

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Tesis

**La percepción del nivel de confianza del público y sus  
condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro  
y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca.  
2019**

Roberto Miguel De La Torre Santana

Para optar el Grado Académico de  
Maestro en Administración de Negocios

Huancayo, 2021

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**Asesor**

Mg. Marco Antonio Cajas Ríos

### **Agradecimiento**

A Dios nuestro creador, que, con su infinita bondad, me guía y protege. A mis amados hijos y esposa, quienes con su amor, ejemplo y consejos son la principal fuente de resiliencia, valentía, energía y motivación en mi vida. A mis colegas y amigos, que su aliento y ejemplo, me impulsa.

### **Reconocimiento**

Mi reconocimiento sincero al Señor Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental, Dr. Wiliam Rodríguez Giráldez.

Al Señor director de la Escuela de Post Grado de la Universidad Continental. Sr. Dr. Jaime Sobrados Tapia, quien por su acertada dirección académica ha logrado que los señores Maestritas logren sus objetivos profesionales trazados con mucha dedicación, para el engrandecimiento de la carrera profesional.

## Índice

Asesor.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Reconocimiento .....	iv
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras .....	xi
Resumen .....	xiii
Abstract.....	xv
Introducción .....	xvii
Capítulo I Planteamiento del Estudio .....	19
1.1. Planteamiento y Formulación del Problema .....	19
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	20
1.1.2. Formulación del problema.....	20
A. Problema General.....	21
B. Problemas Específicos.....	21
1.2. Determinación de objetivos .....	21
1.2.1. Objetivo General.....	22
1.2.2. Objetivos Específicos.....	22
1.3. Justificación e importancia del estudio .....	22
1.3.1. Justificación Teórica.....	23
1.3.2. Justificación Práctica.....	24
1.3.3. Justificación social.....	25
1.4. Limitaciones de la presente investigación.....	25
1.4.1. Limitación de Información.....	25
1.4.2. Limitación de Predisposición del Público.....	26
1.5. Antecedentes Relacionados Con El Tema .....	26
1.5.1. Promovidos.....	26
1.5.2. Precedentes.....	27
Capítulo II Marco Teórico.....	28
2.1. Antecedentes de la Investigación .....	28
2.1.1. Investigaciones Nacionales.....	30
2.1.2. Investigaciones Internacionales .....	31

2.2.	Bases teóricas.....	33
2.2.1.	Variable Percepción del nivel de confianza del público. ....	33
2.2.2.	Condiciones demográficas.....	36
2.3.	Definición de Términos Usados.....	37
2.3.1.	Percepción.....	38
2.3.2.	Público.....	38
2.3.3.	Cliente. ....	38
2.3.4.	Cliente Interno. ....	38
2.3.5.	Cliente externo.....	39
2.3.6.	Usuario. ....	39
2.3.7.	Confianza. ....	39
2.3.8.	Cooperativa de Ahorro y Créditos. ....	39
2.3.9.	Género.....	39
2.3.10.	Edad. ....	40
2.3.11.	Ocupación social. ....	40
2.3.12.	Nivel socio económico. ....	40
3.1.	Hipótesis General.....	41
3.2.	Hipótesis Específicas .....	41
3.2.1.	Hipótesis Específica “A” .....	41
3.2.2.	Hipótesis Específicas “B”:	42
3.2.3.	Hipótesis Específicas “C”:	42
3.2.4.	Hipótesis Específicas “D”:	42
3.3.	Variables .....	42
3.3.1.	Identificación de las Variables.....	42
	A. Variable (X): .....	42
	B. Variable (Y): .....	42
3.3.2.	Clasificación de las Variables .....	42
3.3.3.	Operacionalización De Las Variables .....	42
Capítulo IV Metodología de Estudio .....		42
4.1.	Método general .....	42
4.1.1.	Método científico.....	42
4.1.2.	Método deductivo .....	42
4.1.3.	Método analítico .....	42

4.1.4.	Enfoque: Cuantitativo.....	42
4.1.5.	Alcance:.....	43
	A. Descriptivos.....	43
	B. Correlacionales .....	43
4.1.6.	Tipo de Investigación: Aplicada .....	43
4.1.7.	Nivel de Investigación Descriptivo.....	44
4.2.	Diseño de la investigación .....	45
4.3.	Población y Muestra .....	45
	4.3.1. Población.....	45
	A. Segmentación y Estratificación Poblacional .....	46
	4.3.2. Muestra.....	53
4.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	54
4.5.	Técnicas de análisis de datos.....	54
4.6.	Presentación de Datos .....	55
Capítulo V Resultados y Prueba de Hipótesis.....		56
5.1.	Resultados y Análisis .....	56
	5.1.1. Análisis y organización de la ficha técnica de recolección de datos frecuencias estadísticas .....	58
	A. Sección 1. Percepción del Público y Nivel de Confianza	58
	5.1.2. Análisis de Fiabilidad y Correlación de los Resultados. ....	67
	A. Análisis de Correlación de las Variables (Correlación de Pearson).....	68
	B. Pruebas No Paramétricas De Las Variables.....	68
	C. Prueba De Chi-Cuadrado. ....	69
	D. Estimación Curvilínea de las Variables.....	73
	E. Diagramas de dispersión. ....	75
	5.1.3. Consolidado de los Resultados.....	80
	5.1.4. Factor Anova. ....	82
	5.1.5. Tablas de Contingencia de los Resultados .....	84
	5.1.6. Cuadro de Resumen.....	87
	5.1.7. Prueba de Hipótesis: Hipótesis General.....	87
	5.1.8. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “A”. ....	89
	5.1.9. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “B”. ....	91

5.1.10. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “C” .....	93
5.1.11. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “D” .....	95
5.2. Discusión de Resultados. ....	97
5.2.1. Interpretación, Análisis y Discusión de los Resultados.....	97
A. Distribución de las frecuencias de la ficha de recolección de datos. cuestionario. ....	97
Conclusiones .....	109
Recomendaciones .....	112
Referencias Bibliográficas.....	114
Anexos.....	120
Anexo A: Matriz de Consistencia .....	120
Anexo B: Operacionalización de las Variables.....	122
Anexo C: Instrumento de Recolección de Datos.....	125
Anexo D: Consideraciones éticas. ....	127
Anexo E: 1. ¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?.....	128
Anexo F: Correlaciones .....	156

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Matriz de Operacionalización de Variables .....	43
<b>Tabla 2</b> Segmentación Demográfica .....	50
<b>Tabla 3</b> Estadígrafos utilizados en el estudio .....	56
<b>Tabla 4</b> Estadísticos para Lugar de Residencia .....	58
<b>Tabla 5</b> Frecuencias y Porcentaje para Lugar de Residencia .....	59
<b>Tabla 6</b> Estadísticos para Edad .....	59
<b>Tabla 7</b> Frecuencias y Porcentaje para Edad .....	60
<b>Tabla 8</b> Estadísticos para Género.....	61
<b>Tabla 9</b> Frecuencias y Porcentaje para Género.....	62
<b>Tabla 10</b> Estadísticas para Ocupación Social.....	62
<b>Tabla 11</b> Frecuencias y Porcentaje para Ocupación Social .....	63
<b>Tabla 12</b> Estadísticos para Ingresos.....	64
<b>Tabla 13</b> Frecuencias y Porcentaje para Ingresos .....	64
<b>Tabla 14</b> Estadísticos para Es Socio (cliente) de Alguna Cooperativa .....	65
<b>Tabla 15</b> Frecuencias y Porcentajes para Es Socio (cliente) de Alguna Cooperativa .....	66
<b>Tabla 16</b> Resumen del procesamiento de los casos .....	67
<b>Tabla 17</b> Estadísticos de fiabilidad.....	67
<b>Tabla 18</b> Estadísticos de los elementos.....	67
<b>Tabla 19</b> Estadísticos descriptivos.....	68
<b>Tabla 20</b> Frecuencias Observadas, Esperadas y Residuales .....	69
<b>Tabla 21</b> Estadísticos de contraste .....	72
<b>Tabla 22</b> Resumen del procesamiento de los casos .....	73
<b>Tabla 23</b> Resumen del procesamiento de las variables .....	73
<b>Tabla 24</b> Resumen del procesamiento de las variables Dependientes .....	73
<b>Tabla 25</b> Resumen del procesamiento de las variables .....	74
<b>Tabla 26</b> Resumen del modelo y estimaciones de los parámetros.....	74
<b>Tabla 27</b> Consolidado.....	80
<b>Tabla 28</b> Consolidado 2.....	81
<b>Tabla 29</b> ANOVA 1 .....	82
<b>Tabla 30</b> ANOVA 2 .....	83

<b>Tabla 31</b> Tabla de contingencia Edad * Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa .....	84
<b>Tabla 32</b> Tabla de contingencia Género * Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa .....	85
<b>Tabla 33</b> Tabla de contingencia Ingresos * Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa.....	86

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Estructura teórica y científica que sustenta el estudio .....	37
<b>Figura 2.</b> Población del Departamento de Junín 2017 Tomado del Instituto Nacional de Estadística Informática “INEI”, Perú crecimiento y distribución de la población, 2017. (INEI, 2018). .....	48
<b>Figura 3.</b> Población de la Provincia de Huancayo .....	49
<b>Figura 4.</b> Población de los Distritos de Huancayo .....	49
<b>Figura 5.</b> Población estimada por edad del distrito de Huancayo (18 a más). ....	51
<b>Figura 6.</b> Población estimada por edad del Distrito de Chilca (18 - más).....	51
<b>Figura 7.</b> Población estimada por edad del Distrito de el Tambo (18 - más).....	52
<b>Figura 8.</b> Nivel socio económico por Distrito de Huancayo, El Tambo y Chilca. .	52
<b>Figura 9.</b> Diagrama de Barras para Lugar de Residencia. ....	58
<b>Figura 10.</b> Diagrama de Barras para Edad. ....	60
<b>Figura 11.</b> Diagrama de Barras para Género.....	61
<b>Figura 12.</b> Diagrama de Barras para Ocupación Social. ....	63
<b>Figura 13.</b> Diagrama de Barras para Ingresos.....	64
<b>Figura 14.</b> Gráfico de Barras para Es Socio (cliente) de Alguna Cooperativa .....	66
<b>Figura 15.</b> Diagrama de Dispersión Lugar de Residencia y Es socio de Alguna Cooperativa .....	75
<b>Figura 16.</b> Diagrama de Dispersión: Edad y Es socio de Alguna Cooperativa ....	75
<b>Figura 17.</b> Diagrama de Dispersión: Género y Es socio de Alguna Cooperativa	76
<b>Figura 18.</b> Diagrama de Dispersión: Ocupación Social y Es socio de Alguna Cooperativa .....	76
<b>Figura 19.</b> Diagrama de Dispersión: Ingresos y Es socio de Alguna Cooperativa	77
<b>Figura 20.</b> Diagrama de Dispersión: Importancia de la trayectoria de la Cooperativa y Es socio de Alguna Cooperativa .....	77
<b>Figura 21.</b> Diagrama de Dispersión: ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético? y Es socio de Alguna Cooperativa .....	78
<b>Figura 22.</b> Diagrama de Dispersión: ¿Importancia del respaldo financiero? y Es socio de Alguna Cooperativa .....	78

<b>Figura 23.</b> Diagrama de Dispersión: ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa? y Es socio de Alguna Cooperativa .....	79
<b>Figura 24.</b> Diagrama de Dispersión: ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa? y Es socio de Alguna Cooperativa .....	79
<b>Figura 25.</b> Contingencia Edad * Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa .....	84
<b>Figura 26.</b> Contingencia Género * Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa ....	85
<b>Figura 27.</b> Contingencia Ingresos * Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa ..	86
<b>Figura 28.</b> Curva de Simétrica de Gauss .....	88
<b>Figura 29.</b> Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica A.....	90
<b>Figura 30.</b> Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica B.....	92
<b>Figura 31.</b> Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica C. ....	94
<b>Figura 32.</b> Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica D. ....	96

## Resumen

La presente investigación “La percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019”, tiene como Objetivo General: Analizar la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos en mención; con la Hipótesis General que: La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a las condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos mencionados. El propósito de la investigación que en base a los resultados obtenidos se proponen sugerencias para mejorar la problemática encontrada en la unidad de análisis.

Para la metodología se utilizó el método científico, el deductivo y analítico, con enfoque cuantitativo, se seleccionó en forma aleatoria una población de público general, clientes y no clientes de los Distritos de estudio, con una muestra probabilística no intencional o de criterio, con un grupo de 384 encuestados. El diseño de investigación: No experimental, Transversal y del tipo descriptivo correlacional, con la técnica encuesta y el instrumento aplicado de un cuestionario al público general de los Distritos mencionados.

Los principales resultados son: Del total de encuestados en la investigación, cuyas características fueron analizadas, se concluye que existen diferencias en un 65% en esta población sobre la percepción del nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, 2019. Asimismo, existen diferencias en un 22% debido al género, 28% debido a la edad, 19% debido a la ocupación y 31% debido al nivel socio económico, en la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y crédito en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, 2019. Se requiere una intervención más decidida de la S.B.S., así como que las estrategias de las cooperativas resalten la importancia de estar regularizadas.

**Palabras Claves:** Percepción del Público, Nivel de Confianza, Ocupación Social, Nivel Socio Económico.

## **Abstract**

This research, titled “The perception of the public’s level of trust on the savings and credit cooperatives and their demographic conditions in the districts of Huancayo, El Tambo and Chilca, 2019”, has as General Objective: to analyze the perception of the public’s level of trust on the savings and credit cooperatives and their demographic conditions in the aforementioned districts; with the General Hypothesis that: The perception of the public’s level of trust significantly influences the demographic conditions of the savings and credit of the districts in study. The purpose of the research is to propose suggestions to improve the problems found in the unit of analysis based on the results obtained.

The methodology made use of the scientific method, with a deductive and analytical perspective, and a quantitative approach. A population of the general public, clients and non-clients from the districts in study was randomly selected, with a non-intentional nor criterial probabilistic sample, and a group of 384 respondents. The research method is non-experimental, transversal and descriptive and correlational, using a survey as a technique and a questionnaire as the applied tool to the general public of the districts in study.

The main outcomes are: From the total number of respondents in the research, whose characteristics were analyzed, it’s concluded that there’s a difference of 65% among this sample regarding the perception of the level of trust of the savings and credit cooperatives of the Huancayo, El Tambo and Chilca Districts, 2019. Furthermore, there’s a difference of 22% due to gender, 28% due to age, 19% due to occupation and 31% due to socio-economic level regarding the public perception of the level of trust of the savings and credit cooperatives and their demographic conditions in Huancayo, El Tambo and Chilca Districts, 2019. It is required a more determined intervention of the SBS, as well as that the strategies of the cooperatives highlight the importance of being regulated.

**Key Words:** Public Perception, Confidence Level, Social Occupation, Socio-Economic Level.

## **Introducción**

El presente informe de investigación intitulado: La percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, se elaboró con la finalidad de obtener el Grado Académico de Magíster en Administración de Negocios de la Universidad Continental.

Las Cooperativas como toda organización privada, están constantemente en búsqueda de mejoras en cuanto a su calidad de atención y efectividad de esta atención, y en las organizaciones de Microfinanzas con capacidad de captar ahorro de sus socios como las cooperativas, es fundamental la confianza del público, pues esta les permite crecer, mantener su actual clientela y plantear planes sólidos para su futuro empresarial. La falta de confianza en organizaciones Financieras grandes o pequeñas, por aspectos coyunturales en cierto momento les ha generado, lo que se conoce como pánico financiero, que ha efectuado una corrida de fondos, deserción de socios/ahorristas y por ende la desestabilización de la institución financiera. La investigación, mide el grado de percepción de esa confianza en situaciones normales, evalúa diferencias en esta percepción y a partir de los hallazgos plantea recomendaciones.

La tesis presenta 5 Capítulos: el capítulo I Contiene el Planteamiento del estudio. Introducción. Antecedentes. Formulación del problema. Formulación del problema y Justificación del estudio. Antecedentes relacionados con el tema. Objetivos de la investigación, y Limitaciones del estudio; el capítulo II Se presentan el Marco Teórico, antecedentes y bases de la información, así como la definición de términos usados. El capítulo III Hipótesis y Variables, las hipótesis y la operacionalización de variables. En el capítulo IV se desarrolla la metodología del estudio, conformado por el diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos, recolección de datos y proceso de muestreo. Y en el capítulo V los resultados y prueba de hipótesis. Resultados de encuestas, y análisis de los resultados.

Entre los principales resultados, se señalan las diferencias de percepción por las diferentes dimensiones de las condiciones demográficas resaltando el efecto de la supervisión directa por parte de la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP así como el comportamiento por grupos etarios y género, que permitiría a las cooperativas establecer nuevas estrategias. De otro lado presentamos recomendaciones que consideran las dimensiones del nivel de confianza del público, en la que se plantean estrategias que estamos seguros han de contribuir al desarrollo de las organizaciones cooperativas y su sólido crecimiento.

Roberto Miguel De La Torre Santana

Autor

## **Capítulo I**

### **Planteamiento del Estudio**

#### **1.1. Planteamiento y Formulación del Problema**

Las cooperativas de ahorro y crédito cumplen un rol fundamental e importante en la actividad económica y empresarial para la ciudad de Huancayo. Según Zaldivas et al., (2003) dice que una cooperativa de ahorro y crédito es una institución financiera societaria de propiedad de sus socios, quienes guían sus políticas a través de su participación en los consejos y comités, y disfrutan de sus servicios. Asimismo, es una entidad para servir a los asociados, ofreciéndoles una alternativa segura y conveniente para depositar sus ahorros y acceder a préstamos con tasas razonables, entre otros servicios financieros.

La ley 30822 de la superintendencia de banca y seguros contempla que las COOPAC están sujetas a la supervisión y control de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

Según fuentes de la FENACREP (2018), las cooperativas de ahorro y crédito compiten en el mercado con las entidades financieras convencionales (bancos, financieras, cajas, entre otras), estas intentan captar socios o ahorristas para las instituciones financieras brindando una tasa de interés pasiva mucho más alta. Mientras que el sistema financiero (instituciones supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs.) ofrece una tasa promedio ponderada de 2.3% a sus ahorristas, la COOPAC ofrece 7.1%.

Por ello, los activos (créditos) otorgados por las cooperativas de ahorro y crédito, han crecido a una tasa superior al 17% promedio anual entre 2012 y 2018. En ese último año, el crédito total llega a superar los S/13 mil millones (15% del Producto Bruto Interno) (FENACREP, 2018). Actualmente son 153 cooperativas de ahorro y crédito según el gerente general de la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP),

desatacando tres (COOPAC) que a nivel nacional acumulan el 44% del total del crédito entre ellos son: (a) Pacífico (19.7%), (b) Ábaco (12.3%) y, (c) Aelu (11.6%).

#### **1.1.1. Planteamiento del Problema.**

Esta investigación, se fundamenta en la necesidad de conocer la percepción del público Huancaíno sobre la imagen corporativa, seguridad, calidad de servicio, respaldo financiero, regulación y confiabilidad de las empresas cooperativas que operan en los distritos mencionados líneas arriba. Por otro lado, existe una falta de evidencias de investigación que otorgue información y apoyo a futuros estudios del tema relacionado. Para ello se aplicó un instrumento de investigación que permite conocer y medir la percepción del público acerca del nivel de confianza que les tienen a las cooperativas.

Este investigador considera que los resultados de este trabajo de investigación descriptiva sirvan de apoyo a organismos del estado, o asociaciones de cooperativas, y entes reguladores, para el desarrollo de nuevos planteamientos estratégicos que puedan fortalecer o fomentar la creación de nuevas empresas cooperativas, permitiéndoles a los directores, gerentes, administradores y jefaturas, ayudarles a mejorar en la toma de decisiones e incrementar las oportunidades y crear desarrollo sostenible.

#### **1.1.2. Formulación del problema.**

A continuación, se presenta el problema general y específico de la investigación. El problema de investigación está dado por un problema general y cuatro específicos, estos están planteadas mediante preguntas de investigación que surgieron de observaciones estructuradas (Tamayo et al., 2003).

La formulación del problema específico de la investigación se formuló en función a las siguientes variables de segmentación demográfico

(Guerrero, et al., 2013), (a) género, (b) edad, (c) ocupación social y, (d) nivel socio económico.

A. Problema General.

¿Existe diferencias en la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019?

B. Problemas Específicos.

- ¿Existe diferencias de la percepción del nivel de confianza del público y la edad de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019?
- ¿Existe diferencias de la percepción del nivel de confianza del público y el género de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, 2019?
- ¿Existe diferencias de la percepción del nivel de confianza del público y la ocupación social de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, 2019?
- ¿Existe diferencias de la percepción del nivel de confianza del público y el nivel socio económico de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, 2019?

## 1.2. Determinación de objetivos

El autor Tamayo (2003) sobre a investigación, dice que, “el objetivo de la investigación es el enunciado claro y preciso de los propósitos por los cuales se lleva a cabo la investigación” (p. 137).

### **1.2.1. Objetivo General.**

Analizar la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.

### **1.2.2. Objetivos Específicos.**

- Determinar la percepción del nivel de confianza del público y la edad de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.
- Determinar la percepción del nivel de confianza del público y el género de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.
- Determinar la percepción del nivel de confianza del público y la ocupación social de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.
- Determinar la percepción del nivel de confianza del público y el nivel socioeconómico de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.

### **1.3. Justificación e importancia del estudio**

La justificación del estudio de investigación se basa en los principales problemas que se encuentran en el entorno de las cooperativas de ahorro y crédito y son las siguientes: (a) desconocimiento de la población sobre las cooperativas, (b) falta de competitividad financiera por el pequeño tamaño, (c) experiencias negativas que producen desconfianza, (d) asociación con operaciones ilícitas, (e) falta de una buena imagen empresarial.

A consecuencia de ésta problemática fue necesario abordar el porqué de estos juicios y que aspectos negativos y positivos perciben el público de las cooperativas de ahorro y crédito; a nivel local existe una gran carencia de investigación con respecto a la percepción que presentan el público general hacia las cooperativas; frente a lo señalado la presente investigación

contribuirá al conocimiento que amplía la literatura científica de la variable dependiente “percepción del nivel de confianza del público” y sus dimensiones e indicadores del estudio que implicaría el caso; la población se segmentará según las condiciones demográficas, con la finalidad de obtener información clasificada y exhaustiva.

### **1.3.1. Justificación Teórica.**

En la presente tesis el investigador pretende aportar, la información recopilada en Huancayo Metropolitano, para ratificar o contrastar estudios similares en otras latitudes, que permitan mediante la aplicación de la teoría y los conceptos fundamentales del acto cooperativo, evaluar su incidencia y análisis demográfico con las cuatro variables propuestas de estudio: por género, edad, ocupación social y nivel socioeconómico; permitiendo analizar el nivel de confianza del público de estas variables, y a partir de ahí plantear alternativas de solución.

En opinión de este autor, esta información servirá de sustento para otras investigaciones de la realidad del sector Cooperativo Peruano, propendiendo a la generación de mayor producción intelectual, conocimiento y aporte para el diseño, construcción y validación de los instrumentos de recolección de datos, al generar recomendaciones estructuradas para la formulación de políticas estratégicas por parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito

La tesis de Guerrero et al., (2013) advierte la necesidad de entender la situación del movimiento cooperativo chileno, y la falta de evidencia empírica.

“Estudio nace por la necesidad de conocer cómo se encuentra posicionado el concepto de cooperativas actualmente en Chile, debido al alto nivel de crecimiento. Será necesario conocer cómo es el posicionamiento actual de las cooperativas, e identificar las

asociaciones que tienen las personas sobre el concepto y lo que conlleva a la formulación de su opinión y actitud al respecto”. (p. 16). La pregunta que plantean Guerrero et al., (2013) es “¿Qué aspectos/atributos positivos y negativos perciben las personas de las cooperativas?” (p. 17), cuyo objetivo del estudio es “Contribuir con evidencia empírica, a través de esta investigación enfocada a conocer la percepción que tienen las personas sobre las “cooperativas” en Chile, siendo de utilidad para el desarrollo de empresas cooperativas en Chile” (p. 18).

### **1.3.2. Justificación Práctica.**

Las Cooperativas de ahorro y crédito cobran una gran importancia hoy en día, pues con datos actualizados de la FENACREP (2019) Reporte de resultados anuales. Recuperado de <http://www.fenacrep.org>, al 31/12/2018 el total de Activos que tenían era de S/. 13,225'790,000, lo que equivale al 3.43% de los activos totales de las empresas bancarias, que a la misma fecha que tienen S/. 385,344'000,000, según la S.B.S. Estadísticas y Publicaciones (2019) recuperado de: <https://www.sbs.gob.pe/estadísticas-y-publicaciones/> y eso permite ver su importancia relativa. Dado que algunas Cooperativas, ya superan a los bancos más pequeños.

Los resultados del estudio son fuentes de información, que permitirán a las cooperativas mejorar las estrategias, tomar mejores decisiones a sus directivos, gerentes, administradores, jefaturas y otros; basado en la percepción del nivel de confianza que presenta el público y tratar los segmentos de mercado o público objetivo de las cooperativas, lo que contribuye al desarrollo de estas organizaciones, su fortalecimiento, la mejora de sus servicios al público, el crecimiento económico en sus zonas de influencia. Esto último es sumamente importante, pues es reconocido que las COOPAC son una eficiente forma de desarrollar el ahorro popular, dado que se orientan principalmente a los segmentos C y D de la economía, teniendo entre

sus socios mayoritariamente a Microempresarios, por lo que su aporte es directo al crecimiento y la contribución de riqueza en su región y por ende del país.

### **1.3.3. Justificación social.**

Es importante señalar que las organizaciones cooperativas, son reconocidas como la Banca Popular, por su naturaleza de que los servicios de ahorro y crédito, a los que tienen acceso los socios además de satisfacer sus necesidades, los remanentes (utilidades en las empresas), retornan a ellos como excedentes por su condición de socios. Por ello es importante el tener un nivel de confianza adecuado con sus clientes y público en general, a la luz de los resultados encontrados, permitirá que las cooperativas se fortalezcan, logren una mejora en sus servicios, incrementen su ámbito de acción y esto redundará positivamente en los pobladores de los distritos estudiados, al fortalecerse el servicio y la consolidación de los puestos de trabajo directos e indirectos que generan estas organizaciones, tanto a nivel interno (Cooperativas), como a nivel externo (socios-clientes).

## **1.4. Limitaciones de la presente investigación**

La limitación del tema de estudio tiene su importancia en los problemas que puede afrontar el investigador en la elaboración del estudio de investigación. (Hernández, et al., 2014).

La investigación enfrentó dos limitaciones en el proceso del desarrollando del estudio. (a) Limitación de información y, (b) Limitación de predisposición del público.

### **1.4.1. Limitación de Información.**

El estudio de investigación requiere de una gran diversidad de información clasificada que contenga bibliografía suficiente para la efectividad de la investigación. La información física y digital

encontrada en la biblioteca de la Universidad Continental y otras entidades locales con respecto al tema del estudio no era lo suficiente y lo necesario para estructurar la investigación, ya que mucho de la información no contaba con la data actualizada, por lo que se tenía que recurrir a información digital y virtual de otras fuentes particulares, favoreciendo significativamente al presente estudio.

#### **1.4.2. Limitación de Predisposición del Público.**

Para la aplicación del instrumento de la recolección de datos de la presente investigación se encontró limitaciones del público hacia la falta de predisposición y acceso a brindar información que ayude al estudio, por lo que se tuvo que incursionar en una estrategia de motivación explicando lo importante del estudio y la brevedad del tiempo a invertir de parte de ellos, favoreciendo significativamente a la recolección de datos (encuesta).

### **1.5. Antecedentes Relacionados Con El Tema**

#### **1.5.1. Promovidos.**

Según el censo nacional de cooperativas (INEI & Ministerio de la producción, 2016), El sector cooperativas financieras del departamento de Junín está compuesto por 140 empresas cooperativas, a nivel de la Provincia de Huancayo está compuesta por 29 empresas cooperativas y a nivel distrital está compuesta de la siguiente manera: (a) Distrito de Huancayo 14 empresas cooperativas, (b) Distrito de El Tambo 10 empresas cooperativas y, (c) Distrito de Chilca, dos empresas cooperativas.

Con respecto al estudio de investigación, en este punto se da a conocer la percepción que tiene el público sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito en los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

### **1.5.2. Precedentes.**

Las cooperativas de ahorro y crédito se encuentran atravesando por una situación de formalización, regulación, supervisión, fiscalización y ordenamiento y acondicionamiento al nuevo marco normativo por parte de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), con la finalidad de establecer legalidad y restaurar la confianza al sistema financiero. El entorno de las cooperativas tiene un mercado más competitivo en el rubro de las microfinanzas, la oferta de servicios financieros origina que el mercado tenga más opciones competitivas, para elegir pero aún presenta debilidades en la confianza del público en general, sobre la seguridad de sus ahorros, percibiendo desprotección e inseguridad del dinero depositado y sumándose a ello, las altas tasas de interés en los créditos que fluctúan sobre los límites de las tasas de interés convencional del sistema financiero.

## **Capítulo II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

El marco teórico del presente estudio de investigación se encuentra sustentado por los siguientes autores, según Hernández et al., (2014), “Una vez planteado el problema de estudio (es decir, cuando ya se tienen los objetivos y preguntas de investigación) y cuando además se ha evaluado su relevancia y factibilidad, el siguiente paso consiste en sustentar teóricamente el estudio” p. 60).

Es importante que el marco teórico este claro, por ello, “La utilización de un marco teórico da significación y relevancia a los datos sociales y permite una conciencia crítica del mismo lo cual solo es posible mediante la integración de varias disciplinas” (Tamayo, 2003, pp. 62-78).

Según FENACREP (2018), existe más de 400 cooperativas que no tienen balances, no se sabe quiénes son o qué cantidad de recursos tienen captados y carecen de supervisión. Las organizaciones no supervisadas sirven, en muchos casos, como instrumentos para el lavado de activos proveniente del narcotráfico, minería ilegal y trata de personas entre otros; estas entidades aparecen ofreciendo tasas de interés para depósitos a plazo fijo, muy por encima de las que brinda el sistema financiero formal, además de premios muy generosos (electrodomésticos, bienes menores, etc.).

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS); a través de la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) se han emitido investigación a 21 cooperativas bajo sospecha de estar involucrados en lavados de activos.

Las cooperativas de ahorro y créditos emergen en el Perú a mediados del siglo XIX teniendo como antecedentes las cooperativas de consumo. Al igual que otros países latinoamericanos, se inicia como una manifestación del

movimiento obrero o sindical, teniendo como referencia al modelo europeo, donde los obreros se unían para crear una nueva realidad basada en cooperativas (producción y distribución), con la particularidad que el movimiento cooperativo de ahorro y crédito peruano fue muy apoyado por la Iglesia católica.

En la década de 1950, el movimiento de las cooperativas empieza con gran éxito. Es así como en 1955 se identificaron 42 cooperativas, predominando las cooperativas de consumo con el 57%, mientras que el 43% restante correspondía a cooperativas agropecuarias, de vivienda y de crédito. En 1964, se crea la Oficina Nacional de Fomento Cooperativo de manera transitoria, dando origen al Instituto Nacional de Cooperativas (INCOOP), institución pública descentralizada perteneciente al Ministerio de Trabajo y Promoción Social. (Ministerio de la Producción, 2016, p. 27)

Dado que el movimiento Cooperativo, no estaba consolidado ni institucionalizado, se crea la Ley General de Cooperativas N° 15260, en el año 1964. Sin embargo, con la aparición de la nueva Ley de la reforma Agraria en el año 1969, promovió que las cooperativas agrarias logaran pasar a una fase de integración entre los años 1969 y 1979, bajo el control de sus colaboradores, lo cual llevo a la modificación del régimen de tenencia, propiedad y uso de la tierra.

A inicios de los ochenta las cooperativas sufrieron lamentables retrocesos en la primera mitad de los noventa, acompañados a los cambios estructurales del primer gobierno de Alberto Fujimori; como la eliminación del mercado de tierras, descapitalización del campo, parcelación y excesivo minifundismo, entre otros. Todas las cooperativas pasaron a registrarse por la Ley General de Cooperativas (Decreto Supremo N°074/90-TR), la cual recoge gran parte de lo expuesto en el Decreto Legislativo N°085, creado el año 1981.

Esta ley consta de 135 artículos y declara de necesidad nacional y utilidad pública, la promoción y la protección del Cooperativismo, aspecto que ya no

es respaldado en la constitución política de 1993. Además, en esta ley se establece la estructura de organización de las cooperativas, el régimen económico de excedentes y remanentes; así como los aspectos administrativos, y las sanciones y liquidaciones; y se identifican a las organizaciones de integración de las cooperativas. En 1992 producto de la reorganización del estado, se desactivo el Instituto Nacional de Cooperativas (INCOOP), propiciando junto a una vorágine competitiva de recursos, una acelerada descapitalización y la liquidación de importantes cooperativas de ahorro y crédito y el cierre de todo el sistema Mutual.

El sector cooperativo ha cambiado estructuralmente, y este autor considera que hay un resurgimiento de este, con un mayor número de cooperativas de ahorro y crédito que en la década de los 90. De otro lado, las cooperativas agrarias en los últimos tiempos han ampliado su capacidad productiva, logrando incrementar su capacidad exportadora, al haberse fortalecido tecnológica y empresarialmente.

### **2.1.1. Investigaciones Nacionales.**

Según el autor Ramos (2018) en su tesis de investigación, menciona principalmente que se requiere conocer las diferencias de la percepción de la cultura organizacional que tienen los colaboradores de la entidad en la que se aplicó el estudio, ya que al conocer la percepción de la organización puede cambiar, mejorar o reorientar los objetivos que plantee.

La pregunta que lleva esta investigación es ¿Existen diferencias de la percepción de la cultura organizacional en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena Agencia Huancayo?, cuyo objetivo fue conocer las diferencias de la percepción de la cultura organizacional en la Cooperativa Santa María radica en que los líderes de la organización pueden proponer soluciones más eficientes pues en medida que existan culturas altamente consensuadas es posible generar un clima laboral más positivo (Ramos, 2018)

Según el autor Morales, (2017) en la investigación Las Cooperativas de Ahorro y crédito en el Perú, importancia y necesidad de un nuevo modelo de supervisión, señala y demuestra con cifras que las CACs han tomado una gran importancia relativa en los últimos años, luego de un período de 30 años en que, desde la crisis de los años 90, las llevó a quebrar a muchas de ellas. En su tesis sostiene que estas instituciones, han mal utilizado el nombre de cooperativas, para evadir una supervisión y que la FENACREP al ser un organismo federativo, la supervisión ejercida de manera delegada no correspondía a ley. Por lo que su planteamiento principal, es “proponer un nuevo modelo de supervisión, basado en la importancia de las Cooperativas de ahorro y crédito como entidades financieras bajo el modelo empresas cooperativas, debiendo formar parte del sistema financiero nacional, mereciendo una regulación acorde a su evolución” (Morales, 2017, p. 40), aspecto que finalmente se implementó en el país en con la Ley N° 30822, que entró en vigencia el 01 de enero 2019. Varias de sus conclusiones se discuten en el capítulo correspondiente.

### **2.1.2. Investigaciones Internacionales**

La tesis de Rojas y Melo, (2021) encontró un alto conocimiento de los socios de los servicios de ahorro en la cooperativa San Miguel, siendo el producto menos conocido la *cuenta ahorroamigos*. Entre sus conclusiones comprueban un alto nivel de satisfacción de los clientes (97.83%), y una percepción de los asociados hacia la fidelización del 91.28%. También aportan importantes datos de los niveles de satisfacción de los productos crediticios de la cooperativa sus grados de conocimiento de parte de los asociados (Sugieren que los asesores den a conocer más los servicios de ahorro por los diferentes medios de comunicación. En la parte de créditos recomiendan disminuir la tramitología, más información y capacitación por parte de los asesores y aplicación de las TICS).

La tesis de Molina y Pilatasig, (2020) basa su análisis de percepción del público de la cooperativa UNIBLOCK, con el modelo Servperf (*Service Performance*) y la norma ISO de calidad de servicio, encontrando importantes niveles de empatía, infraestructura y calidad del servicio, logran muy buenos indicadores de percepción. (plantean plan de imagen corporativa, capacitación a los empleados en el buen trato)

La tesis de Guerreo Wolf utiliza

El Modelo Integrado de *Brand Equity* (Patrimonio de Marca), el diseño de este plan es confeccionado basándose en referencias tales como *Dirección de Marketing* de Kotler & Keller (2008), *Fundamentos de Marketing* de Kotler & Armstrong (2008) e *Investigación de Mercados* de Malhotra (2000). Este modelo se acerca bastante a la investigación sobre la percepción que tienen las personas o consumidores sobre una marca, producto, servicio o lo que también podría ser hacia una organización, como es en este caso a la percepción que tienen las personas de las cooperativas. Por lo tanto, lo que se busca en esta metodología es utilizar los conceptos más importantes planteados en este modelo para medir y evaluar las marcas, pero ahora con la intención de aplicarlos sobre un concepto, sobre el foco de esta investigación que es la percepción de las cooperativas. (Guerrero, et al., 2013, p. 81)

Finalmente, los autores Guerrero et al., (2013), concluyen que hay una gran diferencia en la apreciación generacional que tienen los jóvenes, pues muchos demostraron saber muy poco o nada sobre las cooperativas, a diferencia de las personas de una edad etaria mayor, que conocían bastante la historia de las cooperativas y, por ende, tenían presente más factores o incluso experiencias negativas de estas instituciones.

De esta investigación se puede destacar los siguientes resultados concluyentes de la fase: descriptiva cuantitativa, en primer lugar, se

pudo verificar el conocimiento que presentan los jóvenes en relación al presente constructo, donde un 47.5% confirmó comprender el concepto de esta variable, ello se dio a través de una pregunta de comprobación, la cual se enfocó en la descripción de este tipo de organizaciones. Asimismo, el 25% conoce de forma objetiva el significado de una cooperativa, por otro lado, el 20% tienen una idea sobre esta variable, y, por último, el 55% manifiesta un escaso o carente conocimiento del tema. En relación al sustento explicado anteriormente, se logró confirmar la primera hipótesis expuesta en la presente investigación; la cual sostiene que en Chile existe un desconocimiento significativo del constructo, siendo ello más prevalente en jóvenes; cabe resaltar que el estudio se enfocó en encuestar a jóvenes entre 18 y 28 años, residentes en la Región Metropolitana. (Guerrero et al., 2013)

Para el autor Sánchez, (2013), Factores que explican el buen desempeño de las micro cooperativas de la ciudad de México. En su tesis señala un análisis comparativo con los factores de éxito de varios autores y con otros países, por lo que “concluye que, efectivamente, el desempeño social, de las cooperativas se cumple si estas se apegan a los valores y principios cooperativistas, pero de manera particular al principio de la educación” (Sánchez, 2013, p. 127), siendo de esta manera que al descansar todo el modelo cooperativa en valores y principios de larga data, permite una fortaleza, cuando son debidamente interiorizado en los miembros, con una constante y adecuada capacitación cooperativa.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Variable Percepción del nivel de confianza del público.**

La filosofía cooperativa, está sólidamente establecida desde los 28 trabajadores en la ciudad de Rochdale, Inglaterra que en 1844; “fundaron la *Rochdale Society of Equitables Pioneers* o *Cooperativa de los Justos Pioneros de Rochdale*”, (Torres y Torres Lara, 1983, p.

69), dando comienzo al movimiento cooperativo sistematizado y estableciendo los principios cooperativos.

Según la teoría Keynesiana el ahorro es el excedente del ingreso sobre los gastos corrientes o de consumo. Keynes (1936) explica esa relación funcional entre el ingreso, el gasto de consumo y la propensión al mismo.

El cooperativismo se constituye sin beneficio de lucro por la ley, pero son organizaciones en que el socio busca un beneficio económico, siendo el núcleo de su interacción el acto cooperativo. (Torres, 2014).

Para Solomon (2008) la *percepción* es como las personas manifiestan sus sensaciones, las cuales son percibidas por sus sentidos y le dan una interpretación o un significado que conecta con ese punto de vista particular que cada uno tiene de las cosas. Este autor considera la percepción del nivel de confianza del público, como una variable importante y por ello explica su comportamiento.

La *imagen corporativa* la definen Aguilar y Bemeo como:

La representación mental que conforma cada persona y está formada por atributos que dan referencia de la compañía; estos atributos pueden variar o coincidir con la identidad de dicha compañía; al ser una representación mental se forma de manera heterogénea en cada individuo y por lo tanto la imagen de una empresa varía de persona en persona, e incluso puede variar en el tiempo en la misma persona. (2018).

Esta dimensión de imagen corporativa tiene como ventaja que ayuda a fortalecer la imagen reputacional de las instituciones y como desventaja que es volátil ante información tendenciosa o inexacta.

Para Valeri et, al., (2009, p.114) la “*Seguridad: inspirar credibilidad y confianza*”. También aportan que la organización transmite a sus

empleados la capacidad para inspirar, esa seguridad en los clientes que es percibida a través de su trato, de la transparencia e incluso la empatía que tienen con sus necesidades; resaltan que esto es fundamental en organizaciones de servicios, dentro de la cual consideran a la banca (Valeri, et al., 2009). La ventaja de esta dimensión es que genera confianza en los usuarios, y la desventaja es que es difícil de comunicar.

*Calidad de Servicio* es un concepto no tan estudiado como tal por lo menos en el ámbito financiero, para Valeri, et al., (2009) si bien no lo definen específicamente, señalan que existe una relación directa con la satisfacción que tiene el cliente, del uso del producto o servicio recibido. Este investigador concuerda con los autores, en que los clientes no perciben la calidad de forma unidimensional, si no por múltiples factores que son importantes para ellos. La dimensión calidad de servicio tiene como ventajas, satisfacción del usuario, fidelización de clientes e incremento de cartera de clientes; y su desventaja que es difícil de estandarizar.

El *Respaldo Financiero* es a criterio de este autor, un tema fundamental en las organizaciones que brindan intermediación como los bancos, cooperativas y demás. La ventaja es solidez financiera y como desventaja puede generar bajos niveles de inversión, así como tener altos costos de fondeo.

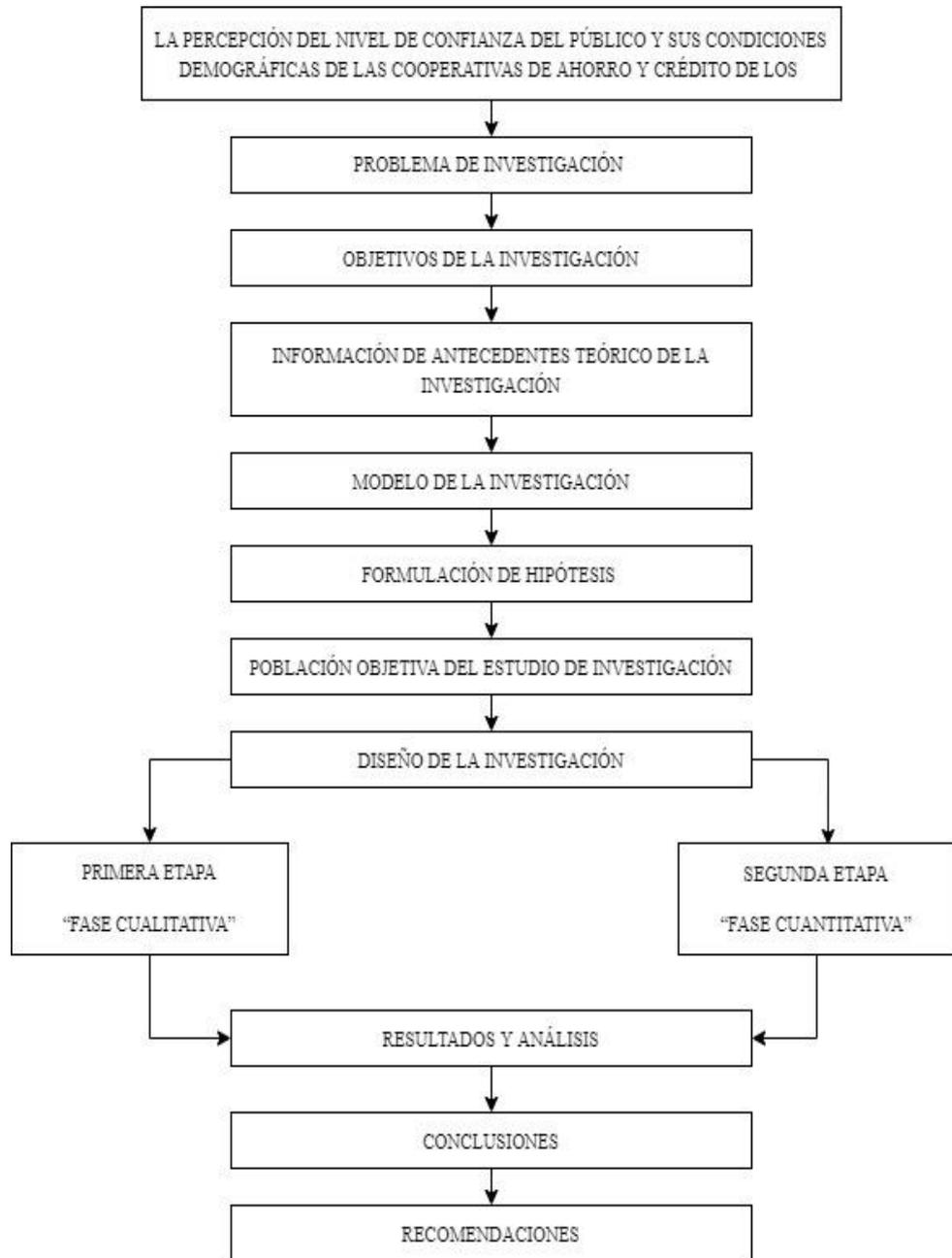
En nuestro país la *Regulación* es administrada por la S.B.S., institución que dicta las reglas para el mejor funcionamiento de las instituciones bancarias y financieras, con el objetivo que tengan un orden, dentro de un esquema de desarrollo empresarial y toma de decisiones. Las ventajas de esta dimensión es que tiene seguridad jurídica, respaldo de la autoridad y formalidad; como desventaja es que tiene altos costos y la burocracia organizacional.

*Confiabilidad* es cumplir las promesas con el cliente o socio en este estudio; para Valeri, et al., (2009) consideran que está es una de las dimensiones más importantes para que el cliente valore la calidad del servicio, pues en la medida que la empresa cumpla con los servicios o productos ofrecidos, incrementará el grado de confianza en ella.

### **2.2.2. Condiciones demográficas.**

En cuanto a las variables demográficas hay diversos autores, que aportan opiniones variadas y distintas al tema; por ejemplo, Iregui et al., (2018) plantea que la edad juega un rol importante en las decisiones de ahorro, discutido por Attanacio y Szkely (2000) quienes analizan varios países incluido Perú y no la encuentran como una variable relevante. De igual manera por género, entendido como la diferenciación entre hombre y mujer, Bebzuck et ál., (2015) encuentra que las mujeres ahorran menos que los hombres, a diferencia de Butelman y Gallego (2001) que encuentran una relación positiva para el ahorro de la mujer. Una de las variables más estudiadas para determinar el ahorro es la condición socioeconómica y nivel de ingreso, autores como Bebzuck et al., (2015) y otros como Iregui (2018) aportan importantes investigaciones, que le han servido de base al autor para la presente.

Las ventajas de la dimensión de edad permiten el conocimiento de la percepción, según grupos etarios; como desventaja es la dificultad para identificar a las personas. En la dimensión género la ventaja es que aporta diferenciación y la desventaja es la renuencia por las personalidades. Por el lado de la dimensión de ocupación social, la ventaja es que se analiza la empleabilidad y la desventaja es que se tiene un sesgo de la información. Finalmente, en nivel socioeconómico se tiene la ventaja del conocimiento según los niveles de ingreso y como desventaja recelo de informar su nivel de ingreso.



**Figura 1.** Estructura teórica y científica que sustenta el estudio  
Fuente: Elaboración propia.

### 2.3. Definición de Términos Usados

El estudio presenta los siguientes términos de definición básica de la investigación, según Tamayo (2003)

La definición conceptual es necesaria para unir el estudio a la teoría, y las definiciones operacionales son esenciales para poder llevar a cabo cualquier

investigación, ya que los datos deben ser recogidos en términos de hechos observables. Los conceptos deben ser definidos dándoles el significado general que se intenta dar a conocer en el término de las operaciones por las cuales serán representados en determinado estudio (p. 147).

### **2.3.1. Percepción.**

"La percepción de los públicos es su realidad y lo que es percibido como real para ellos, es real en sus consecuencias" (Ritter, 2013, p. 49).

### **2.3.2. Público.**

"Un colectivo concreto, es decir, como un grupo limitado y con unas características establecidas, ya sean determinadas por quien lo define, por el asunto o interés común que motiva su formación o derivadas de su relación con la entidad promotora de las relaciones públicas". (Míguez, 2007, p. 185)

### **2.3.3. Cliente.**

"La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer". (Cabrerero, et al., 2006.). Para otro autor como Thompson et al., (2009) sustenta que el cliente es aquel individuo o empresa que obtiene de forma consciente y por iniciativa propia un determinado producto o servicio, para la satisfacción de sus propias necesidades, así también puede ser adquirido para otras personas o para una institución; por lo cual ello representa la principal razón por el que se producen, construyen, elaboran y se distribuyen los servicios y productos.

### **2.3.4. Cliente Interno.**

"Son aquellas personas dentro de la Empresa, que, por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo,

recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores”. (El Manual de Ingeniería Industrial, 2008).

#### **2.3.5. Cliente externo.**

“Son aquellos que no pertenece a la Empresa u Organización y van a solicitar un servicio o a comprar un producto”. (El Manual de Ingeniería Industrial, 2008)

#### **2.3.6. Usuario.**

“Es un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público” (Real academia española , s.f.).

#### **2.3.7. Confianza.**

“La confianza se puede definir en términos de la relación que se establece entre dos personas y de la vulnerabilidad que una de ellas presenta ante las acciones de la otra” (Conejeros et al., 2010, p. 4).  
“La confianza es una apuesta hecha en el presente, hacia el futuro, y fundamentada en el pasado” (Abarca, 2004, p. 63).

#### **2.3.8. Cooperativa de Ahorro y Créditos.**

Conforme a la Ley General de Cooperativas, menciona que las cooperativas de ahorro y crédito se centran en ofrecer servicios de intermediación financiera para el lucro de los socios. (Decreto Supremo N° 074- 90- TR., 1990).

#### **2.3.9. Género.**

“Género se refiere a los roles socialmente contruidos, los comportamientos, actividades y atributos que una sociedad dada considera apropiados para los hombres y las mujeres. Masculino y femenino son categorías de género”. (Salud, s.f.)

#### **2.3.10. Edad.**

Según, (Tesoro de la Lengua Castellana o Española , 1984), la edad se refiere a aquel desarrollo evolutivo que se da en el transcurso del tiempo, iniciando así desde el nacimiento de un ser vivo.

#### **2.3.11. Ocupación social.**

Según, Pedrocano et al., (2012), la ocupación social parte del conjunto de actividades, responsabilidades y funciones que debe ejecutar la persona en su trabajo, donde estas deben encontrarse estrechamente interrelacionadas entre si y compartir de igual manera un determinado objetivo o propósito. En concordancia con lo anterior estas funciones van a depender del cargo y posición que ocupe el individuo.

#### **2.3.12. Nivel socio económico.**

Según, Vera y Vera (2013), sustentan que el nivel socio económico está conformado por variables financieras, profesionales, educativas y sociales, siendo estas el eje de partida para poder ser medidas y de este modo especificar de forma precisa el status y posición que presenta el individuo en concordancia con el entorno; sin embargo ello cambia de acorde al contexto social de cada uno de los países o hechos históricos.

## **Capítulo III**

### **Hipótesis y Variables**

A continuación, se presenta las hipótesis del estudio de investigación, la cual pretende confirmar o refutar mediante el estudio científico para verificar la validez de estas. Las hipótesis del estudio se subdividen de la siguiente manera: (a) una hipótesis general y, (b) cuatro Hipótesis específicas en función a las variables de segmentación demográfico: (a) género, (b) edad, (c) ocupación social y, (d) nivel socio económico.

Según, Hernández et al., (2014), las hipótesis dan a conocer lo que se trata de probar, dando posibles respuestas a lo que se está investigando; “la hipótesis debe formularse a manera de proposiciones, de hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación” (p. 92).

“Una hipótesis no es más que una conjetura que puede ser confirmada, o no, mediante un estudio científico. Dicho de otro modo, las hipótesis son la forma que tienen los científicos de plantear el problema, estableciendo relaciones posibles entre variables” (Molina, s.f.)

#### **3.1. Hipótesis General**

**H<sub>1</sub>:** La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a las condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

#### **3.2. Hipótesis Específicas**

##### **3.2.1. Hipótesis Específica “A”**

**H<sub>1</sub>:** La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a la edad de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

### **3.2.2. Hipótesis Específicas “B”:**

**H<sub>1</sub>:** La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a el género de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

### **3.2.3. Hipótesis Específicas “C”:**

**H<sub>1</sub>:** La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a la ocupación social de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

### **3.2.4. Hipótesis Específicas “D”:**

**H<sub>1</sub>:** La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a el nivel socioeconómico de las personas en las cooperativas de ahorro y crédito debido al nivel socio económico en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

## **3.3. Variables**

### **3.3.1. Identificación de las Variables**

A. Variable (X):

Percepción del nivel de confianza del Público.

Dimensiones: Imagen corporativa, Seguridad, Calidad de Servicio, Respaldo financiero, Regulación y Confiabilidad.

B. Variable (Y):

Género, Edad, Ocupación Social, y Nivel Socio Económico.

### **3.3.2. Clasificación de las Variables**

Las variables propuestas (Y) y (X), en la investigación están clasificadas metodológicamente cómo Variables Puras.

### **3.3.3. Operacionalización De Las Variables**

Véase la Tabla 1

**Tabla 1**

*Matriz de Operacionalización de Variables*

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Percepción del nivel de confianza del público	La percepción es el proceso por medio del cual la gente selecciona, organiza e interpreta tales sensaciones. Por lo tanto, el estudio de la percepción se enfoca en lo que nosotros <i>añadimos</i> a estas sensaciones neutrales para darles significado.	Imagen corporativa	Trayectoria	¿Considera importante la trayectoria (años) de la cooperativa de crédito y ahorro?	Escalas: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo/ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
			Reputación (ética)	¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por comportamiento ético?	
		Seguridad	Seguridad y respaldo de sus inversiones	¿Considera importante el respaldo financiero?	
			Calidad de servicio	Respuesta rápida	
		Respaldo financiero		Atención, cortesía y calidez	
			Regulación	Solidez financiera	
		Regulación		Nivel de Formalidad	
			Compromiso	Compromiso	
		Veracidad de información		Veracidad de información	
			Confiabilidad	Confiabilidad	
Escalas: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo					

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Demográfico	La segmentación demográfica se basa en variables como edad, sexo, ingresos, educación, etc. Estas características demográficas son por lo general medibles y accesibles.	Edad	18 a 28 años	¿Por qué eligió la opción?	3: Ni de acuerdo/ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo Alternativas: a. Solidez financiera b. Buena atención al cliente c. Tasa de Interés d. Pocos trámites e. Rapidez en otorgamiento del crédito Escalas: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo/ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo Alternativas: a. b. c. d. Alternativas: a. b. Alternativas: a. b. Alternativas: 0 a S/.1000 S/.1001 a s2116 2117 a S/.5040 S/.5050 a más
			29 a 39 años		
			40 a 50 años		
			50 a más años		
		Género	Hombre		
Mujer					
Ocupación Social	Independiente				
Dependiente					
Nivel socioeconómico	A y B	¿Cuáles son sus ingresos mensuales?			
C					
		D y E			

Fuente: Elaboración propia

## **Capítulo IV**

### **Metodología de Estudio**

#### **4.1. Método general**

##### **4.1.1. Método científico**

La investigación científica es un conjunto de pasos debidamente planificados, que nos permite estudiar un suceso, para Hernández, et al., (2014), “es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p. 4).

##### **4.1.2. Método deductivo**

El método deductivo nos ayuda a entender y encontrar resultados de fuentes y datos probados, para Zarzar (2015), este método “es propio de las ciencias formales (como la matemática y la lógica), consiste en ir de lo general a lo particular, mediante el uso de argumentos y/o silogismos, utilizando la lógica para llegar a conclusiones, a partir de determinadas premisas” (p. 81).

##### **4.1.3. Método analítico**

Este método analítico según Gómez (2012), consiste en descomponer, separar, dividir en partes el objeto de análisis, de tal forma que se pueda entender mejor, su relación, causas y efectos. Este autor ha aplicado este método, al tener a disposición las entrevistas a los expertos y en el análisis de los resultados de las encuestas.

##### **4.1.4. Enfoque: Cuantitativo**

En la segunda etapa de la investigación se desarrolló la metodología del método científico cuantitativo o llamado descriptivo cuantitativo, donde su objetivo principal es explicar las características de un

determinado constructo, así como estudiarlo mediante datos numéricos, también se centra en verificar de forma analítica las hipótesis específicas y examinar las relaciones presentes de los constructos, en paralelo con los datos primarios de la anterior etapa; siendo estas el conocimiento, las agrupaciones y características sobre las cooperativas, a través de un diseño transversal, dado que se desea analizar de forma objetiva ciertas variables en un determinado momento, ya sea en espacio y tiempo. (Malhotra, 2000).

#### **4.1.5. Alcance:**

##### **A. Descriptivos**

En esta parte se ha recogido información, que pretende describir algunas características importantes del segmento estudiado, para Hernández, et al., (2014), “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

##### **B. Correlacionales**

El alcance correlacional nos explica el análisis entre las diferentes variables estudiadas, con la finalidad de conocer ese grado de relación entre ellas, para Hernández, et al., (2014), “Estudio correlacional Asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p. 93).

#### **4.1.6. Tipo de Investigación: Aplicada**

Según afirman Hernández et ál., (2014), la investigación no experimental se conceptualiza como aquella que se desarrolla sin manipular deliberadamente variables, es decir que no existe la intencionalidad de alterar las variables independientes para ver su efecto en otras variables.

El tipo de investigación que desarrolla el presente estudio es de investigación no experimental, las cuales son investigaciones que se caracterizan por no manipular deliberadamente la variable independiente. “El investigador para este tipo de diseños no experimentales solo se sustrae a contemplar los fenómenos en su estado natural, para luego analizarlos”. (Kerlinger & Lee, 2002, p. 420).

#### **4.1.7. Nivel de Investigación Descriptivo**

Es importante señalar, que la etapa cualitativa permite tener ciertas ventajas, que sirven para poder comprender los factores que subyacen a las variables de estudio y así entender la casuística del problema. Se debe agregar que el presente enfoque se traza desde un orden exploratorio y no estructurado. Por esto, nos brinda la ventaja de conocer de forma profunda, detallada y exhaustiva la información recolectada; no obstante, su grado de representatividad es menor desde una mirada estadística, por ser una muestra pequeña. (Malhotra, 2000).

Para este método exploratorio de entrevistas en profundidad se realizó un total de cinco entrevistas a profundidad y se subdivide de la siguiente manera: (a) tres entrevistas a profundidad a directivos, gerentes o empleados de empresas cooperativas y, (b) dos entrevistas a profundidad a personas expertas del tema de cooperativa o relación en común.

El enfoque cuantitativo se basó en la recopilación de datos del público objetivo de investigación, que permitió probar la hipótesis, a partir de la medición numérica y análisis estadístico para probar diversos comportamientos sobre la percepción del nivel de confianza de las cooperativas, tal como menciona Hernández et al., (2014).

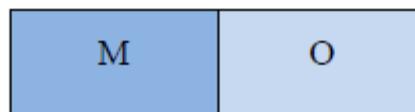
## 4.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación no experimental es de tipo transeccional o transversal, debido a que la recopilación de datos se da en un momento único por parte del investigador.

Dentro de este tipo de diseño transeccional se utilizó el diseño exploratorio, descriptivo y correlacional. El diseño exploratorio, se trata de averiguar un evento, una situación o una serie de variables, comprendiéndose como una exploración inicial en un momento dado. El diseño descriptivo, permite investigar los niveles de las variables de la población en estudio, son investigaciones únicamente descriptivo. El diseño correlacional, permiten describir la relación de dos o más variables en un momento determinado o en una función causa y efecto.

## 4.3. Población y Muestra

El esquema del estudio se representa:



Dónde:

M: Representa la muestra seleccionada a quien se aplica el estudio.

O: Representa la información que guarda relación con el estudio.

### 4.3.1. Población.

Para determinar la muestra, es necesario tener claro el universo, la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando conjunto N de entidades que participan de una determinada característica y. se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación. (Tamayo, 2003, p. 176).

Para el presente estudio de investigación descriptiva la población está conformada por todo el público general, clientes y no clientes de cooperativas, mayores e iguales a 18 años que viven en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca.

#### A. Segmentación y Estratificación Poblacional

Normalmente la población o el mercado es un grupo diverso de consumidores con gustos, necesidades y preferencias de compra diferentes y variadas, “el conjunto de todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a tener la capacidad para realizar un intercambio para satisfacer esa necesidad o deseo” (Kotler, 2019, p. 62)

La segmentación de mercados busca dividir el conjunto del mercado en pequeños grupos de consumidores, o segmentos de mercado, que sean homogéneos, es decir, que compartan gustos y necesidades comunes, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos. (Infoautonomos et al., 2017)

La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. (Espinosa, 2013)

Para el presente estudio de investigación, la mejor segmentación de la población se ajusta a un enfoque de segmentos ya que, el objetivo principal del estudio es: Identificar si existe diferencias en la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las Cooperativas de Ahorro y Créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019

El primer paso para realizar el enfoque de segmentos estratificados es dividir la población en grupos con variables homogéneas, de forma que respondan de modo similar al presente estudio. El objetivo de la segmentación es definir los grupos de clientes y no clientes que consuman algún servicio o productos de las COOPAC. “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (Tamayo y Tamayo, 1997, p. 114).

El muestreo estratificado se da cuando los elementos de la muestra son calculados en proporción a la población. La representatividad de un elemento en un estrato excluye su presencia en otro. Este tipo de muestreo divide a la población en varios grupos o estratos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo estudiado. (Franco et al., 2011)

Para la investigación se desarrollará los siguientes tipos de segmentación que van a diferenciar y clasificar a la población según la pertinencia adecuada para el presente estudio.

a. Segmentación Geográfica.

La segmentación puede estar conformado por las variables de Región del mundo o del país, tamaño del país, clima, ciudad, región, país.

La segmentación geográfica para el presente estudio de investigación se compone de la siguiente manera:

- Departamento: Junín.
- Provincia: Huancayo.
- Distritos de: Huancayo, el Tambo y Chilca

**Tabla 2****Segmentación Geográfica**

Segmentación Estratificada	Población (Habitantes)
Departamento de Junín	1.246.038
Provincia de Huancayo	503.139
Distrito de Huancayo	116.953
Distrito del Tambo	161.429
Distrito de Chilca	85.628

Fuente: Elaboración propia del investigador, tomado y modificado en infografía de (INEI, 2018).

PERÚ: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA POBLACIÓN CENSADA, POR SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2007 Y 2017  
(Porcentaje)

Departamento	Total	2007		Total	2017	
		Hombre	Mujer		Hombre	Mujer
Total	27 412 157	49,7	50,3	29 381 884	49,2	50,8
Amazonas	375 993	51,3	48,7	379 384	50,4	49,6
Áncash	1 063 459	49,8	50,2	1 083 519	49,3	50,7
Apurímac	404 190	49,7	50,3	405 759	49,5	50,5
Arequipa	1 152 303	49,2	50,8	1 382 730	49,0	51,0
Ayacucho	612 489	49,7	50,3	616 176	49,4	50,6
Cajamarca	1 387 809	49,9	50,1	1 341 012	49,0	51,0
Prov. Const. del Callao	879 679	49,1	50,9	994 494	48,8	51,2
Cusco	1 171 403	49,9	50,1	1 205 527	49,5	50,5
Huancavelica	454 797	49,5	50,5	347 639	48,6	51,4
Huánuco	762 223	50,4	49,6	721 047	49,5	50,5
Ica	711 932	49,6	50,4	850 765	49,3	50,7
<b>Junín</b>	<b>1 225 474</b>	<b>49,8</b>	<b>50,2</b>	<b>1 246 038</b>	<b>48,9</b>	<b>51,1</b>
La Libertad	1 617 050	49,4	50,6	1 778 080	48,8	51,2
Lambayeque	1 112 868	48,7	51,3	1 197 260	48,5	51,5
Lima	8 442 409	49,0	51,0	9 485 405	48,8	51,2
Loreto	891 732	51,2	48,8	883 510	50,2	49,8
Madre de Dios	109 555	54,3	45,7	141 070	52,3	47,7
Moquegua	161 533	51,3	48,7	174 863	50,4	49,6
Pasco	280 449	51,4	48,6	254 065	50,4	49,6
Piura	1 676 315	49,8	50,2	1 856 809	49,5	50,5
Puno	1 268 441	49,9	50,1	1 172 697	49,3	50,7
San Martín	728 808	52,5	47,5	813 381	51,0	49,0
Tacna	288 781	50,0	50,0	329 332	49,7	50,3
Tumbes	200 306	51,8	48,2	224 863	50,5	49,5
Ucayali	432 159	51,4	48,6	496 459	50,5	49,5
Provincia de Lima 1/	7 602 940	48,8	51,2	8 574 974	48,6	51,4
Región Lima 2/	839 469	50,8	49,2	910 431	50,2	49,8

**Figura 2.** Población del Departamento de Junín 2017 Tomado del Instituto Nacional de Estadística Informática “INEI”, Perú crecimiento y distribución de la población, 2017. (INEI, 2018).

Fuente: Elaboración Propia

**CUADRO 3.2-A**  
**REGIÓN JUNÍN: EVOLUCIÓN POBLACIONAL A NIVEL DE PROVINCIAS PERÍODOS CENSALES 1,981-1,993-2,007-2,015 (1)**

N°	Provincia	Población				Tasa de Crecimiento		
		1,981	1,993*	2,007*	2,015	1,981-1,993	1,993-2,007	2,007-2,015
1	Huancayo	282,866	389,548	466,346	503,139	2.70	1.29	0.95
2	Concepción	59,060	64,785	60,121	56,495	0.77	-0.53	-0.77
3	Chanchamayo	89,059	114,045	168,949	204,035	2.08	2.85	2.39
4	Jauja	102,439	104,828	92,053	83,796	0.19	-0.92	-1.17
5	Junín	30,169	39,627	30,187	25,482	2.30	-1.92	-2.10
6	Satipo	66,901	94,250	193,872	274,610	2.90	5.29	4.45
7	Tarma	105,422	115,686	112,230	107,976	0.78	-0.22	-0.48
8	Yauli	77,639	65,229	49,838	42,170	-1.44	-1.90	-2.07
9	Chupaca	38,683	47,843	51,878	53,080	-	-	0.29

**Figura 3.** Población de la Provincia de Huancayo

Fuente: Tomado del plan de desarrollo urbano de Huancayo “2015 - 2025”, evolución poblacional a nivel de provincias. (Ministerio de Vivienda de Construcción y Saneamiento PDU 2015-2025).

**CUADRO 3.2-B**  
**PROVINCIA DE HUANCAYO:**  
**EVOLUCIÓN POBLACIONAL A NIVEL DE DISTRITOS PERÍODOS CENSALES 1,981-1,993-2,007-2,015 (2)**

N°	Distritos	Población				Tasa de Crecimiento		
		1,981	1,993	2,007	2,015	1,981-1,993	1,993-2,007	2,007-2,015
1	Carhuacanga	529	337	840	1,337	-3.69	6.74	5.98
2	Huancón	4,554	7,677	15,024	20,835	4.45	4.91	4.17
3	Pilcomayo	5,335	8,455	13,295	16,443	3.91	3.29	2.69
4	Hualhuas	2,335	2,837	3,903	4,488	1.64	2.30	1.76
5	San Agustín de Cajas	4,884	7,709	10,267	11,607	3.88	2.07	1.55
6	Chilca	36,918	60,466	77,392	85,628	4.20	1.78	1.27
7	El Tambo	59,533	112,284	146,847	161,429	5.43	1.94	1.19
8	Viques	1,472	1,971	2,065	2,222	2.46	0.33	0.92
9	Saño	2,161	3,523	3,778	4,026	4.16	0.50	0.80
10	Sicaya	5,459	6,367	7,532	7,988	1.29	1.21	0.74
11	Huayucachi	5,411	7,639	8,076	8,558	2.92	0.40	0.73
12	San Jerónimo de T.	6,342	8,268	9,658	10,203	2.23	1.12	0.69
13	Huancayo	88,643	100,116	112,054	116,953	1.02	0.81	0.54
14	Quilcas	3,518	3,506	4,015	4,186	-0.03	0.97	0.52
15	Colca	1,151	1,993	1,994	2,053	4.68	0.00	0.37
16	Sapallanga	12,642	12,907	13,087	12,769	0.17	0.10	-0.31
17	S. D. de Acobamba	7,615	8,202	8,055	7,737	0.62	-0.13	-0.50
18	Ingenio	3,085	2,786	2,652	2,503	-0.85	-0.35	-0.72
19	Quichuay	1,475	2,161	1,929	1,757	3.23	-0.81	-1.16
20	Huacrapuquio	1,723	1,601	1,415	1,284	-0.61	-0.88	-1.21
21	Pucará	4,575	6,539	5,655	5,063	3.02	-1.03	-1.37
22	Chupuro	1,856	2,386	2,012	1,778	2.12	-1.21	-1.53
23	Cullhuas	3,736	3,155	2,583	2,247	-1.40	-1.42	-1.73
24	Huasicancha	2,067	1,223	992	859	-4.28	-1.48	-1.78
25	Panahuancha	7,925	9,148	7,057	5,941	1.20	-1.84	-2.13
26	Chongos Alto	2,681	2,274	1,686	1,389	-1.36	-2.11	-2.39
27	Chicche	2,033	1,985	1,271	968	-0.20	-3.13	-3.35
28	Chacapampa	3,208	2,033	1,212	888	-3.73	-3.63	-3.81
	<b>TOTAL</b>	<b>282,866</b>	<b>389,548</b>	<b>466,346</b>	<b>503,139</b>	<b>2.70</b>	<b>1.29</b>	<b>0.95</b>

**Figura 4.** Población de los Distritos de Huancayo

Fuente: Tomado del plan de desarrollo urbano de Huancayo “2015 - 2025”, evolución poblacional a nivel de Distritos. (Ministerio de Vivienda de Construcción y Saneamiento PDU 2015-2025).

b. Segmentación Demográfica.

La segmentación puede estar conformado por las variables de género, edad, sexo, profesión, nivel educativo, estatus socioeconómico, religión, nacionalidad, culturas, generación, etc.

La segmentación demográfica para el presente estudio de investigación se compone de la siguiente manera:

- Grupos de edades: (18 – 28), (29 – 39), (40 – 50) y (50 a más).
- NSE (A y B) y (C).

**Tabla 2**

*Segmentación Demográfica*

	Segmentación Demográfica por Edad			
	grupo de edad (18 - 28)	grupo de edad (29 - 39)	grupo de edad (40 - 50)	grupo de edad (50 a más)
Distrito de Huancayo	26.849	19.202	16.010	20.696
Distrito del Tambo	35.126	25.685	20.801	34.192
Distrito de Chilca	19.148	17.604	9.659	12458

Fuente: Elaboración propia del investigador, tomado y modificado del Ministerio de Salud – Oficina General de Tecnología de Información. “población estimada por edades simples y grupos de edad, según Provincia, Distrito, y Departamento de Junín - año 2016”. ( Ministerio de Salud - Oficina General de Tecnologías de la Información, 2016).

**POBLACION ESTIMADA POR EDADES SIMPLES Y GRUPOS DE EDAD, SEGÚN PROVINCIA Y DISTRITO  
DEPARTAMENTO DE JUNIN - AÑO 2016**

18	19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80 Y +
26,915	26,842	130,070	112,477	95,507	86,501	79,869	68,601	58,059	48,863	39,807	30,277	22,377	16,310	14,853
10,252	10,293	50,302	42,165	36,835	32,142	30,071	26,612	23,845	20,581	16,551	12,677	9,149	6,670	6,291
2,366	2,396	11,949	10,138	8,983	7,779	7,251	6,759	6,024	4,925	3,808	2,802	2,020	1,559	1,582

**Figura 5.** Población estimada por edad del distrito de Huancayo (18 a más).

Fuente: Tomado del Ministerio de salud – oficina general de tecnología de información. “población estimada por edades simples y grupos de edad, según provincia y distrito departamento de Junín - año 2016”. ( Ministerio de Salud - Oficina General de Tecnologías de la Información, 2016).

18	19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80 Y +
26,915	26,842	130,070	112,477	95,507	86,501	79,869	68,601	58,059	48,863	39,807	30,277	22,377	16,310	14,853
10,252	10,293	50,302	42,165	36,835	32,142	30,071	26,612	23,845	20,581	16,551	12,677	9,149	6,670	6,291
2,366	2,396	11,949	10,138	8,983	7,779	7,251	6,759	6,024	4,925	3,808	2,802	2,020	1,559	1,582
21	26	158	83	72	79	93	65	57	90	62	48	46	44	38
9	10	37	35	41	42	41	37	34	56	67	65	50	32	37
14	15	64	47	34	41	51	57	49	72	62	52	48	39	37
1,905	1,912	9,301	7,530	6,147	5,427	4,975	4,184	3,548	2,929	2,187	1,634	1,115	865	728
19	19	79	62	56	62	75	78	67	102	83	68	67	61	48
30	30	139	127	107	113	104	90	59	93	76	63	47	41	38
29	30	154	126	114	119	123	103	120	111	120	110	96	74	67
37	37	173	133	148	149	127	95	80	89	80	78	63	46	31
3,269	3,323	16,765	14,269	12,635	10,550	10,019	8,782	8,260	7,083	5,780	4,190	3,009	1,954	1,916

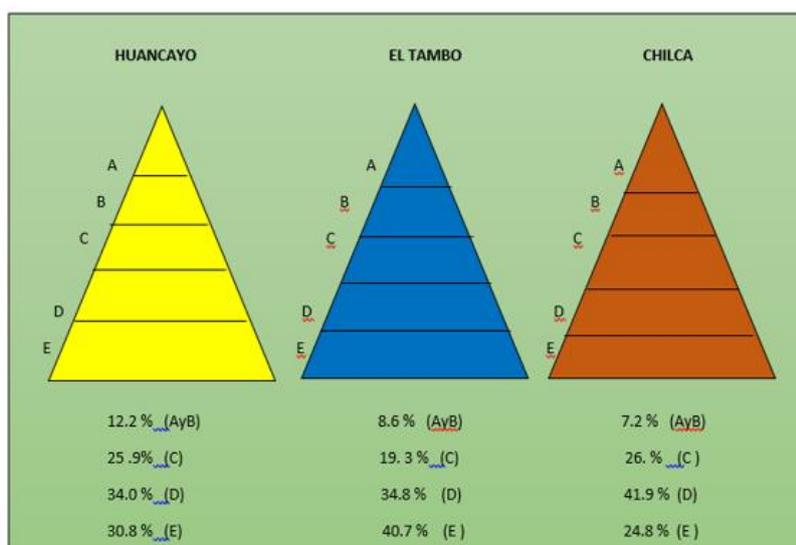
**Figura 6.** Población estimada por edad del Distrito de Chilca (18 - más).

Fuente: Tomado del Ministerio de Salud – Oficina General de Tecnología de Información. “Población estimada por edades simples y grupos de edad, según Provincia y Distrito, Departamento de Junín - año 2016”. ( Ministerio de Salud - Oficina General de Tecnologías de la Información, 2016).

18	19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80 Y +
26,915	26,842	130,070	112,477	95,507	86,501	79,869	68,601	58,059	48,863	39,807	30,277	22,377	16,310	14,853
10,252	10,293	50,302	42,165	36,835	32,142	30,071	26,612	23,845	20,581	16,551	12,677	9,149	6,670	6,291
2,366	2,396	11,949	10,138	8,983	7,779	7,251	6,759	6,024	4,925	3,808	2,802	2,020	1,559	1,582
21	26	158	83	72	79	93	65	57	90	62	48	46	44	38
9	10	37	35	41	42	41	37	34	56	67	65	50	32	37
14	15	64	47	34	41	51	57	49	72	62	52	48	39	37
1,905	1,912	9,301	7,530	6,147	5,427	4,975	4,184	3,548	2,929	2,187	1,634	1,115	865	728

**Figura 7.** Población estimada por edad del Distrito de el Tambo (18 - más).

Fuente: Tomado del Ministerio de Salud – Oficina General de Tecnología de Información. “Población estimada por edades simples y grupos de edad, según Provincia y Distrito Departamento de Junín - año 2016”. ( Ministerio de Salud - Oficina General de Tecnologías de la Información, 2016).



**Figura 8.** Nivel socio económico por Distrito de Huancayo, El Tambo y Chilca.

Fuente: Tomado y modificado del Banco central de Reserva del Perú sucursal Huancayo. (Banco Central de Reserva del Perú, s.f.).

c. Segmentación Psicográfica.

La segmentación se realiza teniendo en cuenta la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y las preferencias.

La segmentación psicográfica para el presente estudio de investigación se compone de la siguiente manera:

Público general, clientes y no clientes de las cooperativas de ahorro y crédito de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca; mayores de 18 años.

#### 4.3.2. Muestra.

En el caso de los elementos de la muestra, Hernández et ál., (2010) la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra.

Otra forma de ver la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”. (Tamayo y Tamayo, 1997, p. 38).

Para la estimación del tamaño muestral del presente estudio de investigación se debería de utilizar el resultado del tamaño poblacional, pero se considera que la información obtenida no es tan significativa para considerarlo como tal; por ello se utilizará la fórmula de la población infinita para hallar el tamaño muestral.

Formula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{\epsilon^2}$$

Datos de la Formula:

n = Tamaño de muestra ¿?

N = Universo (0).

Z (95%) = Confianza (1.96).

E= Máximo de error permisible (0.05).

P= probabilidad que un suceso ocurra (0.5).

q= probabilidad que un suceso no ocurra (0.5).

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.05 \times 0.05}{0.05^2} = 384$$

El resultado obtenido de la formula infinita es de 384 encuestas, que se aplicará a la población interesada aleatoriamente en los diferentes puntos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, aportando al desarrollo de la técnica de recolección de datos para el presente estudio descriptivo.

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

El presente estudio de investigación descriptivo utilizada las siguientes técnicas de recolección de datos, (a) Entrevista a profundidad, el instrumento empleado es el cuestionario estructurado, y, (b) La encuesta, el instrumento empleado es el cuestionario de preguntas cerradas.

La investigación por encuesta se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales, escritos o incluso digitales provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones o actitudes.

El instrumento de recolección de datos que se utilizó en el presente estudio de investigación descriptivo es del cuestionario y guion del grupo focal que está diseñado de forma estructurada con afirmaciones, por la cual se mide las variables del estudio.

Según Hernández et ál., (2010) el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.

#### **4.5. Técnicas de análisis de datos**

El procesamiento de la recolección de los datos se encuentra organizada y sistematizada, a fin de obtener resultados más eficientes, teniendo en cuenta las variables de investigación. El software que se utilizó es: SPSS.- *Statistical Package for the Social Sciences*: programa estadístico informático utilizado en las ciencias sociales y la investigación de mercado efectuado por

empresas privadas, esto permitió el análisis de los datos recolectados con las técnicas e instrumentos utilizados en el recojo de la información, con ello se elaboraron informaciones como cuadros con precisiones porcentuales.

Para Hernández et al., (2010) una distribución de frecuencias es un conjunto de puntuaciones o datos ordenadas en sus respectivas categorías y generalmente se presenta como una tabla. Se desarrolló el diagrama de Pareto para poder discriminar las causas más importantes de la presente investigación; gráficos de barras y sectores.

Según, Hernández et al., (2014) el estadístico inferencial se utiliza para probar hipótesis y estimar parámetros. El propósito de la investigación no solo describe las distribuciones de las variables, si no que pretende probar hipótesis y generalizar los resultados que se obtienen en la muestra de la población.

En el presente estudio de investigación descriptiva se desarrolló los siguientes pasos; se registró, se codificaba los datos obtenidos. Se realizó la tabulación y elaboración de gráficos y lectura e interpretación de los resultados. Y finalizando con la realización de la prueba de hipótesis y la estimación de los parámetros.

#### **4.6. Presentación de Datos**

- Tablas.
- Gráficos:
  - Diagrama de barras.
- Figuras:
  - Tablas y Gráficos estadísticos.
  - Escala de medición (Ordinal).
  - Prueba del valor Z de la distribución normal.
  - Distribución de frecuencias.
  - Medidas de tendencia central.

## Capítulo V

### Resultados y Prueba de Hipótesis.

#### 5.1. Resultados y Análisis

Las técnicas que permitieron llegar a los resultados y el análisis de datos se realizaron considerando el conteo y tabulación de las muestras tomadas, empleando la estadística descriptiva clásica de la media, moda y mediana, en sus tres dimensiones de experimentación; asimismo se utilizaron las técnicas de la estadística de dispersión para los resultados de la varianza, desviación estándar, coeficiente de variación y las medidas de asimetría (Coeficiente de Pearson). Igualmente se utilizó la estadística inferencial para las Hipótesis nula y la Hipótesis alternativa, con la regla de decisión y su respectivo intervalo de confianza del 95% ( $\alpha = 0,05$  con un error de 5%) y su interpretación en base a los datos obtenidos. Una vez procesado los datos, se procedió a analizar los resultados, atendiendo a los objetivos y variables de la investigación, de manera tal que se contrastó la hipótesis con variables y objetivos planteados, demostrando así la validez o invalidez de éstas. Al final se formularon las conclusiones y recomendaciones para mejorar la problemática investigada. En el cuadro se presentan los elementos estadísticos que se emplearon en la investigación:

**Tabla 3**

*Estadígrafos utilizados en el estudio*

°	Estadígrafos	Fórmulas estadísticas	Símbolos
01	Media Aritmética de los datos agrupados.	$\bar{X} = \frac{\sum f \cdot x}{n}$	$\bar{X}$ = Media Aritmética. $X$ = Valor Central o Punto Medio de cada clase. $f$ = Frecuencia de cada clase. $\sum f \cdot x$ = Sumatoria de los productos de la frecuencia en cada clase multiplicada por el punto medio de ésta. $n$ = Número total de frecuencias.

°	Estadígrafos	Fórmulas estadísticas	Símbolos
02	Desviación Estándar Muestral para datos agrupados.	$S = \sqrt{\frac{\sum f \cdot x^2 - \frac{(\sum f \cdot x)^2}{n}}{n-1}}$	S = Desviación estándar muestral. x = Punto medio de una clase. f = Frecuencias de clase. n = Número total de observaciones de la muestra.

Fuente: Elaboración Propia

En la presente investigación se emplearon los estadísticos de medidas de tendencia central como parte del procesamiento del instrumento, siendo:

Media aritmética: Es el puntaje en una distribución que corresponde a la suma de todos los puntajes, dividido entre el número de sujetos. Su fórmula es:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{N}$$

Mediana: Cuando el número de valores es par, que a su derecha, es decir, divide al conjunto de datos en dos partes iguales y se denota por *Me*. Si los datos no están tabulados la mediana se determina, ordenando las observaciones de menor a mayor y determinando el valor central. Si la cantidad de datos es impar, la mediana se representa justamente por ese valor. En cambio, si la cantidad es par, la mediana es el promedio de los datos centrales.

$$M_e = \frac{\frac{x_n + x_{n+1}}{2}}{2}$$

Moda: Es el valor de la variable que más veces se repite, es decir, aquella cuya frecuencia absoluta es mayor. Puede haber más de una moda en una distribución. Se denota por *Mo*.

$$M_o = L_1 + \left[ \frac{d_1}{d_1 + d_2} \right]$$

Desviación típica: (S): La varianza viene dada por las mismas unidades que la variable pero al cuadrado, para evitar este problema es posible usar como medida de dispersión la desviación típica que se define como la raíz cuadrada positiva de la varianza.

$$S_X = \sqrt{S_X^2}$$

### 5.1.1. Análisis y organización de la ficha técnica de recolección de datos frecuencias estadísticas

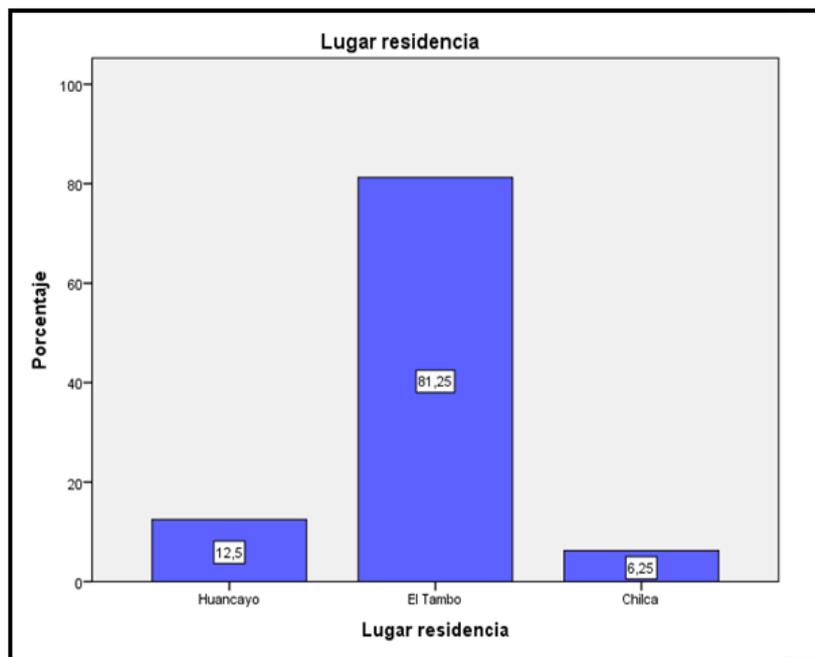
- A. Sección 1. Percepción del Público y Nivel de Confianza
  - a. Lugar Residencia.

**Tabla 4**

*Estadísticos para Lugar de Residencia*

Estadísticos	
N	Válidos 384
	Perdidos 0
Media	1.9375
Mediana	2.0000
Moda	2.00
Desv. típ.	.42904
Varianza	.184
Asimetría	-.355
Error típ. de asimetría	.125
C.V.	30.88%

Fuente: Elaboración propia



**Figura 9.** Diagrama de Barras para Lugar de Residencia.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 5***Frecuencias y Porcentaje para Lugar de Residencia*

	f°	%	% válido	% acumulado
Válidos				
Huancayo	48	12.5	12.5	12.5
El Tambo	312	81.3	81.3	93.8
Chilca	24	6.3	6.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación para el ítem 1: Lugar de residencia.

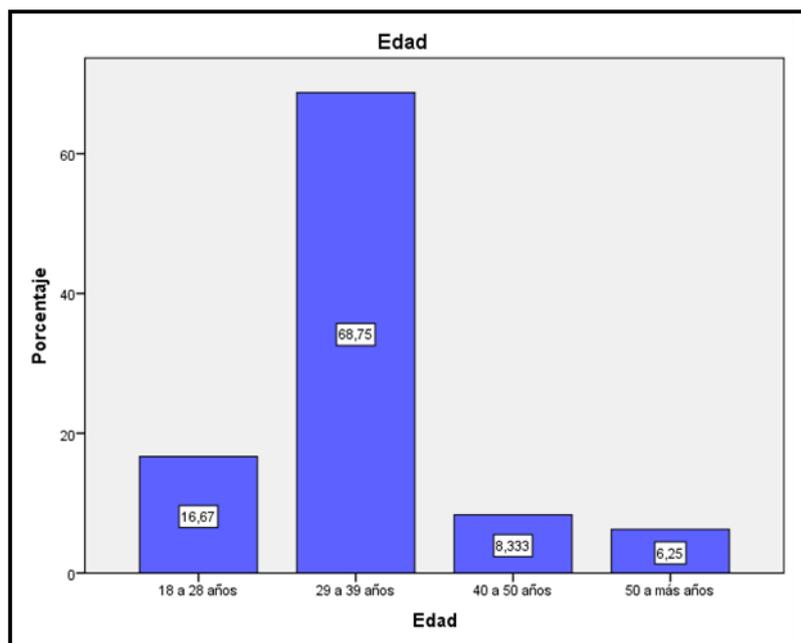
De acuerdo con la Tabla 5 se observa que la media (1.9375) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido El Tambo y Válido Huancayo (81,3% y 12,5%), en relación con el lugar de residencia. La mediana (Me= 2.00), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda (Mo= 2.00), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido El Tambo, con un 81.3%, en relación con el lugar de residencia.

b. Edad.

**Tabla 6***Estadísticos para Edad*

Estadísticos	
N	
Válidos	384
Perdidos	0
Media	2.0417
Mediana	2.0000
Moda	2.00
Desv. típ.	.70680
Varianza	.500
Asimetría	1.011
Error típ. de asimetría	.125
C.V.	29.48%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 10.** Diagrama de Barras para Edad.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 7**

*Frecuencias y Porcentaje para Edad*

	f°	%	% válido	% acumulado
18 a 28 años	64	16.7	16.7	16.7
29 a 39 años	264	68.8	68.8	85.4
Válidos 40 a 50 años	32	8.3	8.3	93.8
50 a más años	24	6.3	6.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación para el ítem 2: Edad.

De acuerdo con la Tabla 7 se observa que la media (2.0417) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido 29 a 39 años y Válido de 18 a 28 años (68.8% y 16.7%), en relación con la edad. La mediana (Me= 2.00), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda (Mo= 2.00), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se

observa en: Válido 29 a 39 años, con un 68.8%, en relación con la edad.

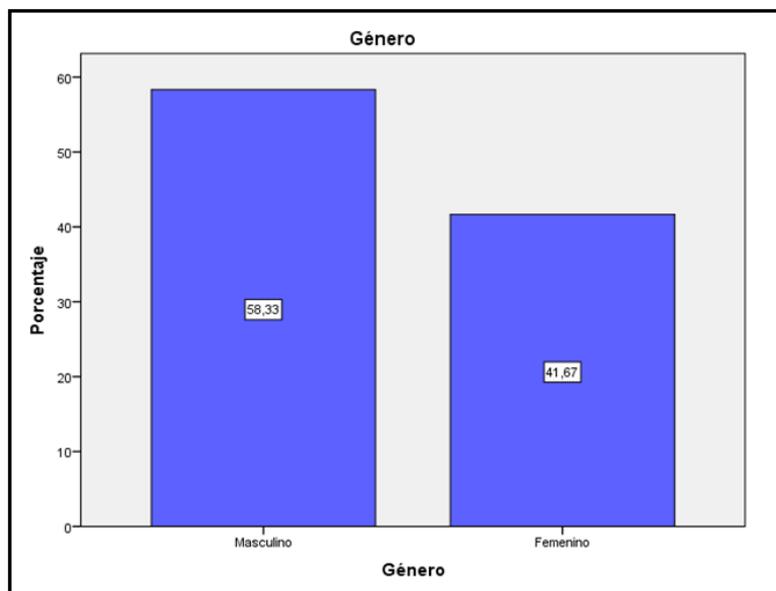
c. Género.

**Tabla 8**

*Estadísticos para Género*

Estadísticos		
N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		1.4167
Mediana		1.0000
Moda		1.00
Desv. típ.		.49365
Varianza		.244
Asimetría		.339
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		34.72%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 11.** Diagrama de Barras para Género.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 9***Frecuencias y Porcentaje para Género*

	f°	%	% válido	% acumulado
Masculino	224	58.3	58.3	58.3
Válidos Femenino	160	41.7	41.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación para el ítem 3: Género.

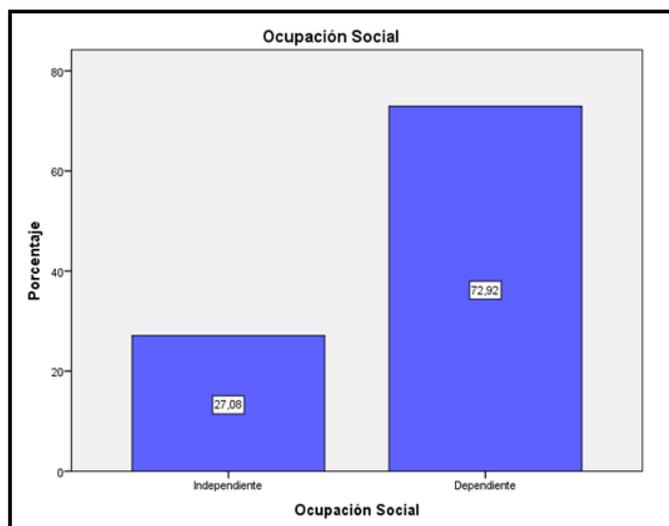
De acuerdo con la Tabla 9 se observa que la media (1.4167) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido Masculino y Válido Femenino (58.3% y 41.7%), en relación con el género. La mediana (Me= 1.00), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda (Mo= 1.00), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido masculino, con un 58.3%, en relación con el género.

## d. Ocupación Social.

**Tabla 10***Estadísticas para Ocupación Social*

Estadísticos		
N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		1.7292
Mediana		2
Moda		2
Desv. típ.		0.44497
Varianza		0.198
Asimetría		-1.035
Error típ. de asimetría		0.125
C.V.		27.95%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 12.** Diagrama de Barras para Ocupación Social.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 11**

*Frecuencias y Porcentaje para Ocupación Social*

	f°	%	% válido	% acumulado
Independiente	104	27.1	27.1	27.1
Válidos Dependiente	280	72.9	72.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Para el ítem 4: Ocupación Social.

De acuerdo con la Tabla 11 se observa que la media (1.7292) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido dependiente y Válido independiente (72.9% y 27.1%), en relación con la ocupación social. La mediana ( $Me = 2.00$ ), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda ( $Mo = 2.00$ ), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido dependiente, con un 72.9%, en relación con la ocupación social.

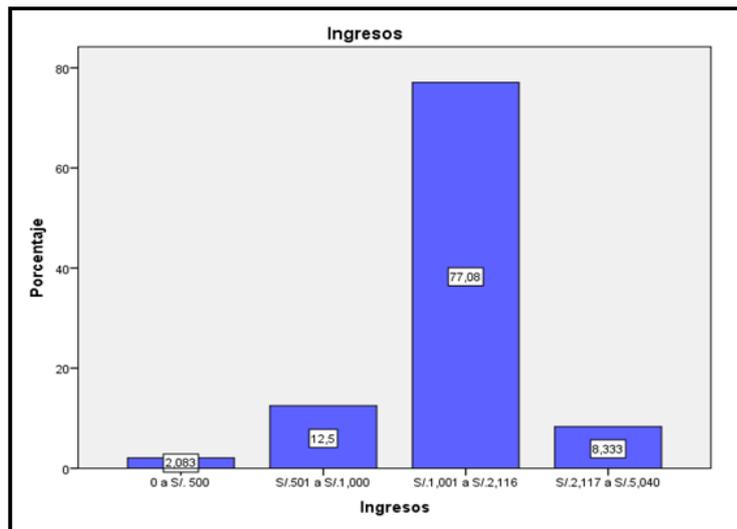
e. Ingresos.

**Tabla 12**

*Estadísticos para Ingresos*

Estadísticos	
N	Válidos 384
	Perdidos 0
Media	2.9167
Mediana	3.0000
Moda	3.00
Desv. típ.	.53429
Varianza	.285
Asimetría	-.902
Error típ. de asimetría	.125
C.V.	29.85%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 13.** Diagrama de Barras para Ingresos.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 13**

*Frecuencias y Porcentaje para Ingresos*

	f°	%	% válido	% acumulado
0 a S/. 500	8	2.1	2.1	2.1
S/.501 a S/.1.000	48	12.5	12.5	14.6
Válidos S/.1.001 a S/.2.116	296	77.1	77.1	91.7
S/.2.117 a S/.5.040	32	8.3	8.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación para el ítem 5: Ingresos.

De acuerdo con la Tabla 13 se observa que la media (2.9167) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido \$ 1.001 a \$ 2.116 y Válido \$ 501 a \$ 1.000 (77.1% y 12.5%), en relación con el ingreso. La mediana (Me= 3.00), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda (Mo= 3.00), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido \$ 1.001 a \$ 2.116, con un 77.1%, en relación con el ingreso.

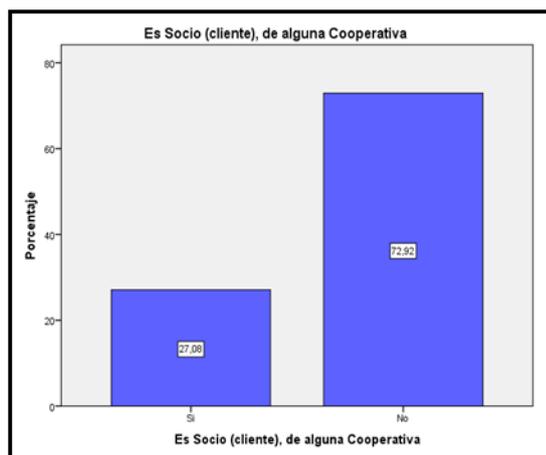
- f. Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa.

**Tabla 14**

*Estadísticos para Es Socio (cliente) de Alguna Cooperativa*

Estadísticos	
N	Válidos 384
	Perdidos 0
Media	1.7292
Mediana	2.0000
Moda	2.00
Desv. típ.	.44497
Varianza	.198
Asimetría	-1.035
Error típ. de asimetría.	.125
C.V.	31.84%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 14.** Gráfico de Barras para Es Socio (cliente) de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 15**

*Frecuencias y Porcentajes para Es Socio (cliente) de Alguna Cooperativa*

	f°	%	% válido	% acumulado
Si	104	27.1	27.1	27.1
Válidos No	280	72.9	72.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación para el ítem 6: Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa.

De acuerdo con la Tabla 15 se observa que la media (1.7292) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido NO y Válido SI (72.9% y 27.1%), en relación con que si es Socio (cliente), de alguna Cooperativa. La mediana (Me= 2.00), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda (Mo= 2.00), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido NO, con un 72.9%, en relación con que si es Socio (cliente), de alguna Cooperativa.

## 5.1.2. Análisis de Fiabilidad y Correlación de los Resultados.

Sección 01. ficha de recolección de datos.

Alfa de Cronbach

Escala: todas las variables

**Tabla 16**

*Resumen del procesamiento de los casos*

	N	%
Válidos	384	100.0
Casos Excluidos	0	.0
Total	384	100.0

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 17**

*Estadísticos de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
.645	23

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 18**

*Estadísticos de los elementos*

Item	Media	Desv. típica	N
Lugar residencia	1.9375	.42904	384
Edad	2.0417	.70680	384
Género	1.4167	.49365	384
Ocupación Social	1.7292	.44497	384
Ingresos	2.9167	.53429	384
Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	1.7292	.44497	384
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	7.0000	1.37109	384
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	8.0833	1.20631	384
¿Importancia del respaldo financiero?	7.5417	1.70954	384
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	7.7500	1.33246	384
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	8.2708	.83624	384
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	8.8333	1.12569	384
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	8.8542	1.20901	384
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	7.8333	1.04885	384
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	8.0833	1.09751	384

Item	Media	Desv. típica	N
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	1.41671	.22350	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	7.06252	.58864	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	7.47923	.04528	384
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	8.16671	.02874	384
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	8.06251	.03022	384
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	7.79171	.24256	384
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	8.06251	.08935	384
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	7.89581	.34401	384

Fuente: Elaboración Propia

#### A. Análisis de Correlación de las Variables (Correlación de Pearson)

Estas evidencian el cumplimiento de los niveles de análisis en la muestra aplicada. Y se detallan en ocho cuadros que se presentan en el anexo 6. Donde se puede observar que existe una muy adecuada correlación de las variables y esto demuestra la fiabilidad del estudio.

#### B. Pruebas No Paramétricas De Las Variables

##### Tabla 19

##### *Estadísticos descriptivos*

	N	Media	Des. típica	Mínimo	Máximo
Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	384	1.7292	.44497	1.00	2.00
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	384	7.0000	1.37109	1.00	10.00
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	384	8.0833	1.20631	1.00	10.00
¿Importancia del respaldo financiero?	384	7.5417	1.70954	2.00	10.00
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	384	7.7500	1.33246	2.00	10.00
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	384	8.2708	.83624	7.00	10.00
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	384	8.8333	1.12569	5.00	10.00
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	384	8.8542	1.20901	5.00	10.00

	N	Media	Des. típica	Mínimo	Máximo
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	3847	8.3333	1.04885	3.00	10.00
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	3848	0.8331	0.09751	2.00	10.00
La entidad financiera de su preferencia para s ahorros y crédito es Cooperativas	3841	4.1671	2.22350	1.00	5.00
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	3847	0.6252	0.58864	1,00	10,00
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	3847	4.7923	0.04528	1,00	10,00
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	3848	1.6671	0.02874	5,00	10,00
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	3848	0.6251	0.03022	5,00	10,00
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	3847	7.9171	2.24256	4,00	10,00
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	3848	0.6251	0.08935	5,00	10,00
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	3847	8.9581	0.34401	2,00	10,00

Fuente: Elaboración propia

### C. Prueba De Chi-Cuadrado.

**Tabla 20**

*Frecuencias Observadas, Esperadas y Residuales*

Item	Escala	N observado	N esperado	Residual
Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	Si	104	192.0	-88.0
	No	280	192.0	88.0
	Total	384		
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	1.00	8	64.0	-56.0
	5.00	24	64.0	-40.0
	6.00	96	64.0	32.0
	7.00	80	64.0	16.0
	8.00	168	64.0	104.0
	10.00	8	64.0	-56.0
Total		384		
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	1.00	8	76.8	-68.8
	7.00	16	76.8	-60.8
	8.00	280	76.8	203.2
	9.00	56	76.8	-20.8
	10.00	24	76.8	-52.8
Total		384		
¿Importancia del respaldo financiero?	2.00	8	48.0	-40.0
	3.00	8	48.0	-40.0

Item	Escala	N observado	N esperado	Residual
	4.00	8	48.0	-40.0
	6.00	72	48.0	24.0
	7.00	48	48.0	.0
	8.00	160	48.0	112.0
	9.00	24	48.0	-24.0
	10.00	56	48.0	8.0
	Total	384		
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	2.00	8	54.9	-46.9
	5.00	8	54.9	-46.9
	6.00	32	54.9	-22.9
	7.00	48	54.9	-6.9
	8.00	240	54.9	185.1
	9.00	8	54.9	-46.9
	10.00	40	54.9	-14.9
	Total	384		
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	7.00	40	96.0	-56.0
	8.00	256	96.0	160.0
	9.00	32	96.0	-64.0
	10.00	56	96.0	-40.0
	Total	384		
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	5.00	8	76.8	-68.8
	6.00	8	76.8	-68.8
	8.00	152	76.8	75.2
	9.00	72	76.8	-4.8
	10.00	144	76.8	67.2
	Total	384		
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	5.00	8	64.0	-56.0
	6.00	8	64.0	-56.0
	7.00	16	64.0	-48.0
	8.00	136	64.0	72.0
	9.00	48	64.0	-16.0
	10.00	168	64.0	104.0
	Total	384		
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	3.00	8	64.0	-56.0
	6.00	8	64.0	-56.0
	7.00	80	64.0	16.0
	8.00	240	64.0	176.0
	9.00	24	64.0	-40.0
	10.00	24	64.0	-40.0
	Total	384		
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	2.00	8	76.8	-68.8
	7.00	16	76.8	-60.8
	8.00	296	76.8	219.2
	9.00	32	76.8	-44.8
	10.00	32	76.8	-44.8

Item	Escala	N observado	N esperado	Residual
	Total	384		
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	1.00	344	192.0	152.0
	5.00	40	192.0	-152.0
	Total	384		
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	1.00	8	96.0	-88.0
	5.00	208	96.0	112.0
	8.00	8	96.0	-88.0
	10.00	160	96.0	64.0
	Total	384		
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	1.00	32	128.0	-96.0
	5.00	136	128.0	8.0
	10.00	216	128.0	88.0
	Total	384		
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	5.00	8	64.0	-56.0
	6.00	8	64.0	-56.0
	7.00	40	64.0	-24.0
	8.00	248	64.0	184.0
	9.00	16	64.0	-48.0
	10.00	64	64.0	.0
	Total	384		
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	5.00	16	76.8	-60.8
	7.00	48	76.8	-28.8
	8.00	248	76.8	171.2
	9.00	24	76.8	-52.8
	10.00	48	76.8	-28.8
	Total	384		
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	4.00	8	54.9	-46.9
	5.00	8	54.9	-46.9
	6.00	40	54.9	-14.9
	7.00	64	54.9	9.1
	8.00	176	54.9	121.1
	9.00	56	54.9	1.1
	10.00	32	54.9	-22.9
	Total	384		
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	5.00	8	64.0	-56.0
	6.00	24	64.0	-40.0
	7.00	48	64.0	-16.0
	8.00	208	64.0	144.0
	9.00	48	64.0	-16.0
	10.00	48	64.0	-16.0
	Total	384		
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	2.00	8	64.0	-56.0
	6.00	24	64.0	-40.0
	7.00	72	64.0	8.0

Item	Escala	N observado	N esperado	Residual
	8.00	208	64.0	144.0
	9.00	16	64.0	-48.0
	10.00	56	64.0	-8.0
Total		384		

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 21**

*Estadísticos de contraste*

Item	Chi-cuadrado	Gl	Sig. asintót.
Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa	80.667	1	.000
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	312	5	.000
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	689.333	4	.000
¿Importancia del respaldo financiero?	386.667	7	.000
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	759.333	6	.000
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	358.667	3	.000
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	256.000	4	.000
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	388.000	5	.000
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	636.000	5	.000
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	787.667	4	.000
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	240.667	1	.000
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	334.667	3	.000
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	133.000	2	.000
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	672.000	5	.000
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	487.667	4	.000
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	362.667	6	.000
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	410.000	5	.000
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	436.000	5	.000

Fuente: Elaboración propia

D. Estimación Curvilínea de las Variables.

**Tabla 22**

*Resumen del procesamiento de los casos*

Criterio	N
Total de casos	384
Casos excluidos	0
Casos pronosticados	0
Casos creados nuevos	0

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 23**

*Resumen del procesamiento de las variables*

	Dependiente				
	Lugar residencia	Edad	Género	Ocupación Social	Ingresos
Número de valores positivos	384	384	384	384	384
Número de ceros	0	0	0	0	0
Número de valores negativos	0	0	0	0	0
Número de valores perdidos	Perdidos por el usuario	0	0	0	0
	Perdidos del sistema	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24**

*Resumen del procesamiento de las variables Dependientes*

	Variables			
	Dependiente			
	¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	¿Es importante que la cooperativa reconocida por su comportamiento ético?	¿Importancia del respaldo financiero?	¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?
Número de valores positivos	384	384	384	384
Número de ceros	0	0	0	0
Número de valores negativos	0	0	0	0
Número Perdidos de definidos valores por el perdidos usuario	0	0	0	0

	Variables			
	Dependiente			
	¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	¿Es importante que la cooperativa reconozca por su comportamiento ético?	¿Importancia del respaldo financiero?	¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?
Perdidos del sistema	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 25**

*Resumen del procesamiento de las variables*

	Variables	
	Dependiente	Independiente
	¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa
Número de valores positivos	384	384
Número de ceros	0	0
Número de valores negativos	0	0
Número de valores perdidos	Perdidos por el usuario Perdidos del sistema	0 0

Fuente: Elaboración propia

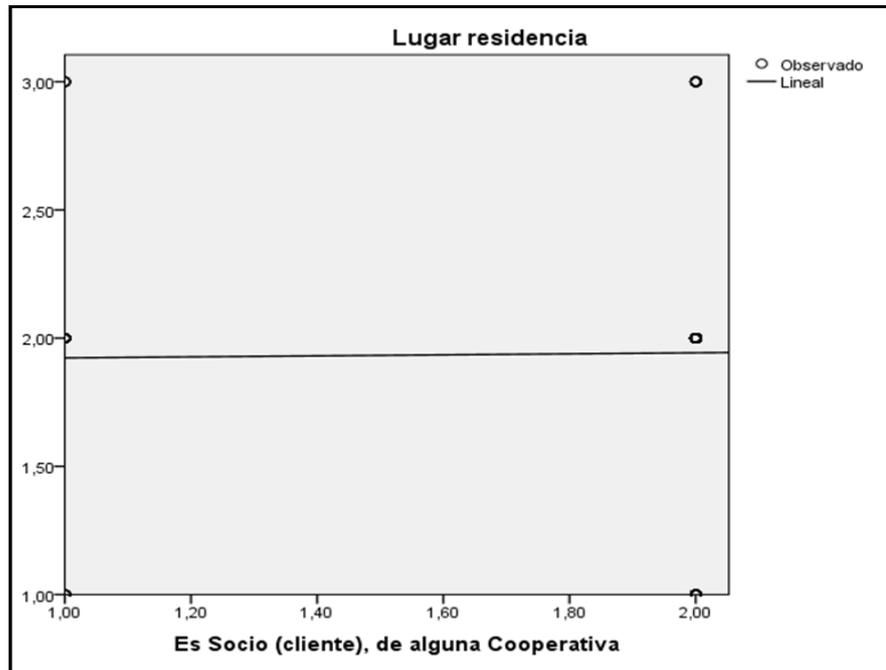
**Tabla 26**

*Resumen del modelo y estimaciones de los parámetros*

Variable dependiente: Lugar residencia						
Ecuación	Resumen del modelo			Estimaciones de los parámetros		
	R cuadrado	F	gl1 gl2 Sig.	Constante	b1	
Lineal	.000	.161	1 382.689	1.903	.020	

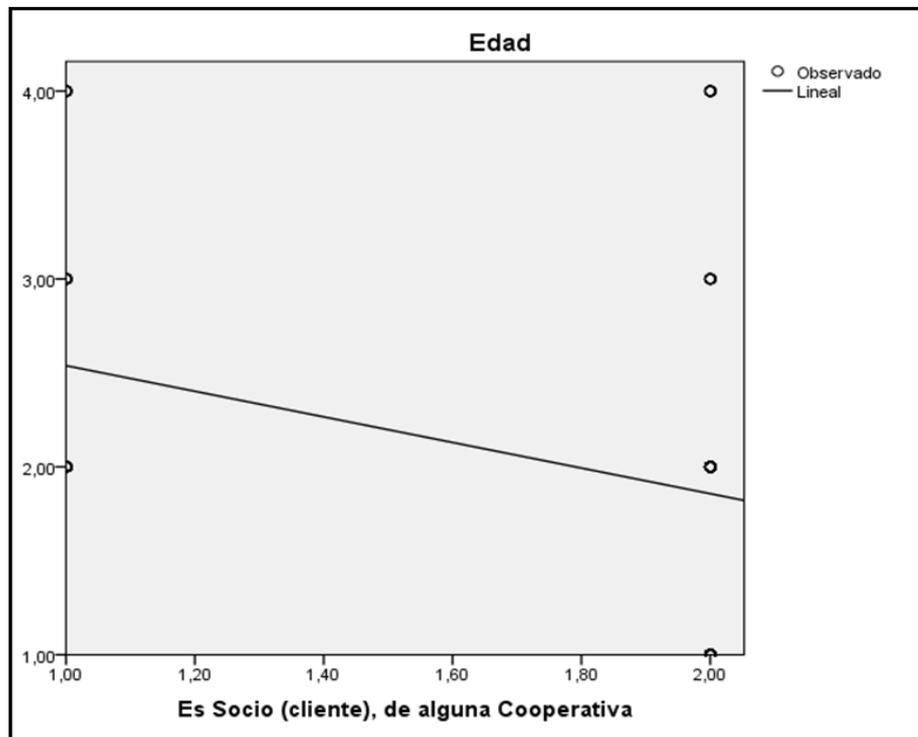
Fuente: Elaboración propia

E. Diagramas de dispersión.



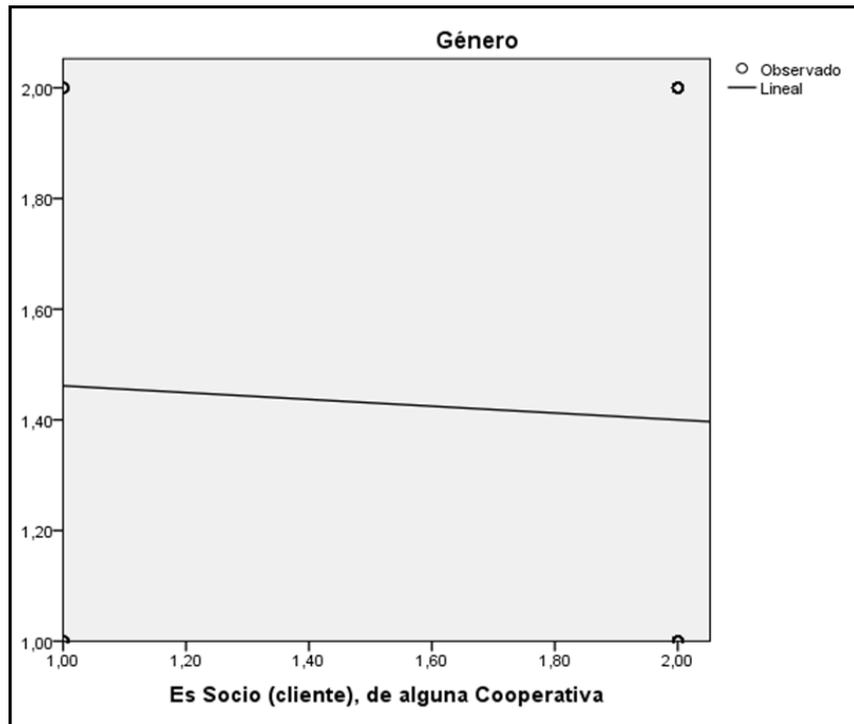
**Figura 15.** Diagrama de Dispersión Lugar de Residencia y Es socio de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración propia



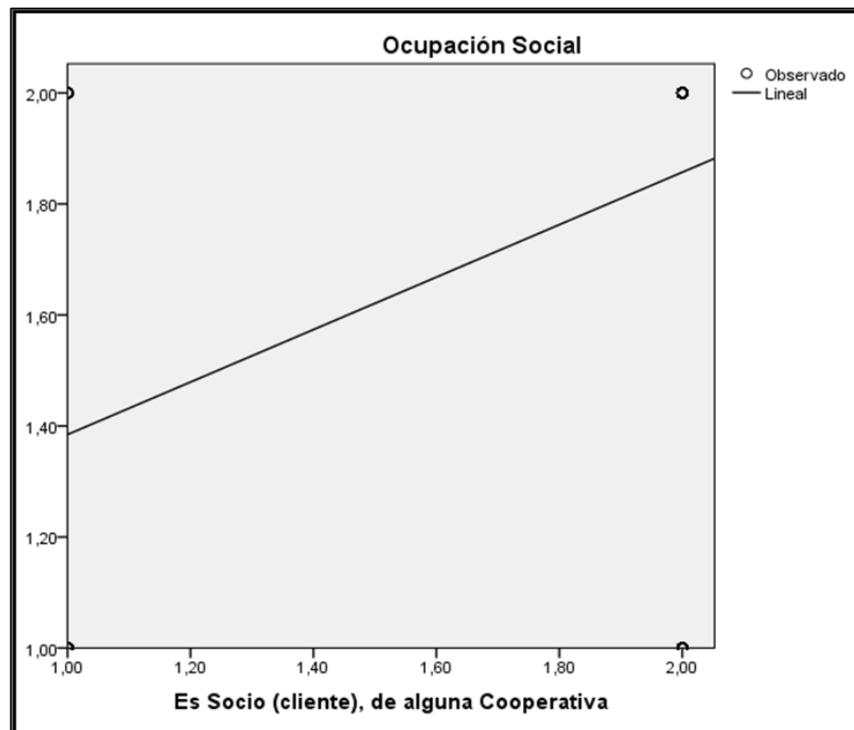
**Figura 16.** Diagrama de Dispersión: Edad y Es socio de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración Propia



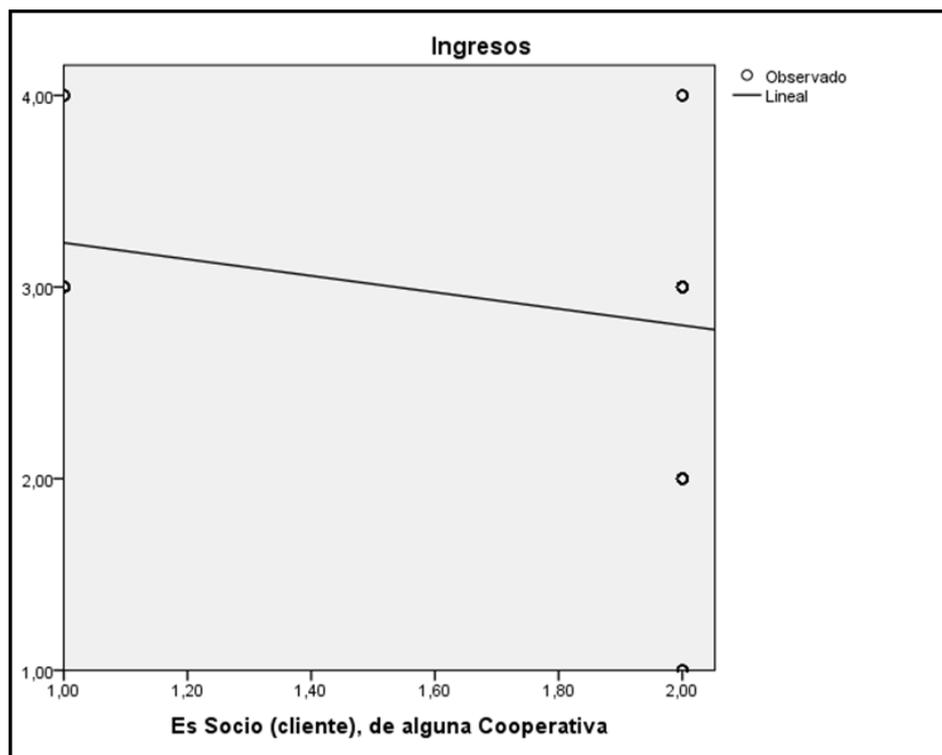
**Figura 17.** Diagrama de Dispersión: Género y Es socio de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración propia



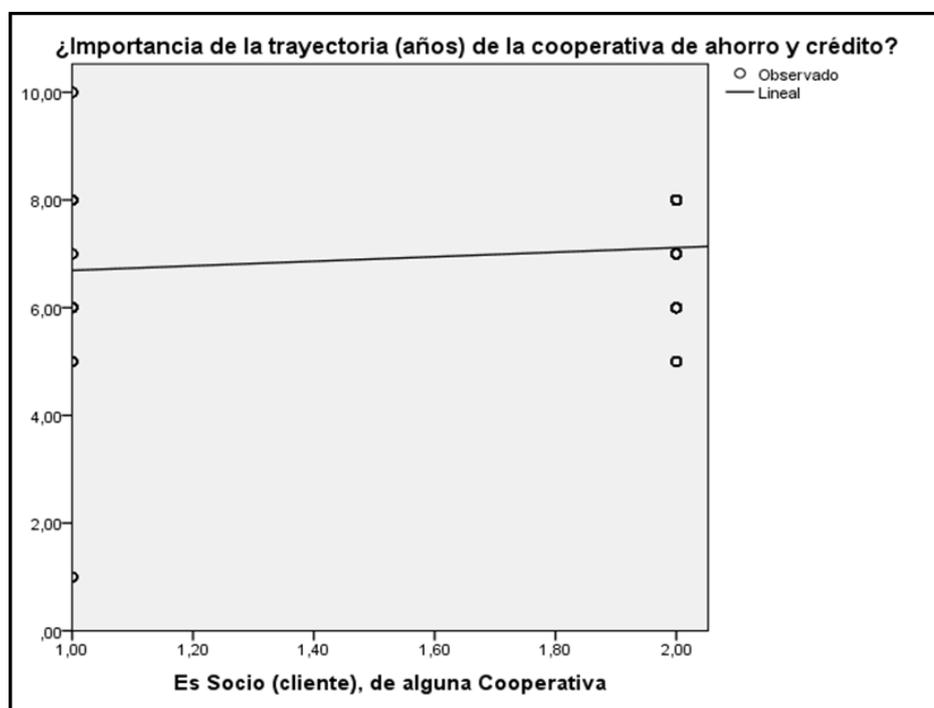
**Figura 18.** Diagrama de Dispersión: Ocupación Social y Es socio de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración propia



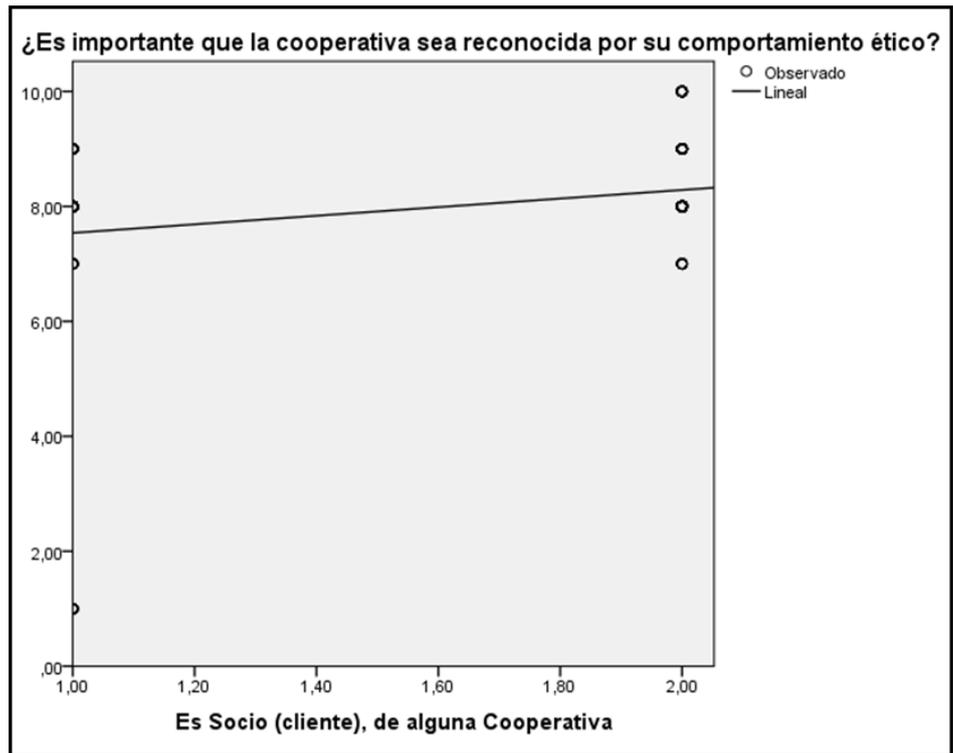
**Figura 19.** Diagrama de Dispersión: Ingresos y Es socio de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración propia

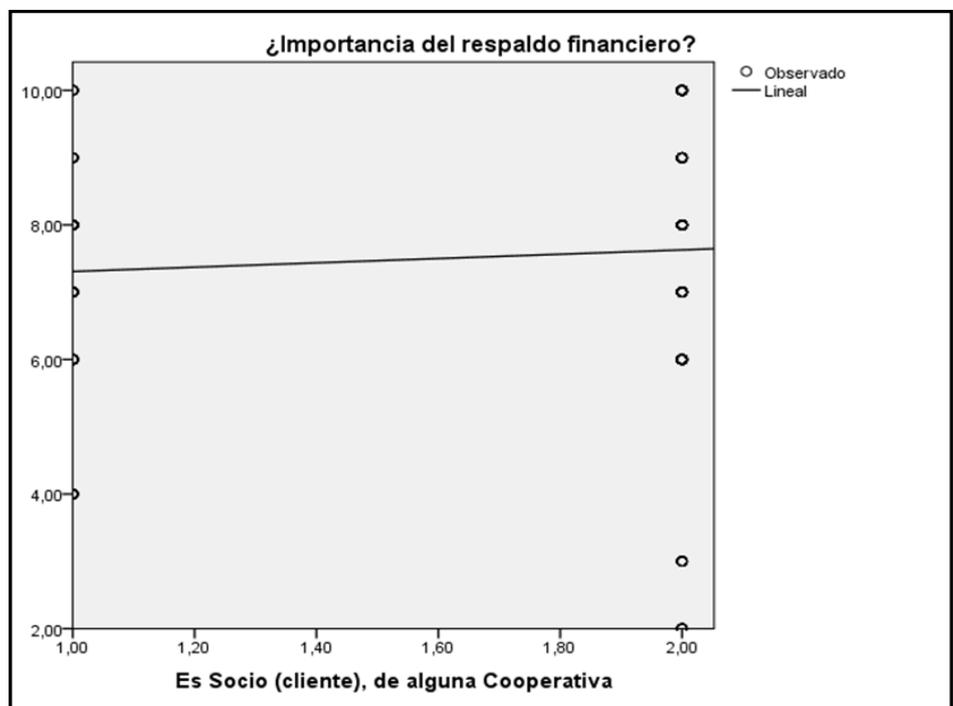


**Figura 20.** Diagrama de Dispersión: Importancia de la trayectoria de la Cooperativa y Es socio de Alguna Cooperativa

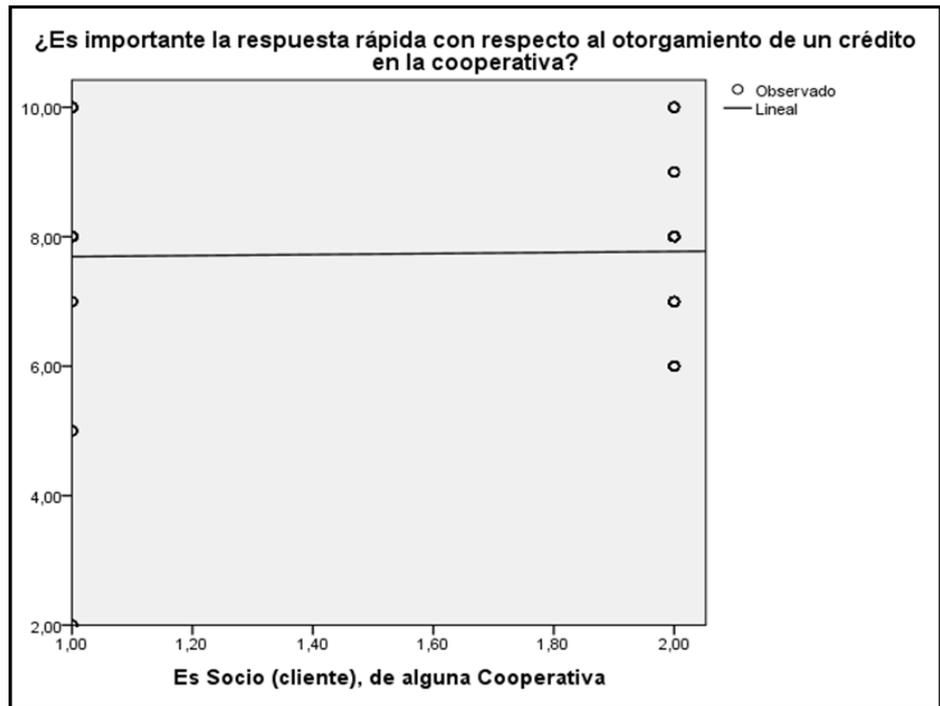
Fuente: Elaboración propia



**Figura 21.** Diagrama de Dispersión: ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético? y Es socio de Alguna Cooperativa  
Fuente: Elaboración propia

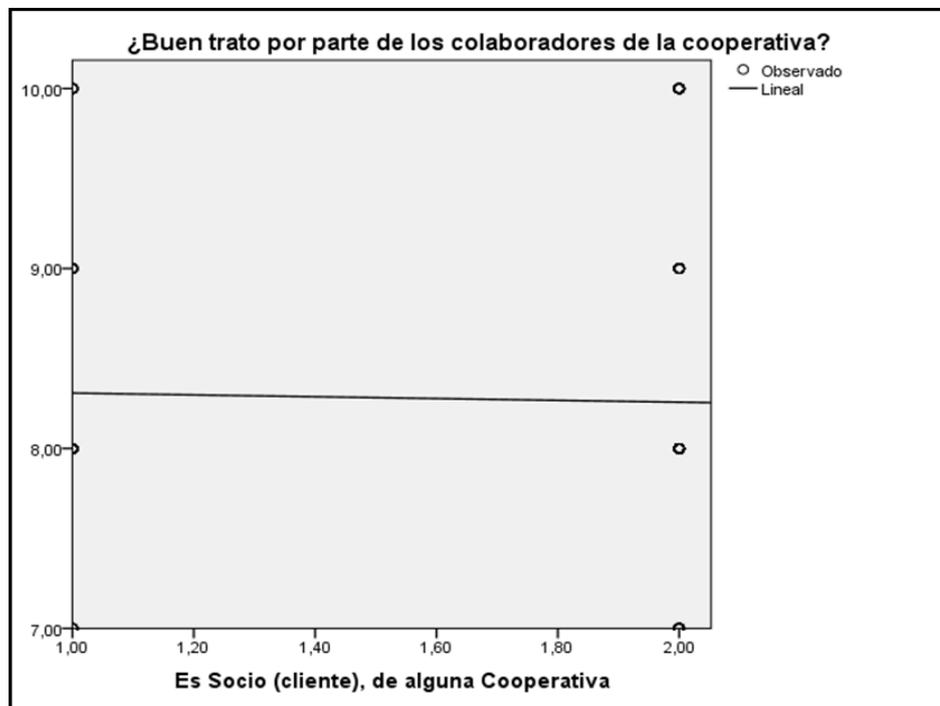


**Figura 22.** Diagrama de Dispersión: ¿Importancia del respaldo financiero? y Es socio de Alguna Cooperativa  
Fuente: Elaboración propia



**Figura 23.** Diagrama de Dispersión: ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa? y Es socio de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración propia



**Figura 24.** Diagrama de Dispersión: ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa? y Es socio de Alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.3. Consolidado de los Resultados.

**Tabla 27**

*Consolidado*

		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Lugar residencia	Si	1041.9231	.47648	.04672	1.8304	2.0157	
	No	2801.9429	.41081	.02455	1.8945	1.9912	
	Total	3841.9375	.42904	.02189	1.8945	1.9805	
Edad	Si	1042.5385	.74941	.07349	2.3927	2.6842	
	No	2801.8571	.59353	.03547	1.7873	1.9270	
	Total	3842.0417	.70680	.03607	1.9707	2.1126	
Género	Si	1041.4615	.50093	.04912	1.3641	1.5590	
	No	2801.4000	.49078	.02933	1.3423	1.4577	
	Total	3841.4167	.49365	.02519	1.3671	1.4662	
Ocupación Social	Si	1041.3846	.48886	.04794	1.2895	1.4797	
	No	2801.8571	.35055	.02095	1.8159	1.8984	
	Total	3841.7292	.44497	.02271	1.6845	1.7738	
Ingresos	Si	1043.2308	.42337	.04151	3.1484	3.3131	
	No	2802.8000	.52466	.03135	2.7383	2.8617	
	Total	3842.9167	.53429	.02727	2.8631	2.9703	
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	Si	1046.6923	2.09982	.20590	6.2839	7.1007	
	No	2807.1143	.95103	.05683	7.0024	7.2262	
	Total	3847.0000	1.37109	.06997	6.8624	7.1376	
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	Si	1047.5385	1.95544	.19175	7.1582	7.9187	
	No	2808.2857	.65894	.03938	8.2082	8.3632	
	Total	3848.0833	1.20631	.06156	7.9623	8.2044	
¿Importancia del respaldo financiero?	Si	1047.3077	1.49483	.14658	7.0170	7.5984	
	No	2807.6286	1.77737	.10622	7.4195	7.8377	
	Total	3847.5417	1.70954	.08724	7.3701	7.7132	
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	Si	1047.6923	2.09982	.20590	7.2839	8.1007	
	No	2807.7714	.89877	.05371	7.6657	7.8772	
	Total	3847.7500	1.33246	.06800	7.6163	7.8837	
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	Si	1048.3077	.82529	.08093	8.1472	8.4682	
	No	2808.2571	.84133	.05028	8.1582	8.3561	
	Total	3848.2708	.83624	.04267	8.1869	8.3547	
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	Si	1048.6154	1.33880	.13128	8.3550	8.8757	
	No	2808.9143	1.02643	.06134	8.7935	9.0350	
	Total	3848.8333	1.12569	.05745	8.7204	8.9463	
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	Si	1048.8462	1.29801	.12728	8.5937	9.0986	
	No	2808.8571	1.17666	.07032	8.7187	8.9956	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 28**

*Consolidado 2*

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	Total	3848.8542	1.20901	.06170	8.7329	8.9755
Cuando tiene un problema	Si	1047.3077	1.54591	.15159	7.0071	7.6083
¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	No	2808.0286	.69759	.04169	7.9465	8.1106
	Total	3847.8333	1.04885	.05352	7.7281	7.9386
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	Si	1048.0000	1.97066	.19324	7.6168	8.3832
	No	2808.1143	.46506	.02779	8.0596	8.1690
	Total	3848.0833	1.09751	.05601	7.9732	8.1935
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	Si	1041.9231	1.69346	.16606	1.5937	2.2524
	No	2801.2286	.93012	.05559	1.1192	1.3380
	Total	3841.4167	1.22350	.06244	1.2939	1.5394
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	Si	1046.2308	2.73500	.26819	5.6989	6.7627
	No	2807.3714	2.46653	.14740	7.0813	7.6616
	Total	3847.0625	2.58864	.13210	6.8028	7.3222
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Si	1047.8462	3.43248	.33658	7.1786	8.5137
	No	2807.3429	2.88308	.17230	7.0037	7.6820
	Total	3847.4792	3.04528	.15540	7.1736	7.7847
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	Si	1048.3077	1.27010	.12454	8.0607	8.5547
	No	2808.1143	.92038	.05500	8.0060	8.2226
	Total	3848.1667	1.02874	.05250	8.0634	8.2699
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Si	1048.0000	1.30719	.12818	7.7458	8.2542
	No	2808.0857	.90784	.05425	7.9789	8.1925
	Total	3848.0625	1.03022	.05257	7.9591	8.1659
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	Si	1048.1538	1.03125	.10112	7.9533	8.3544
	No	2807.6571	1.28833	.07699	7.5056	7.8087
	Total	3847.7917	1.24256	.06341	7.6670	7.9163
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	Si	1048.0000	1.18240	.11594	7.7701	8.2299
	No	2808.0857	1.05400	.06299	7.9617	8.2097
	Total	3848.0625	1.08935	.05559	7.9532	8.1718
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	Si	1047.7692	1.93702	.18994	7.3925	8.1459
	No	2807.9429	1.04227	.06229	7.8202	8.0655
	Total	3847.8958	1.34401	.06859	7.7610	8.0307

Fuente: Elaboración propia

#### 5.1.4. Factor Anova.

**Tabla 29**

ANOVA 1

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Lugar residencia	Inter-grupos	.030	1	.030	.161	.689
	Intra-grupos	70.470	382	.184		
	Total	70.500	383			
Edad	Inter-grupos	35.201	1	35.201	86.126	.000
	Intra-grupos	156.132	382	.409		
	Total	191.333	383			
Género	Inter-grupos	.287	1	.287	1.179	.278
	Intra-grupos	93.046	382	.244		
	Total	93.333	383			
Ocupación Social	Inter-grupos	16.932	1	16.932	109.813	.000
	Intra-grupos	58.901	382	.154		
	Total	75.833	383			
Ingresos	Inter-grupos	14.072	1	14.072	56.428	.000
	Intra-grupos	95.262	382	.249		
	Total	109.333	383			
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	Inter-grupos	13.503	1	13.503	7.301	.007
	Intra-grupos	706.497	382	1.849		
	Total	720.000	383			
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	Inter-grupos	42.344	1	42.344	31.409	.000
	Intra-grupos	514.989	382	1.348		
	Total	557.333	383			
¿Importancia del respaldo financiero?	Inter-grupos	7.808	1	7.808	2.683	.102
	Intra-grupos	1111.525	382	2.910		
	Total	1119.333	383			
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	Inter-grupos	.475	1	.475	.267	.606
	Intra-grupos	679.525	382	1.779		
	Total	680.000	383			
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	Inter-grupos	.194	1	.194	.277	.599
	Intra-grupos	267.640	382	.701		
	Total	267.833	383			
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	Inter-grupos	6.775	1	6.775	5.408	.021
	Intra-grupos	478.558	382	1.253		
	Total	485.333	383			
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	Inter-grupos	.009	1	.009	.006	.937
	Intra-grupos	559.824	382	1.466		
	Total	559.833	383			
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	Inter-grupos	39.408	1	39.408	39.416	.000
	Intra-grupos					

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 30**

**ANOVA 2**

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	Intra-grupos	381.925	382	1.000		
	Total	421.333	383			
	Inter-grupos	.990	1	.990	.822	.365
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	Intra-grupos	460.343	382	1.205		
	Total	461.333	383			
	Inter-grupos	36.577	1	36.577	26.031.000	
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	Intra-grupos	536.756	382	1.405		
	Total	573.333	383			
	Inter-grupos	98.667	1	98.667	15.273.000	
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	Intra-grupos	2467.833	382	6.460		
	Total	2566.500	383			
	Inter-grupos	19.209	1	19.209	2.077	.150
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Intra-grupos	3532.624	382	9.248		
	Total	3551.833	383			
	Inter-grupos	2.837	1	2.837	2.692	.102
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	Intra-grupos	402.497	382	1.054		
	Total	405.333	383			
	Inter-grupos	.557	1	.557	.524	.469
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Intra-grupos	405.943	382	1.063		
	Total	406.500	383			
	Inter-grupos	18.709	1	18.709	12.481.000	
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	Intra-grupos	572.624	382	1.499		
	Total	591.333	383			
	Inter-grupos	.557	1	.557	.469	.494
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	Intra-grupos	453.943	382	1.188		
	Total	454.500	383			
	Inter-grupos	2.286	1	2.286	1.266	.261
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	Intra-grupos	689.547	382	1.805		
	Total	691.833	383			

Fuente: Elaboración propia

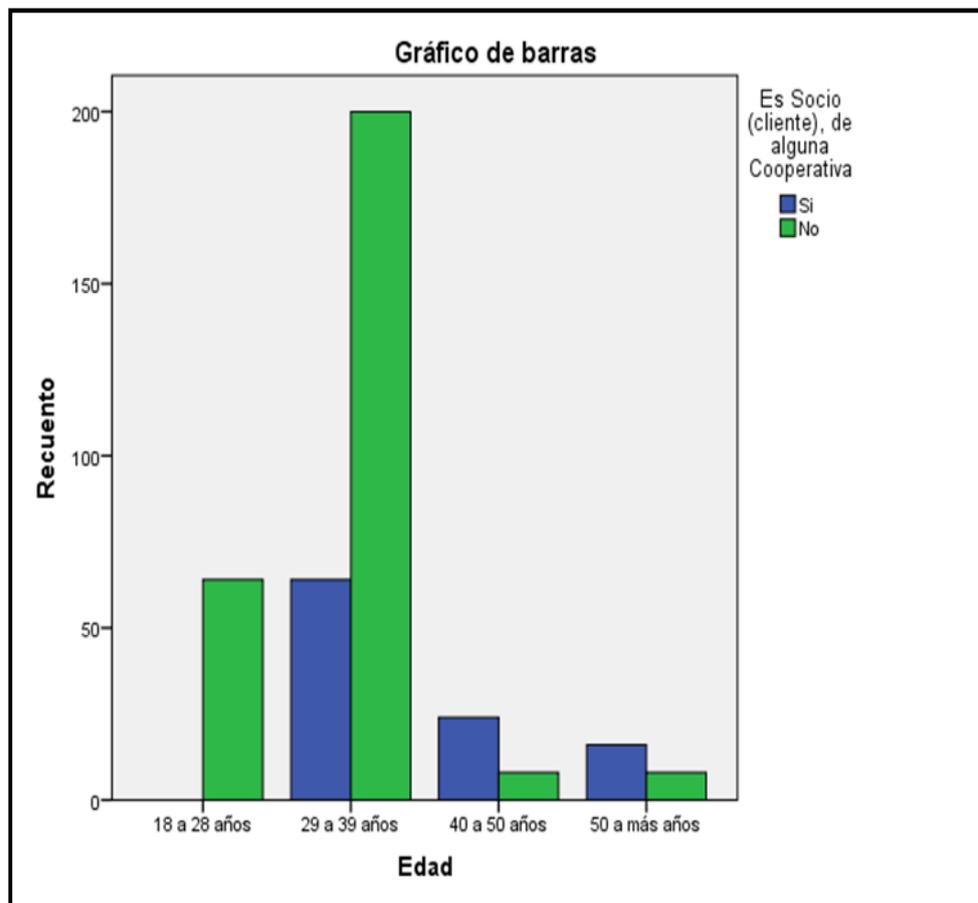
### 5.1.5. Tablas de Contingencia de los Resultados

**Tabla 31**

*Tabla de contingencia Edad \* Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa*

Edad	Recuento		
	Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa		Total
	Si	No	
18 a 28 años	0	64	64
29 a 39 años	64	200	264
40 a 50 años	24	8	32
50 a más años	16	8	24
Total	104	280	384

Fuente: Elaboración propia



**Figura 25.** Contingencia Edad \* Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa

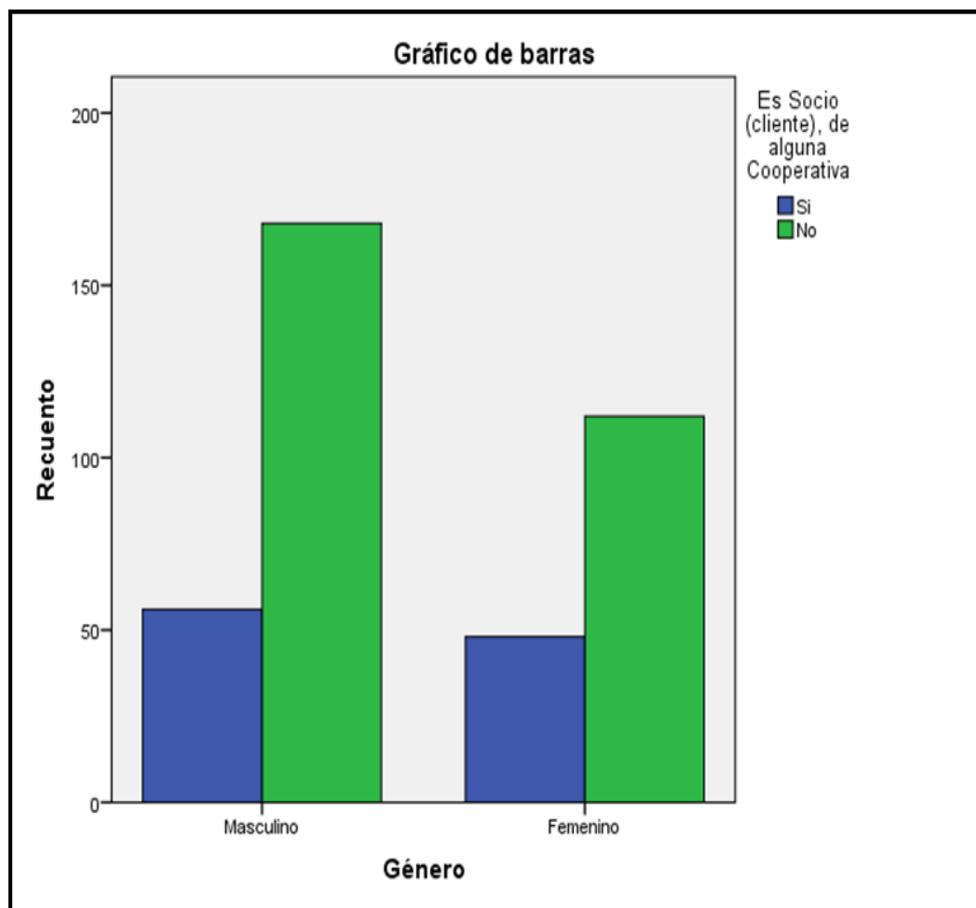
Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 32**

*Tabla de contingencia Género \* Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa*

		Recuento		Total
		Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa		
		Si	No	
Género	Masculino	56	168	224
	Femenino	48	112	160
Total		104	280	384

Fuente: Elaboración propia



**Figura 26.** Contingencia Género \* Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa

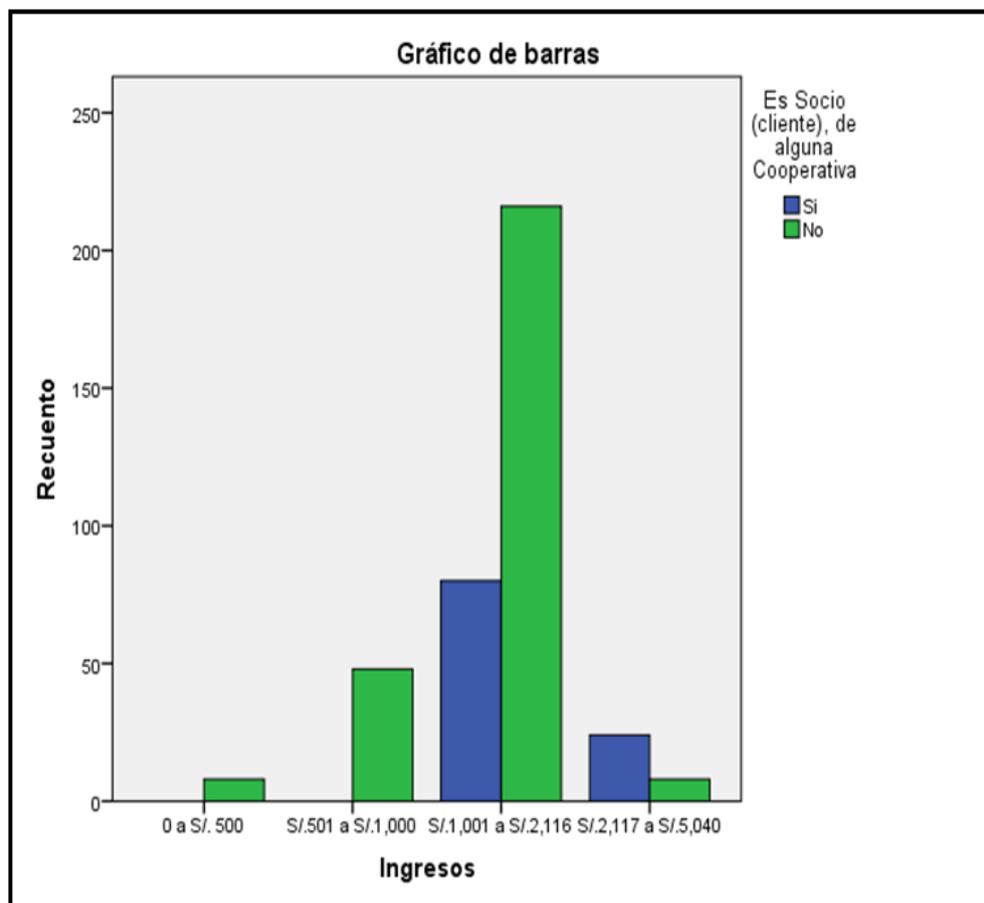
Fuente: Elaboración propia

**Tabla 33**

*Tabla de contingencia Ingresos \* Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa*

	Recuento		
	Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa		Total
	Si	No	
Ingresos			
0 a S/. 500	0	8	8
S/.501 a S/.1,000	0	48	48
S/.1,001 a S/.2,116	80	216	296
S/.2,117 a S/.5,040	24	8	32
Total	104	280	384

Fuente: Elaboración propia



**Figura 27.** Contingencia Ingresos \* Es Socio (cliente), de alguna Cooperativa

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.6. Cuadro de Resumen

**Tabla 35**

*Tabla Resumen de la Percepción sobre el nivel de confianza*

		Recuento	% del N de la tabla
	5.00	8	2.1%
	6.00	8	2.1%
Percepción del público sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito	7.00	40	10.4%
	8.00	248	64.6%
	9.00	16	4.2%
	10.00	64	16.7%

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.7. Prueba de Hipótesis: Hipótesis General.

Existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

Cálculo del Estimado Puntual o Centrado: prueba de hipótesis.

$$P(\bar{X} - E_0 \leq \mu \leq \bar{X} + E_0) = 1 - \alpha; \quad E_0 = \frac{Z_0 \cdot \delta}{\sqrt{n}}$$

$$1.954 \leq \mu \leq 2.426$$

Cálculo de  $Z_0$ :

$$Z_0 = 1.96$$

Reemplazando:

$$\mu = 1.9$$

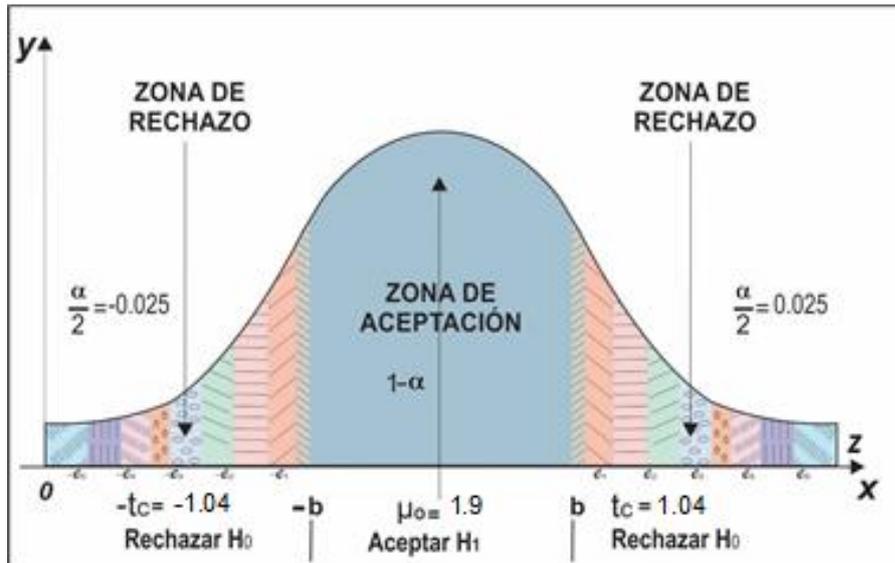
Prueba de Hipótesis concerniente a la Media Poblacional:

$$H_0: \mu = 1.9$$

$$H_1: \mu > 1.9$$

$H_0$  = No, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

$H_1$  = Sí, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.



**Figura 28.** Curva de Simétrica de Gauss

Fuente: Elaboración propia

Regla de Decisión:

Se rechaza  $H_0$  si:

$$t_1 > -t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

Cálculo de "t":

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

$$t = 2.4$$

Cálculo de  $t_c$ :

$$t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$t_c = \pm 1.04$$

Decisión:

$$t_1 \geq t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$2.4 > -1.04$$

Interpretación:

Se acepta la  $H_1$ : Sí, existen diferencias en la percepción del público en un 65%, del nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ : debido a que el valor de  $t_c = \pm 1.04$  se encuadra en

la zona de rechazo derecha e izquierda del Coeficiente de Pearson (Curva Simétrica de Gauss).

#### 5.1.8. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “A”.

Existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido al género en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

Cálculo del Estimado Puntual o Centrado: prueba de hipótesis.

$$P(\bar{X} - E_0 \leq \mu \leq \bar{X} + E_0) = 1 - \alpha; \quad E_0 = \frac{Z_0 \cdot \delta}{\sqrt{n}}$$

$$1.821 \leq \mu \leq 2.399$$

Cálculo de  $Z_0$ :

$$Z_0 = 1.96$$

Reemplazando:

$$\mu = 1.8$$

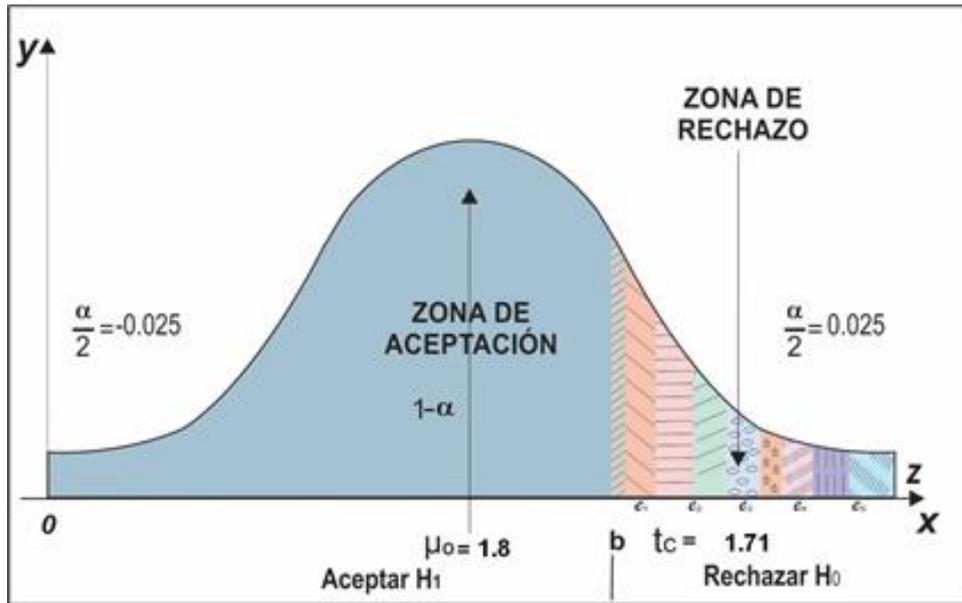
Prueba de Hipótesis concerniente a la Media Poblacional:

$$H_0: \mu = 1.8$$

$$H_1: \mu > 1.8$$

$H_0$  = No, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido al género en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

$H_1$  = Sí, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido al género en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.



**Figura 29.** Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica A.

Fuente: Elaboración propia

Regla de Decisión:

Se rechaza  $H_0$  si:

$$t_1 > -t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

Cálculo de "t":

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

$$t = 2.06$$

Cálculo de  $t_c$ :

$$t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$t_c = 1.71$$

Decisión:

$$t_1 \geq t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$2.06 > 1.71$$

Interpretación:

Se acepta la  $H_1$ : Sí, existen diferencias en la percepción del público en un 22%, del nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido al género en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de  $t_c = 1.71$ ,

se encuadra en la zona de rechazo derecha de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

#### 5.1.9. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “B”.

Existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido la edad en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

Cálculo del Estimado Puntual o Centrado: prueba de hipótesis.

$$P(\bar{X} - E_0 \leq \mu \leq \bar{X} + E_0) = 1 - \alpha; \quad E_0 = \frac{Z_0 \cdot \delta}{\sqrt{n}}$$

$$2.00 \leq \mu \leq 3.30$$

Cálculo de  $Z_0$ :

$$Z_0 = 1.96$$

Reemplazando:

$$\mu = 2.00$$

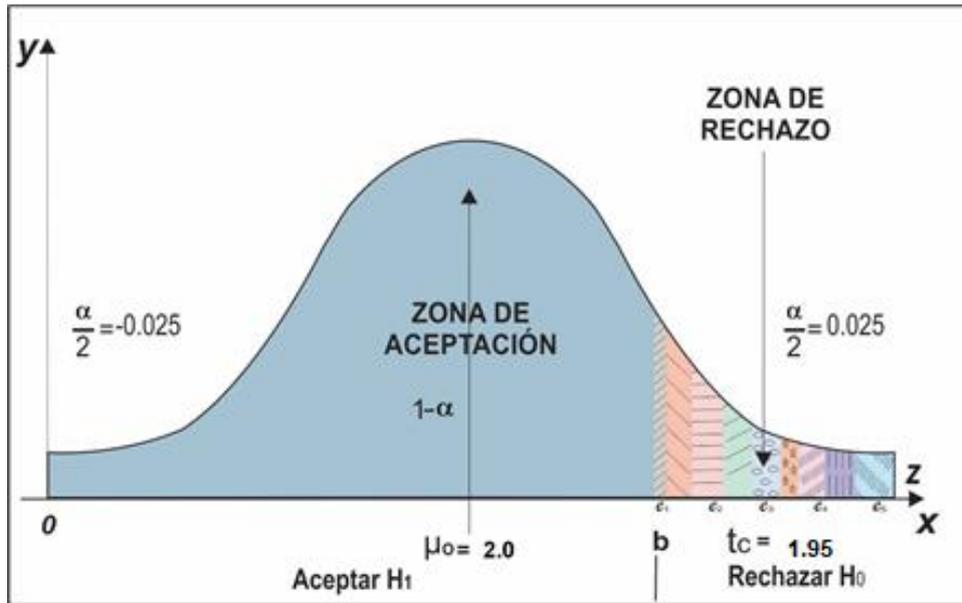
Prueba de Hipótesis concerniente a la Media Poblacional:

$$H_0: \mu = 2.00$$

$$H_1: \mu > 2.00$$

$H_0$  = No, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la edad en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

$H_1$  = Sí, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la edad en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.



**Figura 30.** Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica B.

Fuente: Elaboración propia

Regla de Decisión:

Se rechaza  $H_0$  si:

$$t_1 > -t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

Cálculo de "t":

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

$$t = 5.5$$

Cálculo de  $t_c$ :

$$t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$t_c = 1.95$$

Decisión:

$$t_1 \geq t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$5.5. > 1.95$$

Interpretación:

Se acepta la  $H_1$ : Sí, existe diferencias en la percepción del público en un 28%, del nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la edad en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de  $t_c = 1.95$ , se

encuadra en la zona de rechazo derecha de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

#### 5.1.10. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “C”.

Existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la ocupación social en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

Cálculo del Estimado Puntual o Centrado: prueba de hipótesis.

$$P(\bar{X} - E_0 \leq \mu \leq \bar{X} + E_0) = 1 - \alpha; \quad E_0 = \frac{Z_0 \cdot \delta}{\sqrt{n}}$$

$$1.1467 \leq \mu \leq 1.31$$

Cálculo de  $Z_0$ :

$$Z_0 = 1.96$$

Reemplazando:

$$\mu = 1.8$$

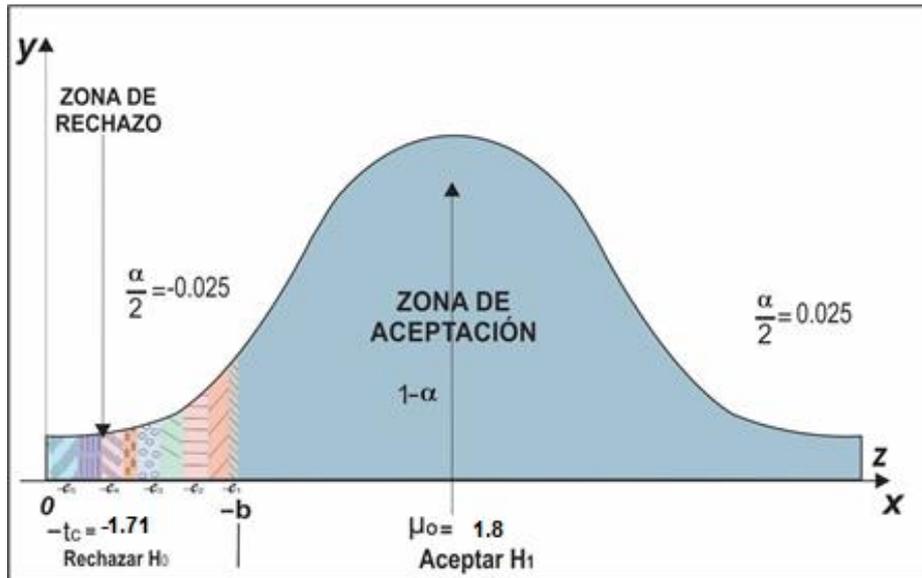
Prueba de Hipótesis concerniente a la Media Poblacional:

$$H_0: \mu = 1.8$$

$$H_1: \mu > 1.8$$

$H_0$  = No, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la ocupación social en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

$H_1$  = Sí, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la ocupación social en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.



**Figura 31.** Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica C.

Fuente: Elaboración propia

Regla de Decisión:

Se rechaza  $H_0$  si:

$$t_1 > -t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

Cálculo de "t":

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

$$t = 2.9$$

Cálculo de  $t_c$ :

$$t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$t_c = -1.71$$

Decisión:

$$t_1 > -t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$2.9 > -1.71$$

Interpretación:

Se acepta la  $H_1$ : Sí, existe diferencias en la percepción del público en un 19%, del nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la ocupación social en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de  $t_c = -1.71$ ,

se encuadra en la zona de rechazo izquierda de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

#### 5.1.11. Prueba de hipótesis – Hipótesis Alternativa “D”.

Existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido al nivel socio económico en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

Cálculo del Estimado Puntual o Centrado: prueba de hipótesis.

$$P(\bar{X} - E_0 \leq \mu \leq \bar{X} + E_0) = 1 - \alpha; \quad E_0 = \frac{Z_0 \cdot \delta}{\sqrt{n}}$$

$$1.1467 \leq \mu \leq 1.31$$

Cálculo de  $Z_0$ :

$$Z_0 = 1.96$$

Reemplazando:

$$\mu = 1.7$$

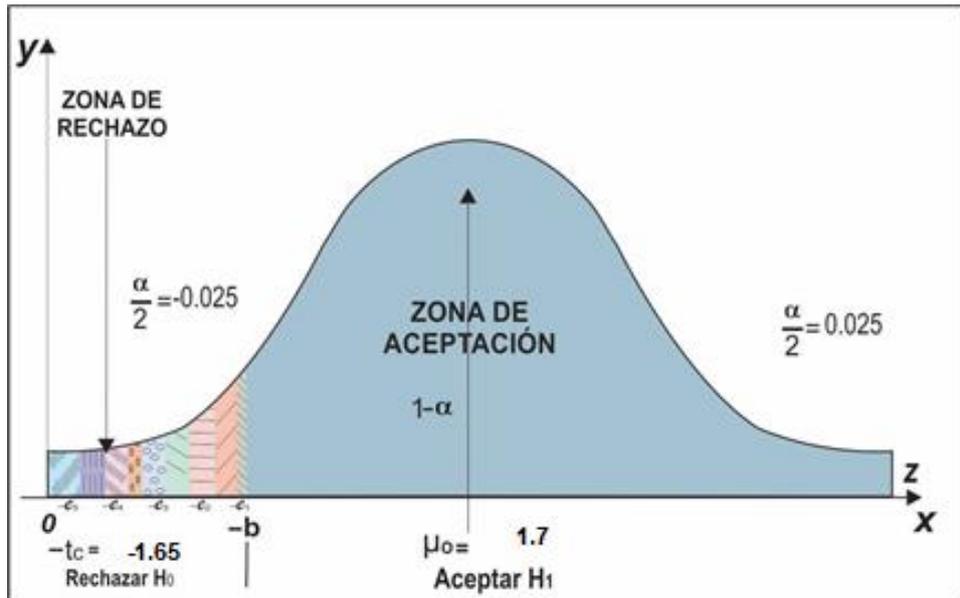
Prueba de Hipótesis concerniente a la Media Poblacional:

$$H_0: \mu = 1.7$$

$$H_1: \mu > 1.7$$

$H_0$  = No, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido al nivel socio económico en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.

$H_1$  = Sí, existen diferencias en la percepción del nivel de confianza del público de las cooperativas de ahorro y crédito debido al nivel socio económico en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019.



**Figura 32.** Curva de Simétrica de Gauss para Hipótesis Específica D.

Fuente: Elaboración propia

Regla de Decisión:

Se rechaza  $H_0$  si:

$$t_1 > -t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

Cálculo de "t":

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

$$t = 2.7$$

Cálculo de  $t_c$ :

$$t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$t_c = -1.65$$

Decisión:

$$t_1 > -t_{1-\alpha}^{(gl)}$$

$$2.7 > -1.65$$

Interpretación:

Se acepta la  $H_1$ : Sí, existe diferencias en la percepción del público en un 31%, del nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido al nivel socio económico en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de

$t_C = -1.65$ , se encuadra en la zona de rechazo izquierda de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

## 5.2. Discusión de Resultados.

### 5.2.1. Interpretación, Análisis y Discusión de los Resultados.

Los resultados de la investigación se presentan en dos secciones de acuerdo con los objetivos planteados, con sus respectivos ítems, siendo los siguientes:

A. Distribución de las frecuencias de la ficha de recolección de datos. cuestionario.

Sección i.

Para el ítem 17: ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Bancos? La Tabla E21, Figura E11 y Tabla E22. En el cuadro porcentual, se observa que en las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2 = 6.701$ ) con relación a la media ( $\bar{X} = 7.0625$ ) y su rendimiento a que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son los Bancos, es heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S = 2.58864$ ) con relación a la varianza ( $S^2 = 6.701$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X} = 7.0625$ ), en la magnitud de que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son los Bancos. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V. = 27.08%), consecuentemente se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X} = 7.0625$ ).

En la prueba de hipótesis general, se acepta la Hipótesis Alternativa  $H_1$ : Sí, existen diferencias en la percepción del público en un 65%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ : debido a que el valor de  $t_C = \pm 1.04$  se encuadra en la zona de rechazo derecha e izquierda del Coeficiente de Pearson (Curva Simétrica de

Gauss). En razón a los datos investigados, tienen preferencia de ahorrar en mayor preferencia 89.6% en las Instituciones Cooperativas, en las Cajas Municipales con un 56.3% y seguidas muy de cerca con el 54.2% en las instituciones bancarias, según los niveles de preferencia, en respuesta de opción múltiple.

Para el ítem 23: ¿Elige esta entidad financiera por: Rapidez en otorgamiento del crédito? Tabla E33, Figura E17 y Tabla E34. Las medidas de dispersión tienen un grado de dispersión, donde la varianza muestral es menor ( $S^2 = 1.806$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=7.8958$ ) y su rendimiento con respecto a que elige esta entidad financiera por su: Rapidez en el otorgamiento del crédito, es heterogéneo; la desviación estándar es menor ( $S= 1.34401$ ) con relación a la varianza ( $S^2= 1.806$ ) y menor con la media (7.8958), en la magnitud de que elige esta entidad financiera por su: Rapidez en el otorgamiento del crédito. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 28.17%), consecuentemente existe una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=7.8958$ ). Donde los datos investigados, demuestran que el 54.2% han elegido la entidad financiera por la Rapidez en el otorgamiento del crédito.

En la prueba de hipótesis específica "A", se acepta la Hipótesis Alternativa,  $H_1$ : Sí, existen diferencias en la percepción del público en un 22%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido al género en los Distritos de Huancayo, El tambo y Chilca. 2019" y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de  $t_c = 1.71$ , se encuadra en la zona de rechazo derecha de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

Para el ítem 11: ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa? Tabla E27, Figura E14 y Tabla E28. En cuanto

a las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2 = .699$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=8.2708$ ) y su rendimiento con respecto a que se da un buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa, es heterogéneo; presentan una desviación estándar que es mayor ( $S= .83624$ ) con relación a la varianza ( $S^2= .699$ ) y menor con la media ( $\bar{X}=8.2708$ ), en la magnitud de que se da un buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 28.73%), por tal motivo se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.2708$ ). Es importante precisar en este ítem, que el 66.7% opinan que se da un buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa.

En la prueba de hipótesis específica “B”, se acepta la Hipótesis Alternativa  $H_1$ : Sí, existe diferencias en la percepción del público en un 28%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la edad en los Distritos de Huancayo, El tambo y Chilca. 2019 y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de  $t_c = 1.95$ , se encuadra en la zona de rechazo derecha de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

Al respecto la investigación de Rojas y Melo, (2021) en la que sugiere que los asesores den a conocer más los servicios de la cooperativa por diferentes medios, este autor coincide totalmente e incluso recomienda que se implemente un sistema de calificación inmediata del servicio recibido por parte de los diferentes cajeros y asesores; este último aspecto es importante y se aplica en el país en la mayoría de instituciones bancarias, pero aún muy poco en las cooperativas y puede ayudar a fortalecer ese buen trato del colaborador.

Los investigadores Molina y Pitatasig, (2020) para la cooperativa UNIBLOCK plantearon como recomendaciones que se realice un Plan de Imagen Corporativa, el mismo que incluya los aspectos que permitan que la cooperativa posicione su imagen, y un programa de capacitación a los empleados en el buen trato a los socios; este es un aspecto en el que este autor concuerda, pues si las cooperativas tiene personal capacitado en el buen trato, la atención al público y la mejor forma de conectar a sus necesidades, van a tener un plus para lograr alcanzar mejor sus metas, reteniendo asociados en base al buen servicio.

Para el ítem 14: Cuando tiene un problema. ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo? Tabla E15, Figura E8 y Tabla E16. Para las medidas de dispersión, el grado de dispersión en relación a la varianza muestral es menor ( $S^2=1.100$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=7.8333$ ) y su rendimiento con respecto a que cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?, es heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S=1.04885$ ) con relación a la varianza ( $S^2=1.100$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X}=7.8333$ ), en la magnitud que cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 29.26%), consecuentemente existe una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=7.8333$ ). La muestra ha manifestado en un 62.5%, que la cooperativa muestra un sincero interés por resolver sus objeciones, cuando presenta algún problema.

En la prueba de hipótesis específica “C”, se acepta la Hipótesis Alternativa  $H_1$ : Sí, existe diferencias en la percepción del público en un 19%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la ocupación social en los Distritos de Huancayo, El tambo y Chilca. 2019.” y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de  $t_c = 1.71$ , se encuadra en la zona de rechazo

izquierda de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

Para el ítem 21: ¿Elige esta entidad financiera por: Tasa de interés? Tabla E29, Figura E15 y Tabla E30. En las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2= 1.544$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=7.7917$ ) y su rendimiento con respecto a que si elige esta entidad financiera por la tasa de interés, es Heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S= 1.24256$ ) con relación a la varianza ( $S^2= 1.544$ ) y menor con la media ( $\bar{X}=7.7917$ ), en la magnitud de que si elige esta entidad financiera por la tasa de interés. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.=29.48%), consecuentemente se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=7.7917$ ). Específicamente a que si eligen la entidad financiera por la tasa de interés, solo en un 45.8%, lo que deja un amplio espacio a que se elige por otras razones como el buen trato, rapidez en el otorgamiento de créditos, o solidez financiera.

En la prueba de hipótesis específica “D”, se acepta la Hipótesis Alternativa  $H_1$ : Sí, existe diferencias en la percepción del público en un 31%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido al nivel socio económico en los Distritos de Huancayo, El tambo y Chilca. 2019.” y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el valor de  $t_c = -1.65$ , se encuadra en la zona de rechazo izquierda de la Curva Simétrica de Gauss (Coeficiente de Pearson).

Para el ítem 10: ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa? Tabla E7, Figura E4 y Tabla 8. En las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2= 1.775$ ) con

relación a la media ( $\bar{X}=7.7500$ ) y su rendimiento con respecto a que, si es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa, es heterogéneo; la desviación estándar es mayor de dispersa ( $S= 1.33246$ ) con relación a la varianza ( $S^2=1.775$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X}=7.7500$ ), en la magnitud de que, si es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa, dado que se plantea en un 62.5% de la muestra con un alto valor a esta pregunta. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 29.69%), consecuentemente se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=7.7500$ ).

Para el ítem 07: ¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito? Tabla E1, Figura 1 y Tabla E2. En cuanto a las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2 = 1.880$ ) con relación a la importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito, es heterogéneo; presentan una desviación estándar que es mayor ( $S= 1.37109$ ) con relación a la varianza ( $S^2= 1.880$ ) y menor con la media ( $\bar{X}=7.00$ ), en la magnitud de la importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito, en la que el 43.8% de la muestra lo considera importante. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 30.99%), por tal motivo se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.8333$ ).

Para el ítem 12: ¿Cooperativas muestran solidez financiera? Tabla E25, Figura 13 y Tabla 26. En cuanto a las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2 = 1.267$ ) con relación a que si las cooperativas muestran solidez financiera, es heterogéneo; presentan una desviación estándar que es menor ( $S= 1.12569$ ) con relación a la varianza ( $S^2= 1.267$ ) y menor con la media ( $\bar{X}=8.8333$ ), en la

magnitud de que si las cooperativas muestran solidez financiera, lo que plantea el 39.6% de la población entrevistada. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 30.55%), por tal motivo se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.8333$ ).

Para este autor la solidez financiera se sustenta en una buena gestión de la empresa cooperativa, por ello es la coincidencia con el autor Sánchez, (2013) quien explica que el apego a los valores y principios cooperativos, es el factor que explica el buen desempeño de las micro cooperativas de la ciudad de México; así hemos podido ver que organizaciones cooperativas muy importantes en el país, por falta de un gobierno corporativo adecuado, han tenido problemas financieros y otros que las ha llevado finalmente hasta salir del mercado.

Para el ítem 16: ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cooperativas de ahorro y crédito? Tabla E19, Figura E10 y Tabla E20. Para las medidas de dispersión, el grado de dispersión en relación a la varianza muestral es mayor ( $S^2= 1.497$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=1.4167$ ) y su rendimiento con respecto a que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cooperativas de Ahorro y Crédito, es heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S= 1.22350$ ) con relación a la varianza ( $S^2= 1.497$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X}=1.4167$ ), en la magnitud de que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cooperativas de Ahorro y Crédito. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.=31.10%), consecuentemente existe una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=1.4167$ ). Siendo que la muestra dice que el 89.6%

de ésta, tiene preferencia por depositar sus ahorros en las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Para el ítem 19: ¿Elige esta entidad financiera por: Solidez financiera? Tabla E11, Figura E6 y Tabla E12. En las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2= 1.058$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=8.1667$ ) y su rendimiento en cuanto a que a que si elige esta entidad financiera por su Solidez Financiera, es heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S= 1.02874$ ) con relación a la varianza ( $S^2=1.058$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X}=8.1667$ ), en la magnitud de si elige esta entidad financiera por su Solidez Financiera. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 32.32%), consecuentemente se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.1667$ ). Esto dice que el 64.6% de la muestra, elige esta entidad por su Solidez Financiera.

Para el ítem 22: ¿Elige esta entidad financiera por: Pocos tramites? Tabla E31, Figura E16 y Tabla E32. En las medidas de dispersión, tienen un grado de dispersión, donde la varianza muestral es menor ( $S^2 = 1.187$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=8.0625$ ) y su rendimiento con respecto a que si elige esta entidad financiera por los pocos tramites, es heterogéneo; la desviación estándar es menor ( $S= 1.08935$ ) con relación a la varianza ( $S^2= 1.187$ ) y menor con la media ( $\bar{X}=8.0625$ ), en la magnitud de que si elige esta entidad financiera por los pocos tramites. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 32.81%), consecuentemente existe una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.0625$ ). Hay que destacar que el 54.2% elige esta entidad financiera por los pocos tramites.

Para el ítem 13: ¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas? Tabla E13, Figura E7 y Tabla E14. En las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2= 1.462$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=8.8542$ ) y su rendimiento a que si tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas, es heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S= 1.20901$ ) con relación a la varianza ( $S^2=1.462$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X}=8.8542$ ), en la magnitud de que si tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 32.92%), consecuentemente se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.8542$ ). Donde el 43.8% de la muestra si tiene conocimiento, que las cooperativas se encuentran reguladas. Lo que indica que el desconocer que las cooperativas de ahorro y crédito sean reguladas, no incide en la confianza para depositar sus ahorros en estas.

Este autor tiene total coincidencia con el autor Morales, (2017) sobre la necesidad de un modelo de supervisión directa de las Cooperativas de ahorro y crédito, por parte de la superintendencia de banca y seguros, como finalmente se ha aplicado con la ley N° 30822, y las cooperativas reguladas deberían difundir más esta información, que permita y fortalezca la confianza del público.

Para el ítem 08: ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético? Tabla E3, Figura E2 y Tabla E4. En las medidas de dispersión, tienen un grado de dispersión, donde la varianza muestral es menor ( $S^2 = 1.455$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=8.0833$ ) y su rendimiento con respecto a que si es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético, es heterogéneo; la desviación estándar es menor ( $S= 1.20631$ ) con relación a la

varianza ( $S^2= 1.455$ ) y menor con la media ( $\bar{X}=8.0833$ ), en la magnitud de que si es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 33.09%), consecuentemente existe una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.0833$ ).

Este importante argumento, no muestra, en opinión de este autor, la importancia relativa que debería de tener en el público, pues sin un manejo ético, ordenado y con un alto concepto de gobierno corporativo, no van a sobresalir; por ello este autor está de acuerdo con la investigación de Sánchez, (2013) que nos menciona el éxito de las pequeñas cooperativas de México, a partir del cumplimiento de los principios y valores del cooperativismo.

Para el ítem 18: ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cajas Municipales? Tabla E23, Figura E12 y Tabla E24. En las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es mayor ( $S^2= 9.274$ ) con relación a la media ( $\bar{X}=7.4792$ ) y su rendimiento en cuanto a que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cajas Municipales, es heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S= 3.04528$ ) con relación a la varianza ( $S^2=9.274$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X}=7.4792$ ), en la magnitud de que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cajas Municipales. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 33.76%), consecuentemente se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=7.4792$ ).

Para el ítem 15: ¿Las cooperativas brindan información clara y transparente? Tabla E17, Figura E9 y Tabla E18. En las medidas de dispersión, tienen un grado de dispersión, donde la varianza muestral es menor ( $S^2 = 1.205$ ) con relación a la media ( $\bar{X} = 8.0833$ ) y su rendimiento con respecto a que si las cooperativas brindan información clara y transparente, es heterogéneo; la desviación estándar es menor ( $S = 1.09751$ ) con relación a la varianza ( $S^2 = 1.205$ ) y menor con la media ( $\bar{X} = 8.0833$ ), en la magnitud de que si las cooperativas brindan información clara y transparente. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 33.85%), consecuentemente existe una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X} = 8.0833$ ). Por lo que el 77.1% de los encuestados, responden que las cooperativas brindan información, clara y transparente.

Para el ítem 09: ¿Importancia del respaldo financiero? Tabla E5, Figura E3 y Tabla E6. En cuanto a las medidas de dispersión, el grado de dispersión de la varianza muestral es menor ( $S^2 = 2.923$ ) con relación a la media ( $\bar{X} = 7.5417$ ) y su rendimiento con respecto a la importancia del respaldo financiero, es heterogéneo; presentan una desviación estándar que es menor ( $S = 1.70954$ ) con relación a la varianza ( $S^2 = 2.923$ ) y menor con la media ( $\bar{X} = 7.5417$ ), en la magnitud de la importancia del respaldo financiero. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 34.64%), por tal motivo se da una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X} = 7.5417$ ).

Para el ítem 20: ¿Elige esta entidad financiera por: Buena atención al cliente? Tabla E27, Figura E14 y Tabla E28. Para las medidas de dispersión, el grado de dispersión en relación con la varianza muestral es menor ( $S^2 = 1.061$ ) con relación a la media ( $\bar{X} = 8.0625$ ) y su rendimiento con respecto a que si elige esta

entidad financiera por su buena atención al cliente, es heterogéneo; la desviación estándar es menor de dispersa ( $S=1.03022$ ) con relación a la varianza ( $S^2=1.061$ ) y pequeña con la media ( $\bar{X}=8.0625$ ), en la magnitud de que si elige esta entidad financiera por su buena atención al cliente. El coeficiente de variación es menor del 50% (C.V.= 34.59%), consecuentemente existe una alta representatividad de la media aritmética ( $\bar{X}=8.0625$ ).

## Conclusiones

- Respecto al objetivo general, según las estimaciones interválicas de las medias poblacionales, del análisis estadístico se identificó que existen diferencias en la percepción del público en un 65%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ ; con lo que se demuestra el cumplimiento del objetivo general, pues esas diferencias de percepción se dan y se proceden a explicar en los objetivos específicos.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito han mejorado la percepción del público, en gran medida por la supervisión de la SBS, que ha incrementado la confianza pública en este tipo de instituciones financieras, dado que el 56.3% de los encuestados saben o han mejorado su percepción a este indicador de la regulación.

Los expertos entrevistados de diferentes cooperativas mencionan que falta una intervención del órgano regulador en las llamadas Cooperativas de Servicios Múltiples, que utilizando ese nombre evaden por ahora la intervención y han generado, que ante un público poco informado se cree confusión y temor, como se han dado en varios casos en Huancayo y en la región Junín.

- En relación con el objetivo específico “A”, según la modelación y análisis efectuado se llegó a comparar que existen diferencias en la percepción del público en un 22%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido al género en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ ; dando como resultado que el 58.3% de la muestra es del género Masculino.

Este autor ha presentado en los antecedentes, estudios que refieren que no hay un acuerdo o unanimidad entre quienes son mejores ahorradores, si los hombres o las mujeres, pues los estudios de los diferentes autores comentados anteriormente, no muestra concordancia; lo que este investigador compara es la percepción que tienen de las cooperativas por

género, destacando que el género masculino, tiene una mejor percepción, al ser los que responden más como socios de las cooperativas.

- Respecto al objetivo específico “B”, según el análisis y evaluación de las estimaciones interválicas de las medias poblacionales, se llegó a deducir que existe diferencias en la percepción del público en un 28%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la edad en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, siendo importante resaltar que el 68.8% de la muestra está entre 29 y 39 años.

Sin embargo, en los hallazgos de este autor, ese grupo etario no es el que tiene mayor conocimiento de las cooperativas de ahorro y crédito, si no el de 40 a 50 años, que a pesar de ser el 8.3% de la muestra, dentro de ellos eran los que han tenido contacto con una organización cooperativa; lo cual tiene coincidencia con Guerrero, et, ál., (2013) pues concluyeron que los jóvenes de la Región Metropolitana de Santiago de Chile, solo un 25% conocía realmente el tema de cooperativas.

- En relación con el objetivo específico “C”, según la descripción, análisis y evaluación de los resultados se estimó que existe diferencias en la percepción del público en un 19%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido a la ocupación social en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. 2019, y se rechaza la  $H_0$ ; debido a que el 72.9% de la muestra pertenece a la condición de dependiente; aspecto llamativo y que el autor estima en la investigación que hay una mayor y mejor percepción del grupo perteneciente a la condición independiente, pues son los que adquieren los servicios y beneficios de la cooperativa en su mayoría.

En las entrevistas realizadas con los expertos directivos de cooperativas, manifestaron que el socio que acude a sus instituciones, generalmente son comerciantes o conductores de pequeñas empresas, teniendo también una importancia relativa con el segmento de dependientes.

- Respecto al objetivo específico “D”, según el análisis y evaluación de las estimaciones interválicas de las medias poblacionales, se llegó a determinar que existe diferencias en la percepción del público en un 31%, sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y crédito debido al nivel socio

económico en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019, y se rechaza la  $H_0$ ;

Este autor encontró diferencias con la percepción hallada por nivel socio económico, concentrado en el segmento de ingresos de S/. 1,001.00 a S/. 2,116.00, con el 77.1%, de los cuales un 27% manifestó ser socio de alguna cooperativa de ahorro y crédito. Esto permitió determinar, que, si bien hay un 31% positivo de nivel de confianza, aún hay espacio para que las cooperativas puedan captar a ese público, siempre que se pueda realizar o complementar con investigación que permitan ver las preferencias y necesidades de este segmento.

## Recomendaciones

- Se recomienda que, en las Cooperativas de Ahorro y Crédito en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, deberán desarrollar estrategias para la aplicación de nuevos Modelos de Políticas en los Niveles de Confianza, estableciendo planes de posicionamiento de marca, presencia en los medios digitales y en la medida de sus posibilidades, los medios tradicionales.
- Es recomendable que los Consejos de Administración de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, planifiquen y estructuren un programa de capacitación y charlas de manera periódica sobre Percepción del Público, Productividad, Eficacia y Eficiencia Laboral al personal administrativo.
- Las Cooperativas de Ahorro y Crédito deben de fortalecer su nivel de posicionamiento de su propuesta de valor, en el público objetivo explotando o difundiendo el hecho de ser instituciones supervisadas por los organismos competentes, como la Superintendencia de Banca y Seguros, pues a pesar de que ha crecido el conocimiento que están reguladas, solo el 43.8% tiene un conocimiento exacto de que es directo a través del ente regulador.
- Se recomienda que debe existir un compromiso de todos los niveles jerárquicos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, para la toma de decisiones sobre mejora de la eficiencia y eficacia del personal administrativo. Esto les permitirá a las COOPAC elevar la calidad del servicio y por ende tener una mejor receptividad y percepción del público.
- Solicitar, pedir y denunciar a las instituciones que hacen un mal uso del nombre Cooperativo y que por ende dañan la imagen de todo el sector. Las entrevistas han mostrado como los funcionarios de las COOPAC, cumplen la nueva normativa que es bastante exigente de parte de la S.B.S., sin embargo, otras cooperativas u organismos con posicionamientos diferentes ante la ciudadanía, mal utilizando en varios casos el nombre del Cooperativismo y generan tasas altas tanto pasivas como activas, distorsionando la percepción

del público, tanto de la capacidad de pago, como de la solvencia financiera del sistema cooperativo en conjunto.

- La práctica del principio de la educación cooperativa, que le muestre a los asociados que es lo que significa verdaderamente ser un socio, participar de sus órganos de gobierno, generar excedentes y remanentes, así como dar un servicio de calidad para la comunidad.
- Un dato interesante es que solo el 27.1% de la muestra manifestó ser socio de alguna cooperativa, eso da un amplio margen para que las cooperativas puedan plantearse esquemas de captación y crecimiento en el mercado; por ello se recomienda que se efectúen Planes Estratégicos de desarrollo institucional, esto les ha de permitir plantear una visión realista y con amplia perspectiva del mercado, sobre todo teniendo en cuenta que el 43.8% le da mucha importancia a la trayectoria en años de la cooperativa.
- Que las cooperativas practiquen el principio de integración cooperativa, no solo para participar en la FENACREP, si no, para defender territorialmente frente a otras instituciones que mal usan el nombre de cooperativas, y dejen de verse como competidoras entre ellas.
- Las cooperativas deben prestar una significativa importancia a la calidad de sus servicios, pues el 62.5% señaló como muy importante la rapidez en el otorgamiento de crédito, y el 66.7% buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa, por lo que mecanismos de escucha de las necesidades de los socios, deben ponerse en práctica como encuestas, *focus group*, o incluso buzones de sugerencias, estudios de mercado, etc.
- Focalizar programas, servicios y productos, para el público joven, pues es el segmento en el que se puede tener un mayor nivel de penetración, siempre que se investigue adecuadamente las preferencias de este público.

## Referencias Bibliográficas

- Aguilar, S., Salguero, R., y Barriga, S. (2018). Comunicación e Imagen Corporativa. Ecuador: UTMACH
- Avila, H. (2006). Introducción a la Metodología de la Investigación. Chihuahua, México: Eumed.net.
- Attanacio, O, y Szkely, M. (2001). Portrait of the Poor: An Assets-Based Approach. BID.
- Banco Central de Reserva del Perú. (s.f.). Departamento de Estudios Económicos de la Sucursal Huancayo.
- Bebzuck, R., Gasparini, L., Amendolagine, J., y Garbero, N, (2015). Understanding the determinants of household saving: Micro Evidence for Latin América. BID. Nota Técnica IDB-TB-843.
- Butelmann, A. y Gallego, F. (2001). Estimaciones de los determinantes del ahorro voluntario de los hogares en Chile (1988 y 1997). Banco Central de Chile. Documento de trabajo N° 97.
- C Mayer, R., & H. Davis, J. (1995). An integrative Model of Organizational Trust.
- Cabrero, J. D., Santomá, C.R., Cabrero, M.B., & Colomina, F.H. (2006.). Marketing de clientes: ¿Quién se ha llevado a mi cliente? Madrid: McGraw-Hill.
- Campos Bustamante, H.Z., & Campos García, H.A. (2008). Cooperativismo: el ave fénix jurídico. ¿Podrá resurgir de las cenizas?.
- Carrasco Díaz, S. (2009). Metodología de Investigación Científica. Lima Perú: Universidad San Marcos.
- Carrasco, S. (2009). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.
- Conejeros S.M.L., Rojas H,J., & Segure M,T. (2010). Confianza: un valor necesario y ausente en la educación chilena.
- Decreto Supremo N°074- 90- TR. (1990). Ley General de Cooperativas. Lima, Perú. Definición. (s.f.). Definición y que es NIVEL SOCIOECONÓMICO: <https://definicionyque.es/nivel-socioeconomico/>.
- El Manual de Ingeniería Industrial. (3 de Julio de 2008). Definición de los clientes internos y externos.

<http://manualingenieriaindustrial.blogspot.com/2008/07/definicion-de-los-clientes-internos-y.html>.

El peruano. (19 de 07 de 2018). Ley 30822. Ley que modifica la ley 26702, ley general del sistema financiero y del sistema de seguros y orgánica de la superintendencia de banca y seguros, y otras normas concordantes, respecto de la regulación y supervisión de las cooperativas de ahorro y crédito, pág. 4.

Euricse.eu. (11 de noviembre de 2015). The World Cooperative monitor. <https://www.euricse.eu/key-findings-from-the-world-co-operative-monitor-2015/>.

FENACREP, F.N. (2018). tasas de interés. <https://www.fenacrep.org/2-27-tasas-interes>.

FENACREP., F.N. (2018). Reporte cooperativo. <https://www.fenacrep.org/assets/media/imagenes/boletin-cooperativo/1-trimestre---2018---con-sangrado.pdf>.

Franco. (27 de 6 de 2011). Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>.

Fred Kerlinger, N., & Howard Lee, B. (2002). Investigación del comportamiento Método de investigación en ciencias sociales. 4 edición. México D, F: McGraw-Hill/interamericana editores.

Gómez, S. (2012) Metodología de la Investigación. México D, F: RED TERCER MILENIO

Guerrero Wolf, P., Osorio Catalán, G., & Rojas Fontecilla, J. (2013). "Cooperativas": Percepción del Concepto y Casos de Marketing Cooperativo en Chile. Santiago de Chile: UNIVERSIDAD DE CHILE; Facultad de Economía y Negocios.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la Investigación. sexta edición. México D.F.: Mc Graw-Hill / Interamericana Editores, S.A.

INEI. (junio de 2018). Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017. Lima: INEI.

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf)

- INEI, I.N., & Ministerio de la producción. (4 de 4 de 2016). Censo Nacional de Cooperativas 2016.  
<https://www.produce.gob.pe/index.php/cooperativas/estadisticas-sobre-las-cooperativas/38-cooperativas>.
- Infoautonomos. (6 de 10 de 2017). Segmentación de mercado.  
<https://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/segmentacion-de-mercados>.
- Iregui, A., Melo Becerra, L., Ramírez, M., y Tribín, A. (2018) Factores determinantes del ahorro formal e informal en Colombia. Documento decisiones financieras de los hogares e inclusión financiera: evidencia para América Latina y el Caribe, pp. 101-131. Programa de investigación conjunta XXI Reunión de la Red de Investigación de Bancos Centrales. CEMLA – CAF.
- Keynes, J. M. (1936). Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero. México: Fondo de cultura económica.
- Kotler, P., & Keller, L. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2019). Marketing 4.0 transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital (2ª ED.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. 8ª edición. México: Pearson Educación.
- Lane Keller, K. (2008). ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA BRANDING TERCERA EDICIÓN. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Malhotra, N. (2000). Investigación de Mercado. 2da Edición. México: Prentice Hall.
- Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa México.
- Ministerio de la Producción – Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Regional 2015. Caracterización e Importancia de las Cooperativas en el Perú.
- Ministerio de Salud - Oficina General de Tecnologías de la Información. (2016). Población estimada por edades simples y grupos de edad, según provincia y distrito departamento de Junín año 2016.
- Míguez González, M. I. (2 de mayo de 2007). Academia.  
[https://www.academia.edu/1478934/An%C3%A1lisis\\_del\\_uso\\_de\\_los\\_conce](https://www.academia.edu/1478934/An%C3%A1lisis_del_uso_de_los_conce)

[ptos de p% C3% BAblico stakeholder y constituent en el marco te% C3% B3rico de las relaciones p% C3% BAblicas](#)

- Ministerio de vivienda de construcción y saneamiento PDU 2015-2025. (s.f.). Plan de desarrollo urbano de Huancayo 2015 - 2025. Ministerio de vivienda de construcción y saneamiento.
- Mogrovejo, R., Mora, A., & Vanhuynegem, P. (2012). El cooperativismo en América Latina: Una diversidad de contribuciones al desarrollo sostenible. Primera edición 2012. En O.R. CARIBE. Bolivia: Organización Internacional del Trabajo 2012.
- Molina, X. (s.f.). Tipos de Hipótesis en investigación científica (y ejemplos). PSICOLOGIA Y MENTE: <https://psicologiaymente.com/psicologia/tipos-de-hipotesis>.
- Molina Mahigua, N. M. & Pilatasig Timpaluisa, T. B. (2020) Percepción de la Calidad del servicio por los clientes externos de la cooperativa de ahorro y crédito UNIBLOCK y servicios Ltda. De la ciudad de Latacunga (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. Recuperado: de
- Morales Pérez, M. G., Corado Cerén, J. C., Soto De León, Y. A., Chacón Paiz, K. F., Sosa Y Sosa, E. H., & Borja Vásquez, M. R. (s.f.). Desarrollo del Procedimiento de Recolección de Datos. Guatemala: Universidad Mariano Gálvez De Guatemala.
- Morales Yataco, J.J.C., (2017) Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Perú, importancia y necesidad de un nuevo modelo de supervisión. Lima: Universidad Católica del Perú (PUCP).
- Olivos, L., (2014) La comunicación interna y la percepción de la calidad de servicio por los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Parroquia San Lorenzo del distrito de Trujillo (Tesis de pregrado) Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo Perú. Recuperado de:
- Pedrocano, L. (22 de noviembre de 2012). WordPress. <https://luciacano.wordpress.com/2012/11/22/definicion-de-profesion-y-ocupacion/>.
- Ramos Arauco, N. G. (2018). Diferencias de la percepción de la cultura organizacional de la cooperativa de ahorro y crédito Santa María Magdalena agencia Huancayo. (tesis de pregrado) Universidad Continental.

- Real academia española. (s.f.). dle.rae.es. <https://dle.rae.es/?id=bBsqKPc>
- Ritter, M. (2013). El valor del capital Reputacional 1a ed. Argentina: Olivos : Ritter & Partners.
- Roberto Espinosa. (17 de 09 de 2013). SEGMENTACIÓN DE MERCADO, CONCEPTO Y ENFOQUE. <https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentación-de-mercado-concepto-y-enfoque/>.
- Rojas, S., & Melo, Y., (2021) Percepción de los asociados de la cooperativa de ahorro y crédito San Miguel COOFISAM, frente a los servicios económicos y sociales ofrecidos. Tesis de Maestría. Universidad EAM, Colombia. Recuperado:
- Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Caracas : Panapo
- Salud, O.M. (s.f.). Temas de salud. <https://www.who.int/topics/gender/es/>.
- Sánchez Torrez, L. (2013). Factores que explican el buen desempeño de las micro cooperativas en la ciudad de México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Solomon, M. R. (2008). Comportamiento del consumidor. México: PEARSON
- Tamayo y Tamayo, M. (1997). El proceso de la investigación científica. México: Limusa s.a.
- Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. 4a ed. incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. México: Limusa, S.A.
- Tesoro de la Lengua Castellana o Española. (1984). Madrid: Ediciones Turner.
- Thompson, I. (2009). Definición de Cliente. <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>.
- Unidas, L. N. (14 de marzo de 2014). [www.un.org. https://www.un.org/es/development/desa/news/social/cooperatives-2.html](https://www.un.org/es/development/desa/news/social/cooperatives-2.html).
- Torres y Torres Lara, C. (1983) Cooperativismo, el modelo alternativo. Lima: Universidad de Lima
- Torres Morales, C. (2014) El Reconocimiento del Acto Cooperativo en la Legislación Peruana. Lima: Grafimag

- Vera Romero, O.E., & Vera Romero, F.M. (25 de febrero de 2013). Evaluación del nivel socioeconómico: presentación de una escala adaptada en una población de Lambayeque. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4262712.pdf>.
- WOCCU. (s.f.). Consejo mundial de cooperativas de ahorro y créditos. <http://www.woccu.org/>.
- Zaldivas, M., & Sotomayor, N. (01 de marzo de 2003). Sistema de cooperativas de ahorro y crédito: una visión económica. Obtenido de Superintendencia de banca, seguro y administradoras privadas de fondos de pensiones, departamento de análisis de instituciones microfinancieras: <https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/coopperu>.
- Zarzar, C. (2015). Métodos y pensamiento crítico 1. México D. F: Grupo editorial Patria
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Madrid: Díaz de Santos.

## Anexos

### Anexo A: Matriz de Consistencia

Título: “LA PERCEPCIÓN DEL NIVEL DE CONFIANZA DEL PÚBLICO Y SUS CONDICIONES DEMOGRÁFICAS DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LOS DISTRITOS DE HUANCAYO, EL TAMBO Y CHILCA. 2019”				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General.</b></p> <p>¿Existe diferencias en la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Existe diferencias de percepción del nivel de confianza del público y la edad de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019?</li> <li>• ¿Existe diferencias de la percepción del nivel de confianza del público y el género de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019?</li> <li>• ¿Existe diferencias de la percepción del nivel de</li> </ul>	<p><b>Objetivo General.</b></p> <p>Analizar la percepción del nivel de confianza del público y sus condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la percepción del nivel de confianza del público y la edad de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</li> <li>• Determinar la percepción del nivel de confianza del público y el género de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</li> <li>• Determinar la percepción del nivel de confianza del público y la ocupación social de las personas en las cooperativas</li> </ul>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a las condiciones demográficas de las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a la edad de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</li> <li>• La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a el género de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</li> <li>• La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a la ocupación social de las personas en las</li> </ul>	<p><b>X=Percepción del nivel de confianza del público</b> Dimensiones</p> <p>X1=Imagen corporativa X2=Seguridad de servicio X3=Calidad de servicio X4=Respaldo financiero X5=Regulación X6=Confiabilidad</p> <p><b>Y=condiciones demográficas</b> Dimensiones</p> <p>Y1=Edad Y2=Género Social Y3=Ocupación Social Y4=Nivel socioeconómico</p>	<p><b>Método general:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Método científico</li> <li>- Método deductivo</li> <li>- Método analítico</li> </ul> <p><b>Enfoque:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuantitativo</li> </ul> <p><b>Alcance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descriptivos</li> <li>- Correlacionales</li> </ul> <p><b>-Tipo de investigación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicada</li> </ul> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descriptivo</li> </ul> <p><b>Diseño de la investigación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NO experimentales, Transversales y del tipo descriptivo correlacional.</li> </ul> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD     M --&gt; X     M --&gt; Y     X &lt;--&gt;  r  Y             </pre> </div> <p><b>Población: N = toda persona mayor de 18 años</b> <b>Muestra: n=384</b></p>

<p>confianza del público y la ocupación social de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Existe diferencias de la percepción del nivel de confianza del público y el nivel socioeconómico de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019?</li> </ul>	<p>de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la percepción del nivel de confianza del público y el nivel socioeconómico de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</li> </ul>	<p>cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La percepción del nivel de confianza del público influye significativamente a el nivel socioeconómico de las personas en las cooperativas de ahorro y créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca 2019.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Probabilístico (aleatoria simple)</li> </ul> <p><b>Técnicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> </ul> <p><b>Instrumentos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionario</li> </ul>
--	--	---	--	---

### Anexo B: Operacionalización de las Variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Percepción del nivel de confianza del público	La percepción es el proceso por medio del cual la gente selecciona, organiza e interpreta tales sensaciones. Por lo tanto, el estudio de la percepción se enfoca en lo que nosotros <i>añadimos</i> a estas sensaciones neutrales para darles significado.	Imagen corporativa	Trayectoria	¿Considera importante la trayectoria (años) de la cooperativa de crédito y ahorro?	Escalas: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo/ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
			Reputación (ética)	¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por comportamiento ético?	
		Seguridad	Seguridad y respaldo de sus inversiones	¿Considera importante el respaldo financiero?	
		Calidad de servicio	Respuesta rápida	¿Es importante la respuesta rápida por parte de la cooperativa?	
			Atención, cortesía y calidez	¿Considera fundamental el buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	
		Respaldo financiero	Solidez financiera	¿Considera que las cooperativas muestran solidez financiera?	
		Regulación	Nivel de Formalidad	¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	
		Confiabilidad	Compromiso	Cuando tiene un problema ¿La cooperativa debe mostrar un sincero interés por resolverlo?	
			Veracidad de información	¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	
			Preferencia		
					Alternativas:

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
				¿Cuál es la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito?	Cooperativa de ahorro y crédito Bancos Cajas Municipales Escala: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo/ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
				¿Por qué eligió la opción?	Alternativas: a. Solidez financiera b. Buena atención al cliente c. Tasa de Interés d. Pocos tramites e. Rapidez en otorgamiento del crédito
					Escala: 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo/ni en desacuerdo

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
					4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
Demográfico	La segmentación demográfica se basa en variables como edad, sexo, ingresos, educación, etc. Estas características demográficas son por lo general medibles y accesibles.	Edad	18 a 28 años		Alternativas: a. b. c. d.
			29 a 39 años		
			40 a 50 años		
			50 a más años		
		Género	Hombre		Alternativas: a. b.
			Mujer		
		Ocupación Social	Independiente		Alternativas: a. b.
			Dependiente		
		Nivel socioeconómico	A y B	¿Cuáles son sus ingresos mensuales?	Alternativas: 0 a S/.1000 S/.1001 a s2116 2117 a S/.5040 S/.5050 a más
			C		
			D y E		

## Anexo C: Instrumento de Recolección de Datos



### CUESTIONARIO DE LA PERCEPCION DEL PÚBLICO SOBRE EL NIVEL DE CONFIANZA DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO EN LOS DISTRITOS HUANCAYO, TAMBO Y CHILCA.

**Objetivo:** Identificar si existen diferencias en la percepción del público sobre el nivel de confianza de las cooperativas de ahorro y créditos de los distritos de Huancayo, El tambo y Chilca. 2019.

**Confidencialidad:** La información proporcionada en el presente cuestionario será utilizada para fines académicos y su contenido será tratado en forma confidencial.

#### Información General:

**Edad:**

a. 18 a 28 años
b. 29 a 39 años
c. 40 a 50 años
d. 50 a más años

**Género:** a. Masculino ( )    b. Femenino ( )

**Ocupación Social:** a. Independiente ( )    b. Dependiente ( )

**Ingresos:**

- a. S/. 0 a S/.1,000
- b. S/.1,001 a S/. 2,116
- c. S/. 2,117 a S/.5,040
- d. S/.5,050 a más

**Instrucciones:**

A continuación se presenta una lista de preguntas, por favor conteste marcando con un aspa (x) en la alternativa que mejor exprese su opinión.

- 1: Totalmente en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Ni de acuerdo/ni en desacuerdo, 4: De acuerdo, 5: Totalmente de acuerdo

		1	2	3	4	5
<b>CUESTIONARIO</b>						
1	¿Considera importante la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?					
2	¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por comportamiento ético?					
3	¿Considera importante el respaldo financiero?					
4	¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?					
5	¿Considera fundamental el buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?					
6	¿Considera que las cooperativas muestran solidez financiera?					
7	¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?					
8	Cuando tiene un problema ¿La cooperativa debe mostrar un sincero interés por resolverlo?					
9	¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?					
10	¿Cuál es la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito?					
	a. Cooperativas de ahorro y crédito					
	b. Bancos					
	c. Cajas Municipales					
11	¿Por qué elige esta entidad financiera?					
	a. Solidez financiera					
	b. Buena atención al cliente					
	c. Tasa de Interés					
	d. Pocos tramites					
	e. Rapidez en otorgamiento del crédito					

GRACIAS

#### **Anexo D: Consideraciones éticas.**

Por las características de la investigación se mantendrá la confidencialidad, y privacidad de los instrumentos en estudio (encuestas / cuestionarios), el instrumento que se utilizará para recolectar los datos no considerará nombres ni apellidos, sólo se registraran las iniciales del nombre y apellido y el número de la encuesta. Además se contará con la autorización del Comité de Ética de las Cooperativas de Ahorro y Créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca. Durante la aplicación de los instrumentos se respetarán y cumplirán los principios de ética:

- **Anonimato:** La información obtenida será solo para fines de la investigación.
- **Privacidad:** Toda la información recibida en el presente estudio se mantendrá en secreto y se evitará ser expuesto respetando la privacidad de las encuestas, siendo útil solo para fines de la investigación.
- **Honestidad:** Se informará a los directivos de las Cooperativas de Ahorro y Créditos de los Distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, los fines de la investigación, cuyos resultados se encontrarán plasmados en el presente estudio.

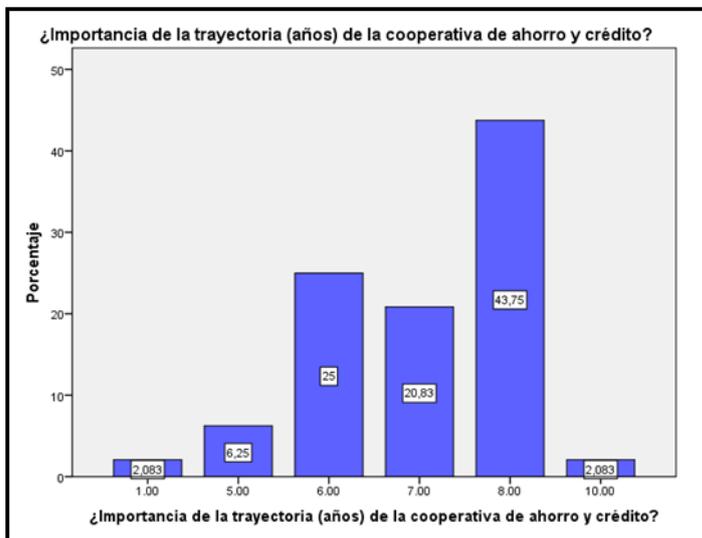
## Anexo E: 1. ¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?

**Tabla E1**

*Estadísticos para ¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
	Media	7,0000
	Mediana	7,0000
	Moda	8,00
	Desv. típ.	1,37109
	Varianza	1,880
	Asimetría	-1,662
	Error típ. de asimetría	,125
	C.V.	30.99%

Fuente: Elaboración propia



**Figura E1:** Diagrama de barras para ¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?

Fuente: Elaboración propia

**Tabla E2**

*¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	1.00	8	2.1	2.1	2.1
	5.00	24	6.3	6.3	8.3
	6.00	96	25.0	25.0	33.3

7.00	80	20.8	20.8	54.2
8.00	168	43.8	43.8	97.9
10.00	8	2.1	2.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación:

Para el ítem 07: ¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?. Tabla E1, Figura E1 y Tabla E2. En la tabla porcentual, se observa que el valor central de la progresión aritmética ( $= 7,000$ ), es el estadígrafo que se localiza en la parte central de las frecuencias acumuladas como: Válido 8,0 y Válido 6,0 (43,8% y 25,0%), en relación con la importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito. La mediana ( $Me= 7,00$ ), como valor que no es superado, ni supera a más de la mitad de las “n” observaciones, presenta un acentuado sesgo hacia la derecha por sus valores. La moda ( $Mo= 8,00$ ), como el valor de la variable que se presenta con mayor frecuencia, es decir el valor que más se repite, en la escala nominal es el mayor, como actividad: Válido 8,0 (43,8%), en relación con la importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito.

2. ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?.

#### Tabla E3:

*Estadísticos para ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.0833
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.20631
Varianza		1.455
Asimetría		-3.965
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		33.09%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E2:** Diagrama de barras para : ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E4:**

*Frecuencias y Porcentajes para : ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	1.00	8	2.1	2.1	2.1
	7.00	16	4.2	4.2	6.3
	8.00	280	72.9	72.9	79.2
	9.00	56	14.6	14.6	93.8
	10.00	24	6.3	6.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 8: ¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?.

Tabla E3, Figura E2 y Tabla E4. En la tabla porcentual, podemos observar que la media ( $= 8,0833$ ) es el estadígrafo que se localiza en el centro de gravedad como: Válido 8.0 (72,9%) y Válido 9,0 (14,6%), en relación con que si es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético. La mediana ( $Me= 8.00$ ), no supera a más de la mitad de las “n” observaciones, por lo que tiene un

sesgo acentuado a la derecha. La moda ( $M_o = 8.00$ ), en la escala nominal, es la de mayor concentración de frecuencias, es decir el valor que más se repite: Válido 8,0 (72,9%), en relación con que si es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético.

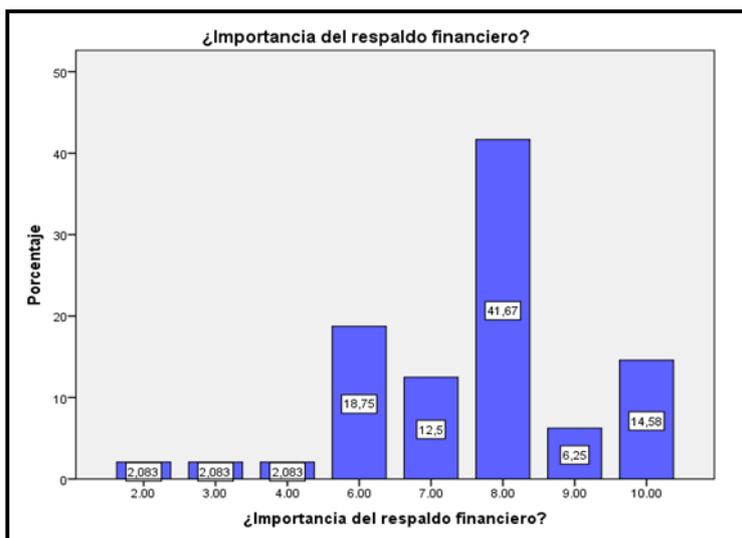
### 3. ¿Importancia del respaldo financiero?.

**Tabla E5:**

*Estadísticos para ¿Importancia del respaldo financiero?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		7.5417
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.70954
Varianza		2.923
Asimetría		-.954
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		34.64%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E3:** Diagrama de barras para ¿Importancia del respaldo financiero?.

**Tabla E6:***Frecuencias y Porcentajes para ¿Importancia del respaldo financiero?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	2.00	8	2.1	2.1	2.1
	3.00	8	2.1	2.1	4.2
	4.00	8	2.1	2.1	6.3
	6.00	72	18.8	18.8	25.0
	7.00	48	12.5	12.5	37.5
	8.00	160	41.7	41.7	79.2
	9.00	24	6.3	6.3	85.4
	10.00	56	14.6	14.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 9: ¿Importancia del respaldo financiero?.

Tabla E5, Figura E3 y Tabla E6. En la tabla porcentual, se observa que el valor central de la progresión aritmética ( $= 7.5417$ ), es el estadígrafo que se localiza en la parte central de las frecuencias acumuladas como: Válido 8.0 (41.7%) y Válido 6,0 (18,8%), en relación con la importancia del respaldo financiero. La mediana ( $Me= 8.0$ ), como valor que no es superado, ni supera a más de la mitad de las “n” observaciones, presenta un acentuado sesgo hacia la derecha por sus valores. La moda ( $Mo= 8.0$ ), como el valor de la variable que se presenta con mayor frecuencia, es decir el valor que más se repite, en la escala nominal es el mayor, como actividad: Válido 8.0 (41.7%), en relación con la importancia del respaldo financiero.

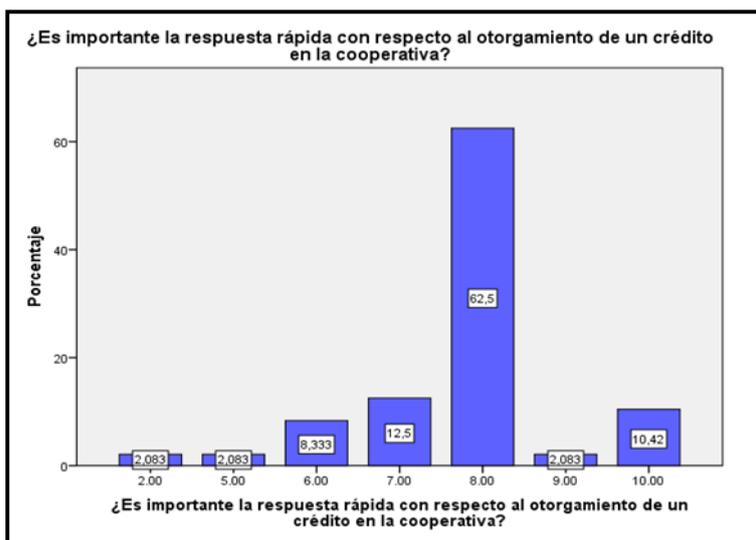
4. ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?.

**Tabla E7:***Estadísticos para ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?.*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		7.7500

Mediana	8.0000
Moda	8.00
Desv. típ.	1.33246
Varianza	1.775
Asimetría	-1.558
Error típ. de asimetría	.125
C.V.	29.69%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E4:** Diagrama de barras para ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E8:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?.*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	2.00	8	2.1	2.1	2.1
	5.00	8	2.1	2.1	4.2
	6.00	32	8.3	8.3	12.5
	7.00	48	12.5	12.5	25.0
	8.00	240	62.5	62.5	87.5
	9.00	8	2.1	2.1	89.6
	10.00	40	10.4	10.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 10: ¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?.

Tabla E7, Figura E4 y Tabla E8. En la tabla de frecuencia, observamos que la media ( $\bar{x} = 7.7500$ ) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido 8.0 y Válido 7.0 (62.5% y 12.5%), en cuanto a que si es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa. La mediana ( $Me=8.00$ ), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda ( $Mo= 8.00$ ), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido 8.0, con un 62.5%, en cuanto a que, si es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa.

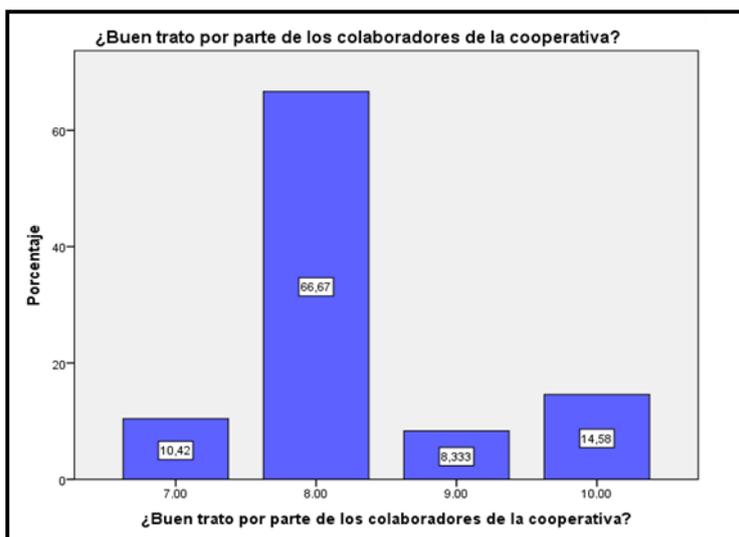
5. ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?.

**Tabla E9:**

*Descriptivos para ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?.*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.2708
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		.83624
Varianza		.699
Asimetría		.964
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		28.73%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E5:** Diagrama de barras para ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?.  
Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E10:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?.*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	7.00	40	10.4	10.4	10.4
	8.00	256	66.7	66.7	77.1
	9.00	32	8.3	8.3	85.4
	10.00	56	14.6	14.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:**

Para el ítem 11: ¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?. Tabla E9, Figura E5 y Tabla E 10. En la tabla porcentual, se observa que el valor central de la progresión aritmética ( $= 8.2708$ ). es el estadígrafo que se localiza en la parte central de las frecuencias acumuladas como: Válido 8.0 (66.7%) y Válido 10.0 (14.6%), en relación con que se da un buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa. La mediana ( $Me= 8.000$ ), como valor que no es superado, ni supera a más de la mitad de las “n” observaciones, presenta un acentuado sesgo hacia la derecha por sus valores. La moda ( $Mo= 8.000$ ), como el valor de la variable que se presenta con mayor frecuencia, es decir el valor que

más se repite, en la escala nominal es el mayor, como actividad: Válido 8.0 (66.7%), en relación con que se da un buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa.

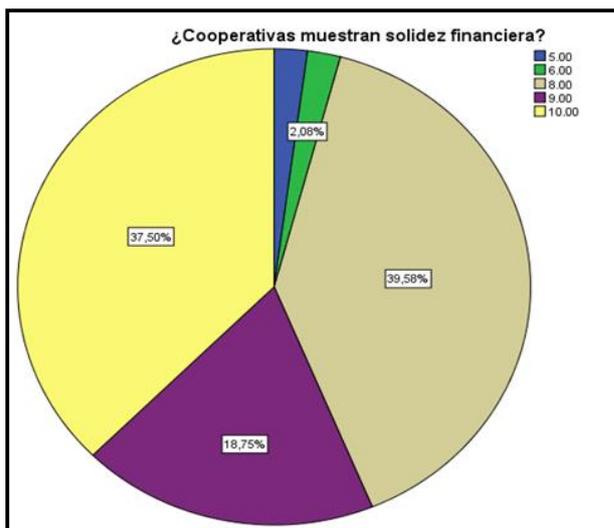
6. ¿Cooperativas muestran solidez financiera?.

**Tabla E11:**

*Estadísticos para ¿Cooperativas muestran solidez financiera?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.8333
Mediana		9.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.12569
Varianza		1.267
Asimetría		-.904
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		30.55%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E6:** Diagrama circular para ¿Cooperativas muestran solidez financiera?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E12:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Cooperativas muestran solidez financiera?*

	f°	%	% válido	% acumulado
--	----	---	----------	-------------

Válidos	5.00	8	2.1	2.1	2.1
	6.00	8	2.1	2.1	4.2
	8.00	152	39.6	39.6	43.8
	9.00	72	18.8	18.8	62.5
	10.00	144	37.5	37.5	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 12: ¿Cooperativas muestran solidez financiera?. Tabla E 11 / Figura E6 / Tabla E12. En la tabla porcentual, se observa que el valor central de la progresión aritmética ( $= 8.8333$ ), es el estadígrafo que se localiza en la parte central de las frecuencias acumuladas como: Válido 8.0 y Válido 10.0 (39.6% y 37.5%), en relación con que si las cooperativas muestran solidez financiera. La mediana ( $Me= 9.00$ ), como valor que no es superado, ni supera a más de la mitad de las “n” observaciones, presenta un acentuado sesgo hacia la derecha por sus valores. La moda ( $Mo= 8.00$ ), como el valor de la variable que se presenta con mayor frecuencia, es decir el valor que más se repite, en la escala nominal es el mayor, como actividad: Válido 8.0 (39.6%), en relación con que si las cooperativas muestran solidez financiera.

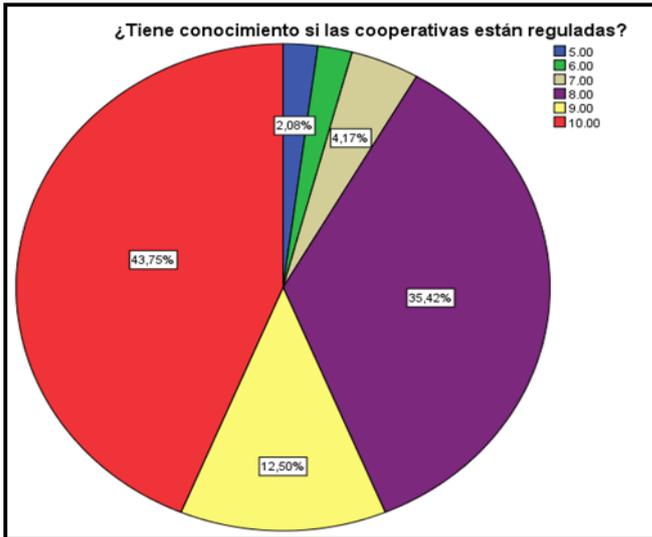
7. ¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?.

**Tabla E13:**

*Estadísticos para ¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?.*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.8542
Mediana		9.0000
Moda		10.00
Desv. típ.		1.20901
Varianza		1.462
Asimetría		-.858
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		32.92%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E7:** Diagrama circular para ¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E14:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?.*

		fº	%	% válido	% acumulado
Válidos	5.00	8	2.1	2.1	2.1
	6.00	8	2.1	2.1	4.2
	7.00	16	4.2	4.2	8.3
	8.00	136	35.4	35.4	43.8
	9.00	48	12.5	12.5	56.3
	10.00	168	43.8	43.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 13: ¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?. Tabla E13, Figura E7 y Tabla E14. En la tabla porcentual, observamos que la media ( = 8.8542) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido 10.0 (43.8%) y Válido 8.0 (35.4%), en cuanto a que si tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas. La mediana (Me= 9.00), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda (Mo= 10.00), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor

concentración de frecuencias, se observa en: Válido 10.0 (43.8%), en cuanto a que si tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas.

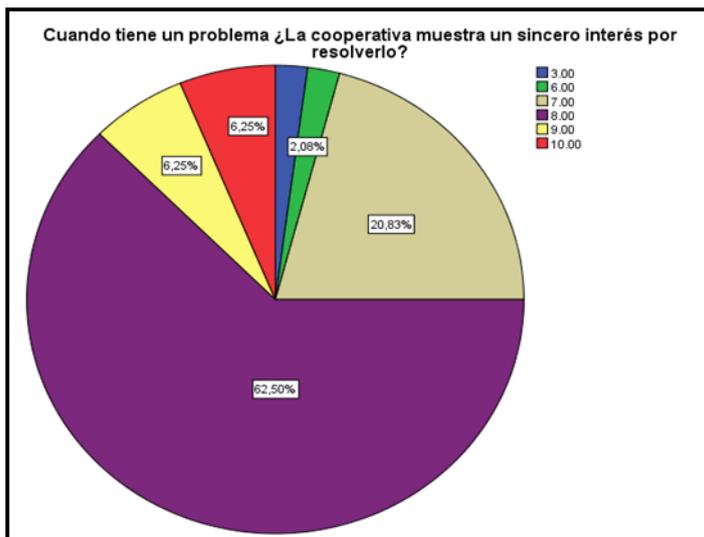
8. Cuando tiene un problema. ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?.

**Tabla E15:**

*Estadísticos para Cuando tiene un problema. ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?.*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		7.8333
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.04885
Varianza		1.100
Asimetría		-1.628
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		29.26%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E8:** Diagrama circular para Cuando tiene un problema. ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E16:**

*Frecuencias y porcentajes para Cuando tiene un problema. ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?.*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	3.00	8	2.1	2.1	2.1
	6.00	8	2.1	2.1	4.2
	7.00	80	20.8	20.8	25.0
	8.00	240	62.5	62.5	87.5
	9.00	24	6.3	6.3	93.8
	10.00	24	6.3	6.3	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 14: Cuando tiene un problema. ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?. Tabla E15, Figura E8 y Tabla E16, se puede observar que el valor central de la progresión aritmética ( $= 7.8333$ ), es el estadígrafo que se localiza en el centro de las distribuciones estadísticas como: Válido 8.0 (62.5%) y Válido 7.0 (20.8%), en relación con que cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?. La mediana ( $Me = 8.00$ ), como aquel valor que no es superado, ni supera a más de la mitad de las “n” observaciones, está sesgado a la derecha. La moda ( $Mo = 8.00$ ) es el valor de la variable que se presenta con mayor frecuencia, en la escala nominal, presenta la mayor concentración con la actividad: Válido 8,0 (62,5%), en relación con que cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?.

9. ¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?.

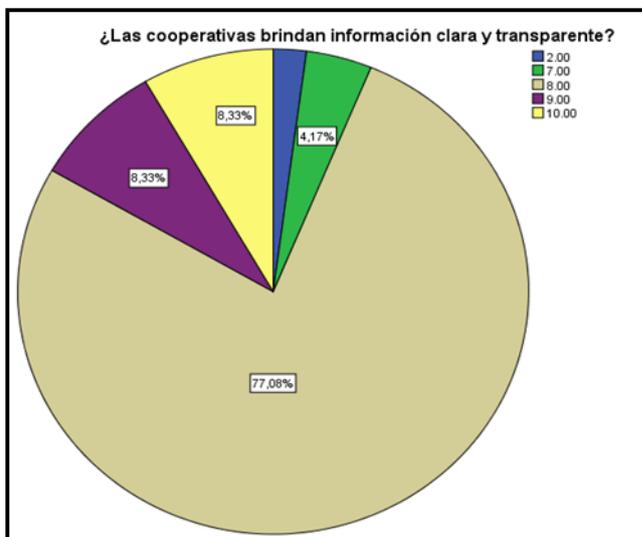
**Tabla E17:**

*Estadísticos para ¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?.*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.0833
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.09751

Varianza	1.205
Asimetría	-3.120
Error típ. de asimetría	.125
C.V.	33.85%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E9:** Diagrama circular para ¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E18:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	2.00	8	2.1	2.1	2.1
	7.00	16	4.2	4.2	6.3
	8.00	296	77.1	77.1	83.3
	9.00	32	8.3	8.3	91.7
	10.00	32	8.3	8.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:**

Para el ítem 15: ¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?. Tabla E 17 / Figura E9 / Tabla E18. En el cuadro porcentual, podemos observar que la media ( = 8,0833) es el estadígrafo que se localiza en el centro de gravedad como: Válido 8,0 (77,1%) y Válido 10,0 (8,3%) en relación con que si las

cooperativas brindan información clara y transparente. La mediana ( $Me= 8,00$ ), no supera a más de la mitad de las “n” observaciones, por lo que tiene un sesgo acentuado a la derecha. La moda ( $Mo= 8,00$ ), en la escala nominal, es la de mayor concentración de frecuencias, es decir el valor que más se repite: Válido 8,0 (77,1%), en relación con que si las cooperativas brindan información clara y transparente.

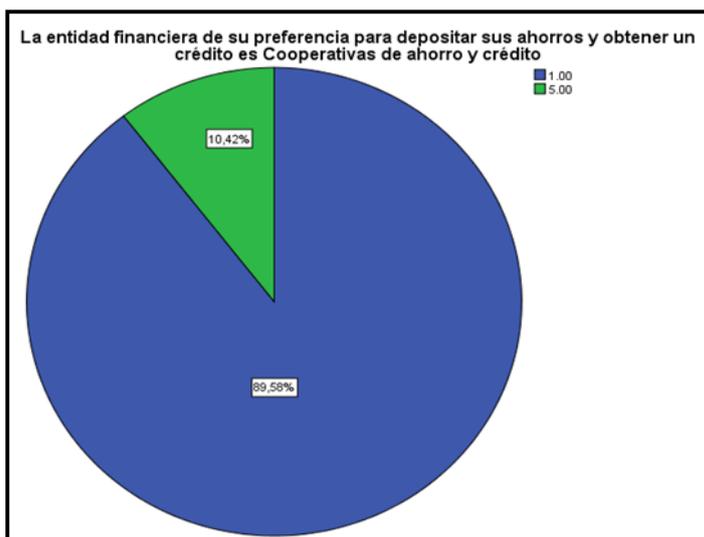
10 ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cooperativas de ahorro y crédito?.

**Tabla E19:**

*Estadísticos para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cooperativas de ahorro y crédito?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		1.4167
Mediana		1.0000
Moda		1.00
Desv. típ.		1.22350
Varianza		1.497
Asimetría		2.602
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		31.10%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E10:** Diagrama circular para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cooperativas de ahorro y crédito?.

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E20:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cooperativas de ahorro y crédito?.*

	f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	1.00	344	89.6	89.6
	5.00	40	10.4	100.0
Total		384	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 16: ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cooperativas de ahorro y crédito?. Tabla E19, Figura E10 y Tabla E20, se puede observar que el valor central de la progresión aritmética ( = 1.4167), es el estadígrafo que se localiza en el centro de las distribuciones estadísticas como: Válido 1.0 y Válido 5.0 (89.6% y 10.4%), en relación con que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cooperativas de Ahorro y Crédito. La mediana (Me = 1.00), como aquel valor que no es superado, ni supera a más de la mitad de las “n” observaciones, está sesgado a la derecha. La moda (Mo= 1.00) es el valor de la variable que se presenta con mayor frecuencia, en la escala nominal, presenta la mayor

concentración con la actividad: Válido 1.0 (89.6%), en relación con que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

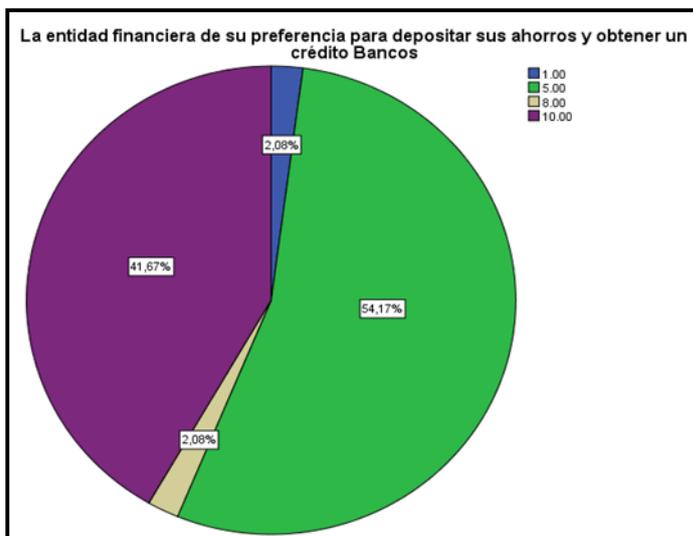
11. ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Bancos?.

**Tabla E21:**

*Estadísticos para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Bancos?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		7.0625
Mediana		5.0000
Moda		5.00
Desv. típ.		2.58864
Varianza		6.701
Asimetría		.069
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		27.08%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E11:** Diagrama circular para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Bancos?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E22:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Bancos?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	1.00	8	2.1	2.1	2.1
	5.00	208	54.2	54.2	56.3
	8.00	8	2.1	2.1	58.3
	10.00	160	41.7	41.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el Ítem 17: ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Bancos?. Tabla E21, Figura E11 y Tabla E22. En el cuadro porcentual, observamos que la media ( $= 7,0625$ ) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido 5,0 (54,2%), y Válido 10,0 (41,7%), en cuanto a que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son los Bancos. La mediana ( $Me= 5,00$ ), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda ( $Mo= 5,00$ ), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido 5,0 con un 54,2%, en cuanto a que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son los Bancos.

12. ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cajas Municipales?.

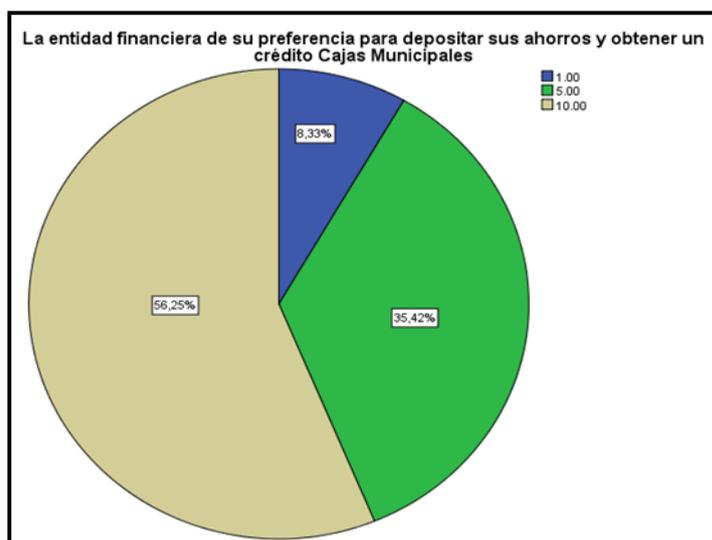
**Tabla E23:**

*¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cajas Municipales?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		7.4792
Mediana		10.0000

Moda	10.00
Desv. típ.	3.04528
Varianza	9.274
Asimetría	-.680
Error típ. de asimetría	.125
C.V.	33.76%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E12:** Diagrama circular para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cajas Municipales?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E24:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cajas Municipales?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	1.00	32	8.3	8.3	8.3
	5.00	136	35.4	35.4	43.8
	10.00	216	56.3	56.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 18: ¿La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es: Cajas Municipales?.

Tabla E23, Figura E12 y Tabla E24. En el cuadro porcentual, observamos que la media ( $= 7,4792$ ) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido 10,0 (56,3%) y Válido 5,0 en cuanto a que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cajas Municipales. La mediana ( $Me= 10,00$ ), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda ( $Mo= 10,00$ ), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido 10,0, con un 56,3%, en cuanto a que la entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito son las Cajas Municipales.

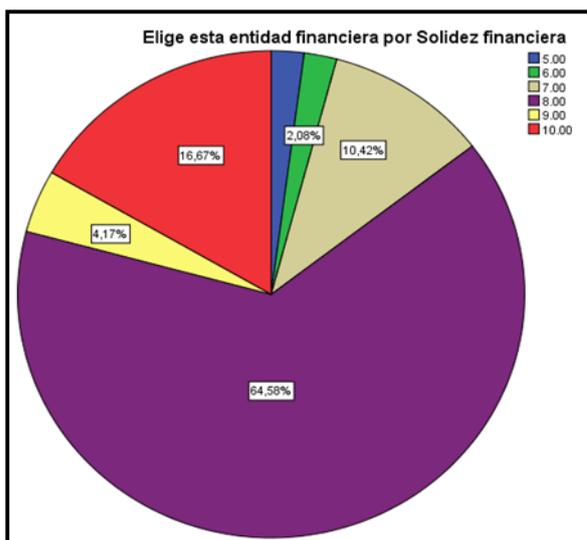
13. ¿Elige esta entidad financiera por: Solidez financiera?.

**Tabla E25:**

*Estadísticos para ¿Elige esta entidad financiera por: Solidez financiera?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.1667
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.02874
Varianza		1.058
Asimetría		.009
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		32.32%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E13:** Diagrama circular para ¿Elige esta entidad financiera por: Solidez financiera?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E26:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Elige esta entidad financiera por: Solidez financiera?*

	f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	5.00	8	2.1	2.1
	6.00	8	2.1	4.2
	7.00	40	10.4	14.6
	8.00	248	64.6	79.2
	9.00	16	4.2	83.3
	10.00	64	16.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 19: ¿Elige esta entidad financiera por: Solidez financiera?. Tabla E25, Figura E13 y Tabla E26. En la tabla porcentual, observamos que la media ( $= 8.1667$ ) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido 8.0 y Válido 10.0 (64.6% y 16.7%), en cuanto a que si elige esta entidad financiera por su Solidez Financiera. La mediana ( $Me= 8.00$ ), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda ( $Mo= 8.00$ ), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración

de frecuencias, se observa en: Válido 8.0, con un 64.6%, en cuanto a que a que si elige esta entidad financiera por su Solidez Financiera.

14. ¿Elige esta entidad financiera por: Buena atención al cliente?.

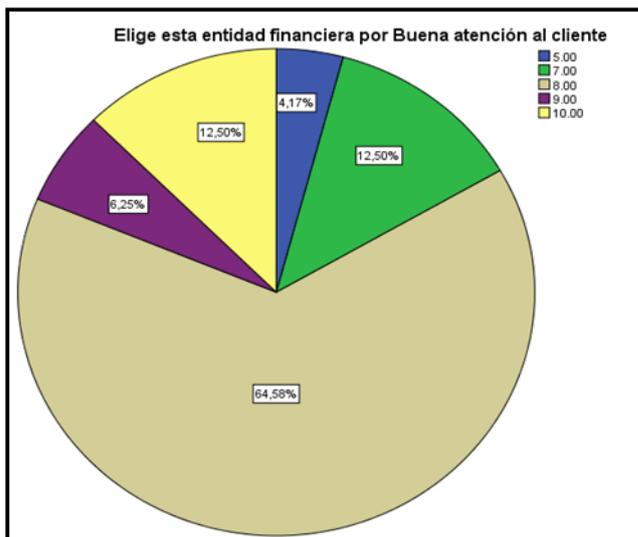
**Tabla E27:**

*Estadísticos para ¿Elige esta entidad financiera por: Buena atención al cliente?*

Estadísticos N° 20.

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.0625
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.03022
Varianza		1.061
Asimetría		-.356
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		34.59%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E14:** Diagrama de barras para ¿Elige esta entidad financiera por: Buena atención al cliente?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E28:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Elige esta entidad financiera por: Buena atención al cliente?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	5.00	16	4.2	4.2	4.2
	7.00	48	12.5	12.5	16.7
	8.00	248	64.6	64.6	81.3
	9.00	24	6.3	6.3	87.5
	10.00	48	12.5	12.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 20: ¿Elige esta entidad financiera por: Buena atención al cliente?.

Tabla E27, Figura E14 y Tabla E28, se puede observar que el valor central de la progresión aritmética ( $= 8.0625$ ), es el estadígrafo que se localiza en el centro de las distribuciones estadísticas como: Válido 8.0 (64.6%) y Válido 10.0 (12.5%), en relación con que elige esta entidad financiera por su buena atención al cliente. La mediana ( $Me = 8.00$ ), como aquel valor que no es superado, ni supera a más de la mitad de las "n" observaciones, está sesgado a la derecha. La moda ( $Mo = 8.00$ ) es el valor de la variable que se presenta con mayor frecuencia, en la escala nominal, presenta la mayor concentración con la actividad: Válido 8.0 (64.6%), en relación con que si elige esta entidad financiera por su buena atención al cliente.

15. ¿Elige esta entidad financiera por: Tasa de interés?.

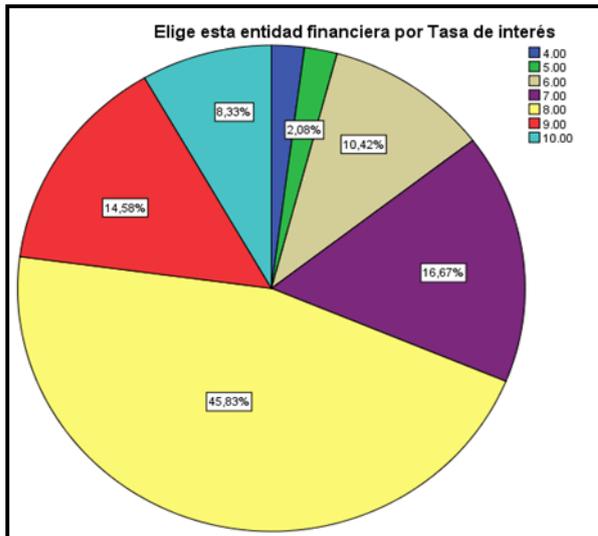
**Tabla E29:**

*Estadísticos para ¿Elige esta entidad financiera por: Tasa de interés?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		7.7917
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.24256
Varianza		1.544
Asimetría		-.584

Error típ. de asimetría	.125
C.V.	29.48%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E15:** Diagrama de barras para  Elige esta entidad financiera por: Tasa de interés?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E30:**

*Frecuencias y porcentajes para  Elige esta entidad financiera por: Tasa de interés?*

	f�	%	% válido	% acumulado
Válidos	4.00	8	2.1	2.1
	5.00	8	2.1	4.2
	6.00	40	10.4	14.6
	7.00	64	16.7	31.3
	8.00	176	45.8	77.1
	9.00	56	14.6	91.7
	10.00	32	8.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 21:  Elige esta entidad financiera por: Tasa de interés?.

Tabla E29, Figura E15 y Tabla E30. En el cuadro porcentual, observamos que la media ( $= 7.7917$ ) es el estadígrafo que se localiza en el centro de la distribución como: Válido 8.0 y Válido 7.0 (45.8% y 16.7%), en relación con que si elige esta

entidad financiera por la tasa de interés. La mediana (Me= 8.0), por sus valores está totalmente sesgada a la derecha, por los datos extremos, no existe ninguna respuesta. La moda (Mo= 8.0), es unimodal en la escala nominal, tiene la mayor concentración de frecuencias, se observa en: Válido 8.0, con un 45.8%, en cuanto a que si elige esta entidad financiera por la tasa de interés

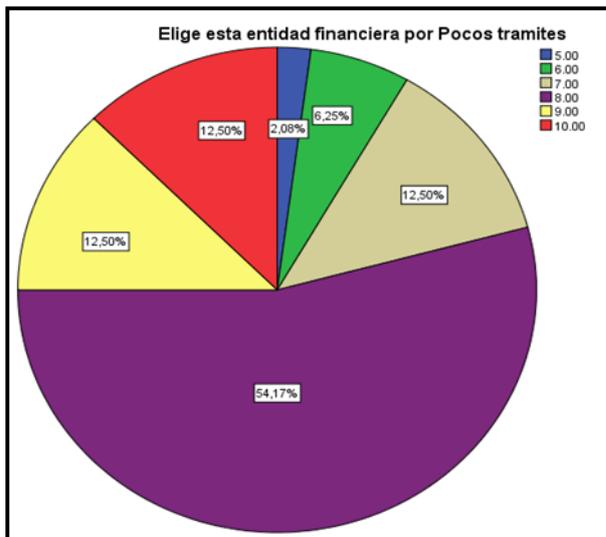
16. ¿Elige esta entidad financiera por: ¿Pocos tramites?

**Tabla E31:**

*¿Elige esta entidad financiera por: ¿Pocos tramites?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		8.0625
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.08935
Varianza		1.187
Asimetría		-.222
Error típ. de asimetría		.125
C.V.		32.81%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E16:** Diagrama circular para ¿Elige esta entidad financiera por: ¿Pocos tramites?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E32:**

*Frecuencias y porcentajes para ¿Elige esta entidad financiera por: ¿Pocos tramites?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	5.00	8	2.1	2.1	2.1
	6.00	24	6.3	6.3	8.3
	7.00	48	12.5	12.5	20.8
	8.00	208	54.2	54.2	75.0
	9.00	48	12.5	12.5	87.5
	10.00	48	12.5	12.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 22: ¿Elige esta entidad financiera por: Pocos tramites? Tabla E31, Figura E16 y Tabla E32. En la tabla porcentual, podemos observar que la media (Me = 8.0625) es el estadígrafo que se localiza en el centro de gravedad como: Válido 8.0 y Válido 10.0 (54.2% y 12.5%), en relación con que si elige esta entidad financiera por los pocos tramites. La mediana (Me= 8.00), no supera a más de la mitad de las “n” observaciones, por lo que tiene un sesgo acentuado a la derecha. La moda (Mo= 8.00), en la escala nominal, es la de mayor concentración de frecuencias, es decir el valor que más se repite: Válido 8.0 (54.2%), en relación con que si elige esta entidad financiera por los pocos tramites.

17. ¿Elige esta entidad financiera por: Rapidez en otorgamiento del crédito?.

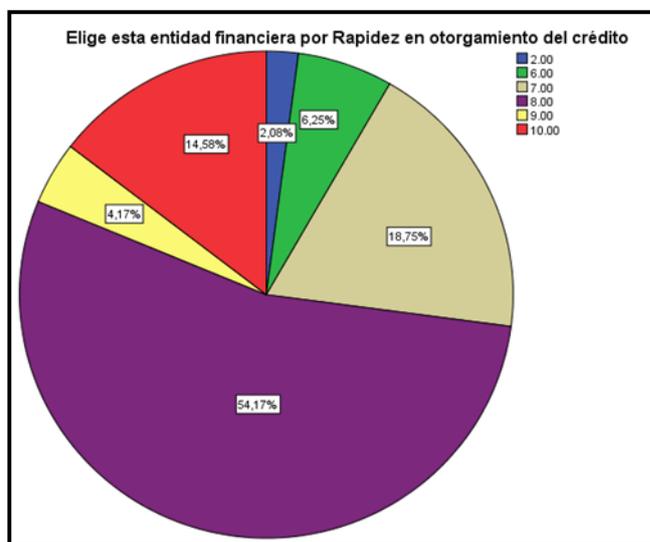
**Tabla E33:**

*Estadísticos para ¿Elige esta entidad financiera por: Rapidez en otorgamiento del crédito?*

N	Válidos	384
	Perdidos	0
Media		7.8958
Mediana		8.0000
Moda		8.00
Desv. típ.		1.34401

Varianza	1.806
Asimetría	-1.418
Error típ. de asimetría	.125
C.V.	28.17%

Fuente: Elaboración Propia



**Figura E17:** Diagrama circular para ¿Elige esta entidad financiera por: Rapidez en otorgamiento del crédito?

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla E34:**

*Frecuencias y porcentaje para ¿Elige esta entidad financiera por: Rapidez en otorgamiento del crédito?*

		f°	%	% válido	% acumulado
Válidos	2.00	8	2.1	2.1	2.1
	6.00	24	6.3	6.3	8.3
	7.00	72	18.8	18.8	27.1
	8.00	208	54.2	54.2	81.3
	9.00	16	4.2	4.2	85.4
	10.00	56	14.6	14.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Para el ítem 23: ¿Elige esta entidad financiera por: Rapidez en otorgamiento del crédito?.

Tabla E33, Figura E17 y Tabla E34. En el cuadro porcentual, podemos observar que la media ( $= 7.8958$ ) es el estadígrafo que se localiza en el centro de gravedad como: Valido 8.0 (54.2%) y Válido 7.0 (18.8%), en relación con que elige esta entidad financiera por su: Rapidez en el otorgamiento del crédito. La mediana ( $Me= 8.00$ ), no supera a más de la mitad de las “n” observaciones, por lo que tiene un sesgo acentuado a la derecha. La moda ( $Mo= 8.00$ ), en la escala nominal, es la de mayor concentración de frecuencias, es decir el valor que más se repite: Válido 8.0 (54.2%), en relación con que elige esta entidad financiera por su: Rapidez en el otorgamiento del crédito.

## Anexo F: Correlaciones

		Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	¿Importancia del respaldo financiero?
Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	Correlación de Pearson	1	.137	.276	.084
	Sig. (bilateral)		.007	.000	.102
	N	384	384	384	384
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	Correlación de Pearson	.137	1	.594	.107
	Sig. (bilateral)	.007		.000	.036
	N	384	384	384	384
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	Correlación de Pearson	.276	.594	1	.252
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384
¿Importancia del respaldo financiero?	Correlación de Pearson	.084	.107	.252	1
	Sig. (bilateral)	.102	.036	.000	
	N	384	384	384	384
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	Correlación de Pearson	.026	.617	.585	.050
	Sig. (bilateral)	.606	.000	.000	.324
	N	384	384	384	384
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	Correlación de Pearson	-.027	-.018	.060	.116
	Sig. (bilateral)	.599	.722	.238	.023
	N	384	384	384	384
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	Correlación de Pearson	.118	.257	.441	.470
	Sig. (bilateral)	.021	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	Correlación de Pearson	.004	-.101	-.092	.402
	Sig. (bilateral)	.937	.048	.072	.000
	N	384	384	384	384
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	Correlación de Pearson	.306	.508	.671	.225
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384
¿Las cooperativas brindan información	Correlación de Pearson	.046	.514	.815	.210

		Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	¿Importancia del respaldo financiero?
clara y transparente?	Sig. (bilateral)	.365	.000	.000	.000

Fuente: Elaboración propia

		¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	¿Cooperativas muestran solidez financiera?	¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?
Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	Correlación de Pearson	.026	-.027	.118	.004
	Sig. (bilateral)	.606	.599	.021	.937
	N	384	384	384	384
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	Correlación de Pearson	.617	-.018	.257	-.101
	Sig. (bilateral)	.000	.722	.000	.048
	N	384	384	384	384
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	Correlación de Pearson	.585	.060	.441	-.092
	Sig. (bilateral)	.000	.238	.000	.072
	N	384	384	384	384
¿Importancia del respaldo financiero?	Correlación de Pearson	.050	.116	.470	.402
	Sig. (bilateral)	.324	.023	.000	.000
	N	384	384	384	384
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	Correlación de Pearson	1	.267	.265	.003
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.950
	N	384	384	384	384
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	Correlación de Pearson	.267	1	-.063	.308
	Sig. (bilateral)	.000		.219	.000
	N	384	384	384	384
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	Correlación de Pearson	.265	-.063	1	.166
	Sig. (bilateral)	.000	.219		.001
	N	384	384	384	384
¿Tiene conocimiento si las	Correlación de Pearson	.003	.308	.166	1

		¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	¿Cooperativas muestran solidez financiera?	¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?
cooperativas están reguladas?	Sig. (bilateral) N	.950 384	.000 384	.001 384	 384
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.448 .000 384	.171 .001 384	.348 .000 384	.129 .011 384
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.543 .000	.021 .684	.333 .000	-.085 .095

Fuente: Elaboración propia

		Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos
Es Socio (cliente) de alguna Cooperativa	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.306 .000 384	.046 .365 384	-.253 .000 384	.196 .000 384
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.508 .000 384	.514 .000 384	-.149 .003 384	.141 .006 384
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.671 .000 384	.815 .000 384	-.024 .645 384	-.055 .281 384
¿Importancia del respaldo financiero?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.225 .000 384	.210 .000 384	-.468 .000 384	-.352 .000 384
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.448 .000 384	.543 .000 384	.064 .210 384	.223 .000 384

		Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	Correlación de Pearson	.171	.021	-.029	.127
	Sig. (bilateral)	.001	.684	.572	.013
	N	384	384	384	384
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	Correlación de Pearson	.348	.333	-.253	-.133
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.009
	N	384	384	384	384
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	Correlación de Pearson	.129	-.085	-.185	-.017
	Sig. (bilateral)	.011	.095	.000	.738
	N	384	384	384	384
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	Correlación de Pearson	1	.720	-.076	-.012
	Sig. (bilateral)		.000	.137	.822
	N	384	384	384	384
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	Correlación de Pearson	.720	1	.036	-.053
	Sig. (bilateral)	.000		.478	.297
	N				

Fuente: Elaboración propia

		La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Elige esta entidad financiera por Tasa de interés
Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	Correlación de Pearson	-.074	-.084	.037	-.178
	Sig. (bilateral)	.150	.102	.469	.000
	N	384	384	384	384
¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	Correlación de Pearson	-.060	.311	.532	-.037
	Sig. (bilateral)	.241	.000	.000	.472
	N	384	384	384	384
¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	Correlación de Pearson	.057	.359	.466	-.016
	Sig. (bilateral)	.262	.000	.000	.751
	N				

	N	384	384	384	384
¿Importancia del respaldo financiero?	Correlación de Pearson	.524	.234	.301	.279
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384
¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	Correlación de Pearson	-.207	.305	.468	.170
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.001
	N	384	384	384	384
¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	Correlación de Pearson	-.092	.020	.053	.235
	Sig. (bilateral)	.071	.693	.300	.000
	N	384	384	384	384
¿Cooperativas muestran solidez financiera?	Correlación de Pearson	.212	.313	.333	.124
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.015
	N	384	384	384	384
¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	Correlación de Pearson	.132	.087	.074	.230
	Sig. (bilateral)	.009	.090	.146	.000
	N	384	384	384	384
Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	Correlación de Pearson	.051	.219	.242	-.107
	Sig. (bilateral)	.317	.000	.000	.036
	N	384	384	384	384
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	Correlación de Pearson	.032	.358	.476	.043
	Sig. (bilateral)	.535	.000	.000	.396

Fuente: Elaboración propia

		Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	¿Importancia del respaldo financiero?
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	Correlación de Pearson	-.253	-.149	-.024	-.468
	Sig. (bilateral)	.000	.003	.645	.000
	N	384	384	384	384

		Es Socio (cliente). de alguna Cooperativa	¿Importancia de la trayectoria (años) de la cooperativa de ahorro y crédito?	¿Es importante que la cooperativa sea reconocida por su comportamiento ético?	¿Importancia del respaldo financiero?
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.196 .000	.141 .006	-.055 .281	-.352 .000
	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.074 .150	-.060 .241	.057 .262	.524 .000
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.084 .102	.311 .000	.359 .000	.234 .000
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.037 .469	.532 .000	.466 .000	.301 .000
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.178 .000	-.037 .472	-.016 .751	.279 .000
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.035 .494	.336 .000	.457 .000	.408 .000
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.057 .261	.442 .000	.598 .000	.106 .037
	N	384	384	384	384

Fuente: Elaboración propia

	¿Es importante la respuesta rápida con respecto al otorgamiento de un crédito en la cooperativa?	¿Buen trato por parte de los colaboradores de la cooperativa?	¿Cooperativas muestran solidez financiera?	¿Tiene conocimiento si las cooperativas están reguladas?	
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	N	384	384	384	384

La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.064 .210	-.029 .572	-.253 .000	-.185 .000
	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.223 .000	.127 .013	-.133 .009	-.017 .738
	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.207 .000	-.092 .071	.212 .000	.132 .009
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.305 .000	.020 .693	.313 .000	.087 .090
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.468 .000	.053 .300	.333 .000	.074 .146
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.170 .001	.235 .000	.124 .015	.230 .000
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.356 .000	.257 .000	.349 .000	.070 .169
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.685 .000	.155 .002	.209 .000	.016 .750
	N	384	384	384	384

Fuente: Elaboración propia

		Cuando tiene un problema ¿La cooperativa muestra un sincero interés por resolverlo?	¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.076 .137	.036 .478	1	.150 .003
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.012 .822	-.053 .297	.150 .003	1
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.051 .317	.032 .535	-.525 .000	-.915 .000
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.219 .000	.358 .000	.011 .829	.035 .490
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.242 .000	.476 .000	-.087 .089	-.001 .977
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.107 .036	.043 .396	-.163 .001	-.100 .051
	N	384	384	384	384
	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.338 .000	.363 .000	-.333 .000	.013 .793
	N	384	384	384	384
	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.432 .000	.572 .000	.077 .131	.254 .000
	N	384	384	384	384

Fuente: Elaboración Propia

		La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Elige esta entidad financiera por Tasa de interés
¿Las cooperativas brindan información clara y transparente?	N	384	384	384	384
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito es Cooperativas de ahorro y crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-.525	.011	-.087	-.163
	N	.000	.829	.089	.001
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Bancos	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	384	384	384	384
	N	-.915	.035	-.001	-.100
La entidad financiera de su preferencia para depositar sus ahorros y obtener un crédito Cajas Municipales	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.000	.490	.977	.051
	N	384	384	384	384
Elige esta entidad financiera por Solidez financiera	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1	-.032	.037	.137
	N	.529	.529	.469	.007
Elige esta entidad financiera por Buena atención al cliente	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	384	384	384	384
	N	-.032	1	.660	.272
Elige esta entidad financiera por Tasa de interés	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.037	.660	1	.549
	N	.469	.000		.000
Elige esta entidad financiera por Pocos tramites	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	384	384	384	384
	N	.137	.272	.549	1
Elige esta entidad financiera por Rapidez en otorgamiento del crédito	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.007	.000	.000	
	N	384	384	384	384
	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.111	.568	.629	.550
	N	.030	.000	.000	.000
	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	384	384	384	384
	N	-.238	.662	.653	.312
	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384

Fuente: Elaboración Propia