo N° 02: Análisis de fiabilidad

Estadísticas de elemento

Preguntas	Media	Desviación estándar	N
1) ¿Usted cree que una de las razones para adquirir productos en la empresa Multicréditos Becerra EIRL. Es por la tasa de interés que cobran?	3,86	,862	81
2) ¿Qué tan de acuerdo esta con la tasa de interés moratoria que le cobra la empresa Multicréditos Becerra EIRL?	4,41	,738	81
3) ¿Está de acuerdo usted, con que el número de cuotas máximo, sea de 12 cuotas?	2,86	,919	81
4) ¿Cree usted que debería habilitarse nuevos medios de pagos electrónicos?	4,21	,754	81
5) ¿Está usted de acuerdo con que el único medio para acceder a un financiamiento sea a través del descuento por planillas?	2,32	,972	81
6) ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL solo productos muy necesario?	3,57	,757	81
7) ¿Usted adquiere en Multicréditos Becerra EIRL productos no tan necesario?	3,96	,749	81
8) ¿Está de acuerdo usted, que solo los ingresos fijos sean tomados en cuenta para un crédito?	2,86	1,022	81
9) ¿Estaría usted de acuerdo que se incluyan los ingresos variables para la adquisición de créditos?	4,26	,771	81
10) ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información importante al momento de financiar un producto?	4,41	,667	81
11) ¿Cree usted que la empresa Multicréditos Becerra EIRL le brinda información clara al momento de financiar un producto?	4,56	,592	81
12) ¿Está usted de acuerdo con la transparencia en los descuentos por planilla que se le aplican mensualmente?	4,41	,738	81

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,984	12

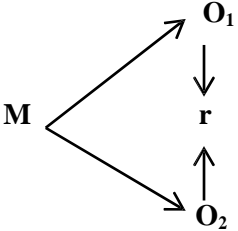
Interpretación:

A través de la aplicación del estadístico: El alfa de Cronbach, se ha obtenido un valor de 0.984 la cual es mayor al 0.80 que es el rango mínimo aceptable, por lo tanto las preguntas de nuestro cuestionario de encuesta pasan la prueba de confiabilidad y el cuestionario puede ser aplicado.

ANEXO N° 03: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: El financiamiento de los docentes del Magisterio de la Región Huánuco en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
GENERAL: ¿Cómo el financiamiento influyen en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019?	GENERAL: Determinar cómo el financiamiento influyen en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	GENERAL: El financiamiento influyen de manera positiva en la adquisición de productos de la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019	Financiamiento (Variable independiente)	• Tasa de Interés.	<ul style="list-style-type: none"> • Interés compensatorio • Interés moratorio
				• Tiempo de Financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Plazo de financiamiento
				• Formas de Pago.	<ul style="list-style-type: none"> • Pagos electrónicos • Descuento por planillas
ESPECÍFICOS: PE₁: ¿En qué medida influye la tasa de interés en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019?	ESPECÍFICOS: OE1: Identificar en qué medida influye la tasa de interés en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.	ESPECÍFICOS: HE1: La tasa de interés influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL – Huánuco 2019.			
PE₂: ¿De qué modo influye el tiempo de financiamiento en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019?	OE2: Establecer de qué modo influye el tiempo de financiamiento en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	HE2: El tiempo de financiamiento influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	Adquisición de productos (variable dependiente)	• Necesidad	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades intrínsecas • Necesidades extrínsecas
				• Ingresos económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos fijos • Ingresos variables
				• Información de compra	<ul style="list-style-type: none"> • Relevancia. • Transparencia
PE₃: ¿De qué manera influye la forma de pago en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019?	OE3: Conocer de qué manera influye la forma de pago en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.	HE3: La forma de pago influye de manera positiva en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.			

NIVEL/TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO/MÉTODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Tipo de investigación: <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativa 	Población: La población objeto de estudio estará conformado por 102 clientes que adquirieron algún producto en la empresa Multicréditos Becerra EIRL.	Diseño: En la presente investigación se va a aplicar el diseño de Investigación: descriptivo – correlacional.	Técnica: Encuesta
Nivel de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo 	Muestra: Aplicando la ecuación estadística para proporciones poblacionales, se ha obtenido una muestra de 81 clientes que adquirieron algún producto en la empresa Multicréditos Becerra EIRL.	Método.  <pre> graph TD M --> O1 M --> O2 O1 --> r r --> O2 </pre>	Instrumento: Cuestionario de encuesta

ANEXO N° 04: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Huánuco, 08 de Setiembre de 2019

CARTA N°001-2019-JDCM

Señor: Gerente - Multicréditos Becerra EIRL

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole mi cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que mi persona, estudiante de la Carrera Profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Sede Huánuco , me encuentro realizando una investigación de grado , con la finalidad de optar el grado de bachiller en ciencias Administrativas. La investigación que mi persona está realizando lleva por título:

El financiamiento de los docentes del Magisterio de la Región Huánuco en la adquisición de productos con la empresa Multicréditos Becerra EIRL- Huánuco 2019.

Los resultados de la investigación realizada serán un aporte a su gestión y también serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios. Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas.

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de su organización y de la sociedad en general, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

CRUZ MANZANO, JAKELINE DORA