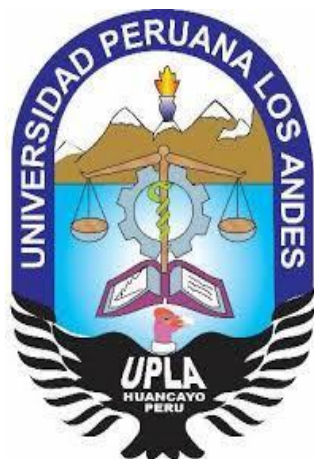


**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas**



**TESIS**

**Estrategias Financieras y Captación de Clientes en la Caja  
Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo 2019**

**Para Optar** : Título Profesional de Contador Público

**Autor(as)** : Bach. Garay Buendia Ezlim Manuel  
Bach. Tovar Astete Gianella Milagros

**Asesor** : Mtro. Calderon Fernandez Paul Cesar

**Línea de Investigación  
Institucional** : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

**Fecha de Inicio y  
Culminación** : 08.12.2020 – 07.12.2021

Huancayo - Perú  
2022

Hoja de aprobación de jurados

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**TESIS**

**ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y CAPTACIÓN DE CLIENTES EN  
LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO  
2019**

**PRESENTADO POR:**

Bach. Garay Buendia Ezlim Manuel  
Bach. Tovar Astete Gianella Milagros

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**  
Contador Público

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

**PRESIDENTE** : Dr. WILBER GONZALO VASQUEZ VASQUEZ

**PRIMER  
MIEMBRO** : MTRO. DOLORIER AGUIRRE CARMEN ROSA

**SEGUNDO  
MIEMBRO** : MTRO. ZORRILLA SOVERO LORENZO PABLO.

**TERCER  
MIEMBRO** : CPC. SICHA QUISPE FIDEL.

Huancayo, 25 de marzo del 2021

**ESTRATEGÍAS FINANCIERAS Y CAPTACIÓN DE CLIENTES**  
**EN LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO**  
**HUANCAYO 2019**

**Asesor**

**MTRO. PAUL CESAR CALDERON FERNANDEZ**

**Dedicatoria**

A Dios en primer lugar por darnos la vida y mis padres por darnos sus enseñanzas y apoyo incondicional y estar siempre presente cuando los necesitamos, a mi pareja que está siempre apoyándome también a mis hermanos por darme el impulso de seguir adelante sobre todas adversidades que se presentaron en el camino.

**Ezlim****Dedicatoria**

La presente está dedicada a mi alma mater, lugar donde adquirí mis conocimientos técnicos a la vez me formaron un profesional investigador.

**Gianella**

## **Agradecimiento**

Queremos agradecer a la Universidad Peruana Los Andes, por habernos permitido formarnos en ella, y en especial a la Carrera de Contabilidad y Finanzas, a los diferentes docentes por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión.

Agradecemos a nuestro asesor de tesis Mtro. Paul Cesar Calderón Fernández por habernos brindado todo sus conocimientos y apoyo constante durante el desarrollo de la presente tesis. Agradecemos al Administrador de la Caja Huancayo Cristhian Montano Lobatón, por permitirnos realizar nuestra tesis en la agencia que administra, colaborando con nosotros durante todo el proceso de la investigación.

Asimismo, agradecemos de corazón a nuestros queridos padres, por su cariño y amor incondicional, ayudándonos a ser perseverantes y constantes para el logro de cada uno de nuestros objetivos.

Ezlim & Gianella

## Contenido

Hoja de aprobación de jurados	ii
Asesor	iv
Agradecimiento	vi
Contenido	vii
Contenido de tablas y figuras	xi
Contenido de gráficos	xii
Resumen	xiii
Palabras clave:	xiii
Abstrac	xiv
Introducción	xv

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	- 16 -
1.2 Delimitación del problema	- 17 -
1.2.1 Delimitación espacial	- 17 -
1.2.2 Delimitación temporal	- 17 -
1.2.3 Delimitación conceptual o temática	- 17 -
1.3 Formulación del problema	- 18 -
1.3.1 Problema general	- 18 -
1.3.2 Problema (s) específico (s)	- 18 -
1.4 Justificación de la investigación	- 18 -
1.4.1 Justificación social	- 18 -

1.4.2 Justificación teórica	- 18 -
1.4.3 Justificación metodológica	- 19 -
1.5 Objetivos de la investigación	- 19 -
1.5.1. Objetivo general	- 19 -
1.5.2 Objetivo (s) específico (s)	- 19 -
<b>CAPITULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)	- 20 -
2.1.1 Antecedentes internacionales	- 20 -
2.1.2 Antecedentes nacionales	- 21 -
2.2 Bases teóricas o científicas	- 22 -
2.2.1 X: Estrategias financieras	- 22 -
2.2.2 Y: Captación de clientes	- 23 -
2.3 Marco conceptual (de las variables y dimensiones)	- 24 -
<b>CAPITULO III</b>	
<b>HIPÓTESIS</b>	
3.1 Hipótesis general	- 26 -
3.2 Hipótesis (s) específica (s)	- 26 -
3.3 Variables (definición conceptual y operacional)	- 26 -
3.3.1 Definición conceptual	- 26 -
3.3.2 Definición operacional	- 27 -
<b>CAPITULO IV</b>	- 29 -
<b>METODOLOGÍA</b>	- 29 -



4.1 Método de investigación	- 29 -
4.2 Tipo de investigación	- 29 -
4.3 Nivel de investigación	- 29 -
4.4 Diseño de investigación	- 30 -
4.5 Población y muestra	- 31 -
4.5.1 Población	- 31 -
4.5.2 Muestra	- 31 -
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	- 31 -
4.6.1 Técnicas de recolección de datos	- 31 -
4.6.2 Instrumentos de recolección de datos	- 31 -
4.6.3 Validación y confiabilidad	- 32 -
4.7 Técnica de procesamiento y análisis de datos.	- 33 -
4.8 Aspectos éticos de la investigación	- 33 -
<b>CAPITULO V</b>	
<b>RESULTADOS</b>	
5.1 Descripción de resultados	34
5.1.2 Análisis de resultados	34
5.2 Contrastación de hipótesis	40
5.2.1 Hipótesis General	40
5.2.2 Hipótesis Específicas	42
<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>46</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>49</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>- 50 -</b>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (APA)	- 51 -
Anexo 1: Matriz de consistencia:	- 54 -
Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables	- 56 -
Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento	- 58 -
Anexo 4: El instrumento de investigación: Variable estrategias financieras	- 61 -
Anexo 5: Confiabilidad valida del instrumento	65
Anexo 6: La data del procesamiento de datos	72
Anexo 7: Consentimiento informado	73
Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento	- 75 -

### Contenido de tablas y figuras

Tabla 1 Relación de trabajadores de la caja municipal de ahorro de crédito Huancayo	- 31 -
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad estrategias financieras	- 32 -
Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad captación del cliente	- 32 -
Tabla 4 Escala de Vellis	- 33 -
Tabla 5 <i>Promedio de la variable estrategias financieras</i>	34
Tabla 6 <i>Promedio de la dimensión estrategias de inversión</i>	35
Tabla 7 <i>Promedio de la dimensión estrategias de financiación</i>	36
Tabla 8 <i>Promedio de la variable captación de clientes</i>	37
Tabla 9 <i>Promedio de la dimensión retención de cliente</i>	38
Tabla 10 <i>Promedio de la dimensión participación del cliente</i>	39
Tabla 11 <i>Escala de correlación</i>	40
Tabla 12 <i>Correlación entre las estrategias financieras y captación de clientes</i>	41
Tabla 13 <i>Correlación entre las estrategias de inversión y la captación de clientes</i>	43
Tabla 14 <i>Correlación entre la las estrategias de financiación y la captación de clientes</i>	44

## Contenido de gráficos

Gráfico 1 <i>Promedio de la variable estrategias financieras</i>	35
Gráfico 2 <i>Promedio de la dimensión estrategias de inversión</i>	36
Gráfico 3 <i>Promedio de la dimensión estrategias de financiación</i>	37
Gráfico 4 <i>Promedio de la variable captación de clientes</i>	38
Gráfico 5 <i>Promedio de la dimensión retención de cliente</i>	39
Gráfico 6 <i>Promedio de la dimensión participación del cliente</i>	40
Gráfico 7 <i>Dispersión estrategias financieras y captación de clientes</i>	42
Gráfico 8 <i>Dispersión estrategias de inversión y la captación de clientes</i>	43
Gráfico 9 <i>Dispersión estrategias de financiación y la captación de clientes</i>	45

## Resumen

Nuestra investigación formuló el problema general de estudio siguiente: ¿Qué relación existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la Caja Municipal de Ahorro y crédito Huancayo 2019? consecuentemente nos formulamos el objetivo general siguiente: Determinar la relación que existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019. Es así que, formulamos la hipótesis siguiente: Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019. Consecuentemente para el logro de los objetivos empleamos el método científico, de tipo aplicada nivel correlacional de enfoque cuantitativo, diseño no experimental; de la misma manera nuestra muestra se conformó por ocho colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Créditos de Huancayo. Para la medición de las variables de estudio se empleó cuestionario, que previamente fue validado por tres expertos, y la confiabilidad con el estadístico *Alfa de Cronbach*,. Finalmente, el objetivo general fue contrastado con el estadístico *Rho de Spearman* el cual arrojó un valor de 0,965, es decir una correlación muy alta, por lo que se puede afirmar que, a mayor aplicación de las estrategias financieras, mayor será la captación de los clientes en la Caja de Municipal de Ahorro y Créditos Huancayo.

**Palabras clave:** Auditoría de Gestión; Proceso Administrativo

## Abstrac

Our research formulated the following general study problem: What relationship exists between financial strategies and customer acquisition in the Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo 2019? Consequently, we formulate the following general objective: Determine the relationship between financial strategies and customer acquisition in the municipal savings and loan Huancayo 2019. Thus, we formulate the following hypothesis: There is a direct relationship between financial strategies and the acquisition of clients in the municipal savings and loan Huancayo 2019. Consequently, to achieve the objectives we use the scientific method, applied correlational level of quantitative approach, non-experimental design; in the same way, our sample was made up of eight collaborators from the Huancayo Municipal Savings and Credit Fund. For the measurement of the study variables, a questionnaire was used, which was previously validated by three experts, and the reliability with the Cronbach's Alpha statistic. Finally, the general objective was contrasted with Spearman's Rho statistic, which yielded a value of 0.965, that is to say, a very high correlation, so it can be stated that, the greater the application of financial strategies, the greater the uptake of funds. clients in the Huancayo Municipal Savings and Credits Fund.

**Keywords:** Management Audit; Administrative process

## **Introducción**

Nuestra investigación estudio la relación entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo.

En la actualidad se ha evidenciado la existencia de diversas empresas financieras. Este hecho está generando que los usuarios de dichas instituciones, busquen a la entidad que le ofrezca menores intereses. Es así que, es necesario que dichas instituciones financieras implementen estrategias financieras para recuperar a sus clientes o captar nuevos. De esta manera neutra investigación demostró la importancia de implementar estrategias financieras, para incrementar la captación de los clientes. Es así que, el presente trabajo empleo el método científico, estructurado en cinco capítulos el cual detallamos de manera resumida. En el Capítulo I, se aborda la descripción de la realidad problemática, también delimitamos y justificamos nuestra tesis; asimismo, formulamos el problema y los objetivos que son el fundamento de la presente. Seguidamente se realizó el Capítulo II, donde se estudió los antecedentes que son la base para la discusión de los resultados, y en especial las bases teóricas, que son el cimiento teórico de la elaboración de nuestros instrumentos de medición de nuestras variables. Seguidamente el Capítulo III, en este apartado se responde al problema de investigación y se formulan las hipótesis que serán corroboradas en el capítulo cinco de la presente. A continuación, se elaboró el Capítulo IV, donde explicamos la metodología empelada para el logro de los objetivos. Por último, el capítulo V donde presentamos los resultados de nuestra investigación en tablas y grafico; para luego presentar las conclusiones y recomendaciones. f

La autora

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Descripción de la realidad problemática

La obtención de los recursos financieros es vital para el normal desarrollo de las empresas de todo el mundo. Para ello es necesario que dichas organizaciones cuenten con financiamiento y de esta manera poder convertir el efectivo en utilidad contable. Es así que, nuestra investigación tiene como problema de estudio la captación de clientes por parte de las entidades financieras. Se viene observando el gran crecimiento de las empresas que se dedican a la prestación de dinero. Es así que dicho crecimiento genera que bajen sus intereses para poder competir entre ellas.

En Latinoamérica vienen instalándose las sucursales de las grandes financieras, y de esta manera se ve la gran fluidez de liquidez para las empresas en sus diversas modalidades. Este hecho ha generado que los países latinoamericanos crezcan de manera exponencial puesto que cuentan con capital para poder realizarlo.

En nuestro país las Cajas de Ahorro y Crédito vienen cobrando gran importancia debido a la facilidad del acceso al crédito; en especial de las microempresas. Sin embargo, la aparición de micro financieras, así como de las empresas informales que prestan a sola firma, está haciendo que las cajas de Ahorro y Crédito tengan una fuga de clientes. También se puede observar que los bajos intereses que están pagando a sus ahorristas, genera que las personas acudan a otras medidas de ahorro como la compra de dólares.

Ahora bien, nuestra investigación está enfocada en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo, quien, a pesar de situarse dentro de las mejores Cajas de Ahorro y Crédito a nivel nacional, vienen atravesando problema de fuga de clientes, quienes están optando por otras como



la Caja Cuzco, entre otras. En este sentido de ideas, somos de la opinión que una de las causas que está ocasionando el problema, es la falta de estrategias financieras por parte de la administración de dicha entidad financiera. Es de esta manera que la entidad crediticia pueda recuperar la clientela perdida a la vez mejorar su tasa de interés activa y pasiva.

## **1.2 Delimitación del problema**

### **1.2.1 Delimitación espacial**

La investigación se realizará en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo, provincia de Huancayo, departamento de Junín.

### **1.2.2 Delimitación temporal**

La investigación se desarrollará en el periodo 2019

### **1.2.3 Delimitación conceptual o temática**

#### **Estrategias financieras**

(Ramírez, 2018) refiere que “una estrategia financiera está comprendida en la gestión estratégica y en la planificación de la empresa, orientada a la obtención de recursos para financiar las operaciones del negocio que se alinean los objetivos previstos en los diferentes plazos”.

#### **Captación de clientes**

Según (Sevilla, 2018), asegura que la “captación de clientes, es el intento de aumentar las ventas y beneficios empleando un tiempo y recursos considerables para lograr nuevos clientes”.

### **1.3 Formulación del problema**

#### **1.3.1 Problema general**

¿Qué relación existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019?

#### **1.3.2 Problema (s) específico (s)**

- a) ¿Qué relación existe entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019?
- b) ¿Qué relación existe entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019?

### **1.4 Justificación de la investigación**

#### **1.4.1 Justificación social**

La presente beneficiara de manera a los microempresarios. Asimismo, a las cajas de ahorro y crédito, puesto que quedará demostrada que las estrategias financieras generarán mayor rentabilidad generando su crecimiento sostenido en el tiempo.

#### **1.4.2 Justificación teórica**

Teóricamente nuestra investigación queda justificada, puesto que para hallar la relación se elaboraron dos instrumentos de medición, el cual fueron debidamente validados. De esta

manera dicho instrumento (Cuestionario), es la justificación teórica, puesto que fue elaborado mediante el estudio tercio de las variables y sus dimensiones.

### **1.4.3 Justificación metodológica**

La presente está justificada metodológicamente puesto que la presente demuestra la importancia que tiene la metodología científica en la solución de problemas de las ciencias sociales, específicamente en el campo de las ciencias contables.

## **1.5 Objetivos de la investigación**

### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019

### **1.5.2 Objetivo (s) específico (s)**

- a) Determinar la relación que existe entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019
- b) Determinar la relación que existe entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)

##### 2.1.1 Antecedentes internacionales

(Navarrete, 2017) sustento en la Universidad de Carabobo la tesis titulada: *“Estrategias financieras para la toma de decisiones en las pymes del sector textil”*. “Para optar el título profesional. La siguiente investigación tuvo como objetivo general: Proponer estrategias financieras para la toma de decisiones de las Pymes del sector textil, con un enfoque mixto, de método descriptivo correlacional, con una población de 10 personas, la técnica de recolección de datos fue con la encuesta. Tuvo como conclusión principal: Demostrar a los gerentes la realización de las estrategias financieras dentro de la toma de decisiones”.

(Contreras, 2016) sustento en la Universidad Estatal de Milagro la tesis titulada: *“Estrategias de marketing y la captación de clientes en la pañalera pototin del cantón naranjito 2016 – 2017”*. “La siguiente investigación tuvo como objetivo general: “Determinar de qué manera las estrategias de marketing inciden en el incremento de los clientes de la pañalera Pototin, el tamaño de la población estuvo conformado por 100 trabajadores, para lo cual se aplicó la encuesta. Tuvo como conclusión principal El factor que mueve el mercado son las estrategias financieras basados en la captación de clientes y esto asegura mayor oferta y demanda”.

(Flores, 2015) sustento en la Universidad de Carabobo la tesis titulada: *“Estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento de las pyme del sector*

*comercio del municipio santiago mariño del estado aragua*”. “Para optar el título profesional. La siguiente investigación tuvo como objetivo general: Evaluar las estrategias financieras aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento económico de las Pymes del sector comercio del municipio Santiago Mariño del estado de Aragua. Empleo un diseño de investigación no experimental con un nivel descriptivo, la población estuvo conformada por 40 pequeñas y medianas empresas Pymes, se tomó como instrumento de recolección de datos el cuestionario. Tuvo como conclusión principal: La etapa de pre-planificación, no es considerada dentro del proceso de planificación financiera de las Pymes, lo cual indica que no se toman en cuenta las premisas de la planificación financiera”.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

(Zamaeta, 2019) sustento en la Universidad Señor de Sipán la tesis titulada: *“Estrategias financieras para reducir el índice de morosidad en la institución educativa particular virgen del carmen – chiclayo – 2017”*. “Para optar el título profesional de contador público, la siguiente investigación tuvo como objetivo principal: Determinar las estrategias financieras para reducir el índice de morosidad en la institución educativa particular Virgen del Carmen – Chiclayo 2017, con un diseño de investigación el no experimenta de tipo descriptiva, se tuvo como población 35 colaboradores de la empresa. Tuvo como conclusión principal: Las estrategias financieras para reducir el índice de morosidad en la institución, deben ser invertidos en otros proyectos educativos”.

(Rojas, 2017) sustento en la Universidad Privada del Norte la tesis titulada: *“Estrategias financieras y su efecto en la liquidez de la empresa editorial grafica offset acacia s.a.c.,*

*en el periodo 2016*”. “Su objetivo general: Demostrar que las estrategias financieras influyen en la liquidez de la empresa editorial Grafica Offset Acacia S.A.C, el diseño de la investigación fue descriptiva, la población está conformada por 6 trabajadores. Tuvo como conclusión principal: Las estrategias financieras influye de manera significativa en la liquidez de la empresa Editorial Grafica Offset Acacia S.A.C”.

(Vásquez, 2017) sustento en la Universidad Cesar Vallejo la tesis titulada: *“Calidad de atención como estrategia para la captación de clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017”*. “Para optar el grado académico de magister en gestión pública. La siguiente investigación tuvo como objetivo principal: Determinar si la calidad de atención al usuario como estrategia genera un impacto significativo para la captación de los clientes en el Banco de Nación de Huamachuco, el diseño es correlacional causal, se tomó como muestra a 168 usuarios y 10 trabajadores del Banco de la Nación de Huamachuco. Tuvo como conclusión principal: La calidad de atención al usuario como estrategia genera un impacto significativo en un 47.2% de regularidad para la captación de clientes del Banco de la Nación de Huamachuco, Libertad, 2017”.

## **2.2 Bases teóricas o científicas**

### **2.2.1 X: Estrategias financieras**

(Ramírez, 2018) refiere que “una estrategia financiera está comprendida en la gestión estratégica y en la planificación de la empresa, orientada a la obtención de recursos para financiar las operaciones del negocio que se alinean los objetivos previstos en los diferentes plazos”.

“Es una parte muy importante de las estrategias corporativas, ya que abarca distintas decisiones de inversión y financiación necesarias para lograr el máximo beneficio”. (Ramírez, 2018).

### **2.2.1.1 Dimensiones de estrategias financieras**

#### **2.2.1.1.1 D1: Estrategia de inversión**

(Ramírez, 2018) “establecen normas para la selección de posibles inversiones con diversificación de riesgos”.

#### **2.2.1.1.2 D2: Estrategia de financiación**

(Ramírez, 2018) “establecen las fuentes de recursos financieros de forma estructurada”.

### **2.2.2 Y: Captación de clientes**

Según (Sevilla, 2018), menciona que la “captación de clientes, es el intento de aumentar las ventas y beneficios empleando un tiempo y recursos considerables para lograr nuevos clientes”.

#### **2.2.2.2 Dimensiones de captación de clientes**

##### **2.2.2.2.1 D1: Retención del cliente**

(Gómez, 2011) “Retención de clientes es la actividad que las organizaciones de ventas llevan a cabo con el fin de reducir la pérdida de clientes. La retención de clientes exitosa comienza con el primer contacto que una organización tiene con un cliente y continúa durante toda la vida de la relación” (p. 110).

1. “La capacidad de una empresa para atraer y retener nuevos clientes, no sólo está relacionada con su producto o servicio, sino también con la forma en la que da servicio a sus clientes actuales y la reputación que crea dentro y a través de los mercados”.

#### **2.2.2.2.2 D2: Participación del cliente**

(Jorge, 2018) “La participación del cliente en la realización del servicio tiene una justificación económica (en alguna medida abarata los costos, ya que se hace trabajar al cliente en un tipo de actividad donde los gastos de personal suelen representar aproximadamente el 50% de la cuenta de explotación); y tiene una justificación de marketing, porque se supone que la participación acrecienta la autonomía del cliente, reduce sus incertidumbres, y en general crea un ambiente comercial más propicio (p. 25)”.

### **2.3 Marco conceptual (de las variables y dimensiones)**

#### **Estrategias financieras**

(Ramírez, 2018) refiere que “una estrategia financiera está comprendida en la gestión estratégica y en la planificación de la empresa, orientada a la obtención de recursos para financiar las operaciones del negocio que se alinean los objetivos previstos en los diferentes plazos”.

#### **Estrategia de inversión**

(Ramírez, 2018) “establecen normas para la selección de posibles inversiones con diversificación de riesgos”.

#### **Estrategia de financiamiento**

(Ramírez, 2018) “establecen las fuentes de recursos financieros de forma estructurada”.

#### **Captación de clientes**

(Sevilla, 2018), asegura que la “captación de clientes, es el intento de aumentar las ventas y beneficios empleando un tiempo y recursos considerables para lograr nuevos clientes”.

#### **Retención del cliente**



(Gómez, 2011) “Retención de clientes es la actividad que las organizaciones de ventas llevan a cabo con el fin de reducir la pérdida de clientes. La retención de clientes exitosa comienza con el primer contacto que una organización tiene con un cliente y continúa durante toda la vida de la relación”.

### **Participación del cliente**

(Jorge, 2018) “La participación del cliente en la realización del servicio tiene una justificación económica (en alguna medida abarata los costos, ya que se hace trabajar al cliente en un tipo de actividad donde los gastos de personal suelen representar aproximadamente el 50% de la cuenta de explotación)”.

## **CAPITULO III**

### **HIPÓTESIS**

#### **3.1 Hipótesis general**

Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019

#### **3.2 Hipótesis (s) específica (s)**

- a) Existe relación directa entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019
- b) Existe relación directa entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019

#### **3.3 Variables (definición conceptual y operacional)**

##### **3.3.1 Definición conceptual**

###### **Estrategias financieras**

Obtención de recursos para financiar las operaciones del negocio que se alinean los objetivos previstos.

###### **Captación de clientes**

Captación de clientes, es el intento de incrementar las ventas y beneficios empleando un tiempo y recursos considerables para lograr nuevos clientes.

### 3.3.2 Definición operacional

Variables	Definición De Conceptos	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
<b>Variable X:</b> <b>Estrategias financieras</b>	(Ramírez, 2018) refiere que “una estrategia financiera está comprendida en la gestión estratégica y en la planificación de la empresa, orientada a la obtención de recursos para financiar las operaciones del negocio que se alinean los objetivos previstos en los diferentes plazos”.	X1: <b>Estrategias de inversión</b> “Establecen normas para la selección de posibles inversiones con diversificación de riesgos”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas</li> <li>• Inversiones</li> <li>• Riesgos</li> </ul>	Ordinal
		X2: <b>Estrategias de financiación</b> “Establecen las fuentes de recursos financieros de forma estructurada”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos financieros</li> </ul>	
<b>Variable Y:</b> <b>Captación de clientes</b>	Según (Sevilla, 2018), asegura que la “captación de clientes, es el intento de aumentar las ventas y beneficios empleando un tiempo y recursos considerables para lograr nuevos clientes”.	Y1: <b>Retención del cliente</b> “Retención de clientes es la actividad que las organizaciones de ventas llevan a cabo con el fin de reducir la pérdida de clientes”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas</li> <li>• Pérdida de clientes</li> </ul>	Ordinal

		<p>Y2:  <b>Participación del cliente</b>  “La participación del cliente en la realización del servicio tiene una justificación económica (en alguna medida abarata los costos, ya que se hace trabajar al cliente” en un tipo de actividad donde los gastos de personal suelen representar aproximadamente el 50% de la cuenta de explotación)”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Justificación económica</li> <li>• Gastos de personal</li> </ul>	
--	--	--	---	--

## **CAPITULO IV**

### **METODOLOGÍA**

#### **4.1 Método de investigación**

Es el método científico que según (Sánchez & Reyes, 2009) “es el camino a seguir mediante una serie de operaciones y reglas prefijadas que nos permiten alcanzar un resultado propuesto. Como es consenso, es el camino para llegar a un a fin o una meta (p. 23). En tal sentido toda labor de procedimiento humano de información requiere asumir el camino más adecuado y viable para lograr el objetivo trazado” (p.23).

#### **4.2 Tipo de investigación**

Según (Sánchez & Reyes, 2009), “el tipo es el Aplicado, el cual se interesa por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella deriven. La investigación aplicada busca conocer para hacer, para actuar, para construir, y para modificar, le preocupa la aplicación inmediata sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de un conocimiento de valor universal” (p.37).

#### **4.3 Nivel de investigación**

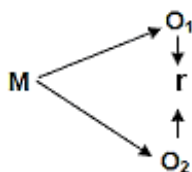
Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 93), “El nivel de la investigación será correlacional porque asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Las investigaciones son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de éstos; además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que se hacen referencia” (p. 93).

#### 4.4 Diseño de investigación

El diseño general será el no experimental que según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 152) podría definirse “como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. Como señala Kerlinger y Lee (2002) “en la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos”. De hecho, no hay condiciones o estímulos planeados que se administre a los participantes del estudio.

Como diseño específico utilizaremos el diseño correlacional que según Sánchez y Reyes (2009, p. 106), sostienen que este diseño “consiste en recolectar información en dos o más muestras con el propósito de observar el comportamiento de una variable, tratando de controlar estadísticamente otras variables que se considera pueden afectar la variable estudiada”.

“El esquema del presente diseño será el siguiente”, según Sánchez y Reyes (2009):



Donde:

M = Muestra

O<sub>1</sub> = Observación de la V. 1.

O<sub>2</sub> = Observación de la V. 2.

r = Correlación entre dichas variables.

## 4.5 Población y muestra

### 4.5.1 Población

Nuestra población estuvo conformada por 8 colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo, según la tabla siguiente:

Tabla 1

*Relación de colaboradores de la caja municipal de ahorro de crédito Huancayo*

N°	APELLIDOS Y NOMBRE	CARGO
1	Solís Espinoza, Jorge	Presidente del directorio
2	Núñez Porras, José María	Gerencia de operaciones y finanzas
3	Arana Pacheco, Ramiro	Gerencia de negocios
4	Poma Pérez, Juan De Dios	Sub gerente de negocios
5	Basurto Coterá, Rafael	Comité de auditoría
6	Tello Escurra, Carlos	Comité de riesgos
7	Criollo Meza, Julia	Jefa de créditos minoristas empresarial
8	Ramírez Taipe, Manuel	Jefe de créditos consumo

Fuente: Caja Huancayo

### 4.5.2 Muestra

La muestra se da de tipo no pro balístico y por conveniencia, por lo cual utilizaremos el total de la población, es decir, por 08 colaboradores de la caja municipal de ahorro y crédito.

## 4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 4.6.1 Técnicas de recolección de datos

La técnica de recolección de datos empleada en la investigación fue la encuesta.

#### 4.6.2 Instrumentos de recolección de datos

Se utilizó el instrumento, el cual estuvo compuesto por los dos cuestionarios de las variables de investigación.

#### 4.6.3 Validación y confiabilidad

##### 4.6.3.1 Validación

“En la presente investigación, la validez de los instrumentos se realizó a través de una evaluación para analizar la validez del contenido, para lo cual se otorgó un formato de validación a cada uno de los expertos, en el cual se da la opinión de los profesores de la Universidad Peruana Los Andes”.

##### 4.6.3.2 Confiabilidad

“La confiabilidad se realizó, a través del estadístico *Alfa de Cronbach* para cada variable de estudio. A continuación, presentamos los valores obtenidos en las tablas siguientes”

Tabla 2  
*Estadísticas de fiabilidad estrategias financieras*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,971	12

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Tabla 3  
*Estadísticas de fiabilidad captación del cliente*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,976	12

Fuente: Elaboración propia SPSS25



Tabla 4  
*Escala de Vellis*

Por debajo de .60	Es inaceptable
De .60 a .65	Es indeseable
Entre .65 y .70	Es mínimamente aceptable
De .70 a .80	Es respetable
De .80 a .90	Es muy buena

Fuente: Elaboración Propia

### **Interpretación**

Según los resultados obtenidos la confiabilidad de nuestros instrumentos es muy buenas, tal como lo refiere la escala de *Vellis*.

### **4.7 Técnica de procesamiento y análisis de datos.**

Se utilizaron:

La estadística descriptiva, para la distribución de las frecuencias de los resultados obtenidos.

La estadística inferencial, es para la prueba de la correlación y la prueba de hipótesis de nuestra investigación.

### **4.8 Aspectos éticos de la investigación**

Nuestra investigación se realizó observando las normas de ética, es decir que la presente es una investigación que no plagio a ningún otro investigador. De esta manera nos sometemos a las sanciones estipuladas por el reglamento de grados y títulos de la Universidad Peruana Los Andes.

## CAPITULO V

### RESULTADOS

#### 5.1 Descripción de resultados

##### 5.1.2 Análisis de resultados

Tabla 6

*Promedio de la variable estrategias financieras*

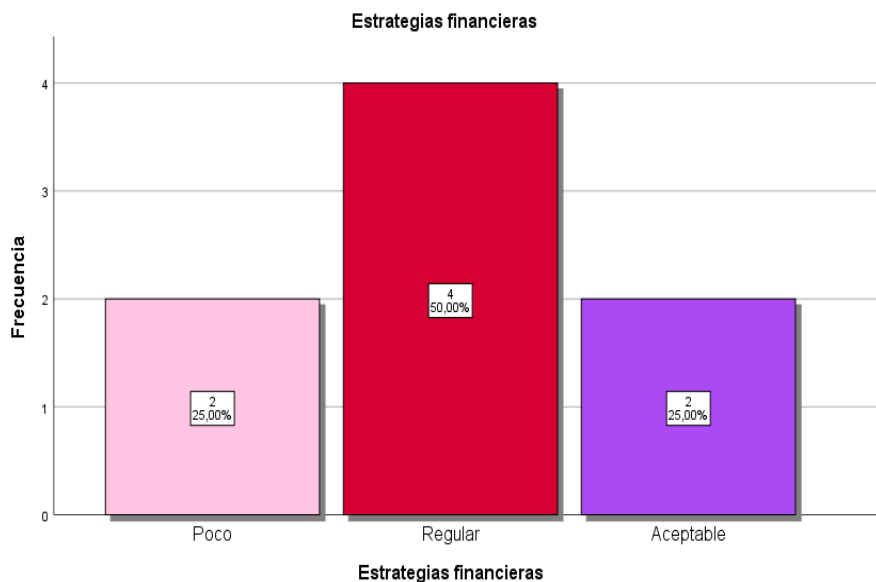
		<b>Estrategias financieras</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Poco	2	25,0	25,0	25,0
	Regular	4	50,0	50,0	75,0
	Aceptable	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

**Interpretación:** De acuerdo a los 08 colaboradores encuestados, el 25,0% (02) manifestaron conocer poco; el 50,0% (04) manifestaron conocer regular; el 50,0% (04) manifestaron conocer regular y el 25,0% (02) manifestaron conocer aceptablemente. De lo vertido en la tabla 6, podemos mencionar que los encuestados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo mencionaron tener un conocimiento regular sobre las estrategias financieras con respecto a la captación de clientes.

Gráfico 1

*Promedio de la variable estrategias financieras*



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Tabla 7

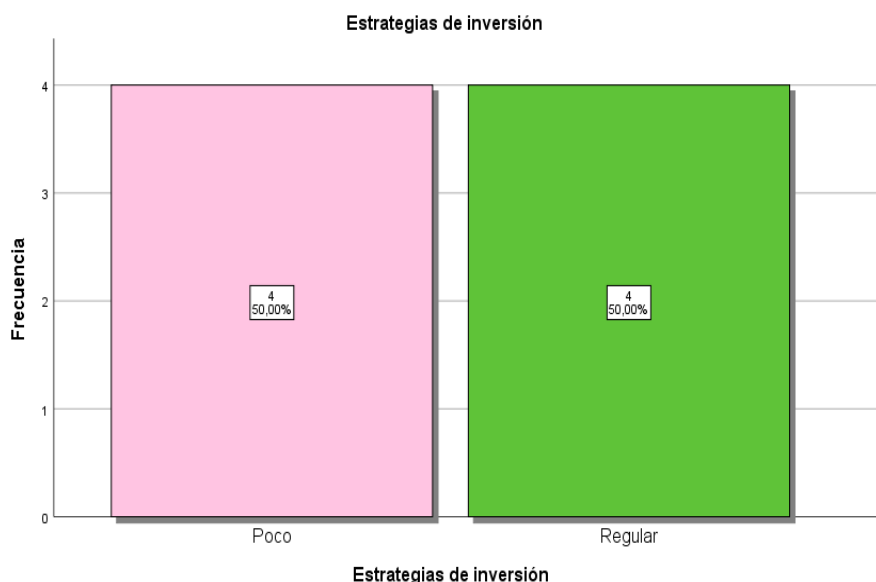
*Promedio de la dimensión estrategias de inversión*

		<b>Estrategias de inversión</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Poco	4	50,0	50,0	50,0
	Regular	4	50,0	50,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

**Interpretación:** De los 08 colaboradores encuestados, el 50,0% (04) mencionaron conocer poco; el 50,0% (04) mencionaron conocer regular. De lo vertido en la tabla 7, podemos mencionar que los encuestados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo mencionaron tener un conocimiento regular sobre las estrategias de inversión con respecto a la captación de clientes.

Gráfico 2  
Promedio de la dimensión estrategias de inversión



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

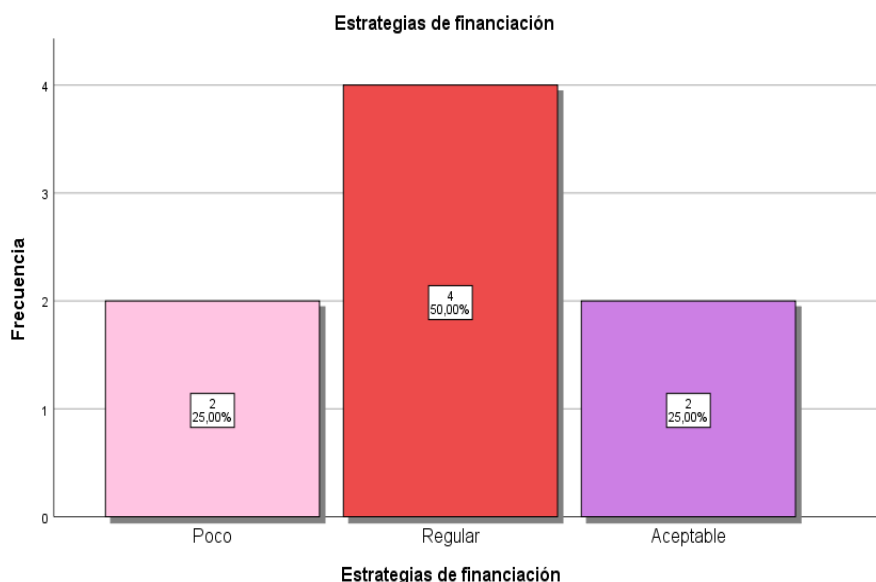
Tabla 8  
Promedio de la dimensión estrategias de financiación

		Estrategias de financiación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	2	25,0	25,0	25,0
	Regular	4	50,0	50,0	75,0
	Aceptable	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

**Interpretación:** De acuerdo a los 08 colaboradores encuestados, el 25,0% (02) manifestaron conocer poco; el 50,0% (04) manifestaron conocer regular. De lo vertido en la tabla 8, podemos mencionar que los encuestados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo mencionaron tener un conocimiento muy regular sobre las estrategias de financiación con respecto a la captación de clientes.

Gráfico 3  
Promedio de la dimensión estrategias de financiación



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

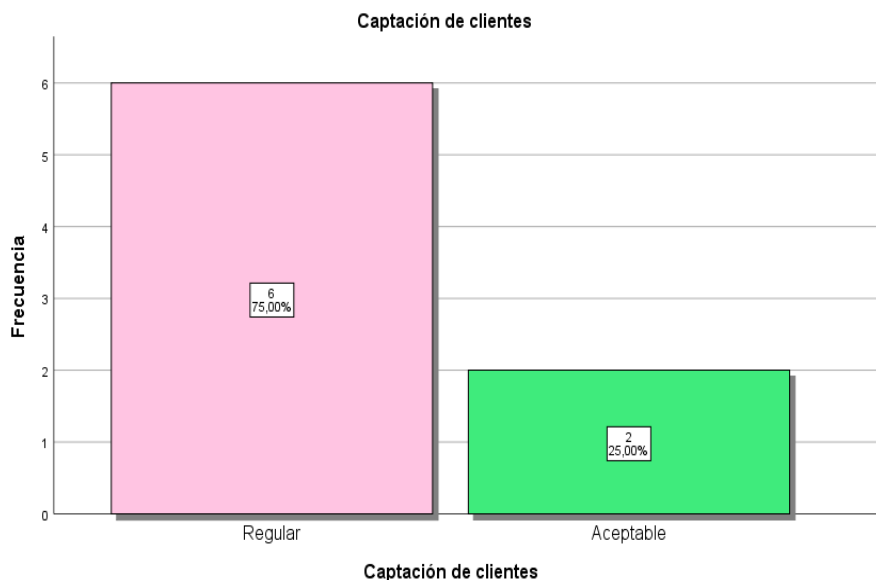
Tabla 9  
Promedio de la variable captación de clientes

		Captación de clientes			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	6	75,0	75,0	75,0
	Aceptable	2	25,0	25,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

**Interpretación:** De acuerdo de los 8 colaboradores los encuestados, el 75,0% (06) expresaron conocer poco; el 25,0% (02) expresaron conocer regular. De lo vertido en la tabla 9, podemos mencionar que los encuestados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo mencionaron tener un discernimiento muy regular sobre la captación de clientes con respecto a las estrategias financieras.

Gráfico 4  
Promedio de la variable captación de clientes



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

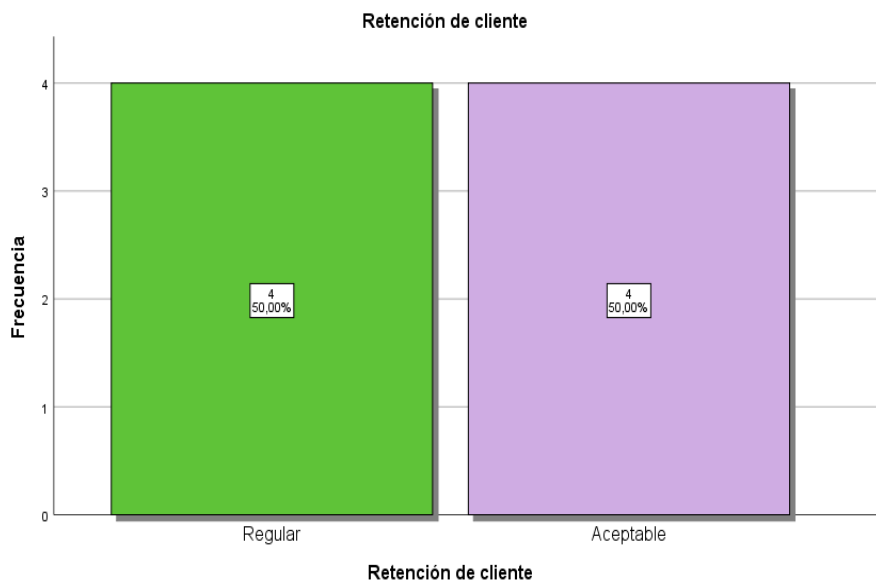
Tabla 10  
Promedio de la dimensión retención de cliente

		Retención de cliente			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	4	50,0	50,0	50,0
	Aceptable	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

**Interpretación:** De acuerdo de los 08 colaboradores encuestados, el 50,0% (04) revelaron conocer regular; el 50,0% (04) revelaron conocer de manera aceptable. Es así que los encuestados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo mencionaron tener un conocimiento aceptable sobre la retención de clientes con respecto a las estrategias financieras.

Gráfico 5  
Promedio de la dimensión retención de cliente



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

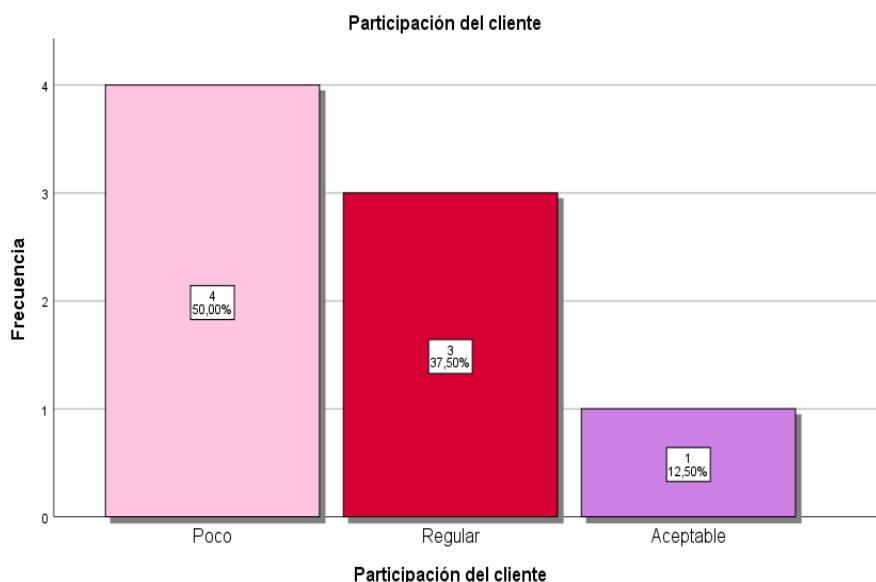
Tabla 11  
Promedio de la dimensión participación del cliente

	Participación del cliente			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	4	50,0	50,0	50,0
Regular	3	37,5	37,5	87,5
Aceptable	1	12,5	12,5	100,0
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

**Interpretación:** De acuerdo a los 08 trabajadores, el 50,0% (04) mostraron conocer poco; el 37,5% (03) mostraron conocer de manera regular. De lo vertido en la tabla 11, podemos mencionar que los encuestados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo mencionaron tener un poco conocimiento sobre la participación del cliente con respecto a las estrategias financieras.

Gráfico 6  
Promedio de la dimensión participación del cliente



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

## 5.2 Contrastación de hipótesis

Tabla 12  
Escala de correlación

-1	Relación negativa grande y perfecta
(-0,9 a -0,99)	Relación negativa muy alta
(-0,7 a -0,89)	Relación negativa alta
(-0,4 a -0,69)	Relación negativa moderada
(-0,2 a -0,39)	Relación negativa baja
(-0,01 a -0,19)	Relación negativa muy baja
0	Nula
(0,0 a 0,19)	Relación positiva muy baja
(0,2 a 0,39)	Relación positiva baja
(0,4 a 0,69)	Relación positiva moderada
(0,7 a 0,89)	Relación positiva alta
(0,9 a 0,99)	Relación positiva muy alta
1	Relación positiva grande y perfecta

### 5.2.1 Hipótesis General

**H<sub>G</sub>:** “Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.



**H<sub>0</sub>:** “No Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.

**H<sub>0</sub>:**  $\rho=0$

**H<sub>1</sub>:** “Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.

**H<sub>0</sub>:**  $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 13

*Correlación entre las estrategias financieras y captación de clientes*

		Correlaciones	
		Estrategias financieras	Captación de clientes
Estrategias financieras	Correlación Rho de Spearman	1	,965**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	8	8
Captación de clientes	Correlación de Pearson	,965**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	8	8

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

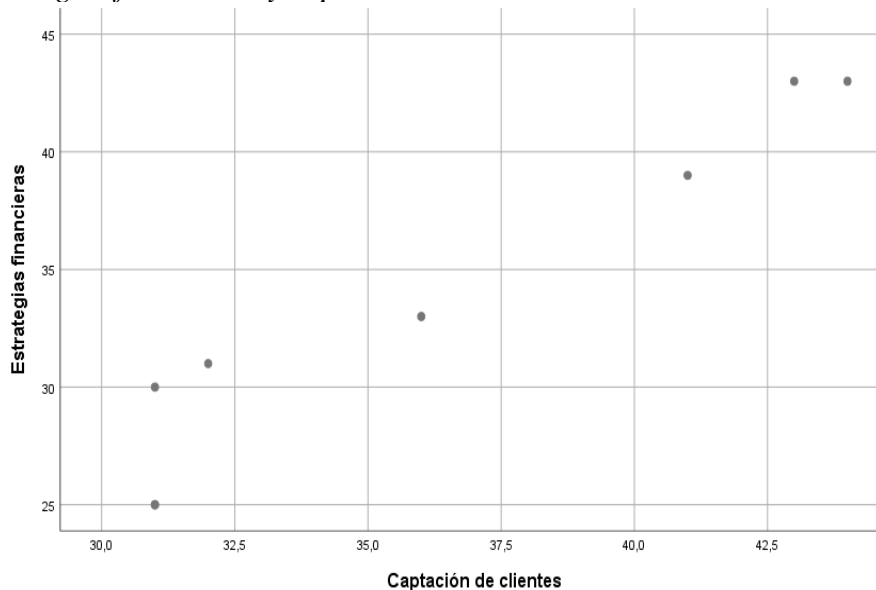
Fuente: Elaboración propia SPSS25

Fuente: Elaboración propia SPSS25

**Interpretación:** Dado que  $\rho = 0.000 < 0,05$  rechazar  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ : Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019. Por consiguiente, se observa una correlación positiva muy con un “r” = 0,965, lo cual nos permite aseverar que, a mayores estrategias financieras, mayor será la captación de clientes.

Gráfico 7

*Dispersión estrategias financieras y captación de clientes*



Fuente: Elaboración propia SPSS25

## 5.2.2 Hipótesis Específicas

### Hipótesis Específica 1

**H<sub>G</sub>:** “Existe relación directa entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.

**H<sub>0</sub>:** “No Existe relación directa entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.

**H<sub>0</sub>:**  $\rho=0$

**H<sub>1</sub>:** “Existe relación directa entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.

**H<sub>0</sub>:**  $\rho \neq 0$

“Nivel de significación = 0.05”

Tabla 14

*Correlación entre las estrategias de inversión y la captación de clientes*

Correlaciones		Estrategias de inversión	Captación de clientes
Estrategias de inversión	Correlación Rho de Spearman	1	,985**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	8	8
Captación de clientes	Correlación de Pearson	,985**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	8	8

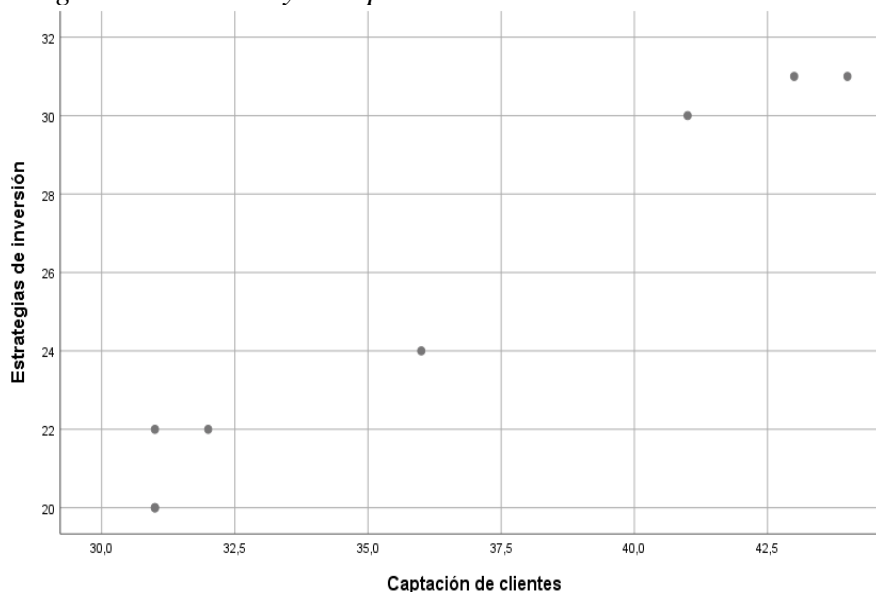
\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia SPSS25

**Interpretación:** Dado que  $p = 0.000 < 0,05$  rechazamos  $H_0$  y se acepta  $H_1$ , existe relación entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de Ahorro y Créditos Huancayo. Seguidamente, se observa una correlación positiva muy alta de un “r” 0,985, lo que nos permite aseverar que, al realizar buenas estrategias de inversión dentro de la organización, existirá mayor captación de clientes lo cual beneficiará a la Caja Municipal.

Gráfico 8

*Dispersión estrategias de inversión y la captación de clientes*



Fuente: Elaboración propia SPSS25

### Hipótesis Específica 2

**H<sub>G</sub>:** “Existe relación directa entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.

**H<sub>0</sub>:** “No Existe relación directa entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”.

**H<sub>0</sub>:**  $\rho=0$

**H<sub>1</sub>:** “Existe relación directa entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019”

**H<sub>0</sub>:**  $\rho \neq 0$

“Nivel de significación 0.05”

Tabla 15

*Correlación entre la las estrategias de financiación y la captación de clientes*

		Correlaciones	
		Estrategias de financiación	Captación de clientes
Estrategias de financiación	Correlación Rho de Spearman	1	,846**
	Sig. (bilateral)		,008
	N	8	8
Captación de clientes	Correlación de Pearson	,846**	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	8	8

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

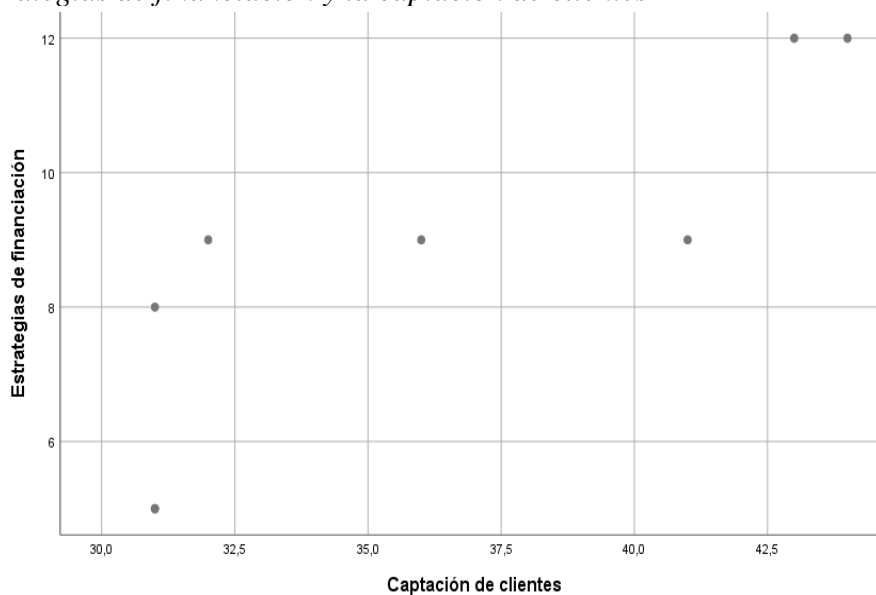
Fuente: Elaboración propia SPSS25

**Interpretación:** Dado que  $\rho = 0.000 < 0,05$  rechazar  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ : Existe relación directa entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y

crédito Huancayo 2019. Consiguientemente se observa una correlación positiva muy alta de un “r” = 0,846, lo que nos permite aseverar que, cuando se realice estrategias de financiación, entonces existirá una captación de clientes.

Gráfico 9

*Dispersión estrategias de financiación y la captación de clientes*



Fuente: Elaboración propia SPSS25

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se ha demostrado con nuestra investigación que la práctica de las estrategias financieras mejorara la captación de clientes en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo.

Luego de haber llevado a cabo el trabajo de campo en la realidad problemática se ha comprobado, que, durante la encuesta, los colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo, tienen un conocimiento regular sobre las estrategias financieras y la captación de clientes; es por ello que, no se cumple con el objetivo de la gestión financiera, la cual es la maximización del beneficio de los accionistas, de ello mencionamos que no se cumplen con las metas de la organización, Sin embargo, la captación de clientes va asociada a la estrategias financieras; es por ello que, en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo, no se está tomando en cuenta la captación de clientes que es lo fundamental para tener más rentabilidad y credibilidad en el mercado laboral.

De acuerdo a estos planteamientos se ha formulado el problema ¿Qué relación existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019?..

Los antecedentes encontrados están en relación con el objeto de estudio a nivel nacional, encontramos a (Zamaeta, 2019) quien sustentó en la Universidad Señor de Sipán la tesis titulada: ***“Estrategias financieras para reducir el índice de morosidad en la institución educativa particular virgen del carmen – Chiclayo – 2017”***. Quien concluye que, las estrategias financieras para reducir el índice de morosidad en la institución, deben ser invertidos en otros proyectos

educativos; es por ello que se asocia con nuestra investigación. A nivel internacional encontramos a (Contreras, 2016) quien sustentó en la Universidad Estatal de Milagro la tesis titulada: ***“Estrategias de marketing y la captación de clientes en la pañalera pototin del cantón naranjito 2016 – 2017”***. Quien concluye que, el factor que mueve el mercado son las estrategias financieras basados en la captación de clientes y esto asegura mayor oferta y demanda.

El objetivo de nuestra investigación fue: determinar la relación que existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la Caja municipal de Ahorro y Crédito Huancayo. Mediante el estadístico  $r$  de Pearson se demostró la relación entre las variables, el cual nos arrojó una correlación positiva muy alta de  $r = 0,965$ , lo cual nos permite aseverar que, a mayores estrategias financieras, mayor será la captación de clientes.

En concordancia a la variable 1, los resultados que arrojaron según la tabla 6 y el gráfico 1, en donde se evidencia que, de los 08 trabajadores encuestados, el 25,0% (02) mencionaron conocer poco; el 50,0% (04) mencionaron conocer regular; el 50,0% (04) mencionaron conocer regular y el 25,0% (02) manifestaron conocer aceptablemente. De lo vertido en la tabla 6, podemos mencionar que los encuestados de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo mencionaron tener un conocimiento regular sobre las estrategias financieras con respecto a la captación de clientes.

De acuerdo a la variable 2, la tabla N° 9 nos muestra que, los ocho encuestados seis de ellos manifestaron conocer poco. Dejando evidenciado que los colaboradores de la entidad estudiada

desconocen sobre la adecuada capacitación de los clientes y de las estrategias que se deben de empear para solucionar el problema.

Por último, somos de la opinión que la presente contribuirá a futuros investigadores contables.



## CONCLUSIONES

1. Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019. Consiguientemente se observa una correlación positiva muy alta con un “ $r$ ” = 0,965, lo cual nos permite aseverar que, a mayores estrategias financieras, mayor será la captación de clientes.
2. Existe relación directa entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019. Seguidamente se observa una correlación positiva muy alta de un “ $r$ ” = 0,985, lo cual nos permite mencionar que, al realizar buenas estrategias de inversión, entonces existirá más captación de clientes.
3. Existe relación directa entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019. Por consiguiente, se observa una correlación positiva muy alta con un “ $r$ ” = 0,846, lo que nos permite aseverar que, Cuando se realice una estrategia de financiación, entonces existirá una captación de clientes.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo, implementar una estrategia de gestión financiera adecuada con el fin de cumplir dichos objetivos de la organización.
2. Se recomienda a la alta gerencia realizar un enfoque ajustado al interés de los clientes, y así podrán determinar diversos factores para la captación de clientes.
3. Se recomienda a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo, tomar decisiones financieras más eficientes, delimitar las necesidades de financiación; y de esta manera se obtendrá más rentabilidad, oferta y demanda.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (APA)

- Contreras. (2016). *ESTRATEGIAS DE MARKETING Y LA CAPTACIÓN DE CLIENTES EN LA PAÑALERA POTOTIN DEL CANTÓN NARANJITO 2016—2017*. (Universidad Estatal de Milagro). Recuperado de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2825/1/ESTRATEGIAS%20DE%20MARKETING%20Y%20LA%20CAPTACI%C3%93N%20DE%20CLIENTES%20EN%20LA%20PA%C3%91ALERA%20POTOTIN%20DEL%20CANT%C3%93N%20NARANJITO%202016%20-%202017..pdf>
- Flores, N. (2015). *ESTRATEGIAS FINANCIERAS APLICADAS AL PROCESO DE SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO DE LAS PYME DEL SECTOR COMERCIO DEL MUNICIPIO SANTIAGO MARIÑO DEL ESTADO ARAGUA* (Universidad de Carabobo). Recuperado de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2536/Maestr%C3%ADa%20Nancy%20Flores.pdf?sequence=1>
- Gómez, R., Claudia. (2011). *Retencion de clientes*.
- Jorge, A., Eduardo. (2018). Gestión de la participación del cliente. *Biblioteca virtual de economia y ciencias sociales*.
- Navarrete, A. (2017). *ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL*. (Universidad de Carabobo). Recuperado de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/4807/anavarrete.pdf?sequence=1>
- Ramírez, D., Luis F. (2018). Estrategia financiera en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Politecnica*.

- Rojas, I., Carmen C. (2017). “*ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y SU EFECTO EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA EDITORIAL GRAFICA OFFSET ACACIA S.A.C., EN EL PERIODO 2016*” (Universidad Privada del Norte). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12514/ROJAS%20INOCENCIO%20CARMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, C. H., & Reyes, M. C. (2009). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica* (Cuarta). Lima: Visión Universitaria.
- Sevilla. (2018). *Nuevo libro sobre Captación y fidelización de clientela.*
- Vásquez, E., José M. (2017). *Calidad de atención como estrategia para la captación de clientes en el Banco de la Nación de Huamachuco, La Libertad, 2017* (Universidad César Vallejo). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16930/V%C3%A1squez\\_EJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16930/V%C3%A1squez_EJM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Zamaeta, H., Segundo R. (2019). *ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA REDUCIR EL ÍNDICE DE MOROSIDAD EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR VIRGEN DEL CARMEN – CHICLAYO – 2017* (Universidad Señor de Sipán). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5880/Zumaeta%20Huillca%20Segundo%20Roberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## Anexos

- Anexo N° 01: Matriz de consistencia.
- Anexo N° 02: Matriz de operacionalización de variables
- Anexo N° 03: Matriz de operacionalización del instrumento
- Anexo N° 04: Instrumento de investigación y consistencia de su aplicación
- Anexo N° 05: Confiabilidad valida del instrumento
- Anexo N° 06: La data del procesamiento de datos
- Anexo N° 07: Consentimiento informado
- Anexo N° 08: Fotos de la aplicación del instrumento

Anexo 1: Matriz de consistencia:

Problema General	Objetivo General:	Hipótesis General	VARIABLES E INDICADORES	MÉTODO
¿Qué relación existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019?	Determinar la relación que existe entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019	Existe relación directa entre las estrategias financieras y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019		<b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Método:</b> Científico <b>Tipo:</b> Aplicada <b>Nivel:</b> Correlacional <b>Diseño de la investigación:</b> No experimental
<b>problemas específicos:</b> ¿Qué relación existe entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019?	<b>objetivos específicos:</b> Determinar la relación que existe entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019	<b>hipótesis específicas:</b> Existe relación directa entre las estrategias de inversión y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019	<b>Variable X:</b> Estrategias financieras <b>Dimensiones:</b> X1: Estrategias de inversión X2: Estrategias de financiación <b>Variable Y:</b> Captación de clientes <b>Dimensiones:</b> Y1: Retención del cliente Y2: Participación del cliente	<b>Población</b> la población de la investigación estará conformada por 08 estudios contables de la provincia de Huancayo <b>Muestra</b> De tipo no probalístico por conveniencia, el cual será el total de la población.
¿Qué relación existe entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019?	Determinar la relación que existe entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019	Existe relación directa entre las estrategias de financiación y la captación de clientes en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019		<b>las técnicas de recolección de datos</b> siguientes encuestas; toma de información y análisis documental.

				los instrumentos para la recolección de datos que se utilizarán serán los siguientes cuestionarios, fichas bibliográficas y guías de análisis.
--	--	--	--	--

## Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable X:</b> <b>Estrategias financieras</b>	(Ramírez, 2018) refiere que “una estrategia financiera está comprendida en la gestión estratégica y en la planificación de la empresa, orientada a la obtención de recursos para financiar las operaciones del negocio que se alinean los objetivos previstos en los diferentes plazos”.	<b>X1:</b> <b>Estrategias de inversión</b> Establecen normas para la selección de posibles inversiones con diversificación de riesgos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas</li> <li>• Inversiones</li> <li>• Riesgos</li> </ul>	Ordinal
		<b>X2:</b> <b>Estrategias de financiación</b> Establecen las fuentes de recursos financieros de forma estructurada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos financieros</li> </ul>	



<b>Variable Y: Captación de clientes</b>	Según (Sevilla, 2018), asegura que la “captación de clientes, es el intento de aumentar las ventas y beneficios empleando un tiempo y recursos considerables para lograr nuevos clientes”.	<b>Y1: Retención del cliente</b> Retención de clientes es la actividad que las organizaciones de ventas llevan a cabo con el fin de reducir la pérdida de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas</li> <li>• Pérdida de clientes</li> </ul>	Ordinal
		<b>Y2: Participación del cliente</b> La participación del cliente en la realización del servicio tiene una justificación económica (en alguna medida abarata los costos, ya que “se hace trabajar al cliente” en un tipo de actividad donde los gastos de personal suelen representar aproximadamente el 50% de la cuenta de explotación).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Justificación económica</li> <li>• Gastos de personal</li> </ul>	

**Anexo 3:** Matriz de operacionalización del instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Escala De Likert	Nº
<b>Variable X. Estrategias financieras</b>	X1. Estrategias de inversión	Normas	¿La caja municipal de ahorro y crédito donde Ud. labora realiza estrategias financieras?	1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Aceptable 5. Totalmente	1
			¿Cree Ud. que el análisis estratégico permite determinar estrategias que conllevan al crecimiento de la caja municipal?		2
			¿Ud., conoce en que consiste efectuar un análisis estratégico?		3
		Inversiones	¿Considera que la utilización de estrategias ayude en la rentabilidad de caja Huancayo?		4
			¿Conoce Ud., sobre los tipos de estrategias financieras?		5
			¿Sabe Ud., como se determinan los indicadores financieros?		6
		Riesgo	¿Cree Ud. que la implementación de estrategias de inversión pueda acarrear algún riesgo?		7
			¿Considera que el análisis estratégico permite determinar las estrategias que conlleven el crecimiento de la caja Huancayo?		8
			¿En su opinión la caja Huancayo maneja como parte de la gestión a los indicadores financieros?		9
	X2. Estrategias de financiación	Recursos financieros	¿Considera que una estrategia de financiación permite evaluar el rendimiento del patrimonio?		10

			¿Considera que el análisis financiero incrementara el rendimiento de la caja municipal?		11
			¿Considera Ud., que los indicadores financieros permiten medir el comportamiento patrimonial?		12

Variables	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Escala De Likert	Nº
<b>Variable Y. Captación de clientes</b>	Y1: Retención de cliente	Ventas	¿Se trata cordialmente a los clientes, mostrando cortesía en la interrelación de trabajadores y clientes?	1. Nada 2. Poco 3. Regular 4. Aceptable 5. Totalmente	1
			¿Sabe Ud., si los clientes se sienten satisfechos con los beneficios que le ofrece la caja municipal de Ahorro y Crédito?		2
			¿Esta Ud., de acuerdo que un cliente satisfecho traerá potenciales clientes?		3
		Pérdida de clientes	¿Se tiene consideración a los clientes por razones de edad y discapacidad?		4
			¿Cree Ud., que la pérdida de clientes tenga que ver mucho por la atención de los analistas de crédito?		5
			¿Sabe Ud., en que consiste la retención de clientes?		6
	Y2:	Justificación económica	¿Existe calidad humana en todos y cada uno de las autoridades funcionarios y trabajos del banco?		7

	Participación del cliente		¿Sabe Ud., lo importante que es la participación de los clientes en la caja municipal?	8
			¿Sabe Ud., si los clientes morosos realizan una justificación económica?	9
		Gastos de personal	¿Se mejora el entrenamiento laboral de, los empleados dentro del lugar de trabajo?	10
			¿Cree Ud., que los gastos personales de los analistas por traer nuevos clientes sean recompensados?	11
			¿Asu parecer los interesados por la participación del cliente realizan estrategias financieras?	12

## Anexo 4: El instrumento de investigación: Variable estrategias financieras

### I. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- “El cuestionario es anónima y confidencial”.
- “Es importante que se responda franca y honesta”.
- “Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente”.
- “El cuestionario debe ser llenado con un lapicero”.
- “Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas”.
- “Asegúrese de responder todas las preguntas”.
- “Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema”.

Nº	Preguntas	Totalmente	Acceptablemente	Regular	Poco	Nada
<b>Estrategias de inversión</b>						
01	¿La caja municipal de ahorro y crédito donde Ud. labora realiza estrategias financieras?					
02	¿Cree Ud. que el análisis estratégico permite determinar estrategias que conllevan al crecimiento de la caja municipal?					
03	¿Ud., conoce en que consiste efectuar un análisis estratégico?					
04	¿Considera que la utilización de estrategias ayude en la rentabilidad de caja Huancayo?					

05	¿Conoce Ud., sobre los tipos de estrategias financieras?				
06	¿Sabe Ud., como se determinan los indicadores financieros?				
07	¿Cree Ud. que la implementación de estrategias de inversión pueda acarrear algún riesgo?				
08	¿Considera que el análisis estratégico permite determinar las estrategias que conlleven el crecimiento de la caja Huancayo?				
09	¿En su opinión la caja Huancayo maneja como parte de la gestión a los indicadores financieros?				
<b>Estrategias de financiación</b>					
10	¿Considera que una estrategia de financiación permite evaluar el rendimiento del patrimonio?				
11	¿Considera que el análisis financiero incrementara el rendimiento de la caja municipal?				
12	¿Considera Ud., que los indicadores financieros permiten medir el comportamiento patrimonial?				

Instrumentos de investigación: **Variable captación de clientes**

## I. INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- “El cuestionario es anónima y confidencial”.
- “Es importante que se responda franca y honesta”.
- “Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente”.
- “El cuestionario debe ser llenado con un lapicero”.
- “Tener en cuenta que se tienen una sola opción para marcar por cada una de las preguntas”.
- “Asegúrese de responder todas las preguntas”.
- “Responder en alguna de las opciones que se presentan, marcando con una equis (X) en el enunciado que indique lo que usted percibe del tema”.

Nº	Preguntas	Totalmente	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
<b>Retención de clientes</b>						
01	¿Se trata cordialmente a los clientes, mostrando cortesía en la interrelación de trabajadores y clientes?					
02	¿Sabe Ud., si los clientes se sienten satisfechos con los beneficios que le ofrece la caja municipal de Ahorro y Crédito?					
03	¿Esta Ud., de acuerdo que un cliente satisfecho traerá potenciales clientes?					
04	¿Se tiene consideración a los clientes por razones de edad y discapacidad?					

05	¿Cree Ud., que la pérdida de clientes tenga que ver mucho por la atención de los analistas de crédito?					
06	¿Sabe Ud., en que consiste la retención de clientes?					
<b>Participación del cliente</b>						
07	¿Existe calidad humana en todos y cada uno de las autoridades funcionarios y trabajos del banco?					
08	¿Sabe Ud., lo importante que es la participación de los clientes en la caja municipal?					
09	¿Sabe Ud., si los clientes morosos realizan una justificación económica?					
10	¿Se mejora el entrenamiento laboral de, los empleados dentro del lugar de trabajo?					
11	¿Cree Ud., que los gastos personales de los analistas por traer nuevos clientes sean recompensados?					
12	¿Asu parecer los interesados por la participación del cliente realizan estrategias financieras?					



## Anexo 5: Confiabilidad valida del instrumento

**Confiabilidad:** Se realizó mediante la prueba del estadístico *Alfa de Cronbach* que arrojo un

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,971	12

Fuente: Elaboración propia SPSS25

valor de 97.1% es decir que nuestro instrumento es muy confiable.

Estadísticas de fiabilidad captación del cliente

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,976	12

Fuente: Elaboración propia SPSS25

**Validez:** La validez fue determinada por el juicio de expertos el cual se acompaña en el anexo N° 5 de la presente.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:  
ESTRATEGIAS FINANCIERAS**

N°	Dimensiones/Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Estrategias de inversión</b>								
01	¿La caja municipal de ahorro y crédito donde Ud. labora realiza estrategias financieras?	X		X		X		
02	¿Cree Ud. que el análisis estratégico permite determinar estrategias que conllevan al crecimiento de la caja municipal?	X		X		X		
03	¿Considera que la utilización de estrategias ayude en la rentabilidad de caja Huancayo?	X		X		X		
04	¿Cree Ud. que la implementación de estrategias de inversión pueda acarrear algún riesgo?	X		X		X		
<b>Estrategias de financiación</b>								
05	¿Considera que una estrategia de financiación permite evaluar el rendimiento del patrimonio?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opción de aplicabilidad: Aplicable ( X ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez Validador**

... CPC. AVILA ZANABRIA PERCY TITO .....DNI...42065104....

<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup> **Claridad:** Se enriende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo.....20 .. de ...marzo...de 2021



CPC. PERCY TITO AVILA ZANABRIA

Firma del experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:  
CAPTACIÓN DE CLIENTES**

N°	Preguntas	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Retención de cliente</b>								
01	¿Se trata cordialmente a los clientes, mostrando cortesía en la interrelación de trabajadores y clientes?	X		X		X		
02	¿Se tiene consideración a los clientes por razones de edad y discapacidad?	X		X		X		
<b>Participación del cliente</b>								
03	¿Existe calidad humana en todos y cada uno de las autoridades funcionarios y trabajos del banco?	X		X		X		
04	¿Se mejora el entrenamiento laboral de los empleos dentro del lugar de trabajo?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opción de aplicabilidad: Aplicable ( ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez Validador**

... CPC. AVILA ZANABRIA PERCY TITO .....DNI...42065104....

<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup> **Claridad:** Se enriende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo.....20 .. de ...marzo...de 2021



CPC. PERCY TITO AVILA ZANABRIA

Firma del experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:  
ESTRATEGIAS FINANCIERAS**

N°	Dimensiones/Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Estrategias de inversión</b>								
01	¿La caja municipal de ahorro y crédito donde Ud. labora realiza estrategias financieras?	X		X		X		
02	¿Cree Ud. que el análisis estratégico permite determinar estrategias que conllevan al crecimiento de la caja municipal?	X		X		X		
03	¿Considera que la utilización de estrategias ayude en la rentabilidad de caja Huancayo?	X		X		X		
04	¿Cree Ud. que la implementación de estrategias de inversión pueda acarrear algún riesgo?	X		X		X		
<b>Estrategias de financiación</b>								
05	¿Considera que una estrategia de financiación permite evaluar el rendimiento del patrimonio?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opción de aplicabilidad: Aplicable ( X ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez Validador**

... MTRO. ROJAS BALVIN PERCY .....DNI.20004607..

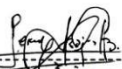
<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup> **Claridad:** Se entiende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo.....15 .. de ...marzo...de 2021

  
 -----  
 MTRO. PERCY ROJAS BALVIN  
 -----  
 Firma del experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:  
CAPTACIÓN DE CLIENTES**

N°	Preguntas	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Retención de cliente</b>								
01	¿Se trata cordialmente a los clientes, mostrando cortesía en la interrelación de trabajadores y clientes?	X		X		X		
02	¿Se tiene consideración a los clientes por razones de edad y discapacidad?	X		X		X		
<b>Participación del cliente</b>								
03	¿Existe calidad humana en todos y cada uno de las autoridades funcionarios y trabajos del banco?	X		X		X		
04	¿Se mejora el entrenamiento laboral de los empleos dentro del lugar de trabajo?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opción de aplicabilidad: Aplicable ( ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez Validador**

... MTRO. ROJAS BALVIN PERCY .....DNI.20004607..


<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup> **Claridad:** Se eniende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo.....15 .. de ...marzo...de 2021

  
 -----  
 MTRO. PERCY ROJAS BALVIN  
 -----  
 Firma del experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:  
ESTRATEGIAS FINANCIERAS**

N°	Dimensiones/Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Estrategias de inversión</b>								
01	¿La caja municipal de ahorro y crédito donde Ud. labora realiza estrategias financieras?	X		X		X		
02	¿Cree Ud. que el análisis estratégico permite determinar estrategias que conllevan al crecimiento de la caja municipal?	X		X		X		
03	¿Considera que la utilización de estrategias ayude en la rentabilidad de caja Huancayo?	X		X		X		
04	¿Cree Ud. que la implementación de estrategias de inversión pueda acarrear algún riesgo?	X		X		X		
<b>Estrategias de financiación</b>								
05	¿Considera que una estrategia de financiación permite evaluar el rendimiento del patrimonio?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opción de aplicabilidad: Aplicable ( ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez Validador**

.....CPC. LUIS ENRIQUE ESPINOZA QUISPE.....DNI.... 43530814...

<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup> **Claridad:** Se eniende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo.....22..... de .....marzo..... de 2021



ESPINOZA QUISPE LUIS ENRIQUE

Firma del experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:  
CAPTACIÓN DE CLIENTES**

N°	Preguntas	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Retención de cliente</b>								
01	¿Se trata cordialmente a los clientes, mostrando cortesía en la interrelación de trabajadores y clientes?	X		X		X		
02	¿Se tiene consideración a los clientes por razones de edad y discapacidad?	X		X		X		
<b>Participación del cliente</b>								
03	¿Existe calidad humana en todos y cada uno de las autoridades funcionarios y trabajos del banco?	X		X		X		
04	¿Se mejora el entrenamiento laboral de los empleos dentro del lugar de trabajo?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opción de aplicabilidad: Aplicable ( ) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Apellidos y nombres del Juez Validador**

.....CPC. LUIS ENRIQUE ESPINOZA QUISPE.....DNI.... 43530814...

<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

<sup>3</sup> **Claridad:** Se eniende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo.....22..... de .....marzo..... de 2021



ESPINOZA QUISPE LUIS ENRIQUE

Firma del experto

## Anexo 6: La data del procesamiento de datos

Muestra	Estrategias financieras												SUMA Total
	D1 Estrategias de inversión									D2 Estrategias de financiación			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	1	1	2	3	2	3	1	4	3	1	2	2	25
2	1	1	2	3	2	3	1	4	3	1	2	2	25
3	2	2	2	3	2	3	1	4	3	3	3	2	30
4	2	2	2	3	2	3	1	4	3	3	3	3	31
5	2	2	3	4	2	3	1	4	3	3	3	3	33
6	3	3	3	4	2	4	2	5	4	3	3	3	39
7	3	3	3	4	3	4	2	5	4	4	4	4	43
8	3	3	3	4	3	4	2	5	4	4	4	4	43

Muestra	Captación de clientes												SUMA Total
	D1 Retención de cliente						D2 Participación del cliente						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	3	1	31
2	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	3	1	31
3	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	3	1	31
4	2	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	1	32
5	3	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	36
6	3	3	5	4	4	3	4	3	3	3	4	2	41
7	3	3	5	5	4	3	4	4	3	3	4	2	43
8	3	3	5	5	4	3	4	4	3	3	4	3	44



## Anexo 7: Consentimiento informado

"Año de la Universalización de la Salud"

**SOLICITO: CONSENTIMIENTO INFORMADO  
PARA EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACION  
" ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y CAPTACION  
DE CLIENTES EN LA CAJA MUNICIPAL DE  
AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO 2019"**

Sr. MONTANO LOBATON CRISTHIAN  
Administrador de la Caja Municipal De Ahorro Y Crédito De Huancayo s.a.  
Agencia Brava Terreros - Chupaca

Por medio del presente los solicitantes **Bach. Garay Buendia Ezlím Manuel** y **Bach. Tovar Astete Gianella Milagros**, egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela Académica Profesional de Contabilidad y Finanzas, de la Universidad Peruana Los Andes - UPLA, ante usted nos presentamos muy respetuosamente para solicitar **AUTORIZACIÓN** para el consentimiento informado para el desarrollo de la investigación "Estrategias financieras y captación de clientes en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo 2019", mediante aplicación de encuestas, evidencias (fotografías y otros), respectivamente.

Seguros de su amable aceptación agradeceré ordene a quien corresponde por ser nuestra petición de justicia social.

Chupaca, 03 de noviembre del 2020

Atentamente,

  
Bach. Garay Buendia Ezlím Manuel  
DNI N° 446369427

  
Bach. Tovar Astete Gianella Milagros  
DNI N° 70322385

  
Sr. Montano Lobaton  
Administrador  
Caja Municipal de Ahorro y Crédito  
Huancayo S.A.  
Recibido confirmación  
03-11-20



**Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento**

