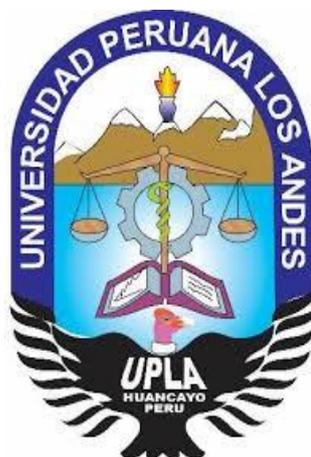


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

Educación Financiera y Toma de Decisiones en la Industria del Network Marketing del Distrito de Huancayo, 2020

Para Optar : Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor : Bach. Jimenez Taipe Anyela Magaly

Asesor : Dr. López Quilca Fredy Jesús

Línea de Investigación

Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y

Culminación : 24.04.2021 – 23.04.2022

Huancayo – Perú
2022

Hoja de aprobación de jurados

TESIS

Educación financiera y toma de decisiones en la industria del
Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020

PRESENTADA POR:

Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe

**PARA OPTAR EL TITULO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

PRESIDENTE : _____

PRIMER MIEMBRO : _____

SEGUNDO MIEMBRO : _____

TERCER MIEMBRO : _____

Huancayo,de.....del 2021

Falsa portada

Asesor

Dr. Fredy Jesús López Quilca

Dedicatoria:

A mis padres, por haberme forjado como la persona que ahora soy; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que incluye este. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente a cumplir mis anhelos.

Anyela

Agradecimiento:

Especialmente a la casa de estudios que me acogió para poder fortalecer mi conocimiento en sus aulas, junto a sus maestros que son un ejemplo a seguir.

La autora

Contenido

Hoja de aprobación de jurados	ii
Falsa portada	iii
Asesor.....	iv
Dedicatoria:.....	v
Agradecimiento:.....	vi
Contenido.....	vii
Contenido de tablas.....	xi
Contenido de gráficos	xii
Resumen.....	xiii
Palabras clave: gestión administrativa y calidad de servicio	xiii
Abstract	xiv
Introducción	xv

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Delimitación del problema	18
1.2.1. Delimitación Espacial.....	18
1.2.2 Delimitación Temporal.....	19
1.2.3 Delimitación Conceptual o Temática:	19
1.3. Formulación del Problema	19
1.3.1. Problema General	19
1.3.2. Problemas (s) Específico (s).....	19
1.4. Justificación.....	20

1.4.1. Justificación Social	20
1.4.2. Justificación Teórica.....	20
1.4.3. Justificación Metodológica.....	20
1.5. Objetivos.....	21
1.5.1. Objetivo General.....	21
1.5.2. Objetivo (s) Específico (s).....	21

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)	22
2.1.1 A nivel internacional.....	22
2.1.2 A nivel local y nacional	24
2.2 Bases teóricas	27
2.2.1 Variable V1: Educación financiera.....	27
2.2.2 Variable 2. Toma de decisiones.....	28
2.3 Marco conceptual (de las variables y dimensiones)	29

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general	31
3.2 Hipótesis (s) específica (s).....	31
3.3 Variables (definición conceptual y operacionalización)	31
3.3.1 Operacionalización de las variables:	32

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de la investigación.....	34
4.2 Tipo de la investigación.....	34
4.3 Nivel de investigación.....	34
4.4 Diseño de investigación.....	34
4.5 Población y muestra.....	35
4.5.1 Población.....	35
4.5.2 Muestra.....	36
4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	36
4.6.1 Técnicas de Recolección de Datos.....	36
4.6.2 Instrumentos de recolección de datos.....	36
4.6.3 Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.....	36
4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	38
4.8 Aspectos éticos.....	38
CAPITULO V	
RESULTADOS	
5.1 Descripción de resultados.....	39
5.1.2 Análisis de resultados.....	40
5.2 Contrastación de hipótesis.....	48
5.2.1 Hipótesis General.....	48
5.2.2 Hipótesis Especificas.....	50
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	56
CONCLUSIONES.....	59

RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
Anexos.....	64
Anexo N° 01: Matriz de Consistencia.....	65
Anexo N° 02: Matriz de operacionalización de las variables	67
Anexo N° 03: Matriz de operacionalización del instrumento.....	69
Anexo N° 04: El instrumento de investigación:.....	72
Anexo N° 05: Confiabilidad válida del instrumento.....	76
Anexo N° 06: La data del procesamiento de datos	83
Anexo N° 07: Consentimiento informado	84
Anexo N° 08: Fotos de la aplicación del instrumento	94

Contenido de tablas

Tabla 1 Relación de redes de mercadeo Network Marketing	35
Tabla 2 <i>Estadísticas de fiabilidad educación financiera</i>	37
Tabla 3 <i>Estadísticas de fiabilidad toma de decisiones</i>	37
Tabla 4 <i>Escala de Vellis</i>	37
Tabla 5 <i>Prueba de normalidad</i>	39
Tabla 6 <i>Promedio de la variable educación financiera</i>	40
Tabla 7 <i>Promedio de la dimensión planeación financiera</i>	41
Tabla 8 <i>Promedio de la dimensión administración financiera</i>	42
Tabla 9 <i>Promedio de la dimensión riesgo financiero</i>	43
Tabla 10 <i>Promedio de la variable toma de decisiones</i>	44
Tabla 11 <i>Promedio de la dimensión proceso grupal</i>	45
Tabla 12 <i>Promedio de la dimensión planeación</i>	46
Tabla 13 <i>Escala de correlación</i>	48
Tabla 14 <i>Correlación entre la educación financiera y toma de decisiones</i>	49
Tabla 15 <i>Correlación entre la planeación financiera y la toma de decisiones</i>	51
Tabla 16 <i>Correlación entre la administración financiera y la toma de decisiones</i>	53
Tabla 17 <i>Correlación entre los riesgos financieros y la toma de decisiones</i>	55

Contenido de gráficos

Gráfico 1 <i>Promedio de la variable educación financiera</i>	40
Gráfico 2 <i>Promedio de la dimensión planeación financiera</i>	41
Gráfico 3 <i>Promedio de la dimensión administración financiera</i>	42
Gráfico 4 <i>Promedio de la dimensión riesgo financiero</i>	43
Gráfico 5 <i>Promedio de la variable toma de decisiones</i>	44
Gráfico 6 <i>Promedio de la dimensión proceso grupal</i>	45
Gráfico 7 <i>Promedio de la dimensión planeación</i>	46
Gráfico 8 <i>Dispersión educación financiera y toma de decisiones</i>	50
Gráfico 9 <i>Dispersión planeación financiera y la toma de decisiones</i>	52
Gráfico 10 <i>Dispersión la administración financiera y la toma de decisiones</i>	54
Gráfico 11 <i>Dispersión los riesgos financieros y la toma de decisiones</i>	55

Resumen

La siguiente investigación titulada **“Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”**, tuvo como problema general, ¿Qué relación existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?, el objetivo general fue, determinar la relación que existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo 2020, En consecuencia, nuestra hipótesis de estudio fue, existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo 2020, la metodología empleada en la investigación fue de método científico, de tipo aplicada, de nivel correlacional, de diseño no experimental, nuestro sujeto de análisis fueron 20 socios de las distintas empresas de redes de mercadeo del distrito de Huancayo, para su prueba se utilizó el estadístico Rho de Spearman. Se llegó a la siguiente conclusión existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020. Consiguientemente se observa una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,982, asimismo, se recomienda fortalecer a mayor escala los programas de cultura financiera no solo avocándose en difundir temas relacionados a capacitaciones sino también a las finanzas de negocios personales

Palabras clave: Educación Financiera; Toma de decisiones

Abstract

The following investigation entitled "Financial education and decision-making in the Network Marketing industry of the district of Huancayo 2020", had as a general problem, what is the relationship between financial education and decision-making in the Network Marketing industry of the district? of Huancayo, 2020?, the general objective was to determine the relationship that exists between financial education and decision making in the Network Marketing industry of the district of Huancayo 2020, Consequently, our study hypothesis was, there is a direct relationship between financial education and decision making in the Network Marketing industry of the district of Huancayo 2020, the methodology used in the research was the scientific method, applied type, correlational level, non-experimental design, our subject of analysis was 20 network workers in the Huancayo district, Spearman's Rho statistic was used for their test. The following conclusion was reached, there is a direct relationship between financial education and decision making in the Network Marketing industry of the Huancayo district, 2020. Consequently, a very high positive correlation is observed with an "r" = 0.982, likewise, recommends strengthening financial culture programs on a larger scale, not only focusing on disseminating topics related to training but also to personal business finances.

Keywords: Financial Education; Decision making

Introducción

Actualmente todas las personas toman diariamente decisiones que afectan su presente y su futuro. La habilidad de toma de decisiones puede definirse como un proceso sistemático de elección entre un conjunto de alternativas con base en criterios específicos y en la información disponible. La toma de decisiones está estrechamente relacionada con otras habilidades, tales como el pensamiento crítico, la cooperación y la negociación.

Capítulo I: “Este capítulo trató la descripción de la realidad problemática, se identificaron los problemas generales y específicos, incluidos los objetivos generales y específicos. la motivación de la investigación (teórica, social y metodológica), es por eso que se realizó la investigación. Además, se implementó la delimitación espacial, temporal y temática. Finalmente, se discutieron las limitaciones del presente”.

Capítulo II: “Aquí se abordó el marco teórico, que abarca los conceptos de las variables de investigación y sus respectivas dimensiones. Primero, los antecedentes, es decir, la investigación realizada por otros investigadores relacionados con nuestra investigación, tanto a nivel internacional como nacional; La base teórica se abordó mediante el estudio de los conceptos de variables, establecidos por varios autores, que sirvieron de base para la construcción de nuestro instrumento de medición para confirmar nuestra hipótesis”.

Capítulo III: “En este capítulo se presenta la hipótesis general y específica de la investigación, así como también la operacionalización de variables”.

Capítulo IV: “Este capítulo presenta la metodología utilizada en la presente investigación, es decir, el método, tipo, nivel, diseño de la investigación, así como la población y técnicas de recolección de muestras y datos, instrumentos de recolección de datos (cuestionario), procedimiento de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos”.

Capítulo V: “Esta sección, basada en las ideas presentadas, presenta el análisis y la discusión de los resultados obtenidos, utilizando el software SPSS versión 25. En este sentido, este software estadístico confirma la confiabilidad y validez de nuestros instrumentos. de investigación (cuestionario). Finalmente, para probar nuestra hipótesis de investigación, se utilizaron las estadísticas de Pearson”.

La autora

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción de la realidad problemática

El problema de la investigación es la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, cabe precisar que la toma de decisiones viene a ser, Según (Amaya, 2015) el proceso mediante el cual se realiza una elección entre varias alternativas o formas de resolver diferentes situaciones. De esta manera la identificación del problema, los criterios de decisión, la selección de alternativas, no están siendo monitoreadas por la gerencia general, asimismo, el origen del problema y las alternativas de solución vienen siendo un problema que acarrea la industria del Network marketing.

Este hecho tal como lo referimos tiene situaciones que manifiestan que la toma de decisiones en la industria del Network marketing, obstaculiza las responsabilidades, tanto de los socios como del gerente, de esta manera no se llega a lograr los objetivos y metas que tiene la organización. Es así que nuestra investigación a determinado como causa principal el apego a los imperativos institucionales y sociales, la falta de tiempo, el tener ilusiones de grandeza seguido de la confusión de una adecuada educación financiera, la cual tiene como finalidad planear, elegir y mantener informado sobre los asuntos financieros de la organización, la cual repercute en la toma de decisiones que tiene la organización.

Dentro de las consecuencias de la mala toma de decisiones esta la confusión, la falta de dirección y la pérdida de capital económico, ya que, al no tener una adecuada educación financiera, tanto la organización y los socios se encuentra envuelta a caer en préstamos con tasas de interés abusivas, grandes cantidades de deudas, gastar más de lo debido, la cual reduce las posibilidades de encontrar una solución.

A nivel internacional nuestro problema también es abordado por (Torres, 2017) quien en su estudio manifiesta que el desconocimiento de las herramientas tecnológicas de la actualidad reduce la ventaja de incrementar la línea de negocio, puesto que los servicios adecuados pueden organizar y lograr los objetivos deseados.

En la actualidad muchas personas tienen la idea que la educación financiera es un tema complejo y que solo unos cuantos pueden comprender. Esta situación ha afectado en la toma de decisiones útiles y en la adecuada administración de sus recursos económicos. De hecho, el mundo de las finanzas en general, es considerado un tema inaccesible e incomprensible para la mayoría de la población, provocando que, de cierta forma las personas tomen decisiones económicas basadas en prueba y error. Es así que, en el mundo empresarial, la toma de decisiones son situaciones que a diario se deben enfrentar, independientemente de su naturaleza y objetivo. Es por ello que al tomar decisiones tienen en cuenta diversos factores, ya sean costos, estrategias, oportunidades y riesgos, dado que son criterios importantes para el decisor.

Es por ello que nuestra investigación toma a la educación financiera como fuente para mejorar la toma de decisiones dentro de la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo.

1.2. Delimitación del problema

Luego de haber descrito la problemática acerca de la educación financiera y la toma de decisiones, a continuación, con fines metodológicos, el estudio será delimitado, en los siguientes aspectos:

1.2.1. Delimitación Espacial

La investigación se realizó en el Distrito de Huancayo siendo objeto de estudio la industria del Network Marketing.

1.2.2 Delimitación Temporal

El tiempo que comprenderá el progreso de la investigación contendrá el año 2021.

1.2.3 Delimitación Conceptual o Temática:

Educación financiera

Según (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2005) “es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros” (p. 13).

Toma de decisiones

Según (Amaya, 2015) “La toma de decisiones es fundamental en cualquier actividad humana. Tomar una decisión acertada empieza con un proceso de razonamiento constante y focalizado, que puede incluir varias disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia y la lógica y la creatividad” (p.3).

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?

1.3.2. Problemas (s) Específico (s)

- a. ¿Qué relación existe entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?
- b. ¿Qué relación existe entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?

- c. ¿Qué relación existe entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación Social

Los principales beneficiarios del presente proyecto de investigación son las industrias del Network Marketing, así como también la población en general. Pues el trabajo permitirá adoptar las medidas correctivas necesarias que ayuden a la persona interesada que formar parte o que ya sea parte de esta industria, en incrementar sus conocimientos en educación financiera y procedimientos de toma de decisiones, de tal forma que se conozcan cuáles son los aspectos principales que esta industria tiene presente al momento de trabajar.

1.4.2. Justificación Teórica

Desde el punto de vista teórico, la presente investigación generó reflexión y discusión relacionadas sobre las variables educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing. Con los resultados se pudo generalizar la información el cual servirá de base para futuros estudios en la materia, basados en los resultados y las conclusiones que se han obtenido durante el proceso de investigación.

1.4.3. Justificación Metodológica

Para lograr el objetivo de estudio, se elaboraron dos instrumentos de medición: para la variable 1: Educación financiera, y para la variable 2: toma de decisiones. Estos instrumentos antes de su aplicación en la muestra poblacional, fueron puestos a consideración de tres expertos. Asimismo, pasaron la prueba estadística de confiabilidad

y validez. El resultado de la confiabilidad fue de 0,90 puntos así se determinó que el instrumento de medición fue de consistencia interna muy alta.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

1.5.2. Objetivo (s) Específico (s)

- a. Determinar la relación que existe entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.
- b. Determinar la relación que existe entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.
- c. Determinar la relación que existe entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)

2.1.1 A nivel internacional.

(Martínez, 2019) sustentó la tesis *“Evolución del Network marketing como estrategia de autoempleo en la ciudad de Santiago de Cali”* la siguiente investigación tuvo como objetivo: “Analizar la evolución del network marketing como estrategia de autoempleo en la ciudad de Santiago de Cali”, la metodología de la investigación fue “deductivo”, concluye que, “es así como el network marketing potencializa el emprendimiento que permite alcanzar una independencia financiera, y dentro de las opciones de los caleños para formar parte del network marketing”.

(Torres, 2017) sustentó la tesis *“Desarrollo De Prototipo Web De Sistema De Información Para La Industria De Network Marketing Como Estrategia En Reducir La Deserción Y Ampliar La Línea De Asociados”*, el objetivo general de la investigación fue, desarrollar un prototipo de sistema de información enfocado a la web como herramienta de negocio para la industria de Network Marketing que minimice la deserción de afiliados y amplíe la línea de negocio. La metodología empleada fue de método científico de tipo aplicada, concluye que, el desconocimiento de herramientas tecnológicas de la actualidad reduce la ventaja de incrementar la línea de negocio de los distribuidores multinivel, puesto que son servicios adecuados que pueden organizar a su equipo de trabajo, realizar un seguimiento oportuno de sus asociados, un seguimiento de capacitación y una organización de sus usuarios objetivos.

(Fernandéz, 2016) sustentó la tesis *“Análisis del estilo de liderazgo y cultura organizacional como factor influyente de éxito en las redes de mercadeo de Amway de Venezuela llc”*, para optar el grado de magíster en administración de empresas, la siguiente investigación tuvo como objetivo “Analizar el estilo de liderazgo y cultura organizacional como factor influyente de éxito en las redes de mercadeo de Amway de Venezuela LLC”. La población fue de “41 empresarios independientes en diferentes niveles de Amway”, concluye que; “los estilos de liderazgo que Amway de Venezuela LLC aplicados son el liderazgo transformacional y liderazgo transaccional, el cual se pudo identificar a través de la encuesta realizada a los empresarios independientes participantes mencionados en la muestra. De igual manera los tipos de cultura organizacional identificados fueron la cultura amistosa/ colaboradora y la cultura familiar. Todas las respuestas de la encuesta fueron analizadas a través de un programa estadístico donde se pudo obtener y observar de una mejor manera los estilos de liderazgo y tipos de cultura organizacional aplicados por la unidad de estudio”.

(Ruiz, 2016) sustentó la tesis *“Plan de negocios basado en redes de mercadeo”* la siguiente investigación tuvo como general “Proponer un plan de negocio basado en redes de mercadeo, que permita tener un negocio propio de baja inversión”. La metodología que se utilizó fue “de tipo cualitativo”, concluye que, “las redes de mercadeo se presentan como la opción más económica para tener un negocio propio, la cual permite generar un ingreso extra en una familia o simplemente ser el principal ingreso de ésta. Las personas que ya desarrollan este negocio, pueden brindar oportunidades a otros a través de la venta directa o formando equipos de trabajo”.

(Ayala, 2015) sustentó la tesis *“Comercialización de productos colombianos utilizando network marketing”* la siguiente investigación tuvo como objetivo general: “Desarrollar un estudio del marco teórico para el estudio, conocimiento, desarrollo y fácil aplicación del Network Marketing o Mercadeo Multinivel (MLM), como una nueva alternativa y estrategia de mercadeo a utilizar en industria colombiana”, concluye que, “las redes de mercadeo se convierten en una alternativa viable para las empresas colombianas que quieran crecer sus ingresos en el mercado nacional y global, para que esto se haga una realidad se requiere que este crecimiento se comparta con una red de distribuidores de manera equitativa, en la medida que la compañía logre mejorar su utilidad a la vez que construye distribuidores exitosos asegura que el negocio multinivel permanezca en el tiempo”.

2.1.2 A nivel local y nacional

(Rodríguez, 2018) sustentó la investigación titulada *“Estrategias De Los Distribuidores Del Network Marketing Para Incrementar Sus Beneficios Económicos: Categoría Salud Y Nutrición”*, el objetivo de la investigación fue, determinar la influencia de las estrategias de los distribuidores del Network Marketing, en el incremento de sus beneficios económicos en la categoría de nutrición, el diseño de la investigación fue no experimental descriptivo, correlacional causal y los métodos fueron inductivo-deductivo y el analítico y el sintético. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta que fue aplicada a 30 distribuidores, concluye que, existe una influencia significativa entre las estrategias que emplean los distribuidores del Network marketing y el incremento de sus beneficios económicos con un $r = 0,721$.

(Zapana, 2018) sustentó la tesis titulada ***“Relación Entre Capacidad De Negociación Y Grado De Éxito En Las Redes Empresariales Multinivel De Los Networkers En Arequipa Metropolitana, 2018”***, el objetivo de la investigación fue, determinar la relación que existe entre las variables estudiadas, la metodología empleada es transversal no experimental y cuantitativo, la muestra fue de 378 casos seleccionados, concluye que, los resultados evidencian la estrecha vinculación entre la capacidad de negocio y el grado de éxito en las redes empresariales multinivel.

(Antialón & Garcia, 2017) sustentó la tesis ***“Tributación y fiscalización de personas naturales en empresas de red de mercadeo multinivel”*** la siguiente investigación tuvo como objetivo general: “Analizar si la manera en que deben tributar y ser fiscalizadas las personas naturales en empresas dedicadas a la venta de productos de nutrición y bienestar que emplean la red de mercadeo multinivel, constituye la forma más eficiente para que cumplan con sus obligaciones tributarias en el Perú”, la metodología empleada fue “descriptiva diseño no experimental”, concluye que, “el mercado de los negocios multinivel está en constante crecimiento en el país, por lo que se escogió el sector de bienestar y nutrición dentro de este mercado. En el que se investigó de forma directa, mediante la inscripción en una de estas empresas, la notable evasión de impuestos que presenta este mercado, a consecuencia de la ausencia de fiscalización; a pesar que, la SUNAT aplica regímenes de recaudación solo logra recaudar una parte de los tributos de las personas que cuentan con RUC, pero no tiene ninguna recaudación de una gran parte de personas que no se encuentra inscrito en los registros de la Administración Tributaria”.

(Monge et al., 2017) sustentaron la tesis titulada ***“Oportunidad De Negocio En Las Redes De Mercadeo Y La Gestión De La Empleabilidad En Lima”***, el objetivo de la

investigación fue, demostrar de que manera la oportunidad de negocio de las redes de mercadeo influye en la gestión de la empleabilidad en Lima. La metodología empleada en la investigación fue de tipo básica, de diseño no experimental, la población estuvo conformada por 230 empresarios líderes en el negocio de las redes de mercadeo, concluye que, se ha podido verificar que esta propuesta de negocio está disponible para todas las personas que tengan la visión de convertirse en empresarios, desarrollarse como líderes y disfrutar de los beneficios que las redes de mercadeo les ofrecen generando trabajo y empleo.

(Pérez, 2016) sustentó la tesis ***“Factores que afectan la percepción de las redes de mercadeo aplicada a una compañía multinacional de salud y bienestar en la ciudad de Trujillo”*** la siguiente investigación tuvo como objetivo general “Conocer los factores que afectan la percepción de las Redes de Mercadeo aplicado a la compañía multinacional de salud y bienestar 4Life Research, ciudad de Trujillo – 2016”. El tipo de investigación fue “No experimental Correlacional y se utilizó el diseño No experimental, correlacional y transversal”. La población estuvo conformada por “20 personas”, concluye que, “Se cumplió la apreciación, en la cual la Percepción de las redes de mercadeo en mayor porcentaje (70,0%) obtuvo la Percepción negativa de las redes de mercadeo en las personas que asistieran a la reunión de la presentación de la oportunidad empresarial “Plan” de la compañía 4Life Research, ciudad de Trujillo”.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Variable V1: Educación financiera

2.2.1.1 Definición

Según (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2005) “es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar” (p. 13).

Según (Prepelitchi & Lombardi, 2019) “es un conjunto de conocimientos y herramientas que permiten al que cuenta con ellas saber cuáles son sus posibilidades para gestionar su dinero de la mejor forma posible”.

Al respecto (OCDE, 2005) menciona que “es el proceso por el que los consumidores financieros/inversores mejoran su comprensión de los productos financieros”.

2.2.1.2 Dimensiones de la educación financiera

D1: Planeación financiera

Según (Perdomo, 2011) “es la reunión, clasificación, análisis, interpretación de la información financiera. Con objeto de formar un plan combinado de las necesidades financieras, así como de las probables consecuencias financieras de las operaciones”.

Al respecto (Morales & Morales, 2014) menciona que “establece la manera de cómo se logran las metas; además, representa la base de toda la actividad económica de la empresa”.

D2: Administración financiera

Según (Ortega, 2009) “se define por las funciones y responsabilidades de los administradores financieros”.

Según (Montalvo, 2009) “trata principalmente del dinero, como la variable que ocupa la atención central de las organizaciones con fines de lucro”.

En este ámbito empresarial, la administración financiera estudia y analiza los problemas acerca de:

- ✓ La Inversión
- ✓ El Financiamiento
- ✓ La Administración de los Activos

D3: Riesgos financieros

Según (AEC, 2019) “se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización”.

2.2.2 Variable 2. Toma de decisiones

2.2.2.1. Definición

Según (Simon, 1978) “Define el proceso de toma de decisiones empresariales como un proceso grupal un esfuerzo planeado y cooperativo, en el cual cada participante tiene un papel reconocido que cumplir y unas obligaciones o tareas por ejecutar. Se les asignan a estas obligaciones para lograr el objetivo de la organización más que para satisfacer preferencias individuales” (p. 125).

Según (Amaya, 2015) “La toma de decisiones es fundamental en cualquier actividad humana. Tomar una decisión acertada empieza con un proceso de razonamiento constante y focalizado, que puede incluir varias disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia y la lógica y la creatividad” (p.3).

2.2.2.2 Dimensiones de toma de decisiones

D1: Identificación del problema

Según Stephen & Coutler, (2014, p. 98) “todas las decisiones tienen su origen en un problema, es decir, en una divergencia entre la condición actual y aquella a la que aspiramos. De esta manera el ejecutivo tendrá que, identificar el problema de mayor relevancia en la organización” (p. 98).

D2: Criterios de decisión

Según Stephen & Coutler, (2014, p. 101) “es todo aquel que se ve obligado a tomar una decisión, elige como guía ciertos criterios, aun cuando estos no sean definidos en términos explícitos” (p. 101).

D3: Selección de alternativas

“Consiste en elegir la mejor alternativa, aquella que haya obtenido el total más alto en el paso anterior. El gerente elegiría la que obtuvo una calificación más alta que todas las demás alternativas”. Stephen & Coutler, (2014, p. 108).

2.3 Marco conceptual (de las variables y dimensiones)

Educación financiera

“La educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar”.

Planeación financiera

“Es la reunión, clasificación, análisis, interpretación de la información financiera”.

Administración financiera

“La Administración Financiera se define por las funciones y responsabilidades de los administradores financieros”.

Riesgo financiero

“El riesgo financiero se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización.”.

Toma de decisiones

“La toma de decisiones es fundamental en cualquier actividad humana”.

Identificación del problema

“Se constituye en una estrategia que facilita la construcción del tema de investigación de una forma sistemática y lógica”.

Criterios de decisión

“Conjunto de acciones que nos llevan a convertir la información en acción mediante un proceso de transformación denominado decisión”.

Selección de alternativa

“Es llegar a la etapa en donde debe tomar la solución más acertada y aceptable para la organización sin perder de vista los objetivos de la empresa”.

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

3.2 Hipótesis (s) específica (s)

- a) Existe relación directa entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.
- b) Existe relación directa entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.
- c) Existe relación directa entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

3.3 Variables (definición conceptual y operacionalización)

Variable 1: Educación financiera

Variable 2: Toma de decisiones

3.3.1 Operacionalización de las variables:

Variables	Definición De Conceptos	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
Variable 1: Educación financiera	Según (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2005) “es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar” (p. 13).	“Se elaboró un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 13 Ítems para medir las siguientes dimensiones: planeación financiera, administración financiera y riesgos financieros”.	D1: Planeación financiera “Es la reunión, clasificación, análisis, interpretación de la información financiera. Con objeto de formar un plan combinado de las necesidades financieras, así como de las probables consecuencias financieras de las operaciones”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Reunión” ✓ “Clasificación” ✓ “Análisis” ✓ “Interpretación” ✓ “Necesidades financieras” ✓ “Consecuencias financieras” 	Ordinal
			D2: Administración financiera “La Administración Financiera se define por las funciones y responsabilidades de los administradores financieros”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Funciones” ✓ “Responsabilidades” ✓ “Inversión” ✓ “Financiamiento” ✓ “Decisiones de organización” 	
			D3: Riesgos financieros “El riesgo financiero se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Consecuencias financieras” ✓ “Posibilidad de los resultados” 	

Variables	Definición De Conceptos	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
Variable 2: Toma de decisiones	Según (Amaya, 2015) “La toma de decisiones es fundamental en cualquier actividad humana. Tomar una decisión acertada empieza con un proceso de razonamiento constante y focalizado, que puede incluir varias disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia y la lógica y la creatividad” (p.3).	“Se elaboró un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 12 Ítems para medir las siguientes dimensiones: identificación del problema, criterios de selección y selección de alternativas”.	D1: Identificación del problema “Todas las decisiones tienen su origen en un problema, es decir, en una divergencia entre la condición actual y aquella a la que aspiramos. De esta manera el ejecutivo tendrá que, identificar el problema de mayor relevancia en la organización”.	✓ Condición actual ✓ Origen de un problema	Ordinal
			D2: Criterios de decisión “Es todo aquel que se ve obligado a tomar una decisión, elige como guía ciertos criterios, aun cuando estos no sean definidos en términos explícitos”.	✓ Criterios de decisión ✓ Términos explícitos	
			D3: Selección de alternativa “Consiste en elegir la mejor alternativa, aquella que haya obtenido el total más alto en el paso anterior. El gerente elegiría la que obtuvo una calificación más alta que todas las demás alternativas”.	✓ Alternativas	

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de la investigación.

Según (Sánchez & Reyes, 2009) el método general de investigación será: “el método científico, el cual es el camino a seguir mediante una serie de operaciones y reglas prefijadas que nos permiten alcanzar un resultado o un objetivo” (p. 23).

4.2 Tipo de la investigación.

Según (Sánchez & Reyes, 2009), el tipo de la investigación será: “aplicada que es llamada también constructiva o utilitaria, se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ellas se deriven” (p. 37).

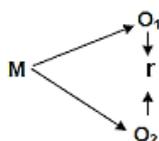
4.3 Nivel de investigación.

Según (Hernández et al., 2014), el nivel de la investigación será: “el correlacional porque asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p. 93).

4.4 Diseño de investigación.

Según (Hernández et al., 2014) El diseño general será: “el no experimental que podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables” (p. 152).

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



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

4.5 Población y muestra.

4.5.1 Población

La población para (Carrasco, 2016) “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (p. 236).

La población estará constituida en base a 20 socios activos de las empresas que pertenecen a las redes de mercadeo del Distrito de Huancayo, las cuales son las siguientes:

Tabla 1
Relación de redes de mercadeo Network Marketing

Sector	N°	Comercialización	Cargos	N° Sujeto de análisis
Privado	1	Hinode	Socio	1
			Socio	1
	2	Teoma	Socio	1
			Socio	1
	3	Herbalife	Socio	1
			Socio	1
	4	Omnilife	Socio	1
			Socio	1
	5	Fuxión	Socio	1
			Socio	1
6	Naow	Socio	1	
		Socio	1	
7	Oriflame	Socio	1	
		Socio	1	
8	Unique	Socio	1	
		Socio	1	
9	Natura	Socio	1	
		Socio	1	
10	Dupree	Socio	1	

Socio	1
Total	20

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Muestra

Según (Sánchez & Reyes, 2009), La muestra será “de tipo no probabilístico, es decir muestreo por conveniencia o juicio del investigador, para la presente nuestra muestra serán 20 socios activos de las empresas pertenecientes a las redes de mercadeo”.

4.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.

4.6.1 Técnicas de Recolección de Datos.

Según (Carrasco, 2016) se utilizará: “la encuesta, el cual permite la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo” (p. 314).

4.6.2 Instrumentos de recolección de datos.

Según (Salkind, 1999, p. 149) se utilizará: “un cuestionario, porque son un conjunto de preguntas estructuradas y enfocadas que se contestan con lápiz y papel. Los cuestionarios ahorran tiempo porque permiten a los individuos llenarlos sin ayuda ni intervención directa del investigador (muchos son auto administrados)” (p. 149).

4.6.3 Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.

4.6.3.1 Validez

La prueba de validez e contenido se realiza por separado: validez de pertinencia, relevancia y claridad. En esta oportunidad llevamos a cabo la validez de pertinencia, el cual se ve reflejada en el anexo N° 5.

4.6.3.2 Confiabilidad

Se realizó dos cuestionarios del tipo Likert, y para demostrar la confiabilidad de los instrumentos, se utilizó el estadístico *Alfa de Cronbach*. Con la ayuda del SPSS versión 25.

Tabla 2
Estadísticas de fiabilidad educación financiera

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	13

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Tabla 3
Estadísticas de fiabilidad toma de decisiones

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,948	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

“Tomando en uso el programa SPSS versión 25, calculamos el nivel de confiabilidad de nuestro Primer instrumento educación financiera, compuesto por 13 preguntas cuyo *Alfa de Cronbach* de 0,978 y de acuerdo a la escala de Vellis; asimismo para el segundo instrumento toma de decisiones se obtuvo un *Alfa de Cronbach* de 0,948 de los 12 elementos, el cual según la escala de Vellis, es muy buena”.

4.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se tomó en uso:

En la estadística descriptiva

“Se utilizó la distribución de frecuencias, distribuida explicadas en tablas y gráficos, con sus respectivas interpretaciones”.

En la estadística inferencial

“Para instaurar normalidad de las variables de grupos se utilizó la prueba de Shapiro – Wilk. Para la correlación y prueba de hipótesis el estadístico *r de Pearson*”.

4.8 Aspectos éticos

“La presente investigación está realizada observando todos los aspectos éticos exigidas por la Universidad Peruana los Andes, por lo tanto, nos sometemos a las correspondientes instancias de ser detectado algún tipo de plagio de otras investigaciones. Por lo tanto, presento como declaración jurada que los datos presentados en el presente son de nuestra autoría. Atte. Los investigadores”.

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1 Descripción de resultados

Si $N < 50$ entonces usamos Shapiro-Wilk

H_0 : La distribución es normal

H_1 : La distribución no es normal

Tabla 5
Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Educación financiera	,193	20	,048	,856	20	,007
Toma de decisiones	,180	20	,090	,813	20	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: “Con 20 encuestados en la relación de las dos variables, acorde con la Prueba de Shapiro – Wilk, nos muestra un nivel de significancia menor a 0.05, Sig E 0,007 < 0.05 Sig T, es decir los datos de la muestra no son normales, y emplearemos la prueba de hipótesis el estadístico Rho de Spearman”.

5.1.2 Análisis de resultados

Tabla 6

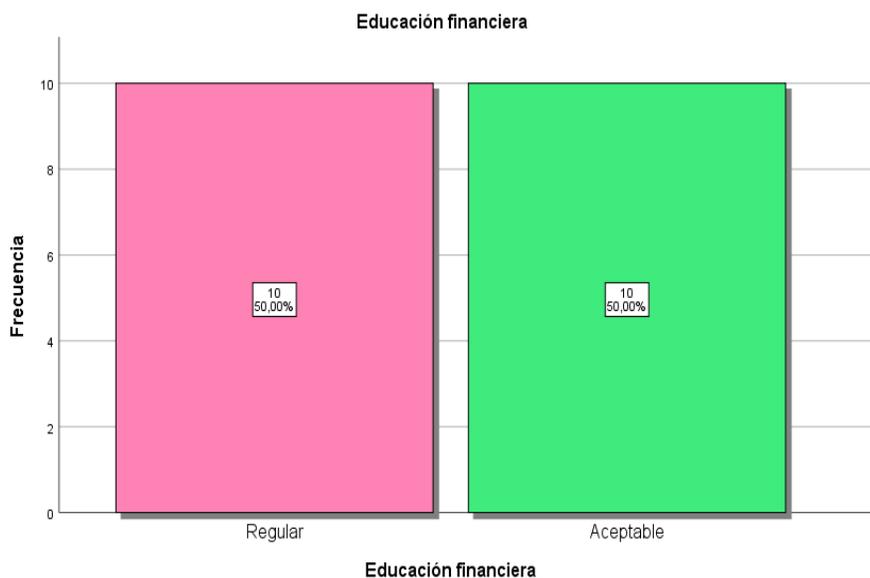
Promedio de la variable educación financiera

Educación financiera					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido Regular	10	50,0	50,0	50,0	
Aceptable	10	50,0	50,0	100,0	
Total	20	100,0	100,0		

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 1

Promedio de la variable educación financiera



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

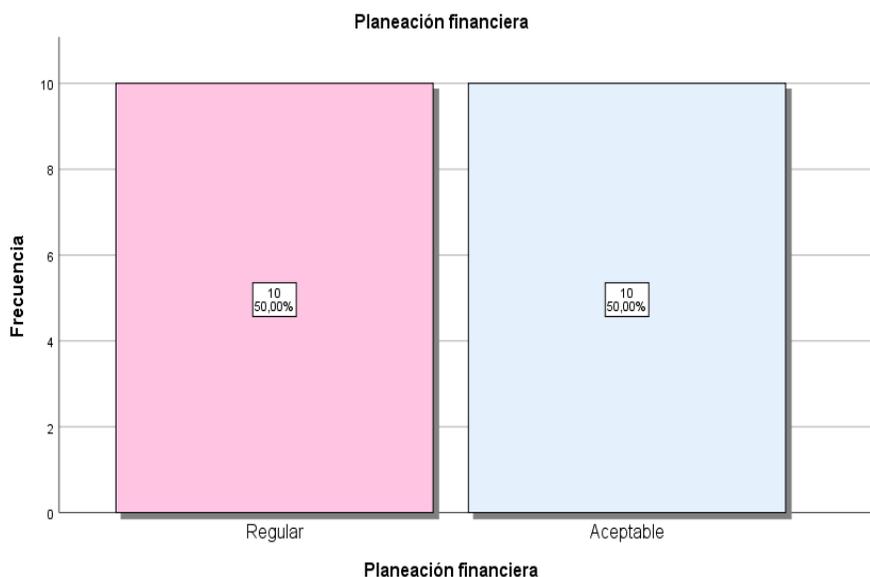
Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera regular; el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera aceptable. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento aceptable sobre la educación financiera con respecto a la toma de decisiones.

Tabla 7
Promedio de la dimensión planeación financiera

		Planeación financiera			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Regular	10	50,0	50,0	50,0
	Aceptable	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 2
Promedio de la dimensión planeación financiera



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

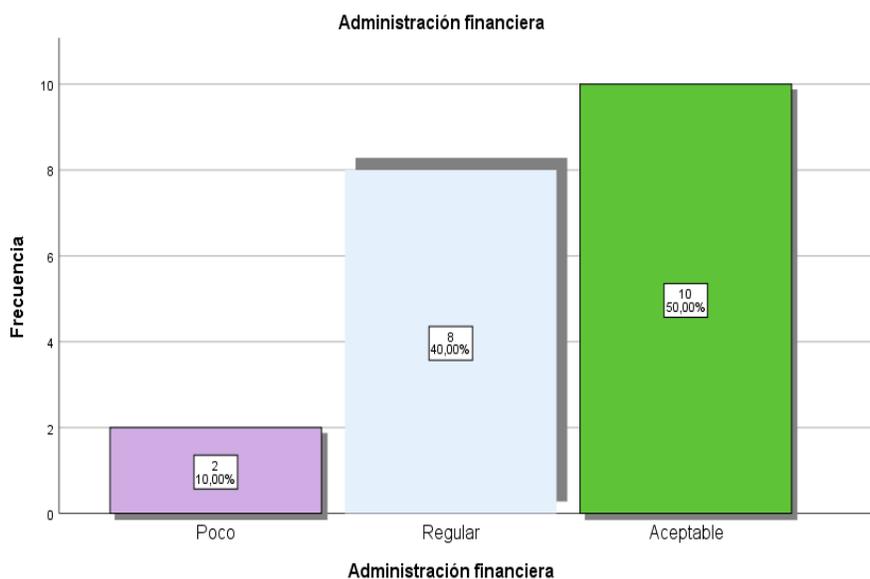
Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera regular; el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera aceptable. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento aceptable sobre la planeación financiera con respecto a la toma de decisiones.

Tabla 8
Promedio de la dimensión administración financiera

		Administración financiera			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Poco	2	10,0	10,0	10,0
	Regular	8	40,0	40,0	50,0
	Aceptable	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 3
Promedio de la dimensión administración financiera



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

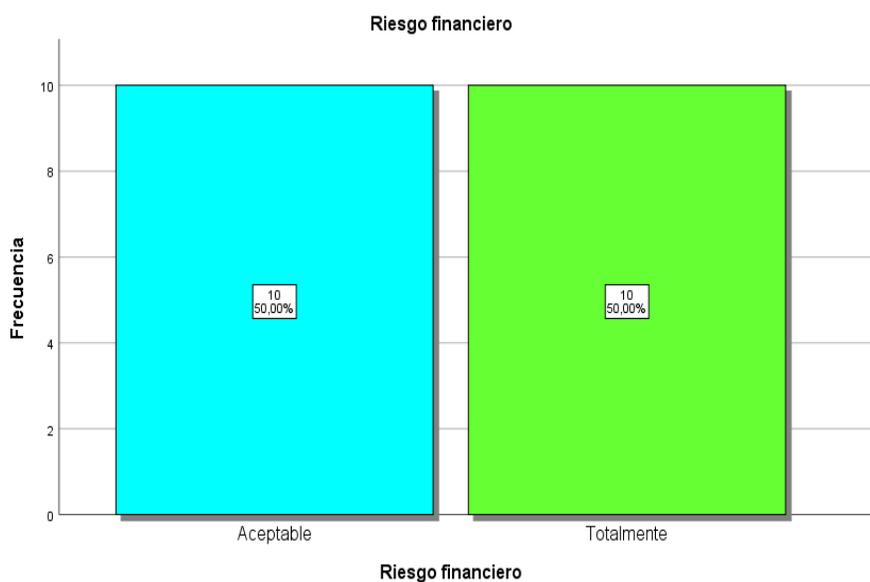
Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 10,0% (02) manifestaron conocer poco; el 40,0% (08) manifestaron conocer de manera regular; el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera aceptable. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento aceptable sobre la administración financiera con respecto a la toma de decisiones.

Tabla 9
Promedio de la dimensión riesgo financiero

		Riesgo financiero			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aceptable	10	50,0	50,0	50,0
	Totalmente	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 4
Promedio de la dimensión riesgo financiero



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera aceptable; el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera totalmente. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento totalmente sobre los riesgos financieros con respecto a la toma de decisiones.

Tabla 10

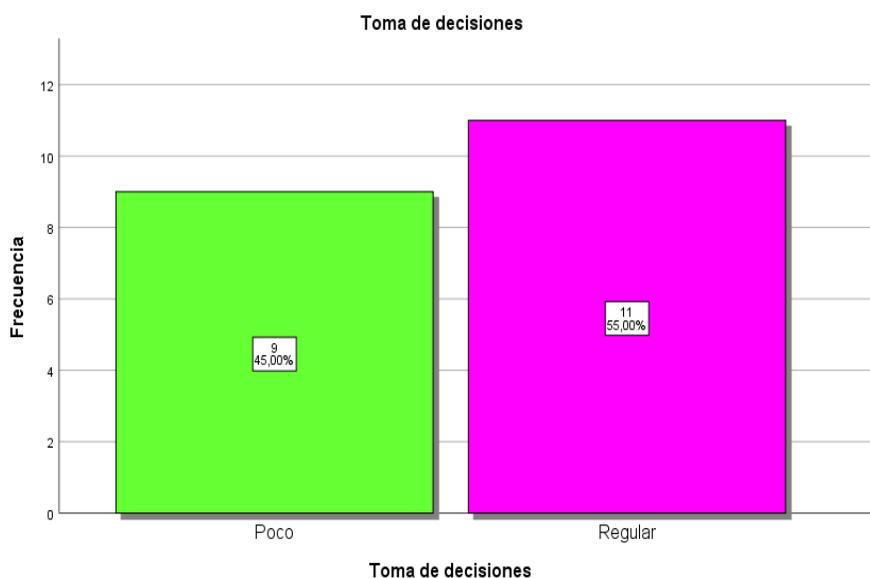
Promedio de la variable toma de decisiones

		Toma de decisiones			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	9	45,0	45,0	45,0
	Regular	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 5

Promedio de la variable toma de decisiones



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

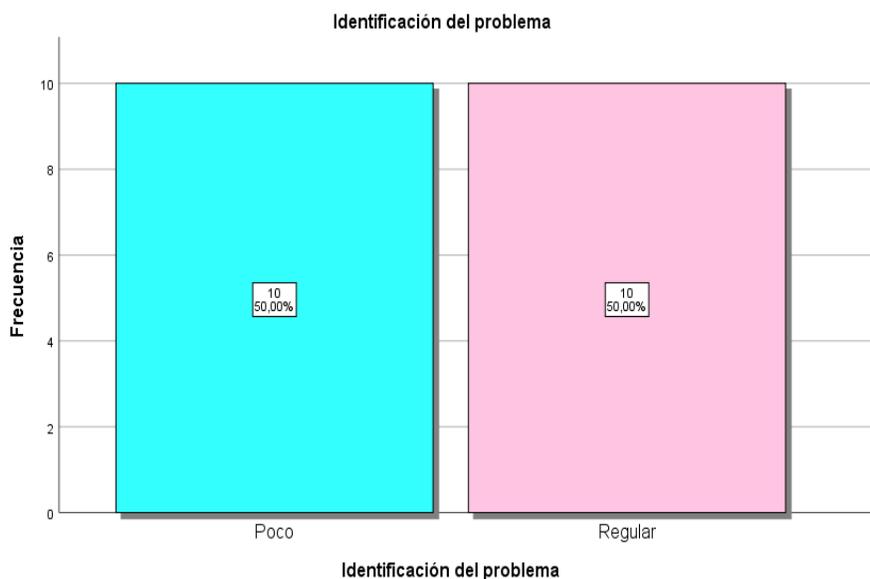
Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 45,0% (09) manifestaron conocer poco; el 55,0% (11) manifestaron conocer de manera regular. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento regular sobre la toma de decisiones con respecto a la educación financiera.

Tabla 11
Promedio de la dimensión identificación del problema

		Identificación del problema			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	10	50,0	50,0	50,0
	Regular	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 6
Promedio de la dimensión identificación del problema



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

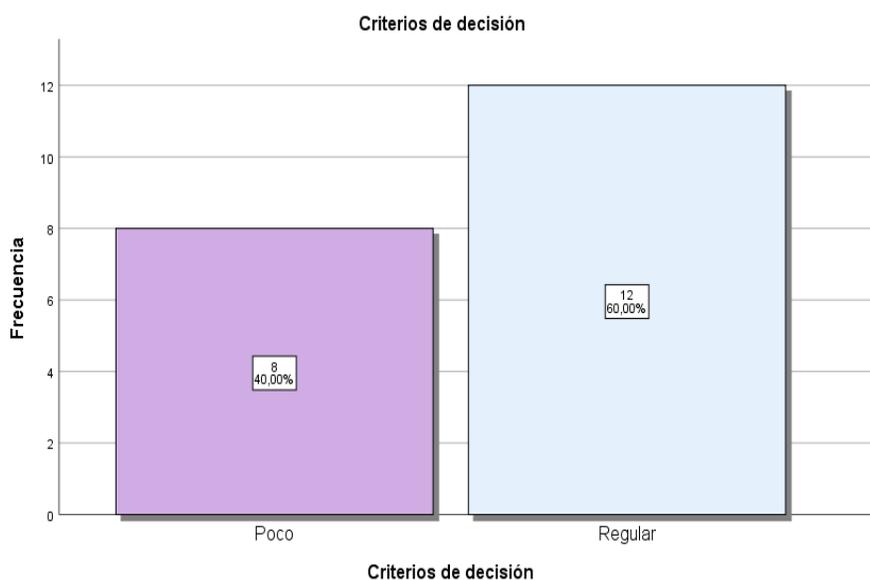
Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 50,0% (10) manifestaron conocer poco; el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera regular. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento regular sobre la identificación del problema con respecto a la educación financiera.

Tabla 12
Promedio de la dimensión criterios de decisión

		Criterios de decisión			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	8	40,0	40,0	40,0
	Regular	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 7
Promedio de la dimensión criterios de decisión



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

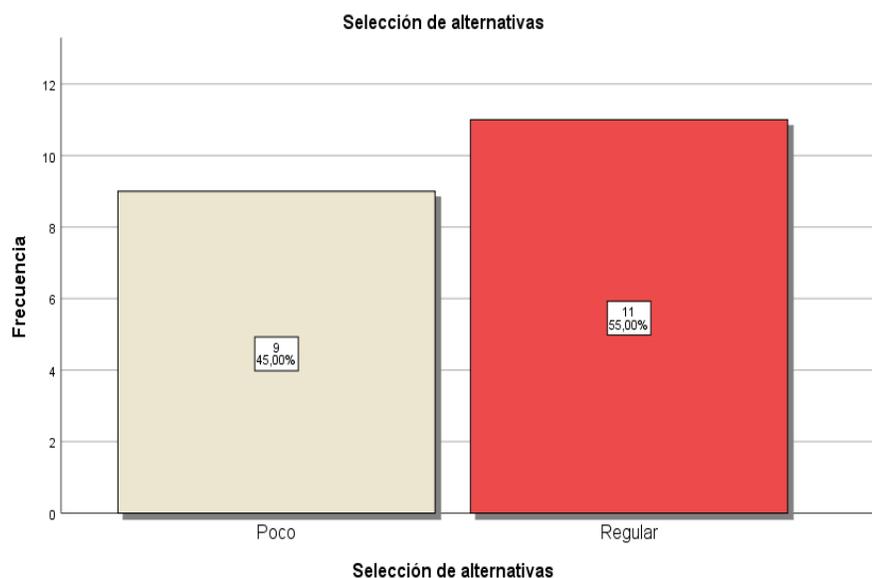
Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 40,0% (08) manifestaron conocer poco; el 60,0% (12) manifestaron conocer de manera regular. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento regular sobre los criterios de decisión con respecto a la educación financiera.

Tabla 13
Promedio de la dimensión selección de alternativas

Selección de alternativas				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco	9	45,0	45,0	45,0
Regular	11	55,0	55,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Gráfico 8
Promedio de la dimensión selección de alternativas



Fuente: elaboración de la IBM SPSS25

Interpretación: De acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 45,0% (09) manifestaron conocer poco; el 55,0% (11) manifestaron conocer de manera regular. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento regular sobre la selección de alternativas con respecto a la educación financiera.

5.2 Contrastación de hipótesis

Tabla 14

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_G: “Existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: “No Existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho=0$

H₁: “Existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 15
Correlación entre la educación financiera y toma de decisiones

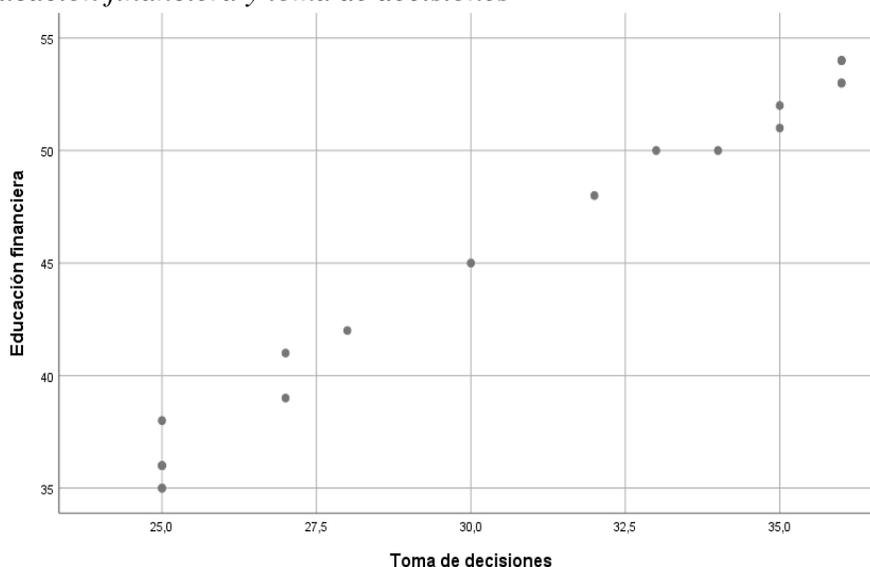
		Correlaciones		
			Educación financiera	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Educación financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,982**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Toma de decisiones	Coefficiente de correlación	,982**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . 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 la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020. Consiguientemente se observa una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,982, lo cual nos permite aseverar que, mientras exista una educación financiera para los socios, entonces habrá mayor toma de decisiones a favor de incrementar la rentabilidad de la misma”.

Gráfico 9
Dispersión educación financiera y toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia SPSS25

5.2.2 Hipótesis Específicas

Hipótesis Específica 1

H_G: “Existe relación directa entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: “No Existe relación directa entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho=0$

H₁: “Existe relación directa entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 16

Correlación entre la planeación financiera y la toma de decisiones

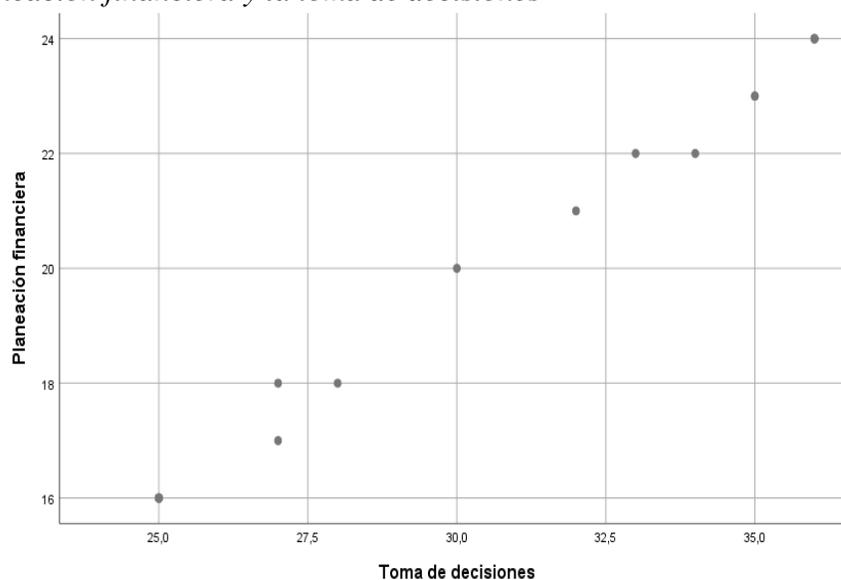
Correlaciones			Planeación financiera	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Planeación financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,998**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Toma de decisiones	Coefficiente de correlación	,998**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . 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 la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020. Consiguientemente se observa una correlación positiva alta con un “r” = 0,998, lo cual nos permite aseverar que, al presentarse una planeación financiera, la cual contribuirá a la elaboración de un presupuesto, se tomará buenas decisiones para el logro de los objetivos de la organización”.

Gráfico 10
Dispersión planeación financiera y la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia SPSS25

Hipótesis Especifica 2

H_G: “Existe relación directa entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: “No Existe relación directa entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho=0$

H₁: “Existe relación directa entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 17

Correlación entre la administración financiera y la toma de decisiones

		Correlaciones		
			Administración financiera	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Administración financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,970**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Toma de decisiones	Coefficiente de correlación	,970**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

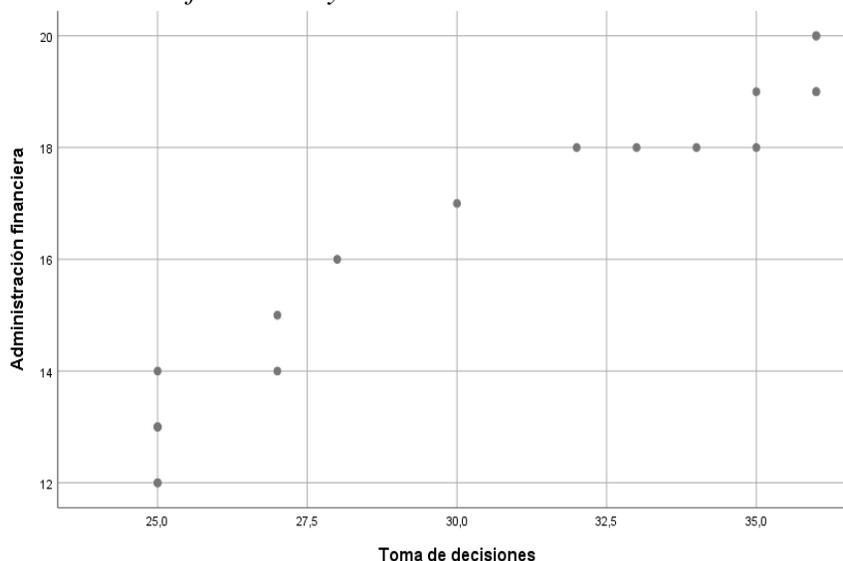
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

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 la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo 2020. Consiguientemente se observa una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,970, lo cual nos permite aseverar que, mientras exista una administración financiera, es decir un control de los recursos financieros, habrá mayor toma de decisiones sobre las inversiones de la organización”.

Gráfico 11

Dispersión la administración financiera y la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia SPSS25

Hipótesis Especifica 3

H_G: “Existe relación directa entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: “No Existe relación directa entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho=0$

H₁: “Existe relación directa entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

H₀: $\rho \neq 0$

Nivel de significación 0.05

Tabla 18
Correlación entre los riesgos financieros y la toma de decisiones

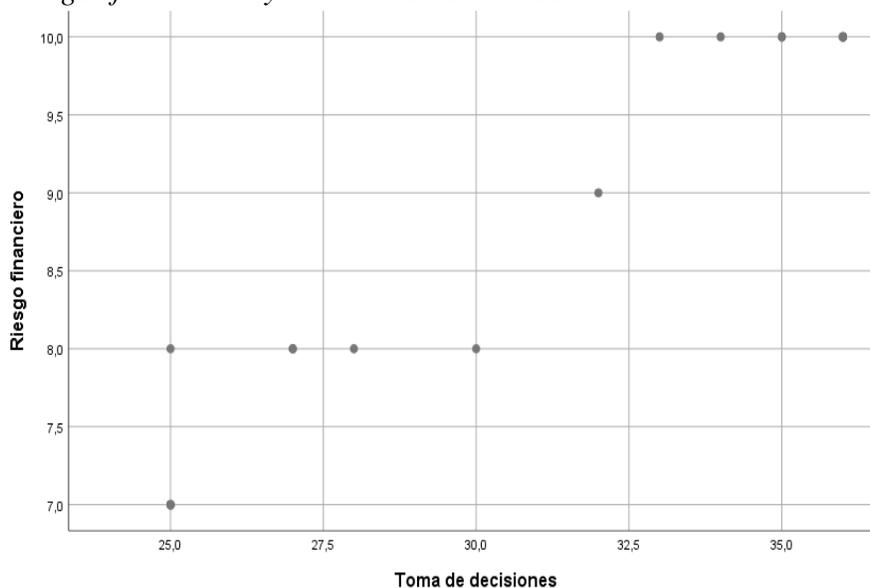
Correlaciones			Riesgo financiero	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Riesgo financiero	Coeficiente de correlación	1,000	,938**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	,938**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . 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 los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020. Consiguientemente se observa una correlación positiva alta con un “r” = 0,938, lo cual nos permite aseverar que, la toma de decisiones previene futuros riesgos financieros dentro de la organización”.

Gráfico 12
Dispersión los riesgos financieros y la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia SPSS25

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A quedado demostrado con el trabajo de investigación que la práctica de la educación financiera contribuirá con la toma de dediciones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

Luego de haber llevado a cabo el trabajo de campo en la realidad problemática se ha comprobado, que los encuestados no tienen un conocimiento adecuado sobre la importancia de la toma de decisiones, lo cual conlleva a que estén atravesando problemas ya sea con el equipo de trabajo o socios etc., lo cual perjudica de manera negativa a las empresas de la industria Network Marketing.

De acuerdo a estos planteamientos se ha formulado el problema ¿Qué relación existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?. El objetivo general de la investigación fue: Determinar la relación que existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020. Asimismo, los objetivos específicos fueron:

- ✓ Determinar la relación que existe entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.
- ✓ Determinar la relación que existe entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.
- ✓ Determinar la relación que existe entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

Es así que mediante la tabla 15 y grafico 9 se puede evidenciar que, existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020. Consiguientemente se observa una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,982, lo cual nos permite aseverar que, mientras exista una educación financiera para los socios, entonces habrá mayor toma de decisiones a favor de incrementar la rentabilidad de la misma. Dicho resultado es corroborado con la investigación de (Rodríguez, 2018) quien sustento la investigación titulada **“Estrategias De Los Distribuidores Del Network Marketing Para Incrementar Sus Beneficios Económicos: Categoría Salud Y Nutrición”**, concluye que, existe una influencia significativa entre las estrategias que emplean los distribuidores del Network marketing y el incremento de sus beneficios económicos con un $r = 0,721$. Cabe mencionar que dicha investigación trata sobre las estrategias de distribución para incrementar sus beneficios, esta investigación llega a obtener nuestra misma conclusión que sin duda es demostrar la relación de las variables de estudio.

En concordancia con la V1, los resultados obtenidos según la tabla N°6 y grafico N°1 nos demuestran que, de acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera regular; el 50,0% (10) manifestaron conocer de manera aceptable. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento aceptable sobre la educación financiera con respecto a la toma de decisiones. En concordancia con la V2, los resultados obtenidos según la tabla N°10 y grafico N°5 nos demuestran que, de acuerdo a los 20 socios activos encuestados, el 45,0% (09) manifestaron conocer poco; el 55,0% (11) manifestaron conocer de manera regular. De esta manera, los resultados obtenidos, nos muestran que los socios de las redes de mercadeo tienen un conocimiento regular sobre la toma de

decisiones con respecto a la educación financiera. Dichos resultados son corroborados con la investigación de, (Pérez, 2016) quien sustento la tesis **“Factores que afectan la percepción de las redes de mercadeo aplicada a una compañía multinacional de salud y bienestar en la ciudad de Trujillo”**, concluye que, “Se cumplió la apreciación, en la cual la Percepción de las redes de mercadeo en mayor porcentaje (70,0%) obtuvo la Percepción negativa de las redes de mercadeo en las personas que asistieran a la reunión de la presentación de la oportunidad empresarial “Plan” de la compañía Life Research, ciudad de Trujillo. Asimismo, a nivel internacional tenemos a (Torres, 2017) Sustento la tesis **“Desarrollo De Prototipo Web De Sistema De Información Para La Industria De Network Marketing Como Estrategia En Reducir La Deserción Y Ampliar La Línea De Asociados”**, concluye que, el desconocimiento de herramientas tecnológicas de la actualidad reduce la ventaja de incrementar la línea de negocio de los distribuidores multinivel, puesto que son servicios adecuados que pueden organizar a su equipo de trabajo, realizar un seguimiento oportuno de sus asociados, un seguimiento de capacitación y una organización de sus usuarios objetivos. Sin duda el desconocimiento de técnicas y la falta de toma de decisiones afecta el rendimiento de la organización.

Finalmente, se considera que esta investigación es un aporte que permitirá contribuir a futuras investigaciones y nuevos métodos de abordaje para el desarrollo de la enseñanza científica, que constituye una herramienta esencial para el desarrollo del conocimiento de investigaciones.

CONCLUSIONES

1. Con la ayuda del coeficiente Rho de Spearman se pudo evidenciar la relación que existe entre la educación financiera y la toma de decisiones con una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,982, lo cual nos permite aseverar que, mientras exista una educación financiera para los socios, entonces habrá mayor toma de decisiones a favor de incrementar la rentabilidad de la misma.
2. El resultado del coeficiente Rho de Spearman es igual a “ r ” = 0,998, por lo que se determina que existe una correlación positiva muy alta entre las variables planeación financiera y toma de decisiones, lo cual nos permite aseverar que, al presentarse una planeación financiera, la cual contribuirá a la elaboración de un presupuesto, se tomará buenas decisiones para el logro de los objetivos de la empresa perteneciente a la industria del Network Marketing.
3. Mediante el estadístico Rho de Spearman se pudo evidenciar la relación que existe entre las variables administración financiera y la toma de decisiones. Con una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,970, lo cual nos permite aseverar que, mientras exista una administración financiera, es decir un control de los recursos financieros, habrá mayor y mejor toma de decisiones sobre las inversiones de la empresa.
4. Se pudo determinar que existe una correlación positiva muy alta con un “ r ” = 0,938, entre las variables riesgo financiero y toma de decisiones, lo cual nos permite aseverar que, la toma de decisiones previene futuros riesgos financieros dentro de la empresa.

RECOMENDACIONES

1. Considerando que la educación financiera como herramienta va a influir en el fortalecimiento económico de las empresas de la industria de Network Marketing, se recomienda fortalecer a mayor escala los programas de cultura financiera no solo avocándose en difundir temas relacionados a capacitaciones sino también a las finanzas de negocios personales.
2. Se recomienda a los socios de las empresas incluir un programa de especialización, para mejorar los conocimientos en educación financiera y así tener mejores resultados en las finanzas de sus negocios personales.
3. Se recomienda realizar capacitaciones respecto a la educación financiera, de esta manera se podrá mejorar la toma de decisiones en las redes de mercadeo.
4. Se recomienda a los socios de las empresas difundir estos resultados para su discusión y de ser posibles compartirlos con sus empresas de patrocinio, para que mejoren su capacidad de negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AEC. (2019). Riesgo financiero. *Asociación Española para la Calidad*.
- Amaya, A. J. (2015). *Toma de decisiones gerenciales (2º)*. ECOE Ediciones.
<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/09/Toma-de-decisiones-gerenciales-2da-Edici%C3%B3n.pdf>
- Antialón, C. Y., & Garcia, U. Y. (2017). *TRIBUTACIÓN Y FISCALIZACIÓN DE PERSONAS NATURALES EN EMPRESAS DE RED DE MERCADEO MULTINIVEL*. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS.
- Ayala, C. A. (2015). *COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS COLOMBIANOS UTILIZANDO NETWORK MARKETING*. UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA.
- Carrasco, D. S. (2016a). *Metodología de la Investigación Científica (Décima)*. San Marcos E.I.R.L.
- Carrasco, D. S. (2016b). *Metodología de la Investigación Científica (Décima)*. San Marcos E.I.R.L.
- Córdova, A., Freddy F. (2017). “*El análisis financiero y la toma de decisiones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Calvario Ltda., cantón Tisaleo*” [Universidad Técnica de Ambato].
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25152/1/T3961i.pdf>
- Fernández, P. (2016). *ANÁLISIS DEL ESTILO DE LIDERAZGO Y CULTURA ORGANIZACIONAL COMO FACTOR INFLUYENTE DE ÉXITO EN LAS REDES DE MERCADEO DE AMWAY DE VENEZUELA LLC*. Instituto Superior de Ciencias.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., Baptista, L. P., Méndez, V. S., & Mendoza, T. C. P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.

- Martínez, G. (2019). *Evolución del Network marketing como estrategia de autoempleo en la ciudad de Santiago de Cali* [Universidad Santiago de Cali].
file:///C:/Users/Rafael/Downloads/EVOLUCI%C3%93N%20DEL%20NETWORK.pdf
- Monge, M. A. P., Díaz, G. A., & Solano, G. P. L. (2017). *“OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN LAS REDES DE MERCADEO Y LA GESTIÓN DE LA EMPLEABILIDAD EN LIMA*. UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA.
- Montalvo, C., Oscar. (2009). Administración financiera. *Universidad Mayor de San Andrés*.
- Morales, C. A., & Morales, C. J. (2014). Planeación financiera. *Grupo editorial patria*.
- OCDE. (2005). *Educación financiera*.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2005). EDUCACIÓN FINANCIERA. *Improving Financial Literacy*.
- Ortega, C., Alfonso. (2009). Administración financiera. *Finanzas*.
- Perdomo, M. (2011). *Planeación financiera*.
- Pérez, F. (2016). *“FACTORES QUE AFECTAN LA PERCEPCIÓN DE LAS REDES DE MERCADEO APLICADA A UNA COMPAÑÍA MULTINACIONAL DE SALUD Y BIENESTAR EN LA CIUDAD DE TRUJILLO”*. Universidad Privada del Norte.
- Prepelitchi, G., & Lombardi, J. (2019). *Educación financiera*.
- Robbins. (1998). *Planeación*.
- Rodríguez, A. S. C. (2018). *ESTRATEGIAS DE LOS DISTRIBUIDORES DEL NETWORK MARKETING PARA INCREMENTAR SUS BENEFICIOS ECONÓMICOS: CATEGORÍA SALUD Y NUTRICIÓN*. Universidad Nacional de Cajamarca.
- Rojas, A. J., & Vivas, I. E. (1985). *Procesos de grupos*.
- Ruiz, N. K. (2016). *“PLAN DE NEGOCIOS BASADO EN REDES DE MERCADEO”*
[UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL].

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14224/1/TESIS%20ING.%20KAREN%20RUIZ%20REDES%20DE%20MERCADERO%20OCTUBRE-2016.pdf>

Salkind, N. J. (1999). *Métodos de investigación* (Tercera). Prentice-Hall.

Sánchez, C. H., & Reyes, M. C. (2009a). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica* (Cuarta). Visión Universitaria.

Sánchez, C. H., & Reyes, M. C. (2009b). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica* (Cuarta). Visión Universitaria.

Sánchez, C. H., & Reyes, M. C. (2009c). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica* (Cuarta). Visión Universitaria.

Stephen, R., & Coutler, M. (2014). *Administración*. Editorial 2011.

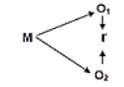
Torres, A. W. G. (2017). *DESARROLLO DE PROTOTIPO WEB DE SISTEMA DE INFORMACION PARA LA ´ INDUSTRIA DE NETWORK MARKETING COMO ESTRATEGIA EN REDUCIR LA DESERCIÓN Y AMPLIAR LA LINEA DE ASOCIADOS*. UNIVERSIDAD DISTRITAL “FRANCISCO JOSE DE CALDAS”.

Zapana, V. D. (2018). *RELACIÓN ENTRE CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN Y GRADO DE ÉXITO EN LAS REDES EMPRESARIALES MULTINIVEL DE LOS NETWORKERS EN AREQUIPA METROPOLITANA, 2018*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA.

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 N° 01: Matriz de Consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	variables	Metodología
¿Qué relación existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?	Determinar la relación que existe entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.	Existe relación directa entre la educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.	Variable X: Educación financiera D1: Planeación financiera D2: Administración financiera D3: Riesgos financieros Variable Y: Toma de decisiones D1: Identificación del problema D2: Criterios de decisión D3: Selección de alternativas	Enfoque: Cuantitativo Método de investigación: Científico Tipo de investigación: Aplicada Nivel de investigación: Correlacional Diseño de investigación: No experimental Esquema:  Donde: M = Muestra O ₁ = Observación de la V. 1. O ₂ = Observación de la V. 2. r = Correlación entre dichas variables.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas		
¿Qué relación existe entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?	Determinar la relación que existe entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.	Existe relación directa entre la planeación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.		
¿Qué relación existe entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?	Determinar la relación que existe entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.	Existe relación directa entre la administración financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.		
¿Qué relación existe entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020?	Determinar la relación que existe entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.	Existe relación directa entre los riesgos financieros y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.		

del distrito de Huancayo, 2020?			Instrumentos: Cuestionario. Técnicas de procesamiento y análisis de datos: Estadística descriptiva: Medida de tendencia central y dispersión. Estadística inferencial: prueba T de una muestra para la correlación:
---------------------------------	--	--	---

Anexo N° 02: Matriz de operacionalización de las variables

Variables	Definición De Conceptos	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
Variable 1: Educación financiera	Según (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2005) “es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar” (p. 13).	“Se elaboró un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 13 Ítems para medir las siguientes dimensiones: planeación financiera, administración financiera y riesgos financieros”.	D1: Planeación financiera “Es la reunión, clasificación, análisis, interpretación de la información financiera. Con objeto de formar un plan combinado de las necesidades financieras, así como de las probables consecuencias financieras de las operaciones”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Reunión” ✓ “Clasificación” ✓ “Análisis” ✓ “Interpretación” ✓ “Necesidades financieras” ✓ “Consecuencias financieras” 	Ordinal
			D2: Administración financiera “La Administración Financiera se define por las funciones y responsabilidades de los administradores financieros”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Funciones” ✓ “Responsabilidades” ✓ “Inversión” ✓ “Financiamiento” ✓ “Decisiones de organización” 	
			D3: Riesgos financieros “El riesgo financiero se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “Consecuencias financieras” ✓ “Posibilidad de los resultados” 	
Variables	Definición De Conceptos	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición

Variable 2: Toma de decisiones	Según (Amaya, 2015) “La toma de decisiones es fundamental en cualquier actividad humana. Tomar una decisión acertada empieza con un proceso de razonamiento constante y focalizado, que puede incluir varias disciplinas como la filosofía del conocimiento, la ciencia y la lógica y la creatividad” (p.3).	“Se elaboró un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 12 Ítems para medir las siguientes dimensiones: identificación del problema, criterios de selección y selección de alternativas”.	D1: Identificación del problema “Todas las decisiones tienen su origen en un problema, es decir, en una divergencia entre la condición actual y aquella a la que aspiramos. De esta manera el ejecutivo tendrá que, identificar el problema de mayor relevancia en la organización”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Condición actual ✓ Origen de un problema 	Ordinal
			D2: Criterios de decisión “Es todo aquel que se ve obligado a tomar una decisión, elige como guía ciertos criterios, aun cuando estos no sean definidos en términos explícitos”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Criterios de decisión ✓ Términos explícitos 	
			D3: Selección de alternativa “Consiste en elegir la mejor alternativa, aquella que haya obtenido el total más alto en el paso anterior. El gerente elegiría la que obtuvo una calificación más alta que todas las demás alternativas”.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alternativas 	

Anexo N° 03: Matriz de operacionalización del instrumento

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	ÍTEMS	Escala de Likert
Variable 1: Educación financiera	Planeación financiera	Reunión	¿Ud., tiene conocimiento de la educación financiera?	1	1: Nada 2: Poco 3: Regular 4: Aceptable 5: Totalmente
		Clasificación	¿Cree Ud., que la planificación financiera ayuda a tomar buenas decisiones dentro de la empresa?	2	
		Análisis	¿Usted considera necesaria la elaboración de un análisis financiero?	3	
		Interpretación	¿Cree Ud., que la interpretación financiera contribuirá con la educación financiera?	4	
		Necesidades financieras	¿Ud., considera que el tipo de cambio actual es una buena alternativa para sacar prestamos?	5	
		Consecuencias financieras	¿Esta Ud., de acuerdo con los intereses que le brinda el banco?	6	
	Administración financiera	Funciones	¿Cree Ud., que se debe trabajar en base a la realidad institucional?	7	
		Responsabilidades	¿Cree Ud., que existe un orden y control en la administración de sus ingresos?	8	
		Inversión	¿Cree Ud., que la inversión lo ayudara a incrementar sus ingresos?	9	
		Financiamiento	¿Cree Ud., que un financiamiento lo ayudara a incrementar sus ingresos?	10	

		Decisiones de organización	¿Esta Ud., de acuerdo con las decisiones que toma la organización?	11	
	Riesgos financieros	Consecuencias financieras	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?	12	
		Posibilidad de los resultados	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?	13	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	ÍTEMS	Escala de Likert
Variable 2: Toma de decisiones	Identificación del problema	Condición actual	¿Sabe Ud. que son las decisiones de inversión?	1	1: Nada 2: Poco 3: Regular 4: Aceptable 5: Totalmente
			¿Conoce Ud. que las decisiones de inversión son aquellas que afronta la administración para la adquisición de activos, con el objetivo de mantener la óptima operación de la organización?	2	
			¿Sabe Ud. que son las decisiones de operación?	3	
			¿Considera Ud., que se lleva bien con su grupo de trabajo?	4	
		Origen de un problema	¿Cree Ud., que las normas que se imponen para la toma de decisiones son respetadas por los trabajadores?	5	
			¿Considera Ud., necesario que se impongan norma en su trabajo?	6	
	Criterios de decisión	Criterios de decisión	¿Sabe Ud., que organizar es para poner en marcha lo planificado y la asignación de	7	

			recursos, para cumplir las actividades asignadas?		
			¿Cree Ud., que establecer metas lo ayudan a crecer como persona?	8	
		Términos explícitos	¿Sabe Ud., que el planear es el proceso de establecimiento de objetivos, metas a alcanzar a corto, mediano y largo plazo?	9	
	Selección de alternativas	Alternativas	¿Sabe Ud., a que se refiere la jerarquía amplia?	10	
¿Cree Ud., que la integración de actividades va en relación con sus metas establecidas?			11		
¿Cree Ud., que la coordinación de actividades ayuda para el logro de sus objetivos?			12		

Anexo N° 04: El instrumento de investigación:

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE EDUCACIÓN FINANCIERA

INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario 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.

Nada		Poco		Regular		Aceptable		Totalmente	
1		2		3		4		5	
N°	Preguntas			Totalmente	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada	
Planeación financiera									
01	¿Ud., tiene conocimiento de la educación financiera?								
02	¿Cree Ud., que la planificación financiera ayuda a tomar buenas decisiones dentro de la empresa?								
03	¿Usted considera necesaria la elaboración de un análisis financiero?								
04	¿Cree Ud., que la interpretación financiera contribuirá con la educación financiera?								

05	¿Ud., considera que el tipo de cambio actual es una buena alternativa para sacar prestamos?					
06	¿Esta Ud., de acuerdo con los intereses que le brinda el banco?					
Administración financiera						
07	¿Cree Ud., que se debe trabajar en base a la realidad institucional?					
08	¿Cree Ud., que existe un orden y control en la administración de sus ingresos?					
09	¿Cree Ud., que la inversión lo ayudara a incrementar sus ingresos?					
10	¿Cree Ud., que un financiamiento lo ayudara a incrementar sus ingresos?					
11	¿Esta Ud., de acuerdo con las decisiones que toma la organización?					
Riesgos financieros						
12	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?					
13	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?					

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE TOMA DE DECISIONES

INFORMACIÓN GENERAL

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante responder de manera franca y honesta.
- Enfoque su atención en lo que sucede habitualmente.
- Llenar el cuestionario 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.

Nada		Poco	Regular	Aceptable		Totalmente		
1		2	3	4		5		
Nº	Preguntas			Totalmente	Aceptablemente	Regular	Poco	Nada
Identificación del problema								
01	¿Sabe Ud. que son las decisiones de inversión?							
02	¿Conoce Ud. que las decisiones de inversión son aquellas que afronta la administración para la adquisición de activos, con el objetivo de mantener la óptima operación de la organización?							
03	¿Sabe Ud. que son las decisiones de operación?							
04	¿Considera Ud., que se lleva bien con su grupo de trabajo?							

05	¿Cree Ud., que las normas que se imponen para la toma de decisiones son respetadas por los trabajadores?					
06	¿Considera Ud., necesario que se impongan norma sen su trabajo?					
Criterios de decisión						
07	¿Sabe Ud., que organizar es para poner en marcha lo planificado y la asignación de recursos, para cumplir las actividades asignadas?					
08	¿Cree Ud., que establecer metas lo ayudan a crecer como persona?					
09	¿Sabe Ud., que el planear es el proceso de establecimiento de objetivos, metas a alcanzar a corto, mediano y largo plazo?					
Selección de alternativas						
10	¿Sabe Ud., a que se refiere la jerarquía amplia?					
11	¿Cree Ud., que la integración de actividades va en relación con sus metas establecidas?					
12	¿Cree Ud., que la coordinación de actividades ayuda para el logro de sus objetivos?					

Anexo N° 05: Confiabilidad valida del instrumento

Confiabilidad: Se corrobora mediante el estadístico *Alfa de Cronbach*, el cual serán aplicado nuestros dos instrumentos de medición. Dichos cuestionarios serán medidos en la escala ordinal de tipo *Likert*. Con la ayuda del software estadístico SPSS25.

Estadísticas de fiabilidad educación financiera

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	13

Fuente: Elaboración propia SPSS25

Estadísticas de fiabilidad toma de decisiones

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,948	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:
EDUCACIÓN FINANCIERA**

Nº	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Planeación financiera								
01	¿Ud., tiene conocimiento de la educación financiera?	X		X		X		
02	¿Cree Ud., que la planificación financiera ayuda a tomar buenas decisiones dentro de la empresa?	X		X		X		
03	¿Usted considera necesaria la elaboración de un análisis financiero?	X		X		X		
04	¿Cree Ud., que la interpretación financiera contribuirá con la educación financiera?	X		X		X		
05	¿Ud., considera que el tipo de cambio actual es una buena alternativa para sacar prestamos?	X		X		X		
06	¿Esta Ud., de acuerdo con los intereses que le brinda el banco?	X		X		X		
Administración financiera								
07	¿Cree Ud., que se debe trabajar en base a la realidad institucional?	X		X		X		
08	¿Cree Ud., que existe un orden y control en la administración de sus ingresos?	X		X		X		
09	¿Cree Ud., que la inversión lo ayudara a incrementar sus ingresos?	X		X		X		
10	¿Cree Ud., que un financiamiento lo ayudara a incrementar sus ingresos?	X		X		X		
11	¿Esta Ud., de acuerdo con las decisiones que toma la organización?	X	X			X		
Riesgos financieros								
12	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?			X	X		X	
13	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?	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

Barja Huayta Cristian DNI 44696289

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

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

³ **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.....17.... de01..... de 2022.....



 Mg. Cristian Barja Huayta
 REG. CORADO Nº 1000
 DOCENTE UPLA - FEBA CHANCHAMAYO

Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: TOMA DE DECISIONES

N°	Preguntas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Identificación del problema								
01	¿Sabe Ud. que son las decisiones de inversión?	X		X		X		
02	¿Conoce Ud. que las decisiones de inversión son aquellas que afronta la administración para la adquisición de activos, con el objetivo de mantener la óptima operación de la organización?	X		X		X		
03	¿Sabe Ud. que son las decisiones de operación?	X		X		X		
04	¿Considera Ud., que se lleva bien con su grupo de trabajo?	X		X		X		
05	¿Cree Ud., que las normas que se imponen para la toma de decisiones son respetadas por los trabajadores?		X		X	X		
06	¿Considera Ud., necesario que se impongan norma en su trabajo?	X		X		X		
Criterios de decisión								
07	¿Sabe Ud., que organizar es para poner en marcha lo planificado y la asignación de recursos, para cumplir las actividades asignadas?	X		X		X		
08	¿Cree Ud., que establecer metas lo ayudan a crecer como persona?		X	X		X		
09	¿Sabe Ud., que el planear es el proceso de establecimiento de objetivos, metas a alcanzar a corto, mediano y largo plazo?	X		X		X		
Selección de alternativas								
10	¿Sabe Ud., a que se refiere la jerarquía amplia?	X		X		X		
11	¿Cree Ud., que la integración de actividades va en relación con sus metas establecidas?							
12	¿Cree Ud., que la coordinación de actividades ayuda para el logro de sus objetivos?	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

..... *Barja Huayta Cristian* DNI..... *44696289*

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

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

³ **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..... *17*..... de *01*..... de *2022*.....

Mg. Christian Barja Huayta

 Reg. CORAD Nº 12026

 DOCENTE UPEL - FBAI CHANCHAMAYO

Firma del experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:
EDUCACIÓN FINANCIERA**

Nº	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Planeación financiera								
01	¿Ud., tiene conocimiento de la educación financiera?	X		X		X		
02	¿Cree Ud., que la planificación financiera ayuda a tomar buenas decisiones dentro de la empresa?	X		X		X		
03	¿Usted considera necesaria la elaboración de un análisis financiero?	X		X		X		
04	¿Cree Ud., que la interpretación financiera contribuirá con la educación financiera?	X		X		X		
05	¿Ud., considera que el tipo de cambio actual es una buena alternativa para sacar préstamos?	X		X		X		
06	¿Esta Ud., de acuerdo con los intereses que le brinda el banco?	X		X		X		
Administración financiera								
07	¿Cree Ud., que se debe trabajar en base a la realidad institucional?	X		X		X		
08	¿Cree Ud., que existe un orden y control en la administración de sus ingresos?	X		X		X		
09	¿Cree Ud., que la inversión lo ayudara a incrementar sus ingresos?	X		X		X		
10	¿Cree Ud., que un financiamiento lo ayudara a incrementar sus ingresos?	X		X		X		
11	¿Esta Ud., de acuerdo con las decisiones que toma la organización?	X	X			X		
Riesgos financieros								
12	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?			X	X		X	
13	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?	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

Cándida Tapia Victor Rojas

DNI *44636251*

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

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

³ **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.....18..... de01..... de 2022



Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: TOMA DE DECISIONES

N°	Preguntas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Identificación del problema								
01	¿Sabe Ud. que son las decisiones de inversión?	X		X		X		
02	¿Conoce Ud. que las decisiones de inversión son aquellas que afronta la administración para la adquisición de activos, con el objetivo de mantener la óptima operación de la organización?	X		X		X		
03	¿Sabe Ud. que son las decisiones de operación?	X		X		X		
04	¿Considera Ud., que se lleva bien con su grupo de trabajo?	X		X		X		
05	¿Cree Ud., que las normas que se imponen para la toma de decisiones son respetadas por los trabajadores?		X		X	X		
06	¿Considera Ud., necesario que se impongan norma en su trabajo?	X		X		X		
Criterios de decisión								
07	¿Sabe Ud., que organizar es para poner en marcha lo planificado y la asignación de recursos, para cumplir las actividades asignadas?	X		X		X		
08	¿Cree Ud., que establecer metas lo ayudan a crecer como persona?		X	X		X		
09	¿Sabe Ud., que el planear es el proceso de establecimiento de objetivos, metas a alcanzar a corto, mediano y largo plazo?	X		X		X		
Selección de alternativas								
10	¿Sabe Ud., a que se refiere la jerarquía amplia?	X		X		X		
11	¿Cree Ud., que la integración de actividades va en relación con sus metas establecidas?							
12	¿Cree Ud., que la coordinación de actividades ayuda para el logro de sus objetivos?	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

..... Chalvanes Tapia Victor Roque DNI 44636251

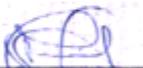
¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

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

³ **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 18 de 01 de 2022


 Mg. Lic. Mgr. Victor Roque Chalvanes Tapia
 CLAD 01448

Firma del experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:
EDUCACIÓN FINANCIERA**

Nº	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Planeación financiera								
01	¿Ud., tiene conocimiento de la educación financiera?	X		X		X		
02	¿Cree Ud., que la planificación financiera ayuda a tomar buenas decisiones dentro de la empresa?	X		X		X		
03	¿Usted considera necesaria la elaboración de un análisis financiero?	X		X		X		
04	¿Cree Ud., que la interpretación financiera contribuirá con la educación financiera?	X		X		X		
05	¿Ud., considera que el tipo de cambio actual es una buena alternativa para sacar prestamos?	X		X		X		
06	¿Esta Ud., de acuerdo con los intereses que le brinda el banco?	X		X		X		
Administración financiera								
07	¿Cree Ud., que se debe trabajar en base a la realidad institucional?	X		X		X		
08	¿Cree Ud., que existe un orden y control en la administración de sus ingresos?	X		X		X		
09	¿Cree Ud., que la inversión lo ayudara a incrementar sus ingresos?	X		X		X		
10	¿Cree Ud., que un financiamiento lo ayudara a incrementar sus ingresos?	X		X		X		
11	¿Esta Ud., de acuerdo con las decisiones que toma la organización?	X	X			X		
Riesgos financieros								
12	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?			X	X		X	
13	¿Sabe Ud., que son los riesgos financieros?	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

Alíaga Tabraç Wilmer A.

DNI *19986746*

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

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

³ **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.....19..... de01..... de 2022

INSTITUTO NAC. DE RIESGO Y TV. DDA PERU
 HUANCAYO

 Lic. Adm. Wilmer A. Alíaga Tabraç
 Administrador

Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: TOMA DE DECISIONES

N°	Preguntas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Identificación del problema								
01	¿Sabe Ud. que son las decisiones de inversión?	X		X		X		
02	¿Conoce Ud. que las decisiones de inversión son aquellas que afronta la administración para la adquisición de activos, con el objetivo de mantener la óptima operación de la organización?	X		X		X		
03	¿Sabe Ud. que son las decisiones de operación?	X		X		X		
04	¿Considera Ud., que se lleva bien con su grupo de trabajo?	X		X		X		
05	¿Cree Ud., que las normas que se imponen para la toma de decisiones son respetadas por los trabajadores?		X		X	X		
06	¿Considera Ud., necesario que se impongan norma en su trabajo?	X		X		X		
Criterios de decisión								
07	¿Sabe Ud., que organizar es para poner en marcha lo planificado y la asignación de recursos, para cumplir las actividades asignadas?	X		X		X		
08	¿Cree Ud., que establecer metas lo ayudan a crecer como persona?		X	X		X		
09	¿Sabe Ud., que el planear es el proceso de establecimiento de objetivos, metas a alcanzar a corto, mediano y largo plazo?	X		X		X		
Selección de alternativas								
10	¿Sabe Ud., a que se refiere la jerarquía amplia?	X		X		X		
11	¿Cree Ud., que la integración de actividades va en relación con sus metas establecidas?							
12	¿Cree Ud., que la coordinación de actividades ayuda para el logro de sus objetivos?	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

Alcaga Tabraç Wilmer A.

DNI *19986746*

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

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

³ **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.....19..... de01..... de 2022



 INSTITUTO IAC DE RIEGO Y T. DEL PERÚ
 HUANCAYO
 Lic. Adm. Wilmer A. Alcaga Tabraç
 Administrador

Firma del experto

Anexo N° 06: La data del procesamiento de datos

Muestra	Educación financiera													SUMA Total
	D1: Planeación financiera						D2: Administración financiera					D3: Riesgo financiero		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	2	4	3	35
2	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	2	4	3	35
3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	36
4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	36
5	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	36
6	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	38
7	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	39
8	2	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	41
9	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	42
10	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	45
11	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	48
12	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	5	50
13	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	5	50
14	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	51
15	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	52
16	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	53
17	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	53
18	3	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	5	5	54
19	3	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	5	5	54
20	3	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	5	5	54

Muestra	Toma de decisiones												SUMA Total
	D1: Identificación del problema						D2: Criterios de decisión			D3: Selección de alternativas			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	25
2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	25
3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	25
4	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	25
5	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	25
6	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	25
7	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	27
8	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	27
9	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	28
10	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	30
11	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32
12	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
13	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
14	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
15	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	36
17	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	36
18	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	36
19	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	36
20	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	36

Anexo N° 07: Consentimiento informado

La presente investigación fue realizada, respetando lo sugerido por la metodología científica, por lo que las encuestas y los encuestados fueron anónimos.



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **HINODE PERU S.A.C.**, empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres: JONATHAN VELÁSQUEZ CARVAJAL

DNI: 48552012

Fecha 18-12-21



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **TEOMA GLOBAL S.A.C.**, empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres: Santeliz González Ana yaeline

DNI: 13.674.294

Fecha: 19-01-2022



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **HERBALIFE PERU S.R.L.**, empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres: NOEMI LOPEZ ARONI

DNI: 43576887

Fecha: 19/01/22



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **OMNILIFE PERU S.A.C.**, empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres:

Feruany Baniartes Pachta Estela

DNI:

20042591

Fecha:

19/01/2022



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **FUXION PERU S.A.C.** , empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada “Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre “La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres: William Carrion Ruti

DNI: 72769250

Fecha: 19-01-2022



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **NAOW GROUP PERU S.A.C.**, empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,


 Apellidos y Nombres: *Jim E. Ojeda Arito*
 DNI: *47406232*
 Fecha: *19/01/2022*



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **ORIFLAME PERU S.A.**, empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres: Mitma Nawro Helan

DNI: 70040600

Fecha: 15-12-21



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **UNIQUE S.A.**, empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres: *Bejaono Garcia Vanessa*

DNI: *48319169*

Fecha: *19/01/2022.*



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa NATURA COSMETICOS S.A. , empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada "Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre "La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020".

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Apellidos y Nombres: Arce Barrios Maida Rocío

DNI: 46008235

Fecha: 13-12-21



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INSTITUCIÓN : Universidad Peruana Los Andes
INVESTIGADOR(A) : Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe
TESIS : Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020.

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS DE LA UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, HUANCAYO.

Siendo mi persona socio activo de la empresa **DUPREE VENTA DIRECTA S.R.L.** , empresa que pertenece a la industria del Network Marketing.

Por medio del presente documento hago constar que acepto voluntariamente a participar en la investigación titulada “Educación financiera y toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

Se me ha explicado. Que el propósito del estudio es: determinar la relación entre “La Educación financiera y la toma de decisiones en la industria del Network Marketing del distrito de Huancayo, 2020”.

De igual manera se me ha explicado que los materiales utilizados son unidos con sumo cuidado que se requiere y no comprometen ningún riesgo porque son procedimientos usados en cualquier área de investigación.

La persona que realizará la investigación es un personal calificado. Firmo el documento como prueba de mi aceptación obtenida.

Para cualquier información adicional sobre el proyecto puedo llamar al investigador Bach. Anyela Magaly Jimenez Taipe Celular: 929 646 215.

Atentamente,

Daniela López Barzola

Apellidos y Nombres: *Barzola López Daniela*

DNI: *75123251*

Fecha: *20-12-21*

Anexo N° 08: Fotos de la aplicación del instrumento





