

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

*ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y FINANZAS*



TESIS

**PLANEAMIENTO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA MEJORA
DE RESULTADOS EN LA CAPTACIÓN DE LOS PRODUCTOS
BANCARIOS EN CMAC PIURA SAC AGENCIA
HUÁNUCO 2017.**

**PARA ÓPTAR TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

TESISTA

Bach NARCIZO TUCTO, YISEL

ASESOR

C.P.C TOLEDO MARTINEZ, Juan Daniel

HUÁNUCO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL CONTABILIDAD Y FINANZAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 4:20 p.m. horas del día 23 del mes de Julio del año 2018, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Dr. Oscar Campos Salazar (Presidente)
Mtra. Idelia Mirta Cristobal Lobaton (Secretaria)
CPC. Nilton Alejandro Jara y Claudio (Vocal)
Nombrados mediante la Resolución N° 1081-2018-D-FCEMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "PLANEAMIENTO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA MEJORA DE RESULTADOS EN LA CAPTACIÓN DE LOS PRODUCTOS BANCARIOS EN CMAC PIURA SAC AGENCIA HUÁNUCO 2017", presentada por el (la) Bachiller **NARCIZO TUCTO, Yisel**; para optar el título Profesional de Contador Público.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) Aprobado por unanimidad con el calificativo cuantitativo de 13 (Trece) y cualitativo de supiente (Art.45).

Siendo las 5:00 p.m. horas del día 23 del mes de Julio del año 2018, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Dr. Oscar Campos Salazar
PRESIDENTE (A)


Mtra. Idelia Mirta Cristobal Lobaton
SECRETARIO (A)


CPC. Nilton Alejandro Jara y Claudio
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida, a mis padres, hermanas y en especial a mi hija Ivana Valentina por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y poder luchar para que la vida nos depara un futuro mejor, a mis compañeros, amigos presentes y pasados quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante todo este tiempo estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

AGRADECIMIENTO

- ❖ A Dios por cuidarme y protegerme durante todos estos años por darme la fuerza y voluntad para superar todo obstáculo presentado en mi vida diaria.
- ❖ A mis padres Marino y Candelaria, hermanas Lidia y Nelly por su muestra de cariño y apoyo para lograr que se haga posible mis objetivos.
- ❖ Al CPC Juan Daniel Toledo Martínez por la asesoría brindada durante todo este periodo de proyecto de investigación.

ÍNDICE

	PAG.
PORTADA	
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
INTRODUCCIÓN	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
CAPITULO I	
PROBLEMA DE LA INVESTIGACION	
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	9
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
1.3. OBJETIVO GENERAL	12
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	13
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO	
2.1. ANTECEDENTES	14
2.1.1 PLANEAMIENTO FINANCIERO	14
2.1.2 PRODUCTOS BANCARIOS	17
2.2. BASES TEÓRICAS	18
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES	29
2.4 SISTEMA DE HIPÓTESIS	31
2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL	31
2.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	31
2.5 SISTEMA DE VARIABLES	32
2.5.1 VARIABLE DEPENDIENTE	32
2.5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	32
2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (DIMENSIONES E INDICADORES)	33

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
3.1.1 ENFOQUE	34
3.1.2 ALCANCE O NIVEL	34
3.1.3 DISEÑO	35
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	35
3.2.1 POBLACIÓN	35
3.2.2 MUESTRA	36
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO PARA RECOLECCION DE DATOS	
3.3.1 LA TÉCNICAS	37
3.3.2 INSTRUMENTOS	37
3.4 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION	38

CAPITULO IV

4.1 PROCESAMIENTO DE DATOS	38
4.1.1 ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR	38
4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL	53
4.2.1 CONTRASTACIÓN HIPÓTESIS ESPECÍFICA	54

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS	57
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXOS	66
CUESTIONARIO	67
GUIA DE ENTREVISTA	68
MATRIZ DE CONSISTENCIA	70

RESUMEN

El Presente trabajo de investigación denominado “Planeamiento Financiero y su incidencia en la Mejora de resultados en la Captación de los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC Agencia Huánuco 2017” donde el problema fue ¿De qué manera incide el Planeamiento Financiero en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura SAC Agencia Huánuco? Cuyo objetivo principal fue determinar de qué manera incide el Planeamiento Financiero en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Agencia Huánuco 2017, para este trabajo se encuestaron a 30 trabajadores de la entidad financiera utilizando cuestionarios compuestos por 12 ítems de 2 a 3 opciones de respuesta, preguntas abiertas .para su procesamiento porcentual de datos se utilizó el programa Microsoft Excel. Los resultados indican que el Planeamiento Financiero incide en los Productos Bancarios, lo que nos da a entender que no se está aplicando un buen Planeamiento Financiero en la entidad financiera. Del mismo modo la Planeación, Organización y Control del Planeamiento Financiero inciden en los Productos Bancarios de la entidad financiera.se concluye señalando que los resultados obtenidos son válidos únicamente para CMAC Piura SAC Agencia Huánuco cuya función principal es mejorar en los planes en la captación de los productos bancarios para la obtención de buenos resultados.

PALABRAS CLAVE: Planeamiento Financiero, Captaciones, Operaciones Bancarias, Planeación, Organización y Control.

ABSTRACT

The present research work called "Financial Planning and its impact on the Improvement of results in the Collection of Banking Products in CMAC Piura SAC Agencia Huánuco 2017" where the problem was: How does the financial planning influence banking products in the Caja de Ahorro y Crédito Piura SAC Agencia Huánuco? The main objectives of which was to determine how financial planning affects bank products in the Piura sac Huánuco 2017 savings and loan bank, for this work 30 employees of the financial institution were surveyed using questionnaires composed of 12 items from 2 to 3 response options, open questions. For its percentage processing of data, the Microsoft Excel program was used. The results indicate that Financial Planning affects banking products, which gives us to understand that good financial planning is not being applied in the financial institution. In the same way the planning, organization and control of financial planning affect the banking product of the financial institution. It concludes by noting that the results obtained are valid only for CMAC Piura SAC Agencia Huánuco whose main function is to improve the plans in the capture of banking products to obtain good results.

KEY WORDS: Financial Planning, Deposits, Banking Operations, Planning, Organization and Control.

INTRODUCCIÓN

El Presente trabajo de investigación titulado “Planeamiento Financiero y su incidencia en la Mejora de Resultados en la Captación de los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC Agencia Huánuco 2017”, se orientó a dar interrogante a la pregunta:

¿De qué manera incide el Planeamiento Financiero en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorro y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017? En ese sentido se puso a prueba la siguiente hipótesis “El Planeamiento Financiero Incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorro y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017”.Para tal efecto el objetivo del presente trabajo de investigación fue determinar de qué manera incide el Planeamiento Financiero en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorro y Créditos Piura SAC agencia huánuco2017.

El diseño muestral empleado corresponde a una investigación no experimental en su forma de investigación descriptiva , dado a las características de las variables e indicadores propuestos en la hipótesis, bajo este contexto se elaboró un instrumento de medición dirigido a todos los trabajadores que conforman la entidad financiera de CMAC Piura SAC Agencia Huánuco.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó fuentes bibliográficas de diferentes autores nacionales e internacionales. Al momento de la realización de este proyecto de investigación se logró encontrar algunas limitaciones como falta de información bibliográfica, recursos económicos por el cual no fueron impedimento para culminar el proyecto.

Con los resultados obtenidos se llegó a la conclusión que definitivamente el Planeamiento Financiero incide en los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC Agencia Huánuco ya que con un buen plan antes de realizar alguna actividad va permitir que se pueda obtener buenos resultados, lograr objetivos propuestos por la gerencia mancomunada y obtener un mayor posicionamiento en las captaciones de los productos y servicios que ofrece Caja Piura.

CAPITULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

En la Actualidad todos los trabajadores buscamos una manera efectiva para poder lograr una mayor rentabilidad en los ingresos en las Cajas Municipales pero son muy pocas las entidades bancarias las que planifican de forma eficiente para el logro de las metas en colocaciones de créditos como también en la captación de productos de ahorros que ofrecen los diversos Bancos del departamento de Huánuco, es por ello que algunas entidades financieras se encuentran en la eterna búsqueda de una buena Planeación Financiera ya para ello cuentan con un equipo de profesionales que diariamente proponen nuevas ideas y estrategias de cómo lograr las metas que designa la Gerencia Mancomunada.

Es así que los Gerentes, Administradores y todos los colaboradores a cargo de la Entidad Bancaria necesitan aplicar técnicas, métodos, procedimientos que les permitan tomar las mejores decisiones con el objetivo de elevar al máximo valor actual de la empresa equilibrando los factores de rendimiento sobre inversión y el riesgo del mismo modo conservando la liquides de la empresa y obteniendo a la vez el máximo aprovechamiento y rendimiento de sus recursos.

Es de suma importancia recalcar que la Planeación Financiera es un arma fundamental con las que se cuentan las entidades Bancarias durante todos los procesos para una buena toma de decisiones y lograr buenos resultados esperados. También se puede decir que la planeación financiera siempre va ser necesario para garantizar la existencia futura de la entidad bancaria

A comparación de algunas Cajas Municipales que tienen un crecimiento inadecuado se gestionan de forma empírica ya que su falta de instrucción formal los limita a administrar de forma óptima y lograr ser competitivos en el campo financiero, la función de planear consiste en realizar una

mirada a cómo nos fue en el pasado de esa manera tomando conocimiento con el fin de anticiparse a situaciones nuevas que se nos presentan el cual debido a la experiencia asegura el logro de nuestras metas.

El Planeamiento Financiero no es un tema nuevo ya que desde tiempos remotos se ha venido aplicando para la obtención de diferentes objetivos en especial de las empresas ya que estos lo aplican en planificar acciones futuras para alcanzar las metas deseadas, en estos últimos tiempos todas las empresas del sector público y privado comenzaron a darse cuenta de algunos aspectos que no eran controlables como: la incertidumbre, el riesgo, la inestabilidad y un ambiente cambiante en respuesta a tales aspectos los de alta gerencia se vieron en la necesidad de recurrir al planeamiento financiero estratégico como herramienta para lograr que la rentabilidad de sus empresas no se vea afectada sino tenga buenos resultados por la aplicación de un plan financiero estratégico.

Centrándonos en la Entidad Bancaria donde se realiza este proyecto de investigación Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura S.A.C Agencia Huánuco el cual no maneja un buen sistema de Planeamiento Financiero que se pudo observar que la entidad bancaria carece de un plan estratégico financiero al momento de realizar sus actividades diarias en decir les falta planear estrategias de cómo llevar a cabo su gestión de trabajo tanto en los rubros de ahorros y créditos para lograr los buenos resultados que tienen como agencia. Otro factor importante que se pudo visualizar es la falta de Organización por parte de las áreas que conforman dicha institución financiera Ahorros-Créditos ya que no hay apoyo mutuo entre ambas áreas, Cada área se preocupa por sus intereses más no por el logro de objetivos de Caja Piura. Asimismo la falta de Control diario por parte del Administrador de agencia, Jefe de Créditos, Jefe de Plataforma de Ahorros para su respectiva supervisión y control de cómo se está llevando a cabo el trabajo diario en este caso con la captación y promoción de créditos y Ahorros a los usuarios se hace omiso ya que cada colaborador de cada área con tal de llegar a la meta asignada por la Gerencia Mancomunada no mide los riesgos que puede perjudicar a la

Agencia , otorgan créditos sin realizar una buena evaluación de créditos a los clientes, la falta de asesoría por parte de los colaboradores de La Plataforma de ahorros sobre los productos que ofrece Caja Piura, no brindan una información clara y precisa dejando con dudas a los clientes de adquirir algún producto que brinda la institución financiera. Sin duda existe una carente necesidad sobre planeación financiera puesto que las metas y objetivos no están enfocados en medir la rentabilidad de la agencia bancaria.

Es por ello que se plantea el presente trabajo de investigación titulado “Planeamiento Financiero y su incidencia en la Mejora de Resultados en la Captación de Productos Bancarios en CMAC PIURA SAC Agencia Huánuco”, con el objetivo de revertir todo esos problemas que están perjudicando a la Agencia Bancaria en el logro de captar los productos que ofrece en este caso Ahorros y Créditos para que posteriormente se realice un buen trabajo en equipo y se logre los resultados esperados a favor de Caja Piura.

1.2. Formulación del Problema

Problema General

¿De qué manera incide el Planeamiento Financiero en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017?

Problema Específicos

¿De qué manera incide la Planeación en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017?

¿De qué manera incide la Organización en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017?

¿De qué manera incide el Control en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017?

1.3. Objetivo General

Determinar de qué manera incide el Planeamiento Financiero en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

1.4. Objetivos Específicos

- Determinar de qué manera la Planeación incide en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.
- Determinar de qué manera la Organización incide en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.
- Determinar de qué manera el Control incide en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

1.5. Justificación de la Investigación

Justificación Práctica

El Presente trabajo de investigación permitió conocer las expectativas de cómo planear las estrategias financieras para el logro de las metas que nos pone la Gerencia Mancomunada mensualmente en promocionar los productos de Ahorros y Crédito en la Caja Municipal de Ahorro Piura SAC agencia Huánuco.

Justificación Teórica

Según (Gomez, 2000) La Importancia de esta investigación es conocer que la Planeación Financiera es una arma de gran importancia con que cuentan las empresas en los procesos de tomas de decisiones siendo el objetivo final establecer un plan financiero para el logro de las metas y objetivos que tiene.

Por lo que resulta importante este trabajo de investigación el cual va permitir que los productos de ahorros y créditos que se ofrecen, generen mayor rentabilidad para la institución Bancaria logrando de esa manera la

obtención de buenos resultados y ocupar un mayor posicionamiento en el departamento de Huánuco a nivel de cajas municipales.

Justificación Metodológica

En este proyecto de investigación se optó por la metodología científica de investigación, utilizando las técnicas de investigación de la encuesta y entrevista para la recopilación e información de datos necesarios para este proyecto de estudio.

1.6. Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones que suelen presentarse en la ejecución del proyecto de investigación pueden ser los que a continuación paso a detallar:

- La falta de información puede ser un impedimento que afecta el desarrollo del trabajo de investigación
- El aplicar una mala técnica en la población muestra puede perjudicar la cooperación por parte de la población para brindar la información que se necesita.

1.7. Viabilidad de la Investigación

La presente investigación es viable ya que se cuenta con las facilidades para obtener información de la entidad financiera, así como también se cuenta con los recursos materiales, humanos y financieros para desarrollar el presente trabajo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1 Planeamiento Financiero

Local

Según (Manuel, 2015) en su investigación realizada en la Universidad de Huánuco sobre la Planeación Estratégica concluye lo siguiente:

- Se determinó que la Planeación Estratégica influye en la Calidad de Servicios de la Municipalidad Provincial de Huánuco -2014, como podemos constatar en el grafico n° 07 vemos que un 49% indican que se cumplen las acciones específicas en el PEI, y el 27 % indican que si cumplen en su totalidad mientras que el 18% indica que regularmente, el 4 % manifiesta que muy poco y el 2% que no cumple en nada.

- Los funcionarios manifiestan que todas la gerencias tienen su plan individual, luego cada gerencia remite y se hace un plan mayor la realidad nos indica que esto se debería estar aplicando porque es parte de las acciones que se deben hacer, acciones que están relacionadas con el desarrollo de capacidades humanas, servicios básicos de calidad, mejorar la seguridad ciudadana, modernización de la gestión municipal desarrollo de una economía competitiva, desarrollo sostenible etc.

- Se realizó un análisis sobre el conocimiento del propósito institucional y su influencia en la calidad de los servicios de la Municipalidad Provincial de Huánuco 2014. según se observa en el grafico n° 01 , que el 64% de los funcionarios públicos de la MPHCO manifiesta que si conoce la misión de la MPHCO , sin embargo muchos de los gerentes manifestaron que tanto el planeamiento de la misión y visión no se cumple y dista mucho de la realidad actual de lo que sucede en la MPHCO, ya que finalmente las decisiones son tomadas a criterio de las autoridades de turno y no cumple a cabalidad lo que se propone en el PEI, y el 36% manifestó que no conoce esto nos da un indicador que la difusión realizada por la unidad pertinente no está cumpliendo con dar a conocer

la parte de la cultura estratégica donde se debe lograr que todos los miembros de la organización conozcan cual es la misión, visión y objetivos , del PEI, para que así todos se encaminen en una sola dirección y se logran buenos resultados.

Nacional

Según (Cordova, 2011) en su investigación realizada en la Universidad Nacional de Trujillo sobre Planeamiento Financiero Estratégico para aumentar saldo de colocaciones en CREDIJOYA de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo S.A concluye lo siguiente:

Con la implementación del planeamiento financiero estratégico en el área de Crédito CREDIJOYA de caja Trujillo Ag. Av. España, se logró incrementar el saldo de colocación en un 4% a mayo del 2011 con respecto a diciembre del 2010, pasando de S/4, 792,417.62 a S/5, 020,459.49

- El área de planificación y desarrollo de caja Trujillo busca explotar el crédito Pignoraticio tanto en la zona urbana como en la zona rural para seguir incrementando el saldo de colocación del crédito CREDIJOYA como lo ha venido haciendo de diciembre del 2008 a diciembre del 2010 creciendo en un 9% para esto ha diseñado un plan estratégico destinado a incrementar el saldo de colocación en un 15% a diciembre del 2012.
- De esa manera se pudo demostrar que haciendo uso de una buena planeación financiera si se puede lograr buenos resultados a futuro como es en el caso de Caja Trujillo que pudo incrementar su saldo en colocaciones del producto que ofrece CREDIJOYA.

Nacional

Según (Avila Velasquez, 2013) en su investigación realizada Planeamiento Estratégico del Sector Bancario Peruano en la Universidad Católica del Perú concluye en lo siguiente:

El Sector Bancario Peruano es sólido, seguro y en los últimos años ha experimentado una importante etapa de crecimiento, presentando alto potencial para continuar creciendo. Esta tendencia solo podría ser revertida si se produce una importante contracción del PBI.

El sistema bancario peruano atraviesa una etapa propicia para crecer de manera ordenada, ampliando su cobertura e impulsando la bancarización de manera rentable.

El sistema bancario peruano tiene en el uso de la tecnología unas de sus principales fortalezas, principalmente porque:

- Permite mejorar los productos y servicios, haciéndolos más sencillos y simples de entender por los clientes.
- Permite optimizar los procesos haciéndolos más eficientes, por lo tanto es posible ofrecer productos más competitivos.
- Hace posible unificar las redes de atención fuera de oficinas: cajeros automáticos y cajeros corresponsales.

El sistema bancario peruano desempeña un rol muy importante en cuanto se refiere a la responsabilidad social, debido a:

- Los bancos deciden qué proyectos financian y que proyectos no financian
- Reactiva varios sectores de la industria del país, tales como :
Construcción e inmobiliario, además consolida zonas comerciales, impulsa las inversiones en telecomunicaciones en provincia e impulsa las importaciones tecnológicas.

La coyuntura macroeconómica del país es favorable para dar continuidad al crecimiento del sector bancario peruano, pero lo cual los bancos deberán invertir y asumir un mayor riesgo, con el objeto de lograr una mayor bancarización, de manera rentable y sostenible.

El análisis del sector bancario peruano muestra que la actual crisis internacional ha afectado ligeramente el crecimiento del PBI, aunque este es sostenido, apoyado principalmente por las exportaciones de materia prima y la demanda interna, lo cual sugiere un riesgo asociado al precio de los comoditas y al sobre endeudamiento de las familias. En la actualidad, el Perú cuenta con recursos suficientes para evitar una desaceleración de la economía, ya sea a través de la política monetaria o política fiscal, debido al superávit existente

El sector bancario peruano es transparente pero no es percibido como tal, por lo cual resulta necesario simplificar sus procesos de contratación, las características de sus productos y servicios y brindar servicios ágiles y sencillos, que permitan mejorar la relación con sus clientes , lo cual deberá ser difundido adecuadamente para mejorar la percepción que se tiene de los bancos.

2.1.2 Productos Bancarios

Internacional

Según (Osorio, 2011) en su investigación realizada en la Universidad de Medellín sobre Identificación de Estrategias Financieras para la Captación de nuevos ingresos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito y consumo de transportadores Antioqueños “COOACTRA” para el año 2011 concluye en lo siguiente que:

- No se evidencian estrategias que permitan acercar a los asociados a la cooperativa.
- Los asociados manifiestan dificultades para cuando requieren los servicios de la cooperativa.
- No existen estrategias para que los asociados hagan uso de los servicios que ofrece la cooperativa.
- Las cooperativas se encuentran más restringidas en la prestación de servicios por la normatividad que les rige.
- Las cooperativas financieras son las que captan recursos de sus asociados y se encuentran vigiladas por la Superintendencia Bancaria

y las cooperativas de Ahorro y Crédito son las que solo pueden captar recursos de sus asociados y se entran vigiladas por la Superintendencia de economía solidaria.

- El ahorro es la principal herramienta que genera crecimiento, desarrollo, liquidez para satisfacer las necesidades de los asociados.
- La ejecución inmediata de las estrategias le permitirá a la cooperativa Coactar crecimiento y desarrollo para el logro de buenos resultados.

2.2. Bases Teóricas

Según (Weston, 1994) define que la Planeación Financiera: Busca mantener el equilibrio económico en todos los niveles de la empresa, está presente tanto en el área operativa como estratégica, la estructura operativa se desarrolla en función a la implicación con la estrategia, en otras palabras la planeación financiera define el rubro que tiene que seguir una organización para alcanzar sus objetivos estratégicos mediante un accionar armónico de todos sus integrantes.

El proceso de la Planeación Financiera es uno de los aspectos más importantes de las operaciones y subsistencias de una empresa ,puesto que aporta una guía para la orientación , coordinación y control de sus actividades para poder realizar sus objetivos , hoy en día los directivos o planeadores financieros de las empresas deben realizar una correcta planeación financiera y apoyarse de ciertas herramientas como los presupuestos que les permitirían poder solucionar muchos problemas que se viven día a día en las organizaciones de la actualidad.

Según (Lawrence J, 1994) la Planeación Financiera influye en las operaciones de las empresas debido a que facilita rutas que guían, coordinan y controlan las acciones para lograr sus objetivos organizacionales.

Según (Slocum, 1998), señala que Las Necesidades de la Planeación Financiera es un proceso formal de:

1. Seleccionar la misión y las metas generales de una organización tanto cortó como a largo plazo.

2. Determinar metas divisionales, departamentales e incluso individuales basadas en las metas organizacionales.
3. Elegir estrategias y tácticas para el cumplimiento de esas metas.
4. asignar recursos (personas, dinero, equipo e instalaciones) para el cumplimiento de dichas metas.

Naturaleza de la Planeación

Es evidente que la Planeación es un proceso de toma de decisiones, pero es igualmente claro que la toma de decisiones no siempre equivale a la planeación. Sin embargo son menos obvias las características que se hacen de la planeación una clase especial de toma de decisiones en peculiar en tres sentidos:

- La Planeación es algo que hacemos antes de efectuar una acción es decir es una toma de decisiones anticipada, es un proceso de decidir lo que se va hacer y cómo se va realizar antes de lo que se necesite actuar.
- La Planeación es necesaria cuando el hecho futuro que deseamos implica un conjunto de decisiones interdependientes, esto es un sistema de decisiones .Un conjunto de decisiones forma un sistema si el efecto de cada decisión sobre los resultados del conjunto depende de una o más decisiones restantes.
- La Planeación es un proceso que se dirige hacia la producción de uno o más estados futuros deseados y que no es probable que ocurran a menos que se haga algo al respecto.

Dirección Estratégica

La estrategia de una organización consiste en los movimientos y enfoques que diseña la gerencia para conseguir que la organización tenga excelentes resultados, en efecto la estrategia es el plan de actuación que tiene la dirección para el negocio, los directivos desarrollan estrategias que los guíen para saber cómo dirige una organización su negocio y como lograra los objetivos que persigue.

Tareas de la Dirección Estratégica

La función de los directivos de formular e implementar estrategias consta de cinco componentes relacionados entre sí:

1. Desarrollar un concepto del negocio y formar una visión de hacia donde se necesita dirigir la organización, en realidad se trata de infundir en la organización un sentido de finalidad proporcionando una dirección a largo plazo y estableciendo una misión.
2. Transformar la misión en objetivos específicos de resultados , los objetivos son de dos tipos:
Financieros: que son necesarios debido a que es crucial contar con el resultado financiero aceptable para conservar la vitalidad y el bienestar de la organización.-objetivos
Estratégicos: que se requieren para proporcionar una dirección consistente que fortalezca la posición empresarial general de una empresa.
3. Elaborar una estrategia que logre el resultado planeado.
4. Implementar y poner en práctica la estrategia seleccionada de manera eficiente y eficaz.
5. Evaluar el resultado, revisar la situación e iniciar ajustes correctivos de la misión, los objetivos, la estrategia o la implementación en relación con la experiencia real.

Según (Weston, 1994)La Planeación Financiera es:

Una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos y metas, económicas y financieras por alcanzar tomando en cuenta los medios que se tiene y los que se requieren para lograrlo. Implica la elaboración de proyecciones de ventas, ingresos y activos tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia y posteriormente decidiendo como serán satisfechos los requerimientos financieros pronosticados, en el proceso de administración financiera los administradores deben evaluar los planes e identificar aquellos cambios en las operaciones que mejorarían los resultados.

Procesos y Logros de la Planeación Financiera

El proceso de la Planeación Financiera inicia con los planes financieros a largo plazo o estratégicos, los cuales conducen a la formulación de planes operativos y presupuestos a corto plazo .En términos generales dichos planes a corto plazo y presupuesto son guías operacionales para alcanzar los objetivos estratégicos a largo plazo de la empresa.

En ese sentido el proceso de planeación financiera lograra:

-Integraciones: El plan financiero tiene que mostrar explícitamente los vínculos entre las propuestas de inversión para las diferentes actividades operativas de la empresa y las opciones de financiamiento disponibles .Si la empresa está planeando crecer y realizar nuevas inversiones y proyectos.

-Opciones: El plan financiero proporcionara la oportunidad para que la empresa desarrolle, analice, y compare múltiples escenarios de una forma consistente.

-Prevención de sorpresas: La planeación financiera debe identificar lo que le puede suceder a la empresa si se producen diferentes acontecimientos.

-Factibilidad y consistencia interna: Más a allá del objetivo general de crear valor la empresa tendrá normalmente una gran variedad de metas específicas.

Importancia de la Planeación Financiera:

- La Planeación comprende seleccionar misiones y objetivos y las acciones para alcanzarlos, se requiere tomar decisiones es decir seleccionar entre cursos de acciones futuros alternativos, por lo tanto los planes proporcionan un enfoque racional a objetivos preseleccionados.
- La Planeación Financiera es la brecha existente entre donde se está y donde se quiere llegar. Hace posible que ocurran cosas que de lo contrario no ocurrirían, la planeación financiera en un proceso intelectualmente exigente ya que se requiere determinar de forma consciente cursos de acción y basar las decisiones con el propósito, el conocimiento y estimaciones consideradas
- La Planeación Financiera es un arma de gran importancia con que cuentan las organizaciones en los procesos de tomas de decisiones. Por esta razón las empresas se toman muy en serio esta herramienta y le dedican abundantes recursos, ya que permite plantearse metas a cumplirse.

Además los planes financieros son necesarios para apoyar la planificación de la inversión y las decisiones financieras futuras de la empresa.

Sin algún tipo de plan financiero, la empresa se podría ver perdida en un entorno de cambios e incertidumbres y sin un objetivo que guie el desarrollo de sus actividades.

Fases de la Planeación Financiera

Es un procedimiento de tres fases para decidir qué acciones se deben realizar en lo futuro para lograr los objetivos trazados.

- Planear lo que se quiere hacer
- Llevar a cabo lo planeado
- verificar la eficiencia como se hizo

Planeación

Para planear lo que se quiere hacer se tiene que determinar los objetivos y los cursos de acción que han de tomarse, seleccionando y evaluando cual será la mejor opción para el logro de objetivos propuestos bajo que políticas de empresa, con que procedimientos y bajo qué programas, lo relacionado con los productos, personal, estructura financiera, condiciones de planta y equipo. Considerando el entorno económico y financiero en que vive la empresa.

Una buena planeación emana por lo menos los niveles intermedios (mandos intermedios) con la participación de todas las personas que ejerzan supervisión, lo que motivara al personal para el logro de objetivos pues de esta forma los objetivos que se fijan son propios de ellos y no impuestos por la dirección.

Organización, Ejecución y Dirección

Para llevar a cabo lo planeado se requiere organización, ejecución y dirección. La organización es un requisito indispensable en el proceso presupuestado que conceptualmente identifica y enumera las actividades que se requieren para lograr los objetivos de la empresa.

Existiendo una buena organización se requiere ejecución por parte de los miembros del grupo para que lleven sus tareas con entusiasmo, la ejecución incluye una buena política del personal: reclutamiento, selección, adiestramiento, promoción, planes de beneficio, retiro e incentivos así como la facilidad con que contara cada cual para el desempeño de sus funciones.

CONTROL

Para verificar la eficiencia de como se hizo se requiere el control de las actividades para saber si se está realizando las acciones (cuando, donde, como) de acuerdo con los planes. Para ejercer un buen control se requiere

evaluar los resultados comparándolos con patrones y modelos establecidos previamente de manera que se tomen decisiones correctivas cuando surja cualquier variación o discrepancia con el fin de minimizar hasta donde sean posible las desviaciones entre lo que se intenta obtener y lo que está obteniendo.

Para llevar a cabo la Planeación Financiera es muy importante el control financiero ya que es la fase en la cual se implementan los planes financieros, el control se trata de un proceso de retroalimentación y ajuste que se requiere para garantizar la adherencia a los planes y la oportuna modificación de los mismos debida a cambios imprevistos.

Según (Weston, 1994) los Objetivos de la Planeación Financiera son:

- El objetivo final de un plan financiero es detallar y describir las tácticas financieras de la empresa. Además hacen previsiones del futuro basadas en los diferentes estados contables y financieros de las mismas.
- Los objetivos del plan financiero pretenden metas (posibles y óptimas) que puedan ser evaluadas con posterioridad

Productos Bancarios

Según (SAC, 2005) define que los Productos Bancarios son los que se detalla a continuación:

● **Productos Pasivos:** Se entiende como producto pasivo bancario a todos aquellos en los que la entidad financiera es deudor del cliente y por lo tanto la entidad debe anotar en sus libros en la parte de acreedores, el pasivo de un banco se incluyen su capital (préstamo sin fecha de vencimiento de sus accionistas) y sus recursos captados de terceros(ya sean clientes u otros bancos) dentro de los productos pasivos encontramos lo siguiente:

- Cuentas corrientes
- Cuentas a Plazo fijo
- Cuentas CTS.

Tipos de cuentas de ahorros

Cuentas Corrientes: Cuenta que permite al cliente a efectuar las operaciones propias de movimientos de sus fondos, depósitos, retiros, de manera personal mediante la presentación y uso de la tarjeta de débito Piura Cash Visa, que se

le entregara para tal efecto y la acreditación de su identidad mediante la presentación de su documento de identidad vigente y en buen estado de conservación. Los depósitos en estas cuentas pueden ser realizadas también por terceras personas siempre y cuando indiquen el número de la cuenta de ahorro.

Cuenta de Remuneraciones: Son aquellas cuentas en las que el titular recibe el pago de sus haberes por parte de su empleador, para lo cual deberá solicitar la apertura de dichas cuentas por escrito y posteriormente deberá presentar la “Declaración Jurada de Exoneración de ITF”

Cuentas de Pensiones Alimenticias: Son aquellas que se abren para fines de manutención, debidamente autorizadas por el poder judicial, para lo cual se debe acercarse a abrir la cuenta el padre, madre, el tutor solicitar la apertura de dichas cuentas por escrito. Una característica importante de estas cuentas es que están exoneradas del ITF por lo que no se necesita ingresar declaración jurada, el sistema las reconoce como exoneradas por su naturaleza, estas cuentas pueden abrirse con saldo cero.

Cuentas de desembolso de créditos: Son aquellas que son utilizadas para los abonos por desembolso de créditos.

Marco Legal

La cuenta de ahorro de la CMAC PIURA SAC se rige por las siguientes normas:

- Ley N°26702: “Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros”.
- Decreto Supremo N° 157-90-EF, “Ley de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito”.
- Ley N° 30607 “Ley que Modifica y Fortalece el Funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Créditos.
- Resolución SBS N° 8181-2012 Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero.

Requisitos para abrir Cuentas de Ahorro

Persona natural

- Documento Nacional de Identidad (DNI), vigente para los ciudadanos peruanos o carnet de extranjería vigente para los ciudadanos extranjeros residentes en Perú.

- Llenar y firmar el formato información de ingreso de clientes “formulario de información básica del cliente.

Persona jurídica

- Documento Nacional de Identidad de los Representantes Legales.
- Vigencia Poder actualizada de Registros Públicos no mayor a 10 días.
- Testimonio de Constitución de Empresa.
- Ficha Ruc Activo.
- Recibo de luz.

Cuentas de ahorro a plazo fijo: Son depósitos dinerarios constituidos a determinado plazo, los cuales están representados por el documento de la cuenta de ahorro a plazo fijo, no negociable. Es una cuenta de ahorro donde podrá incrementarse o reducirse mediante depósitos o retiros realizados parciales, estas cuentas son el principal instrumento de ahorro utilizado por los clientes que depositan su dinero durante un periodo de tiempo pactado y cuyo tipo de interés se conoce de forma explícita al inicio de la inversión.

El tiempo abarca desde 31 días hasta 1080 días, interés que se calcula de acuerdo a tarifario vigente.

Operaciones con la cuenta ahorro plazo fijo

-Incremento de capital: Estas imposiciones de dinero serán permitidas en cualquier momento del plazo contratado considerando la asignación de una TEA al capital total (Existente Ingresado) por el plazo contratado y por el % de capital que se asumirá sin afectar la fecha de vencimiento.

-Retiro de capital: Solo serán permitidos cuando se refieran a retiros programados productos de afectación de capital para completar la mensualidad que le cliente ha seleccionado, no permitiendo retiros de capital a solicitud del cliente fuera de estos casos. En tal sentido si un cliente desea disponer de un importe mayor de su capital se tendría que cancelar el plazo fijo.

Marco Legal

La cuenta de ahorro a Plazo fijo de la CMAC PIURA SAC se rige por las siguientes normas:

- Ley N°26702: “Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros”.

- Decreto Supremo N° 157-90-EF, “Ley de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito”.
- Ley N° 30607 “Ley que Modifica y Fortalece el Funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Créditos.
- Resolución SBS N° 8181-2012 Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero.

Cuentas de Ahorros CTS: Son depósitos que están representados por una cuenta de CTS, cuenta donde se controlan los depósitos, retiros, abono de intereses, saldo total y saldo de libre disponibilidad. Los cts. Es el beneficio social de previsión de las contingencias que origina el cese en el trabajo. La Cts. se devenga desde el primer mes de iniciado el vínculo laboral y se deposita semestralmente o en la oportunidad que establezcan las normas legales sobre el particular en la institución elegida por el trabajador, efectuada el depósito queda cumplida y pagada la obligación.

La capitalización de intereses de los diferentes depósitos por Compensación de Tiempo de servicios será diaria de acuerdo a lo establecido por la Superintendencia de Banca y Seguros.

Marco Legal

La cuenta de CTS de la CMAC PIURA SAC se rige por las siguientes normas:

- Decreto Legislativo N° 650, Ley de Compensación de Tiempo de Servicios.
- Decreto Supremo N° 001-97-TR “Texto Único Ordenado de la Ley de Compensación de Tiempo de Servicios”.
- Decreto Supremo N° 157-90-EF, “Ley de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito”.
- Ley N° 30607 “Ley que Modifica y Fortalece el Funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Créditos.
- Resolución SBS N° 8181-2012 Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero.
- Oficio Circular N° 7724-97 “Obligaciones de las Empresas del Sistema Financiero a captar Depósitos de CTS”.

Requisitos para abrir cuentas CTS

El trabajador debe acercarse a cualquier agencia u oficina de CMAC Piura SAC para abrir su cuenta de CTS. Portando los siguientes requisitos:

- Solicitud de apertura de cuenta presentada por el empleador
- Documento Oficial de Identidad.

Productos Activos

Según (SAC, 2005) define que los Productos Activos son como se detalla a continuación.

• **Créditos:** Es una concesión de un préstamo por parte de la entidad financiera que está disponible en la cuenta del cliente , se concede por un importe establecido y se dispone la cliente cobrándoles diferentes tipo de intereses según haga uso del crédito , es decir el cliente pagara un tipo de interés por el capital dispuesto.

El cliente puede libremente ir disponiendo del capital concedido y disponible en cuenta e ir realizando devoluciones totales o parciales del capital dispuesto pagando intereses por el tiempo transcurrido desde la disposición.

Tipos de Créditos

Créditos Empresariales: Es una solución versátil que se ajusta a las necesidades particulares de los empresarios de los distintos sectores de la economía, permite financiar las necesidades del capital de trabajo a través de programas de crédito para adquisición o mejoras tecnológicas.

También es una modalidad, un servicio, una herramienta dentro del mundo económico que se da siempre entre dos organizaciones o personas involucradas.

Requisitos:

- Ser mayor de edad máximo 65 años
- Tener negocio propio
- Mínimo seis meses de experiencia en el negocio
- Máximo endeudamiento con tres IFIS
- No estar criticado el sistema financiero
- Documentación sustenta torio del negocio

Procedimiento de la Captación de Créditos

Promocionar: Consiste en obtener medios y recursos publicitarios, volantes, tarjetas de presentación, avisos en medios de comunicación masiva toda

información relevante a los productos y servicios que ofrece la entidad financiera.

Identificar: Consiste en conocer los productos o servicios crediticios que ofrece la entidad financiera, con la finalidad de brindar una adecuada explicación de los beneficios, ventajas sobre los diferentes productos al público en general, este procedimiento permite captar a clientes potenciales realizando una buena promoción e identificación respectiva al cliente.

Evaluar: Consiste en identificar todas las características necesarias del cliente para evitar suplantaciones, es decir se debe buscar información del cliente para otorgar un crédito de manera profesional y evitar errores que puedan perjudicar a la entidad bancaria.

Verificar: Consiste en recopilar una información verídica con los antecedentes crediticios que posee el cliente ya sea en las centrales de riesgos de la SBS, SUNAT, etc.

Créditos Personales: Un préstamo personal es un contrato por el que la entidad financiera adelanta una cantidad de dinero (principal) a otra persona llamada prestatario, con la obligación que devuelva el principal y abone además los intereses pactados y los gastos derivados de la operación.

Este tipo de crédito está destinado a profesionales que dependen de un puesto de trabajo ya sea para el sector público o privado.

Requisitos de créditos personales

- Ingreso familiar mínimo de S/930 soles mensuales
- Domicilio estable
- Documento Oficial de Identidad
- Original y copia de las últimas boletas de pago
- Continuidad laboral por lo mínimo seis meses

Créditos Hipotecarios: Es un crédito cuya finalidad es la financiación principalmente de la vivienda pero que también puede ser objeto de financiación de otras finalidades como locales comerciales, terrenos, construcción etc., la característica principal que los diferencia de los otros

prestamos es que existe una garantía adicional sobre la cantidad prestada, dicha garantía es el inmueble que se está hipotecando y que está registrado bajo escritura pública en el registro de la propiedad. El inmueble sirve para la entidad bancaria como garantía para cubrir la deuda en caso de impago, teniendo el derecho de poder ejecutar la venta en subasta pública para recuperar el capital pendiente de pago.

Requisitos de Créditos Hipotecarios

- Recibo de servicios: agua, luz
- Documento oficial de identidad del solicitante
- Disponer de ingresos permanentes suficientes que aseguren el reintegro del crédito en los plazos y condiciones pactadas.
- La vivienda a financiar debe de ser de preferencia de primera venta y libre de carga y gravámenes.
- Documentación que acredite la propiedad de la vivienda o terreno que deseas adquirir, construir o mejorar.

2.3. Definiciones Conceptuales

Ahorros: Es la acción de ahorras (guardar dinero para el futuro, reservar parte del gasto ordinario o evitar un gasto o consumo mayor. Por lo tanto el ahorro es la diferencia que existe en el ingreso disponible y el gasto efectuado.

Control: Es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización, usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz y tomar acciones correctivas cuando sea necesario. Es unas de las principales actividades dentro de las organizaciones.

Crédito: Es una operación financiera en la que una persona (el acreedor) realiza un préstamo por una cantidad determinada de dinero a otra persona (deudor) y en la que este último el deudor se compromete a devolver la cantidad solicitada (además del pago de intereses devengados, seguros y

costos asociados si los hubiera) en el tiempo o plazo definido de acuerdo a las condiciones establecidas para dicho préstamo.

CMAC: Caja Municipal de Ahorro y Créditos, es una institución del sistema financiero que capta recursos del público, cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento preferentemente a las pequeñas y microempresas.

Captación de productos de ahorros: Es un proceso mediante el cual el sistema financiero recoge recursos del público ahorrador y los utiliza como fuente del mercado financiero, en este caso son todos los recursos que se obtiene por la promoción que se realiza mediante cuentas de ahorro, plazo fijo, cts., etc., que conforman los pasivos en el sistema bancario e incluyen recursos en moneda nacional y extranjera.

Metas: Es un resultado deseado que una persona o un sistema imagina, planea y se compromete a lograr: un punto final deseado personalmente en una organización en algún desarrollo asumido.

Organización: Es un sistema social formado con el fin de alcanzar un mismo objetivo en común, esta organización solo puede funcionar y ser real si entre las personas que lo conforman existe la comunicación y la intención de actuar coordinadamente hacia las metas u objetivos a cumplir.

Objetivos: Es el resultado de una meta o un propósito alcanzado, el objetivo es una de las instancias fundamentales en un proceso de planificación y se plantea de manera abstracta en ese principio pero luego pueden concretarse con la realidad según si el proceso de realización ha sido.

Planeación: Es la acción de la elaboración de estrategias que permiten alcanzar una meta ya establecida, para que esto se pueda llevar a cabo se requieren de varios elementos, primero se debe comprender y analizar una cosa o situación en específica para luego pasar a definir los objetivos.

Planeación Financiera Estratégica: Es un proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado con el objetivo de modelar y remodelar los negocios y productos de la empresa.

Planear: Significa establecer las líneas fundamentales de un proyecto que es una de las etapas más importantes del proceso constructivo cualquiera sea la actividad de que se trate, planear implica diseñar y determinar las bases de un plan con el fin de alcanzar una meta propuesta.

Plan financiero: Es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usaran para alcanzarlos, la colocación de metas etc.

Promoción de ahorros y créditos: Viene a ser una utilidad que las entidades bancarias emplean para dar a conocer sus productos o servicios a manera de información clara, precisa, concisa.

2.4 Sistema de Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

El Planeamiento Financiero incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- La Planeación incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

- La Organización incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

- El Control incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

2.5 Sistema de Variables

2.5.1 Variable Independiente

Planeación Financiera

2.5.1 Variable Dependiente

Productos Bancarios

2.6 Operacionalización de Variables (dimensiones e indicadores)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
PLANEAMIENTO FINANCIERO	PLANEACIÓN	Objetivos	¿Cumple Ud. con llegar al logro de metas y objetivos que se le asigna en la captación de los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC?
		Ejecución	¿Cumple Ud. con ejecutar y brindar un buen asesoramiento a los clientes de Créditos para mejorar la captación de los Productos Bancarios?
	ORGANIZACIÓN	Empresa	¿Cumple Ud. con planear en como brindar un buen asesoramiento a los clientes de Ahorros para mejorar en la captación de los Productos Bancarios en beneficio de la empresa?
		Personal	¿Cumple Ud. con capacitarse constantemente sobre los Productos Bancarios que ofrece la empresa para la obtención de buenos resultados?
	CONTROL	Verificación	¿Cree Ud. que sus colegas de trabajo vienen laborando en equipo, todos verificando que se haga un buen trabajo a un mismo ritmo para el logro de objetivos en la captación de los Productos Bancarios?
		Evaluación	¿Cree Ud. que en la empresa te brinda todo los instrumentos necesarios para realizar una buena evaluación para el otorgamiento y captación de Productos Bancarios?
PRODUCTOS BANCARIOS	AHORROS	Ahorros Plazo Fijo	¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de los productos de Ahorro a Plazo Fijo?
		Ahorros Corrientes	¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de los productos de Ahorros Corrientes?
		Ahorros CTS.	¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de los productos de Ahorros de CTS?
	CREDITOS	Créditos Empresariales	¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de Créditos Empresariales?
		Créditos de Consumo	¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de Créditos de Consumo?
		Créditos Hipotecarios	¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de Créditos Hipotecarios?

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación será de tipo Aplicada, Según (Bisquerra, 1989) está encaminada a la resolución de problemas prácticos, con un margen de generalización limitado.

3.1.1 Enfoque

Según (Hernandez Sampieri, 2010) señala: “El Enfoque CUALITATIVO es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir “pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica .de las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables ;se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis.

3.1.2 Alcance o Nivel

Con respecto al Alcance o Nivel (Hernandez Sampieri, 2010) señalan:

“Los estudios descriptivos “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas.

Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

3.1.3 Diseño

Según (Hernandez Sampieri, pág. 128) señalan:

Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento.

Según (Hernandez Sampieri, pág. 154) señalan:

Los diseños de investigación no experimentales de tipo transversal son investigaciones donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

El diseño empleado corresponde a una investigación no experimental de tipo transversal, en su forma de investigación descriptiva que se utilizó para el desarrollo de la investigación con dos variables.

3.2 Población y Muestra

3.21 Población

Según (Tamayo, 1997) define que la Población es la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

La Población que se consideró en el presente trabajo de investigación, lo constituyen los trabajadores de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco y sus oficinas especiales en las Provincias de Huánuco.

Cuadro N°01

Número de Trabajadores de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco. Trabajadores de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco

N°	DETALLE	N° Empleados
1	Administrador de Agencia	01
2	Sub Jefe de Créditos	03
3	Asesores de Créditos	12
4	Practicantes de Créditos	03
5	Asesor del área Legal	01
6	Supervisor de Ahorros	01
7	Supervisor de Servicios Financieros	01
8	Asesores de Servicios Financieros	08
	Total	30

Fuente : CMAC Piura SAC Ag. Huánuco.
Elaborador por: Cuenta Propia

Muestra

Según (Tamayo, 1997) la Muestra es la que puede determinar la problemática ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso.

La Muestra es el subconjunto de la población, que lo constituyeron los trabajadores de la entidad financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura SAC Ag. Huánuco. El tipo de muestra para la presente investigación es no probabilístico.

Cuadro N°02

Número de Trabajadores de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco.

Trabajadores de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco

N°	DETALLE	N° Empleados
1	Administrador de Agencia	01
2	Sub Jefe de Créditos	03
3	Asesores de Créditos	12
4	Practicantes de Créditos	03
5	Asesor del área Legal	01
6	Supervisor de Ahorros	01
7	Supervisor de Servicios Financieros	01
8	Asesores de Servicios Financieros	08
	Total	30

Fuente : CMAC Piura SAC Ag. Huánuco.

Elaborador por: Cuenta Propia

La muestra seleccionada son 30 trabajadores de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco ya que son quienes forman parte y cumplen labores, tareas, funciones relacionadas al objeto de la investigación.

3.3 Técnicas e instrumento para recolección de datos

3.3.1 Las Técnicas

a) La encuesta: Por medio de esta técnica se realizaran las encuestas a través de preguntas por escrito a los trabajadores de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco sobre el Planeamiento Financiero y su Incidencia en la Mejora de Resultados de los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC Ag. Huánuco, periodo 2017.

b) La entrevista: Por medio de esta técnica se realizaran la entrevista a través de preguntas y respuesta oral y escrita al administrador de CMAC Piura SAC Ag. Huánuco sobre el Planeamiento Financiero y su Incidencia en la Mejora de Resultados de los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC Ag. Huánuco, periodo 2017.

3.3.2 Instrumentos

a) **El cuestionario:** A través de formatos estructurados con preguntas cerradas y de escala se aplicaran dos cuestionarios a las muestras objeto de estudio (primer y segundo sub grupo respectivamente) sobre el Planeamiento Financiero y su Incidencia en la Mejora de Resultados de los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC Ag. Huánuco, periodo 2017.

b) **Guía de entrevista:** A través de conversaciones se entrevistara al Administrador de CMAC Piura SAC usando formatos estructurados con preguntas abiertas sobre Planeamiento Financiero y su Incidencia en la Mejora de Resultados de los Productos Bancarios en CMAC Piura SAC Ag. Huánuco, periodo 2017.

3.4 Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de un cuestionario. El procesamiento de datos se realizó de manera automatizada empleando los siguientes programas.

Cuadros Estadísticos: el cuadro estadístico es el arreglo ordenado, de filas y columnas de datos estadísticos o características relacionadas, con el objeto de ofrecer información estadística de fácil lectura, comparación e interpretación.

Microsoft Excel: Microsoft Excel es una aplicación distribuida por la suite de oficina Microsoft Office, que se caracteriza por ser un software de hojas de cálculo, utilizando las tareas financieras y contables.

Microsoft Word: Es una aplicación informática orientada al procesamiento de textos.

POWER Point: programa para la formulación de la presentación y exposición del trabajo final.

CAPITULO IV

4.1 Procesamiento de datos

CUADRO N° 01

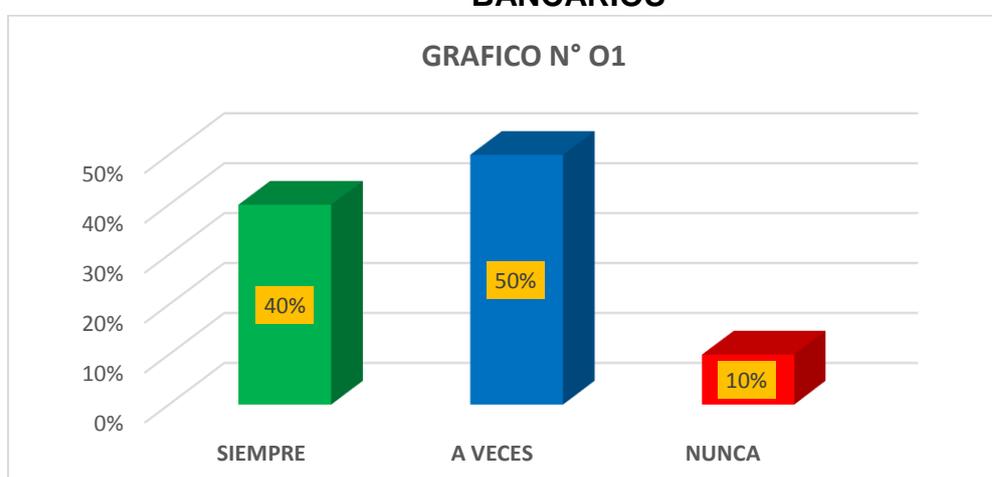
LOGRO DE METAS Y OBJETIVOS EN LA CAPTACION PRODUCTOS BANCARIOS

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	12	40%	40%
2	A VECES	15	50%	90%
3	NUNCA	3	10%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

LOGRO DE METAS Y OBJETIVOS EN LA CAPTACION PRODUCTOS BANCARIOS



Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

Análisis:

A la pregunta ¿Cumple Ud. con llegar al logro de metas y objetivos que se le asigna en la captación de los productos Bancarios en CMAC Piura SAC?, se observa que el 40% respondieron que Siempre, el 50 % respondieron A veces y el 10% Nunca.

Interpretación:

De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 40% encuestados logran siempre las metas y objetivos que se le son asignadas, también se observa que 50% encuestados logran sus objetivos algunas veces por falta de presión en el trabajo, sin embargo 10% de los encuestados no llegan a su metas y objetivos por falta de interés al trabajo y promoción de los productos bancarios.

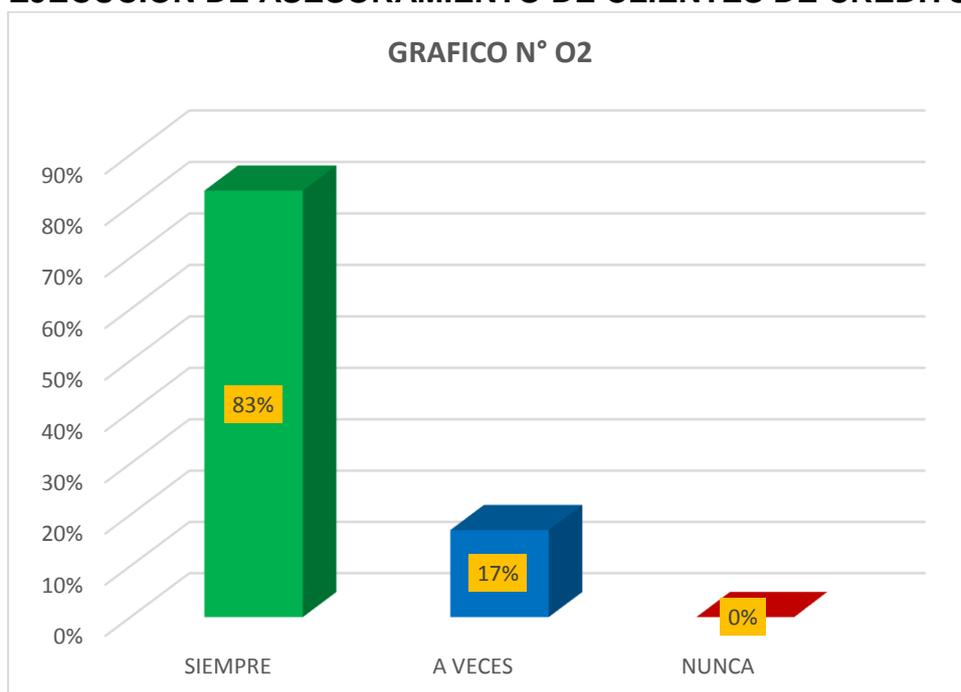
CUADRO N° 02
EJECUCION DE ASESORAMIENTO DE CLIENTES DE CREDITOS

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	25	83%	83%
2	A VECES	5	17%	100%
3	NUNCA	0	0%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

EJECUCION DE ASESORAMIENTO DE CLIENTES DE CREDITOS



Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con ejecutar y brindar un buen asesoramiento a los clientes de Créditos para mejorar la captación de los Productos Bancarios? Se observa que el 83% respondieron que Siempre, el 17% A veces y el 0% Nunca

Interpretación:

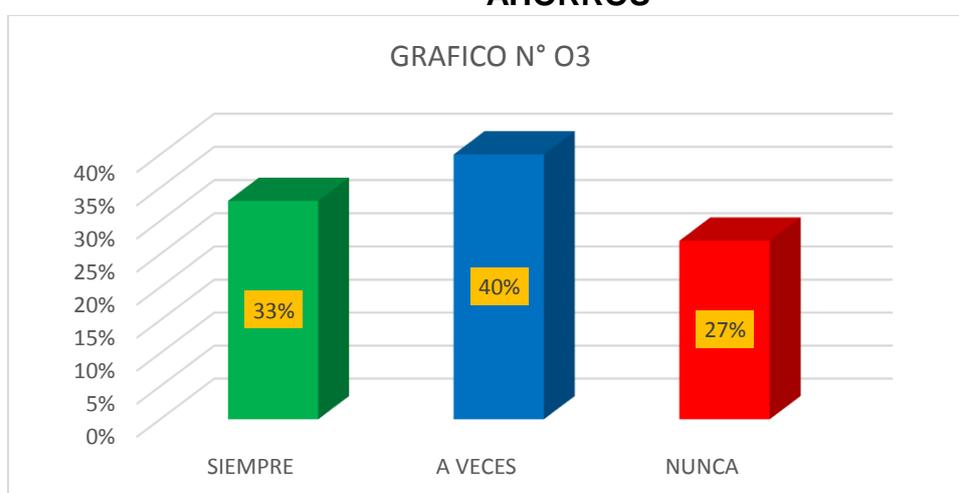
De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 83% encuestados ejecutan y brindan a la perfección un buen asesoramiento a los clientes de créditos, también se observa que 17% encuestados no brindan la asesoría correcta a los clientes de créditos debido a la falta de empeño por la captación de los productos bancarios.

CUADRO N° 03
PLANEACION DE UN BUEN ASESORAMIENTO A LOS CLIENTES DE AHORROS

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	10	33%	33%
2	A VECES	12	40%	73%
3	NUNCA	8	27%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

PLANEACION DE UN BUEN ASESORAMIENTO A LOS CLIENTES DE AHORROS



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con planear de cómo brindar un buen asesoramiento a los clientes de Ahorros para mejorar en la captación de los Productos Bancarios en beneficio de la empresa? Se observa que el 33% respondieron que Siempre, el 40 % A veces y el 27% Nunca.

Interpretación:

De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 33% encuestados planean como brindar un asesoramiento de calidad a los clientes de ahorros, también se observa que 40% encuestados planean de vez en cuando como asesorar a un cliente de ahorros debido a que son asesores de créditos y están pendiente de su área sin embargo 27% encuestados no planean como asesorar a un cliente de ahorros debido a que desconocen algunos los productos de ahorros por falta de capacitación al personal ,que ofrece CMAC Piura SAC Ag Huánuco.

CUADRO N° 04

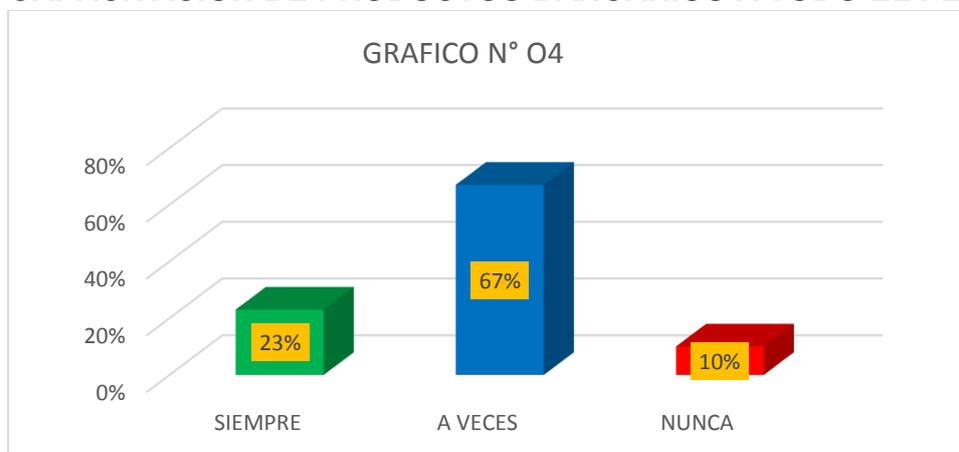
CAPACITACION DE PRODUCTOS BANCARIOS A TODO EL PERSONAL

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	7	23%	23%
2	A VECES	20	67%	90%
3	NUNCA	3	10%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

CAPACITACION DE PRODUCTOS BANCARIOS A TODO EL PERSONAL



Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con capacitarse constantemente sobre los Productos Bancarios que ofrece la empresa para la obtención de buenos resultados? Se observa que el 23% respondieron que Siempre, el 67 % A veces y el 10% Nunca.

Interpretación:

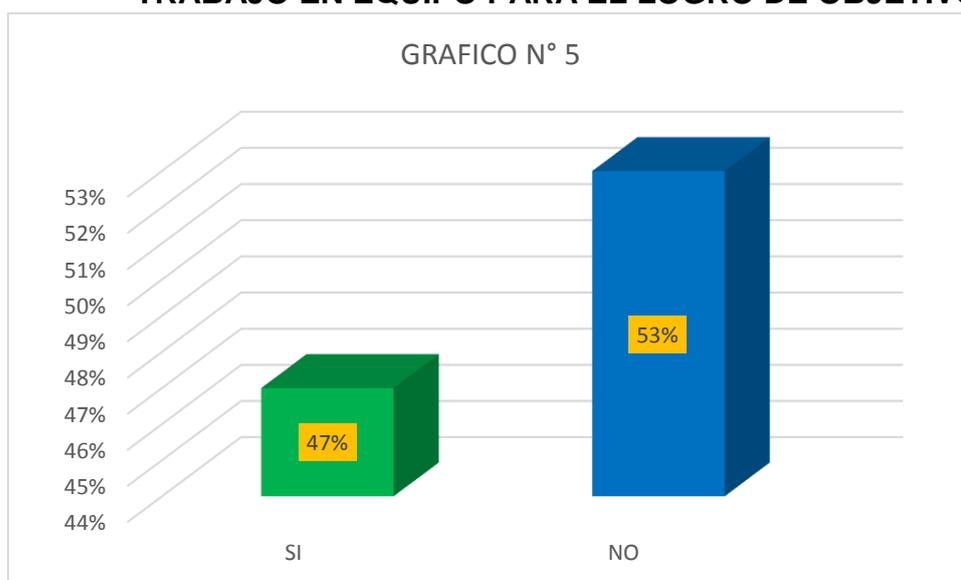
De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 23 encuestados se capacitan constantemente en los productos bancarios que ofrece CMAC Piura SAC, también se observa que 67% encuestados se capacitan de vez en cuando en los productos bancarios que ofrece CMAC Piura SAC desconociendo algunas políticas y procedimientos debido a la falta de tiempo y falta de personal sin embargo 10% encuestados no recibe capacitación debido a q que son practicantes de créditos y su capacitación se da solo una vez al ingresar a laborar por falta de presupuesto.

CUADRO N° 05
TRABAJO EN EQUIPO PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SI	14	47%	47%
2	NO	16	53%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

TRABAJO EN EQUIPO PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cree Ud. que sus colegas de trabajo vienen laborando en equipo, todos verificando que se haga un buen trabajo a un mismo ritmo para el logro de objetivos en la captación de los Productos Bancarios? Se observa que el 47% de los encuestados respondieron que Si, el 53 % respondieron que No.

Interpretación:

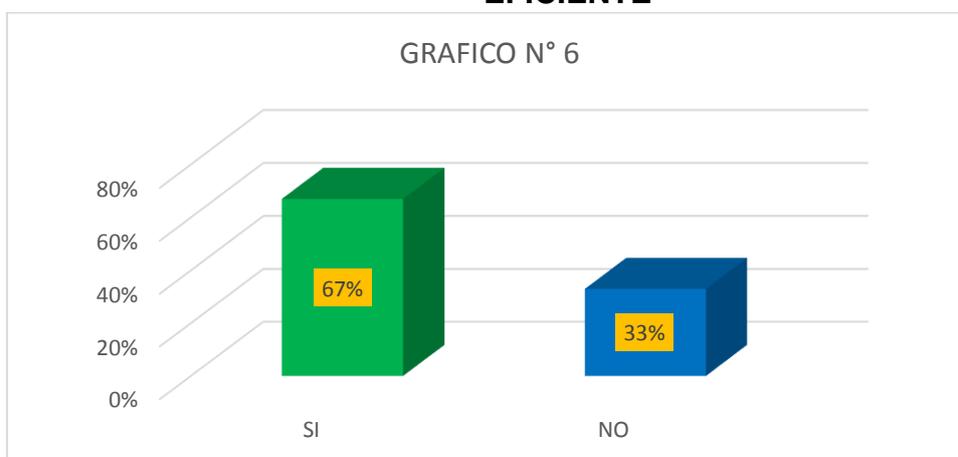
De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 47% encuestados afirman que si se trabaja en conjunto para la consecución de los objetivos que se quiere alcanzar con apoyo mutuo entre la organización, sin embargo 53% encuestados afirman que no hay trabajo en equipo, falta de comunicación entre todo el personal ya que cada uno se preocupa por su trabajo y cómo llegar a su meta de esa manera perjudicando a la empresa en el logro de resultados.

CUADRO N° 06
INSTRUMENTOS PARA LA REALIZACION DE UN BUEN TRABAJO EFICIENTE

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SI	20	67%	67%
2	NO	10	33%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

INSTRUMENTOS PARA LA REALIZACION DE UN BUEN TRABAJO EFICIENTE



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cree Ud. que en la empresa te brinda todo los instrumentos necesarios para realizar una buena evaluación para el otorgamiento y captación de Productos Bancarios? Se observa que el 67% de los encuestados respondieron que Si, el 33 % respondieron que No.

Interpretación:

De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 67% encuestados afirman que Si la empresa les brinda todo lo necesario ya sea en materiales u otros instrumentos para realizar un trabajo más eficiente, sin embargo 33% encuestados afirman que No, es decir en algunas oficinas especiales por la distancia a veces no se puede enviar a tiempo lo que solicitan los trabajadores generando de esa manera inconvenientes al momento de ejercer sus funciones en el trabajo muy parte las fallas de sistema genera no poder evaluar bien a los clientes como están en el sistema financiero.

CUADRO N° 07

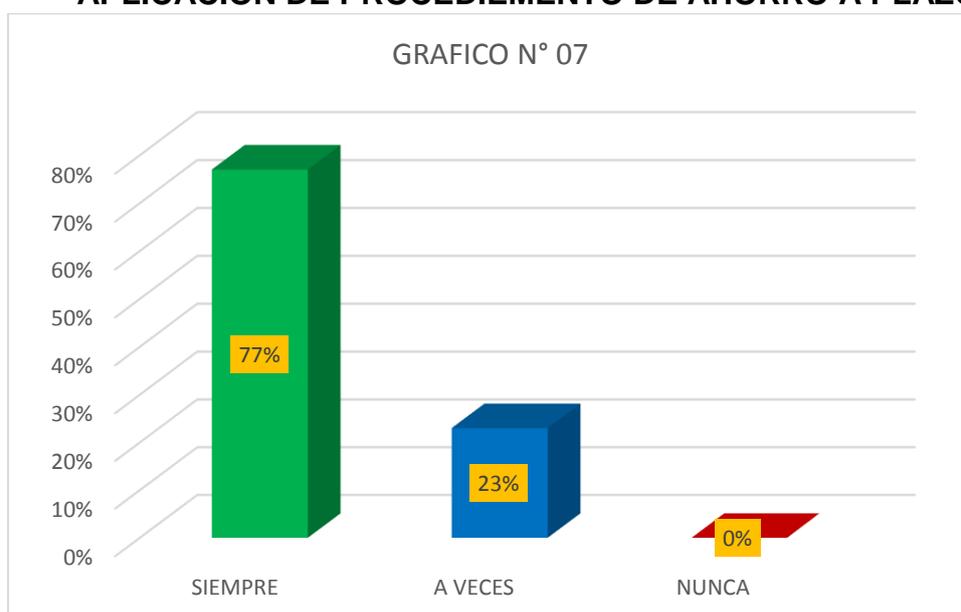
APLICACIÓN DE PROCEDIMIENTO DE AHORRO A PLAZO FIJO

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	23	77%	77%
2	A VECES	7	23%	100%
3	NUNCA	0	0%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

APLICACIÓN DE PROCEDIMIENTO DE AHORRO A PLAZO FIJO



Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para la promoción de los productos de ahorro a plazo fijo? Se observa que el 77% de los encuestados respondieron que Siempre, el 23 % respondieron que Nunca.

Interpretación:

De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 77% encuestados manifiestan que cumplen con aplicar el procedimiento de promoción del producto ahorro a plazo fijo correctamente al momento de ejercer sus funciones de trabajo sin embargo 23% encuestados afirman que lo cumplen raras veces debido a la falta de capacitación y leer más los manuales y procedimientos del producto que ofrece CMAC Piura SAC.

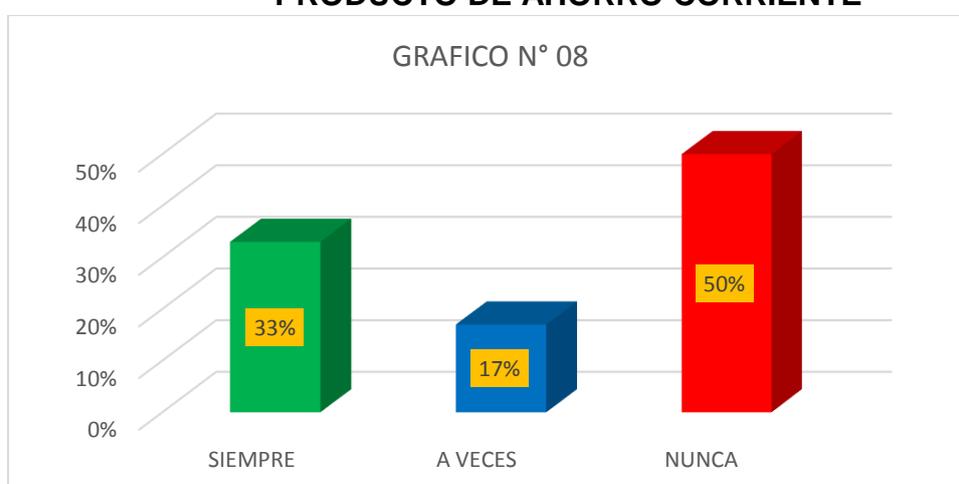
CUADRO N° 08
CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCION DE
PRODUCTO DE AHORRO CORRIENTE

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	10	33%	33%
2	A VECES	5	17%	50%
3	NUNCA	15	50%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCION DE
PRODUCTO DE AHORRO CORRIENTE



Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para la promoción de los productos de ahorro corrientes? Se observa que el 33% de los encuestados respondieron que Siempre, el 17 % respondieron que A veces y el 50% Nunca

Interpretación:

De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 33% encuestados manifiestan que siempre están aplicando el procedimiento de promoción de ahorros tal como indica en el procedimiento que indica CMAC Piura SAC, del mismo modo se observa que 17% encuestados lo aplican raras veces por motivos que son personal nuevo, sin embargo 50% encuestados nunca aplican el procedimiento de ahorros debido a que esos productos no pertenecen a su área en ese caso estamos hablando del área de Créditos que solo ve el tema de Captaciones.

CUADRO N° 09

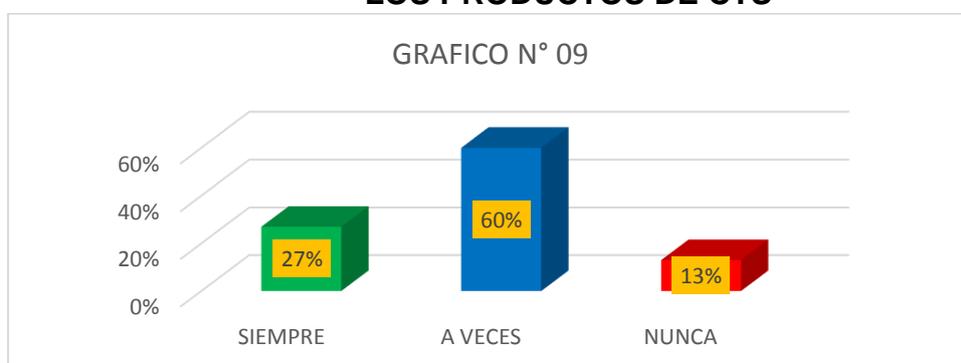
APLICACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA PROMOCION DE LOS PRODUCTOS DE CTS

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	8	27%	27%
2	A VECES	18	60%	87%
3	NUNCA	4	13%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

APLICACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA PROMOCION DE LOS PRODUCTOS DE CTS



Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para la promoción de los productos de ahorro de CTS? Se observa que el 27% de los encuestados respondieron que Siempre, el 60 % respondieron que A veces y el 13% Nunca

Interpretación:

De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 27% encuestados manifiestan que siempre están aplicando el procedimiento de promoción y captación de ahorros cts. Producto que favorece en comisiones a cada trabajador tal como indica en el procedimiento que indica CMAC Piura SAC, del mismo modo se observa que 60% encuestados lo aplican raras veces por motivos de falta de capacitación al personal y los clientes quieren que les pague un mayor porcentaje en la tasa de interés que ofrece CMAC Piura SAC, sin embargo el 13% encuestados nunca aplican el procedimiento de ahorros de promoción y captación de Cts. Debido a que se preocupan por reducir su mora de la cartera asignada.

CUADRO N° 10

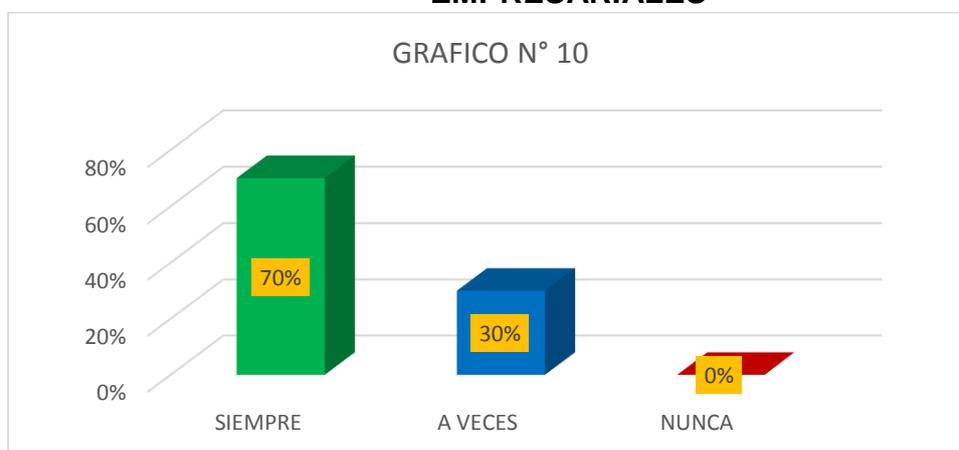
CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTOS PARA CREDITOS EMPRESARIALES

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	21	70%	70%
2	A VECES	9	30%	100%
3	NUNCA	0	0%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTOS PARA CREDITOS EMPRESARIALES



Fuente : Encuesta

Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de los créditos empresariales? Se observa que el 70% de los encuestados respondieron que Siempre, el 30 % respondieron que A veces.

Interpretación:

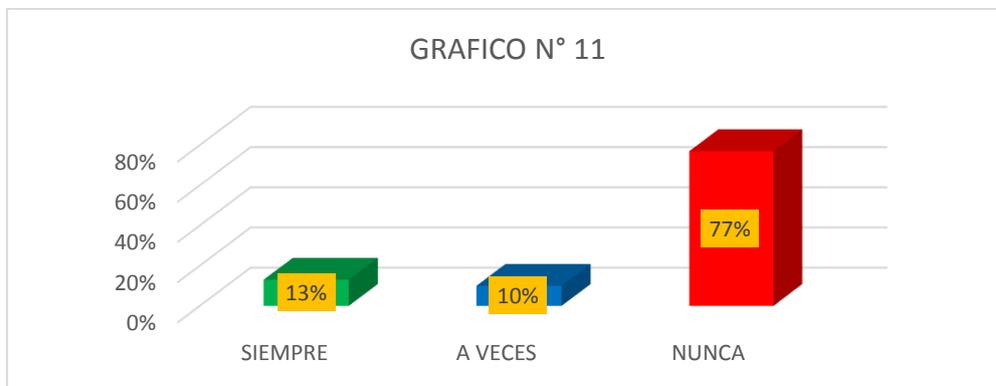
De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 70% encuestados manifiestan que siempre están aplicando el procedimiento de otorgamiento de créditos empresariales porque hay una supervisión constantemente por un funcionario de auditoría interna de CMAC Piura SAC y les exige al mínimo detalle cumplir con el procedimiento estipulado. Del mismo modo se observa que 30% encuestados lo aplican raras veces por motivos de que son trabajadores de caja, etc. y la atención es rápida y no revisan a la perfección si hay algún error en el expediente de créditos por desembolsar.

CUADRO N° 11
CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO CREDITOS DE CONSUMO

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	4	13%	13%
2	A VECES	3	10%	23%
3	NUNCA	23	77%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO CREDITOS DE CONSUMO



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de los créditos de consumo? Se observa que el 13% de los encuestados respondieron que Siempre, el 10 % respondieron que A veces y el 77% respondieron que Nunca.

Interpretación:

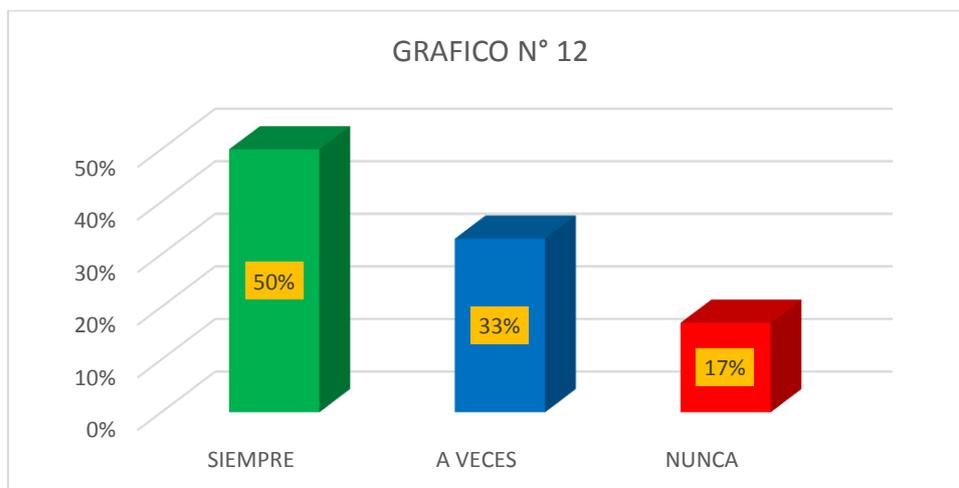
De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 13% encuestados manifiestan que siempre están aplicando el procedimiento de otorgamiento de créditos consumo ya que son eficientes y logran en llegar a su meta asignada Del mismo modo se observa que 10% encuestados lo aplican raras veces por motivos de que está dividido el otorgamiento de créditos, sin embargo 77% encuestados manifiestan que nunca aplican el procedimiento debido al que es un producto que recién se está implementando y necesita ser bien evaluado y analizado solo lo maneja personal con más experiencia.

CUADRO N° 12 CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO DE CREDITOS HIPOTECARIOS

N°	ALTERNATIVA	CANTIDAD	%	% ACUMULADO
1	SIEMPRE	15	50%	50%
2	A VECES	10	33%	83%
3	NUNCA	5	17%	100%
		30	100%	

Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO DE CREDITOS HIPOTECARIOS



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

Análisis: A la pregunta ¿Cumple Ud. con los procedimientos establecidos para el otorgamiento de los créditos hipotecarios? Se observa que el 50% de los encuestados respondieron que Siempre, el 33% respondieron que A veces y el 17% respondieron que Nunca.

Interpretación:

De los resultados obtenidos de la pregunta efectuada se observa que 50% encuestados manifiestan que siempre están aplicando el procedimiento de otorgamiento de créditos Hipotecarios ya que es un producto con mayor demanda en CMAC Piura SAC que merece tener una buena evaluación crediticia al momento del otorgamiento a los clientes. Del mismo modo se observa que 33% encuestados lo aplican raras veces por motivos de desconocimiento de algunos manuales a aplicar, sin embargo 17% encuestados manifiestan que nunca aplican el procedimiento porque es un producto amplio que desconocen por falta de capacitación.

4.1.1 RESUMEN DE LA ENTREVISTA HECHA AL ADMINISTRADOR

El Dialogo se realizó con la finalidad de conocer la importancia que tiene el planeamiento financiero en las operaciones bancarias en CMAC PIURA SAC Agencia Huánuco.

1. ¿Con que frecuencia se realiza un plan financiero para llevar a cabo el logro de objetivos en Caja Piura Ag Huánuco?

Se realiza una vez al iniciar al mes al momento que se le asigna las metas a cada colaborador de todas la áreas que conforman nuestra entidad posterior a eso no se puede realizar debido a que estamos pendientes a mejoras en logro de resultados en las captaciones y colocaciones de ahorros y créditos ya que durante meses anteriores nuestro rendimiento como agencia en la ciudad de Huánuco no fue favorable

2. ¿Considera Ud. Qué es importante realizar reuniones frecuentes para organizarse bien en la ejecución de los objetivos institucionales para la captación de los productos bancarios en Caja Piura Ag Huánuco?

Si es importante ya que permite dar a conocer el rendimiento de cómo se está llevando a cabo el logro de los objetivos institucionales ya que mediante las reuniones conocemos las debilidades que se logra observar en los procesos de captaciones y colocaciones de los productos bancarios que ofrecemos al público, generando un plan de mejoras para alcanzar los objetivos que muchas veces no se ha venido cumpliendo al 100%.

3. ¿Cree Ud. que un buen control a los trabajadores de cómo se está colocando y captando los productos bancarios va ayudar al logro de buenos resultados en Caja Piura Ag Huánuco?

Si, por lo general cada área tiene un jefe el cual está pendiente de llevar el control, monitoreando en la misma agencia Huánuco como en las oficinas especiales mediante llamadas telefónicas, correos electrónicos etc. tratando que se cumpla con lograr lo establecido por la gerencia ya que eso favorece en el pago de incentivos si cumple al 100%.

4. ¿Cómo considera Ud. actualmente el trabajo que se viene realizando sobre la captación de los productos de ahorros de Caja Piura Ag Huánuco?

Actualmente no se está llevando a cabo un buen trabajo ya que nos falta mejorar en captar productos de ahorros, ofrecer promociones que convenzan al cliente ya sea en ofrecer tasas de interés superior a la competencia, también la falta de capacitación por la mayoría del personal que no conocen por completo el producto que se pretende dar a conocer al cliente.

5. ¿Cómo considera Ud. actualmente el trabajo que se viene realizando sobre la colocación de los productos de Créditos en Caja Piura Ag Huánuco?

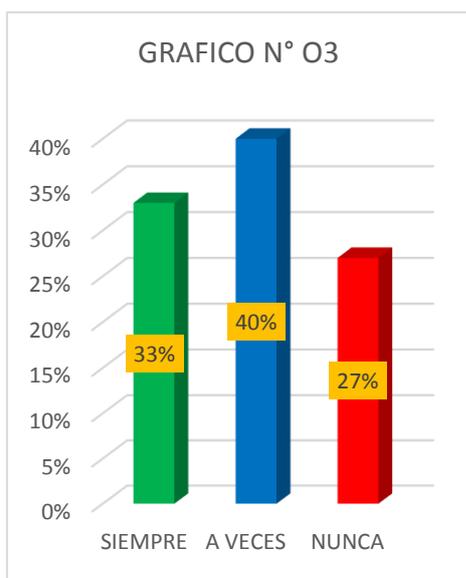
Actualmente estamos mejorando en las colocaciones ya que reducimos la tasa de interés en algunos de los créditos que se ofrece como son los créditos de consumo, empresariales ya que son productos que generan mayor rentabilidad a nuestra entidad financiera.

4.2 Contratación de Hipótesis General

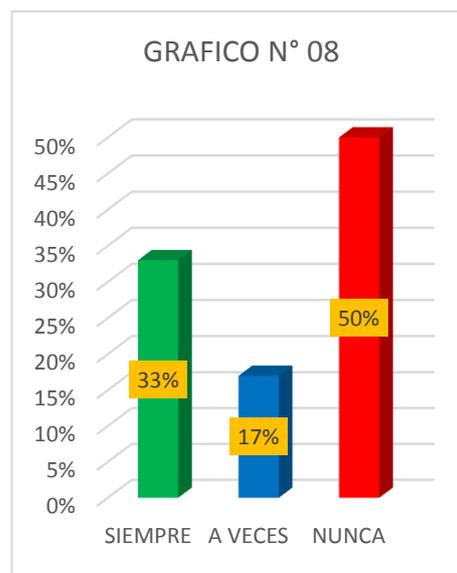
La Hipótesis general planteada fue: El Planeamiento Financiero incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

PLANEACION DE UN BUEN ASESORAMIENTO
A LOS CLIENTES DE AHORROS

CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO PARA LA
PROMOCION DE PRODUCTO AHORRO



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

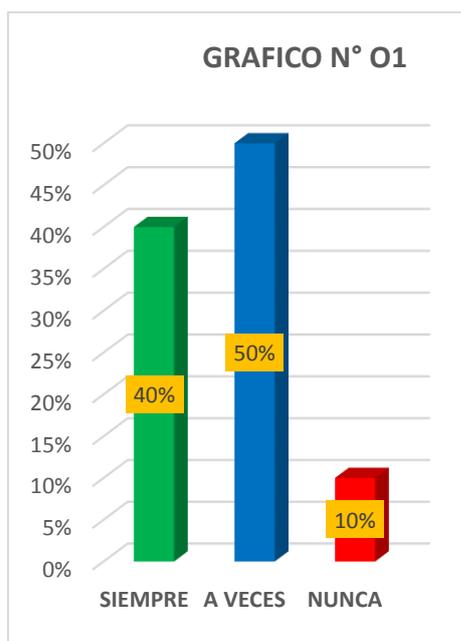
La hipótesis es confirmada a través de los resultados obtenidos en el gráfico N° 03 donde el 40% de los encuestados manifiestan que planean a veces en cómo asesorar a un cliente de ahorros ya que están enfocados en otorgar créditos empresariales, hipotecarios, consumo dificultando un buen asesoramiento del producto de ahorro y perjudicando el logro de metas, y según el gráfico N° 08 también se puede observar que el 50% manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente ya que son personal de créditos y no conocen las políticas por falta de capacitación en los productos de ahorros y están más pendientes de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados.

4.2.1 Contrastación de Hipótesis Específicas

Hipótesis Especifica N° 01

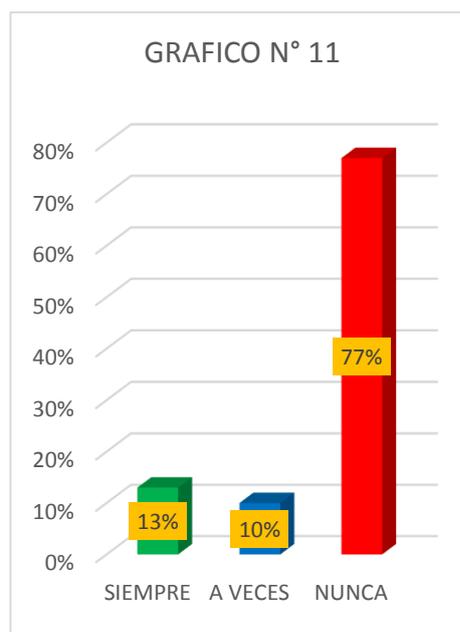
La Planeación incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017

LOGRO DE METAS Y OBJETIVOS EN LA CAPTACION PRODUCTOS BANCARIOS



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO CREDITOS DE CONSUMO



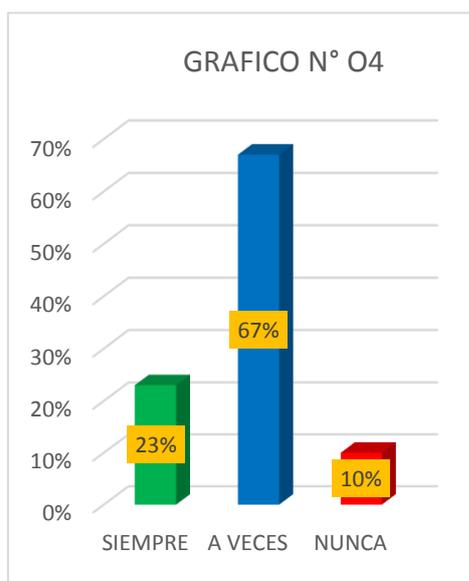
Fuente: Encuesta
Elaboración: Tesista

La hipótesis es confirmada a través de los resultados obtenidos en el grafico N° 01 donde el 50 % de los encuestados manifiestan que solo logran sus objetivos a veces perjudicando a la entidad financiera en sus colocaciones y captaciones de los productos bancarios que ofrece, ya que el objetivo es llegar siempre al 100% del logro de las metas por todo el personal para la obtención de buenos resultados, y según el grafico N° 11 también se puede observar que el 77 % manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos establecidos en la promoción y evaluación en la asignación de créditos de consumo ya que indican que es un producto recién implementado y necesita ser bien evaluado y analizado donde solo es aplicado por personal con más experiencia.

Hipótesis Especifica N° 02

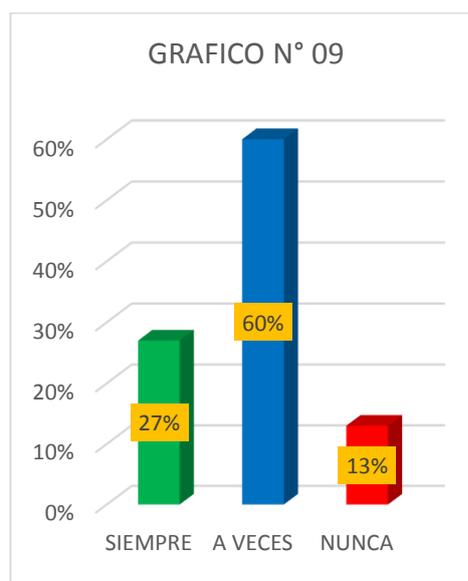
La Organización incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017

CAPACITACION DE PRODUCTOS BANCARIOS A TODO EL PERSONAL



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

APLICACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA PROMOCION PRODUCTOS CTS



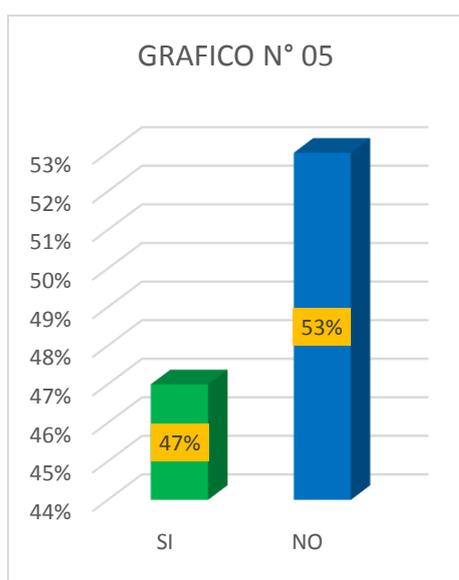
Fuente: Encuesta
Elaboración: Tesista

La hipótesis es confirmada a través de los resultados obtenidos según el grafico N° 04 donde el 67% de los encuestados manifiestan que se capacitan solo a veces sobre los productos bancarios, debido a eso desconocen algunas políticas y procedimientos de los productos que ofrece Caja Piura, por lo que limita que el personal este en óptimas condiciones al momento de interactuar con el público sobre la promoción y captación de los productos bancarios, de igual forma según el grafico N° 09 se observa que el 60% de los encuestados manifiestan que solo a veces aplican el procedimiento para la promoción de productos CTS, por falta de capacitación del personal de Caja Piura por lo que dificulta su aplicación de forma correcta.

Hipótesis Especifica N° 03

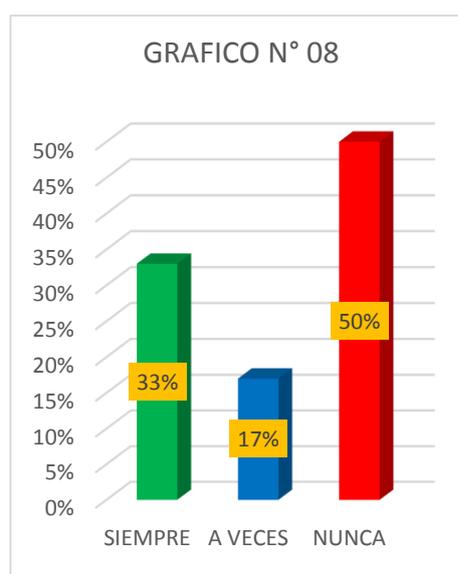
El Control incide significativamente en los Productos Bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017

TRABAJO EN EQUIPO PARA LOGRO DE OBJETIVOS



Fuente : Encuesta
Elaboración: Tesista

CUMPLIMIENTO DE PROCEDIMIENTO PARA PROMOCION DE PRODUCTO AHORRO CORRIENTE



Fuente: Encuesta
Elaboración: Tesista

La hipótesis es confirmada a través de los resultados obtenidos en el gráfico N° 05 donde el 53 % de los encuestados manifiestan que la falta de trabajo en equipo, la falta de comunicación entre las áreas de ahorro y crédito, el no compartir y transmitir sus conocimiento de sus productos en las capacitaciones realizadas por áreas, dificulta las promoción y captación de los productos bancarios ya que llevan un trabajo desorganizado y por ende va a ocasionar que no se logre las metas que se desea lograr, lo cual también se observa en el gráfico N° 08 donde el 50 % de los encuestados manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente, ya que son personal de créditos y no conocen los procedimientos para captación de ahorros por falta de capacitación de estos productos, la falta de trabajo en equipo y porque están más al pendiente de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados en este producto bancario

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE SE RESULTADOS

5.1 Discusión de Resultados con los Antecedentes

Según (Cordova, 2011) en su investigación realizada en la Universidad Nacional de Trujillo sobre Planeamiento Financiero Estratégico para aumentar saldo de colocaciones en CREDIJOYA de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo S.A. concluye lo siguiente:

Con la implementación del planeamiento financiero estratégico en el área de Crédito CREDIJOYA de Caja Trujillo Ag. Av. España, se logró incrementar el saldo de colocación en un 4% a mayo del 2011 con respecto a diciembre del 2010, pasando de S/4, 792,417.62 a S/5, 020,459.49

- El área de planificación y desarrollo de Caja Trujillo busca explotar el crédito Pignoraticio tanto en la zona urbana como en la zona rural para seguir incrementando el saldo de colocación del crédito CREDIJOYA como lo ha venido haciendo de diciembre del 2008 a diciembre del 2010 creciendo en un 9% para esto ha diseñado un plan estratégico destinado a incrementar el saldo de colocación en un 15% a diciembre del 2012.
- De esa manera se pudo demostrar que haciendo uso de una buena planeación financiera si se puede lograr buenos resultados a futuro como es en el caso de Caja Trujillo que pudo incrementar su saldo en colocaciones del producto que ofrece CREDIJOYA.

De los resultados obtenidos en el grafico N° 03 donde se observa que el 40% de los encuestados manifiestan que planean a veces en cómo asesorar a un cliente de ahorros ya que están enfocados en otorgar créditos empresariales, hipotecarios, consumos, hipotecarios, dificultando un buen asesoramiento del producto de ahorro y perjudicando el logro de metas. Y según el grafico N° 08 también se puede observar que el 50 % manifiestan que nunca cumplen con los

procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente ya que son personal de créditos y no conocen las políticas por falta de capacitación en los productos de ahorros y están más pendientes de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados.

De los resultados obtenidos en el grafico N° 01 donde se observa que el 50 % de los encuestados manifiestan que solo logran sus objetivos a veces perjudicando a la entidad financiera en sus colocaciones y captaciones de los productos bancarios que ofrece, ya que el objetivo es llegar siempre al 100% del logro de las metas por todo el personal para la obtención de buenos resultados. Y según el grafico N° 11 también se puede observar que el 77 % manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos establecidos en la promoción y evaluación en la asignación de créditos de consumo ya que indican que es un producto recién implementado y necesita ser bien evaluado y analizado donde solo es aplicado por personal con más experiencia.

De los resultados obtenidos según el grafico N° 04 donde se observa que el 67% de los encuestados manifiestan que se capacitan solo a veces sobre los productos bancarios, debido a eso desconocen algunas políticas y procedimientos de los productos que ofrece Caja Piura, por lo que limita que el personal este en óptimas condiciones al momento de interactuar con el público sobre la promoción y captación de los productos bancarios, de igual forma según el grafico N° 09 se observa que el 60% de los encuestados manifiestan que solo a veces aplican el procedimiento para la promoción de productos CTS, por falta de capacitación del personal de Caja Piura por lo que dificulta su aplicación de forma correcta.

De los resultados obtenidos en el grafico N° 05 donde se observa que el 53 % de los encuestados manifiestan que la falta de trabajo en equipo, la falta de comunicación entre las áreas de ahorro y crédito, el no

compartir y transmitir sus conocimiento de sus productos en las capacitaciones realizadas por áreas, dificulta las promoción y captación de los productos bancarios ya que llevan un trabajo desorganizado y por ende va a ocasionar que no se logre las metas que se desea lograr, lo cual también se observa en el grafico N° 08 donde el 50 % de los encuestados manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente, ya que son personal de créditos y no conocen los procedimientos para captación de ahorros por falta de capacitación de estos productos, la falta de trabajo en equipo y porque están más al pendiente de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados en este producto bancario

5.2 Discusión de Resultados con las Bases Teóricas

Según (Weston, 1994) La Planeación Financiera es:

Una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos y metas, económicas y financieras por alcanzar tomando en cuenta los medios que se tiene y los que se requieren para lograrlo. Implica la elaboración de proyecciones de ventas, ingresos y activos tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia y posteriormente decidiendo como serán satisfechos los requerimientos financieros pronosticados, en el proceso de administración financiera los administradores deben evaluar los planes e identificar aquellos cambios en las operaciones que mejorarían los resultados.

De los resultados obtenidos en el grafico N° 03 donde se observa que el 40% de los encuestados manifiestan que planean a veces en cómo asesorar a un cliente de ahorros ya que están enfocados en otorgar créditos empresariales, hipotecarios, consumos, hipotecarios, dificultando un buen asesoramiento del producto de ahorro y perjudicando el logro de metas. Y según el grafico N° 08 también se puede observar que el 50 % manifiestan

que nunca cumplen con los procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente ya que son personal de créditos y no conocen las políticas por falta de capacitación en los productos de ahorros y están más pendientes de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados.

De los resultados obtenidos en el grafico N° 01 donde se observa que el 50 % de los encuestados manifiestan que solo logran sus objetivos a veces perjudicando a la entidad financiera en sus colocaciones y captaciones de los productos bancarios que ofrece, ya que el objetivo es llegar siempre al 100% del logro de las metas por todo el personal para la obtención de buenos resultados. Y según el grafico N° 11 también se puede observar que el 77 % manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos establecidos en la promoción y evaluación en la asignación de créditos de consumo ya que indican que es un producto recién implementado y necesita ser bien evaluado y analizado donde solo es aplicado por personal con más experiencia.

De los resultados obtenidos según el grafico N° 04 donde se observa que el 67% de los encuestados manifiestan que se capacitan solo a veces sobre los productos bancarios, debido a eso desconocen algunas políticas y procedimientos de los productos que ofrece Caja Piura, por lo que limita que el personal este en óptimas condiciones al momento de interactuar con el público sobre la promoción y captación de los productos bancarios, de igual forma según el grafico N° 09 se observa que el 60% de los encuestados manifiestan que solo a veces aplican el procedimiento para la promoción de productos CTS, por falta de capacitación del personal de Caja Piura por lo que dificulta su aplicación de forma correcta.

De los resultados obtenidos en el grafico N° 05 donde se observa que el 53 % de los encuestados manifiestan que la falta de trabajo en equipo, la falta de comunicación entre las áreas de ahorro y crédito, el no compartir y transmitir sus conocimiento de sus productos en las capacitaciones

realizadas por áreas, dificulta la promoción y captación de los productos bancarios ya que llevan un trabajo desorganizado y por ende va a ocasionar que no se logre las metas que se desea lograr, lo cual también se observa en el gráfico N° 08 donde el 50 % de los encuestados manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente, ya que son personal de créditos y no conocen los procedimientos para captación de ahorros por falta de capacitación de estos productos, la falta de trabajo en equipo y porque están más pendiente de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados en este producto bancario.

CONCLUSIONES

1. Según los resultados obtenidos, en la presente investigación se concluye que el 40% de los encuestados manifiestan que planean a veces en cómo asesorar a un cliente de ahorros ya que están enfocados en otorgar créditos empresariales, hipotecarios, consumos, hipotecarios, dificultando un buen asesoramiento del producto de ahorro y perjudicando el logro de metas. Asimismo el 50 % manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente ya que son personal de créditos y no conocen las políticas por falta de capacitación en los productos de ahorros y están más pendientes de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados. Por lo tanto se Determina de qué manera incide el planeamiento financiero en los productos bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

2. Según los resultados obtenidos, en la presente investigación se concluye que el 50 % de los encuestados manifiestan que solo logran sus objetivos a veces perjudicando a la entidad financiera en sus colocaciones y captaciones de los productos bancarios que ofrece, ya que el objetivo es llegar siempre al 100% del logro de las metas por todo el personal para la obtención de buenos resultados. Asimismo el 77 % manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos establecidos en la promoción y evaluación en la asignación de créditos de consumo ya que indican que es un producto recién implementado y necesita ser bien evaluado y analizado donde solo es aplicado por personal con más experiencia. Por lo tanto se determina de qué manera la Planeación incide en los productos bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

3. Según los resultados obtenidos, en la presente investigación se concluye que el 67% de los encuestados manifiestan que se capacitan solo a veces sobre los productos bancarios, debido a eso desconocen algunas políticas y procedimientos de los productos que ofrece Caja Piura, por lo que limita que el personal este en óptimas condiciones al momento de interactuar con el público sobre la promoción y captación de los productos bancarios. Asimismo el 60% de los encuestados manifiestan que solo a veces aplican el procedimiento para la promoción de productos CTS, por falta de capacitación del personal de Caja Piura por lo que dificulta su aplicación de forma correcta. Por lo tanto se determina de qué manera la Organización incide en los productos bancario en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC Agencia Huánuco 2017.

4. Según los resultados obtenidos, en la presente investigación se concluye que el 53 % de los encuestados manifiestan que la falta de trabajo en equipo, la falta de comunicación entre las áreas de ahorro y crédito, el no compartir y transmitir sus conocimiento de sus productos en las capacitaciones realizadas por áreas, dificulta las promoción y captación de los productos bancarios ya que llevan un trabajo desorganizado y por ende va a ocasionar que no se logre las metas que se desea lograr. Asimismo el 50 % de los encuestados manifiestan que nunca cumplen con los procedimientos de promoción de productos de ahorro corriente, ya que son personal de créditos y no conocen los procedimientos para captación de ahorros por falta de capacitación de estos productos, la falta de trabajo en equipo y porque están más al pendiente de las colocaciones de créditos a captar productos de ahorro por lo que esa acción es impedimento para que la entidad financiera no logre los resultados esperados en este producto bancario. Por lo tanto se determina de qué manera el Control incide en los productos bancarios en la Caja Municipal de Ahorros y Créditos Piura SAC.

RECOMENDACIONES

1. Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura SAC Agencia Huánuco debe aplicar el Planeamiento Financiero con la finalidad de poder obtener mejores resultados en sus promociones y captaciones de los productos bancarios que ofrece esto va ayudar a alcanzar los objetivos establecidos en el planeamiento, y por ende lograr el éxito de la empresa. Planeando desde como asesorar a un cliente tanto para el área de ahorros y créditos por todo el personal mostrando los conocimientos tal como indica el manual y procedimientos de los productos que ofrece caja Piura.
2. El administrador, jefe de créditos, jefe de ahorros deben de aplicar un sistema de Plan financiero en la Agencia Huánuco por área al que pertenecen utilizando métodos y técnicas de análisis para evaluar la situación del logro objetivo, estando pendiente del personal a su cargo haciendo seguimiento y exigir que se cumpla con el logro de buenos resultados. Monitoreando que se aplique con los procedimientos en la captación y promoción de los productos bancarios.
3. Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura SAC Agencia Huánuco debe preocuparse con brindar una capacitación adecuada a todo el personal ya sea presenciales o virtuales para que de esa manera estén actualizados sobre las políticas y procedimientos que ofrece caja Piura y el personal muestre ser eficiente ante la competencia , el cual esa iniciativa aportara mejoras y crecimiento para la entidad financiera obteniendo un personal capacitado aptos para cumplir sus objetivos a favor de la empresa.
4. Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura SAC Agencia Huánuco se debe llegar a un acuerdo de realizar reuniones de círculos de calidad con todo el personal una vez a la semana para definir puntos de mejoras sobre los problemas que puedan estar ocurriendo en la entidad financiera, también compartir conocimientos entre las áreas de ahorros y créditos gestionando que el trabajo sea en equipo para el logro de metas que establece la gerencia mancomunada anualmente.

Referencias Bibliográficas

- Avila Velasquez, f. B. (2013). *Planeamiento Estrategico del Sector Bancario Peruano*. Universidad Catolica del Peru , Lima.
- Bisquerra, R. (1989). *Metodos de Investigacion Educativa*. Guia practica Primera edicion.
- Chiavenato. (2006).
- Cordova, N. E. (2011). *Planeamiento Financiero Estrategico para aumnetar saldo de colocaciones en Credijoya de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo S.A*. Trujillo.
- Gomez, G. (2000). *La Planeacion Financiera*.
- Hernandez Sampieri, F. C. (2010). *Metodologia de la Investigación Quinta edicion*. Mexico.
- Joaquin, M. F. (s.f.). *Las Finanzas de le Empresa Informacion, Analisis, Recursos y Planeacion*. 5 edicion editorial IMPC.
- Lawrence J, G. (1994). *Funadamentos de Administracion Financiera*. MC Graw Hill 7 edicion .
- Manuel, D. M. (2015). *La Planeación Estrategica y su influencia en la calidad de servicios de la Municipalidad Provincial de Huánuco*. Universida de Huanuco, Huánuco.
- Osorio, S. A. (2011). *Identificacion de Estrategias Financieras para la Captacion de Nuevos Ingresos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito y consumo de Transportadores Antioqueños "COOACTRA"*. Universidad de Medellin, Medellin-Colombia.
- Rojas, J. A. (2012). *Modelo de Gestion Financiera para mejorar la situación económica-financiera de los microempresarios comerciales del mercado la Hermelinda*. trujillo.
- SAC, C. P. (15 de Marzo de 2005). *Manual de Operaciones Bancarias*. Piura, Piura, Peru.
- Slocum, H. A. (1998). *Adminsitracion Financiera*. mexico: International Thomson.
- Tamayo, M. y. (1997). "Diccionario de la Investigacion " pag. 38. Mexico, Mexico: Blanco.
- Weston, F. E. (1994). *Fundamentos de Administracion Financiera*. Mexico: Mogramwhill decima edicion.

ANEXOS

GUÍA DE ENTREVISTA

La presente investigación dirige al Administrador, trabajador que conforma la entidad financiera CMAC PIURA SAC AGENCIA HUANUCO, para evaluar el planeamiento financiero y su incidencia en la mejora de resultados en la captación de los Productos Bancarios CMAC Piura SAC Ag. Huánuco periodo 2017.

Por ello se solicita brindar una información veraz, clara y concisa, se le agradece desde ya su gentil respuesta porque es de gran apoyo e importante para la investigación.

1 ¿Con que frecuencia se realiza un plan financiero para llevar a cabo el logro de objetivos en Caja Piura Ag Huánuco?

.....
.....
.....

2 ¿Considera Ud. Qué es importante realizar reuniones frecuentes para organizarse bien en la ejecución de los objetivos institucionales para la captación de los productos bancarios en Caja Piura Ag Huánuco?

.....
.....
.....

3 ¿Cree Ud. que un buen control a los trabajadores de cómo se está colocando y captando los productos bancarios va ayudar al logro de buenos resultados en Caja Piura Ag Huánuco?

.....
.....
.....

4 ¿Cómo considera Ud. actualmente el trabajo que se viene realizando sobre la captación de los productos de ahorros de Caja Piura Ag Huánuco?

.....
.....
.....

5 ¿Cómo considera Ud. actualmente el trabajo que se viene realizando sobre la colocación de los productos de Créditos en Caja Piura Ag Huánuco?

.....
.....
.....

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera incide el planeamiento financiero en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar de qué manera incide el planeamiento financiero en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>El planeamiento financiero incide significativamente en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag. Huánuco</p>	<p>PLANEAMIENTO FINANCIERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Ejecución - Empresa - Personal - Verificación - Evaluación 	<p>ENFOQUE</p> <p>El presente proyecto de investigación es de enfoque cualitativo, ya que se usara la .Recolección y análisis de datos para contestar preguntas , y probar hipótesis</p> <p>TIPO INVESTIGACION Aplicada</p>	<p>TECNICA</p> <p>Es la encuesta que se utilizara para la recolección de datos y van dirigidas a la población</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>El cuestionario se utilizara para la recolección de información de la muestra La entrevista se utilizara para recopilar información del área administrativa.</p>
<p>PROBLEMA ESPECIFICO</p> <p>¿De qué manera incide la planeación en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco?</p> <p>¿De qué manera incide la organización en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco?</p> <p>¿De qué manera incide el control en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco</p>	<p>OBJETIVO ESPECIFICO</p> <p>Determinar de qué manera incide la planeación en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco.</p> <p>Determinar de qué manera incide la organización en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco.</p> <p>Determinar de qué manera incide el control en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag Huánuco.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECIFICA</p> <p>La planeación incide significativamente en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag. Huánuco</p> <p>La organización incide significativamente en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag. Huánuco</p> <p>El control incide significativamente en los productos bancarios en la caja municipal de ahorro y crédito Piura SAC Ag. Huánuco</p>	<p>PRODUCTOS BANCARIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ahorros a plazo fijo - Ahorro corrientes - Ahorro CTS - Créditos empresariales - Créditos de consumo - Créditos Hipotecarios 	<p>ALCANCE O NIVEL</p> <p>El presente proyecto de investigación es de alcance descriptivo por que describe, las propiedades etc. Recogiendo información sobre las variables</p> <p>Descriptivo</p> <p>Por qué se asocia entre 2 o más variables y describe la relación que hay entre ellos</p> <p>DISEÑO es de nivel descriptivo no experimental</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>es el conjunto de todos los casos que concuerdan , se encuestara a todos los trabajadores de Caja Piura son:30</p> <p>MUESTRA</p> <p>Es un sub grupo de la población , la muestra es el área de apoyo de la entidad financiera</p>

