

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas



“NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS CONDICIONES DE CRÉDITO QUE  
TIENEN LOS CLIENTES DE LAS TIENDAS COMERCIALES DE  
ELECTRODOMÉSTICOS EFE Y CURACAO EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA  
EN EL AÑO 2016”

María Luz Gallardo Mantilla

Ely Yesenia Minchan Huamán

Asesor.

ECO. VÍCTOR MANUEL RAICO ARCE

Cajamarca – Perú

Septiembre – 2017

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas



“NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS CONDICIONES DE CREDITO QUE  
TIENEN LOS CLIENTES DE LAS TIENDAS COMERCIALES DE  
ELECTRODOMÉSTICOS EFE Y CURACAO EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA  
EN EL AÑO 2016”

Bach. María Luz Gallardo Mantilla

Bach. Ely Yesenia Minchan Huamán

COPYRIGHT © 2017 by

María Luz Gallardo Mantilla

Ely Yesenia Minchan Huamán

Todos los derechos reservados

“NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS CONDICIONES DE  
CRÉDITO QUE TIENEN LOS CLIENTES DE LAS TIENDAS  
COMERCIALES DE ELECTRODOMÉSTICOS EFE Y CURACAO  
EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA EN EL AÑO 2016”

**A:**

Dios por guiarme por buen camino y haberme brindado salud y amor para lograr mis objetivos; a mis padres, hermanos y sobrinos quienes me brindaron sus valores, consejos, fuerza y comprensión incondicional en los momentos difíciles; por creer en mí y porque siempre son incentivos de mi vida (Luz)

Dios por darme las fuerzas día a día y a mis padres que son cimiento para la construcción de mi vida profesional, sembrando en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación. (Yesenia)

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos en primer lugar a Dios quien nos ha dado la vida y la ha llenado de bendiciones y amor en todo momento.

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento, reconocimiento y cariño a nuestros padres por todo el esfuerzo que hicieron para brindarnos su apoyo y hacer de nosotros personas de bien, gracias por los sacrificios y la paciencia que demostraron todo este tiempo; gracias a ustedes hemos llegado a dónde estamos y poco a poco cumpliremos nuestros sueños y metas.

Gracias a nuestros hermanos y hermanas quienes han sido nuestros amigos fieles y sinceros, en los que hemos podido confiar y apoyarnos para seguir adelante; a todas aquellas personas que de una u otra forma nos ayudaron a crecer como personas y como profesionales.

Agradecemos también de manera especial a nuestro Profesor Víctor Manuel Raico Arce por su apoyo, confianza y por su capacidad para guiar nuestras ideas, las cuales ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de este trabajo desde el inicio hasta su culminación, sino también en nuestra formación como investigadores.

A la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo y a todos mis profesores quienes nos han brindado todas sus enseñanzas.

“Ahora podemos decir que todo lo que somos es gracias Dios y a todos ustedes”

## INDICE

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>vii</b>
<b>INDICE DE CUADROS.....</b>	<b>ix</b>
<b>INDICE DE GRAFICOS .....</b>	<b>x</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>CAPÍTULO I : INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1. Planteamiento del problema .....</b>	<b>1</b>
1.1. Descripción de la Realidad Problemática .....	1
1.2. Definición del Problema.....	5
1.3. Objetivos.....	6
1.4. Justificación e Importancia.....	6
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Fundamentos teóricos de la investigación.....</b>	<b>8</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	8
2.2. Marco teórico.....	29
2.3. Marco Conceptual .....	32
2.4. Hipótesis .....	56
<b>CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>58</b>
<b>3.1 Tipo de investigación .....</b>	<b>58</b>
<b>3.2. Diseño de investigación .....</b>	<b>58</b>
<b>3.3. Área de investigación .....</b>	<b>58</b>
<b>3.4. Población.....</b>	<b>59</b>
<b>3.5. Muestra .....</b>	<b>59</b>
3.5.1. Métodos de investigación.....	60
<b>3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....</b>	<b>61</b>
<b>3.6.1. La Encuesta.....</b>	<b>61</b>

<b>3.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos .....</b>	<b>61</b>
3.7.1 Tratamiento de datos.....	61
3.7.2. Forma de análisis de los datos.....	61
<b>3.8 Interpretación de datos.....</b>	<b>62</b>
<b>CAPITULO IV-. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>63</b>
<b>4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados. ....</b>	<b>63</b>
<b>4.2. Resultados y discusión. ....</b>	<b>82</b>
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>85</b>
<b>5.1. Conclusiones .....</b>	<b>85</b>
<b>5.2. Recomendaciones .....</b>	<b>86</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>91</b>

## Indice de Cuadros

<b>Nº</b>	<b>Lista de Cuadros</b>	<b>Pág.</b>
01	Género del informante.	62
02	Conocimiento sobre las políticas de crédito de Efe y Curacao.	63
03	Producto que adquirió al crédito.	64
04	Motivo de la compra al crédito.	65
05	Información sobre condiciones de crédito.	66
06	Tasa de costo efectivo de crédito.	67
07	Información sobre las tasa de crédito que ofrecen las tiendas comerciales.	68
08	Información sobre la composición de la cuota anual que cobran las tiendas comerciales.	69
09	Conocimiento de la tasa de costo efectivo anual.	70
10	Esta informado que paga un 5.95% de la tasa de costo efectivo anual.	71
11	Conocimiento sobre la cobranza de seguro de vida en un 2.14 %	72
12	Conocimiento del ITF que cobran las tiendas comerciales Efe y/o Curacao en la ciudad de Cajamarca.	73
13	Conocimiento del cliente que paga 0.005 % de ITF.	74
14	Conocimiento de la tasa de interés moratoria.	75
15	Le brindan información de una tasa de interés anual de 96.60%.	76
16	Conocimiento de los plazos de crédito que otorgan.	77
17	Plazo de preferencia de pago.	78
18	Ingresos mensuales aproximadamente.	79
19	Egresos mensuales aproximadamente.	80

## Indice de Graficos

Nº	Lista de Graficos	Pág.
01	Género de delos clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao.	62
02	Conocimiento sobre las políticas de crédito de Efe y Curacao.	63
03	Producto que adquirió al crédito de las tiendas comerciales Efe y Curacao	64
04	Motivo de la compra al crédito en la tienda comercial Efe y/o Curacao	65
05	Información sobre condiciones de crédito que otorgan las tiendas comerciales Efe y Curacao	66
06	Tasa de costo efectivo de crédito que otorgan las tiendas comerciales Efe y Curacao	67
07	Información sobre las tasas de crédito que otorgan las tiendas comerciales Efe y Curacao	68
08	Información sobre la composición de la cuota anual que cobran las tiendas comerciales Efe y Curacao	69
09	Conocimiento de la tasa de costo efectivo anual que cobran las tiendas comerciales Efe y Curacao.	70
10	Esta informado que paga un 5.95% de la tasa de costo efectivo anual que cobran las tiendas comerciales Efe y Curacao	71
11	Conocimiento sobre la cobranza de seguro de vida en un 2.14% que cobran las tiendas comerciales Efe y Curacao.	72
12	Conocimiento del ITF que cobran las tiendas comerciales Efe y/o Curacao	73
13	Conocimiento del cliente que paga 0.005 % de ITF en las tiendas comerciales Efe y/o Curacao	74
14	Conocimiento de la tasa de interés moratoria QUE cobran las tiendas comerciales Efe y/o Curacao	75
15	Le brindan información de una tasa de interés moratorio de un 95.60 &% anual	76
16	Conocimiento de los plazos de crédito que otorgan las tiendas comerciales Efe y/o Curacao	77
17	Plazos de preferencia de pago delos clientes de las tiendas comerciales Efe y/o Curacao	78
18	Ingresos mensuales aproximadamente de los clientes de las tiendas comerciales Efe y/o Curacao	79
19	Egresos mensuales aproximadamente de los clientes de las tiendas comerciales Efe y/o Curacao	80

## **RESUMEN**

La presente investigación fundamenta que la falta de conocimiento sobre las condiciones de crédito es un problema que permanece en la mayoría de países debido a que existe la falta de información por parte de las tiendas comerciales que otorgan estos artefactos electrodomésticos.

El objetivo principal de este estudio es saber el nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes que adquieren sus electrodomésticos en la ciudad de Cajamarca. En este sentido la presente investigación está enfocada al sector comercio, pues existe un escaso nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos es decir la falta de información acerca de la composición de las tasas, plazos, comisiones, seguros, impuesto a las transacciones financieras (ITF) y la idiosincrasia, esto conlleva a algunos clientes a convertirse en morosos o incapaces de pagar.

Para este problema se ha creído conveniente aplicar como técnica de investigación la encuesta que permitió indagar la opinión y actitudes que tuvo la población en estudio, es de carácter impersonal por que no es indispensable la presencia del investigador. En el estudio se aplicó encuesta con preguntas cerradas, cada pregunta tiene una escala de medición. Se tomó en cuenta la escala de Likert, por ser el instrumento que brindo mayor apoyo.

Palabras clave: Condiciones de crédito, Cliente, Tasa de interés, plazo, conocimiento.

## **ABSTRACT**

The present investigation grounds that the lack of knowledge about credit conditions is a problem that remains in most countries due to the lack of information on the part of the commercial stores that grant these appliances.

The main objective of this study is to know the level of knowledge of the credit conditions that the customers who purchase their appliances in the city of Cajamarca have. In this sense, the present investigation is focused on the commerce sector, since there is a low level of knowledge of the credit conditions that the customers of the commercial stores of electrical appliances, that is to say the lack of information about the composition of the rates, Commissions, insurance, financial transaction tax (ITF) and idiosyncrasy, leading some clients to become defaulters or unable to pay.

For this problem it has been considered convenient to apply as research technique the survey that allowed to inquire the opinion and attitudes that had the population under study, is of incarnational character because the presence of the investigator is not indispensable. In the study was applied survey with closed questions, each question has a measurement scale. Likert's scale was taken into account, since it was the instrument that provided the most support.

**Keywords:** Credit conditions, Customer, Interest rate, term, knowledge.

## **CAPÍTULO I : INTRODUCCIÓN**

### **1. Planteamiento del problema**

#### **1.1. Descripción de la Realidad Problemática**

Según Banco Central de Reserva del Perú (2013) el problema de los créditos impagos es atribuido por muchos banqueros a la falta de conocimiento sobre condiciones de crédito. Luego de muchos años en que el acceso al crédito estaba reservado exclusivamente a las grandes corporaciones, actualmente hay empresas personas naturales que no dudan en endeudarse aun con tasas exageradas que finalmente resultan impagables.

Se observa actualmente que la facilidad del acceso al crédito para el consumo tiene un alto grado de importancia, no obstante la contratación de créditos está por encima de los ingresos de las familias lo cual ha originado la problemática en la capacidad de endeudamiento, ocasionando así serios problemas en los ámbitos económico financiero, familiar y social siendo sus principales características la pérdida de control personal de la situación económica financiera por parte del consumidor.

Las tiendas comerciales participan básicamente de dos negocios que son distintos: por un lado está la venta al detalle, es decir la comercialización masiva de productos uniformes a grandes cantidades de clientes. Un segundo negocio en que las mismas empresas participan en el otorgamiento de créditos a sus clientes. Este segundo negocio ha adquirido una importancia significativa en los resultados de las tiendas comerciales en los últimos años. (Castillo A. , 2011)

El mayor nivel de riesgo implícito en los distintos tipos de crédito se refleja en las tasas que se cobra en cada uno de ellos.

Sanzana (2011), establece que en Chile actualmente el 60% de sueldo de los sectores medios y bajos es destinado al pago de alguna deuda, pudiendo ser esta comercial, hipotecaria o de consumo. Pero una persona no solo vive endeudado por causa de las tiendas comerciales, también de los créditos en banca ya sea para el pago de estudios, automóvil, viajes, negocios, emergencias, entre otros. En Chile no se consume sin endeudarse, ni tampoco se vive sin deudas.

La autorización de créditos comerciales está basada en un proceso de crédito cuyo factor principal es la determinación del perfil de capacidad de pago o situación financiera del solicitante (cliente). Para realizar este análisis, las instituciones del sistema financiero basan sus pruebas en la documentación que presentan las personas naturales o jurídicas que necesitan el crédito además que no estén en Información de Riesgo Crediticio en el Mercado Peruano (SBS).

Los sobrecostos en las tasas de interés se explican por la escasa información a la que tienen acceso los usuarios de dichos instrumentos financieros. Por tanto, para la solución del problema se requiere mejorar los mecanismos de difusión de los costos reales que pagan los usuarios cargándose a las cuotas mensuales los portes, comisiones por mantenimiento y seguros obligatorios.

Para la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) la tasa de costo efectivo anual (TCEA), es indicador que obliga a los bancos a reportar ante los usuarios. Sin embargo, la difusión de este indicador habría perdido fuerza en los últimos años. Adicionalmente se aplican tasas de interés moratorias a las cuotas retrasadas, en valores fijados libremente. Estas tasas suelen ser mayores a la TEA.

Según Arroyo (2014) manifiesta que es importante comprender el concepto de la tasa de interés; es el dato expresado en porcentaje que se nos proporciona, ya sea para determinar el importe de lo que debemos pagar por utilizar un financiamiento (dinero que nos prestan) o bien por el que obtendremos como ganancia al invertir (dinero que prestamos); es un tema de suma importancia que debemos conocer y entender para evitar tener problemas posteriores, como la consecuencia del desconocimiento del acuerdo en el momento en que firmamos ya sea por falta de explicación de quien nos atiende o por confusión en lo que leemos en el contrato o documento que firmamos.

Las tiendas comerciales no se preocupan por brindar información pertinente y necesaria, desde luego, porque esto les es favorable al aumento de los intereses ya que mientras más desinformados estén sus clientes menos cuidado tendrán en endeudarse al adquirir sus productos sin evaluar el costo financiero total incluyendo allí la tasa efectiva real más otros costos adicionales que las tiendas comerciales de electrodomésticos cobran.

Por otro lado (Delgado, 2011) presidente de la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), nos indica el costo efectivo de las tarjetas de crédito se origina en el desconocimiento del usuario. “Si se explicase que se van a cobrar esas tasas abusivas, lo más probable es que los consumidores pensarían más de una vez antes de usar sus tarjetas de crédito”, señaló.

A simple vista las tarjetas de crédito son totalmente inofensivas, pequeños rectángulos plásticos con letras escritas y adornados con logos de diversos colores muy atractivos a la vista, por lo que muchos se dejan engañar. Esas mismas pueden llegar a ser muy peligrosas para la vida económica si no se los usa de una manera adecuada y racional; muchas personas se informan acerca de las condiciones de uso y de pago de sus tarjetas antes de adquirirlas, de igual manera el banco no se preocupa en brindar información pertinente y necesaria.

Resolución S.B.S. N° 8181 – 2012, que, mediante Resolución SBS N° 1765-2005 y sus normas modificatorias, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP aprobó el Reglamento de Transparencia de Información y Disposiciones Aplicables a la Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, y dispuso las normas necesarias para el cumplimiento de la Ley N° 28587 y la Ley N° 29571 “Código de protección y defensa del consumidor”. (SBS, 2012)

Transparencia de información que se brinda al usuario del sistema financiero sobre operaciones activas, pasivas y servicios capítulo I

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

principios Artículo 3°.- Principio de transparencia de información. Las empresas deberán ser plenamente transparentes en la difusión, aplicación y modificación de las condiciones contractuales, tasas de interés compensatorio, tasas de interés moratorio o penalidades aplicables en caso de incumplimiento, comisiones y gastos asociados a las operaciones activas y pasivas que realicen, así como a los servicios que brinden, según corresponda. La transparencia de información es un mecanismo que busca mejorar el acceso a la información de los usuarios. En ese sentido, las empresas deberán ser diligentes en las explicaciones que brindan respecto a los productos y servicios ofrecidos, con el fin de que los usuarios comprendan sus características, beneficios, riesgos y condiciones aplicables y puedan de manera responsable, tomar decisiones de consumo. (SBS, 2012)

## **1.2. Definición del Problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es el nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es el endeudamiento que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016?

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

¿Cuáles son las condiciones de crédito que aplican las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016?

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general.**

Analizar el nivel de conocimiento sobre las condiciones de crédito que asumen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016.

#### **1.3.2 Objetivos específicos.**

Determinar el nivel de endeudamiento que asumen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016.

Explicar las condiciones de crédito que aplican las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016.

### **1.4. Justificación e Importancia.**

Debido a que en los últimos años, uno de los mercados con mayor expansión en el sector comercial, ha sido el de las ventas de artefactos electrodomésticos al crédito, es necesario hacer un análisis detallado de este mercado.

Sin embargo la creciente oferta de facilidad de pago ha hecho que el volumen de clientes que adquieren estos productos aumente, lo que ha

conllevado a muchos a graves endeudamiento por la falta de información sobre el crédito.

Los grandes centros comerciales que vienen invirtiendo en el mercado Peruano utilizan como estrategia la facilidad de pago en cuotas, que influye fuertemente en quienes al ver este medio fácil muchas veces se exceden en sus gastos llevándolos a acumular deudas impagables.

En general no es una gran sorpresa pero si es preocupante descubrir que las personas están utilizando estos tipos de crédito, el efecto en sí de no pagar el saldo total de la deuda al finalizar el mes tiene una alta incidencia en los intereses, esto muchas veces se debe al desconocimiento de las condiciones de crédito.

De esta forma esta investigación intenta descubrir y analizar este problema, desde una perspectiva sociológica y psicosocial. Se sostiene que una investigación como esta aporta necesariamente a la comprensión del problema del sobreendeudamiento, y por ende brinda soluciones concretas de prevención y control.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2. Fundamentos teóricos de la investigación.**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación.**

En América Latina y en particular en los países del sur el acceso al crédito ha fluctuado entre la casi inexistencia de este mecanismo hasta el escenario actual donde predomina una fuerte oferta de créditos y una inducción al endeudamiento. La historia de los créditos ofrecidos a los consumidores, tanto en el aspecto del acceso a los mismos como en el relación a las situaciones en las cuales las deudas pasan a ser un serio problema para el desarrollo personal y familiar. (Serra A. , 2009)

Las principales tiendas por departamentos tanto por sus ventas como por su participación en el mercado son Falabella, Paris y Ripley. A ellas puede agregarse todavía La Polar que se encuentra transitando exitosamente desde un modelo de multitienda a tienda por departamentos. Una parte del modelo de negocios de estas cuatro tiendas por departamentos es el sistema de crédito que ofrecen a sus consumidores a través de sus respectivas tarjetas. El énfasis entonces no se encuentra puesto en su actividad comercial, sino en su actividad crediticia. (De La Maza, 2010)

Para comprender adecuadamente los contratos que se trata de analizar resulta imprescindible dar una breve mirada al sistema de crédito que disciplinan.

Una vez que el consumidor ha celebrado el contrato, el proveedor emite el crédito donde el consumidor puede pagar en diferentes plazos según sea su condición evaluada y se compromete, bajo ciertas condiciones a pagar los bienes adquiridos.

Durante los últimos años se han incrementado las cifras que revelan una alta capacidad de endeudamiento por parte de la población, hecho que ha preocupado al gobierno no sólo desde una perspectiva macroeconómica, sino que desde un punto de vista social, debido a los altos costos emocionales que han provocado a los actores sociales esta situación (PNUD.2002). Por lo tanto, el endeudamiento no es sólo un problema de las personas o de las empresas, sino que es un problema de país. La sociedad chilena está profundamente angustiada, vacía y frustrada. La gente trabaja y trabaja, pero sus metas siguen postergadas. (Torres, 2009)

Según Montero (2010) la relación entre el comercio y el crédito es muy antigua. En los albores de las tiendas por departamento, Le Bon Marché, un gran almacén francés fundado en 1652 por el mismo propietario de las Galerías Lafayette y de La Samaritaine, otorgaba crédito a sus consumidores. Más adelante, a comienzos de los 1900, algunos hoteles, estaciones de gasolina y grandes tiendas por departamento de EE.UU. comenzaron a ofrecer tarjetas de crédito a sus clientes frecuentes. Mientras en las primeras etapas los montos adeudados por los clientes tenían que ser pagados en su totalidad al finalizar el mes en que se realizaba la compra, posteriormente se les permitió pagar en cuotas, cobrando un interés por el

monto no pagado durante el mes de la compra. Esta opción de obtención de crédito a través de la tarjeta, junto con la posibilidad de que algunas de las tarjetas se utilicen para comprar en múltiples negocios, genero un incremento en la competencia en el mercado de las tarjetas de crédito, la que se acentuó cuando a partir de los 1950s los bancos comerciales entraron a este negocio.

Según Tarziján (2010) por su parte, el despegue de los créditos otorgados por las tiendas comerciales para comprar en sus tiendas se da en conjunto con la expansión de las tiendas por departamento a comienzos de los 80s, cuando, en distintas fechas, Almacenes París, Falabella y Ripley crearon empresas especializadas para administrar su actividad financiera. Falabella, por ejemplo, partió con su tarjeta CMR en 1980. Posteriormente, ingresan al mercado diversas tarjetas abiertas, como Visa y MasterCard, que luego se convertirían en tarjetas bancarias.

La gente debe tener cuidado al endeudarse, hay muchas promociones muy agresivas, pero los intereses salen altísimos al final. El economista afirmó que lo único que se debe garantizar por parte del Gobierno es que estos electrodomésticos que están entrando al país tengan sistemas eficientes en el consumo de energía. El especialista recuerda que en varios países hay normativas que castigan con impuestos más elevados los electrodomésticos pocos eficientes. (Aráuz, 2014)

Según Hernández (2008) el nivel de deuda medio con el que puede vivir una persona o familia se estima, pues, entre el 35% y el 40%. Pero, como

recuerda Gonzalo Hernández, experto en análisis económico, no puede hablarse en términos generales, ya que el porcentaje de endeudamiento idóneo depende de numerosos factores. Por ello, ante la pregunta sobre qué ocurriría si se rebasara el citado límite aconsejable, su respuesta no es otra que "depende de las circunstancias personales de cada individuo, del nivel de ingresos que genere y de la marcha de la economía".

El endeudamiento de las familias peruanas equivale en un promedio de 2.3 veces de sus ingresos lo que le estaría “limitando la posibilidad de crecimiento de consumo”. El crecimiento de los préstamos de consumo e hipotecario sigue moderándose con respecto a las tasas observadas durante el 2013. En marzo y abril avanzaron a ritmo anual de 13%, inferior a los cuatro años previos; el riesgo es de sobre endeudamiento de los agentes económicos, de algunas familias y empresas que pueden sobre endeudarse más de sus posibilidades. (Lira, 2014)

A su turno, el director académico de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Paúl Lira, afirmó: “Las familias están empleando más porcentaje de sus ingresos para cancelar deudas con el sistema financiero y con diversas entidades que otorgan créditos. Esto a su vez tiene dos efectos: necesitarán más plata para consumir y puede desencadenarse un riesgo sistémico. (Westreicher, 2014)

La subida del precio del dinero es un factor de riesgo importante, pero que no suele ser objeto de consideración por parte del consumidor. Y es, precisamente, lo que ha sucedido, ya que la inflación desencadenada por la

crisis mundial ha generado un incremento imparable en el tipo de interés. Esta subida en el precio del dinero ha supuesto, a su vez, un aumento en las cuotas mensuales adeudadas por los particulares a su entidad financiera; es decir, que "pagar las deudas hoy resulta mucho más caro". (Hernández, 2008)

Así, aunque la compra de una vivienda, por ejemplo, suponía una empresa cara, el precio del dinero era muy bajo, lo cual compensaba las cuotas. Sin embargo, al crecer los intereses del préstamo (pero permanecer inalterable el precio de adquisición de la vivienda, al igual que la renta del consumidor), abonar las cuotas cuesta más: si una deuda ocupaba antes al particular el 30% de su sueldo, ahora le ocupa un 50%. Ahí radica el origen del endeudamiento del consumidor. (Lopez, 2008)

El porcentaje de familias endeudadas en Brasil subió desde el 63% en julio hasta el 63,6% en agosto. Según el sondeo, el principal tipo de deuda de las familias brasileñas es con su tarjeta de crédito (75,8%), seguido por los préstamos directos de las tiendas (17%) y por los créditos solicitados para financiar la compra de automóvil (13,4%) y para adquirir vivienda (7,3%). La tasa promedio de intereses cobrado por los bancos sobre los consumidores brasileños subió desde un 43% hasta el 43,2% de junio a julio. Para la patronal de comerciantes, lo más grave es que el endeudamiento siempre tiende a aumentar al final del año. "Generalmente el consumo crece en el segundo semestre, principalmente a finales del año, y eso puede elevar el endeudamiento". (Hanson, 2014)

El endeudamiento es algo inherente a la sociedad de consumo. Para consumir bienes y servicios y para expandir negocios, el acceso al crédito es un elemento fundamental en cualquier sistema económico, social y moderno. El crédito es una de las herramientas que permite mejorar el acceso al consumo. (Serra A. , 2009)

El sistema financiero peruano señala el crecimiento de la banca personal durante los últimos ejercicios, la que ha llegado a representar 33.6% del total de créditos del sistema financiero nacional al diciembre del 2014, es resultado del crecimiento de la clase media, con fuerte impacto en la demanda interna, en la capacidad de consumo, en el nivel de endeudamiento crediticio y de las medianas bancarizadoras de diversas entidades financieras. (González , 2011)

La principal función de un sistema financiero es intermediar entre quienes tienen y quienes necesitan dinero, así mismo quienes tienen dinero y no lo requieren en el corto plazo para pagar deudas o efectuar consumos, desean obtener un premio a cambio de sacrificar el beneficio inmediato que obtendrían disponiendo de esos recursos; ese premio es la tasa de interés. (Alberdi, 2009)

La disparidad de las tasas de interés activas entre segmentos y los niveles de estas tasas con relación a las tasas de interés de los depósitos, son dos características del mercado de créditos peruano que mayor discusión generan. Para explicar las razones subyacentes, este estudio analiza las tasas de interés activas en el período 2010 – 2014, a través de la evolución

de sus componentes: costo financiero de los recursos, costos de operación y riesgo de crédito. Se concluye que los costos operativos y el riesgo de crédito son los principales factores que explican el nivel y la disparidad de las tasas, ya que mayor riesgo acarrea mayores costos para las instituciones financieras, por la mayor reserva necesaria para absorber la pérdida por los impagos, y por los mayores costos operativos que genera su administración. La competencia ha jugado un rol importante en la evolución de las tasas de interés, en especial en los segmentos de pequeñas y micro empresas, y de consumo, en los que el crédito es mayoritariamente en moneda nacional. (Choy, 2015)

Observamos que la competencia ha implicado también que las entidades financieras sean operativamente más eficientes, lo que ha amortiguado el incremento de costos por mayor riesgo de crédito. En los segmentos de empresas mayoristas, se aprecia una menor competencia, acompañada de un mayor grado de concentración de mercado. Las tasas de interés de los créditos en soles son mucho mayores que las de los créditos otorgados en dólares, no obstante el mayor costo del fondeo en dólares debido al mayor requerimiento de encaje, Esta diferencia obedece a que los créditos en dólares están concentrados en los deudores de menor riesgo de cada segmento. Reducciones futuras en el costo del crédito requerirán de mayor competencia en los mercados financieros y de mejoras sustanciales en el gobierno corporativo de las empresas, así como mayor disciplina y una cultura financiera más responsable en los segmentos minoristas. (Morisaki, 2016)

La Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) representa todos los costos asociados al crédito y los bancos están obligados a difundirla entre sus clientes. Aún hay tiendas comerciales que no proporcionan dicha información. La Asociación de Bancos (Asbanc) presentó el Sistema de Relaciones con el Consumidor (SRC) que apunta a facilitar el acceso de las personas a productos y servicios financieros mediante la mejora de las prácticas informativas de la banca. Con información al 31 de julio de 2012, el número de tarjetas de crédito asciende a 5'691,631 en la banca múltiple, mientras que en las empresas financieras había 2'618,195 tarjetas. (Martin, 2012).

Para Delgado (2011) Presidente de la Asociación Peruana de Consumidores y usuarios (Aspec), el elevado costo de las tarjetas de crédito y el endeudamiento se origina en el desconocimiento del usuario “Si explicase que se van a cobrar esas tasas abusivas, lo más probable es que los consumidores pensarían más de una vez antes de utilizar su tarjeta de crédito u obtener algún producto al crédito”.

Según La denominada tasa de costo efectivo anual (TCEA), indicador que la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP obliga a los bancos a reportar ante los usuarios. Sin embargo, la difusión de este indicador habría perdido fuerza en los últimos años. Adicionalmente se aplican tasas de interés moratorias a las cuotas retrasadas, en valores fijados libremente. (Reyes, 2015)

Según el economista Marthans (2011) comentó que el esfuerzo logrado para que los bancos revelen los costos efectivos de las tarjetas ha sido paralizado. “Estos costos no están siendo adecuadamente difundidos por la SBS. Evidentemente, algunas entidades se aprovechan de esto y cobran más del doble que el promedio del mercado”.

Por ello, Morlás (2012), decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Ecotec de Guayaquil - Ecuador, advierte que el consumidor debe primero comparar los precios en varios sitios, analizar la conveniencia y elegir la mejor opción. Motos, licuadoras, lavadoras, televisores, ropa, juguetes y demás artículos son promocionados por los almacenes comerciales con seductores anuncios, para acceder a créditos.

Menciona también que los bancos empiezan a difundir la TCEA, pero pidió que las tiendas y centros comerciales hagan lo mismo en su publicidad. En declaraciones al diario Perú 21, recomendó a los usuarios que soliciten el detalle de estos cobros antes de adquirir una tarjeta de crédito. "Así conocerá cuánto le cobrarán y no tendrá sorpresas en el futuro", y a la vez indica que las tarjetas de las casas comerciales son las más caras, pues llegan a cobrar una TCEA de hasta 125% (por un consumo de S/.1,000 a pagar en doce cuotas mensuales), advirtió que algunas tiendas no están mostrando de forma abierta dicha tasa, lo cual les da margen para cobrar más. (Martin, 2012).

Según muestra la SBS Y la Administradora Privada de Fondos de Pensiones las tasas de costo efectivo anual de los créditos para personas

con ingresos menores de a s/.800 llega hasta un nivel máximo del 150%).

Para este caso las SBS considera un crédito de s/.500 a doce meses. Como sabemos la tasa de costo efectivo anual de una deuda incluye todo lo que se paga por un crédito, es decir, la tasa del costo efectivon anual representa el costo total del crédito, donde incluye, además los intereses, las comisiones, seguros y todos los gastos administrativos. No confundan la TCEA con la tasa efectiva anual (TEA), pues ésta última sólo contempla en el interés a pagar. (Reyes, 2015)

Por eso es fundamental saber y entender lo que firmamos al contraer una deuda. Es recomendable hacer todo tipo de preguntas hasta estar seguros que hemos comprendido bien a lo que nos estamos comprometiendo. Recuerden que la falta de conocimiento no es una excusa legal a la hora de enfrentar un problema.

Lo más importante que debemos comprender es que los pagos hechos después de la fecha límite, te generan intereses moratorios que no los tenías contemplados cuando inicialmente contrataste el servicio, lo que te llevará a encarecer todavía más el préstamo que recibiste.

El incumplimiento del pago en la fecha especificada en tu contrato te causará problemas y cargos extras que debes evitar a toda costa. Un ejemplo de esto son las tarjetas de crédito, con las cuales por cierto se calculan los intereses en base al interés compuesto. Las estadísticas nos muestran que el mayor problema que enfrentan los usuarios es la falta de conocimiento de lo que están contratando, si tiene clara la información de

lo que te costará no cumplir con el pago en la fecha pactada, te cuidarás de cubrir tu mensualidad a tiempo. Para esto se debe consultar a quien nos atiende o a quien sea necesario hasta que nos quede claro el total pago que debemos hacer y cómo se integra este. Esta tarea es función del asesor bancario en su caso, quien inclusive nos debe dar por escrito el cálculo de lo antes mencionado. (Mendieta, 2015)

Las grandes ofertas que anuncian las tiendas comerciales para las compras que sus clientes pagan con las tarjetas de crédito emitidas por dichos establecimientos muchas veces pueden resultar más caras que si se cancelan en efectivo.

Manrique (2012) menciona que para sincerar y verificar que tales ofertas sean rebajas reales para los clientes, la ley que modifica el código del consumidor y la norma complementaria de servicios financieros, promulgada recientemente, dispone entregar a los consumidores información sobre el costo efectivo de adquirir un bien con la tarjeta.

El 26 de marzo del 2008 en Andina (Agencia peruana de noticias) Indecopi investiga a las casas comerciales por poca información de tasas: en Lima Indecopi (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) advierte que las tiendas comerciales cobran tasas de interés anuales mayores a lo que informan, que varias casas comerciales venden electrodomésticos al crédito en la capital que cobran una tasa efectiva anual mayor a los consumidores. Se

detectaron casos en que usuarios pagaban hasta 130% anual cuando tasa acordada era 40%.

Dicha entidad verificó que en algunas zonas populosas de la capital estas tiendas no informan verazmente sobre las condiciones de crédito de los productos que vende.

El Indecopi informó que en una conocida tienda comercial con sede en Ventanilla y en otros distritos de Lima, por un televisor LCD de 32 pulgadas, cuyo precio de venta es 2,599 soles, el comprador al crédito terminaba pagando un total de 3,971.5 soles. En este caso, no se informaban de manera correcta las condiciones del crédito. Por el contrario, sólo se le decía al consumidor que la tasa de interés por el televisor era de 40 por ciento al año cuando en realidad le cobraban una tasa de 107 % y el costo efectivo total del crédito terminaba siendo de hasta 130.61 % anual. (Sarria, 2017)

La TCEA le dará a conocer la exactitud del costo de crédito. Algunas tiendas y centros comerciales aun no muestran la TCEA en la publicidad de sus productos. Si está de compras y un vendedor le ofrece la tarjeta que lleva la marca de la tienda, piénselo dos veces, pues podría llegar a pagar más del doble por sus adquisiciones. Según cifras oficiales de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), la Tasa de Costo Efectiva Anual (TCEA) para estos créditos puede llegar a 125% (ver recuadro). La TCEA incluye todos los costos de un préstamo, como intereses, comisiones, portes, entre otros. El costo de los créditos de las

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

tiendas de consumo masivo es mayor que el que se cobra en las tarjetas clásicas de los banco (Reyes, 2012).

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual ha iniciado procedimientos de oficio (por presunciones) a diversas tiendas comerciales por la poca transparencia en la entrega de información sobre las tasas de interés que cobran a los consumidores. Es necesario conocer si el financiamiento que otorgan las tiendas comerciales proviene de algún banco, pues este tiene la potestad de cobrar la tasa de interés que considere conveniente, o de la propia tienda comercial en cuyo caso debe sujetarse a la tasa máxima que establece el BCR y el Código Civil (que actualmente seria de 43%). (Sarria, 2017)

"Estamos en una sociedad de mercado que nos bombardea con mucha información de bienes y servicios, que hace que la gente se vea obligada o tenga aspiraciones de comprar. En fin se está inmerso en un fuerte ambiente de consumo". (Carrera, 2006)

Cuando una empresa evalúa la autorización de un crédito para comprar un automóvil nuevo, por ejemplo, lo que está evaluando es el nivel de endeudamiento y, si está debajo del criterio de 30% puede ser aprobado y viceversa. Adicionalmente estudiará el historial crediticio y los otros factores ya señalados.

Según López (2011) el cliente debe saber que su historial crediticio le abre puertas por ello no debe mantenerbdeudas pendientes con las casas comerciales, en el sistema financiero y hasta retrasos en los pagos de los

servicios básicos lo pueden convertir en un cliente de alto riesgo. Eso significa que será considerado como un mal pagador. Es decir, tendrá dificultades para acceder en el futuro a los créditos que se ofrecen en los mercados. Esa tarea la realiza la Central de Riesgo, que forma parte de los sistemas de control de la Superintendencia de Bancos. Ahí se registran todas las operaciones financieras que realizan los usuarios. El objetivo es determinar si los clientes son buenos o malos pagadores, para lo cual los califican con categorías diferentes de acuerdo con su historial de crédito

Financieramente las calificaciones son cinco y se diferencian con letras mayúsculas: A, B, C, D y E. Los usuarios que no cancelan puntualmente sus obligaciones y están en mora se ubican entre las categorías C, D y E. Entre más se demora en pagar se acerca a la letra E. Ésta es la más baja calificación para clientes de los bancos, cooperativas, mutualistas y sociedades financieras. Otras empresas privadas también realizan los controles. “Las financieras prefieren otorgar créditos a los usuarios que están en las letras A y B. Todo dependerá de las entidades”. Para acceder a un crédito hipotecario, por ejemplo, los bancos, no aceptan clientes con categoría D y E. Donde se originan las malas calificaciones los clientes donde más deudas tienen en el mercado. (Lopez, 2008)

Los créditos dependen de la buena calificación, la mala calificación en la Central de Riesgo pesa a la hora de otorgar un crédito o acceder a una tarjeta de crédito. Pues las entidades financieras registran los números de cédulas de los clientes en el sistema para determinar la calificación de

riesgo que tienen. Sin ese paso no se pueden ofrecer estos servicios. Así lo reconoce Juan Fernando Maldonado, gerente de Tarjetas de Crédito del Banco del Austro (Ecuador) y añade que los malos historiales crediticios perjudican a los usuarios porque se convierten en personas de alto riesgo de caer en morosidades. “Ahora las tasas de interés son reguladas y ya no se puede decir que a mayor riesgo mayor interés. Más bien a mayor riesgo no se le da el crédito”. (Maldonado, 2012)

Crédito en sus raíces etimológicas vienen del latín “credere” que significa creer, fiarse, en el ámbito financiero se dice que es un acto de confianza mediante la cual intercambian dos prestaciones que se desarrollan en el tiempo, los bienes y medios de pago entregados contra la promesa de pagos o de ser reembolsada. (Costa, 2015)

El crédito es un préstamo de dinero a una persona o entidad, que se compromete a devolverlo en un solo pago o en forma gradual (en un cierto plazo, mediante un pago de cuotas). Habitualmente se pacta un interés que compensa al dador del crédito por el tiempo que no dispondrá de ese dinero para utilizarlo para otros fines.

Asimismo el crédito es el control mediante el cual una entidad financiera o casa comercial pone dinero o productos a disposición del cliente y/o usuario hasta un monto fijado y por un tiempo determinado, recibiendo intereses por el monto colocado y exigiendo la devolución en el tiempo señalado.

Tener acceso y saber utilizar un crédito es fundamental para la vida diaria. Es probable que usted ya utilice un crédito, ya sea a través de una tarjeta o un préstamo. Aprender sobre esta poderosa herramienta, permite utilizarla mejor y ganar en calidad de vida. El crédito, en las mejores condiciones posibles, puede ser el camino para alcanzar sus metas o puede darle ayuda en un momento difícil o ante un imprevisto. El crédito bien utilizado puede llegar a hacer realidad un sueño que parecía inalcanzable. (Martín, 2012)

Un crédito, puede ser un poderoso enemigo para quienes no sepan utilizarlo responsablemente, quienes no posean un plan de gastos de acuerdo a su realidad, o quienes no desarrollan y mantengan un comportamiento adecuado para su preservar su salud financiera. El crédito permite equilibrar ciertas diferencias sociales, al permitir cumplir ciertas metas antes y de forma más acelerada. A nivel de economía global, la abundancia de crédito en una sociedad es vista como un símbolo de madurez socio-económica (estabilidad política, económica y legal). (Ramírez, 2012)

Para las empresas el crédito muchas veces representa la base para su desarrollo, progreso, innovación, creación y crecimiento. La ausencia de crédito es un problema que se debe corregir si se pretende una economía dinámica.

Para acceder a un crédito, en general, deben cumplirse con una serie de requisitos que establece el dador del crédito en función de numerosas variables. El objetivo es reducir el riesgo de no recuperar el dinero

prestado. Cada institución financiera establece las requisitos que entiende más apropiadas, así como las condiciones para el otorgamiento (respetando las normativas del Banco Central) que son expresadas al clientes quien decide acordar o no. (Echeverría, 2013)

Los requisitos más frecuentes están relacionados con:

- Contar con antecedentes comerciales y crediticios adecuados. Recibir información sobre el comportamiento comercial y conducta de pago del solicitante.
- Demostrar ingresos actuales y posteriores que le permitan atender de manera adecuada la deuda que se va a contraer. Se procura que se pueda hacer frente al compromiso de pago sin inconvenientes.

### **2.1.1. El mejor uso del crédito**

Un crédito es conveniente cuando:

- Cuando se procura obtener bienes "grandes" (una casa, un auto, electrodomésticos, etc.) mientras se lo está pagando. Se adelanta un bien deseado, difiriendo el pago del mismo (siempre que se pueda afrontar el pago).
- Cuando ocurren imprevistos: emergencias, crisis familiares, enfermedades inesperadas, oportunidades u ofertas únicas, etc.; en momentos en los que no se cuenta con el efectivo necesario.
- Para administrar todos los ingresos mediante un registro de gastos. Muchas veces las personas prefieren consolidar

(unificar) su deuda, de forma de tener un único crédito, y así organizar mejor los pagos. Esto es recomendable, siempre que se pueda afrontar el total de las cuentas, todos los meses que corresponda. (Foster, 2015)

Un crédito no es conveniente cuando:

- Cuando el crédito provoca que, debido a la facilidad y comodidad de uso, se gaste más de lo que le permite su capacidad de endeudamiento.
- Cuando el pago del crédito absorba los ingresos necesarios para el pago de otros gastos más esenciales. Cuando se cae en la tentación o en la necesidad de "vivir del crédito", solicitando uno para pagar otro, de forma reiterada. (Álvarez, 2013)

Recomendaciones al contratar un crédito:

- Entender que quien firma un contrato de crédito asume en ese instante obligaciones de pago.
- Leer y entender el contrato de crédito antes de firmarlo. Preguntar si no entiende el significado de algún término legal o financiero.
- Firmar cada hoja del contrato para así evitar que las puedan cambiar. Una vez firmado el contrato exigir una copia de éste ya que es obligación legal del acreedor entregarla.
- Evaluar el plazo del crédito más adecuado. Un crédito a corto plazo normalmente implica pagos más elevados y uno

a largo plazo implica pagos más pequeños pero por un tiempo mayor.

- Comparar entre las diversas opciones de crédito que ofrece un banco y también comparar los créditos que ofrecen distintos bancos, para verificar cuál de ellos ofrece los términos más baratos y más convenientes para las necesidades de cada persona.
- Verificar cuidadosamente la tasa de interés que se va a contratar, así como las comisiones que se tengan que pagar. En particular, comparar la Tasa de Costo Efectivo Anual Total (TCEA) que deben proporcionar las distintas instituciones que otorgan créditos.
- Verificar las fechas límite de pago para no incurrir en falta de pago o mora.
- Revisar los estados de cuenta para verificar que se hayan contabilizado en forma correcta todos los pagos y que no se está realizando algún cargo que no corresponda. En caso de notar alguna anomalía, reportarla de inmediato a la institución que otorgó el crédito. Conservar todos los comprobantes de pago del crédito. (Blanco, 2015)
- El sistema financiero peruano señala que el crecimiento de la banca personal durante los últimos ejercicios, la que ha llegado a representar 33.6% del total de créditos del sistema financiero nacional al diciembre del 2014, es resultado del

crecimiento de la clase media, con fuerte impacto en la demanda interna, en la capacidad de consumo, en el nivel de endeudamiento crediticio y de las medidas bancarizadoras de diversas entidades financieras. (Casino, 2015)

- La principal función de un sistema financiero es intermediar entre quienes tienen y quienes necesitan dinero. Quienes tienen dinero y no lo requieren en el corto plazo para pagar deudas o efectuar consumos desean obtener un premio a cambio de sacrificar el beneficio inmediato que obtendrían disponiendo de esos recursos. Ese premio es la tasa de interés. Quienes requieren en el corto plazo más dinero del que poseen, ya sea para generar un valor agregado mediante un proyecto productivo (crear riqueza adicional) o para cubrir una obligación de pago, están dispuestos a pagar, en un determinado periodo y mediante un plan de pagos previamente pactado, un costo adicional por obtener de inmediato el dinero. Ese costo es la tasa de interés. Empatar las necesidades y deseos de unos, los ahorradores, con las necesidades de otros, los deudores, es la principal tarea del sistema financiero y en dicha labor las tasas de interés juegan un papel central. (Parodi, 2013)
- Un sistema financiero con estas características facilita el cumplimiento de las tareas del banco central. A través del

sistema bancario, un banco central pone en circulación la moneda nacional e instrumenta las políticas monetaria y cambiaria. La instrumentación de dichas políticas, a su vez, afecta los precios que se determinan en los mercados financieros, tales como las tasas de interés o el tipo de cambio. (Ramirez, 2008)

### **2.1.2. Intermediación financiera e intermediarios**

Un sistema financiero está integrado por distintos intermediarios financieros, siendo los más conocidos y destacados, los bancos. Otros más son las aseguradoras, afianzadoras, arrendadoras, casas de bolsa y las administradoras de fondos de inversión. Como intermediarios financieros, los bancos son indispensables para la existencia y el buen funcionamiento de cualquier sistema financiero.

Un banco es capaz de otorgar crédito sin necesidad de que dicho financiamiento esté directamente vinculado a un ahorrador o grupo específico de ahorradores o a un inversionista o grupo específico de inversionistas. Esta característica distingue a los bancos de otros tipos de intermediarios financieros. (Rosas, 2016)

El financiamiento otorgado por un banco constituye la mayor parte de sus activos ya que financiar empresas o personas físicas es su función primordial. El financiamiento puede exceder varias veces el monto de recursos en efectivo o susceptibles de convertirse en

efectivo de inmediato. Estos recursos le han sido confiados al banco por ahorradores e inversionistas. Dichos recursos constituyen la mayor parte de los pasivos de un banco. (Rosas, 2016)

La intermediación bancaria tiene dos caras principales: cuando se otorgan créditos y cuando se obtienen recursos. Cuando los bancos otorgan créditos cobran una tasa de interés que se conoce como tasa de interés activa. A su vez, los bancos pagan a quienes les han confiado sus recursos una tasa de interés conocida como tasa de interés pasiva.

Esta dualidad hace que la intermediación bancaria implique diversos riesgos. Entre ellos destacan los riesgos de crédito y los riesgos de liquidez. Los primeros derivan de la posibilidad de que quienes recibieron crédito de los bancos incumplan con su obligación de pagarlos. Los segundos son consecuencia directa de que los bancos típicamente otorgan créditos a plazo, mientras que la mayoría de los recursos que captan se encuentran a la vista. Por ello, si en un momento en particular ocurre un retiro inesperadamente elevado de recursos el banco puede enfrentar un problema de liquidez.

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1. Teoría de la tasa de interés.**

J. M. Keynes, considerado el padre de la macroeconomía moderna, dijo una vez que si los empresarios de Londres creían

que cada acción económica, no tenía detrás un armazón teórico con explicación razonable, estaban totalmente equivocados. Tal parece, si por esta afirmación nos guiamos, que la cúpula empresarial de Inglaterra, al igual que la de otros lares, despreciaba constantemente el conocimiento teórico, cuya explicación razonable permite a la ciencia, la construcción de su cuerpo de análisis para orientar las acciones diarias del movimiento económico y social de los hombres. (Saint, 2012)

La teoría del interés sostiene que el uso de los fondos prestados permite al empresario llevar a cabo los planes de inversión.

El origen del interés se plantea en función a diversas teorías:

- La teoría del sacrificio sostiene que la retribución del dinero, mediante un interés es un premio.
- Los abanderados de la escasez sostienen que los valores cuya manifestación es escasa.
- La teoría de la productividad sostiene que el capital implica una aportación productiva.
- La teoría del riesgo, señala por su parte que este interés es el premio que debe recibir el que arriesga.

### **2.2.2. Teoría del crédito.**

Hace ochenta años, en otoño de 1934, apareció por primera vez en inglés la teoría del dinero y del crédito de Ludwig von Mises. Sigue siendo uno de los libros más importantes sobre dinero e

inflación escritos en el siglo XX, incluso ocho décadas después, sigue ofreciendo el análisis y explicación más claros de auges y declives, inflaciones y depresiones. (Ebeling, 2014)

En esta teoría Mises demostraba que el dinero no es la criatura o la creación de un estado, el dinero es una institución social generada y basada en el mercado que aparece espontáneamente por la interacción de gente tratando de superar las trabas y dificultades del intercambio directo del trueque.

El crédito establece una relación de confianza que como tal naturalmente tiene sólo importancia potencial y se transforma en un fenómeno dinámico sólo en el momento que el crédito se activa en una forma de movimiento de capital; por lo anterior, el concepto de crédito a diferencia del de la operación crediticia es solamente aplicable para expresar que se tiene confianza, independiente de que ésta sea prácticamente explotada o no. Se habla entonces de que alguien “tiene” crédito o “disfruta” del crédito en el sentido general de la palabra, cuando se le presta confianza, pues sin la confianza del otorgador del crédito no se efectúan estas operaciones. Al investigar lo que significa “confianza” en la operación crediticia, se reconoce el ofrecimiento de una garantía de que el tomador del crédito cumplirá con sus obligaciones resultantes de la operación de crédito y que, por consiguiente, el dador de crédito no sufrirá pérdidas. Es así como la seguridad ideal que ofrece la confianza puede ser remplazada

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

por una seguridad real y, por ende, el crédito real prendario reemplaza al crédito personal basado en la confianza. Es así como mediante la operación crediticia, el dador del crédito transfiere directamente poder de disposición sobre los bienes al tomador del crédito, como sucede en la economía natural, o indirectamente en la forma de dinero, o sea de las disposiciones sobre capital, como sucede en la economía monetaria. (Soto, 2012)

El crédito en su esencia íntima, se funda en los bienes reales y solo significa una transferencia de bienes de capital con el fin de que sean explotados en la economía de un país. Mediante este se hace factible el mejor aprovechamiento económico de aquellas existencias de bienes que no se encuentran en el circuito económico.

Por precio del crédito se entiende aquel importe que el tomador del crédito debe abonar al otorgante del mismo para la cesión temporal de disposiciones sobre capital al objeto de su explotación.

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Condiciones de crédito:**

Las condiciones de crédito especifican el periodo en que se extiende el crédito y el descuento, si lo hay, concedido por pronto pago.

### **2.3.2. Crédito**

Un crédito es una forma de financiar el pago de tus compras actual y pagarlo después de un periodo de tiempo.

El crédito es una operación financiera en la que se pone a nuestra disposición una cantidad de dinero hasta un límite especificado y durante un período de tiempo determinado.

En un crédito nosotros mismos administramos ese dinero mediante la disposición o retirada del dinero y el ingreso o devolución del mismo, atendiendo a nuestras necesidades en cada momento. De esta manera podemos cancelar una parte o la totalidad de la deuda cuando creamos conveniente, con la consiguiente deducción en el pago de intereses.

Además, por permitirnos disponer de ese dinero debemos pagar a la entidad financiera unas comisiones, así como unos intereses de acuerdo a unas condiciones pactadas. En un crédito sólo se pagan intereses sobre el capital utilizado, el resto del dinero está a nuestra disposición pero sin que por ello tengamos que pagar intereses. Llegado el plazo del vencimiento del crédito podemos volver a negociar su renovación o ampliación.

El propósito del crédito es cubrir los gastos, corrientes o extraordinarios, en momentos puntuales de falta de liquidez. El crédito conlleva normalmente la apertura de una cuenta corriente.

- **Políticas De Crédito:**

Toda actividad empresarial se maneja bajo políticas o normas que orientan la diversidad de actividades comerciales que se dan en el mercado desde el punto de vista mercantil; por lo tanto, considerando que el crédito es un proceso ordenado de pasos y procedimientos.

Interconectados al desenvolvimiento económico y financiero necesita de políticas para que dicha actividad se encausen sobre objetivos específicos.

Estas políticas marcarán las pautas para la consecución de estos objetivos a los cuales se debe llegar en virtud a una administración efectiva del crédito. Para identificar la propuesta anterior en su verdadera dimensión, los objetivos previamente identificados responden la pregunta ¿Qué queremos alcanzar en términos de objetivos? Es decir, aplicamos políticas de crédito con la finalidad de alcanzar los objetivos preestablecidos de la Gerencia con respecto a la actividad crediticia. Por lo tanto estas políticas indicaran el camino para llegar a esos objetivos y darán la pauta de cómo actuar para lograrlo.

- **Riesgo crediticio:**

El riesgo es un elemento de incertidumbre que se da en las operaciones crediticias, por una parte está el riesgo de prestatario que puede o no hacer frente a sus obligaciones de pago del crédito y por

otro lado del riesgo del prestador quien evalúa las posibilidades e inconvenientes de que el reembolso se cumpla o no.

El riesgo de crédito es la posible pérdida que asume un agente económico como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones contractuales que incumben a las contrapartes con las que se relaciona.

El concepto se relaciona habitualmente con las instituciones financieras y los bancos, pero afecta también a empresas y organismos de otros sectores.

- **Principios generales de la evaluación y clasificación crediticia del deudor**

Criterios de evaluación

El otorgamiento del crédito está determinado por la capacidad de pago del solicitante que, a su vez, está definida fundamentalmente por su flujo de caja y sus antecedentes crediticios.

La evaluación del solicitante para el otorgamiento del crédito a deudores no minoristas debe considerar además de los conceptos señalados en el párrafo anterior, su entorno económico, la capacidad de hacer frente a sus obligaciones ante variaciones cambiarias o de su entorno comercial, político o regulatorio, el tipo de garantías que respalda el crédito, la calidad de la dirección de la empresa y las

clasificaciones asignadas por las demás empresas del sistema financiero.

Para evaluar el otorgamiento de créditos a deudores minoristas, se analizará la capacidad de pago en base a los ingresos del solicitante, su patrimonio neto, el importe de sus diversas obligaciones, y el monto de las cuotas asumidas para con la empresa; así como las clasificaciones crediticias asignadas por las otras empresas del sistema financiero. En el caso de los créditos a pequeñas empresas y a microempresas, las empresas podrán prescindir de algunos de los requisitos documentarios exigidos por esta Superintendencia, pudiéndose elaborar conjuntamente entre cliente y empresa indicadores mínimos, a satisfacción de este organismo de control, que permitan determinar la capacidad de pago para el cumplimiento de la obligación.

Los criterios señalados se aplican sin perjuicio de las disposiciones sobre conocimiento del cliente y del mercado establecidas en las Normas Complementarias para la Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo.

- **Criterios de evaluación crediticia del deudor**

Categoría Normal (0):

El deudor:

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

Presenta una situación financiera líquida, con bajo nivel de endeudamiento patrimonial y adecuada estructura del mismo con relación a su capacidad de generar utilidades. El flujo de caja no es susceptible de un empeoramiento significativo ante modificaciones importantes en el comportamiento de las variables tanto propias como vinculadas con su sector de actividad, y Cumple puntualmente con el pago de sus obligaciones.

Adicionalmente y sin perjuicio de lo establecido en los incisos a) y b) precedentes, la empresa del sistema financiero considerará si el deudor:

Tiene un sistema de información consistente y actualizado, que le permita conocer en forma permanente su situación financiera y económica.

Cuenta con una dirección calificada y técnica, con apropiados sistemas de control interno.

Pertenece a un sector de la actividad económica o ramo de negocios que registra una tendencia creciente.

Es altamente competitivo en su actividad.

Categoría con Problemas Potenciales (1):

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

Una buena situación financiera y de rentabilidad, con moderado endeudamiento patrimonial y adecuado flujo de caja para el pago de

las deudas por capital e intereses. El flujo de caja tiende a debilitarse para afrontar los pagos, dado que es sumamente sensible a modificaciones de variables relevantes.

Incumplimientos ocasionales y reducidos que no excedan los 60 días.

Categoría Deficiente (2):

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

Una situación financiera débil y un nivel de flujo de caja que no le permite atender el pago de la totalidad del capital y de los intereses de las deudas, pudiendo cubrir solamente estos últimos. La proyección del flujo de caja no muestra mejoría en el tiempo y presenta alta sensibilidad a modificaciones menores y previsibles de variables significativas, debilitando aún más sus posibilidades de pago. Tiene escasa capacidad de generar utilidades.

Incumplimientos mayores a sesenta (60) días y que no exceden de ciento veinte (120) días.

Categoría Dudoso (3):

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

Un flujo de caja manifiestamente insuficiente, no alcanzando a cubrir el pago de capital ni de intereses; presenta una situación financiera crítica y muy alto nivel de endeudamiento, y se encuentra obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada y que,

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

materialmente, son de magnitud significativa con resultados negativos en el negocio.

Incumplimientos mayores a ciento veinte (120) días y que no exceden de trescientos sesenta y cinco (365) días.

Créditos vencidos o en cobranza judicial en la empresa financiera, salvo que esté en categoría Pérdida.

Categoría Pérdida (4):

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

Un flujo de caja que no alcanza a cubrir los costos de producción. Se encuentra en suspensión de pagos, siendo factible presumir que también tendrá dificultades para cumplir eventuales acuerdos de reestructuración; se encuentra en estado de insolvencia decretada o está obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada, y que, materialmente, sean de magnitud significativa.

Incumplimientos mayores a trescientos sesenta y cinco (365) días.

Clasificación del deudor considerado como mes y del deudor de la cartera de créditos de consumo

Estos deudores deberán clasificarse conforme a los siguientes criterios:

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**Categoría normal (0)**

Son aquellos deudores que vienen cumpliendo con el pago de sus cuotas de acuerdo a lo convenido o con un atraso de hasta ocho (8) días calendario.

**Categoría con problemas potenciales (1)**

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus cuotas de nueve (9) a treinta (30) días calendario.

**Categoría deficiente (2)**

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus cuotas de treinta y uno (31) a sesenta (60) días calendario.

**Categoría dudoso (3)**

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus cuotas de sesenta y uno (61) a ciento veinte (120) días calendario.

**Categoría pérdida (4)**

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de sus cuotas de más de ciento veinte (120) días calendario.

**Clasificación del deudor de la cartera de créditos hipotecarios para vivienda**

Estos deudores deberán clasificarse conforme a los siguientes criterios:

**Categoría normal (0)**

Son aquellos deudores que vienen cumpliendo con el pago de sus cuotas de acuerdo a lo convenido o con un atraso de hasta treinta (30) días calendario.

**Categoría con problemas potenciales (1)**

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de treinta y uno (31) a noventa (90) días calendario.

**Categoría deficiente (2)**

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de noventa y uno (91) a ciento veinte (120) días calendario.

**Categoría dudoso (3)**

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de ciento veintiuno (121) a trescientos sesenta y cinco (365) días calendario.

**Categoría pérdida (4)**

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de más de trescientos sesenta y cinco (365) días calendario.

**• Proceso del crédito:**

Solicitud: se realizará el pedido formal de la línea de crédito por el cliente y la respectiva entrega de la documentación.

Evaluación del crédito (medición del riesgo): se utilizará técnicas de análisis financiero, principales políticas de negocio, investigar la

solvencia económica y moral del solicitante, visitar al solicitante, objetivo del crédito, especificar los principales riesgos, valorar las garantías.

Propuestas de crédito y aprobación: elaborar la propuesta, elevar la instancia de aprobación, aprobar o desaprobar, comunicar a los clientes los términos y condiciones.

Formalización: suscribirlos mediante contrato.

Control: cumplimiento de las condiciones contractuales, evaluar las estrategias de desarrollo, retroalimentación para futuros créditos.

- **Tipos de crédito**

Créditos Corporativos:

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que han registrado un nivel de ventas anuales mayor a S/. 200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros anuales auditados más recientes del deudor. Si el deudor no cuenta con estados financieros auditados, los créditos no podrán ser considerados en esta categoría.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor disminuyesen a un nivel no mayor a S/. 200 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas.

Adicionalmente, se considerarán como corporativos a los créditos soberanos, a los créditos concedidos a bancos multilaterales de

desarrollo, a entidades del sector público, a intermediarios de valores, a empresas del sistema financiero, a los patrimonios autónomos de seguro de crédito y a fondos de garantía constituidos conforme a Ley.

Créditos a Grandes Empresas:

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que poseen al menos una de las siguientes características:

Ventas anuales mayores a S/. 20 millones pero no mayores a S/.200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros más recientes del deudor.

El deudor ha mantenido en el último año emisiones vigentes de instrumentos representativos de deuda en el mercado de capitales.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor excediesen el umbral de S/. 200 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos del deudor deberán reclasificarse como créditos corporativos, siempre que se cuente con estados financieros anuales auditados. Asimismo, si el deudor no ha mantenido emisiones vigentes de instrumentos de deuda en el último año y sus ventas anuales han disminuido a un nivel no mayor a S/. 20 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos a medianas empresas, a pequeñas empresas o a microempresas, según corresponda, en función del nivel de endeudamiento total en el sistema financiero en los últimos (6) meses.

#### Créditos a Medianas Empresas:

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que tienen un endeudamiento total en el sistema financiero superior a S/. 300.000 en los últimos seis (6) meses y no cumplen con las características para ser clasificados como créditos corporativos o a grandes empresas.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor fuesen mayores a S/. 20 millones durante dos (2) años consecutivos o el deudor hubiese realizado alguna emisión en el mercado de capitales, los créditos del deudor deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas o corporativos, según corresponda. Asimismo, si el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a pequeñas empresas o a microempresas, dependiendo del nivel de endeudamiento.

#### Créditos a Pequeñas Empresas:

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es superior a S/. 20,000 pero no mayor a S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses.

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda)

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

excediese los S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. Asimismo, en caso el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 20,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán reclasificarse a créditos a microempresas.

#### Créditos a Micro Empresas:

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es superior a S/. 20,000 pero no mayor a S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses.

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) excediese los S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. Asimismo, en caso el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 20,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán reclasificarse a créditos a microempresas.

#### Créditos de Consumo Revolvente:

Son aquellos créditos revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial. En caso el deudor cuente adicionalmente con créditos a microempresas o a pequeñas empresas, y un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas.

Lo señalado en el párrafo anterior no es aplicable a los créditos otorgados a personas naturales que sólo posean créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecarios para vivienda, debiendo permanecer clasificados como créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecarios para vivienda, según corresponda.

#### Créditos de Consumo No-Revolvente:

Son aquellos créditos no revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial.

En caso el deudor cuente adicionalmente con créditos a pequeñas empresas o a microempresas, y un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) mayor a

S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas.

Lo señalado en el párrafo anterior no es aplicable a los créditos otorgados a personas naturales que sólo posean créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecario para vivienda, debiendo permanecer clasificados como créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes).y/o créditos hipotecarios para vivienda, según corresponda.

#### Créditos Hipotecarios para Vivienda:

Son aquellos créditos otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, siempre que tales créditos se otorguen amparados con hipotecas debidamente inscritas; sea que estos créditos se otorguen por el sistema convencional de préstamo hipotecario, de letras hipotecarias o por cualquier otro sistema de similares características.

Se incluyen también en esta categoría los créditos para la adquisición o construcción de vivienda propia que a la fecha de la operación, por tratarse de bienes futuros, bienes en proceso de independización o bienes en proceso de inscripción de dominio, no es posible constituir sobre ellos la hipoteca individualizada que deriva del crédito otorgado.

- **Elementos del crédito**

El acreedor, que viene a ser aquel que da el crédito, en este caso es una entidad financiera.

El deudor, es la persona que solicita el crédito y acepta las condiciones de un contrato crediticio.

El plazo definitivo de tiempo, que es el periodo en el cual debe darse la contraprestación acatada.

La voluntariedad del intercambio.

La confianza, que no tiene por qué ser absoluta sino existir en ciertos grados y complementarse con las garantías para disminuir los riesgos crediticios.

### **2.3.3. Tasa:**

Las tasas son contribuciones económicas que hacen los usuarios de un servicio prestado por el estado.

La tasa no es un impuesto, sino el pago que una persona realiza por la utilización de un servicio, por tanto, si el servicio no es utilizado, no existe la obligación de pagar.

- **Tasa de interés efectiva**

Es el costo financiero de una deuda, ya que esta considera la capitalización de intereses. A esta tasa, generalmente se le agrega cargos por comisiones, los gastos por servicios de terceros, entre otros

gastos que haya incurrido la empresa, lo cual constituye el costo efectivo total de la deuda y de acuerdo a lo pactado serán trasladados al cliente, incluidos los seguros cuando corresponda.

Los diferentes tipos de tasa

Tasa Nominal.- Es la tasa original, generalmente expresada en términos anuales

Tasa Efectiva Anual.- Es la tasa proporcional en un período determinado, por ejemplo un préstamo a una tasa del 8% anual que solo tuvimos vigente durante tres meses, tendrá una tasa efectiva del 2%.

Tasa Real.- Es considerada básicamente como la diferencia entre la tasa pactada y la tasa de inflación, es decir si tenemos una tasa del 22% anual y la tasa de inflación es del 4%, entonces la tasa real será del 18%.

Tasa Líder.- Es la tasa de referencia para las operaciones financieras y es en base a las tasas que determina el Banco de México y sirven de base para el cálculo de las tasas que se acuerdan, como por ejemplo en los créditos hipotecarios, como: “Se calculará en base a TIIE más 3 puntos porcentuales”. Estas tasas de referencia pueden ser Tasa de interés interbancaria de equilibrio (TIIE), Certificados de Tesorería (CETES), Tasa de Interés Interbancaria Promedio (TIIP), entre otras.

Tasa Bruta.- Es la tasa antes de impuestos

Tasa Neta.- Es la tasa después de impuestos

Tasa Fija.- Aquella que se presume no tendrá variación alguna durante la vigencia del financiamiento

Tasa Variable.- Aquella que dependerá de algunas circunstancias adicionales o que estén asociadas a otras tasas, como pueden ser la inflación, o tasas de referencia o bien el comportamiento del mercado.

Existen algunas otras tasas que se manejan en el mercado y que no comentaremos por el momento, debido a sus diferentes niveles de complejidad y que nos llevarían a la posibilidad de mencionar algunos tecnicismos que los usuarios o consumidores no estamos en la necesidad u obligación de conocer.

Costo de la tasa efectiva anual: es la tasa que te cuesta es decir la tasa que te permite saber cuál será el costo total que deberás pagar al pedir un préstamo o crédito.

#### **2.3.4. Tienda comercial**

Son establecimientos comerciales que se dedican al comercio de diversos productos o artículos, "ingenio comercial" es lo que tienen estos comerciantes ya que las tiendas comerciales siguen ganando terreno frente a las tarjetas bancarias, es un hecho que las tarjetas de crédito de las casas comerciales han sido todo un éxito, situación que no se ha repetido con sus similares de los bancos.

### 2.3.5. Capacidad de endeudamiento

Es un porcentaje de los ingresos mensuales netos los cuales se calculan por diferencia entre los ingresos y gastos fijos que tiene que soportar cada mes, siendo recomendable no endeudarse con una cuota mensual superior, por lo tanto la cuota mensual del préstamo a solicitar no debe superar al de los ingresos netos.

Es básicamente hasta donde cada uno de nosotros podemos endeudarnos sin correr riesgos de caer en la morosidad o en el impago. Es decir, más simplemente, lo mucho que podemos contraer deudas sin poner en peligro el pago de las mismas.

No obstante, el término “capacidad de endeudamiento” tiene alguna que otra complejidad mayor. Por ejemplo, es la causa por la cual los bancos otorgan o no un crédito o préstamo. Además, es la causa más razonable por la cual, si sus ingresos no se corresponden con el dinero que está pidiendo, negarse a prestarle dinero.

¿Cómo calculan los bancos nuestra capacidad de endeudamiento y sacan este tipo de conclusiones?

Si bien es como “cada médico con su librito“, no hay una forma establecida para calcularla, pero la que más se utiliza es la siguiente:

$$C.E. = (I.T. - G.F.) \times 0.35$$

C.E.: capacidad de endeudamiento

I.T.: Ingresos Totales mensuales

G.F.: Gastos Fijos mensuales

La capacidad de endeudamiento es igual a los ingresos totales menos los gastos fijos. Lo cual daría el ingreso neto. Además, se multiplica por 0.35 ya que en general las entidades no permiten que un porcentaje mayor al 35% de esos ingresos netos mensuales se destine al pago de la cuota del préstamo.

Es de gran ayuda conocer la capacidad de endeudamiento ya que nos va permitir calcular la cantidad máxima que vamos a poder solicitar, y no estar rezando para que el banco se apiade de nosotros.

Riesgo crediticio: es la posibilidad de incurrir en pérdidas como consecuencia del incumplimiento de la contraparte en las obligaciones pactadas en los contratos de créditos.

### **2.3.6. Centrales de Riesgo**

La central de riesgo es un sistema integrado de registros de riesgos financieros, crediticios, comerciales y de seguros, conteniendo información consolidada y clasificada sobre los deudores de las empresas. Existen centrales de riesgo privadas y la Central de Riesgos de la SBS que es pública y se rige por lo dispuesto en los artículos 158°, 159°, y 160° de la Ley N° 26702. Las instituciones de crédito reportan a los usuarios para ser incluidos en la Central de Riesgos de la SBS; las entidades privadas manejan datos de diversas fuentes. Esta ley señala además que las empresas del sistema financiero tiene la obligación de comunicar periódicamente a la SBS cómo

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

se encuentran las deudas de sus clientes, encargándose la SBS de consolidar la información y ponerla a disposición de los usuarios, empresas del sistema financiero y centrales de riesgo privadas.

Es importante señalar que la información crediticia que figura en la central de riesgos de la SBS, no solo se refiere a la condición de cumplimiento en la que se encuentran los créditos en un momento dado, sino que también registra el comportamiento histórico de los mismos, de tal manera que se mantiene en el sistema como un indicador del cumplimiento de la obligación adquirida.

En tal sentido la información reportada en la Central de Riesgos por las entidades del sistema financiero queda registrada en el histórico, y por lo tanto no pueden ser eliminadas.

### **2.3.7. Scoring Crediticio:**

El Scoring es una aplicación automática que ayuda al empleado de banca a tomar decisiones sobre si aprobar o denegar un préstamo. Es parte de una determinada información aportada y recomienda aprobar o no un crédito, tales como préstamos al consumo, hipotecas o concesiones de tarjetas de crédito; Por tanto, Scoring es el sistema de evaluación automática al cual se recurrirá a la hora de tener que determinar, por ejemplo, el otorgamiento o no de un crédito.

En función de toda la información que se encuentra disponible en la base de datos de la entidad otorgante acerca del candidato en cuestión.

Información que utiliza el Scoring

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

- Datos personales como por ejemplo la edad, profesión, domicilio, etc.
- Productos financieros contratados. Si el cliente ya tiene algún otro producto con el banco.
- Historial de crédito. Si el cliente tiene algún otro préstamo en vigor, si ha tenido anteriormente se observa si lo devolvió sin problemas, etc.
- Información de ficheros externos como lista de morosos, etc.

#### Funcionamiento del Scoring

Lo que hace el scoring es un cálculo de la probabilidad de que un crédito o préstamo de un importe determinado, para un tipo de cliente concreto, una finalidad y un plazo entre en impago. Si esa probabilidad es menor que el límite máximo puesto por el banco se dará luz verde a la operación.

Para ello el Scoring hará unos cálculos internos donde estudiará, por ejemplo: Ingresos en relación a pagos comprometidos, tasa de endeudamiento respecto al patrimonio y antigüedad del contrato laboral.

#### Caso práctico de un artefacto a crédito

Nº. Préstamo: 785478692

Cliente: 45875124 Rabanal Plasencia Cintia

Fecha de desembolso: 25/05/2017

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

Plazo: 720 días

Cronograma de pagos

N°	Fecha de vencimiento	Capital	Interés	Cuota	Desgravamen	Seg. Mult	ITF	TOTAL
1	05/07/17	8.37	171.33	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
2	05/08/17	33.64	146.06	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
3	05/09/17	36.11	143.59	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
4	05/10/17	43.47	136.23	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
5	05/11/17	41.97	137.73	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
6	05/12/17	49.55	130.15	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
7	05/01/18	48.7	131	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
8	05/02/18	52.28	127.42	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
9	05/03/18	68.47	111.23	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
10	05/04/18	61.16	118.54	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
11	05/05/18	69.46	110.24	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
12	05/06/18	70.77	108.93	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
13	05/07/18	79.43	100.27	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
14	05/08/18	81.81	97.89	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
15	05/09/18	87.83	91.87	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
16	05/10/18	97.14	82.56	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
17	05/11/18	101.44	78.26	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
18	05/12/18	111.26	68.44	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
19	05/01/19	117.08	62.62	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
20	05/02/19	125.69	54.01	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
21	05/03/19	139.41	40.29	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
22	05/04/19	145.19	34.51	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
23	05/05/19	156.66	23.04	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
24	05/06/19	167.37	12.33	<b>179.7</b>	2.04	1.9	0.01	<b>183.65</b>
<b>TOTALES</b>		<b>1994.26</b>	<b>2318.54</b>	<b>4312.8</b>				<b>4407.6</b>

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

Tipo de préstamo-. CONSUMO

TEA: 128.00% tasa de costo efectiva anual

Los seguros de desgravamen y multiriesgo son seguros aplicados por la financiera a todos sus productos.

Calculo de una cuota

Capital +intereses(TEM+comisiones+interés moratorio) = cuota

Capacidad de Pago

Ingresos - egresos = capacidad de pago

#### **2.4. Hipótesis**

¿Existe un escaso nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016?

### OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS/PREGUNTAS
Condiciones de crédito que tienen los clientes.	Es el grado de conocimiento e información que tienen los clientes acerca de las condiciones, políticas y aspectos inmersos en el crédito, el cual el cliente está en la obligación de cumplir al momento firmar un contrato por la adquisición de un electrodoméstico.	políticas del crédito	Determinar si los clientes tienen conocimiento sobre las políticas de crédito
		Plazo del crédito	Comprobar si los clientes tienen conocimiento de los plazos de crédito que otorgan las casas comerciales.  Determinar a qué plazo le conviene comprar su electrodoméstico al cliente
		TEA del crédito	Determinar si los clientes conocen sobre la tasa de costo efectivo anual.  Delimitar si los clientes de las casas comerciales saben que pagan un 5.95% de tasa de costo efectivo anua.
		Seguro del crédito	Precisar si los clientes conocen que la casa comercial cobra un 2.14% de seguro que está incluido en el precio de su artefacto al crédito.
		Tasas de interés moratoria crédito	Analizar si los clientes saben de la tasa de interés moratoria.  Especificar si le explican al cliente que al año paga una tasa de interés moratoria de 95.60 %.
		Cuota del crédito	Señalar si el cliente pregunta acerca de que está compuesta la cuota que cobran al año por la compra de un artefacto electrodoméstico al crédito.
		ITF del crédito	Fundamentar cuanto sabe el cliente sobre el Impuesto a las transacciones financieras (ITF).  Interpretar si el cliente sabe que paga por concepto de impuesto a las transacciones financieras (ITF) el 0.005%.
		Capacidad de ingresos	Determinar cuánto ascienden aproximadamente sus ingresos mensuales.
		Capacidad de egresos	Determinar cuánto ascienden aproximadamente sus egresos mensuales.

## **CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Tipo de investigación**

#### **Descriptivo**

**Según Vara (2012) el diseño descriptivo especifica las propiedades, las características o perfiles importantes de personas, grupos, empresas, comunidades, mercados, etc. Existe bibliografía sobre el tema, pero pocos estudios empíricos. Trabaja con muestras medianas y grandes. Usa estudios comparativos, longitudinales, transversales, de encuesta.**

### **3.2. Diseño de investigación**

#### **Descriptivos – comparativos y transversal**

**Tienen como objetivo lograr la identificación de diferencias o semejanzas con respecto a la aparición de un evento en dos o más grupos, Analizan, comparan características y variables entre dos o más grupos de interés.**

Los estudios transversales se utilizan cuando el objetivo es analizar los datos obtenidos de un grupo de sujetos las cuales son observados únicamente una vez un ejemplo de ello son las encuestas y los censos. (Vara, 2012).

### **3.3. Área de investigación**

**Clientes que adquieren sus artefactos electrodomésticos de las tiendas comerciales, Efe y Curacao de la ciudad de Cajamarca.**

### **3.4. Población**

**Vara (2012) menciona que la población es el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo. En una investigación se puede tener más de una población, todo depende de la complejidad y variedad de tus objetivos. A veces, cada objetivo requiere una población distinta. Si tienes más de una población, debes especificarla y describirla con detalle.**

**La población está determinada por el número de clientes de cada tienda comercial.**

### **3.5. Muestra**

**Por otro lado Vara (2012) menciona que la muestra (n), es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional, siempre parte de la población. Si se tienen varias poblaciones, entonces se tendrán varias muestras.**

**Para ambas tiendas comerciales se toma el mismo resultado de la fórmula aplicada.**

$$n_0 = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 * P * Q}{d^2}$$

**N= tamaño de población de estudio (DESCONOCIDA).**

**n= tamaño de la muestra.**

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**P= proporción de elementos que tiene las características o variables de interés (0.5).**

**Q= proporción de elementos que no tienen la característica de interés (0.5).**

**Z= valor de la distribución normal ( $Z_{\alpha/2}$ ) = 1.96.**

**d = precisión en la estimación de parámetro de estudio (0.08).**

**(Se trabaja con 0.06 para minimizar el tamaño de la muestra)**

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 * P * Q}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96 * 1.96 * 0.5 * 0.5}{0.08 * 0.08}$$

$$n = 150$$

Total Muestra: 150 clientes para cada tienda comercial.

### 3.5.1. Métodos de investigación

- Método deductivo

Según Behar (2008) menciona que mediante este método se aplican los principios descubiertos a casos particulares a partir de la vinculación de juicios creando leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; sin que por medio de la lógica pueda conseguir una demostración de las citadas leyes o conjunto de conclusiones.

Entonces es un método de inferencia basado en la lógica y relacionado con estudio de hechos particulares.

### **3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.1. La Encuesta**

Esta técnica de investigación permite indagar la opinión y actitudes que tiene una población en estudio, es de carácter impersonal porque no es indispensable la presencia del investigador. En el estudio se aplica una encuesta con preguntas cerradas. La encuesta está dividida en las dos variables de estudio. Cada pregunta tiene una escala de medición. Se tomó en cuenta la escala de Likert, por ser el instrumento que brinda mayor apoyo a realizar una investigación.

Esta técnica de la encuesta será aplicada a una muestra de 150 clientes de cada una de las tiendas comerciales tanto de Efe como Curacao Cajamarca en el año 2016.

### **3.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos**

#### **3.7.1 Tratamiento de datos.**

Este proceso consiste en el recuento, selección, clasificación y ordenación en tablas o cuadros, precisamente codificadas y tabuladas. La tabulación se realizó de una forma electrónica y fue sometida a tratamiento por técnicas de análisis de carácter estadístico.

#### **3.7.2. Forma de análisis de los datos.**

Se ha creído por conveniente utilizar la estadística descriptiva y el análisis cualitativo para algunas variables utilizando la “Hoja de Cálculo” del programa EXCEL. Así también para el análisis de datos.

### **3.8. Interpretación de datos**

A continuación se presenta el análisis de los datos según el diseño propuesto, además los resultados de la investigación son presentados de manera objetiva, en tablas de contingencia con las tabulaciones simples y porcentuales, para un mejor entendimiento y comprensión al momento de interpretar los resultados obtenidos de la investigación.

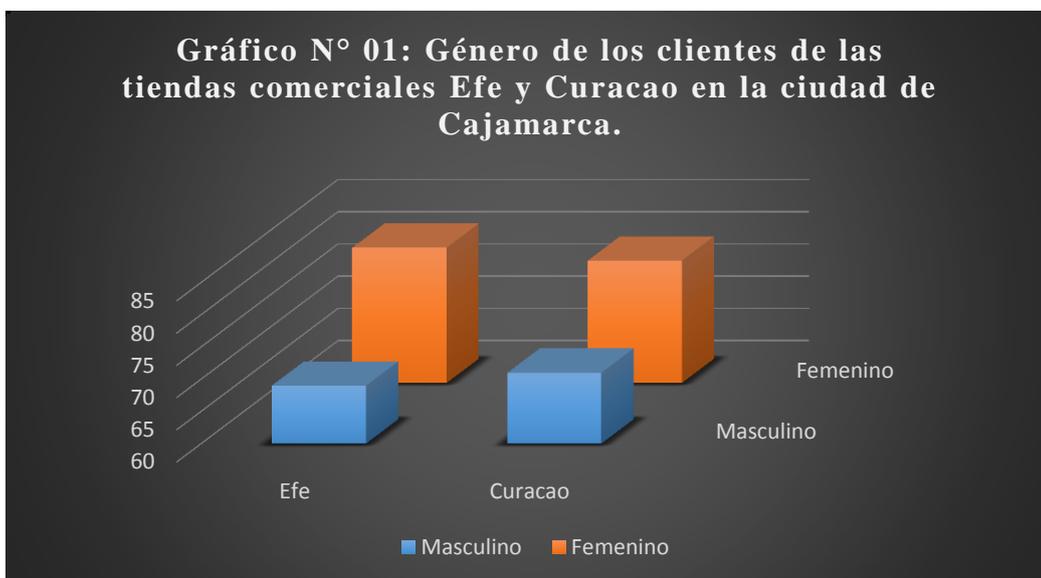
## CAPITULO IV-. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

**CUADRO N° 01: Género del informante.**

<b>Género</b>	<b>Efe</b>	<b>Curacao</b>
Femenino	81	79
Masculino	69	71
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca

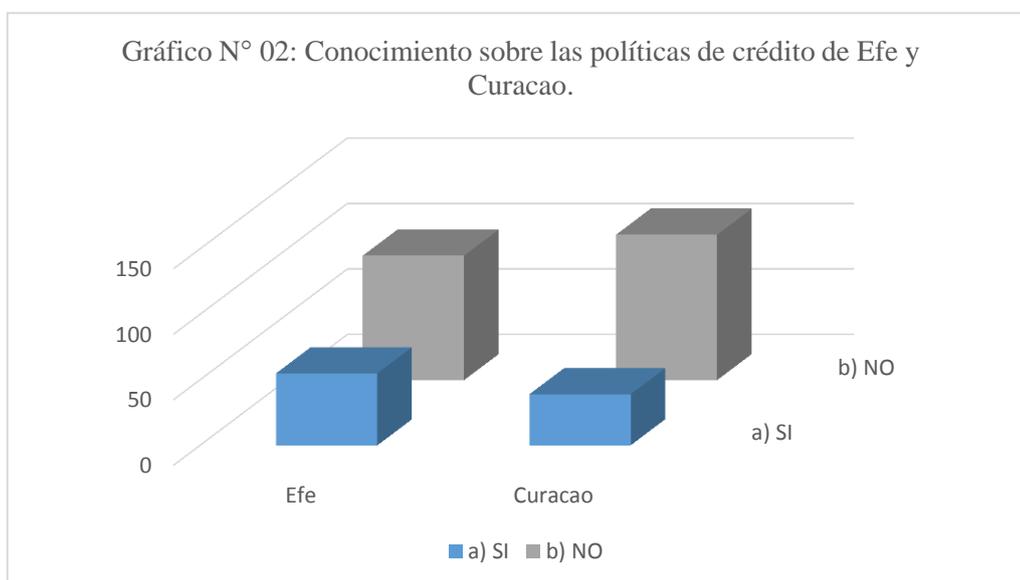
En el gráfico N° 01, se observa que la población encuestada de las tiendas comerciales tanto Efe como Curacao fue 150 personas cada una; de las cuales, 160 sujetos son de género femenino; de las cuales 81 sujetos son clientes de Efe y 79 sujetos de Curacao; seguido, de esto se deduce que la mayor parte de clientela que tienen las tiendas comerciales son mujeres.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 02: Conocimiento sobre las políticas de crédito de Efe y Curacao.**

<b>Indicador</b>	<b>Efe</b>	<b>Curacao</b>
No tienen ningún conocimiento	95	111
Si tienen conocimiento	55	39
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

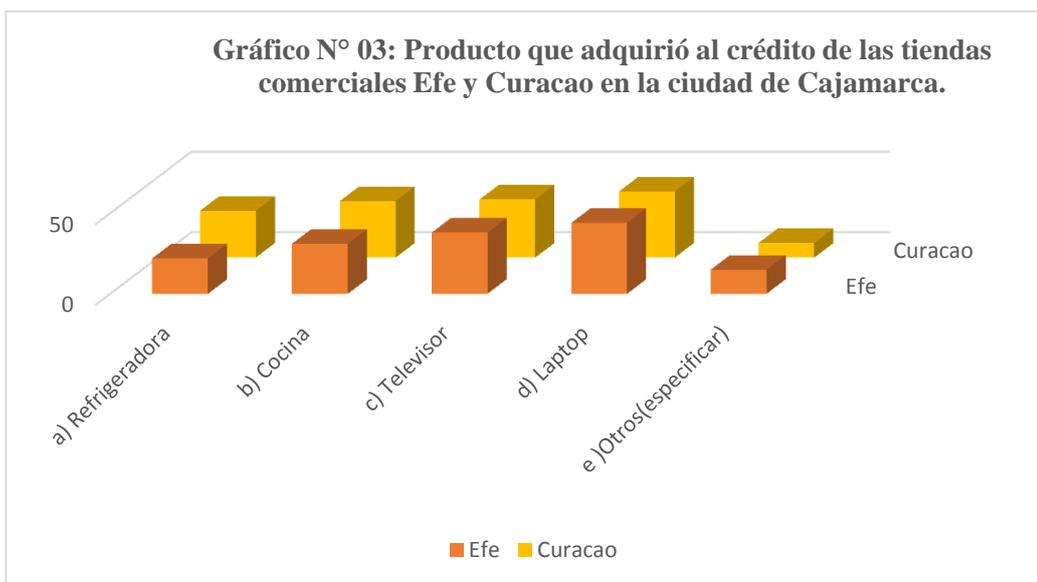
En el cuadro y gráfico N° 02, los resultados muestran que la mayoría de sujetos de ambas tiendas comerciales encuestadas, no tienen ningún conocimiento de las políticas de crédito que ofrecen mismas, por lo que muchas veces la tienda comercial no les informan acerca de esto y a veces el mismo cliente no pregunta; seguido, de los sujetos que tienen conocimiento porque lo escucharon por diferentes medios de comunicación como tv, radio, periódico, revista, etc.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 03: Producto que adquirió al crédito.**

Artefacto	Efe	Curacao
Laptop	44	41
Televisor	38	36
Cocina	31	35
Refrigeradora	22	29
Otros (lavadora, computadora, etc.)	15	9
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

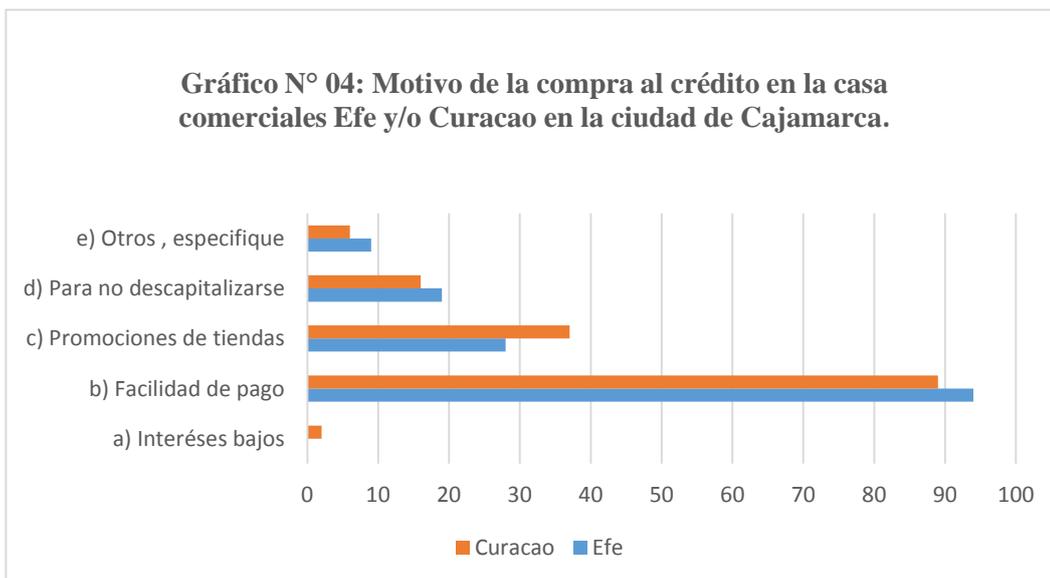
Del total de clientes encuestados hay una relación que demuestra que la gente mayormente adquiere artefactos de primera necesidad, como Laptops, televisores, cocinas y refrigeradoras de ambas casas comerciales; de la cual los datos obtenidos muestran que los sujetos también han adquirido otro tipo de artefacto electrométrico al crédito. (Gráfico N°03)

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 04: Motivo de la compra al crédito.**

Motivo	Efe	Curacao
Facilidad de pago	94	89
Promociones de tiendas	28	37
Para no descapitalizarse	19	16
Otros	9	6
Intereses bajos	0	2
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

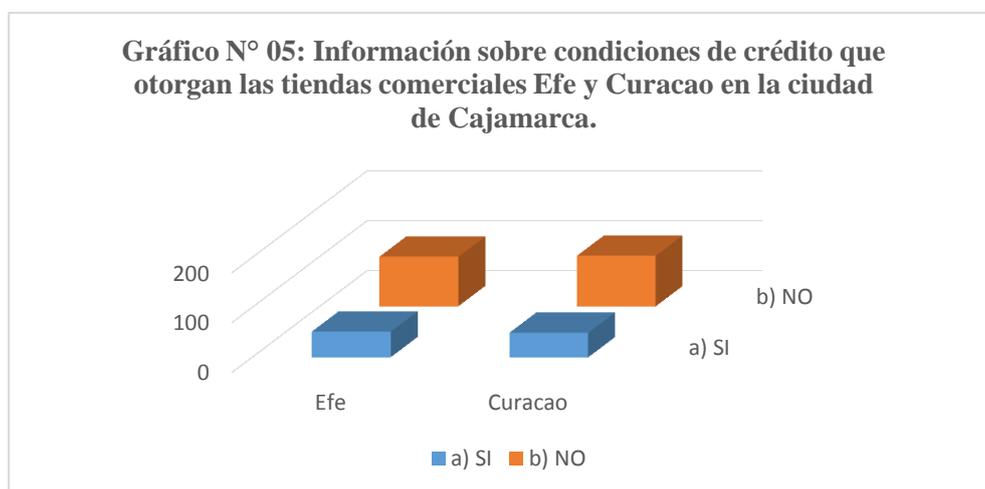
Analizando los datos por grupos (Gráfico N°04); los resultados muestran que los sujetos del motivo facilidad de pago obtiene una tendencia mayoritaria; seguido de promociones de tiendas, con una tendencia medio–alta de estos motivos, de igual forma el motivo para no descapitalizarse que tiene una minoría de sujetos a comparación del grupo anterior; por otra parte tanto el grupo otros e intereses bajos obtienen unos resultados bajos en estos dos grupos, lo que significa que el cliente no tiene dinero suficiente como para adquirir un producto al contado que otorga la tiendas comercial.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 05: Información sobre condiciones de crédito.**

	<b>Indicador Efe</b>	<b>Curacao</b>
No les informan	99	101
SI les informan	51	49
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

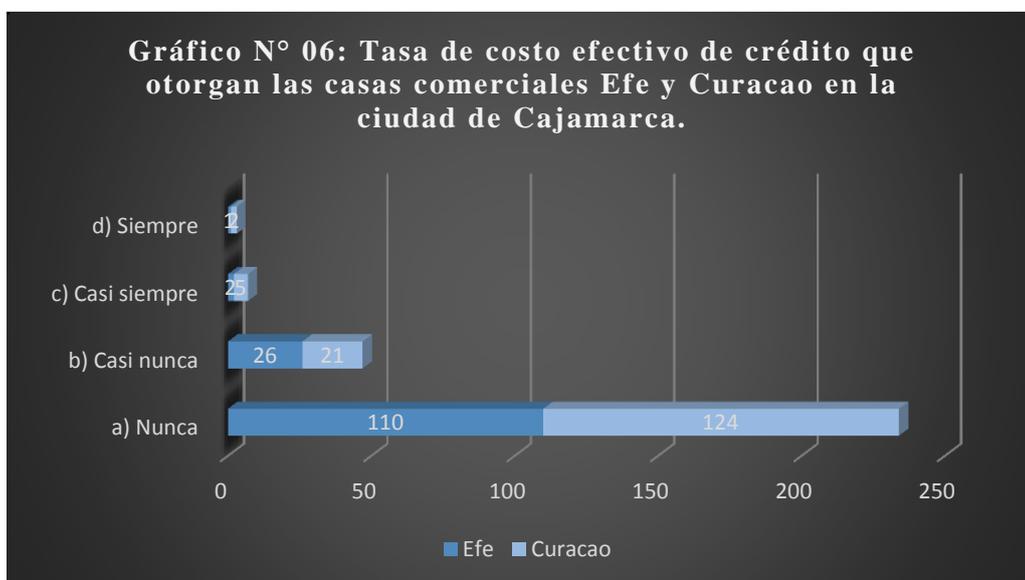
Gráfico N° 05: Los clientes encuestados consideran en un 66% que la tienda comercial no les informan acerca de las condiciones de crédito, mientras que un 34 % aproximadamente si les brindan información o también ellos mismos preguntan, lo que demuestra que el cliente no tiene claro cada aspecto de las condiciones de crédito.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 06: Tasa de costo efectivo de crédito.**

<b>Frecuencia</b>	<b>Efe</b>	<b>Curacao</b>
Nunca	114	122
Casi nunca	26	21
Casi siempre	7	5
Siempre	3	2
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

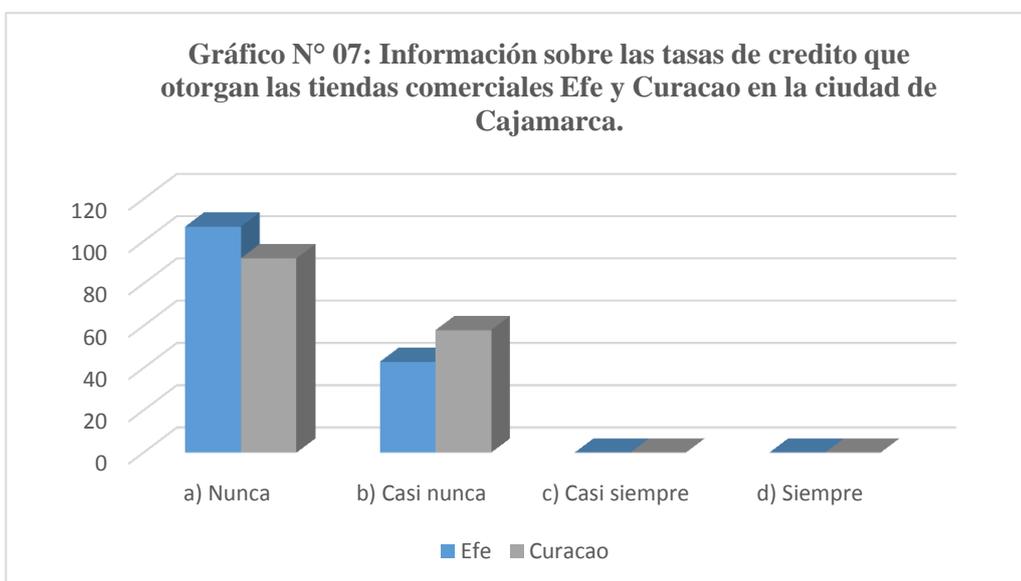
Los clientes encuestados manifiestan que dentro de las alternativas mayormente nunca y casi nunca han escuchado sobre la tasa del costo efectivo del crédito lo que refleja la existencia falta de interés en conocerla y las personas compran por compran. (Gráfico N° 06)

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 07: Información sobre las tasa de crédito que ofrecen las tiendas comerciales.**

Frecuencia	Efe	Curacao
Nunca	107	92
Casi nunca	43	58
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

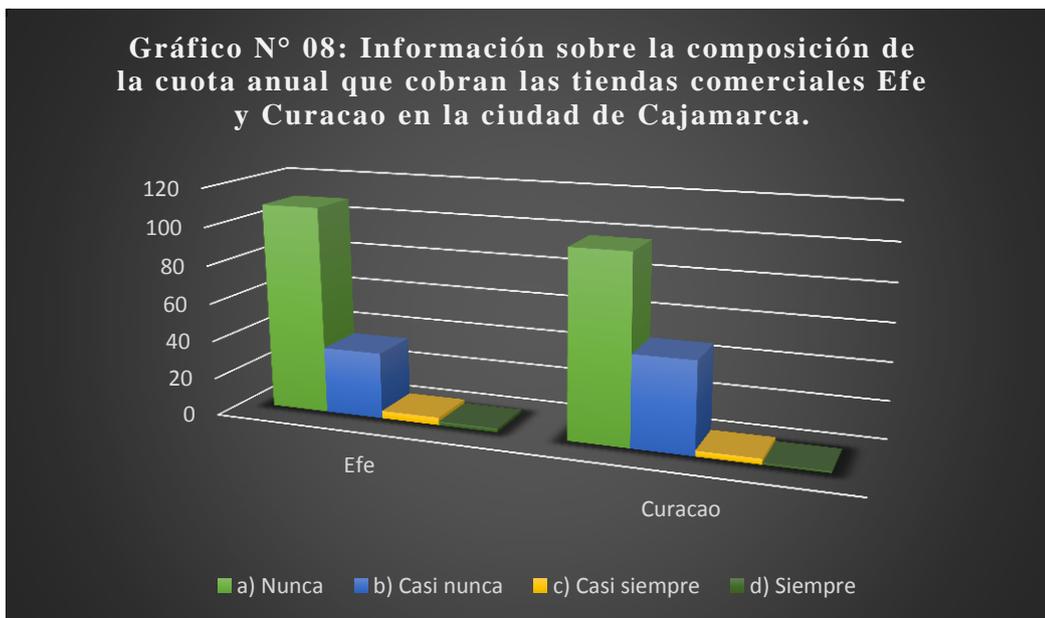
En esta interrogante la mayoría considera que las tiendas comerciales no les brindan información acerca de las tasas de crédito, esto indica que la casa comercial no da a conocer esta tasa por lo que son altas y temen a que el cliente lo conozca y rechace dicho contrato de crédito. (Gráfico N° 07)

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 08: Información sobre la composición de la cuota anual que cobran las tiendas comerciales.**

Frecuencia	Efe	Curacao
Nunca	109	98
Casi nunca	35	48
Casi siempre	4	3
Siempre	2	1
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

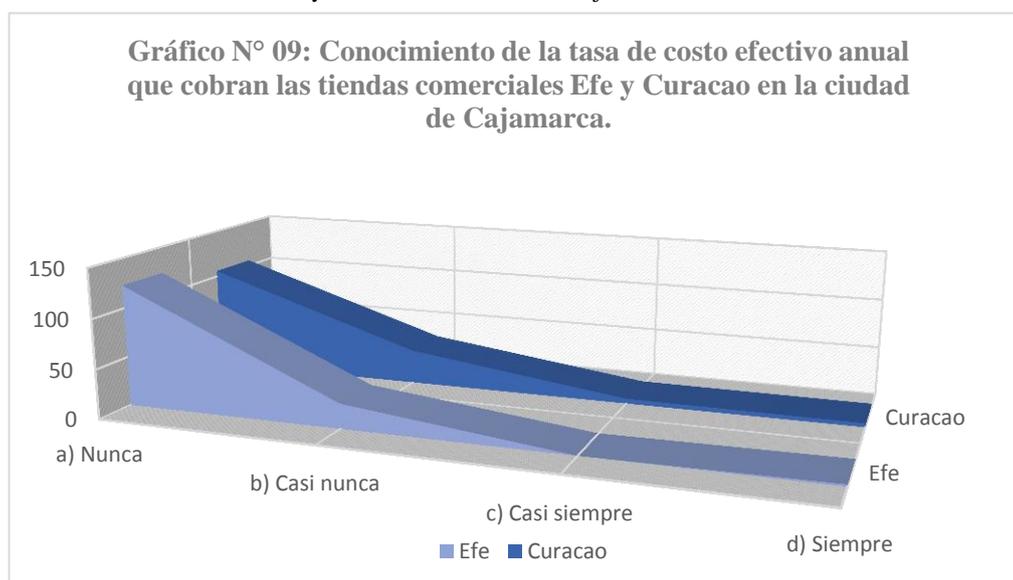
Gráfico N° 08, con respecto al aporte obtenido más del 65% mencionan que no preguntan sobre la cuota que le cobran al año por la compra de un artefacto electrodoméstico al crédito, porque se afanan en la necesidad de tener ya el producto y más no en tasas, comisiones, seguros y otros conceptos que cobran.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 09: Conocimiento de la tasa de costo efectivo anual.**

Frecuencia	Efe	Curacao
Nunca	123	106
Casi nunca	25	35
Siempre	2	4
Casi siempre	0	5
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

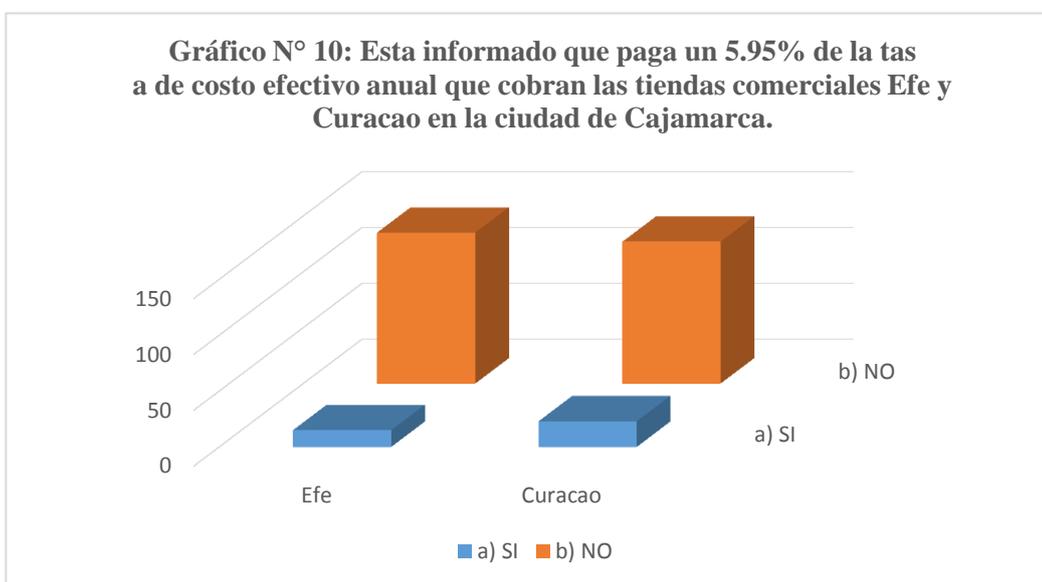
En el cuadro y grafico N° 09, Al considerar los datos se observa que la mayor parte de encuestados desconocen la tasa de costo efectivo anual, por lo que se percibe que la minoría saben lo que realmente pagan; esto hace que muchas veces los clientes se sobre endeuden.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 10: Esta informado que paga un 5.95% de la tasa de costo efectivo anual**

	<b>Indicador Efe</b>	<b>Curacao</b>
No está informado	135	127
No está informado	15	23
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

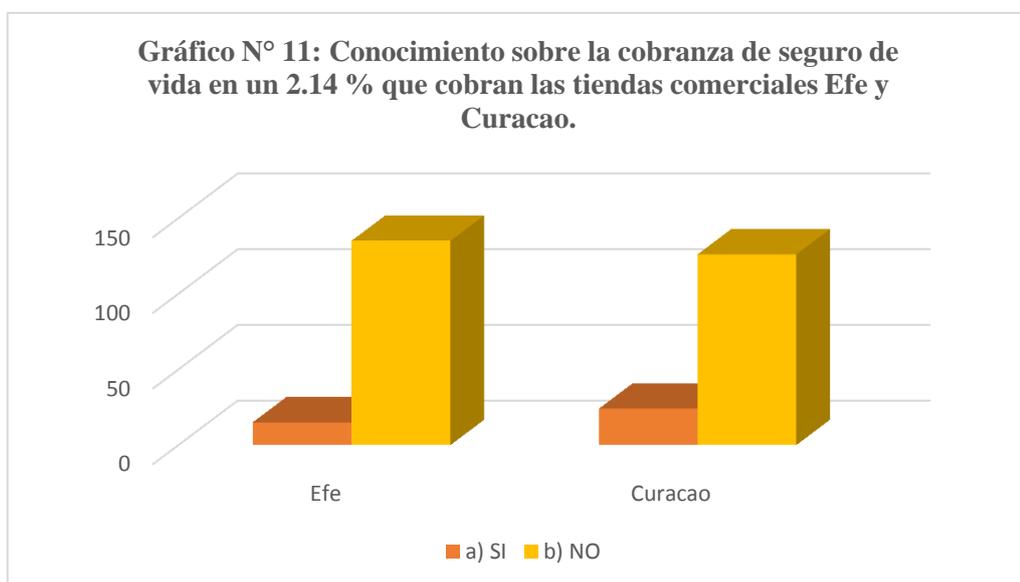
Al cuestionar a los clientes gran parte de ellos respondieron que no saben que pagan un 5.95% de tasa de costo efectivo anual. Por lo cual se determina que la minoría conoce sobre este concepto de pago. (Gráfico n° 10)

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 11: Conocimiento sobre la cobranza de seguro de vida en un 2.14 %**

	<b>Indicador Efe</b>	<b>Curacao</b>
No conoce	134	126
Si conoce	14	24
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

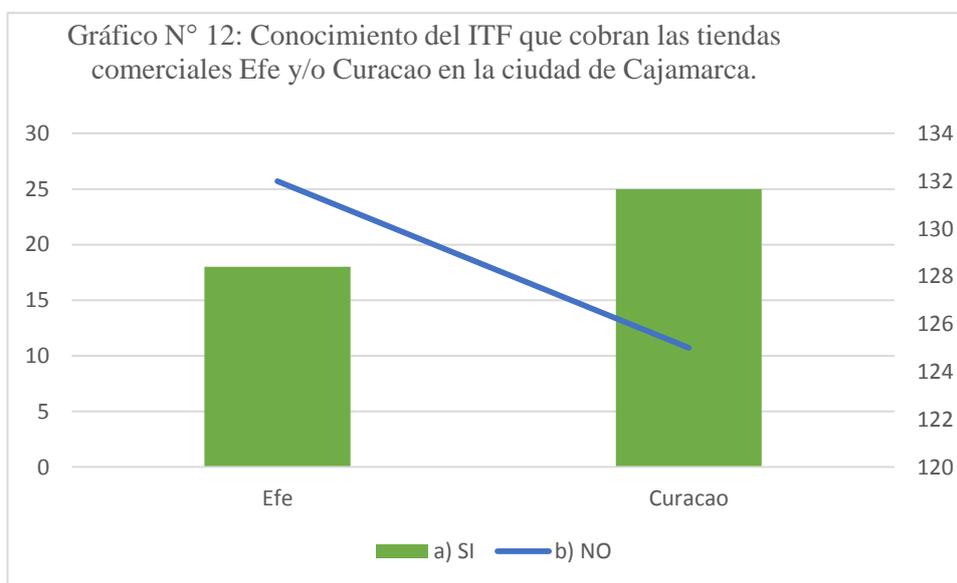
Según datos observados del gráfico y cuadro 11 el 80% aproximadamente de ambas tiendas comerciales desconocen que pagan un seguro de vida de 2.14%.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 12: Conocimiento del ITF que cobran las tiendas comerciales Efe y/o Curacao en la ciudad de Cajamarca.**

<b>Indicador</b>	<b>Efe</b>	<b>Curacao</b>
No tienen conocimiento	132	126
Si tienen conocimiento	18	25
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

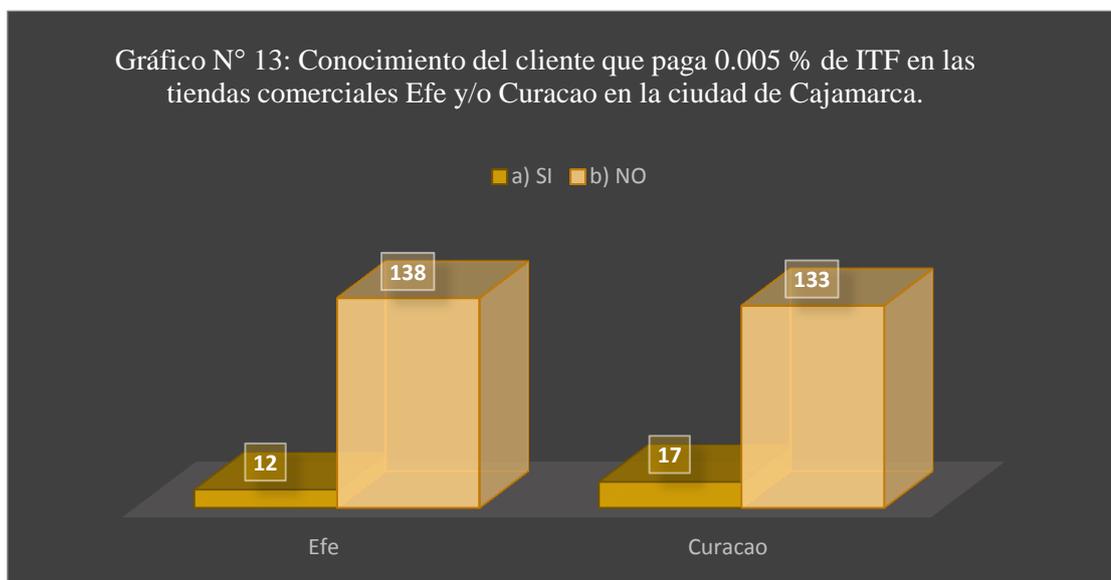
De los clientes encuestados el 90% aproximadamente no saben que existe un impuesto que se paga por algún movimiento financiero por ejemplo en entidades, bancos, cajas, etc. (Gráfico N° 12).

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 13: Conocimiento del cliente que paga 0.005 % de ITF.**

<b>Indicador</b>	<b>Efe</b>	<b>Curacao</b>
No tienen conocimiento	138	133
Si tienen conocimiento	12	17
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

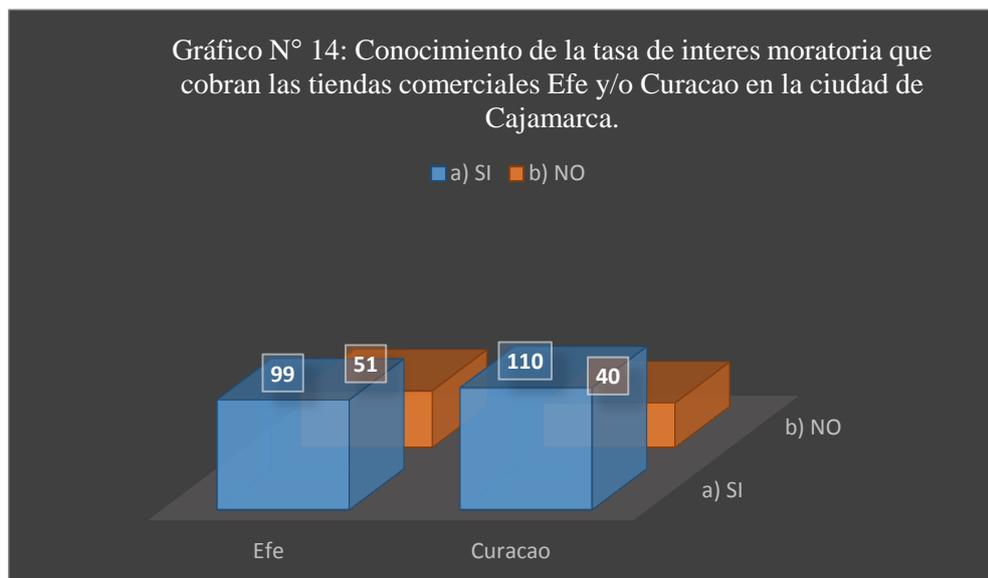
De 150 clientes encuestados a cada tienda comercial más del 89% no saben que la casa comercial además cobra el concepto de impuesto a las transacciones financieras por el movimiento que realizan por la adquisición de sus artefactos electrodomésticos. (Gráfico N° 13)

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 14: Conocimiento de la tasa de interés moratoria.**

<b>Indicador</b>	<b>Efe</b>	<b>Curacao</b>
Si tienen conocimiento	99	110
No tienen conocimiento	51	40
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

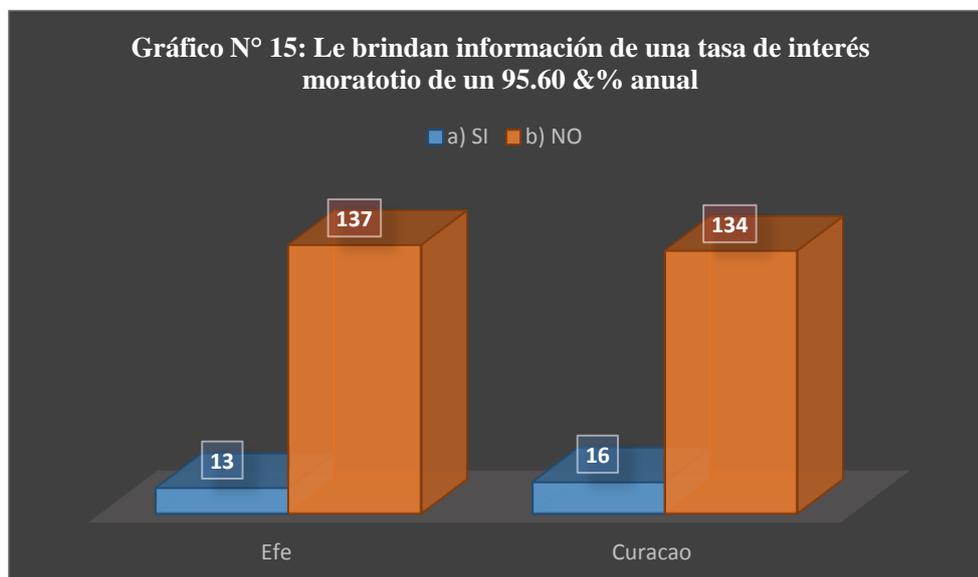
Para el gráfico N° 13, La gran mayoría de clientes encuestados de las dos tiendas comerciales si conocen de la tasa de interés moratorio, opinan que es el monto que se paga por demorar en pagar la cuota en la fecha indicada.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 15: Le brindan información de una tasa de interés anual de 96.60%.**

Indicador	Efe	Curacao
No informan	137	134
Si informan	13	16
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

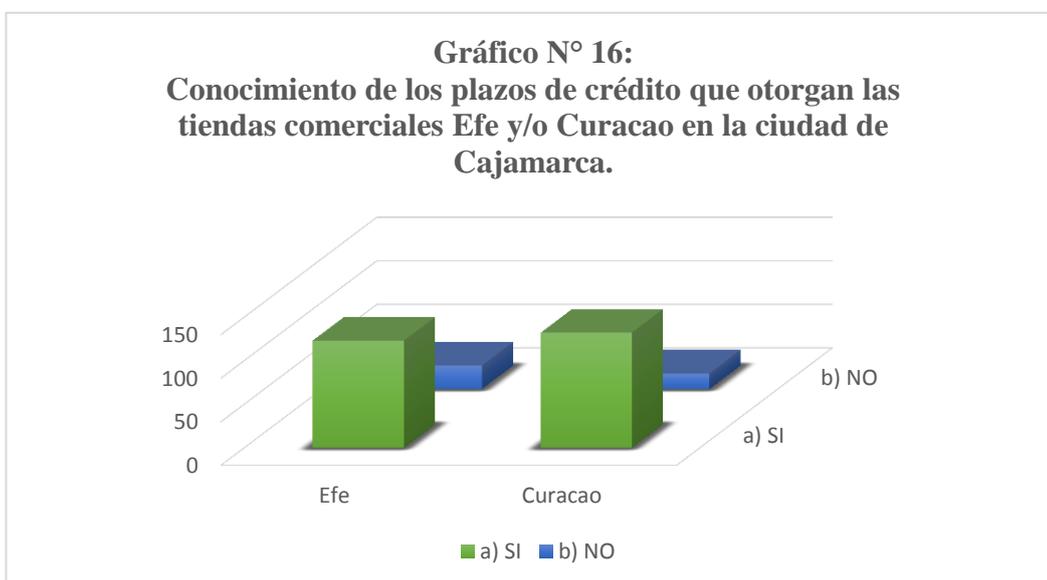
Se determinó que de los clientes encuestados saben que pagan un monto moratorio, pero no les explican el porcentaje aproximado como muestra aquí. Por lo que es un beneficio para la tienda comercial. (Gráfico N° 15).

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 16: Conocimiento de los plazos de crédito que otorgan.**

<b>Indicador</b>	<b>Efe</b>	<b>Curacao</b>
Si tienen conocimiento	123	132
No tienen conocimiento	27	18
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

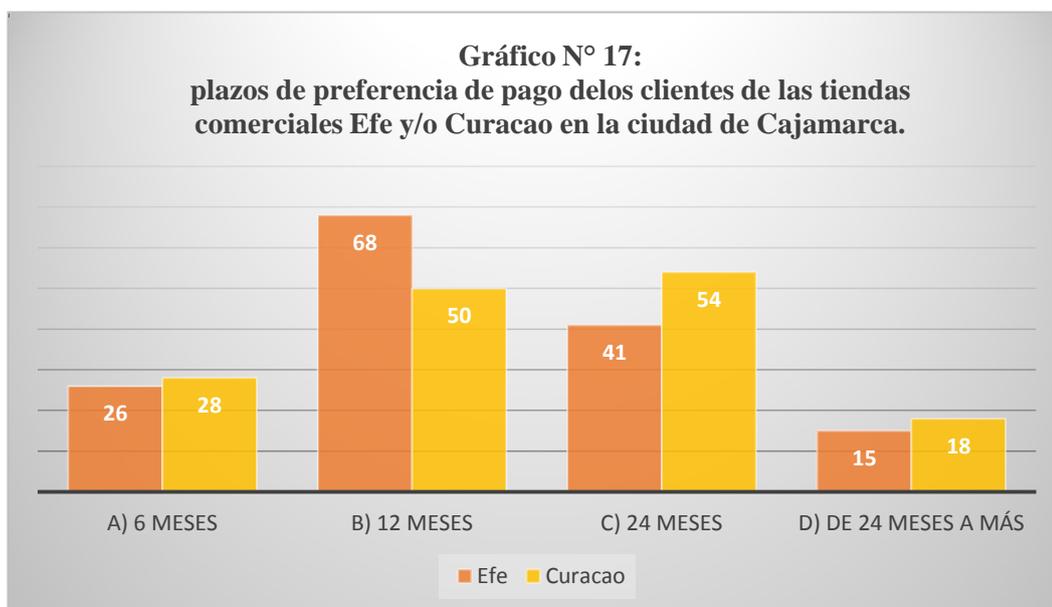
En el cuadro y grafico N° 16, Gran parte de clientes encuestados conocen los plazos que otorga la tienda comercial, por lo que depende de la capacidad de pago que tienen los mismos clientes y la tienda comercial evalúa.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 17: Plazo de preferencia de pago.**

Plazos	Efe	Curacao
12 meses	68	50
24 meses	41	54
6 meses	26	28
De 24 meses a mas	15	18
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

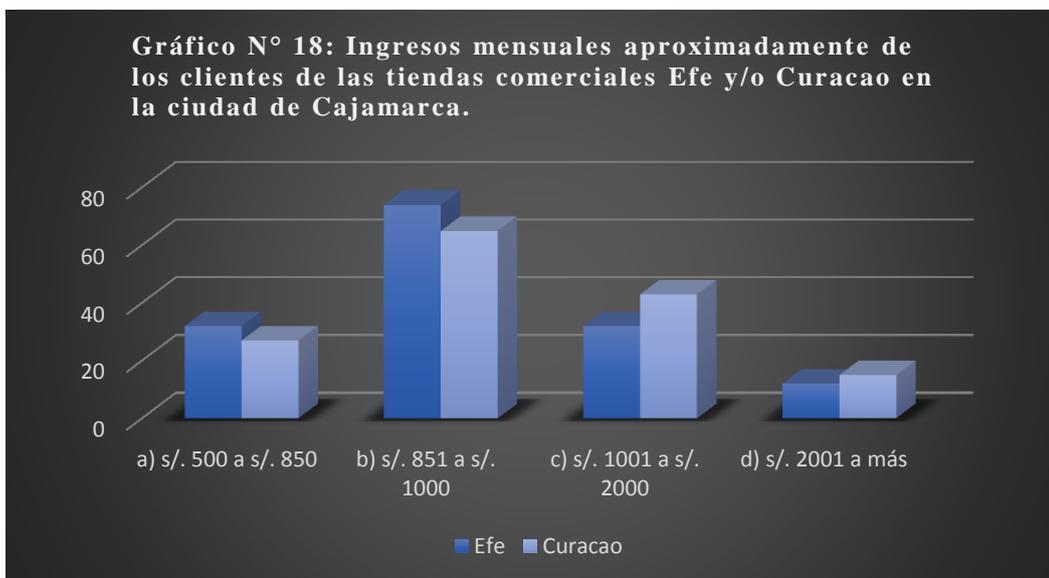
La mayor proporción de clientes prefieren adquirir un electrodoméstico en el plazo de un año por su misma capacidad de pago, aunque es importante resaltar que hay un 10% que prefieren pagar en un plazo de 24 meses. (Gráfico N°17)

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 18: Ingresos mensuales aproximadamente.**

Ingresos	Efe	Curacao
S/. 851 a S/. 1000	74	65
S/. 1001 a S/. 2000	32	43
S/. 500 a S/. 850	32	27
S/. 2001 a más	12	15
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

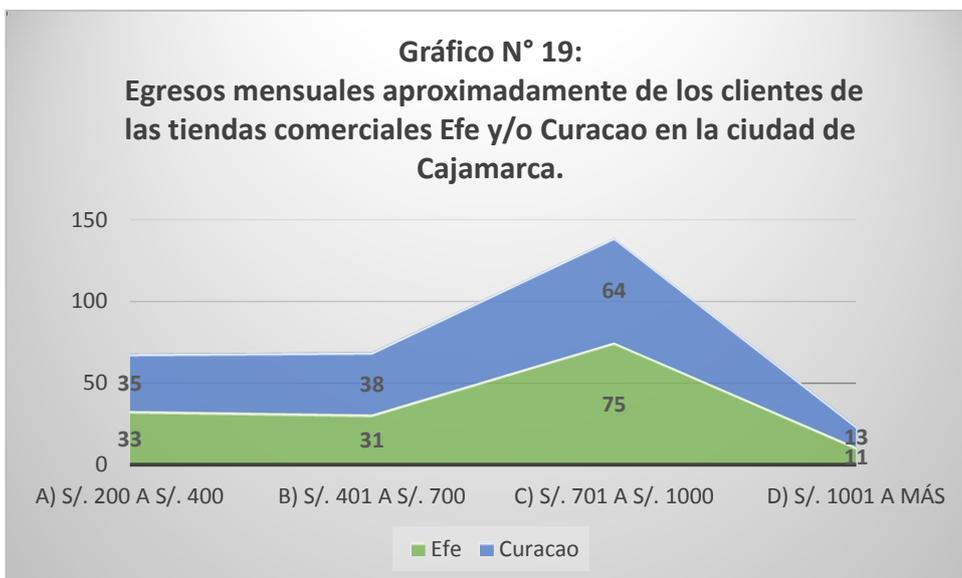
En el cuadro y gráfico N° 18, Nos muestra que De la población encuestada obtenemos que la mayor cantidad ganan en un rango del salario mínimo a 1000 nuevos soles

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**CUADRO N° 19: Egresos mensuales aproximadamente.**

Egresos	Efe	Curacao
S/. 701 a S/. 1000	75	64
S/. 200 a S/. 450	33	35
S/. 401 a S/. 700	32	38
S/. 1001 a más	11	13
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.



Fuente: Encuesta a los clientes de las tiendas comerciales Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca.

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en ambas tiendas comerciales muestran que la mayoría de clientes gastan entre s/. 701 a s/. 1000 mensuales. (Gráfico N° 19)

## **4.2. Resultados y discusión.**

Esta investigación tuvo como propósito analizar y determinar aquellos aspectos que el cliente desconoce sobre las condiciones de crédito donde se pretendió examinar cada condición que asume el cliente al adquirir un artefacto electrodoméstico. Además se identificaron aquellos factores asociados a las condiciones de crédito.

De los resultados obtenidos de esta investigación, se puede deducir:

Para el objetivo general analizar el nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que asumen los clientes, los resultados son que un 80 % de los clientes de las tiendas comerciales no brindan una información detallada, oportuna, eficiente, veraz, y fácilmente accesible acerca de cada factor de las condiciones de crédito que asumen los clientes para la toma de decisiones así mismo para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos. El estudio también evidencia que gran parte de los clientes no conocen cada factor de las condiciones de crédito como son las políticas de crédito, tasas de crédito, tasa efectiva anual (TEA), seguros, impuesto a las transacciones financieras (ITF), tasas de interés moratorio, plazos, factores que cuyo desconocimiento hace que el cliente tome malas decisiones, al momento de adquirir un producto al crédito y por ende asumir una deuda demasiado alta.

Para los objetivo específico determinar el nivel de endeudamiento que asumen los clientes los resultados son, que a base de no conocer los factores de dichas condiciones, hace que se endeuden más y no puedan pagar a tiempo generando altas tasas de interés moratoria entre otros aspectos; contrastando

con lo dicho por Sanzana (2011), menciona que en Chile actualmente el 60% de sueldo de los sectores medios y bajos es destinado al pago de alguna deuda, pudiendo ser esta comercial, hipotecaria o de consumo. Pero una persona no solo vive endeudado por causa de las tiendas comerciales, también de los créditos en banca ya sea para el pago de estudios, automóvil, viajes, negocios, emergencias, entre otros. En tal sentido se confirma esta hipótesis por la investigación.

La situación de endeudamiento, ocasiona así, serios trastornos al consumidor afectado, en los ámbitos económico financiero, familiar y social, siendo sus principales características la pérdida de control personal de la situación económica financiera por parte del consumidor y el serio deterioro de las relaciones sociales construidas en torno al consumo.

A una persona no le conviene estar registrado en la central de riesgo Sentinel (Central Inteligente de Alertas & Riesgos) lo cual brinda información acerca de cómo te califica el sistema es decir que si pagas puntual estarás en luz verde, y si tiene deudas de consumo a través de tarjetas de crédito, u otros créditos que no hayan sido cancelados en su totalidad figurará en alerta roja por tener importantes incumplimientos. Estar en semáforo rojo implica ser un cliente con categoría de riesgo crediticio de deficiente, dudoso o pérdida, o que a su vez podría estar reportando deudas atrasadas con SUNAT u otras entidades comerciales.

Para el objetivo específico explicar las condiciones de crédito que aplican las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

Cajamarca los resultados son que existen varios factores que están dentro de las condiciones de crédito que no son dadas a conocer por las tiendas comerciales a los clientes es por ello que sin darse cuenta pagan altas cuotas. Esta investigación enlaza con lo mencionado por Delgado (2011) Presidente de la Asociación Peruana de Consumidores y usuarios (Aspec), que explica que el elevado costo de las tarjetas de crédito y el endeudamiento se origina en el desconocimiento del usuario. Pues las tiendas comerciales no informan en su totalidad cada factor que incide en las condiciones de crédito que asumen los clientes y es por ello que el cliente paga una alta cuota de crédito.

Los resultados de esta investigación comprueban la hipótesis propuesta y se afirma que existe un escaso nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que asumen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016 . Esta hipótesis se relaciona con lo dicho por Banco Central (2013) el problema que el acceso al crédito estaba reservado exclusivamente a las grandes corporaciones, actualmente hay empresas y particulares que no dudan en endeudarse aun con tasas exageradas que finalmente resultan impagables. De los créditos impagos es atribuido por muchos banqueros a la falta de conocimiento sobre condiciones de crédito.

En ese sentido, se puede apreciar que el monto de los créditos de consumo ha pasado de 6 mil millones de soles a 20 mil millones, es decir un crecimiento mas de 300 %, consumo en la modalidad de tarjetas de crédito, los que han aumentado de 2 mil millones a casi 7 mil millones en los mismos 5 años. Asimismo, en este último año.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

Se concluye con lo siguiente:

El 80 % de las personas encuestadas están desinformadas sobre las condiciones de crédito por parte de las tiendas comerciales, condiciones como son las políticas de crédito, la tasa de costo efectivo, la composición de la cuota mensual, TEA, seguros, ITF, interés moratorio, detalles que si los clientes tendrían una información oportuna, estos protegerían sus intereses económicos y en particular de las cláusulas, políticas abusivas que poseen las tiendas comerciales de electrodomésticos.

Los clientes desconocen las condiciones de crédito, ya que la tienda comercial no brinda una información detallada, además los clientes no toman el interés suficiente para informarse en cada detalle al adquirir su artefacto electrodoméstico. Pues esto se refleja en un 80% de clientes que realmente no saben y sin darse cuenta su nivel de endeudamiento se incrementa aún más cada vez, llegando así a sobre endeudarse y por ende se convierte en una deuda impagable, trayendo como consecuencia ser reportado en la central de riesgos crediticios como moroso.

**La Superintendencia de Banca y Seguros exige a las empresas a exhibir los precios de sus productos, medios de pago, garantías de reclamación y medidas cautelares, según ley N° 29571 código de protección y defensa del consumidor; pero no lo hacen de manera correcta por temor a que el**

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**cliente conozca cada detalle y rechace la adquisición del artefacto, y su cartera de clientes se venga abajo.**

## **5.2. Recomendaciones**

**Leer detalladamente los contratos antes de firmarlos, informarse de los productos y servicios ofrecidos (precio, condiciones de contratación, cláusulas, etc.) esto implica preguntar y sobre todo cotizar distintas alternativas antes de aceptar una deuda. Es importante que usted conozca sus derechos y obligaciones. para comprender totalmente su contenido; Ante esta situación es indispensable implementar acciones que promuevan un crédito responsable. O sea un crédito que se concede con criterios correctos y racionales, donde el consumidor puede hacer una elección que cuente con información clara sobre las condiciones y las consecuencias no solo de lo que implica asumir un crédito sino también de lo que ese crédito significara para el futuro de esa persona o familia.**

**Las tiendas comerciales deben brindar una información financiera al detalle sobre cada una de las condiciones de crédito hacia sus clientes para que así ellos puedan afrontar las responsabilidades que estas conllevan y a su vez cumplir las reglas que la SBS les impone.**

**Recomendamos que se haga las siguientes preguntas antes de pedir un artefacto al crédito:**

**¿Qué capacidad de pago mensual tengo?; ¿Cuánto de mi capacidad de pago mensual (ahorro) dispongo para pagar el crédito a solicitar?;**

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

**¿cuáles son los planes de pago?; ¿Cuál es la cuota?; ¿Cuál se adapta a su capacidad de pago disponible?; ¿Cuál es el interés?; ¿Cuál es la tasa efectiva anual (TEA)?; ¿En qué moneda se financia?; ¿Le conviene de acuerdo a sus ingresos financiar en otra moneda que no sea soles?; ¿Existen otros montos asociados al crédito, como una cuota social, seguros, gastos de administración?; ¿Cuándo se debe realizar los pagos?; ¿Cuál es el pago mínimo que se requiere para cada mes?; ¿Cuáles son las multas por pagos morosos o no realizados?; ¿Cuáles son los términos y condiciones del crédito?; ¿Qué mas se incluye en las demás cláusulas?**

## REFERENCIAS

- Alberdi, A. (2009). *Tasa de interés del Sistema Peruano Bancario*. Lima: ASBANC.
- Álvarez, I. (2013). Ocho tips básico para usar tu tarjeta de crédito de forma adecuada. *Economía*, 2.
- Aráuz, A. (2014). *Credito "enciende" los electrodomésticos*. Lima: La Prensa .
- Belaúnde, G. (31 de Julio de 2012). Riesgo de tasa de interés y su gestión. *Gestión*, pág. 1.
- Blanco, M. (29 de Enero de 2015). Recomendaciones antes de solicitar un crédito. *Economista*, pág. 2.
- Carrera, A. (2006). Información que oculta las casas comerciales. *Gestión*, 2.
- Casino, J. (2015). Sistema financiero peruano señal de crecimiento de la banca personal. *La República* , 16.
- Castillo, A. (2011). *Creditos de casas comerciales*. Chile: Universidad Adolfo Ibáñez.
- Castillo, N. (2015). *Economía. Los créditos con tarjetas se dispararon*, 1.
- Choy, M. (2015). *Radiografía del costo del crédito*. Lima: Banco Central de Reserva del Perú.
- Costa, E. (2015). *Radiografía del costo del crédito del Perú*. Perú: Working Paper series.
- De la Maza, I. (2007). *¿Llegar y llevar una mirada al crédito de las casas comerciales?* Chile: Revista de derecho.
- De La Maza, I. (2010). ¿Llegar y llevar? una mirada al crédito de las casas comerciales. *Revista de derecho Valdivia*, 61-84.
- Delgado, J. (2011). *Informe empresarial*. Lima: Gestión empresarial.
- Ebeling, R. (2014). Por qué la teoría del dinero y el crédito es más importante que nunca. *Misses*, 5-6.
- Echeverría, M. (2013). ¿Cuáles son los requisitos para obtener un crédito? *La opinión*, 1.
- Foster, P. (2015). ¿Conviene un préstamo o usar tarjeta de crédito para compras? *Economía*, 1.
- González , C. (2011). *Banca personal y de microempresas tienen el mayor potencial de crecimiento*. Lima: Andina Agencia Peruana de Noticias.
- Hanson, M. (2014). *El nivel de endeudamiento de las familias en Brasil es el mayor en un año*. Brasil: Terra.
- Hernández, G. (2008). La subida del precio del dinero. *Consumer*, 1.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

- Levy, N. (2012). *Tasas de interés, demanda efectiva y crecimiento económico*. México: Economía UNAM.
- Lira, P. (26 de Mayo de 2014). Sistema financiero peruano "esta en vías de la vulnerabilidad ". *Deudas de las familias se extienden 2.3 veces sus ingresos segun BCR.*, pág. 2.
- Lopez, B. (2008). Nivel máximo aconsejable de endeudamiento. *Consumer*, 1.
- López, E. (siete de Mayo de 2011). Su historial crediticio le abre puertas. *Mantener deudas pendientes con casas comerciales es de alto riesgo.*, pág. 1.
- Martín, A. (28 de Agosto de 2012). Consulta tus deudas. *Tarjetas de crédito de casas comerciales son las más caras*, pág. 1.
- Mendieta, R. (ocho de Abril de 2015). Ten cuidado con el pago mínimo de tu tarjeta de crédito. *Mis finanzas*, pág. 1.
- Morisaki, A. (2016). *¿Cuáles son los riesgos de pedir un crédito ?* Lima: RPP Noticias.
- Parodi, C. (2013). Gestión. *Economía para todos*, 1.
- Ramírez, A. (28 de Agosto de 2012). Consulta tus deudas. *Tarjetas de créditos de casas comerciales son las mas caras*, pág. 1.
- Ramirez, E. (2008). Sistema financiero. *Banxico*, 5.
- Reyes, J. (17 de Octubre de 2015). Intereses que cobran las entidades financieras por sus créditos. *Tasa efectiva anual*, pág. 1.
- Rodriguez, M. (2008). *Nivel maximo aconsejable de endeudamiento*. Lima: Eroski Consumer.
- Rosas, J. (2016). Finanzas y estrategia. *SB Magazine*, 6.
- Saint, S. (2012). Teorias de la tasa de interes. *TRIPOD*, 1.
- Sarria, P. (2017). Indecopi investiga a las casas comerciales por poca información de tasas. *GESTION*, 15.
- SBS. (2012). *Reglamento de transparencia de información y contratación con usuarios de sistema financiero*. Lima: SBS.
- Serra, A. (2009). *Informe regional sobre los créditos de consumo y contratos en Argentina, Brasil, Chile y Perú*. Argentina: Fundacion Avina.
- Serra, R. (8 de Junio de 2013). Economía. *Conoce como se evalúa un crédito hipotecario*, pág. 1.
- Soto, M. (2012). Teoría del dinero y el crédito. *EUMED*, 1-2. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009/mcsi/Teoria%20del%20Dinero%20y%20el%20Credito.htm>
- Stiglitz, J. (2016). *Falta de cultura crediticia*. Lima: Cronista.com.

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

Torres, T. (12 de junio de 2009). *Sistemas financieros nacionales*. Obtenido de Sistemas financieros nacionales.:  
[http://sistemasfinancierosnacionales.blogspot.pe/2009/06/endeudamiento.htm](http://sistemasfinancierosnacionales.blogspot.pe/2009/06/endeudamiento.html)  
l

Vara, A. (2012). *Siete pasos para una tesis exitosa*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Waverly, J. (2016). Definición del crédito comercial. *How*, 1.

Westreicher, G. (26 de Mayo de 2014). Sistema financiero peruano "esta en vias de la vulnerabilidad ". *Deudas de las familias se extienden 2.3 veces sus ingresos segun BCR.*, pág. 2.

Zollner, E. (26 de Marzo de 2012). Indecopi advierte que casas comerciales cobran tasas de interés anuales mayores a lo que informan. *Panorama*, págs. 1-2.

## ANEXOS

### ENCUESTA

La presente encuesta, es parte de un trabajo de investigación que se realiza en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, denominado: “Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la ciudad de Cajamarca en el año 2016”.

El objetivo es, analizar el nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales, para ello necesitamos de su información fidedigna.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la respuesta que considere correcta.

1. Sexo del informante :  
Masculino  Femenino
2. ¿Conoce usted las políticas de crédito?
  - a) Si.
  - b) No.Si es No ¿Por qué?.....
3. ¿Qué producto ha adquirido al crédito?
  - c) Refrigeradora.
  - d) Cocina.
  - e) Televisor.
  - f) Laptop.
  - g) Otros,  
especifique:.....
4. ¿Por qué usted elige comprar al crédito?
  - a) Intereses bajos.
  - b) Facilidad de pago (varias cuotas).
  - c) Promociones de las tiendas.
  - d) Para no descapitalizarse (la gente prefiere no usar sus ahorros).
  - e) Otros, especifique:.....
5. ¿Le informan a usted sobre las condiciones de crédito al adquirir un electrodoméstico?
  - a) Si.
  - b) No.Si es No ¿Por qué?.....
6. ¿Ha escuchado sobre la tasa del costo efectivo del crédito?
  - a) Nunca.
  - b) Casi nunca.
  - c) Casi siempre.

- d) Siempre.
7. ¿Le brindan a usted información sobre las tasas de crédito que ofrecen las tiendas comerciales?
- a) Nunca.
  - b) Casi nunca.
  - c) Casi siempre.
  - d) Siempre.
8. ¿Pregunta usted acerca de que está compuesta la cuota que le cobran al año por la compra de un artefacto electrodoméstico al crédito?
- a) Nunca.
  - b) Casi nunca.
  - c) Casi siempre.
  - d) Siempre.
9. Sabe usted ¿Qué es la tasa de costo efectivo anual?
- a) Nunca.
  - b) Casi nunca.
  - c) Casi siempre.
  - d) Siempre.
10. ¿Sabe usted que paga un 5.95% de tasa de costo efectivo anual?
- c) Si.
  - d) No.
- Si es No ¿Por qué?.....
11. ¿Conoce usted que la tienda comercial cobra un 2.14% de seguro hacia el cliente?
- a) Si
  - b) No
- Si es No ¿Por qué?.....
12. ¿Conoce usted que es el Impuesto a las transacciones financieras (ITF)?
- a) Si
  - b) No
- Si es No ¿Por qué?.....
13. ¿Sabe usted que paga por concepto de Impuesto a las transacciones financieras (ITF) el 0.005%?
- a) Si
  - b) No
- Si es No ¿Por qué?.....
14. Sabe usted ¿Qué es la tasa de interés moratoria?
- a) Si
  - b) No
- Si es No ¿Por qué?.....
15. ¿Le explican a usted que al año paga una tasa de interés moratoria de 95.60%?

“Nivel de conocimiento de las condiciones de crédito que tienen los clientes de las tiendas comerciales de electrodomésticos Efe y Curacao en la Ciudad de Cajamarca en el año 2016”

- a) Si
- b) No

Si es No ¿Por qué?.....

16. ¿Conoce usted los plazos de crédito que otorgan las tiendas comerciales?

- a) Si.
- b) No.

Si es No ¿Por qué?.....

17. ¿Al momento de adquirir un electrodoméstico a que plazo prefiere pagarlo?

- e) 6 meses.
- f) 12 meses.
- g) 24 meses.
- h) De 24 meses a más.

18. ¿A cuánto ascienden aproximadamente sus ingresos mensuales?

- a) S/. 500 A S/. 850
- b) S/. 851 A S/. 1000.
- c) S/. 1001 A S/. 2000.
- d) S/. 2001 A más.

19. ¿A cuánto ascienden aproximadamente sus egresos mensuales?

- a) S/. 200 A S/. 400
- b) S/. 401 A S/. 700.
- c) S/. 701 A S/. 1000.
- d) S/. 1001 A más.

Gracias por su colaboración