



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TRABAJO DE INVESTIGACION

**EL COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS SOCIOS
Y LA TOMA DE DECISIONES, COOPERATIVA DE
AHORRO SANTO CRISTO DE BAGAZAN, 2017**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN
CONTABILIDAD**

Autor:

**Guerrero Tacure Pedro Miguel
Vásquez Vásquez Leyda Yanet**

Asesor

Mg. Sánchez Chero, Luis

Línea de investigación:

Finanzas

Pimentel – Perú

2017

Página Del Jurado

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria

A Dios todopoderoso, quien supo guiarme e iluminarme por el buen camino, darme fuerzas para

seguir adelante.

A mis Familia. Quienes por ello soy lo que soy.

A mis Padres. Por su apoyo, consejos, comprensión amor y ayuda en los momentos difíciles y los recursos necesarios para poder estudiar.

Guerrero Tacure Pedro Miguel

A Dios, Por darme la vida e iluminar mí camino.

A mis Padres, por su apoyo moral y económico en cada paso del transcurso de mis estudios profesionales para poder cumplir con mis objetivos.

Vásquez Vásquez Leyda Yanet

Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a dios por darnos la sabiduría e inteligencia para seguir adelante y lograr nuestros objetivos.

También agradecemos a nuestros padres y familiares por el apoyo incondicional tanto moralmente y económicamente.

A nuestros compañeros de estudios por su amistad durante la formación universitaria.

A mis profesores, porque me brindaron conocimientos y compartieron sus experiencias y conocimientos.

*Guerrero Tacure Pedro Miguel
Vásquez Vásquez Leyda Yanet*

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de la Escuela de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, pongo a vuestra consideración la tesina titulada “El Comportamiento Financiero de los Socios y la Toma de Decisiones, Cooperativa de ahorro Santo Cristo de Bagazan, 2017”, el mismo que se establece con como Objetivo General Determinar la influencia del comportamiento financiero de los socios en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagua Grande, 2017.

Estamos seguros que se reconocerán los aportes del presente trabajo de investigación, y esperamos cumplir con los requisitos necesarios y que amerite su aprobación; sin embargo, es capaz de ser perfeccionado de acuerdo a lo establecido por Ustedes.

Los Autores

Índice

Página Del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad Problemática.....	10
1.2. Formulación del problema	11
1.3. Justificación del Estudio.....	11
1.4. Antecedentes.....	12
1.5. Objetivos y Alcance	15
1.6. Hipótesis	15
1.7. Teorías Que fundamentan el Estudio	16
1.8. Marco Metodológico.....	18
II. DESARROLLO	20
2.1. Análisis e Interpretación de Resultados.....	21
2.2. Discusión de Resultados	46
2.3. Contrastación de Hipótesis	49
III. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	50
3.1. Conclusiones	51
3.2. Recomendaciones:	52
IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR LA TESINA	54
4.1. Cronograma de actividades.....	54
V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	55
5.1. Referencias Bibliográficas	56
Anexo N° 02: Encuesta Dirigida a los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazan, Oficina Bagua Grande	58

Resumen

La presente investigación titulada “El Comportamiento Financiero de los Socios y la Toma de Decisiones, Cooperativa de ahorro Santo Cristo de Bagazan, 2017”, es un trabajo científico respaldado en Teorías importantes relacionadas con las variables de la investigación.

El objetivo de la investigación fue: Determinar la influencia del comportamiento financiero de los socios en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagua Grande, 2017, la cual se realizó con búsqueda de investigaciones previas, libros, aplicación de encuesta y análisis documental de la empresa.

El tipo de estudio utilizado es descriptivo, de diseño no experimental.

En los Resultados se ha determinado que el comportamiento financiero de los socios si incide en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, pues el comportamiento del socio es importante en el crecimiento de los negocios, sobre todo en las Instituciones financieros donde el valor principal del negocio es el Socio a través de la Colocación de préstamos y Captación de Ahorros.

Palabras Clave: Comportamiento Financiero, Socios, Toma de Decisiones, Cooperativa.

Abstract

The present research entitled "The Financial Behavior of Partners and DecisionMaking, Savings Cooperative Santo Cristo de Bagazan, 2017" is a scientific work supported by important Theories related to the variables of research.

The objective of the research was: To determine the influence of the financial behavior of the members in the decision-making in the savings and credit cooperative Santo Cristo de Bagua Grande, 2017, which was carried out with search of previous investigations, books, application of survey and documentary analysis of the company.

The type of study used is descriptive, non-experimental design.

In the Results, it has been determined that the financial behavior of the members if it affects the decision making in the savings and credit cooperative Santo Cristo de Bagazan office Bagua Grande, since the behavior of the partner is important in the growth of the business, on all in the Financial Institutions where the main value of the business is the Partner through the Placement of loans and Savings Collection.

Key Words: Financial Behavior, Partners, Decision Making, Cooperative.

I. INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

La recesión económica que afecta a la economía mundial desde hace algunos años demanda la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo para el impulso productivo de los pueblos, es aquí donde las cooperativas de ahorro y crédito han adquirido fuerzas, convirtiéndose en una de las mejores opciones al momento de considerar medios y recursos para mejorar la economía de un país. Uno de los objetivos de las cooperativas es proporcionar a la comunidad de escasos recursos la oportunidad de iniciar actividades productivas, ahorrar, acceder al crédito y promover inversiones que desarrollen proyectos sociales (Bucheli & Llumiquinga, 2015).

El Ecuador no ha sido la excepción ante la opción de promover el desarrollo de las cooperativas de ahorro y crédito para enfrentar a la crisis económica, en busca de mejorar la competitividad empresarial (eficiencia y sostenibilidad) (Bucheli & Llumiquinga, 2015, p. 1).

En Colombia, si bien el microcrédito ha tenido una amplia aceptación y son muchísimas las personas que lo ven como una de las principales herramientas de lucha contra la pobreza, aún no se ha determinado el impacto real que los programas de microcrédito han tenido en sus beneficiarios (Álvarez, 2013, pp. 11).

En el Perú el mercado financiero es altamente competitivo y se encuentra en un proceso dinámico sin precedentes. Prueba de ello son la variedad de organizaciones que ofrecen servicios de intermediación financiera, entre las cuales no solo se encuentran los bancos comerciales, financieras y cajas municipales, sino empresas de otro rubro, como el retail. Las Cooperativas de Ahorro y Crédito, uno de los tipos de entidades que opera en el sector, se diferencian de las demás desde su concepción como organización, ya que no persiguen el lucro. Sin embargo, su desempeño organizacional debe ser medido

bajo ciertos parámetros similares para asegurar el óptimo uso de sus recursos (Farro, 2013).

Las Cooperativas de ahorro y crédito en especial la Cooperativa “Santo Cristo de Bagazan”, motivo del presente estudio, hoy en día se han convertido en una alternativa para aquellas personas de bajos recursos que no pueden acceder a créditos de los grandes bancos del país por no cumplir con la exigencia de requisitos que solicitan, convirtiéndose en un alivio de financiamiento para poder cubrir sus necesidades inmediatas.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye el comportamiento financiero de los socios en la toma de decisiones de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, 2017?

1.3. Justificación del Estudio

Porque para justificar la parte teórica del presente estudio se hace uso de teorías investigadas con anterioridad y que sirven como fundamento sustentable del tipo de investigación que se está realizando, además también voy a emplear diseños metodológicos con fundamento científico, con la cual se va a realizar aporte a la investigación, la misma que puede ser usada para posteriores investigaciones o como modelo a aplicar.

Se justifica metodológicamente porque se hizo uso del método científico determinando con su aplicación los efectos que genera el comportamiento de los socios de la Cooperativa el Santo Cristo de Bagazan en la Toma de Decisiones de los Directivos de esta institución y otros métodos que nos llevaron a investigar a cada una de las variables.

Porque pretende contribuir con el desarrollo social e institucional de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan, la misma que servirá como guía para revisar los procedimientos que se vienen aplicando y reestructurar si fuera necesario las políticas institucionales si fuera el caso, mediante los aportes

positivos que van a encontrar sus dirigentes en el presente trabajo con nuevos enfoques teóricos y metodológicos.

1.4. Antecedentes

En el trabajo de investigación realizado por Moran (2015); Machala, El Oro – Ecuador; titulada “Estrategias que Permitan Mejorar los Productos de Inversión y Ahorro de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la Ciudad de Machala, Caso: Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio Ltda.”. El tipo de Investigación es Crítico - Propósito, donde concluye que: Durante la investigación de campo de las encuestas se estableció que existe una gran cantidad de socios que representan el 85% que desearían otro producto financiero de parte de la cooperativa “Once de Junio”, y que de estos un 68% desean un producto que sea direccionado al ahorro infantil. Tomando en cuenta estos datos se debe buscar un producto financiero que vaya orientado a satisfacer la necesidad que nos indican los clientes y de esta manera se logra la fidelidad para con la institución. Recomendando La Creación de un departamento de marketing para que constantemente mida los grados de satisfacción que tienen los socios con respecto a los productos que reciben. Que la administración de la cooperativa constantemente trabaje en la creación de nuevos productos financieros que atraigan a nuevos socios y posicionar de mejor manera a la institución en el mercado de las instituciones financieras de la ciudad (Moran, 2015).

Para Álvarez (2013); Medellín; en su tesis titulada “Evaluación del Impacto del Microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Colanta”. La Metodología de Investigación es de diseño Cuasi-Experimental, donde concluye que: Los resultados de la investigación, confirman la existencia de una relación positiva entre el crédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Colanta y la situación económica y social de sus asociados. Esta relación de causalidad positiva está indicando un impacto global positivo del crédito otorgado por A y C Colanta en sus afiliados y en sus familias lo que contribuye al cumplimiento de las políticas de proyección social fijadas por la

cooperativa. Recomendando: Afirmar que las microfinanzas o que el microcrédito es la solución a la pobreza, sería como afirmar que la única causa de la pobreza es la falta de acceso al crédito, igualmente decir que las personas en situación de pobreza solo necesitan una oportunidad para su desarrollo, sería como afirmar que un programa de microcrédito puede bajo cualquier circunstancia aumentar las posibilidades de crecimiento de un microempresario (Álvarez, 2013).

Según Caiza (2016); Ambato- Ecuador; en su trabajo de Investigación titulada “Estrategia de Marketing Móvil, Para la Promoción de Servicios Financieros en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC Ltda.”. El tipo de Investigación es el Método Exploratorio, donde concluye que: En cuanto al diagnóstico de la posición estratégica de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC Ltda., se debe resaltar que se ha identificado varias oportunidades, así como Fortalezas que hay que aprovechar de manera especial, con la finalidad de disminuir el impacto de las amenazas, así como el que las debilidades se conviertan en fortalezas. Recomendando: Se debe establecer un proceso de feedback, con tiempos y herramientas que aporten información de alto valor para que los servicios financieros que desee implementar tengan una propuesta de valor importante (Caiza, 2016).

En el trabajo de investigación realizado por Farro (2013); Lima – Perú; titulada “Diseño de un Modelo de Gestión del Conocimiento para las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Lima Metropolitana”. El tipo de Investigación es Cuantitativos y Cualitativos, donde concluye que: La contribución más importante de esta investigación es la formulación de un modelo de Gestión del Conocimiento para las cooperativas de ahorro y crédito de Lima Metropolitana, el cual establece un marco para el análisis y la toma de decisión respecto al manejo de sus conocimientos críticos con el objetivo de mejorar el desempeño global de estas organizaciones. La formulación de este modelo satisface la necesidad de formalizar la Gestión del Conocimiento en las CAC; es decir, de identificar los elementos que otorguen dirección a dicha

gestión, los conocimientos críticos a gestionar, los mecanismos que desarrollen esos conocimientos y los actores internos que deben participar. Recomendando, En primer lugar, la CAC debe analizar el modelo e identificar cómo este se adecúa a sus objetivos y características organizacionales para, a partir de ello, adaptar el modelo a sus necesidades específicas (Farro, 2013).

En otro trabajo realizado por Rodríguez (2016); Trujillo – Perú; titulada “Nivel de Fidelización Generado por la Cartera de Clientes Premium del Banco Interbank en La Ciudad de Huaraz – Ancash, 2015”. El tipo de Investigación es Descriptiva, donde concluye que: Las relaciones que establece el Banco Interbank con sus clientes y viceversa, se ven fortalecidas por una serie de elementos o factores, que determinan el éxito que tiene generados por efectos positivos que conllevan no sólo al fortalecimiento de la relación que tienden a transformarse en fidelidad. Recomendando, Teniendo en cuenta lo costoso que resulta mantener programas de fidelización de clientes, es necesario conocer qué aspectos del servicio del banco Interbank son los que realmente valora el cliente, para dedicarles mayor esfuerzo y poder potenciarlos (Rodríguez, 2016).

En la investigación realizada por Jordán & Siccha (2015); Trujillo – Perú; titulada “Medición del Nivel de Calidad de Servicio Mediante El Modelo Servqual, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Lorenzo, Trujillo - 2014”. El tipo de Investigación es orientación aplicada, donde concluye que: Se logró determinar, según el modelo de medición Servqual, que el nivel de calidad de servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Lorenzo, es valorada por la mayoría de sus socios como una empresa que brinda un servicio desfavorable, no alcanzando a satisfacer las expectativas de los socios. Recomendando: Se recomienda al momento de adoptar e implementar propuestas de mejora, tener en consideración el orden de relevancia que tienen las dimensiones, el nivel de exigencia e importancia que tienen en los socios a fin de poder diseñar propuestas que sean percibidas con mayor eficiencia por los socios. es recomendable a su vez adoptar las estrategias que tiendan a la mejora de las otras dos dimensiones que en su conjunto forman la calidad de

servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Lorenzo (Jordán & Oscar, 2015).

A nivel local no existen estudios realizados sobre la materia que se puedan referenciar, constituyendo el presente como un estudio referencia para que sea utilizado en posteriores investigaciones.

1.5. Objetivos y Alcance

1.5.1 Objetivo General

Determinar la influencia del comportamiento financiero de los socios en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagua Grande, 2017.

1.5.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar el comportamiento financiero de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande.
- b) Conocer las políticas de toma de decisiones de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande
- c) Analizar la influencia del comportamiento financiero de los socios en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande

1.5.3 Alcance del Estudio

El presente estudio es de alcance gerencial, lo hemos enfocado en estudiar a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazan, oficina Bagua Grande.

1.6. Hipótesis

1.6.1. General

Si estudiamos apropiadamente el Comportamiento financiero de los socios entonces, sabremos si influye en la toma de decisiones de los directivos de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagua Grande, 2017.

1.7. Teorías Que fundamentan el Estudio

1. El Comportamiento Financiero

El comportamiento financiero es un área de estudio académico que analiza estas tendencias aplicando la psicología cognitiva a la economía y las finanzas, lo que ayuda a explicar nuestra inclinación hacia la toma de decisiones financieras irracionales. Los consumidores Utilizan medios de pago como cheques, tarjetas de crédito y débito para pagar por bienes y servicios, transfieren recursos a través del tiempo para invertir en bienes durables o capital humano, o bien, para financiar un mayor consumo presente vía endeudamiento; así mismo, utilizan seguros para gestionar y transferir riesgos personales, de salud y de sus activos (Lavín, 2017).

2. Psicología del comportamiento financiero

Las finanzas del comportamiento utilizan como base el conocimiento de la psicología cognoscitiva, pero además utilizan los métodos de las finanzas tradicionales según Frankfruter & McGoun, (2000) citado por (Alfonzo, 2015). Las finanzas del comportamiento se diferencian de las finanzas tradicionales básicamente porque reta la eficiencia de los mercados (Alfonzo, 2015). De acuerdo con Farrelly (1980), citado por (Alfonzo, 2015), presenta el proceso (ciclo) de toma de decisión financiera como uno compuesto de cinco pasos: 1) la entidad realiza decisiones financieras y de inversión, 2) las decisiones tomadas son percibidas por el mercado, 3) el mercado reacciona a las decisiones tomadas y publicadas por la entidad, 4) la entidad percibe la reacción del mercado y 5) la entidad reacciona a la reacción del mercado al tomar nuevas decisiones financieras y de inversión.

3. Dimensiones del comportamiento financiero

De acuerdo a las Teorías mencionadas anteriormente, el Comportamiento esta dimensionado de la siguiente manera: Componente cognitivo (que viene a ser las alternativas que influyen en el proceso de Toma de decisiones del cliente). Componente emocional (relacionado con la expresión ante los cambios del mercado interno).

4. La Toma de Decisiones

La toma de decisiones en la empresa constituye un proceso continuo que une el presente con el futuro deseado. Es un proceso continuo por ser la base de la gestión operativa y estratégica, de las decisiones que condicionan el corto plazo y de las que subordinan el largo plazo de las instituciones (Mallo & Rocafort, 2014, p. 436).

5. Los procesos de toma de decisiones

El proceso de toma de decisiones, significa un hábito, o en un sentido reduccionista económico, una economía de esfuerzos. Las acciones en la medida en que se convierten en una rutina, se repiten y con ello poseen un significado que paulatinamente se ancla en el conocimiento, como postula la sociología de Alfred Schütz (Vidal, 2012).

6. Racionalidad en la toma de decisiones

La racionalidad es entendida como un aspecto de la capacidad humana. Puede actuar de acuerdo con los principios de optimización y consistencia para lograr un fin, o sea, como un principio orientador de la acción individual y social (Vidal, 2012, p. 149).

7. Dimensiones de la toma de decisiones

De acuerdo a las Teorías mencionadas anteriormente, la Toma de Decisiones esta dimensionada de la siguiente manera: Alternativas de

fidelización de socios (que viene a ser los incentivos para captaciones de recursos, Desarrollo de estrategias en el servicio y Construir o adecuar los diferentes canales de ventas) y Sujetos pasivos (relacionado con la minimización de trámites y demoras excesivas en la aprobación de créditos; deficiencias en la atención a los socios, promociones y publicidad y atención personalizada en lugares distantes a la oficina).

1.8. Marco Metodológico

1.8.1 Tipo del Estudio

El tipo de estudio que se aplicó en este trabajo de investigación es de tipo Descriptivo – Explicativo.

1.8.2 Diseño de Investigación

(Ñaupas, Mejia , Novoa, & Villagomez, 2013), describe que el diseño de la investigación es no experimental porque busca observar el fenómeno tal como se da en su contexto natural, y así nos permita realizar un análisis y posterior a ello realizar una propuesta y así obtener nuestras conclusiones y solucionar el problema.

El diagrama que le corresponde se resume en el siguiente esquema:

M ----- O

Dónde:

M: Representa la muestra de la cual se recogió información para el estudio.

O: Representa el resultado que se va a obtener

1.8.3 Población y Muestra

1.8.3.1 Población:

Para la presente investigación se tomará como población a 450 socios de la Cooperativa “Santo Cristo de Bagazan” de la Oficina de Bagua Grande.

1.8.3.2 Muestra:

Cuando es una población amplia se debe considerar esta fórmula para obtener una muestra.

$$n = \frac{z^2 p q N}{z^2 p q + e^2 (N-1)}$$

Dónde: n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población=

450

Z = Nivel de confianza al 95% establecido por el investigador = 1.96

p = 0.5 Proporción de individuos de la población que tiene las características que se desean estudiar.

q = 0.5 Proporción de individuos de la población que no tienen las características de interés.

e = Margen de error permisible establecido por el investigador = 10%

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (450)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (450-1)}$$

n = 79 Socios.

II. DESARROLLO

II. Desarrollo

2.1. Análisis e Interpretación de Resultados

La presente investigación la he realizado mediante la aplicación de una encuesta realizada en un solo momento.

Del análisis de los resultados obtenidos he desarrollado el presente capítulo, el mismo que está en relación al problema de investigación, objetivos de estudios planteados y la hipótesis planteada, respecto a las dos variables de la investigación, Comportamiento Financiero y Toma de Decisiones.

Tabla 1

1. ¿Conoce usted todos los servicios y beneficios que ofrece la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan a sus asociados?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	20	25%
A Veces	21	27%
Casi Siempre	9	10%
Siempre	29	37%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 1



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 1 puedo manifestar que las opiniones de los encuestados se encuentran divididas pues solo el 37% de los socios encuestados conocen los servicios y beneficios que ofrece a cooperativa, mientras que el 27% A veces conoce los servicios y beneficios, el 25% Nunca conoce los servicios y beneficios que ofrece a cooperativa, y solo el 10% indica casi siempre conocer los servicios y beneficios que ofrece a cooperativa, evidenciando con esto que existe falta de información entre los socios de las actividades que realiza la cooperativa, mostrándose este resultado como una oportunidad para que los funcionarios de la cooperativa mejoren los canales de comunicación con sus socios y den a conocer sus productos con el fin de mejorar sus colocaciones y captaciones.

Tabla 2

2. ¿Cree usted que la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan es una entidad financiera con solidez y respaldo financiero?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	9%
A Veces	23	29%
Casi Siempre	22	28%
Siempre	27	34%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 2



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 2 puedo indicar que el 34% de los socios encuestados manifiestan que la cooperativa es una entidad con solidez y respaldo financiero, así como también, lo indican el 29% a veces, el 28% casi siempre y solo el 9% manifiesta que la cooperativa Nunca tiene solidez y respaldo financiero, por lo que los funcionarios de la Cooperativa deben trabajar en mejorar la imagen de la Cooperativa con el único fin de crecer en el mercado.

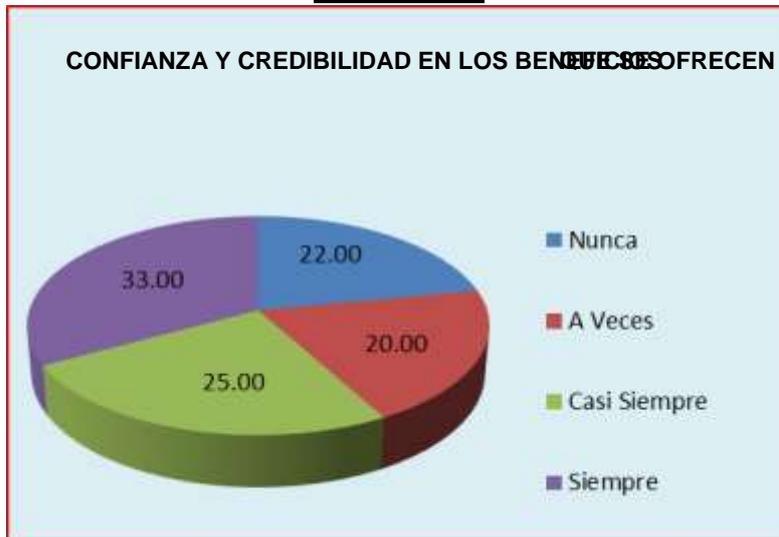
Tabla 3

3. ¿Tiene confianza y credibilidad en los beneficios que le ofrece la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan como asociado?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	17	22%
A Veces	16	20%
Casi Siempre	20	25%
Siempre	26	33%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 3



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 3 puedo comentar que las opiniones en los socios de la Cooperativa respecto a la confianza y credibilidad en los beneficios que se ofrecen se encuentran divididas, pues el 33% indican siempre tener confianza y credibilidad en los beneficios, el 25% casi siempre, el 22% Nunca y el 20% A veces, siendo esto un medio de verificación para que los funcionarios de la Cooperativa mejoren sus políticas de captaciones y colocaciones con la finalidad generar mayor Confianza y Credibilidad en sus socios y tener mayores operaciones.

Tabla 4

4. ¿Le gustaría a Usted invertir o ahorrar más en la cooperativa Santo Cristo de Bagazan?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	9%
A Veces	17	21%
Casi Siempre	30	38%
Siempre	25	32%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 4



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 4 puedo indicar que el 38% Casi siempre, 32% siempre y el 21% A veces, de los socios encuestados manifiestan que les gustaría invertir o ahorrar más en la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan, siendo esto una oportunidad para los miembros de la Cooperativa en su crecimiento y consolidación en el mercado financiero, como una alternativa de solución ante tanto problema financiero por el que atraviesa la sociedad.

Tabla 5

5. ¿Creé Usted que es importante conocer su comportamiento financiero en cuanto a ahorros e inversiones para la Cooperativa?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	11	15%
A Veces	20	25%
Casi Siempre	24	30%
Siempre	24	30%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 5



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 5 puedo manifestar que el 30% Casi siempre, 30% siempre, el 25% A veces, de los socios encuestados manifiestan que es importante que en la Cooperativa conozcan su comportamiento financiero respecto a sus ahorros e inversiones, mientras que el 15% indica que Nunca es importante que se conozca su comportamiento financiero, permitiendo con esto que los funcionario de la cooperativa orientar mejor a sus socios en cuanto a ahorros e inversiones.

Tabla 6

6. ¿Se ha sentido escuchado y atendido cuando ha necesitado un préstamo por el personal de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	9%
A Veces	21	27%
Casi Siempre	24	30%
Siempre	27	34%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 6



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 6 puedo indicar que el 34% Siempre, 30% Casi siempre, el 27% A veces, de los socios encuestados manifestaron que se han sentido escuchados y atendidos cuando han necesitado un préstamo, mientras que el 9% indica que Nunca se han sentido escuchados y atendidos cuando han necesitado un préstamo por el personal de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan.

Tabla 7

7. ¿Conoce usted las tasas de interés que la cooperativa cobra en los préstamos que otorga?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	18	23%
A Veces	23	28%
Casi Siempre	21	27%
Siempre	27	22%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 7



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la figura N° 7 se puede observar que las opiniones respecto a la información que deben brindarles los trabajadores los Socios de la Cooperativa respecto a las Tasas de Interés que deben pagar por solicitar sus préstamos están divididas entre todas las categorías, pues el 28% indica A veces, 27% Casi siempre, 23% Nunca y el 22% Siempre, motivo por el cual los funcionarios encargados de la Oficina de Bagua Grande, tienen que mejorar la comunicación con sus asociados al informar siempre las tasas de interés y demás gastos que están afectos los préstamos que otorgan, esto con la finalidad de lograr más colocaciones y atraer más socios.

Tabla 8

8. ¿Conoce usted las tasas de interés que la cooperativa paga por ahorrar?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	20	25%
A Veces	18	23%
Casi Siempre	30	38%
Siempre	11	14%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 8



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la figura N° 8 se puede observar que las opiniones de los socios están divididas entre todas las categorías, respecto a la tasa de interés que en la Cooperativa les van a pagar por sus ahorros, estableciéndose que el 38% indica Casi siempre, 25% Nunca, 23% A veces y solo 14% Siempre, debiendo mejorar la comunicación externa que tienen con sus socios en la cooperativa para captar más ahorristas.

Tabla 9

9. ¿Está de acuerdo con las comisiones y gastos que cobran en la cooperativa por mantenerse como socios?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	17	21%
A Veces	18	23%
Casi Siempre	26	33%
Siempre	18	23%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 9



FUENTE: Elaboración propia

En la figura N° 9 se puede observar que el 33% indica que Casi siempre están de acuerdo con las comisiones y gastos que cobran en la cooperativa por mantenerse como socios, el 23% Siempre y A veces, por los resultados es necesario que los funcionarios de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan Bagua Grande realicen una campaña de comunicación personalizada donde den a conocer a sus asociados las comisiones y gastos que cobran para su continuidad.

Tabla 10

10. ¿Mantiene su confianza para continuar como socio en la cooperativa Santo Cristo de Bagazan?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	12	15%
A Veces	19	24%
Casi Siempre	25	32%
Siempre	23	29%
	39	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 10



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 10 puedo indicar que el 32% Casi Siempre, 29% Siempre, el 24% A veces, de los socios encuestados manifestaron que mantienen confianza para seguir como socio de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan, resultado que debe mejorarse por encontrarse distribuido entre todas las categorías, debiendo ser contundente la respuesta en la categoría Siempre, mientras que el 15% indica que Nunca ha tenido confianza para seguir como socio de la Cooperativa, por lo que los funcionarios de la cooperativa deben mejorar sus canales de comunicación con sus asociados para no perderlos.

Tabla 11

11. ¿Ha recibido usted alguna vez incentivos por mantenerse como socio de la cooperativa Santo Cristo de Bagazan?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	23	29%
A Veces	9	12%
Casi Siempre	13	16%
Siempre	34	43%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 11



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 11 puedo indicar que el 43% de los encuestados manifiestan que Siempre han recibido incentivos por mantenerse como socios de la Cooperativa, mientras que el 29% manifiesta Nunca haber recibido incentivo alguno, situación que debe ser revisada por los funcionarios de la cooperativa para mejorar esa insatisfacción de sus socios, un poco en menor proporción pero importante, el 16% manifestó que Casi Siempre ha recibido algún incentivo y el 12% A veces lo recibieron.

Tabla 12

12. ¿En la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan reconocen su esfuerzo por mantenerse como socio con presentes en celebraciones de fechas especiales?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	9%
A Veces	16	20%
Casi Siempre	39	49%
Siempre	17	22%
	71	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 12



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 12 puedo indicar que el 49% de los encuestados manifiestan que los representantes de la Cooperativa Casi Siempre reconocen su esfuerzo de mantenerse como socios con presentes en celebraciones de fechas especiales, mientras que el 22% Siempre, 20% A veces y 9% Nunca manifestaron haber sido reconocidos en la Cooperativa con algún presente en celebraciones de fechas especiales por mantenerse como socios, situación que deben poner más atención los funcionarios de la Cooperativa y mejorar.

Tabla 13

13. ¿Considera que la cooperativa estimula a sus socios y clientes a ahorrar en su Institución?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	15	19%
A Veces	10	13%
Casi Siempre	31	39%
Siempre	23	29%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 13



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 13 puedo indicar que el 39% de los encuestados manifiestan que los representantes de la Cooperativa Casi Siempre estimulan a sus socios y clientes por ahorrar en su Institución, mientras que el 29% Siempre, 13% A veces y 19% Nunca manifestaron sentirse estimulados por los representantes de la Cooperativa para mantenerse como Socios o Clientes, situación que deben mejorar los funcionarios de la Cooperativa.

Tabla 14

14. ¿De la cooperativa le hacen llegar continuamente comunicados invitándolo a continuar ahorrando y recomendar nuevos socios?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	10	13%
A Veces	12	15%
Casi Siempre	44	56%
Siempre	13	16%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 14



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 14 puedo indicar que el 56% de los encuestados manifiestan que los representantes de la Cooperativa Casi Siempre le hace llegar comunicados invitándolos a continuar ahorrando y pidiendo recomendar nuevos socios, mientras que el 16% Siempre, 15% A veces y 10% Nunca manifestaron recibir comunicados invitándolos a continuar ahorrando y pidiendo recomendar nuevos socios, situación que deben poner más atención los funcionarios de la Cooperativa con la finalidad de fortalecer e incrementar su cartera de clientes.

Tabla 15

15. ¿Cuándo ha solicitado un crédito ha sido atendido sin demoras excesivas?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	12	15%
A Veces	21	27%
Casi Siempre	13	16%
Siempre	33	42%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 15



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 15 puedo manifestar que el 42% de los encuestados manifiestan que cuando han solicitado un crédito Siempre han sido atendidos sin demoras excesivas en la Cooperativa, mientras que el 27% A veces, 16% Casi Siempre y 15% Nunca manifestaron haber sido atendidos sin demoras excesivas cuando han solicitado un crédito en la Cooperativa, situación que debe ser revertido por los funcionarios en mejora de la imagen de la Institución.

Tabla 16

16. ¿Cuándo ha solicitado un crédito ha sido aprobado oportunamente?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	10	13%
A Veces	8	10%
Casi Siempre	29	37%
Siempre	31	40%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 16



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 16 puedo manifestar que el 40% de los encuestados manifiestan que cuando han solicitado un crédito Siempre ha sido aprobado oportunamente en la Cooperativa, mientras que el 37% Casi Siempre, 10% A veces y 13% Nunca respondieron que cuando han solicitado un crédito ha sido aprobado oportunamente, situación que debe ser mejorada por los funcionarios para un mejor reconocimiento de la Cooperativa.

Tabla 17

17. ¿Está satisfecho con el servicio que brinda el personal de la cooperativa Santo Cristo de Bagazan, oficina de Bagua Grande?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	6	8%
A Veces	15	19%
Casi Siempre	30	38%
Siempre	28	35%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 17



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 17 puedo manifestar que el 38% de los encuestados manifiestan Casi Siempre estar satisfecho con el servicios que brinda el personal de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan de la oficina de Bagua Grande, mientras que el 35% Siempre, 19% A veces manifiestan estar satisfechos con el servicio que les brindan en la oficina de Bagua Grande de la Cooperativa y 8% indica Nunca estar satisfecho con el servicio que percibe, situación que debe ser mejorada por los funcionarios de la cooperativa responsables de la Oficina de Bagua Grande.

Tabla 18

18. ¿Para Usted es bueno el servicio que se brinda al cliente en a la oficina de Bagua Grande de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	9	12%
A Veces	13	16%
Casi Siempre	28	35%
Siempre	29	37%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 18



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 18 puedo manifestar que el 37% de los encuestados manifiestan que Siempre es bueno el servicio que brindan al cliente en la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan de la oficina de Bagua Grande, mientras que el 35% Casi Siempre, 16% A veces manifiestan que es bueno el servicios que reciben en la oficina de Bagua Grande de la Cooperativa, y 12% indica Nunca es bueno el servicio que se brinda al cliente en la oficina de Bagua Grande, situación que debe ser mejorada para que la imagen de la Cooperativa sea mejor.

Tabla 19

19. ¿En la Oficina de Bagua Grande informan sobre los servicios y beneficios que ofrece la Cooperativa?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	9	12%
A Veces	9	11%
Casi Siempre	35	44%
Siempre	26	33%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 19



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 19 puedo manifestar que el 44% de los encuestados manifiestan que Casi Siempre en la oficina de Bagua Grande les informan sobre los servicios y beneficios que ofrece la cooperativa, mientras que el 33% Siempre, 11% A veces manifiestan que es bueno el servicios que les informan sobre los servicios y beneficios que ofrece la cooperativa en la oficina de Bagua Grande, y 12% indica

que Nunca ha sido informado sobre los servicios y beneficios que ofrece la cooperativa en la oficina de Bagua Grande, situación que deben mejorar los funcionarios encargados de la Oficina de Bagua Grande.

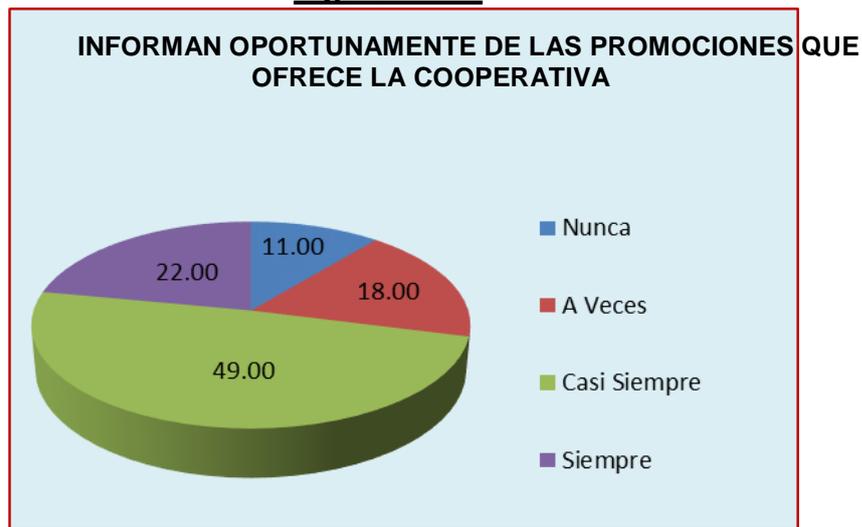
Tabla 20

20. ¿Le informan oportunamente de las promociones que ofrece la Cooperativa?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	9	11%
A Veces	14	18%
Casi Siempre	39	49%
Siempre	17	22%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 20



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 20 puedo indicar que el 49% de los encuestados manifiestan que Casi Siempre les informan oportunamente las promociones que ofrece la cooperativa, mientras que el 22% Siempre, 18% A veces manifiestan que les informan oportunamente de las promociones, y 11% indica que Nunca ha sido informado oportunamente sobre las promociones ofrece la cooperativa en la oficina de Bagua Grande, situación que debe ser mejorada en la Oficina de Bagua Grande, revisando sus canales de comunicación y reforzándolos.

Tabla 21

21. ¿Cuándo ha solicitado que lo visiten en su trabajo ha sido atendido de manera oportuna?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	5	7%
A Veces	19	24%
Casi Siempre	31	39%
Siempre	24	30%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 21



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 21 puedo indicar que el 39% de los encuestados respondieron que Casi Siempre han sido visitados por representantes de la Cooperativa cuando lo han solicitado, mientras que el 30% Siempre, 24% A veces manifiestan haber sido atendidos de manera oportuna en su trabajo cuando han solicitado que los visiten, y 7% respondió que Nunca han sido atendidos de manera oportuna en su trabajo cuando han solicitado que los visiten, situación que debe mejorarse por la imagen de la Cooperativa.

Tabla 22

22. ¿Prefiere usted ser atendido en su centro de trabajo?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	4	5%
A Veces	17	21%
Casi Siempre	22	28%
Siempre	36	46%
	79	100

FUENTE: Elaboración propia

Figura N° 22



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la figura N° 22 puedo indicar que el 46% de los encuestados respondieron que Siempre prefieren ser atendidos en su centro de trabajo, mientras que el 28% Casi Siempre, 21% A veces manifiestan que prefieren ser atendidos en su centro de trabajo, y 5% respondió que Nunca quiere ser atendido en su centro de trabajo.

**COLOCACIONES DE CREDITOS Y NUMERO DE CAPTACIONES
PRESTAMOS 2016**

MES - AÑO	PRESTAMOS		
	PROYECTADO	EJECUTADO	DIFERENCIA
Enero – 2016	150,000.00	204,196.20	54,196.20
Febrero - 2016	160,000.00	121,169.32	-38,830.68
Marzo - 2016	160,000.00	108,396.54	-51,603.46
Abril - 2016	180,000.00	194,128.96	14,128.96
Mayo - 2016	230,000.00	177,499.40	-52,500.60
Junio - 2016	190,000.00	109,707.37	-80,292.63
Julio - 2016	190,000.00	117,768.95	-72,231.05
Agosto - 2016	195,000.00	185,987.17	-9,012.83
Setiembre - 2016	195,000.00	182,712.80	-12,287.20
Octubre - 2016	195,000.00	198,323.43	3,323.43
Noviembre – 2016	195,000.00	170,997.54	-24,002.46
Diciembre - 2016	195,000.00	215,591.28	20,591.28
TOTAL	2,235,00.00	1,986,478.96	-248,521.04

En el cuadro anterior podemos observar que las colocaciones por préstamos en el año 2016 han sido variadas, en varios meses no se ha llegado a la meta por diferentes razones, siendo principalmente por presentación de documentación y decisión del cliente para la aceptación de los créditos a otorgar.

PRESTAMOS 2017

MES - AÑO	PRESTAMOS		
	PROYECTADO	EJECUTADO	DIFERENCIA
Enero – 2017	205,000.00	197,194.69	-7,805.31
Febrero - 2017	205,000.00	209,491.19	4,491.19

Marzo - 2017	205,000.00	225,963.47	20,963.47
Abril - 2017	205,000.00	207,524.59	2524.59
Mayo - 2017	220,000.00	220,237.51	237.51
Junio - 2017	220,000.00	238,895.86	18,895.86
Julio - 2017	235,000.00	235,348.47	348,47
Agosto - 2017	235,000.00	245,678.00	10,678.00
Setiembre - 2017	245,000.00		
Octubre - 2017	249,000.00		
Noviembre – 2017	250,000.00		
Diciembre - 2017	250,000.00		
TOTAL	2,574,00.00	1,780,333.78	50,333.78

En el presente año se puede observar que vamos en crecimiento, esto se está dando por que se están realizando más visitas en sus oficinas a nuestros clientes potenciales, dinamizando a la vez los trámites para poder cumplir con las metas propuestas.

CAPTACIONES 2016

MES - AÑO	PROYECTADO	CAPTACIONES / EJECUTADO	DIFERENCIA
Enero – 2016	40	54	14
Febrero - 2016	40	48	8
Marzo - 2016	40	30	-10
Abril - 2016	40	38	-2
Mayo - 2016	62	46	-16
Junio - 2016	50	39	-11
Julio - 2016	50	46	-4
Agosto - 2016	50	36	-14
Setiembre - 2016	50	44	-6

Octubre - 2016	50	38	-12
Noviembre – 2016	50	51	1
Diciembre - 2016	62	49	-13
TOTAL	584	519	-65

En lo que son captaciones podemos decir que las políticas institucionales no se han aplicado en su totalidad, el personal de la oficina de Bagua Grande se direcciono más a las captaciones que a las colocaciones, motivo por el cual no se llegó a cumplir con la meta proyectada. Falta implementar mejor las políticas de captaciones.

CAPTACIONES 2017

MES - AÑO	PROYECTADO	CAPTACIONES / EJECUTADO	DIFERENCIA
Enero – 2017	40	45	5
Febrero - 2017	40	42	2
Marzo - 2017	40	42	2
Abril - 2017	40	51	11
Mayo - 2017	62	74	12
Junio - 2017	50	71	21
Julio - 2017	50	67	17
Agosto - 2017	50	85	35
Setiembre - 2017	50		
Octubre - 2017	50		
Noviembre – 2017	50		
Diciembre - 2017	62		
TOTAL	584	477	105

En el presente año 2017, se está tratando de mejorar las captaciones de socios aprovechando esta afiliación para ofrecer nuestros préstamos y así mejorar nuestros indicadores.

2.2. Discusión de Resultados

Teniendo en cuenta los objetivos materia de estudio, la hipótesis propuesta en la presente investigación, los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta y la verificación documentaria de la Cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, se puede manifestar lo siguiente:

1.- El Objetivo Específico N° 1: “Identificar el comportamiento financiero de los Socios de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande”

De los resultados del cuestionario aplicado a los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazan, Oficina Bagua Grande, el comportamiento financiero de los socios lo podemos observar en las respuestas que nos dieron durante el recojo de información con el cuestionario, el mismo que tiene resultados que deben ser aprovechados por los funcionarios a cargo de la oficina de Bagua Grande de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan para mejorar la atención de los socios y lograr su atención, con el único fin de poder mejorar sus Colocaciones y Captaciones.

En la Tabla N° 3 se puede observar respuestas divididas cuando se le pregunta al socio sobre confianza y credibilidad en los beneficios que se ofrecen en la Cooperativa respondiendo 33% siempre, 25% casi siempre, el 22% Nunca y el 20% A veces, debiendo mejorar estos indicadores ya que la confianza y la credibilidad con dos aspectos importantes en el comportamiento de la continuidad de los socios.

En la Tabla N° 5 cuando se le pregunto al Socio si cree que es importante conocer su comportamiento financiero respondieron, 30% Casi siempre, 30%

siempre, el 25% A veces y 15% indica que Nunca, encontrándose divididas las respuestas de los socios, la misma que es importante conocer para saber cómo el socio percibe el trato que le dan en la Cooperativa, debiendo con esto los socios de la cooperativa brindar mayor orientación a sus socios en temas de ahorros y colocaciones de préstamos.

En la Tabla N° 10 cuando se le pregunto al Socio si Mantiene su confianza para continuar como Socio de la Cooperativa al igual que las respuestas que dio en la tabla N° 5 también respondió acá de manera dividida pues el 32% Casi Siempre, 29% Siempre, el 24% A veces y 15% Nunca, información que va a servir a los representantes de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan de la oficina de Bagua Grande para mejorar la relación Socio – Cooperativa que ha demostrado una relación débil e inestable.

2.- El Objetivo Específico N° 2: “Conocer las políticas de toma de decisiones de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, 2016

”

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazan tiene como Política principal las Colocaciones de préstamos a Socios identificados con años de aportación y en menor proporción colocaciones a empresas privadas, muy poco trabajan con clientes que no sea socios o con nuevos socios recién afiliados. También tienen implementada las colocaciones a trabajadores del sector público la realizan mediante la firma de convenios para aplicar el descuento por planilla, asegurando la recuperación de su capital y las ganancias que va a percibir por esas colocaciones.

Mantiene una política de tasas preferenciales por el otorgamiento de sus créditos que pueden ser a sola firma o con un socio aval, los mismos que son atendidos de manera oportuna y personalizada, llegando incluso a realizarse visitas personalizadas a los centros de trabajo de los socios, tal y como lo podemos ver en las respuestas que dieron los socios en la aplicación de la encuesta en las tablas N° 22 donde el 46% respondió que prefiere ser atendido

en su Centro de Trabajo y tabla N° 16 donde el 40% siempre u el 37% casi siempre respondieron su crédito ha sido aprobado oportunamente.

3.- El Objetivo Específico N° 3: “Analizar la influencia del comportamiento financiero de los socios en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan”.

Como se puede Observar en los cuadros de préstamos del año 2016 el comportamiento ha sido variado, con bajas y altas, las mismas que han influido en el rendimiento financiero de la Cooperativa, pues hubieron meses que no superaron la proyección esperada, esto influenciado por el comportamiento del socio, pues se evidencia en las respuestas brindadas por los socios en las encuesta practicadas, y hay varios puntos que debemos tener presente acá que son claves en la decisión del socio para tomar un crédito o no, así tenemos la Tabla N° 8 donde solo el 22% de los socios encuestados manifiesta que siempre conoce las tasas de interés que la Cooperativa cobra en los préstamos otorgados, Tabla N° 20 donde solo el 22% de los socios encuestados respondió que es informado oportunamente de las promociones que ofrece la cooperativa. En lo que respecta a las captaciones de Socios para el 2016 no se logró alcanzar la proyección esperada y esto también se evidencia en la encuesta de comportamiento financiero aplicada a los socios. En la Tabla N° 14 donde solo el 16% de los socios indicaron que de la Cooperativa siempre le hacen llegar comunicados invitándolo a continuar ahorrando y recomendar nuevos socios, también podemos verlo en la Tabla N° 13 donde solo el 29% los socios de la muestra respondieron que la Cooperativa estimula a sus socios y clientes a ahorrar en su institución.

De lo manifestado anteriormente podemos decir que el comportamiento financiero de los socios si incide en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, motivo por el que se debe mejorar la atención al Socio con la finalidad de lograr mejorar los logros alcanzados en el 2016 y pasar las proyecciones esperadas del 2017, está en el personal de la Oficina de Bagua Grande de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan lograr cumplir con esta función.

4.- Después de analizados los objetivos específicos materia de estudio, los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta, vamos a analizar esta información con el objetivo general planteado.

Respecto al Objetivo General de la Investigación puedo manifestar que el comportamiento financiero de los socios si incide en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, pues tal y como lo he manifestado anteriormente se tiene que mejorar la relación Socio – Cooperativa con la finalidad de mejorar los indicadores en este periodo, ya que en el 2016 no fueron tan alentadores y eso por la falta de comunicación con los socios que está demostrado en la tabla N° 13 y N° 14. si mantenemos buenos canales de comunicación con nuestros socios para que estén informados oportunamente de todos los beneficios que les ofrece la Cooperativa vamos a captar más su atención y vamos a mejorar la Colocación de préstamos y la captación de nuevos socios, permitiendo con esto el crecimiento de la cooperativa Santo Cristo de Bagazan en la Provincia de Bagua Grande. Existen otros aspectos que también se deben tomar en cuenta en la toma de decisiones como la atención que el socio requiere y en su mayoría lo prefiere en sus oficinas tal y como consta en la Tabla N° 22, por lo que se debe tener en consideración este indicador para mejorar el nivel de crecimiento de la Cooperativa en la Provincia de Bagua Grande.

2.3. Contrastación de Hipótesis

Revisando nuestra hipótesis planteada, los resultados obtenidos en el trabajo de campo y los análisis realizados a los objetivos específicos, puedo manifestar que se cumple con lo afirmado en la hipótesis, pues el presente estudio del Comportamiento financiero de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, nos permite revisar y mejorar la toma de decisiones de los directivos de la Institución, ayudando con esto a permitir el crecimiento Intitucional de la Cooperativa.

III. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

3.1. Conclusiones

- 1) Del cuestionario aplicado a los Socios de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan – Oficina de Bagua Grande se concluye que el comportamiento financiero de los socios si incide en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan oficina Bagua Grande, pues el comportamiento del socio es importante en el crecimiento de los negocios, sobre todo en las Instituciones financieros donde el valor principal del negocio es el Socio a través de la Colocación de préstamos y Captación de Ahorros.
- 2) De la investigación realizada se concluye que la principal fuente de ingresos de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan - Oficina de Bagua Grande, es la renta que percibe por la Colocación de Prestamos, por lo que se debe tener presente siempre este factor ante un cambio de políticas de captación de socios, las decisiones que se tomen deben considerar los resultados de la aplicación de la encuesta de medición del comportamiento financiero de los socios.
- 3) Se concluye que se deben mejorar las Políticas de captación de nuevos socios con mejores decisiones que lleven a incrementar su cartera de socios, acercándose más a sus socios para lograr fidelizarlo, logrando con esto incrementar las posibilidades de colocación de nuevos créditos que al final van a ser rentables para la institución.
- 4) De la investigación se concluye que la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan debe revisar sus políticas que viene utilizando y tomar la decisión de mejorarlas, con la finalidad de buscar crecer en el mercado de la Provincia de Utcubamba, pues es un mercado con muchos funcionarios públicos que están en las posibilidades de solicitar financiamientos y respaldar su cumplimiento con el descuento por planilla.

3.2. Recomendaciones:

- 1 Se recomienda a los Directores y Responsables Operativos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazan fortalecer la oficina de Bagua Grande con decisiones acertadas de fortalecimiento de las políticas que vienen empleando para mejorar los canales de comunicación y fortalecer la relación Socio – Cooperativa.
- 2 Se recomienda a los Directivos de la Cooperativa revisar los resultados de la Presente encuesta y tomarlos como referencia para la toma de decisiones en la aplicación de las políticas de colocación de préstamos, pues en la presente investigación encontraran información necesaria para fortalecer su Institución.
- 3 Se recomienda a los Directivos de la Cooperativa tomar en cuenta los resultados de la presente investigación ante una decisión de mejorar las políticas de captación de nuevos socios, empezando por un mejor manejo de la comunicación y fortaleciendo la fidelización de sus actuales socios.
- 4 Se recomienda a los Directivos de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan tener presente los resultados de la investigación para reformular sus políticas dirigidas al socio de la Provincia de Utcubamba y mejorarlas para lograr mayor atención de los diferentes funcionarios públicos que existen en la provincia, así como también fomentar convenios de Afiliación de nuevas instituciones del estado a su cartera de socios estratégicos con la finalidad de lograr el desarrollo esperado.

IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

IV. Cronograma de Actividades para elaborar la Tesina

4.1. Cronograma de actividades

Nº	ACTIVIDADES	MESES												
		Julio				Agosto				Setiembre				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	3	4		
1	Revisión de bibliografía.	X												
2	Diseño del proyecto.	X	X	X										
3	Desarrollo del proyecto.	X	X	X	X									
5	Desarrollo de instrumento.				X	X	X							
6	Recolección de datos.						X	X						
7	Análisis de datos.							X	X	X				
8	Interpretación y Conclusión								X	X	X			
10	Desarrollo del informe.									X	X			
11	Presentación de la Tesina													X

V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

5.1. Referencias Bibliográficas

- Alfonzo, O. (9 de Junio de 2015). *Contabilidad360*. Recuperado el 09 de setiembre de 2017, de Contabilidad360:
<https://contabilidad360.wordpress.com/2015/06/09/finanzas-delcomportamiento-parte-i-de-iii-aplicacion-de-la-psicologia-a-la-toma-de-lasdecisiones-financieras/>
- Álvarez, J. (2013). *Evaluación del Impacto Del Microcrédito En La Cooperativa de Ahorro y Crédito Colanta*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Minas, Medellín. Recuperado el 06 de setiembre de 2017, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/9686/1/71662851.2013.pdf>
- Bucheli, E., & Llumiquinga, J. (2015). *Propuesta de un modelo de balance social para las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador del segmento 4, para el año 2015*. Tesis de Posgrado, Universidad Politecnica Salesiana, Escuela de Posgrado, Quito. Recuperado el 12 de setiembre de 2017, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/9510>
- Caiza, S. (2016). *Estrategia de marketing móvil, para la promoción de servicios financieros en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC LTDA*. Tesis de Maestría, Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, De Investigación y Postgrado, Ambato - Ecuador. Recuperado el 10 de setiembre de 2017, de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1720/1/76222.pdf>
- Farro, D. (2013). *Diseño de un modelo de gestión del conocimiento para las cooperativas de Ahorro y Crédito de Lima Metropolitana*. tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de ciencia e Ingeniería, Lima. Recuperado el 11 de setiembre de 2017, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5218>
- Jordán, J., & Oscar, S. (2015). *Medición del nivel de calidad de servicio mediante el modelo Servqual, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Lorenzo, Trujillo - 2014*. tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de Ciencias Económicas, Trujillo - Perú. Recuperado el 11 de setiembre de 2017, de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1450>

- Lavín, J. (15 de Junio de 2017). *corporate.uai*. Recuperado el 8 de setiembre de 2017, de corporate.uai.: <http://corporate.uai.cl/comportamiento-financiero-y-calidad-de-las-decisiones-en-finanzas-personales/>
- Mallo, C., & Rocafort, A. (2014). *Contabilidad de Dirección para la Toma de Decisiones*. Barcelona, España: Profit Editorial I.S.L.
- Moran, G. (2015). *Estrategias que permitan mejorar los productos de Inversión y Ahorro de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la Ciudad de Machala, caso: Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio LTDA*. Tesis de Postgrado, Universidad Técnica de Machala, Unidad Académica de Ciencias Empresariales, Machala, El Oro - Ecuador. Recuperado el 11 de setiembre de 2017, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4264/1/TMUACE-2015MAE-CD00002.pdf>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y Elaboración de tesis* (Tercera ed.). Lima: Editorial e Imprenta San Marcos.
- Rodríguez, J. (2016). *Nivel de fidelización generado por la cartera de clientes premium del Banco Interbank en la Ciudad de Huaraz – Ancash, 2015*. Tesis de Pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de Ciencias Económicas, Trujillo- Perú. Recuperado el 12 de setiembre de 2017, de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1443/1/Rodriguez_Juan_Nivel_Clientes_Fidelizacion.pdf
- Vidal, J. (15 de Julio de 2012). Teoría La Decisión: proceso de interacciones u organizaciones como sistemas de decisiones. *Cinta moebio*, 136 - 152. Recuperado el 12 de setiembre de 2017, de www.moebio.uchile.cl/44/vidal.html

Anexo N° 02: Encuesta Dirigida a los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazan, Oficina Bagua Grande

I. Objetivo: Recoger información respecto Al comportamiento financiero de los socios y su incidencia en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazan, Oficina Bagua Grande.

II. Instrucciones: Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las pregunta en el siguiente orden de respuesta:

1: Nunca 2: A veces 3: Casi Siempre 4: Siempre

III. Ítems:

COMPONENTE CONGNITIVO		1	2	3	4
1	¿Conoce usted todos los servicios y beneficios que ofrece la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan a sus asociados?				
2	¿Cree usted que la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan es una entidad financiera con solidez y respaldo financiero?				
3	¿Tiene confianza y credibilidad en los beneficios que le ofrece la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan como asociado?				
4	¿Le gustaría a Usted invertir o ahorrar más en la cooperativa Santo Cristo de Bagazan?				
5	¿Creé Usted que es importante conocer su comportamiento financiero en cuanto a ahorros e inversiones para la Cooperativa?				
6	¿Se ha sentido escuchado y atendido cuando ha necesitado un préstamo en el personal de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan?				
COMPONENTE EMOCIONAL					
7	¿Conoce usted las tasas de interés que la cooperativa cobra en los préstamos que otorga?				
8	¿Conoce usted las tasas de interés que la cooperativa paga por ahorrar?				
9	¿Está de acuerdo con las comisiones y gastos que cobran en la cooperativa por mantenerse como socios?				

10	¿Mantiene su confianza para continuar como socio en la cooperativa Santo Cristo de Bagazan?				
ALTERNATIVAS DE FIDELIZACIÓN DE SOCIOS					
11	¿Ha recibido usted alguna vez incentivos por mantenerse como socio de la cooperativa Santo Cristo de Bagazan?				
12	¿En la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan reconocen su esfuerzo por mantenerse como socio con presentes en celebraciones de fechas especiales?				
13	¿Considera que la cooperativa estimula a sus socios y clientes a ahorrar en su Institución?				
14	¿De la cooperativa le hacen llegar continuamente comunicados invitándolo a continuar ahorrando y recomendar nuevos socios?				
SUJETO PASIVO					
15	¿Cuándo ha solicitado un crédito ha sido atendido sin demoras excesivas?				
16	¿Cuándo ha solicitado un crédito ha sido aprobado oportunamente?				
17	¿Está satisfecho con el servicio que brinda el personal de la cooperativa Santo Cristo de Bagazan, oficina de Jaén?				
18	¿Para Usted es bueno el servicio que se brinda al cliente en a la oficina de Jaén de la Cooperativa Santo Cristo de Bagazan?				
19	¿En la Oficina de Jaén informan sobre los servicios y beneficios que ofrece la Cooperativa?				
20	¿Le informan oportunamente de las promociones que ofrece la Cooperativa?				
21	¿Cuándo ha solicitado que lo visiten en su trabajo ha sido atendido de manera oportuna?				
22	¿Prefiere usted ser atendido en su centro de trabajo?				