

UNIVERSIDAD DE HUANUCO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
CONTABLES, CON MENCIÓN EN AUDITORIA Y TRIBUTACION**



TESIS

**“GESTIÓN FINANCIERA Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE
CLIENTES DE LA CAJA MAYNAS, AGENCIA PILLCO MARCA -
2021”**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN CIENCIAS
CONTABLES, CON MENCIÓN EN AUDITORIA Y TRIBUTACION**

AUTORA: Fabian Huaman, Elizabeth Karina

ASESOR: Piundo Flores, Lister

HUÁNUCO – PERÚ

2022

U

D

H



UDH
UNIVERSIDAD DE HUANUCO
<http://www.udh.edu.pe>

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión de la teoría contable

AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias sociales

Sub área: Economía, Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Maestra en ciencias contables, con mención en auditoría y tributación

Código del Programa: P31

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 41965951

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 45383241

Grado/Título: Maestro en ciencias administrativas con mención en gestión pública

Código ORCID: 0000-0003-1232-585X

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Soto Espejo, Simeón	Magister en gestión y negocios mención en gestión de proyectos	41831780	0000-0002-3975-8228
2	Peña Celis, Roberto	Maestro en ciencias contables, con mención en: auditoría y tributación	22477364	0000-0002-7972-4903
3	Céspedes Ruiz, Carlos Alberto	Maestro en ciencias contables, con mención en: auditoría y tributación	22505017	0000-0002-7563-1339

**ACTA DE SUSTENTACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE
MAESTRO EN CIENCIAS CONTABLES**

En la ciudad de Huánuco, siendo las 14:30 horas; a los 24 días del mes de mayo del año dos mil veintidós, mediante la plataforma google meet, se reunió el jurado calificador, integrados por los docentes: Mg. Simeón SOTO ESPEJO (Presidente), Mg. Roberto PEÑA CELIS (Secretario) y el Mg. Carlos Alberto CÉSPEDES RUIZ (Vocal); nombrados mediante Resolución N° 545-2021-D-EPG-UDH, de fecha 25 de noviembre del año dos mil veintiuno y la aspirante al Grado Académico de Maestro FABIAN HUAMAN, Elizabeth Karina

Luego de la instalación y verificación de los documentos correspondientes, el Presidente del jurado invitó al graduando a proceder a la exposición y defensa de su tesis titulada: **“GESTIÓN FINANCIERA Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DE LA CAJA MAYNAS, AGENCIA PILLCO MARCA - 2021”**, para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias Contables, mención: Auditoria y Tributación.

Concluida la exposición, se procedió a la evaluación correspondiente, luego el presidente del Jurado comunicó el resultado, habiendo obtenido la nota de 15 **(Quince)** con la calificación de BUENO; al mismo tiempo recomendó a la Escuela de Post Grado, se le otorgue el grado académico de Maestro en Ciencias Contables, con mención en Auditoria y Tributación de la graduando FABIAN HUAMAN, Elizabeth Karina.

Se suscribe la presente Acta en tres originales y siendo las 15:30 horas, se da por concluido el acto académico de sustentación.



PRESIDENTE

Mg. Simeón SOTO ESPEJO



SECRETARIO

Mg. Roberto PEÑA CELIS



VOCAL

Mg. Carlos Alberto CÉSPEDES RUIZ

DEDICATORIA

A Dios de la Gloria, por darme de su gracia, porque en mis horas de sacrificio, me ha sustentado, me ha dado mucho de su paz y de su amor incondicional.

Por ser el sustento material, emocional y espiritual de mi vida, con cuya fortaleza, he podido superar los accidentes y dificultades que la vida trae a cada uno.

AGRADECIMIENTO

A nuestro Padre Celestial por bendecirme con una profesión y permitiéndome culminar mis estudios de Maestría, con lo cual, seguiré trabajando al servicio de mi País.

Agradecer a los Maestros y Doctores que compartieron sus enseñanzas y experiencias como docentes de la Escuela de Posgrado, de la UDH, en especial al Dr. Jorge Chávez Estrada y al Mg. Simeón Soto Espejo, por brindarme sus consejos e información, absolviendo dudas y aportando conocimientos, hasta la culminación de la presente investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	IX
RESUMEN.....	XI
SUMMARY	XIII
INTRODUCCIÓN.....	XV
CAPÍTULO I.....	19
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	21
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:	21
1.3. OBJETIVO GENERAL	22
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
1.5. TRANSCENDENCIA DE LA INVESTIGACIÓN / JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.5.1. TRANSCENDENCIA DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.5.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	24
CAPÍTULO II.....	26
MARCO TEÓRICO	26
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
2.1.1. INTERNACIONAL	26
2.1.2. NACIONALES	28
2.1.3. LOCALES	31
2.2. BASES TEÓRICAS	33
2.2.1. GESTIÓN FINANCIERA.....	33
2.2.2. CARTERA DE CLIENTES.....	48

2.3.	DEFINICIONES CONCEPTUALES	53
2.4.	SISTEMA DE HIPÓTESIS	56
2.2.3.	HIPÓTESIS GENERAL	56
2.2.4.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	56
2.5.	SISTEMA DE VARIABLES	57
2.2.5.	VARIABLE INDEPENDIENTE	57
2.2.6.	VARIABLE DEPENDIENTE	57
2.6.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	58
CAPÍTULO III.....		60
MARCO METODOLÓGICO.....		60
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	60
3.1.1.	EL ENFOQUE	60
3.1.2.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	61
3.1.3.	DISEÑO	62
3.2.	LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	62
3.2.1.	POBLACIÓN	62
3.2.2.	MUESTRA.....	63
3.3.	TÉCNICAS DE ACOPIO DE DATOS.....	64
3.3.1.	ENCUESTA.....	64
3.3.2.	CUESTIONARIO	64
3.4.	TÉCNICAS DE PROCESAR Y ANALIZAR DATOS.....	65
3.4.1.	CUADROS ESTADÍSTICOS	65
3.4.2.	GRÁFICOS	65
3.4.3.	PROGRAMA SPSS.....	66
3.4.4.	CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO	66
CAPÍTULO IV		67
RESULTADOS		67
1.1.	PROCESAR DATOS	67
1.2.	CONTRASTAR HIPÓTESIS	85
CAPITULO V		90
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		90
CONCLUSIONES		94

RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	98
ANEXOS	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Ud. cumple con los saldos que la CMAC Maynas asigna como meta mensual?	67
Tabla 2: ¿Cree Ud. que es productivo su trabajo según los créditos otorgados hasta la fecha?	68
Tabla 3: ¿Con que frecuencia Ud. participa en las actividades sociales de la Caja Maynas?	69
Tabla 4: ¿Ud. está satisfecho con el trabajo que viene realizando diariamente?	70
Tabla 5: ¿Ud. tiene buena comunicación con el administrador y compañeros?	71
Tabla 6: ¿Usted se siente motivado trabajando en la Caja Maynas?	72
Tabla 7: ¿Cree usted que los procesos de aprobación que se realiza para otorgar un crédito es la adecuada?	73
Tabla 8: ¿Cree Ud. que los clientes están satisfechos con la evaluación realizada por analistas y supervisor de la Caja Maynas?	74
Tabla 9: ¿Usted cree que los desembolsos de los créditos se hacen en el tiempo programado?	75
Tabla 10: ¿Los Créditos que Ud. ha otorgado hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente?	76
Tabla 11: ¿Ud. cumple al 100% con los números de colocaciones que la Caja Maynas le pide al mes?	77
Tabla 12: ¿Usted tiene clientes en su cartera que solamente trabajan con la Caja Maynas?	78

Tabla 13: ¿Hace usted una buena gestión para mejorar la calidad de cartera de clientes que tiene a su cargo?	79
Tabla 14: ¿Lleva usted un buen control de la cartera de clientes que tiene a su cargo?.....	80
Tabla 15: ¿Verifica usted si el cliente cumple con el programa de inversión para el cual ha solicitado el crédito?	81
Tabla 16: ¿Asume usted, los riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta?.....	82
Tabla 17: ¿Usted evalúa bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito?	83
Tabla 18: ¿Usted pide referencias externas e internas antes de otorgar un crédito?.....	84
Tabla 19: Correlación de Pearson - Hipótesis General	86
Tabla 20: Correlación de Pearson - Hipótesis específica (Dimensión 1)	87
Tabla 21: Correlación de Pearson - Hipótesis específica (Dimensión 2)	88
Tabla 22: Correlación de Pearson - hipótesis específica (Dimensión 3)	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: ¿Usted cumple con los saldos que la Caja Maynas le asigna como meta mensual?	67
Gráfico 2: ¿Cree Ud. que es productivo su trabajo según los créditos otorgados hasta la fecha?	68
Gráfico 3: ¿Con que frecuencia Usted participa en las actividades sociales de la Caja Maynas?	69
Gráfico 4: ¿Ud. está satisfecho con el trabajo que viene realizando diariamente?	70
Gráfico 5: ¿Ud. tiene una buena comunicación con el administrador y compañeros?	71
Gráfico 6: ¿Ud. se siente motivado trabajando en la Caja Maynas?	72
Gráfico 7: ¿Cree Ud. que los procesos de aprobación que se realiza para otorgar un crédito es la adecuada?	73
Gráfico 8: ¿Cree usted que los clientes están satisfechos con la evaluación realizada por los analistas y la supervisora de la Caja Maynas?	74
Gráfico 9: ¿Usted cree que los desembolsos de los créditos se hacen en el tiempo programado?	75
Gráfico 10: ¿Los Créditos q usted ha otorgado hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente?	76
Gráfico 11: ¿Ud. cumple al 100% con los números de colocaciones que la Caja Maynas le pide al mes?	77
Gráfico 12: ¿Ud. tiene clientes en su cartera que solamente trabajan con la Caja Maynas?	78

Gráfico 13: ¿Hace usted una buena gestión para mejorar la calidad de cartera de clientes que tiene a su cargo?	79
Gráfico 14: ¿Lleva usted un buen control de la cartera de clientes que tiene a su cargo?.....	80
Gráfico 15: ¿Verifica usted si el cliente cumple con el programa de inversión para el cual ha solicitado el crédito?	81
Gráfico 16: ¿Asume usted, los riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta?.....	82
Gráfico 17: ¿Usted evalúa bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito?.....	83
Gráfico 18: ¿Usted pide referencias externas e internas antes de otorgar un crédito?.....	84

RESUMEN

La presente investigación denominada “Gestión Financiera y el Crecimiento de la Cartera de Clientes de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca – 2021”, fue analizado objetivamente, a partir de la necesidad de implementar en la institución financiera una mejor Gestión. Se pudo analizar las incidencias de las variables independientes sobre la variable dependiente en el periodo 2021, y determinar los factores que producen la relación directa entre la Gestión Financiera y la Cartera de Clientes, identificando problemas y resolviéndolos técnicamente, para mejorar las utilidades de la Institución Financiera, el crecimiento profesional de los colaboradores y la satisfacción de los clientes.

Para estudiar el objetivo general y los objetivos específicos; se ha utilizado el concepto de Investigación aplicada; el alcance de esta investigación, es práctica, adaptativa, donde se estudian leyes, manuales y teorías que permiten obtener resultados efectivos en la solución de problemas detectados.

De esta manera se busca relaciones existentes entre variables dependientes e independientes, Según enfoque de Marcelo (2006). En esta oportunidad observamos que el estudio desarrollado es mixto, por lo cual, ha sido muy necesario recolectar datos numéricos, a partir de las muestras en estudio, analizados mediante procedimientos estadísticos. Las hipótesis han sido propuestas, desde antes de tener y analizar datos, los que se fundamentan en datos históricos. Se ha comprobado la relación directa entre variables independiente y variable dependiente.

Se utilizó encuestas, instrumentos, para obtener datos validados en SPSS y validados con la Correlación de Pearson. Se consideró una muestra de 09 colaboradores, que trabajan en calidad de analistas de créditos para la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca.

Al analizar resultados y compararlos con otros trabajos de investigación, se llega a la siguiente conclusión:

- Más del 50% de los analistas de crédito no están cumpliendo con sus metas mensuales, menos con sus propias funciones delegadas, debido a la mala gestión financiera por parte de la administración de la CMAC Maynas, especialmente en el área de recursos humanos.

Palabras claves: Cartera, clientes, crecimiento, financiera, gestión.

SUMMARY

The present investigation called "Financial Management and the Growth of the Client Portfolio of Caja Maynas, Pillco Marca Agency - 2021", was objectively analyzed, based on the need to implement better Management in the financial institution. It was possible to analyze the incidences of the independent variables on the dependent variable in the period 2021, and determine the factors that produce the direct relationship between Financial Management and the Client Portfolio, identifying problems and solving them technically, to improve the profits of the Institution Financial, professional growth of employees and customer satisfaction.

To study the general objective and the specific objectives; the concept of applied research has been used; The scope of this research is practical, adaptive, where laws, manuals and theories are studied that allow effective results to be obtained in solving detected problems.

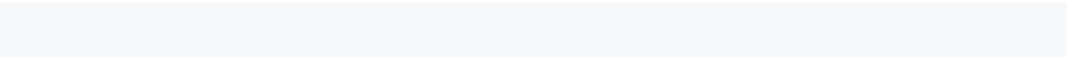
In this way, existing relationships between dependent and independent variables are sought, according to Marcelo's approach (2006). In this opportunity we observe that the developed study is mixed, for which it has been very necessary to collect numerical data, from the samples under study, analyzed through statistical procedures. The hypotheses have been proposed, since before having and analyzing data, which are based on historical data. The direct relationship between independent variables and dependent variable has been verified.

Surveys and instruments were used to obtain data validated in SPSS and validated with the Pearson Correlation. A sample of 09 collaborators was considered, who work as credit analysts for Caja Maynas, Pillco Marca Agency.

When analyzing results and comparing them with other research works, the following conclusion is reached:

- More than 50% of credit analysts are not meeting their monthly goals, less with their own delegated functions, due to poor financial management by the CMAC Maynas administration, especially in the area of human resources.

Keywords: Portfolio, clients, growth, financial, management.



INTRODUCCIÓN

La vigencia de las instituciones que otorgan crédito, pertenece, a la antigüedad, de tiempos inmemoriales. En la época de los griegos existían prestamistas encargados de estas labores.

Una Caja, es una entidad de crédito financiero, al servicio de las personas con negocios. Los bancos son sociedades anónimas, entidades financieras, cuyo objetivo es captar dinero del público, a cero costos; con lo cual trabajan en el mercado de valores, haciendo operaciones financieras, específicamente préstamos a clientes, sean estas personas naturales o personas jurídicas, operaciones preferentemente dirigidas a micro empresas. Además, hacen operaciones de acuerdo a la legislación vigente, supervisadas por la SBS.

La investigación sobre “Gestión Financiera y el Crecimiento de la Cartera de Clientes de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca - 2021”, tiene como objetivo Describir la manera de Gestionar las Finanzas para gestionar el crecimiento de clientes de la CMAC Maynas, en Pillco Marca, periodo 2021. Son tres los objetivos específicos:

- Analizar el compromiso institucional, relacionada con la cartera de créditos, de la Agencia Pillco Marca, periodo 2021
- Analizar el manejo del personal relacionado con cartera de la Caja Maynas, en Pillco Marca, periodo 2021
- Analizar la eficiencia del otorgamiento de créditos con relación al mercado, donde opera la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021.

Como solución al problema planteado, se analizan hipótesis planteadas en la tesis, tratado en los capítulos:

Capítulo I: Formulación del problema, objetivo general, objetivos específicos, justificación, limitaciones, viabilidad.

Capítulo II: Fundamento teórico, para conocer y sustentar las teorías que aportan a la investigación, aportes globales, nacionales y locales, conceptos teóricos que ayudan a entender cada propósito y definir los términos básicos, que permiten argumentar técnicamente las experiencias de investigaciones parecidas con el presente trabajo de investigación.

Capítulo III: Marco metodológico, métodos y técnicas para desarrollar el estudio actual, de modo constante, se refiere a la población y muestras, y sistematización de datos.

Capítulo IV: Contenidos finales, presentación de tablas, gráficos, y explicación de hipótesis contrastadas, con datos sistematizados para el desarrollo de esta investigación.

Capítulo V: Evaluación de Resultados de esta investigación, en comparación a los resultados de otros investigadores, nombrados en los antecedentes de esta investigación, relacionados al tema, como antecedentes bibliográficos, los mismos han servido, para mejorar las conclusiones y recomendaciones.

El estudio es de tipo aplicado, con enfoque mixto, donde se utilizan datos de tipo cualitativo y cuantitativo, para prueba de la hipótesis general, buscando la mejor la relación entre la “Gestión Financiera” y el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021.

El Diseño es no experimental descriptivo, sirve para argumentar la correlación entre la variable dependiente y la variable independiente.

Se aplicó una encuesta, con preguntas cerradas, dirigido a los colaboradores (analistas de crédito) de la CMAC Maynas, Agencia Pillco Marca, herramienta, tomando como muestra a 09 analistas de créditos.

El procesamiento de datos, fue desarrollado con el “SPSS”, con el cual se han generado tablas, cuadros, gráficos, de acuerdo a preguntas

planteadas y correlacionadas, donde apareció el indicador de Pearson entre variables independientes y variable dependiente, además de correlaciones entre dimensiones de variables independientes y dependiente.

Durante el estudio, la investigadora ha pasado una serie de circunstancias difíciles, puesto como limitaciones para la obtención de datos, por ser datos de una institución financiera, que tienen mucho celo en la dación de sus datos, Así mismo por la demora en las autorizaciones a sus analistas para ser entrevistados, por ser estos colaboradores, las personas indicadas en la evaluación de créditos de consumo y capital de trabajo, aduciendo que están en horas de trabajo y que la información sería de índole financiero, las que han sido superadas en periodos largo de tiempo, por la necesidad de esperar en sus horarios disponibles.

Una de las conclusiones de esta investigación, es producto de la correlación entre “Gestión Financiera” y “Crecimiento de Cartera de Clientes”, cuyo coeficiente de Pearson es 0.605, significa que hay una relación positiva considerable.

La “Gestión Financiera” que tiene el objeto de optimizar los recursos de la empresa, se correlaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la CMAc Maynas, significativamente, según información obtenida de las encuestas a los colaboradores - Analistas de Créditos – demostrado, que más del 50% de trabajadores del área de créditos, no cumplen con las metas mensuales, ni con sus funciones para lo cual han sido contratados.

Otra conclusión es que, más del 50% de los analistas de crédito de la Caja Maynas, no tienen el compromiso institucional, porque no cumplen eficazmente con sus metas mensuales, ni con sus funciones, por el contrario, migran a otras instituciones financieras similares, y se llevan parte de la cartera de clientes.

Se concluye que el manejo del personal es deficiente, el área de recursos humanos no se preocupa en mantener al personal del área de crédito.

Los procesos de “otorgamiento de créditos” son lentos e incómodos para los clientes. En varias ocasiones, los clientes desistieron del crédito, afectando a la Gerencia de Créditos de la CMAC Maynas Agencia Pillco Marca, periodo 2021.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Bayas (2020, Acedo & Acedo, 1998) concluye que: Los antecedentes de las instituciones financieras, desde tiempos inmemoriales, dicen que ya en las épocas de los griegos existían prestamistas que otorgaban dinero para cobrar con intereses en un periodo de trabajo.

A la aparición del sistema mercantilista, cuando se acopiaban metales preciosos, importados desde Sudamérica, aparece la necesidad del servicio de custodia. Esto crea la oportunidad de los primeros bancos privados.

La custodia, es el germen de las instituciones financieras conocidos actualmente. (p. 52)

Marco (2018) define “Entidad financiera como compañía con fines de lucro, con prestación de servicios de custodia al ahorro, y garantía financiera, para personas naturales y jurídicas” (p.1).

Navarro (2010) “El Sistema Financiero”, de acuerdo a Ley, está conformado por empresas y entidades financieras de derecho civil, que trabajan bajo licencias de funcionamiento, otorgado y supervisado por la SBS, encargado de velar por el cumplimiento normativo de las financieras en el mercado peruano, actividad habitual desarrollada por empresas de mucho capital social, para permitir que los ahorros del público sean orientarlos a ganar intereses de la entidad financiera, sobre todo sean estos ahorros de gran utilidad al mercado de capitales e inversiones. (p.1)

Cabrera, Coronado, Flores, Jara & Loayza (2017) afirman que: “Una Caja de Ahorros”, es una entidad financiera, similar a un Banco comercial. Los bancos son sociedades que tienen muy buena espalda

financiera, idénticamente las CMAC de menor capital social; cuyo objetivo es captar dinero del público, como capital de trabajo de las entidades financieras, que otorgan préstamos a personas naturales y micro empresas activas, en el mercado de capitales, supervisadas por la SBS (según ley 26702).

En el mercado peruano, se observa la presencia de Cajas de ahorros y créditos: municipales (en Regiones), rurales (en Provincias) y metropolitana (en Lima). Instituciones normadas y supervisadas por la “SBS” obligadas a pagar por la protección, seguros; idénticamente que cualquier banco comercial, como miembro del “Fondo de Seguro de Depósitos” (FSD), según lo dispuesto en el artículo 145° de la Ley General de la SBS.

Pocos años atrás, los Bancos comerciales en Perú, tenían cobertura nacional en todas sus agencias, mientras que las CMAC, tenían cobertura regional, de acuerdo a su partida de nacimiento, no se podían expandir a nivel nacional por falta de capital dinerario y por falta de una autorización legal. Hoy en día, las CMAC en el Perú, han crecido y se han expandido en todo el territorio nacional, teniendo agencias operativas en todo el país, unas más que otras, en diferentes regiones del Perú. (p.2)

Es importante para las empresas financieras en Perú, tener buena cartera de clientes, con bajo riesgo crediticio, riesgo controlado desde la SBS, registrado por las empresas financieras, con buena evaluación crediticia, eficiente monitoreo de sus cronogramas de inversión en sus negocios, supervisando el grado de fidelización de clientes. Vigilando la competencia en el mercado financiero de Huánuco. La CMAC Maynas ha crecido significativamente frente a otras entidades financieras, por la necesidad de estar vigente en el mercado financiero local y regional.

CMAC Maynas, nace del seno de la Municipalidad de la Provincia de Maynas, capital Iquitos. Actualmente tiene presencia en varias regiones del Perú. Por ejemplo, tiene una agencia en el distrito de Pillco

Marca de Huánuco. De acuerdo a la evaluación técnica, se ha detectado pérdidas de su Cartera de Clientes, debido al otorgamiento de créditos con poca evaluación de sus clientes, que ha generado una morosidad considerable, principalmente por comprar deudas a otras entidades financieras, de clientes con problemas potenciales. Las consecuencias para la Caja Maynas han sido negativas, por las dificultades de sus clientes en el cumplimiento de pago de sus cuotas mensuales.

Estos problemas identificados, han sido ocasionados al personal ausente, que por razones personales y en algunos casos institucionales, ya no laboran en la CMAC Maynas, por lo cual se hace difícil saber los antecedentes del crédito otorgado al cliente, principalmente porque los ex trabajadores, ya se encuentran laborando en otras entidades financieras similares, donde algunos clientes aparecen, mientras otros y sobre todos los que han caído en mora, resultan ser una carga económica para la CMAC Maynas de la agencia del distrito de Pillco Marca.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

PG: ¿De qué modo, la “Gestión Financiera” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

Pe1: ¿De qué modo, el “Compromiso con la Institución” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021?

Pe2: ¿De qué modo, el “Manejo de Personal” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021?

Pe3: ¿De qué modo, la “Eficiencia en el proceso de otorgamiento de Créditos” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021?

1.3. OBJETIVO GENERAL

OG: Describir de qué modo, la “Gestión Financiera” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Oe1: Analizar de qué modo, el “Compromiso con la Institución” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021

Oe2: Analizar de qué modo, el “Manejo del Personal” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021

Oe3: Analizar de qué modo, la “Eficiencia en el proceso de otorgamiento de créditos” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021.

1.5. TRANSCENDENCIA DE LA INVESTIGACIÓN / JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. TRANSCENDENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio, permitió relacionar la “Gestión Financiera”, con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, a fin de informar a los directivos y administradores de la “Institución Financiera”, las ocurrencias en el contexto situacional, de la Caja Maynas, a fin de que las autoridades de la Empresa Financiera, puedan trabajar en la corrección de los procesos que desmejoran la rentabilidad económica de la CMAC Maynas Agencia Pillco Marca.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- **Importancia práctica:** Para la Caja Maynas, agencia Pillco Marca de la ciudad de Huánuco, es importante, estudiar la “Gestión Financiera” de la entidad financiera, así como estudiar el “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, analizar cómo repercutió en la optimización de recursos y la satisfacción de los clientes en la Rentabilidad Económica de la Caja Maynas.
- **Valor teórico:** Conceptualmente los resultados de una investigación, sirvió de base, para mejorar la “Gestión Financiera” por efectos del “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, a fin de mejorar las utilidades de la CMAC Maynas, en el Distrito de Pillco Marca, Provincia Huánuco, implementando un macro proceso especial para el posicionamiento de la entidad financiera, en base a la realidad del contexto, mejorando la competitividad y rentabilidad de cada uno de sus clientes y de la propia empresa financiera.
- **Utilidad metodológica:** En este estudio, se usó metodologías de investigación científica. Se estudió un marco teórico de variables: Independiente “Gestión Financiera” y dependiente “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, aplicando instrumentos denominados: “Encuesta” y “Cuestionario” para captar datos e información, y contrastar las hipótesis con los objetivos, así como determinar la relación entre “Gestión Financiera” y “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca.
- **Relevancia:** La presente tesis es sumamente relevante, para los inversionistas y directivos de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, porque aporta resultados y conocimientos, a

tener en cuenta para mejor calidad de clientes, colaboradores, como mejores contribuyentes a la “Gestión Financiera” de la Empresa Financiera. CMAC Maynas, requiere de estos aportes para su crecimiento sostenido en el mercado local de Pillco Marca. Asimismo, las conclusiones de esta tesis, sirven de mucho para otras investigaciones futuras.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Están referidos a los patrones culturales, que afloran en la conducta, de los directivos como de los colaboradores de la CMAC Maynas, suponen un alto celo profesional por saber los datos de los clientes y de la propia institución, que no ha sido fácil convencerlos con sendas explicaciones de las ventajas que tuviera el trabajo de investigación, en beneficio de la propia institución y más en beneficio de los trabajadores.

Hay factores, determinantes, como el tiempo en la demora por obtener datos necesarios para el proceso de evaluación de créditos, hasta el desembolso del mismo y resultados de la evaluación, que mayormente se reflejan en la morosidad del cliente, por tener varias cuotas atrasadas de un préstamo afectando a la cartera. Por haber perdido su capacidad de pago para responder a sus obligaciones crediticias programadas.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación, ha sido identificada como de alta realización para la entidad, después de muchas explicaciones y controles en la información necesaria para seguir con la investigación. Además, que los Directivos de la Central de Iquitos, tuvieron que autorizar las encuestas y entrega de información básica, a fin de que dicha TESIS, sea de alto beneficio para la Caja Municipal Maynas.

La presente tesis sirvió a la entidad como una buena referencia, para mejorar su proceso de atención y desembolso de créditos, se ha

socializado la investigación con los directivos y colaboradores de la CMAC Maynas de la Agencia Pillco Marca, Así mismo esta tesis sirvió, para prevenir deficiencias, a fin de mejorar la “Calidad de la Cartera de Créditos” en la agencia de Pillco Marca de la Caja Maynas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. INTERNACIONAL

Lanas & Trujillo (2015), “Otorgamiento de Créditos” para una Financiera Ecuatoriana, con el objetivo de: “Desarrollar un modelo de otorgamiento de crédito”; para una cooperativa ecuatoriana, que se anticipe a la probabilidad de morosidad, de su cartera de consumo, usando niveles de indicadores de gestión en el tipo de investigación descriptiva correlacional, en la Universidad San Francisco de Quito, usando el método cuantitativo. Cuyo resultado, es el siguiente:

1. La herramienta estadística no trata de reemplazar a los analistas de crédito, sino que apoya a los colaboradores, con la tabulación y sistematización de información. Aportando con la experiencia sobre el carácter cualitativo de clientes; las calificaciones, solo muestra los indicadores, pero no son argumentos suficientes, para aceptar o rechazar solicitudes.
2. El modelo que induce a que los clientes solicitantes ya están pre-aprobados, parten de un esquema de evaluación tradicional, debido a su bajo potencial de evaluación y falta de criterios relacionales. Por ello que la solicitud de crédito para capital de trabajo, puede tomar más tiempo y con resultados negativos para la institución financiera. (pp. 71-72)

Carrillo (2015), “Gestión Financiera en la Liquidez de Azulejos Palileo”, Investigación: Exploratoria, descriptiva, asociación de

variables de nivel explicativo, Universidad técnica de Ambato en Ecuador, para título profesional de ingeniería en contabilidad y auditoría CPA, método mixto. El resultado es el siguiente:

1. Se afirma que la “Gestión Financiera” es inadecuada, porque la Gerencia de la empresa, ‘Azulejos Pelileo’, prefiere que la liquidez de la empresa, dependa de las decisiones que debe tomar el Responsable de la aprobación de créditos, en base a informes de sus colaboradores, principalmente del analista a cargo, quién tiene toda la información del cliente y tiene una directiva actualizada de acuerdo al Reglamento sobre “Desembolso de Créditos” de la entidad financiera, cuya política de trabajo, depende del responsable de créditos por encargo de la Gerencia de la Empresa.
2. La gestión de la empresa financiera ‘Azulejos Pelileo’ es dirigida particularmente por su Gerente propietaria, condición que no resulta conveniente técnicamente, para el control en los diferentes procesos participativos del personal, que pudiera aportar conocimientos y experiencias efectivas en beneficio de la entidad, así como de sus procedimientos vigentes y propuestas, a fin de que el equipo de personas que trabajan en la institución, contribuyan al crecimiento y desarrollo de su entidad laboral. (pp. 109-110)

Erraez (2014), “Propuesta de modelamiento de Gestión Financiera”, para la empresa “Bio-Agro”, en la ciudad de Cuenca, El objetivo es: Optimizar recursos, para un estado financiero, mantener adecuada direccionalidad y control de recursos económicos, usando la investigación descriptiva correlacional, en la Universidad politécnica Salesiana, sede Cuenca en Ecuador, para otorgamiento

del título profesional como Ingeniero en contabilidad y auditoría, siguiendo el método mixto; se concluyó en:

1. “Bio-Agro” demostró un mayor interés en la optimización de sus procesos crediticios, financieros, y administrativos, permitiendo que el personal colaborador, se desenvuelva en innovaciones permanentes. Trabajando en favor del crecimiento institucional, mejorando actividades y procesos a cargo de las áreas competentes de la Empresa Financiera.
2. El modelo permite obtener buenos resultados, bajo optimización de recursos y procesos, a fin de que la entidad financiera, pueda tener mejores rendimientos de todos sus recursos y generar mayores utilidades económicas por buena administración de sus recursos, de sus saldos y de la competitividad en sus diferentes áreas de trabajo, en beneficio de sus clientes y de la propia institución, ya que, la indebida administración del capital puede ser causa importante para el fracaso del negocio. (p. 112)

2.1.2. NACIONALES

Acuña & Barzola (2015), “Factores de calidad en la cartera crediticia” de la “Financiera Confianza”, Región Junín 2013, para Identificar “Indicadores de Calidad Crediticia” de la “Financiera Confianza”, aplicando investigación descriptiva correlacional, en la UNC - Huancayo, para optar el título profesional de Economista, aplicando Método deductivo, analítico y sintético: Casos y de medición. Los resultados son:

1. La cartera está definida por variables macroeconómicas, como: Inflación; PBI Regional; Variables microeconómicas de la entidad: Solvencia, eficiencia, y colocaciones. La

relevancia global se define a partir del coeficiente, cuyo significado, es dependiente de un modelo comercial, asociado a un modelo estructural, dependiente de condiciones políticas.

2. La percepción respecto a los negocios, son muy propicios para el sector financiero, porque se puede medir el incremento de cuota de participación en el mercado local y regional, generando un incremento de colocaciones, por mejor y mayor otorgamiento de préstamos a los clientes que prefieren trabajar la Institución Financiera, incorporando a clientes de mejor calidad crediticia, a fin de reducir la tasa de morosidad.

Catunta (2013), “Créditos Otorgados y Satisfacción de clientes” de la CMAC Cusco, Agencia Bellavista periodo 2012. Objetivo “Estudiar el contexto de otorgamiento de crédito” a satisfacción de clientes CMAC Cusco, Agencia Bellavista. Investigación descriptiva correlacional. Universidad del Altiplano Puno. para optar título profesional de Lic. en Administración, aplicando método mixto. Con Resultados son:

1. La gestión de factores, influye en el “Otorgamiento de Créditos” y mejora la “Satisfacción de Clientes”, considerando al procedimiento como deficiente, por falta de información y asesoramiento de analistas, para adquirir productos de la entidad financiera, malos procedimientos para acceder a los programas crediticios, como ofertas promocionadas por los colaboradores de la Institución, saber si son adecuados o no, además de que el procedimiento toma mucho tiempo en cada etapa; produciéndose

incomodidad y quejas de los clientes; por la generación de expectativas, no cumplidas a tiempo.

2. Existe deficiencias en el proceso de “Otorgamiento de Créditos”, debe mejorarse el nivel de “satisfacción de clientes”; brindando optima atención, por recomendación de estudios realizados, por conocer las variaciones de la demanda, capacitando al personal en aplicación del reglamento de créditos. Es indispensable la interpretación de las Leyes y directivas; El estudio de directivas, mejor las comunicaciones, en diferentes niveles jerárquicos, eliminando acciones innecesarias, que mejoran las evaluaciones al cliente, se genera mayor confianza.

Flores (2016), Influencia de “Gestión Financiera” a la “Rentabilidad de Cajas de Ahorro y Crédito”, distrito de la Victoria 2015, aplicación de investigación transeccional correlacional, desarrollada en la USMP de Lima, para optar un título profesional como Contador Público, método no experimental cuantitativo. Las conclusiones son:

1. La eficiencia de recursos financieros, relacionado directamente con la eficiencia del personal; mejora la eficiencia de recursos. La investigación determinó, que nivel de eficiencia de recursos es bajo e igual a 0.1677 en el 2015, 20% menos que en el 2008. El índice de eficiencia del personal bajó a 3.8440 en el 2015, 33% menos que el 2008, se redujo el margen de utilidad.
2. El crédito, está relacionado con los ingresos por colocaciones; la entidad financiera produce mejor volumen de ingresos por crédito colocado, el crédito por

deudor no considera el indicador de riesgo, pero si créditos totales. Es necesario mejorar la evaluación de indicadores, de la cartera de riesgo. La investigación concluye indicando que el crédito por deudor subió a S/.11,480 en el 2015, 41% más que en el 2008. El ingreso por crédito colocado se incrementó a S/. 1,274. Con 105,000 en el 2015, 101% más que en el 2008, además la cartera de alto riesgo bajó a 0.0909 en el 2015, 76% menos que en el 2008, reduciéndose el ingreso por crédito colocado, afectando la utilidad para la empresa financiera. (p. 68-69)

2.1.3. LOCALES

Arguezo, Pinzas & Mendoza (2017), La “Calidad de servicio al cliente” influye en el “Riesgo Crediticio” de Microempresarios, clientes del BBVA, Agencia Huánuco, 2017, objetivo Determinar la influencia de la “Calidad del servicio de atención al cliente en riesgo crediticio” del BBVA – Agencia Huánuco, año 2017. Investigación descriptiva, desarrollada en la UNHEVAL, para optar título profesional de Contador Público, siguiendo el método deductivo. Las conclusiones son:

1. La falta de eficiencia en atención a clientes, influye en la morosidad, según las encuestas tomadas a los analistas y directivos de la Entidad. Los clientes buscan capital de trabajo, trato digno y respeto a las promociones de créditos, no publicidad engañosa (48%, 46% y 49%), presentado en los cuadros: 1, 2, y 3 respectivamente. La garantía, de clientes son muy buenos (62%), debe revisarse cuidadosamente la información de riesgo, especialmente en los grupos humanos: G-1, G-2, G-3 (38%).

2. La “Calidad de atención al Cliente”, influye en el nivel de riesgo crediticio, la mayoría de clientes están de acuerdo con el servicio del promotor, por lo menos en un 77% (cuadro N° 09). El riesgo de crédito llegaba hasta un 70%, significa relativamente bajo (según cuadro N° 15). (p. 74-75).

Sánchez (2015), El nivel de Morosidad en la “Cartera de Créditos minoristas” Influye en la “rentabilidad” de la Caja Maynas Agencia Huánuco, 2013, Objetivo es Analizar, “la morosidad de Créditos Minoristas”, que afecta la “Utilidad de la CMAC Maynas Agencia Huánuco”. Investigación descriptiva y explicativa, realizado en la UNHEVAL, para recibir el grado de Maestro en Banca y Finanzas, método cuantitativo. Los resultados son:

1. La política institucional de créditos, define los requisitos para otorgar un préstamo. Los clientes afirman en 57,8% que están de acuerdo con las exigencias. Existe una cantidad de clientes, que son menos exigentes (14,4%) e igual que antes (27,8%). Estas personas opinan que existe menor exigencia, suficiente para entender que la entidad financiera tiene mayor flexibilidad en su política de crédito, como entidad financiera.
2. El 60% de clientes de la Caja Maynas Agencia Pillco Marca, afirma que trabaja solamente con una entidad financiera (Caja Maynas), 40% dice que trabaja con dos o más entidades financieras. Según oferta de capitales y productos crediticios, en el mercado local, ofrecen comprar deudas de otras entidades financieras, por lo cual resulta muy atractivo la oferta para los clientes que

se disponen a firmar contratos de compromisos crediticios.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. GESTIÓN FINANCIERA

Westreicher Westreicher (2020): El concepto, corresponde a las ciencias empresariales, donde se estudia los recursos de la empresa crediticia, que trabaja operaciones comerciales, usualmente con recursos propios y de terceros; se dedica a captar fondos del público al más bajo costo, para ponerlos en valor frente a la demanda de créditos de consumo y capital de trabajo de personas naturales y MYPES que requieren dinero fresco para sus necesidades comerciales.

Asimismo, los encargados definen, que la administración de fondos, debe estar en proyectos de inversión privada. La gestión financiera es la encargada de obtener, uso y supervisión de fondos orientados al mercado local. Buscando una mejor rentabilidad económica que tenga viabilidad.

Córdoba (2007, citó a Pasquel, 2019) “Gestión Financiera” es una rama de las ciencias empresariales que se encarga de optimizar los recursos de una compañía. Define las finanzas y operaciones. Es la fase de la administración, para actualizar el patrimonio vigente de la empresa financiera, que sirva como aporte de capital social, manejo y aplicación de garantías, puestas en valor como FONDOS, capital de trabajo, inversiones y proyectos rentables, a corto y largo plazo.

La “Gestión Financiera” sirve para tomar decisiones de negocios, con respecto a las necesidades financieras del mercado, tratando de optimizar capitales, asegurando la suficiencia para

apalancar negocios y proyectos de bienes y servicios a diferentes niveles, construyendo fortalezas al cumplimiento de objetivos institucionales (p. 9).

Compromiso con la institución

Guerrero (2019) La “Integración de personas” a la entidad Financiera es relevante, depende de perspectivas y necesidades personales, sucede de modo armónico, en su condición de “trabajador – empresa” perdurable en el tiempo. Al formar lazos de mutuos beneficios, compromiso institucional en atención al impacto directo de la valoración de comportamientos y conductas laborales de los colaboradores por lograr metas institucionales, con evaluación constante de la eficiencia y eficacia, sobre todo en algunas áreas de especialidad, en función a las retribuciones de parte de la empresa crediticia.

Mowday (1999), Contrato es la venta de fuerza laboral con identidad, que proviene de la participación activa de cada colaborador, que desempeña una función específica en la empresa. Su potencial permite que los colaboradores, integren y se comprometan, aportan al cumplimiento de metas y aprendan a conservar valores culturales, en cumplimiento de las normas del país y la satisfacción de los clientes, en un mercado exigente, que busca no solo dinero, sino también protección de sus recursos económicos; por esa razón el público acude a una institución financiera, porque está convencido de la garantía institucional que brinda la empresa financiera; y que tiene disposición para lograr, un sentido de pertenencia a la institución.

Navarro (2012) El capital humano como parte de la “Gestión Financiera” se reconoce a partir del “Grado de identidad del colaborador con la Empresa”; por Voluntad del trabajador en

permanecer colaborando. Hecho que Refleja su propia satisfacción, su aporte decidido a la misión, visión, valores y objetivos de la empresa crediticia, cree en sus capacidades e intencionalidad de continuar. El involucramiento está definido como "Grado de importancia de compromiso laboral", invierte tiempo y energía en en cada proceso y actividad, que el trabajo exige, se identifica plenamente con los aciertos y desaciertos de la empresa presente en el mercado (Davis y Newstrom, 1999).

Meyer y Allen (1991) "El Estado psicológico" se construye desde el contacto entre una persona y la organización. El vínculo nace por necesidad de cubrir demandas laborales y deneandas de capital humano, para cumplir objetivos de optimización de recursos, en beneficio de la institución y de los clientes que acuden cada día en busca de bienes y servicios a satisfacción, y quien los recibe en la institución, es precisamente el colaborador, con la firme convicción de que lo está haciendo en cumplimiento de los objetivos de la entidad y a satisfacción personal.

Se trata de un conjunto de actitudes favorables, que se desarrolla diariamente en cada colaborador, por cumplimiento de funciones para lo cual ha sido contratado, capacitado y formado en una institución académica por cuenta propia. Es la relación laboral perfecta; por cumplimiento del empleo que anduvo buscando mucho tiempo, por oportunidad de crecer profesionalmente, con reconocimiento salarial para mantener a su familia, definido como espacio, donde el empleado se identifica con su empleador, con metas establecidas; trabajando cada día para identificarse como un miembro activo de la institución" (Robbins, 1999).

Jiménez (2007), dice que "El compromiso del trabajador", refleja un vínculo emocional con la empresa, por el cual contribuye

decididamente al éxito de la entidad. El trabajador trabaja por una retribución económica mensual, por necesidad de mantener una familia y por el honor de ser reconocido como profesional de éxito; debido a la rentabilidad y éxito de la institución, los colaboradores deciden por un por alineamiento estratégico institucional, las personas responden a las demandas del público, son responsables de las ocurrencias diarias, responden a las felicitaciones como a los reclamos y críticas. De parte de clientes y accionistas. En este escenario, la responsabilidad es la llave maestra para una respuesta estratégica.

Chiavenato (2004) “La voluntad del empleado en esforzarse hacia el cumplimiento de objetivos institucionales”. Como Insel y Moos (1974) considerado como medida de interés de empleados, por desarrollar trabajo y compromiso; medidas para cumplir o impedir la realización de servicios laborales a buen nivel, pueda ser que en algún momento decidan terminar la relación o vínculo laboral. (pp. 16-17).

Meyer y Allen (1991, en Guerrero, 2019) afirman que: “El compromiso es un estado emocional”, caracterizado por ímpetu en la relación: Personas . Organización, efecto que contribuye a la decisión de continuar presente en un mercado de alta competencia o cierre del negocio, con la consecuente pérdida de espacios laborales. Frente a ello, se propone un modelo tridimensional:

afectivo (por el cariño a la institución),

continuidad (sentido de pertenencia y no abandonar)

normativo (Contribuir con exigencias de la supervisión);

Se asume de diferentes maneras, como entidades relacionadas, como grupo de trabajo, como respuesta a la supervisión, como sindicato, responsabilidad de compromiso laboral en la institución, por agradecimiento a la oportunidad brindada en un momento de mucha necesidad económica.

Becker (1960), Continuidad, se refiere a la disposición del colaborador por permanecer desempeñando una función en la entidad, no perder la oportunidad laboral, donde ganar experiencia y seguir formándose como profesional. Es la oportunidad de demostrar sus conocimientos, habilidades, destrezas y cálculo de estrategias, en beneficio de la institución y del propio país, contribuyendo a la solidez de las empresas que trabajan en un sector de la economía de un país que demanda una sana atención a sus necesidades de seguir invirtiendo. Hacen que pérdidas o costos potenciales asociados a la pérdida de empleo voluntario o despido, sean por causas ya más insostenibles. Los costos financieros, están relacionados al salario, seguros sociales, bonificaciones, otros bonos), que pueden ser reconocimientos de felicitación, y los que están relacionados con: status, comodidades, recomendaciones, relaciones amicales, certificación de experiencia laboral, y relaciones con especialistas y directivos de la institución.

Relación Afectiva: Meyer y Allen (1991); "Unión afectiva del colaborador con directivos de la entidad, en las áreas de competencia, en las áreas designadas, para identificarse y trabajar por objetivos y metas, en el proceso de involucrarse con la organización, haciéndolo a propia voluntad, por demostrarse a sí mismo que puede defender el puesto de trabajo, para contribuir con las exigencias de la competencia y éxito de la empresa, siempre que él o ella, así lo desea. Este indicador, mide opción personal de seguir en la organización, caracterizado por el grado de unión emocional,

del trabajador con la empresa; concretamente por su identidad, y lealtad. Busca satisfacer sus aspiraciones y expectativas del colaborador, para disfrutar y sentir orgullo de pertenecer a la organización.

Bentanzos, Andrade y Paz (2006). El lazo legal, se define como “obligación del colaborador” en cumplir funciones para el cual ha sido contratado y pagado, por reciprocidad, lealtad y gratitud a la empresa, se convierte cada día más en una obligación moral, hasta entender que es parte de su cultura profesional como trabajador, defender los colores de la institución desde su puesto de trabajo, tiene la libertad de tomar decisión de continuar trabajando en la organización.

Rivera (2010) Se trata de responsabilidad moral y voluntaria de las personas con identidad y sentimientos hacia la empresa, a reciprocidad de lo adquirido. Si por alguna razón, el trabajador no respeta el compromiso se arriesga a perder el empleo, generando culpabilidad en el trabajador, sancionado moralmente por funcionarios de la entidad y por miembros de la familia del trabajador. (pp. 20-21-22-23)

Manejo del Personal

Sepúlveda (2014) “El equipo denominado personal, es muy importante para la institución”, el éxito de la Empresa, depende del trabajo en equipo, es bueno seguir las reglas básicas, en atención a los términos de referencia del trabajo, para cumplimiento de los objetivos de la organización. El personal contratado, estará de acuerdo con las exigencias del área donde se desempeña, en relación a su formación académica y experiencia laboral en el puesto de trabajo, debe tener la suficiente motivación de aprender y

defender el puesto de trabajo a satisfacción de la jefatura de personal.

Si el personal se siente motivado por el propietario o Gerente de la empresa, servirá para desenvolverse mejor en el trabajo, con mayor eficacia, la empresa debe contar con un manual de funciones normadas y manejar de manera adecuada, los índices de respuesta de trabajadores que estarían establecidos claramente en las directivas de cada área de trabajo, incluyendo premios por cumplimiento de metas.

El éxito de cualquier institución, depende del manejo de la Jefatura de personal. Se debe haber una clasificación clara y específica de las funciones que se debe cumplir en cada especie de trabajo, debe saber los trabajadores la relación de subordinación jerárquica, debe saber qué informes realizar, sobre todo qué normas y directivas están vigentes, para la satisfacción de los clientes. Tener presente que cada individuo proviene de un hogar, con usos y costumbre diferentes, tiene una cultura impresa en su ser, su propia manera de pensar y actuar, es diferente e de manera indispensable debe ser de conocimiento de la Jefatura de personal, para manejar el equipo de personal, de la mejor manera. De modo que las características propias de cada trabajador o colaboradora, deben ser el punto de inicio para el reconocimiento de la calidad de persona y capacidad profesional con que se cuenta en la institución.

No se puede dirigir eficientemente una institución sin tener en cuenta las habilidades y destrezas del personal. Jefatura de personal, significa Dirección técnica y estratégica, para el cumplimiento de los objetivos y metas específicas, con monitoreo y evaluación permanente, del personal que trabaja en la empresa, saber mostrarlos en los diferentes puestos de trabajo a cada

individuo, promover a las personas claves en cumplimiento de mayor responsabilidad, en beneficio de la institución. Ser jefe consiste en ordenar, adecuadamente y tomar en cuenta lo siguiente:

- 1.- Capacitar al equipo profesional y operativo, las políticas de la empresa, en los objetivos y metas de la institución, con la finalidad de transmitirles parte de la cultura empresarial, involucrarlos a los propósitos de la organización en un plazo corto, deben saber que están contratados para colaborar con la empresa, en un mercado de competencias que trabajan para un mercado exigente y que además están en competencia perfecta con otras empresas similares.
- 2.- Estimular y valorar el esfuerzo, y la dedicación del personal a producir bienes y servicios. La motivación por incentivos, dependerá en gran medida de la obtención de resultados. Quiere decir que el personal, debe tener conocimiento de dichas promociones al cumplimiento de ciertas metas.
- 3.- Mantener una buena comunicación entre empleados de las mismas áreas y de las diferentes direcciones y jefaturas de la empresa crediticia, sirven para mejorar el grado de confianza entre colaboradores y funcionarios de la entidad, a fin de mejorar la eficiencia y eficacia laboral.
- 4.- Motivar a los que cumplen su trabajo con objetividad, honestidad, responsabilidad y ética profesional.
- 5.- Eliminar los posibles conflictos entre personas del mismo equipo laboral; pensar antes de opinar, sino que se debe buscar un argumento saludable, no a la crítica destructiva.

- 6.- Mantener un perfil profesional firme, independiente de los problemas personales, construyendo espacios saludables de trabajo.
- 7.- No se debe usar palabras ni lenguajes que ofenden a las personas, ni que destruyan la confianza.
- 8.- Se sugiere tener control sobre el personal, en base al buen trato, al trato profesional y afectivo, demostrando la calidad de personas.
- 9.- Evaluar con mejores criterios de profesionalismo, reconociendo públicamente los cumplimientos y avances de las metas cumplidas por cada colaborador.
- 10.- En el proceso de supervisión, debe imperar el criterio de enseñanza, formando en los empleados “confianza para el cumplimiento de metas”, en beneficio de la institución.

El jefe de personal, debe mantener buena relación con los administrados, evitar malos entendidos. El líder o La Líder, no debe sentirse más que ningún trabajador. Cuanto más tiempo, de experiencia tengan en el cargo, deben ser más humanos, con actitudes de maestros, actitudes paternales, solo así se puede construir equipos profesionales de muy alta responsabilidad, por la confianza, que el Jefe de Personal, o el propietario pueda transmitir a sus colaboradores, que pronto se volverán expertos en sus respectivas área de trabajo, en beneficio de mayor productividad para la empresa.

Es importante también el liderazgo en la institución. El éxito de la organización se observa cuando los que trabajan, toman

actitudes de liderazgo real (comunitario). Siempre el líder debe generar confianza en su personal. Ser abierto, justo, expresivo, manifestar la verdad, cumplir con lo prometido y ser discreto. Un líder debe mostrar: inteligencia, confianza, habilidades, y consistencia en sus comentarios.

Debe saber utilizar un lenguaje sencillo, promover eventos; Buen manejo de personal significa poseer valores éticos, buscar siempre un buen lazo de comunicación. (pp 1-2-3)

Eficiencia en el proceso de desembolso de Créditos

Eficiencia Financiera

Monroy (2016) dice: “La eficiencia financiera es una práctica que busca toda organización”, independiente del sector donde se desempeña, pudiendo ser una empresa privada o una entidad pública.

Se requiere alto nivel de compromiso de todas las personas que trabajan en áreas específicas de la entidad, hasta llegar a la formación de una cultura organizacional.

La actividad financiera está directamente relacionado con el cumplimiento de la planeación financiera, para ello solo se necesita ser eficiente en cada actividad.

Desde el proceso de cotización, compras, almacenes, logística, se debe practicar buenos hábitos, procesos eficientes de adquisición, bienes y servicios de buena calidad a buenos precios, sobre todo en tiempos óptimos, muy necesarios para responder bien, ante la demanda de un mercado competitivo.

La buena selección de proveedores, es otro aspecto importante, la premisa trabajar con empresas responsables de la cadena de distribución, aquellas que trabajan generando valor agregado a la logística, en el cumplimiento de estándares.

Tesorería es una unidad de departamento o área financiera, de gran responsabilidad, que, por su naturaleza, debe estar a cargo de profesionales probos y alto conocimiento en la contabilidad. Deben tener dominio en la proyección de flujos de caja, deben saber simular el comportamiento futuro de ingresos y egresos. Debe ser ejecutado en moneda nacional o extranjera al tipo de cambio del día, relacionado con los tipos de compras y de ventas, así como las cuentas bancarias que maneja la empresa. Considerar la celebración de contratos a plazos, que permitan a la empresa tener buen flujo caja para asumir compromisos financieros.

Respecto a la tesorería, es bueno decir que es un área clave en la relación financiera, porque los bancos, se convierten en aliados importantes para el manejo de las cuentas de la empresa. Además, porque es la entidad que apoya al desarrollo contable y administrativo de la empresa, que trabaja directamente con el área de tesorería de la empresa, no solo para ver el flujo de caja, sino también para evaluar y guardar las garantías de la empresa, en la formación de sus líneas de financiamiento, para aceptar o denegar solicitudes de crédito, para evaluar sus volúmenes de créditos y su experiencia crediticia.

Otorgamiento de Créditos

El Crédito

Crédito (2012) Define: “Obtención de dinero líquido, con documentación firmada a favor de la empresa financiera”, bajo el

compromiso de pagar en el futuro, de acuerdo a un cronograma mensual establecido en el contrato de partes. El crédito es un contrato, de confianza y nivel de riesgo, la Empresa Financiera, aprueba y desembolsa dinero, a disposición del cliente, y otorga ciertas líneas de financiamiento para ejecutar compras y ventas, que le generen utilidades en el corto plazo. Por otro lado, el cliente debe pagarse en un tiempo establecido, por cuotas que incluye: intereses, seguros y comisiones establecidas en las normas y contratos legales entre las partes.

Proceso de Otorgamiento de Crédito

¿Qué es un proceso?

Macedo (2014) define como: “Lista de actividades, mutuamente relacionadas”, que interactúan, para transformar inversiones de entrada y convertirlos en ganancias.

Se denomina proceso al conjunto de actividades, tareas que pertenece a un área de trabajo operativo, que contribuyen a mejorar uno o más funciones de la empresa, para alcanzar objetivos y metas institucionales, conforme a los acuerdos y contratos laborales firmados entre directivos y colaboradores de la empresa.

Etapas de Otorgamiento de Créditos

Etapas de Promoción

Función fundamental para otorgamiento de crédito: Es el primer contacto del cliente con la entidad financiera y se realiza:

- A través de la visitación del analista al cliente.
- A través de la solicitud del cliente a la financiera

Etapas de Evaluación

- Revisión y análisis, de experiencias crediticias del cliente, la calificación de la entidad financiera en base a la evaluación de opinión de la SBS.
- Solicitud de documentación necesaria y obligatoria para la evaluación de parte (Experiencia del negocio, RUC, Balances, PDT Anual, pago de servicios, Ayuda memoria del negocio).
- Se determina la capacidad de pago, que se registra en un flujo de caja temporal, registrando los ingresos y egresos presentes y futuros del solicitante, experiencia crediticia, patrimonio, clasificación de riesgo, capacidad de pago demostrado con documentos de ingresos.
- Evaluar el potencial del negocio, propiedad del cliente y evaluar la seguridad de sus ingresos económicos de clientes, por sus ventas, el analista visita el negocio para obtener información primaria e información secundaria, de las fuentes del cliente, que sirven el analista para elaborar el estado financiero.

La evaluación del estado financiero, como parte del expediente, pasa por una revisión del comité de créditos, con la finalidad de contrastar información entregada por cada analista.

Etapas de la Aprobación

- El crédito evaluado y aprobado por el comité de Créditos, necesariamente debe ser revisado y confirmado por la

Gerencia General de la Caja Maynas Agencia Pillco Marca, a través de los indicadores que maneja la institución.

- El analista es la persona, que brinda información básica al cliente, a fin de conocer la necesidad del cliente, en tal caso, el cliente con la información proporcionada, tiene la obligación de tomar una decisión sobre un producto en consulta. Dicha información al ser sea clara, oportuna y transparente; ambas partes tienen la oportunidad de decidir por el tipo de negocios que estarían a punto de concretar.
- Evaluado las características de la demanda y oferta, El cliente habiendo cumplido con los requisitos exigidos por el analista, pasa a ventanilla para desembolsar el crédito aprobado a su nombre, o a designación de su negocio.

Etapas desembolso de crédito

- El cliente firmar las garantías, denominados como pagarés, compromisos de pagos mensuales, previa verificación de datos personales, condiciones de intereses, fechas de abonos de las cuotas, a fin de que coincida con las fechas de cobranzas de sus ventas y de sus cobranzas por trabajos y servicios realizados mensualmente.
- El auxiliar es la persona encargada de informar las condiciones de aprobación del crédito, así como de dar la conformidad a los formatos rellenos para la firma del cliente (persona natural o jurídica) como de funcionarios de la CAMAC Maynas, ambas partes como responsables de la operación.
- El auxiliar de operaciones crediticias, es la persona encargada de entregar al cliente, el expediente para desembolsar:

Cronograma de pagos mensuales, tasa de interés, conforme al art 06 del reglamento de transparencia de información, vigente en el estado peruano.

Etapas control y seguimiento

- El analista de la CMAC Maynas, realiza las inspecciones técnicas del caso, a las direcciones del cliente y además el cumplimiento de pagos por compra de deuda y pago a proveedores en cumplimiento del plan de inversiones, que el propio cliente ha propuesto al inicio de la operación, en la etapa de solicitud. Propuesta que debe cumplirse a beneficio de la operación crediticia, en salvaguarda del dinero prestado en favor del cliente, quien debe cumplir con el plan de inversión.

Etapas de Recuperación del Crédito

- Proceso cuya finalidad es, cobrar cuotas atrasadas, establecidas en el cronograma del expediente del crédito otorgado, a fin de que el cliente no pierda su buena calificación y de la institución financiera, que no sea cargada con mayor compromiso de provisión de dinero para cumplir con la SBS.
- Se debe hacer todos los intentos de recuperación del dinero prestado al cliente, con llamadas telefónicas, notificaciones simples, cartas notariales, con el fin de llamar la atención al cliente, que debe cumplir con sus compromisos mensuales de pagar su deuda contraída. Si el cliente no tiene la posibilidad de ponerse al día con sus pagos atrasados, por razones de bajas ventas, pérdida de trabajo, quiebra financiera, etc. Queda a la entidad financiera, iniciar las acciones legales correspondientes, para eso se acude a la ejecución de garantías, con cargo a gastos legales. (p. 3,10)

2.2.2. CARTERA DE CLIENTES

Es un activo importante para la institución financiera, aquella relacionada directamente con colocaciones de créditos, por esa razón la entidad financiera, debe tener mucho interés de tener clientes muy bien calificados en el sistema financiero y que sus experiencias crediticias, sean las más saludables.

Da Silva (2020) Dice; “Cartera de clientes es un registro ordenado y clasificado, personas activas relacionadas con la empresa crediticia”, clientes actuales y potenciales. Se considera como herramienta muy útil en el desarrollo de los objetivos:

- ✓ Conservar la mayor cantidad de clientes leales.
- ✓ Sumar eficiencia de acciones destinadas al mejoramiento de vínculos con los clientes.
- ✓ Tener conocimiento de las demandas del mercado, a fin de contribuir a la mejora de ventas e ingresos.

La cartera de clientes, permite jerarquizar y priorizar atenciones a las solicitudes futuras de cada cliente, personalizar atenciones a cada cliente, generando nuevas oportunidades de venta. Un buen manejo de la cartera de clientes, genera mejor información para las mejores decisiones, a satisfacción de los clientes. Con ello se permite saber quiénes son los compradores más frecuentes, por lo cual la entidad financiera, orienta sus promociones exclusivas para sus clientes cumplidos y responsables, quienes tienen la denominación de exclusivos. (p. 1)

Tipos de cartera de clientes

C.C.V. Cobranza (2010, citado en Acosta & Sánchez, 2016)
Los tipos de cartera son las siguientes:

- **Cartera vigente:** Cuenta del deudor, perteneciente a operaciones activas, que un banco provee en distintos productos. Cuenta que contabiliza créditos con garantías física y/o documentarias; generalmente se refiere a la aceptación de letras de cambio, instrumentos financieros, otros.

La cuenta de cartera de créditos vigente, son cuentas del activo, debe presentarse como resultado del flujo de capital, se conceptúa como saldo deudor, refleja cuenta por cobrar (pasivo) que tiene la entidad financiera para sus clientes.

- **Cartera vencida:** Es el monto de crédito no pagado a tiempo, por el cliente, denominado como: persona natural o persona jurídica, convertido en un pasivo de riesgo, al tener cuentas pendientes de pago en mora. Se entiende como documentos de créditos no cobrados a la fecha de vencimiento.

Esta cartera, crece cuando una entidad financiera no evalúa adecuadamente a sus clientes, presta con exoneración de algunos requisitos descritos en las políticas de crédito, sucede por falta de monitoreo a la cartera de créditos. Existe un riesgo latente, debido a la falta de claridad en la etapa de evaluación, de parte de la empresa financiera, por no fijar políticas crediticias entendibles para los analistas, quienes tienen la responsabilidad de evaluar adecuadamente, no hacen porque prefieren centrar su atención en el cumplimiento de metas y que trasladan la responsabilidad de cobrar al departamento de recuperaciones, por créditos vencidos. (p. 28-29)

Proceso Seguimiento y Control de Cartera

Acosta & Sánchez (2016) concluyen: “Las políticas de monitoreo de la cartera de créditos, mejora, cuando se diseña un manual de procesos” para la administración crediticia. Esto definitivamente incluye:

- Categoría de cartera de créditos, por nivel de riesgo.
- Calificación de créditos, por periodo de vencimiento.
- Evaluación periódica de pago, con nivel de solvencia de deudores, garantías, y cumplimientos de acuerdos.
- Informe periódico de entidades de riesgo, respecto de cada cliente.

La provisión de la cartera

- Valor nominal de la empresa, por no ser posible la recuperación en el corto plazo los créditos otorgados sin la debida evaluación del caso, y por tanto consideran que deben provisionar, es decir, deben prestar más dinero al cliente, para cubrir las cuotas a trazadas, las mismas que se consideran que están en mora.
- Las ventas al crédito, determinan el nivel de riesgo que las empresas financieras llevan, cuando sus deudores vigentes dejan de pagar a tiempo sus cuotas, por tanto, se admite que la empresa financiera entra en pérdida de sus utilidades y pueden perder hasta su capital, frente a imposibilidad de recuperar la totalidad del crédito otorgado, en el corto plazo.
- Los créditos desembolsados de clientes, con retraso en el pago de sus cuotas, constituyen pérdidas para la empresa financiera, el nivel de pérdidas se contabiliza, cuando se

analiza el balance del ejercicio, más precisamente en su estado de pérdidas y ganancias.

- La provisión reduce el presupuesto asignado a la cartera de créditos, y por el contrario las utilidades previstas como ingresos para la entidad financiera, se identifica como gasto en el periodo. (p. 29-30)

Calidad de Cartera en las Microfinancieras.

Vela & Uriol (2012), dicen que: “Los créditos para instituciones privadas y personas con negocios, son préstamos que generalmente no tienen respaldados con garantía de inmediata realización”, Es un indicador, para la sostenibilidad del crédito, sirve como fuente de información para la cartera de créditos. Los buenos clientes deben ser considerados como activo importante para la entidad microfinanciera, y el riesgo que representa es muy útil. Las instituciones microfinancieras, consideran buena calidad de cartera comercial en muchos países, cuando tienen a disposición, la información del sistema de riesgos de cada uno de sus clientes, a la sola identificación personal.

El riesgo de la cartera de clientes, se mide mediante indicadores de calidad, se encarga de medir la “contaminación” por deudas atrasadas, el retraso en los pagos, conduce al no pago, se estudian para analizar los indicadores que influyen en la calidad del desembolso de créditos y además cómo influyen en la calidad de la situación contable de las empresas financieras, el CeR es el indicador de fácil acceso y entendimiento, el riesgo no se debe subestimar, porque sirve para comparar instituciones que trabajan en el mismo sector. Cualquier préstamo para personas naturales o jurídicas, es desembolsado bajo ciertas condiciones de riesgo. Si el

crédito refinanciado, registra atraso mayor a 30 días, se considera alto índice de morosidad. Esta normado su cumplimiento, con estricta practicidad, a fin de evitar mayor riesgo de la Banca Comercial, producido por ausencia de garantías en los microcréditos desembolsados (BID, 2010). (p.9)

SBS (2010, citado Vela & Uriol, 2012) en su informe periódico de Banca Comercial, indica la necesidad de operar con los siguientes indicadores:

1. Medición de Morosidad: Es la suma de créditos, cuyas cuotas de pago están atrasados y en algunos casos se encuentran en cobranza coactiva y en algunos casos en cobranza judicial, todos ellos a cargo del área de recuperaciones de la entidad financiera.
2. Medición de cartera de clientes en alto Riesgo: Son créditos vencidos, refinanciados, y calificación baja, tanto de créditos directos como de créditos indirectos.
3. Medición de Cartera Pesada: Se trata de créditos directos e indirectos con calificación deficiente y dudosa, clientes que han perdido su capacidad de pago, para cumplir sus obligaciones crediticias en el cronograma establecido. (p. 10)

Barquero (2004) Libro Marketing de Clientes:

- ✓ Se refiere a la evaluación de cartera de clientes. El objetivo es identificar a cada cliente y con ellas, definir las conciliaciones a realizar actividades en la evolución de la calidad de créditos, para priorizar proyectos y actividades

futuras. Describiendo el principal elemento (calidad de crédito) a tenerse en cuenta.

- ✓ Definir el riesgo de morosidad y fraude: Monitorear el trabajo de los clientes, para actualizar información básica y clasificada de clientes. Estudiar las causas de morosidad, historial de pagos, informes tributarios, nuevas garantías, deudas con otras empresas financieras, productos y servicios que puedan contribuir a la solución de problemas potenciales del cliente.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Análisis: Proceso de estudiar un tema complejo, por partes, para obtener una mejor comprensión. La técnica se aplica en el estudio de matemáticas financieras y lógica difusa, desde antes de Aristóteles. Análisis conceptual en desarrollo reciente.

Calidad: Es la capacidad que posee un sistema de administración y control, para satisfacer necesidades implícitas o explícitas, de los clientes, se reviere además al cumplimiento de requisitos de manera subjetiva.

Cartera: Es la cantidad de créditos otorgados por una entidad financiera a clientes del mercado de micro finanzas. Es la acumulación de ventas de productos financieros al mercado local, regional, nacional e internacional.

Cliente: Es la persona que busca un producto y/o servicio financiero, por lo cual es atendido por la empresa financiera, pudiendo ser: Tarjeta de crédito, crédito de consumo, Capital de trabajo, en beneficio de la persona solicitante, todo orientado a los negocios y proyectos de buena rentabilidad en el mercado. El concepto se refiere a la persona que consume un producto financiero, a partir de la aceptación de las condiciones.

Crecimiento: Se refiere al aumento de tamaño, intensidad del incremento en función de la demanda. Se deriva del verbo crecer, proviene del verbo latino crescēre.

Colocaciones: Préstamos otorgados en el mercado local o nacional, en función de los clientes, corresponde a pagos de cuotas en el corto plazo, donde el prestatario de capitales se beneficia del negocio en un mercado definido, con la esperanza de lograr utilidades por intereses, denominados utilidades financieras, además las garantías son entregadas a las entidades financieras, hasta la devolución total del dinero prestado, más los intereses cargados a la operación en beneficio de la empresa financiera.

Compromiso: Proviene del latín “compromissum”, según el diccionario es la “obligación contraída” y “palabra empeñada”. Significa “promesa”, usa el sentido de “dificultad” Palabra usada como comprometido a fin de recordar responsabilidades, aquello que se haya propuesto o aceptado. Proyectarse para sacar adelante una idea, una familia, un proyecto, un estudio, etc.

Financiera: Término de uso recurrente en las finanzas y de negocios. Cuando uno de los empleos es designado como relativo y propio del mundo de las finanzas.

Gestión: Optimización de recursos dinerarios en las operaciones administrativas y económicas de las organizaciones financieras, pudiendo ser venta y/o recuperación de desembolsos, en cumplimiento de objetivos institucionales.

Institución: Organización social, privada o pública, cumple con funciones específicas que contribuye al desarrollo de la sociedad, obedece a normas y estructuras que se deben respetar para cumplir la misión, se constituye dependiendo de Leyes, normas, reglamentos, directivas del estado, para su conformación.

La competitividad: Capacidad organizacional, para lograr objetivos y metas establecidas por la Gerencia General. La competitividad por permanecer activo en el mercado; define la aptitud, para mantenerse en el mercado financiero. Las ventajas son determinadas al proporcionar alcances, sostenibilidad y mejora del posicionamiento socioeconómica de la empresa frente a sus clientes.

La eficiencia: Rendimiento al utilizar menor cantidad de recursos para alcanzar mayores beneficios del proyecto. La eficiencia se relaciona con las decisiones en las áreas determinantes de la empresa. Pudiendo ser de producción o de servicios. La optimización de recursos en las diferentes áreas de participación, se define como ahorro de insumos en la producción de bienes, así mismo el ahorro de recursos, cuando se trata de cumplir con el servicio, por el cual, los clientes han pagado.

Cualquier recurso, incluyendo tiempo, personal y energía. La eficiencia puede determinar la relación entre el rendimiento útil, del recurso. Minimizando los desperdicios de materiales, energía y tiempo, mientras se maximiza las utilidades de cada proceso y cada actividad.

Liquidez: Representa agilidad y velocidad de pago puntual, en cumplimiento de para sus cuotas de crédito, a fin de mejorar sus relaciones comerciales, por la confianza que gana en una “Gestión Financiera”. Estos elementos forman parte de la empresa que cumple aspectos trascendentales en operaciones contables, financieras y administrativas; por esta razón no deben existir datos falsos y procedimientos alterados al trabajar una información contable, para mejor toma de decisiones administrativas y financieras. (Mantilla Falcon, 2021)

Proceso: Es la sucesión de tareas y actividades, realizados con orden y disciplina. La Revolución Industrial produjo la implementación de libros contables para reflejar la técnica de mecanización del ordenamiento de procesos, y operaciones de servicios financieros. Las corporaciones industriales, requieren una contabilidad completa, para la optimización de

recursos en base a costos y decisiones en las Gerencias y Direcciones especiales. (Josar, 2017)

Productividad: Es la cantidad de bienes y servicios que se comercializan, en beneficio de un mercado de capitales, dichos productos se ofertan al mercado local, regional y nacional con clientes MYPES, garantizando la oferta de productos, orientados a diferentes sectores, para satisfacer la demanda del mercado, dentro de una cadena comercial para cubrir la demanda del cliente final. En realidad, la productividad es un indicador de eficiencia de la producción obtenida en determinado tiempo. (Herrera, 2020)

2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS

2.2.3. HIPÓTESIS GENERAL

HG: La “Gestión Financiera” se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca 2021.

Ha: La Gestión Financiera se relaciona significativamente con el Crecimiento de la Cartera de clientes de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca 2021.

Ho: La “Gestión Financiera” NO se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca 2021.

2.2.4. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

He1: El “Compromiso con la Institución”, se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021.

He2: El “Manejo del Personal”, se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021.

He3: La “Eficiencia en el Proceso de Otorgamiento de Créditos” se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021.

2.5. SISTEMA DE VARIABLES

2.2.5. VARIABLE INDEPENDIENTE

Gestión Financiera.

Dimensiones:

- Compromiso con la Institución
- Manejo del Personal
- Eficiencia en el Proceso de otorgamiento de Créditos.

2.2.6. VARIABLE DEPENDIENTE

Crecimiento de la cartera de clientes

Dimensiones

- Cartera Vigente
- Seguimiento de Cartera
- Calidad de Cartera

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
VARIABLE Independiente GESTIÓN FINANCIERA	X1: Responsabilidad con la Institución	Cumplimiento de metas	¿Usted cumple con los saldos que la Caja Maynas le asigna como meta mensual?
		Productividad	¿Cree usted que es productivo su trabajo según los créditos otorgados hasta la fecha?
		Identidad Institucional	¿Con que frecuencia Usted participa en las actividades sociales de la Caja Maynas?
	X2: Manejo del Personal	Satisfacción del Personal	¿Usted está satisfecho con el trabajo que viene realizando diariamente?
		Comunicación	¿Usted tiene una buena comunicación con el administrador y compañeros?
		Motivación	¿Usted se siente motivado trabajando en la Caja Maynas?
	X3: Eficiencia en el proceso de otorgamiento de créditos.	Proceso de aprobación de créditos	¿Cree usted que los procesos de aprobación que se realiza para otorgar un crédito es la adecuada?
		Satisfacción del Cliente	¿Cree usted que los clientes están satisfechos con la evaluación realizada por los analistas y supervisora de la Caja Maynas?
		Tiempo oportuno	¿Usted cree que los desembolsos de los créditos suceden en tiempo programado?

VARIABLE Dependiente CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES	Y1: Cartera Vigente	Créditos Otorgados	¿Los Créditos que usted ha otorgado hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente?
		Número de colocaciones	¿Usted cumple 100% con los números de las colocaciones que la Caja Maynas le pide al mes?
		Fidelización	¿Usted tiene clientes en su cartera que solamente trabaja con la Caja Maynas?
	Y2: Seguimiento de cartera	Gestión de Cartera de clientes	¿Hace Ud. buena gestión de cartera de créditos, a su cargo?
		Control de Cartera de clientes	¿Lleva Ud. buen control de la cartera de créditos, a su cargo?
		Verificación	¿Usted verifica si el cliente cumplió plan de inversión, del crédito solicitado?
	Y3: Calidad de cartera	Riesgo de créditos	¿Asume Ud. riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta?
		Evaluación de Créditos	¿Ud. evalúa bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito?
		Referencia	¿Ud. pide referencias externas e internas antes de otorgar un crédito?

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio, cumple con las condiciones de “Investigación Aplicada”, debido a que cuenta con alcances de desarrollo profesional de modo práctico, aplicativo, por la aplicación de las normas, leyes, manuales y teorías contables como financieras, que me han conducido a resultados efectivos, que muestra la solución de uno y más problemas, por lo cual tiene como objetivo resolver problemas específicos. Esta clasificación servirá de mucho en la investigación, hace uso de métodos clásicos, así como uso de teorías básicas para resolver problemas contextuales.

3.1.1. EL ENFOQUE

Se entiende como la forma de presentar una investigación, en este caso es mixto; debido a la participación de los enfoques cuantitativo y cualitativo.

Marcelo (2006): “Enfoque Cuantitativo” depende de la recolección de datos numéricos, de los datos de la muestra de aquella población en estudio, mientras que el “enfoque cualitativo”, se identifica, a partir de la descripción y explicación de las características que identifican a la muestra y población. Las hipótesis son supuestas, generados, en el análisis de análisis de datos, se fundamenta en la medición de indicadores. Debido a que los datos sirven para medir cantidades que sirven como indicadores de gestión, analizados estadísticamente.

Mediciones que se transforman en valores contables, analizados por frecuencias de ocurrencias, mediante un análisis de tipo estadístico. (p. 10)

Hernández, Fernández & Baptista (2014): “El enfoque cualitativo sirve como guía en temas significativos de investigación”. Define la claridad sobre las interrogantes de investigación, para llegar a la hipótesis, cuyos supuestos, son afirmaciones correlacionadas lógicamente, sirve para analizar las hipótesis y analizar datos (estudios cuantitativos), este tipo de estudios, Responde preguntas y contrasta hipótesis, durante o después de recolectar, tabular y analizar información clasificada. Actividades que sirven, para describir correctamente procesos y respuestas a preguntas de investigación.

La actitud de preguntar, mueve dinámicamente las preguntas y respuestas lógicas: Resulta ser un proceso “circular” secuencial, con actividades determinadas para funcionamiento de un proceso, pues varía con cada estudio. (p. 7)

3.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es descriptivo correlacional.

Investigación Descriptiva: Se inicia con una redacción adecuada del contexto, explicación resumida de la identificación del problema, entendible, analizable, interpretativa, registrable, con características e indicadores básicos, que sirva de ayuda para la explicación de resultados.

Investigación correlacional: Se refiere al grado de relación existente entre variables que intervienen en la investigación, permite medir la correlación entre variables independientes y variable dependiente; entre la “gestión financiera” y el “crecimiento de la cartera de clientes” de la CMAC Maynas agencia Pillco Marca.

Hernández (2010): El estudio descriptivo, busca especificar el perfil del cliente, estudia fenómenos que sirven para el análisis. Útil para dimensionar con precisión, hechos y situaciones. Las

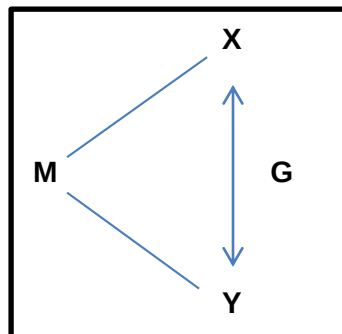
dimensiones, se relacionan con cantidades que se expresan como indicadores de ocurrencias de las variables; su finalidad es conocer la relación estricta entre las variables intervinientes en el estudio de investigación. (p. 93).

3.1.3. DISEÑO

El diseño de esta investigación es no experimental.

Hernández (2010) afirma que “El diseño”, determina el vínculo correlacional entre 2 o más variables de una muestra de la población observada (p. 152).

Se muestra el esquema:



Dónde:

M: Muestra

X: Variable independiente: “Gestión Financiera”

Y: Variable dependiente: Crecimiento de la cartera de clientes

G: Grado de Vínculo Relacional

3.2. LA POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Tamayo (2004): “Conjunto de elementos idénticos, que tienen las mismas características”, se refiere a todas las unidades que conforman la población, suma de elementos independientes, que

piden ser cuantificados dentro de un estudio integrando. Es el conjunto o sumatoria de “N” participantes con características idénticas, es la integración de partes unitarias. (p. 163)

En esta investigación, la población está conformada por colaboradores, cuya característica común es ser analista de la CMAC Maynas, agencia Pillco Marca. Cuyo conjunto es de 15 trabajadores, según el siguiente cuadro:

TRABAJADORES	NÚMERO
Administrador	1
Área de Operaciones	
Jefe de Operaciones	1
Cajeras	2
Área de Créditos y Cobranzas	1
Supervisor	1
Analista Junior 1	4
Analista Junior 2	2
Analista Senior	2
Analista Master	1
Cobrador de créditos	1
TOTAL	15

Se adjunta el consentimiento informado en el Anexo N° 4.

3.2.2. MUESTRA

Se utilizó la muestra no probabilística.

Fernández & Baptista (2014): Se trabaja de una muestra no probabilística, con elección individual, no depende de la probabilidad, considerando relaciones con propósitos para la investigación (Johnson, 2014, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Battaglia, 2008b).

El proceso no incluye fórmulas, más bien depende de cómo se toman decisiones. Las muestras obedecen a criterios profesionales, que sirven de fundamento de la realidad, por lo que la

investigadora tuvo en cuenta la escogencia de los elementos de manera objetiva.

La muestra está compuesta por 9 analistas de créditos de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca.

Los criterios tomados en cuenta para la muestra fueron:

Inclusión: Se tomaron como muestra 9 analistas de créditos de la Caja Maynas, porque depende de ellos el tipo de cartera de clientes de la entidad financiera.

Exclusión: Se excluye al administrador, del área de operaciones, supervisor, cajeras, cobrador de créditos, porque no están relacionados al tema.

3.3. TÉCNICAS DE ACOPIO DE DATOS

3.3.1. ENCUESTA

Arias (2006) “Técnica es un modo de obtener información” en relación a un problema particular” utilizando instrumentos de recolección de datos e información primaria (p.72).

Para esta Investigación, se utilizó un modelo de encuesta con cuestionario, como técnica de recolección de información, con preguntas cerradas, dirigido a los Analista de créditos de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca.

3.3.2. CUESTIONARIO

Arias (2006): “Está compuesto por preguntas, que definen la encuesta en forma escrita”, mediante formato conteniendo una lista de preguntas.

Se denomina cuestionario a una ficha con preguntas a resolver, que deben ser llenados por personas encuestadas, esta modalidad de recoger información, es sin participación directa de los

encuestadores (en las respuestas), por ser de interés para el presente trabajo de investigación.

El cuestionario, definido como conjunto de preguntas cerradas; fue utilizada en esta investigación, por considerarse como parte de las técnicas y metodológicas de la contadora e investigadora.

3.4. TÉCNICAS DE PROCESAR Y ANALIZAR DATOS

Para procesar datos, es necesario organizarse por objetivos, estudiando frecuencias de ocurrencias de los casos independientes, de acuerdo a la muestra, luego de procesarlas, se analizó datos y tablas; cuya interpretación de datos tabulados se ingresó al programa SPSS, una herramienta estadística, que ayuda a tabular, graficar e interpretar, durante el análisis, de indicadores y variables en estudio.

3.4.1. CUADROS ESTADÍSTICOS

Denominado datos tabulados, es la presentación ordenada de cuantitativos, en columnas y renglones, pudiendo también considerarse, datos cruzados.

3.4.2. GRÁFICOS

En la investigación, se presentan lineamientos cuantitativos, que permitan homogenizar y estandarizar datos y conceptos, la presentación e interpretación, de cada representación gráfica por diferencia de datos de categorías, unidades temporales. Una gráfica es la mejor presentación de lo que se quiere explicar, para concluir de modo profesional en aproximaciones a una realidad contable, en beneficio de la institución, a quien se dedica el trabajo de investigación, por lo datos utilizados de la empresa.

3.4.3. PROGRAMA SPSS

Programa estadístico informático, útil para ciencias e Ingenierías, para ciencias contables y empresariales, utilizan en sus procesos de investigaciones mixtas.

SPSS. Considerado, como uno de los programas estadísticos más usados por investigadores, por su versatilidad para procesar grandes volúmenes de datos con un sencillo interface. Para la mayoría de analistas contables y financieros, que trabajan en proyectos financieros, se utiliza las aplicaciones del programa SPSS, en sus diferentes versiones, hecho que facilitó la realización del análisis estadístico de variables en el presente trabajo de investigación, producto del cual obtenemos las mejores relaciones entre las variables, a fin de tener conclusiones importantes.

3.4.4. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

El presente trabajo de investigación ha pasado la validación a juicios de expertos

(Anexo N°3). Entre ellos se encuentra:

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	N° CELULAR
1	Dr. Oscar Augusto Campos Salazar.	22409462	962663573
2	Dr. Christian Paolo Martel Carranza.	41905365	962612266
3	Dr. Ever Uribe Uzuriaga Céspedes.	22469535	969949947

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

1.1. PROCESAR DATOS

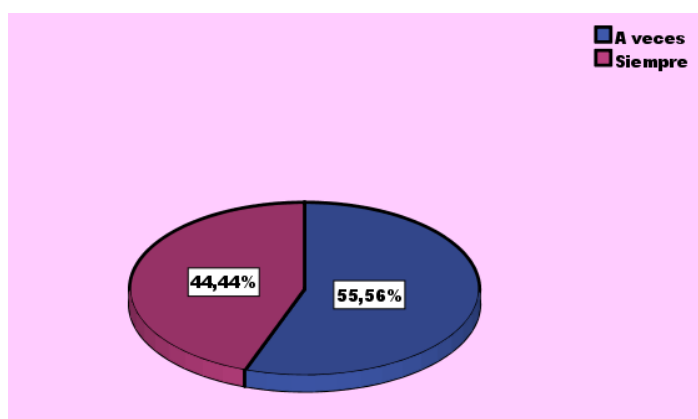
Tabla 1: ¿Ud. cumple con los saldos que la CMAC Maynas asigna como meta mensual?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	5	55,6	55,6	55,6
Válidos Siempre	4	44,4	44,4	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 1: ¿Usted cumple con los saldos que la Caja Maynas le asigna como meta mensual?



Fuente: Tabla 1

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta suministrada a los colaboradores, analistas de créditos de la Caja Maynas el 55,56% a veces cumplen con los saldos que la institución le asigna como meta mensual, y el 44,44% siempre cumplen con los saldos que le asignan como meta mensual, Lo que significa que los analistas de crédito necesitan mayor compromiso con la institución, y esforzarse más por cumplir con las metas en saldos que les fueron asignadas.

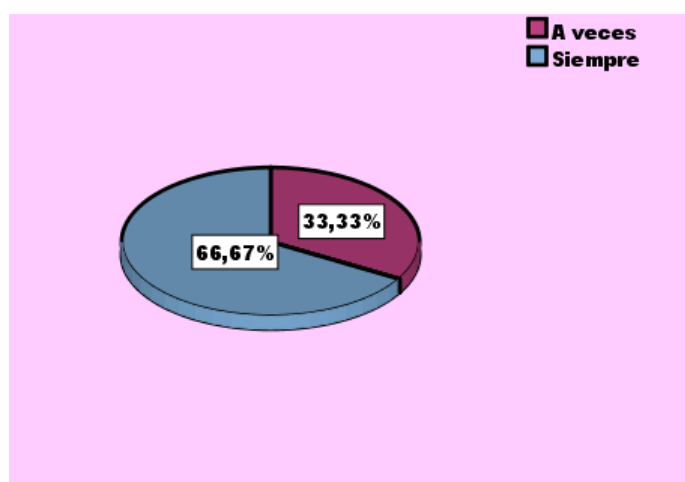
Tabla 2: ¿Cree Ud. que es productivo su trabajo según los créditos otorgados hasta la fecha?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	3	33,3	33,3	33,3
Válidos Siempre	6	66,7	66,7	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 2: ¿Cree Ud. que es productivo su trabajo según los créditos otorgados hasta la fecha?



Fuente: Tabla 2

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta realizada a los analistas de crédito de la Caja Maynas el 66,67% respondieron que siempre es productivo su trabajo según los créditos otorgados hasta la fecha, y el 33,33% respondieron que a veces es productivo su trabajo, Significa que la mayoría de analistas de crédito de la CMAC Maynas, opinan que son productivos, pero no lo demuestran en sus resultados de fin de mes.

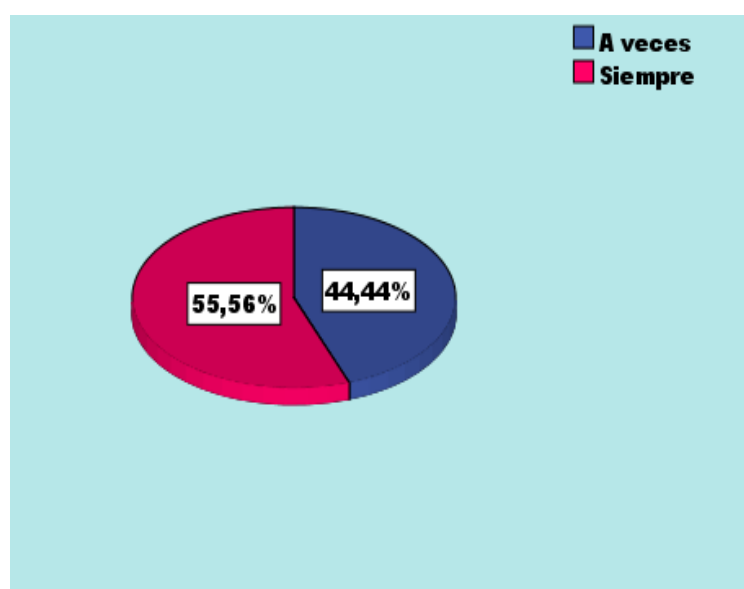
Tabla 3: ¿Con que frecuencia Ud. participa en las actividades sociales de la Caja Maynas?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	4	44,4	44,4	44,4
Válidos Siempre	5	55,6	55,6	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 3: ¿Con que frecuencia Usted participa en las actividades sociales de la Caja Maynas?



Fuente: Tabla 3

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada a los analistas de crédito de la Caja Maynas el 55,56% respondió que siempre participan en las actividades sociales de la Caja Maynas, y el 44,44% respondieron que a veces participan en las actividades sociales, Lo que significa que hay un buen número de analistas de crédito que no tienen compromiso con la institución.

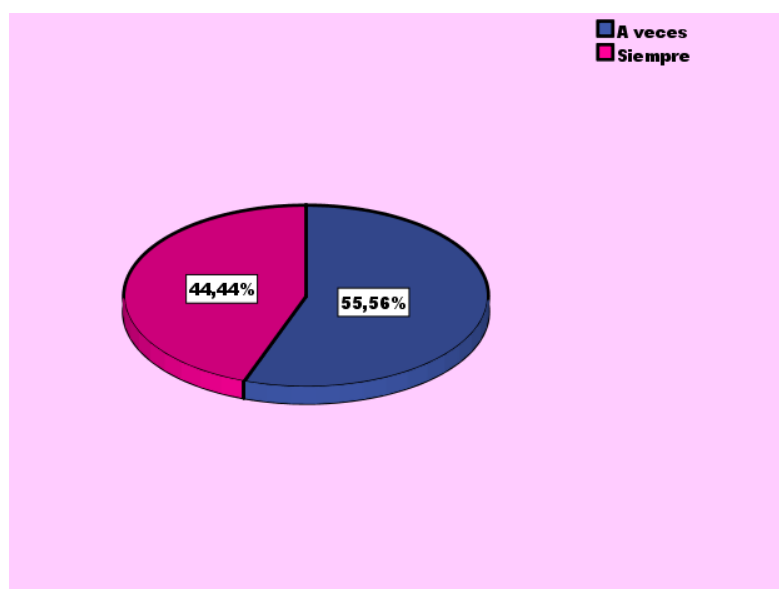
Tabla 4: ¿Ud. está satisfecho con el trabajo que viene realizando diariamente?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	5	55,6	55,6	55,6
Válidos Siempre	4	44,4	44,4	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 4: ¿Ud. está satisfecho con el trabajo que viene realizando diariamente?



Fuente: Tabla 4

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta realizada a los analistas de crédito de la Caja Maynas el 55,56% respondieron que a veces están satisfechos con el trabajo que vienen realizando diariamente, y el 44,44% respondieron que siempre se encuentran satisfechos con su trabajo realizado diariamente, Lo que significa que un poco más de la mitad de analistas de crédito no están satisfechos con su trabajo que vienen realizando diariamente en la caja Maynas.

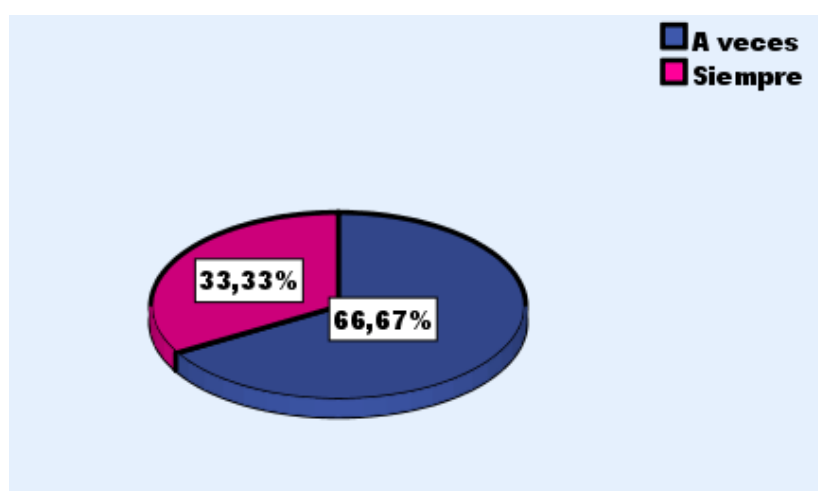
Tabla 5: ¿Ud. tiene buena comunicación con el administrador y compañeros?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	6	66,7	66,7	66,7
Válidos Siempre	3	33,3	33,3	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 5: ¿Ud. tiene una buena comunicación con el administrador y compañeros?



Fuente: Tabla 5

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta administrada a los analistas de crédito de la Caja Maynas el 66,67% respondieron que a veces tienen una buena comunicación con el administrador y compañeros, y el 33,33% respondieron que siempre tienen una buena comunicación con el administrador y compañeros. Lo que significa que el administrador y los analistas de créditos de la Caja Maynas, tienen que mejorar en ese aspecto ya que más de la mitad de los analistas de crédito, opinan que no hay una buena comunicación entre los colaboradores y el administrador.

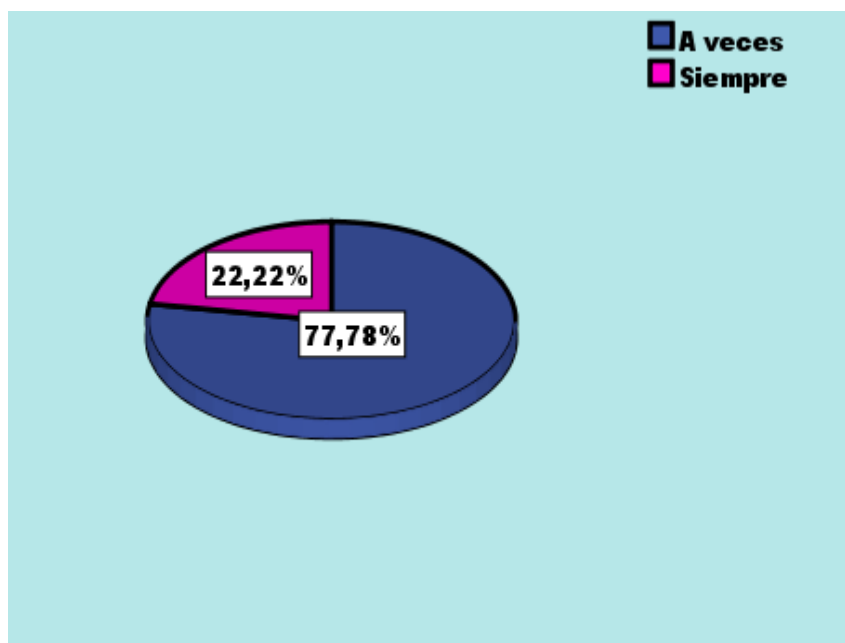
Tabla 6: ¿Usted se siente motivado trabajando en la Caja Maynas?

		Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
Válidos	A veces	7	77,8	77,8	77,8
	Siempre	2	22,2	22,2	100,0
	Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 6: ¿Ud. se siente motivado trabajando en la Caja Maynas?



Fuente: Tabla 6

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta dirigida a los analistas de crédito de la Caja Maynas el 77,78% respondieron que a veces se sienten motivados trabajando en la Caja Maynas, y el 22,22% respondieron que siempre se sienten motivados trabajando en la Caja Maynas. Lo que significa que el administrador y el Jefe de recursos humanos de la Agencia Pillco Marca, tienen que ver la forma de motivar a los colaboradores del área de créditos de la Caja Maynas Pillcomarca.

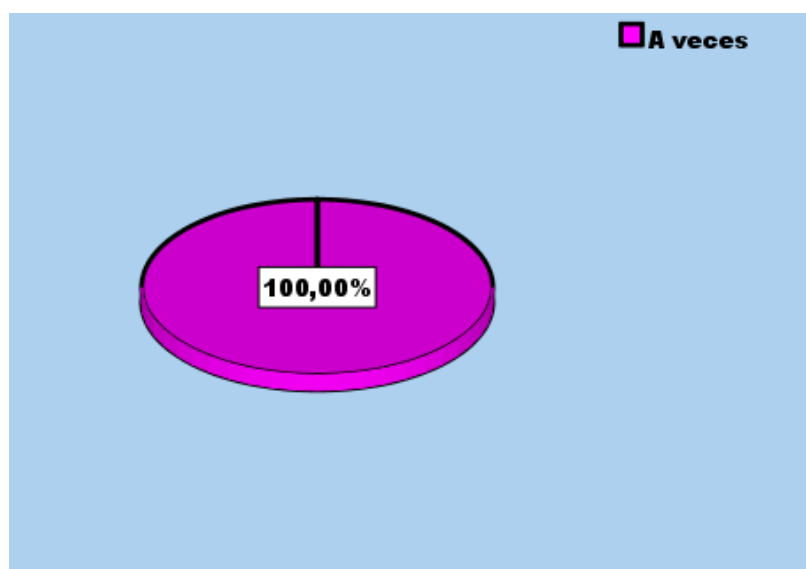
Tabla 7: ¿Cree usted que los procesos de aprobación que se realiza para otorgar un crédito es la adecuada?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
Válidos A veces	9	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 7: ¿Cree Ud. que los procesos de aprobación que se realiza para otorgar un crédito es la adecuada?



Fuente: Tabla 7

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada a los analistas de crédito de la Caja Maynas Agencia Pillcomarca, el 100, 00% respondieron que a veces los procesos de aprobación que se realiza para otorgar un crédito es la adecuada. Significa que los analistas de créditos no están conformes con el proceso de aprobación y que los directivos de la Agencia Pillco Marca de la Caja Maynas deben trabajar estrategias de mejora de procesos actividades en la etapa de aprobación y desembolso de u crédito.

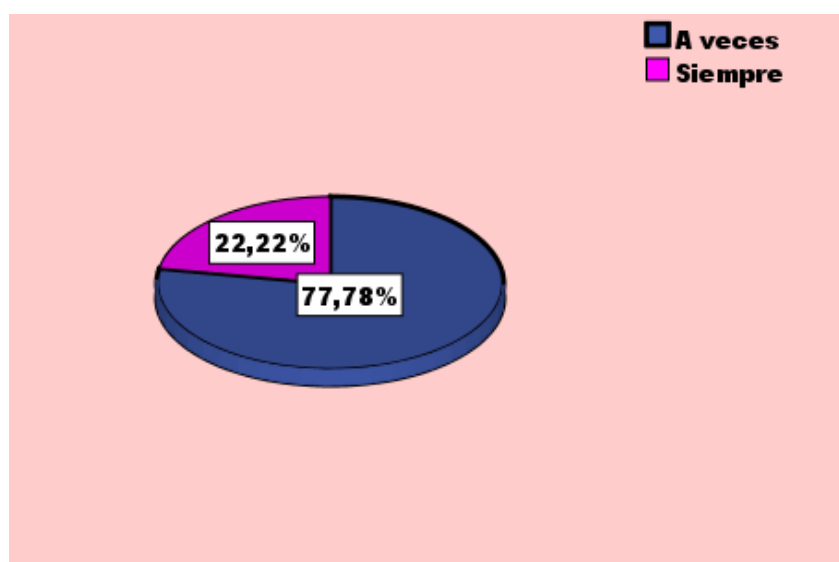
Tabla 8: ¿Cree Ud. que los clientes están satisfechos con la evaluación realizada por analistas y supervisor de la Caja Maynas?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	7	77,8	77,8	77,8
Válidos Siempre	2	22,2	22,2	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 8: ¿Cree usted que los clientes están satisfechos con la evaluación realizada por los analistas y la supervisora de la Caja Maynas?



Fuente: Tabla 8

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada a los analistas de crédito de la Caja Maynas el 77,78% respondieron que a veces los clientes están satisfechos con la evaluación realizada por los analistas y la supervisora, y el 22,22% respondieron que siempre están satisfechos con la evaluación realizada por los analistas y supervisora. Lo que significa que la evaluación de la Caja Maynas debe mejorar para satisfacer al cliente.

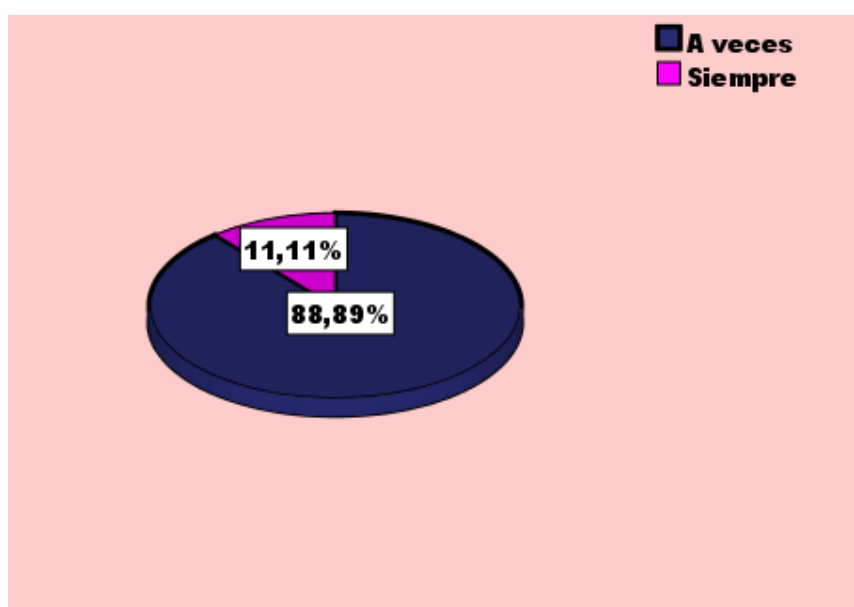
Tabla 9: ¿Usted cree que los desembolsos de los créditos se hacen en el tiempo programado?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	8	88,9	88,9	88,9
Válidos Siempre	1	11,1	11,1	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 9: ¿Usted cree que los desembolsos de los créditos se hacen en el tiempo programado?



Fuente: Tabla 9

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada a los analistas de crédito de la CMAC Maynas, Agencia Pillcomarca, el 88,89% respondieron que a veces los desembolsos de los créditos se hacen en el tiempo programado, y el 11,11% opinan que siempre los desembolsos se hacen en el tiempo programado. Lo que significa que se debería agilizar los desembolsos en el área de operaciones que es la encargada de desembolsar un crédito.

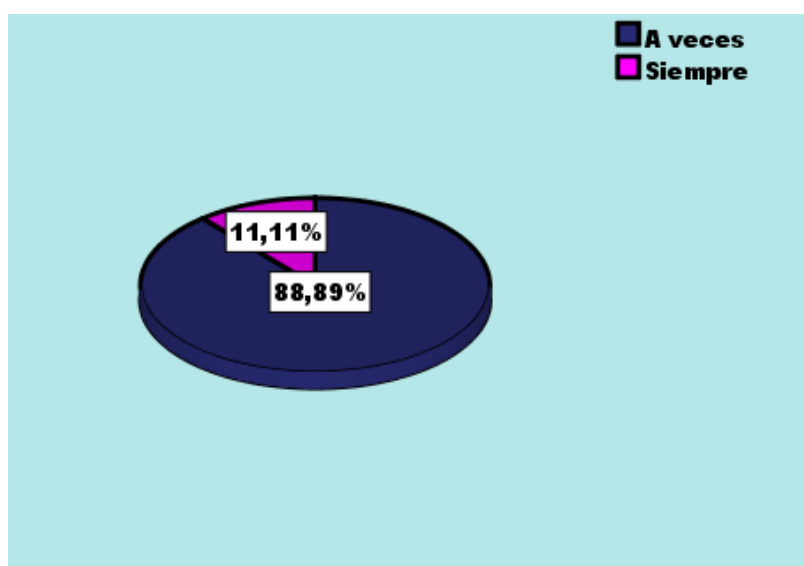
Tabla 10: ¿Los Créditos que Ud. ha otorgado hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente?

		Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
Válidos	A veces	8	88,9	88,9	88,9
	Siempre	1	11,1	11,1	100,0
	Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 10: ¿Los Créditos q usted ha otorgado hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente?



Fuente: Tabla 10

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada a los analistas de crédito de la Caja Maynas el 88,89% respondieron que a veces los créditos otorgados hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente, y el 11,11% opinan que siempre los créditos otorgados hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente. Lo que significa que los analistas de crédito no están haciendo una buena evaluación antes de otorgar a sus clientes.

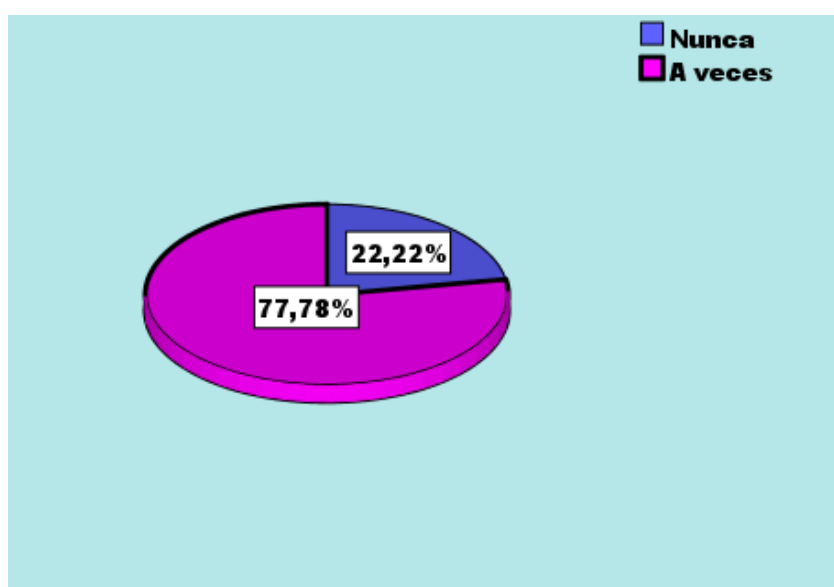
Tabla 11: ¿Ud. cumple al 100% con los números de colocaciones que la Caja Maynas le pide al mes?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
Nunca	2	22,2	22,2	22,2
Válidos A veces	7	77,8	77,8	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 11: ¿Ud. cumple al 100% con los números de colocaciones que la Caja Maynas le pide al mes?



Fuente: Tabla 11

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta suministrada a los analistas de crédito de la CMAC Maynas Agencia Pillcomarca, el 77,78% respondieron que a veces cumplen al 100% con los números de colocaciones que le piden al mes, y el 22,22% opinan que siempre cumplen al 100% con los números de colocaciones que les piden al mes. Lo que significa que falta más trabajo de campo de los colaboradores, que trabajan como analistas de crédito, así mismo, se pueden mejorar las promociones de crédito para cumplir las metas propuestas.

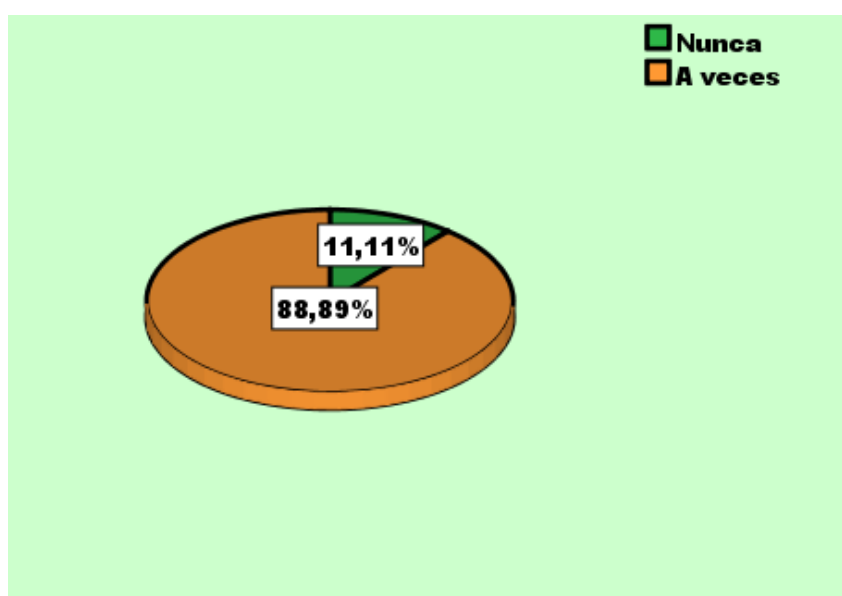
Tabla 12: ¿Usted tiene clientes en su cartera que solamente trabajan con la Caja Maynas?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
Nunca	1	11,1	11,1	11,1
Válidos A veces	8	88,9	88,9	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 12: ¿Ud. tiene clientes en su cartera que solamente trabajan con la Caja Maynas?



Fuente: Tabla 12

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta suministrada, a los analistas de crédito de la CMAC Maynas Agencia Pillcomarca, el 88,89% respondió que a veces tienen clientes en su cartera que solamente trabajan con la Caja Maynas, y el 11,11% respondieron que siempre tienen en su cartera clientes que trabajan solamente con la Caja Maynas. Lo que significa que hay que fidelizar a los clientes, brindarles un mejor servicio para que no se endeuden con otras instituciones financieras.

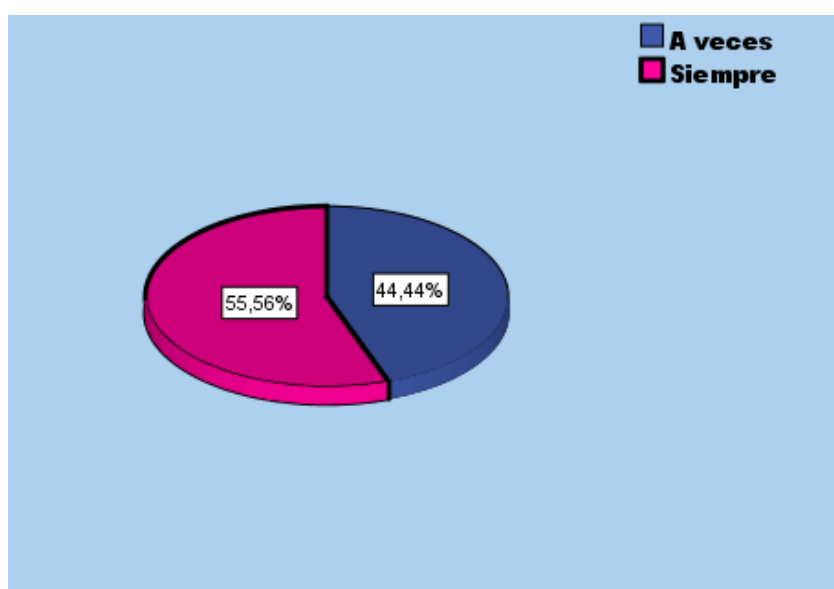
Tabla 13: ¿Hace usted una buena gestión para mejorar la calidad de cartera de clientes que tiene a su cargo?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	4	44,4	44,4	44,4
Válidos Siempre	5	55,6	55,6	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 13: ¿Hace usted una buena gestión para mejorar la calidad de cartera de clientes que tiene a su cargo?



Fuente: Tabla N° 13

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada, a los colaboradores, que trabajan como analistas de crédito de la Caja Maynas Agencia Pillcomarca, el 55,56% respondió que siempre hacen una buena gestión para mejorar la calidad de la cartera de clientes a su cargo, el 44, 44 % respondió que a veces hacen una buena gestión en bien de la calidad de cartera de clientes que tienen a su cargo. Significa que casi la mitad de analistas de crédito no están haciendo una buena gestión para mejorar la calidad de la cartera de clientes.

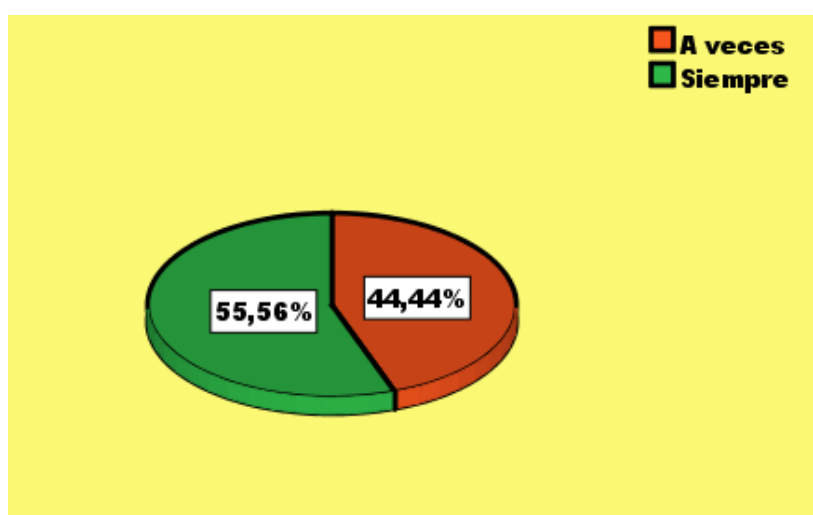
Tabla 14: ¿Lleva usted un buen control de la cartera de clientes que tiene a su cargo?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	4	44,4	44,4	44,4
Válidos Siempre	5	55,6	55,6	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 14: ¿lleva usted un buen control de la cartera de clientes que tiene a su cargo?



Fuente: Tabla 14

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada a los colaboradores, que laboran como analistas de crédito de la Caja Maynas Agencia Pillcomarca, el 55,56% respondió que siempre hacen un buen control de la cartera de clientes que tienen a su cargo, y el 44, 44 % respondió que a veces hacen un buen control de la cartera de clientes que tienen a su cargo. Significa que hay casi la mitad de analistas de crédito no están llevando un buen control de la cartera clientes que tienen a su cargo, esto perjudica a la Caja Maynas, ya que el cliente, es el activo principal de una entidad financiera.

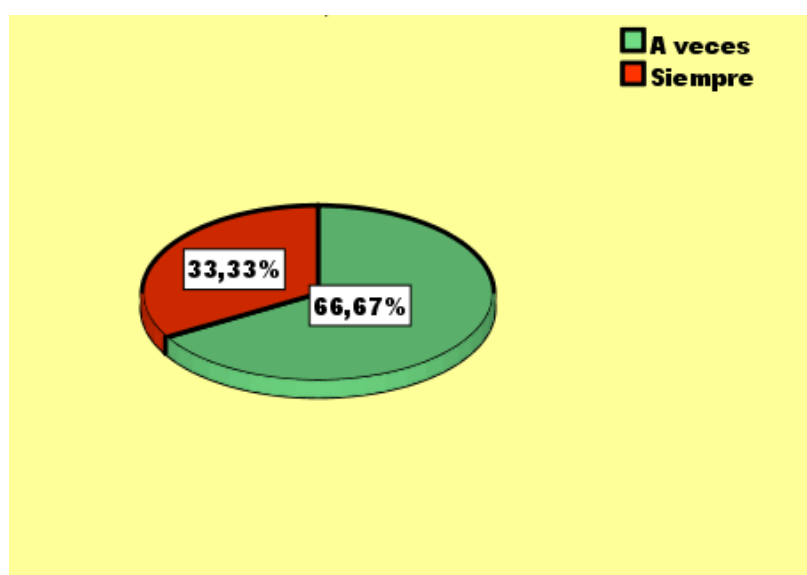
Tabla 15: ¿Verifica usted si el cliente cumple con el programa de inversión para el cual ha solicitado el crédito?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	6	66,7	66,7	66,7
Válidos Siempre	3	33,3	33,3	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 15: ¿Verifica usted si el cliente cumple con el programa de inversión para el cual ha solicitado el crédito?



Fuente: Tabla 15

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta practicada a los colaboradores, analistas de crédito de la Caja Maynas Agencia Pillcomarca, el 66,67% respondió que a veces verifican si el cliente cumple con el programa de inversión, para el cual ha solicitado el crédito otorgado, el 33,33 % respondió que siempre verifican si el cliente cumple con el programa de inversión. Significa que más de la mitad de analistas de crédito no están cumpliendo con el trabajo de seguimiento a los clientes, y corren el riesgo que el crédito pueda caer en mora por una mala supervisión de la inversión a cargo del cliente.

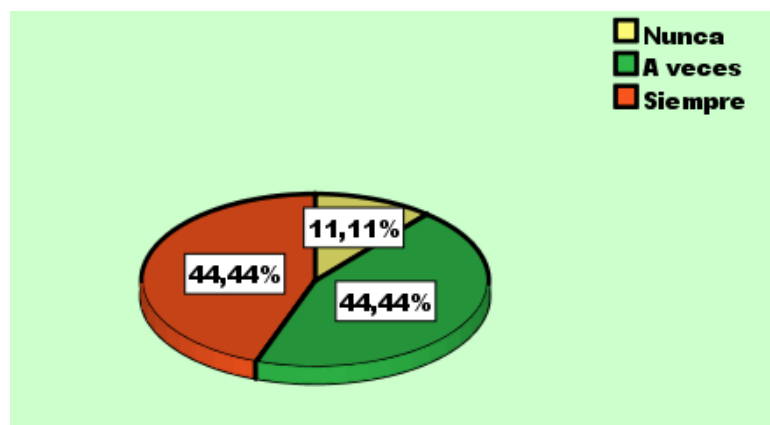
Tabla 16: ¿Asume usted, los riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
Nunca	1	11,1	11,1	11,1
A veces	4	44,4	44,4	55,6
Siempre	4	44,4	44,4	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 16: ¿Asume usted, los riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta?



Fuente: Tabla 16

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según resultados de la encuesta suministrada a los colaboradores, que trabajan como analistas de crédito de la Caja Maynas, Agencia Pillcomarca, el 44,44 % respondió que a veces asumen riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta y el 44,44% respondió que siempre asumen riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta, y el 11,11 % respondió que nunca asumen riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta. Significa que la Caja Maynas debe bajar la meta de los analistas para cuidar la calidad de la cartera de créditos, no presionar a los analistas de crédito a un mayor riesgo de lo que pueda responder el mercado.

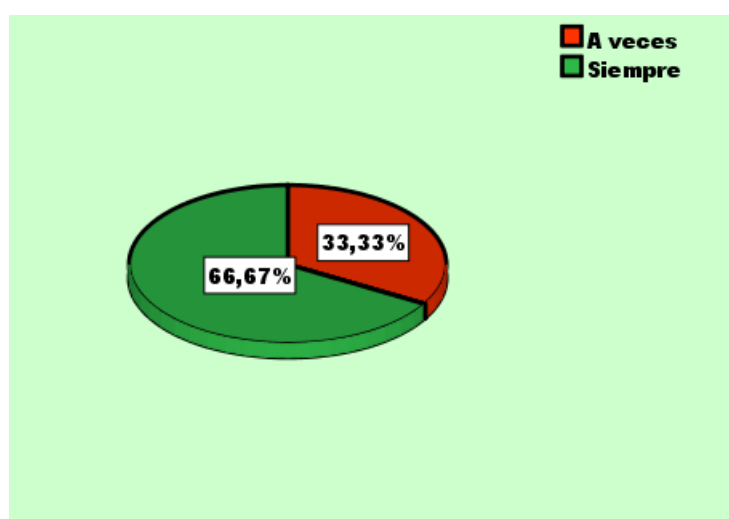
Tabla 17: ¿Usted evalúa bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	3	33,3	33,3	33,3
Válidos Siempre	6	66,7	66,7	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 17: ¿Usted evalúa bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito?



Fuente: Tabla 17

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según la encuesta suministrada a los colaboradores, que trabajan como analistas de crédito en la Caja Maynas, Agencia Pillcomarca, el 66,67 % respondió que siempre evalúan bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito, y el 33, 33 % respondió que a veces evalúan bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito. Significa que hay analistas que no están evaluando bien a sus clientes y puede ser por falta de tiempo, por confiar demasiado en las declaraciones del cliente, por falta de capacitación, o por la desesperación de llegar a la meta mensual, no están cumpliendo con la adecuada evaluación a los clientes.

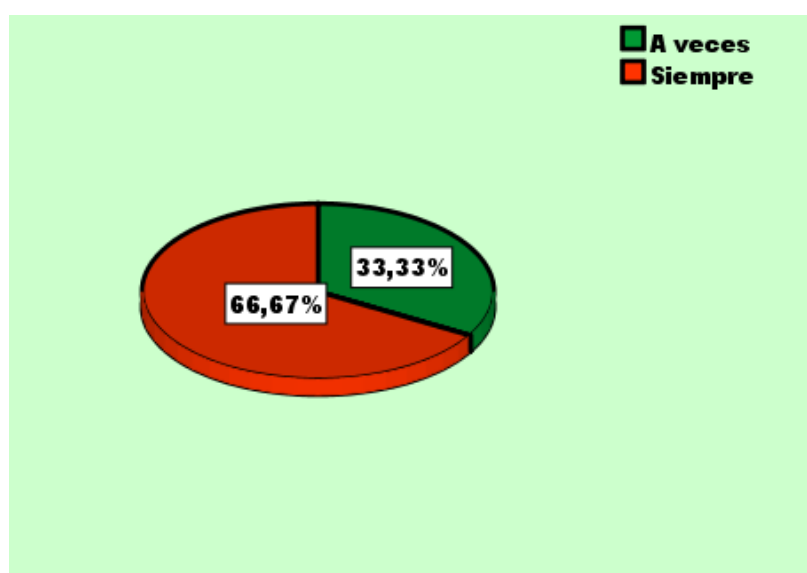
Tabla 18: ¿Usted pide referencias externas e internas antes de otorgar un crédito?

	Frec.cia	Porcent	% válid.ado	% acumulado
A veces	3	33,3	33,3	33,3
Válidos Siempre	6	66,7	66,7	100,0
Sumatoria	9	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Gráfico 18: ¿Usted pide referencias externas e internas antes de otorgar un crédito?



Fuente: Tabla 18

Desarrollado: por la Investigadora

ANÁLIZAR E INTERPRETAR:

Según la encuesta practicada a los colaboradores, que trabajan como analistas de crédito, de la Caja Maynas Agencia Pillcomarca, el 66,67 % respondió que siempre piden referencias externas e internas antes de otorgar un crédito, y el 33, 33 % respondió que a veces piden referencias externas e internas antes de otorgar un crédito. Significa, que no están cuidando la calidad de su cartera de clientes y no se está haciendo una correcta evaluación, con serios riesgos para la Institución Financiera.

1.2. CONTRASTAR HIPÓTESIS

Contrastar una hipótesis, significa hacer uso técnico de un conjunto de reglas para tomar una decisión acerca de la propia hipótesis, de aquel supuesto que la Investigadora propone en base a sus experiencias y en base a los resultados de una encuesta, puede ser falsa o verdadera, en base a una probabilidad. La Decisión sobre la hipótesis sólo puede ser de dos tipos: Rechazar la hipótesis nula o aceptarla. (Contrastación., 2022)

Hipótesis General:

Para contrastar hipótesis, ha sido necesario hacer el planteamiento siguiente:

HG: Existe relación estadística significativa entre la Gestión Financiera y el Crecimiento de la cartera de clientes.

Calculando el Coeficiente r_{xy} de Correlación de Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Dónde:

x = Puntajes obtenido de la Gestión Financiera.

y = Puntajes obtenidos del crecimiento de la cartera de clientes.

r, x, y= Relación de las variables.

N = Número de analistas de la Caja Maynas.

Tabla 19: Correlación de Pearson - Hipótesis General

Correlaciones			GESTIÓN FINANCIERA V1	CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2
GESTIÓN FINANCIERA V1	Correlación de Pearson	de	1	,605
	Sig. (bilateral)			,084
	N		9	9
CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2	Correlación de Pearson	de	,605	1
	Sig. (bilateral)		,084	
	N		9	9

***La correlación es significativa al nivel de 0,05 (bilateral).**

Fuente: Encuesta, 2021

Desarrollado: por la Investigadora

El valor correlacional es equivalente a 0.605, significa que si existe una correlación positiva considerable entre las variables de estudio: “Gestión Financiera” y “Crecimiento de la Cartera de Clientes”. De esta forma se acepta la hipótesis general.

Se utilizó la correlación de Pearson, porque son variables paramétricas y siguen una distribución normal, el valor es 0.406 y 0.440 que son valores mayores a 0.05.

Por lo tanto, las variables cumplen con las condiciones para el uso estadístico de prueba.

Con respecto a las pruebas de normalidad se obtuvieron los siguientes resultados:

Las Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	,278	9	,044	,922	9	,406
V2	,187	9	,200*	,925	9	,440

Si $n > 50$ se aplica kolmogorov-Smirnov

Si $n < \text{ó} = 50$ se aplica Shapiro Wilk

La Prueba estadística

Distribución normal

Si $p > 0.05$ = si paramétricas $\longrightarrow$ Correlación de Pearson

Si $p < 0.05$ = no paramétricas $\longrightarrow$ Rho Spearman

Hipótesis Específicas:

Para comprobar las hipótesis específicas, planteamos las siguientes:

HE₁: Existe una relación estadísticamente significativa entre los puntajes obtenidos de Compromiso con la institución (dimensión 1) y Crecimiento de la cartera de clientes.

Tabla 20: Correlación de Pearson - Hipótesis específica (Dimensión 1)

Correlaciones		CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2	COMPROMISO CON LA INSTITUCIÓN D1
CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2	Correlación de Pearson	1	,055
	Sig. (bilateral)		,888
	N	9	9
COMPROMISO CON LA INSTITUCIÓN D1	Correlación de Pearson	,055	1
	Sig. (bilateral)	,888	
	N	9	9

***La correlación es significativa al nivel de 0,05 (bilateral).**

Fuente: Encuesta, 2021

Desarrollado: por la Investigadora

Se obtuvo un valor correlacional de 0.055, manifestando la existencia de una correlación positiva débil entre las variables de estudio: “Compromiso con la institución” (Dimensión 1) y “Crecimiento de la cartera de clientes” Por lo cual, se acepta la hipótesis específica.

HE₂: Existe una relación estadística significativa entre los puntajes obtenidos del Manejo de personal (Dimensión 2) y Crecimiento de la cartera de clientes.

Tabla 21: Correlación de Pearson - Hipótesis específica (Dimensión 2)

Correlaciones		
	CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2	MANEJO DEL PERSONAL D2
CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2	1	,781*
Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N		,013 9
MANEJO DEL PERSONAL D2	,781*	1
Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,013 9	

***La correlación es significativa al nivel de 0,05 (bilateral).**

Fuente: Encuesta, 2021

Desarrollado: por la Investigadora

El valor correlacional es equivalente a 0.781, manifestando la existencia de una correlación positiva fuerte entre variables de estudio: “Manejo del personal” (Dimensión 2) y “Crecimiento de la cartera de clientes”. De esta forma se acepta la hipótesis específica

HE₃: Existe una relación estadísticamente significativa entre los puntajes obtenidos de Eficiencia en el proceso de otorgamiento de créditos (Dimensión 3) y Crecimiento de la cartera de clientes.

Tabla 22: Correlación de Pearson - hipótesis específica (Dimensión 3)

Correlaciones		
	CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES .. V2	EFICIENCIA EN EL PROCESO DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS. .. D3
CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES .. V2	1	,272
Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	9	,480
EFICIENCIA EN EL PROCESO DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS D3	,272	1
Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,480	9

***La correlación es significativa al nivel de 0,05 (bilateral).**

Fuente: Encuesta, 2021

Desarrollado: por la Investigadora

El valor correlacional es equivalente a 0.272, manifestando la existencia de una correlación positiva media, entre las variables de estudio: “Eficiencia en el proceso de otorgamiento de créditos” (Dimensión 3) y “Crecimiento de la cartera de clientes”. De esta manera, se acepta la hipótesis.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Objetivo General. Se confirma que “Gestión Financiera” se relaciona directamente, con “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca – 2021.

Esto se trabajó, con información proporcionado por colaboradores que trabajan como analistas de créditos de la CMAC Maynas de la agencia Pillco Marca. Para este caso, la correlación de Pearson es igual a 0.605, demostrando, la existencia de una correlación positiva considerable, observado desde la Tabla 19.

Según los resultados, podemos decir que la “Gestión Financiera” se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la CMAC Maynas, Agencia Pillco Marca - 2021. Coincide con la investigación de Terrazas (2009); donde la “Gestión Financiera” requiere ser potenciada en la organización financiera, encargada de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar con el manejo de recursos financieros, a fin de generar mayores utilidades. El objetivo es hacer que la organización trabaje con efectividad, con optimización de recursos y mejora en la toma de decisiones financieras, generando oportunidades de inversión para la empresa financiera y también para los clientes, sean personas naturales con negocios y/o personas jurídicas, dedicadas a la actividad financiera y comercial, que demanda el mercado local y regional.

Objetivo Específico 1, Existe una correlación igual a 0.055, cuyo significado, es positivo débil entre la “Dimensión 1” con la Variable dependiente, es decir entre “compromiso con la institución” y el “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, en la agencia de Pillco Marca - Huánuco, presentado en la Tabla 20. De esta forma se acepta la hipótesis específica, de acuerdo a los resultados de la información de las encuestas

practicadas a los colaboradores, analistas de crédito en la CMAC Maynas de la agencia, Pillco Marca. De este modo se determina, la relación entre el “Compromiso con la Institución” y el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas agencia, Pillco Marca - 2021.

Peralta & Santofino & Segura (2007), señalan que, el “Compromiso Laboral” depende de la membresía y vínculo de lealtad, que existe entre los colaboradores y la empresa; se refiere a personas que permanecen empleados, por una motivación salarial, relacionado con su proceso de identificación y aporte al crecimiento institucional en el mercado, lo hacen por la voluntad propia del trabajador, a satisfacción de un reconocimiento objetivo y subjetivo. Los trabajadores son reconocidos como tal por su identificación con la empresa en un mercado de competencia y permanecen por largo periodo, inclusive pueden ser trabajadores hasta su jubilación, que le sirve de reconocimiento social. Por otro la Institución Financiera los reconoce como hombres y mujeres de confianza y que es sirve para encargarles gerencia de alta responsabilidad, hasta que sus opiniones definen las estrategias institucionales, son los que se encargan de hacer las directivas institucionales y aplicarlos a través de personas nuevas, son los que toman decisiones de largo aliento y ponen paños fríos a los socios e inversionistas en tiempos de crisis y son los que responden ante la supervisión de la SBS.

La determinación de su participación en las funciones que realiza solo depende de su compromiso temporal, que muchas veces puede ser por periodos cortos, o largos (Alvarez de Monetal., 2001).

Meyer y Allen (1991), Dicen que el “Compromiso Laboral” tiene tres componentes: a). El compromiso afectivo, asociado con la parte emocional del colaborador, por cariño a la institución y aprecio a los directivos; b). El compromiso de continuidad referido a las ganancias que recibe de la propia organización, por el cual los empleados permanecen empleados; c). Finalmente, el compromiso legal se asocia con él las obligaciones de un contrato para cumplir ciertas responsabilidades en un

periodo de responsabilidad laboral, por haberse comprometido con la institución al desarrollo diario de tareas específicas a satisfacción de los clientes e inversionistas de la Institución.

Los autores afirman que los colaboradores, pueden experimentar tres componentes del compromiso, en menor o mayor grado. El compromiso laboral incluye el cumplimiento de objetivos y metas, planeados por los directivos de la organización, la disposición a trabajar en pro del cumplimiento de metas, influye al logro de mejores salarios para el trabajador y mejores premios al término de cada periodo; de esta manera, permanece como miembro activo y efectivo de la entidad, dentro de una práctica constante (p. 89, 90).

Objetivo Especifico 2, Existe una correlación de 0.781, identificado como correlación positiva fuerte entre la “Dimensión 2” y la Variable dependiente, entre “manejo del personal” y “crecimiento de la cartera de clientes”, presentado en la Tabla 21. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica, de acuerdo a resultados de las encuestas a los analistas de crédito de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca, afirmando que el manejo de personal se relaciona con el crecimiento de la cartera de clientes de la Caja Maynas agencia, Pillco Marca - periodo 2021.

(Sepúlveda, 2014), “Manejo de personal” es importante en una empresa financiera, el éxito de la entidad financiera, depende de su equipo de colaboradores; Si el personal tiene buena motivación generado por el administrador de la empresa, entonces se desarrolla un ambiente agradable, necesario para que la empresa trabaje con eficiencia y eficacia; Es necesario también que se escriba un manual funciones y procesos para manejar la actitud e ímpetu del personal. Las funciones generales y específicas, deben estar establecidas en un manual, en un documento socializado con todo el personal que labora en la institución, donde estén establecidas las tareas que cada colaborador(a) para desempeñarse con productividad y pro actividad en su puesto de trabajo, demostrando alta responsabilidad.

El éxito de la empresa financiera, depende de su organización, de la Jefatura de personal. Cada individuo tiene su propia filosofía, cultura y pensamiento para actuar; es indispensable que el jefe de personal, evalúe a cada colaborador del equipo de trabajo, y anote las diferencias de cada uno, asigne responsabilidades, en base a sus habilidades y destrezas. Además, el jefe de personal, debe saber cómo motivar a sus subordinados, con el fin de lograr el éxito en los procesos y actividades de la organización. (p. 1)

Objetivo Especifico 3, Existe una correlación igual de 0.272, calificada como positiva media entre la “Dimensión 3”, y la Variable dependiente; entre “Eficiencia en el proceso de Otorgamiento de Créditos” y el “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, presentado en la Tabla 22. Se acepta la hipótesis específica, de acuerdo a las encuestas, a los colaboradores analistas de crédito de la CMAC Maynas agencia, Pillco Marca. Se concluye que la “Eficiencia en el proceso de otorgamiento de créditos” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas agencia, Pillco Marca - 2021.

Monroy (2016), “Eficiencia Financiera” es uno de los indicadores a tomarse en cuenta, independientemente del sector al cual pertenezca, sea sector público o privado. Esta práctica busca mejorar compromiso de las jefaturas y direcciones de la entidad, hasta culminar los procesos y actividades, como parte de la cultura organizacional.

La labor financiera, debe estar centrado en el cumplimiento de los objetivos y metas definidas y escritas en la planeación financiera de la empresa, escrito en el reglamento y directivas de la propia organización, y para ello se requiere trabajar con eficiencia y eficacia. (p. 1)

CONCLUSIONES

De acuerdo a resultados de la Investigación, el cumplimiento de los objetivos, permite describir las siguientes conclusiones:

- 1.- La “Gestión Financiera” se correlaciona con la “Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, Huánuco – 2021. De acuerdo a la encuesta a los analistas de crédito de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, más del 50% de analistas de crédito no cumplen con sus metas mensuales, por falta de ética profesional, en el cumplimiento en sus funciones, que se explica en su mala gestión financiera de la Caja Maynas, especialmente en el área de recursos humanos.
- 2.- Más del 50% de analistas de créditos, no muestran compromiso con la institución financiera, por no cumplir metas mensuales ni funciones encargadas; por el contrario, buscan migrar a otras entidades similares de mayor paga. Se llevan parte de la cartera de clientes, afectando al crecimiento y mantenimiento de la buena cartera de clientes de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca.
- 3.- El manejo del personal a cargo de la Jefatura correspondiente, es deficiente, el área de recursos humanos no se preocupa en mantener al personal calificado del área de créditos, desconoce que tiene al personal calificado como el mejor activo de la institución, deja que los analistas de créditos migren con facilidad a otras empresas financieras de la competencia, dejan salir mucha información clasificada de la empresa, dejan que muchos clientes se retiren con sus créditos en las espaldas en contra de la buena Cartera de Clientes que se ha formado con mucho esfuerzo, dejan que los analistas retirados de la institución sigan teniendo relaciones amicales con los clientes activos de la Caja Maynas Agencia Pillco marca.

4.- Los procesos de otorgamiento y desembolso de crédito son lentos y que se demuestra en la insatisfacción de los clientes que dicen haber perdido una o más oportunidades de negocio por tener mucho tiempo en el proceso de evaluación sus documentos. Por lo que se defina como créditos lentos e incómodos para los clientes, en varias ocasiones los clientes desisten del crédito, afectando al crecimiento de la cartera de clientes de la CMAC Maynas, agencia de Pillco Marca.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que puedo formular, son las siguientes:

- 1.- La Gerencia de la Caja Maynas, debe poner mayor interés en la “Gestión Financiera”, relacionado con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes”, debe invertir en la capacitación de recursos humanos y mejorar el capital humano de la Caja Maynas, sobre todo en el área de analistas de créditos. Debe cuidar a sus colaboradores como a sus clientes, debe haber programas de socialización, para saber los problemas potenciales de cada sector.
- 2.- El Área de recursos humanos de la Caja Maynas debe reclutar analistas de créditos jóvenes, insertarlos en el mercado laboral, a partir de cursos y especialidades, que los motiven y se identifiquen con la Caja Maynas. Que tengan un mejor compromiso con la institución, personas con buenos valores, capacitar al administrador de agencia sobre la importancia del personal con antigüedad para la institución, y mejorar sus salarios mensuales.
- 3.- El Área de crédito como el de recuperaciones, debe tener un mejor manejo profesional, no se puede permitir que haya fuga de analistas de crédito y fuga de expertos en recuperaciones, porque perjudica muchos a la Cartera de Clientes, perjudica directamente en la rentabilidad económica de la Institución Financiera. Mejorar el trato y la relación continua con los clientes, para animarlos a la preferencia con la Caja Maynas
- 4.- La CMAC Maynas Agencia Pillco Marca, debe mejorar sus procesos de desembolsos de créditos, que no sean incómodos para los clientes, buscar una mejor manera de hacer evaluaciones, promocionar las mejores tasas de crédito y ahorro a través de publicidad por radio, tv y campañas para tener mayor presencia en el

mercado financiero del distrito de Pillco Marca, e incrementar la “Cartera de Clientes” fieles a la agencia Pillco Marca.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, S. S. (2016). Calidad de cartera de clientes para mejorar la rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro Trujillo S.A. . *Tesis Pregrado* . Pimentel, Perú.
- Acuña Carbajal, y. (s.f.).
- Acuña, Y. &. (2008-2013). *Fcatores que determinan la calidad de cartera crediticia en el producto Pyme de Financiera Confianza en la Región Junín*. Universidad nacional del Centro del Perú , Junín , Junín .
- Aeguez, E. P. (2017). *Calidad del servicio de atención al cliente y su influencia en el riesgo crediticio de las Pequeñas y Microempresas en el Banco Continental, Agencia Huánuco 2017*. Universidad Nacional Hermilio Valdizan , Huánuco, Huánuco.
- Arena, Z. (1993). *Introducción a la metodología de la investigación* . México: Aguilar Leon y Cal.
- Arias Odón, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación 5 edición* (6 ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación* (6 ed.). Venezuela: Episteme.
- Barquero Cabrero, J. (s.f.). Marketing de clientes ¿ Quienes se llevan mis clientes ?
- Bayas Fernández, C. J. (28 de JULIO de 2020). "Elaboración de una Propuesta de Organización y Gestión Empresarial, con la finalidad de incrementar la cartera de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito La Dolorosa Ltda., Ubicada en Guayaquil,". Guayaquil, Ecuador.
- Cabrera, E. C. (22 de Abril de 2017). "Cajas Municipales de Ahorro y Crédito y otras Entidades Micro Financieras". Lima, Lima, Perú.
- Carballo, J. (2009). *Competidor por crear valor*. Madrid: Esic S.A.
- Carrillo Vasco, G. A. (Abril de 2015). La Gestión financieara y la liquidez de empresa 'Azulejos Pelileo'. Ambato, Ecuador.
- Catunta Quispe, E. D. (2013). "Procedimiento de otorgamiento de créditos y satisfacción de clientes en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Puno Bellavista periodo 2012". Puno, Perú.
- Comparabien.com.pe*. (2019). Recuperado el 06 de 12 de 2019, de *Comparabien.com.pe*.
- Contrastación., F. d. (2022). Contraste de Hipotesis. *HIPOTESIS*, <https://www.google.com/search?q=CONTRASTACION+DE+HIPOTESIS>.

- Cuervo Alvaro y Rivero Pedro. (1986). El análisis económico financiero de la Empresa. *Revista Española de financiación y contabilidad*, XVI. n 49, 19.
- Da Silva, D. (25 de Setiembre de 2020). *Blog de Zendesk*. Recuperado el 23 de Setiembre de 2021, de Que es una cartera de clientes y cómo hacer un buen manejo de ella para tu empresa: <https://www.zendesk.com.mx/blog/cartera-de-clientes/>
- Economia simple.net*. (s.f). Obtenido de Definición de apalancamiento: Recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/apalancamiento>
- Eden Red*. (2018). Obtenido de Rentabilidad económica y financiera: diferencia entre ROI y ROE: Recuperado de <https://www.edenred.es/blog/rentabilidad-economica-y-financiera-diferencia-entre-roi-y-roe/>
- Erraez Quezada, M. E. (Noviembre de 2014). "Propuesta de un modelo de gestión financiera para la empresa Bioagro ubicada en I ciudad de Cuenca". Cuenca, Ecuador.
- Flores Gaviño, O. (2016). "La gestión financiera y la rentabilidad de las Cajas de Ahorro y Crédito en el distrito de la Victoria 2010- 2015". Lima, Lima, Perú.
- Gomez, M. (2006). *Introducción de la metodología a la investigación científica*. Cordova: Brujas.
- Gonzaga, H. F. (2016). RAZONES FINANCIERAS DE LIQUIDEZ EN LA GESTIÓN. *ACADEMIA*, 65.
- Guerrero Maldonado, P. A. (18 de enero de 2019). Compromiso Organizacional basado en el modelo de Meyer y Allen en los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018. Chiclayo, Chiclayo, Perú.
- H., M. (31 de Octubre de 2006). <http://www.comunidadcontable.com/bancoconocimiento/contrapartidas/entorno-a-la-eficiencia-financiera.asp>. Obtenido de Obtenido de entorno a la eficiencia financiera: recuperado de.
- Helber, M. P. (31 de Octubre de 2016). <http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Contrapartidas/entorno-a-la-eficiencia-financiera.asp?> Recuperado el 25 de Enero de 2021
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México, México: Mexicana.
- Hernández, F. &. (2010). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). McGraw- Hill , México.
- Hernández, F. &. (2014). *Metodología de la Investigación, sexta edición*. México: Mexicana.

Herrera, J. L. (2020). PRODUCTIVIDAD. *Productividad*, 65.

Informe Caballero Bustamante. (2018). Obtenido de Interpretación de los Ratios de Liquidez y Rentabilidad de la Empresa: Recuperado de http://www.academia.edu/16303739/Interpretaci%C3%B3n_de_los_Ratios_de_Liquidez_y_Rentabilidad_de_la_Empresa

Josar, C. (2017). La contabilidad y el sistema contable. *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 8.

Lanas, M. T. (2015). *Modelo de Otorgamiento de Créditos para una Institución del sistema Financiero Ecuatoriano*. Ecuador, Quito.

Lopez, V. E. (2003). *Diagnostico fianaciero*. Medellín: Reporte S.A.

Macedo Condori, G. (20 de junio de 2014). contables.edu.pe/epcc/cc/archivos/.../procesos_para_otorgamiento_créditos.ppt.

Macedo Condori, G. (20 de junio de 2014). Seminario Taller " Gestión del Sistema Financiero". Cusco, Cusco, Perú. Obtenido de contables.edu.pe/epcc/cc/archivos/.../procesos_para_otorgamiento_créditos.ppt

Mantilla Falcon, C. V. (2021). La gestión financiera y la liquidez de la empresa AZULEJOS PELILEO. *Contabilidad y Auditoría*, 16.

Marcelo, G. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Brujas.

Marco Sanjuán, F. J. (24 de Febrero de 2018). *Economipedia*. Recuperado el 08 de Setiembre de 2021, de Economipedia.: <https://economipedia.com/definiciones/institucion-financiera.html>

María C. Peralta, & A. (2007). *El Compromiso Laboral: Discursos en la organización*. Bogotá - Colombia.

Martinez, C. (08 de Abril de 2015). *Ope´n un blog abiero a la reflexión*. Obtenido de *El compromiso con el cliente: Clave para la generación de negocio en la empresa*: Recuperado de <http://blog.opeconsultores.es/el-compromiso-con-el-cliente-clave-para-la-generacion-de-negocio-en-la-empresa>.

Martínez, H. O. (2012). *Análisis e interpretación de la información financiera* (2da Edición ed.). México: Trillas.

Monroy Pedraza, H. M. (31 de Octubre de 2016). *Comunidad Contable*. Recuperado el 23 de Setiembre de 2021, de Entorno a la eficiencia financiera:

<http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Contrapartidas/entorno-a-la-eficiencia-financiera.asp?>

Moya, D. (2016). La gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de servicios GHB S. A en la ciudad de Trujillo 2015. (*Tesis pregrado*). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo.

Navarro Gómez, N. A. (30 de Junio de 2010). *Monografias.com*. Recuperado el 08 de Setiembre de 2021, de Monografias.com:
https://www.monografias.com/usuario/perfiles/neil_alex_navarro/datos

Pajuelo, J. (1998). Análisis financiero a través de los ratios, para determinar el grado de la rentabilidad en una fábrica de gaseosa en Huánuco. (*Tesis pregrado*). Universidad Hermilio Valdizan, Huánuco.

Pasquel Cajas, R. F. (2019). "La gestión financiera y los niveles de satisfacción de clientes y usuarios del banco de la nación". Huánuco, Huánuco, Perú.

Pensemos. (s.f). Obtenido de 7 indicadores que las compañías deben tener en cuenta:
Recuperado de <http://pensemos.com/7-indicadores-financieros-que-las-companias-deben-tener-en-cuenta/>

Peralta, S. &. (20 de Abril de 2007). El Compromiso Lboral. Bogotá, Colombia.

Pérez, S. (2009). Análisi e intepretación de estados financieros en una empresa de servicios de investigación de mercado. (*Tesis de pregrado*). Universidad de San Carlos, Guatemala.

Rojas, J. &., & Sabrera, C. (2017). Análisis de los estados financieros para mejorar la gestión administrativa en la empresqa comercial Felix - 2014. (*Tesis pregrado*). Universidad Hermilio Valdizan, Huánuco.

Ruedas, C. (2017). Análisis de la situación económica y fiananciera de la empresa HK Distribuciones de la ciudad de Puno en los periodos 2014 - 2015. (*Tesis pregrado*). Universidad del Altiplano, Altiplano.

S.A., C. M. (2012). Reglamento de Créditos . Cusco.

Salmero, O. (1992). Análisis e interpretación de los estados financieros de la empresa nacional de Salina C. A (ENSAL). (*Tesis pregrado*). Universidad Nucleo Oriente, Sucre.

Sampieri, H. (2010). *Metodologia a la investigación*. México: Dec S. A.

Sampieri, H. (2010). *Metodología de la investigación* . México: S.A. Dec.

- Sánchez Tapayuri, E. A. (2015). "La morosidad de la cartera de créditos minoristas y su influencia en la rentabilidad de la CMAC Maynas S.A. Agencia Huánuco, 2010-2013". Huánuco, Huánuco, Perú.
- Sepúlveda, W. (27 de Mayo de 2014).
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/27/el-manejo-del-personal/>.
- Sepúlveda, W. (27 de Mayo de 2014).
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/27/el-manejo-del-personal/#:~:text=El%20manejo%20de%20personal%20es,necesario%20que%20la%20empresa%20cuente>. Recuperado el 25 de Enero de 2021
- Soria, M. C. (2015). *Análisis financieros para contadores y su incidencia en las NIIF*. Lima: Instituto el Pacífico S. A. C.
- Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. (G. Noriega, Ed.) México: Limusa S.A. De C.V. .
- Terrazas Pastor, R. A. (23 de Enero - Junio de 2009). *Modelo de Gestión Financiera para una organización*. Cochabamba, Bolivia.
- Tschohl, J. (2008). *Servicio al Cliente*. Estados Unidos: 5 Edición.
- Vázquez, R. (2015). *Enciclopedia*. Obtenido de Recursos Ajenos: Recuperado de <http://economipedia.com/definiciones/recursos-ajenos.html>
- Vela, L. &. (2012). *Los factores que determinan la calidad de la cartera crediticia de las entidades microfinancieras de la Amazonía Peruana en el período 2008-2011*. Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, Lambayeque, Perú.
- Velázquez, M. (15 de Agosto de 2016). <https://www.entrepreneur.com/article/280867>.
- Westreicher, G. (26 de Abril de 2020). *Gestión Financiera*. Recuperado el 14 de Junio de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-financiera.html>
- Zorrilla Arena, L. S. (1993). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. México: Aguilar León y Cal.

ANEXOS

ANEXO N°: 1



MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tesis: “GESTIÓN FINANCIERA Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DE LA CAJA MAYNAS, AGENCIA – PILLCO MARCA -2021”

Autor: CPC. Elizabeth Karina Fabián Huamán.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Instrumentos
General: ¿De qué manera, la “Gestión Financiera” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021? Específicos: ¿De qué manera, el “Compromiso de la Institución” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021? ¿De qué manera, el “Manejo del Personal” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021? ¿De qué manera, la “Eficiencia del proceso de otorgamiento de Créditos” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021?	General: Describir de qué manera, la “Gestión Financiera” se relaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021. Específicos: Analizar de qué manera, el “Compromiso con la Institución” se correlaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021. Analizar de qué manera, el “Manejo del Personal” se correlaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021. Analizar de qué manera, la “Eficiencia en el proceso de otorgamiento de créditos” se correlaciona con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca, periodo 2021.	General: HG: La “Gestión Financiera” se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca 2021. Ho: La “Gestión Financiera” NO se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca 2021. Específicos: He1: El “Compromiso con la Institución”, se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021. Ho1: El “Compromiso con la Institución”, NO se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021. He2: El “Manejo del Personal”, se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021. Ho2: El “Manejo del Personal”, NO se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021. He3: La “Eficiencia en el Proceso de Otorgamiento de Créditos” se relaciona significativamente con el “Crecimiento de la Cartera de Clientes” de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca 2021.	1. Independiente Gestión Financiera. Dimensiones - Compromiso con la institución. - manejo del personal - Eficiencia en el proceso de otorgamiento de créditos. 2. Dependiente Crecimiento de la cartera de clientes. Dimensiones -Cartera vigente. -Seguimiento de cartera -Calidad de cartera	Tipo de Investigación: Investigación Aplicada. Nivel de Investigación: Investigación de nivel descriptiva correlacional. Investigación Descriptiva: Analizar, interpretar, describir, registrar características, y elementos básicos que se han investigando Investigación correlacional: Relación entre dos variables que representan la investigación, el nivel permite medir el grado de relación entre las variables independiente y dependiente; entre la gestión financiera y la cartera de clientes de Caja Maynas, agencia Pillco Marca. Diseño: No experimental Población y Muestra: Población: 15 trabajadores Muestra: 9 analistas de crédito de la Caja Maynas.	Encuesta: Técnica para obtener dato s información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema particular. Cuestionario: Preguntas cerradas en una encuesta de forma escrita mediante un instrumento en papel conteniendo una serie de preguntas. Rellenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.

		H03: La "Eficiencia en el Proceso de Otorgamiento de Créditos" se relaciona significativamente con el "Crecimiento de la Cartera de Clientes" de la Caja Maynas, agencia Pilco Marca 2021.			
--	--	--	--	--	--

ANEXO N°: 2



CUESTIONARIO

Estimado colaborador, analista de créditos, su opinión es muy importante, por lo cual agradezco su sinceridad respuesta a este cuestionario de preguntas, para evaluar sus respuestas de manera anónima, sobre un estudio de investigación **“Gestión Financiera” y “Crecimiento de la Cartera de Clientes de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca- 2021”**.

Lea Ud. Con cuidado, y marque con una “x” la respuesta crea conveniente:

PREGUNTAS:

1. ¿Usted cumple con los saldos que la Caja Maynas le asigna como meta mensual?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

2. ¿Cree usted que es productivo su trabajo según los créditos otorgados hasta la fecha?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

3. ¿Con que frecuencia Usted participa en las actividades sociales de la Caja Maynas?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

4. ¿Usted está satisfecho con el trabajo que viene realizando diariamente?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

5. ¿Usted tiene una buena comunicación con el administrador y compañeros?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

6. ¿Usted se siente motivado trabajando en la Caja Maynas?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

7. ¿Cree usted que los procesos de aprobación que se realiza para otorgar un crédito es la adecuada?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

8. ¿Cree usted que los clientes están satisfechos con la evaluación realizada por los analistas y la supervisora de la Caja Maynas?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

9. ¿Usted cree que los desembolsos de los créditos se hacen en el tiempo programado?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

10. ¿Los Créditos q usted ha otorgado hasta la fecha vienen cumpliendo con los pagos puntualmente?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

11. ¿Usted cumple al 100% con los números de colocaciones que la Caja Maynas le pide al mes?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

12. ¿Usted tiene clientes en su cartera que solamente trabajan con la Caja Maynas?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

13. ¿Ud. hace una buena gestión de la cartera de clientes que tiene a su cargo?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

14. ¿Ud. lleva un buen control de la cartera de clientes que tiene a su cargo?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

15. ¿Usted verifica si el cliente cumple con el programa de inversión, del crédito solicitado?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

16. ¿Usted asume riesgos al otorgar un crédito solo por llegar a su meta?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

17. ¿Usted evalúa bien a sus clientes antes de otorgarle un crédito?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

18. ¿Usted pide referencias externas e internas antes de otorgar un crédito?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

ANEXO N°: 3

VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: "GESTIÓN FINANCIERA Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DE LA CAJA MAYNAS, AGENCIA PILLCO MARCA - 2021"

I. DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : Dr. Oscar Augusto Campos Salazar
Cargo o Institución donde labora : Universidad de Huánuco
Nombre del Instrumento de Evaluación : Cuestionario
Teléfono : 962663573
Lugar y fecha : 05 de octubre del 2021
Autor del Instrumento : CPC. Elizabeth K. Fabián Huamán

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SI	NO
Claridad	Los indicadores formulados están escritos en un lenguaje apropiado y claro.	x	
Objetividad	Los indicadores expresados, miden conductas observables.	x	
Contextualización	El problema de investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	x	
Organización	Los ítems del estudio, guardan un criterio de organización lógica.	x	
Cobertura	Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad.	x	
Intencionalidad	Los instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias.	x	
Consistencia	Las dimensiones e indicadores se basan en aspectos teóricos científicos.	x	
Coherencia	Existe relación y coherencia entre indicadores y dimensiones de variables.	x	
Metodología	La estrategia utilizada, responde al propósito de la investigación.	x	
Oportunidad	El instrumento será aplicado oportunamente en el momento más adecuado.	x	

II. OPINION GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS

Adecuado al tema de investigación.

III. RECOMENDACIONES

Proceder a su aplicación.

Huánuco, 05 de octubre del 2021



.....
Firma del experto
DNI: 22409462

VALIDACION DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Título de la Investigación: "GESTIÓN FINANCIERA Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DE LA CAJA MAYNAS, AGENCIA PILLCO MARCA - 2021"

I. DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : Christian Paolo Martel Carranza
Cargo o Institución donde labora : Universidad de Huánuco
Nombre del Instrumento de Evaluación : Cuestionario
Teléfono : 962612266
Lugar y fecha : 29 de Octubre del 2021
Autor del Instrumento : CPC. Elizabeth K. Fabián Huamán

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SI	NO
Claridad	Los indicadores formulados están escritos en un lenguaje apropiado y claro.	x	
Objetividad	Los indicadores expresados, miden conductas observables.	x	
Contextualización	El problema de investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	x	
Organización	Los ítems del estudio, guardan un criterio de organización lógica.	x	
Cobertura	Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad.	x	
Intencionalidad	Los instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias.	x	
Consistencia	Las dimensiones e indicadores se basan en aspectos teóricos científicos.	x	
Coherencia	Existe relación y coherencia entre indicadores y dimensiones de variables.	x	
Metodología	La estrategia utilizada, responde al propósito de la investigación.	x	
Oportunidad	El instrumento será aplicado oportunamente en el momento más adecuado.	x	

II. OPINION GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS

Aprobado.

III. RECOMENDACIONES

Proceder a su aplicación.

Huánuco, 29 de Octubre del 2021

.....
Firma del experto
DNI: 41905365

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Título de Investigación: “GESTIÓN FINANCIERA” y “CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES” DE LA CAJA MAYNAS, AGENCIA PILLCO MARCA - 2021”

I. DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y Nombres : Dr. Ever Uribe Uzuriaga Céspedes
Cargo o Institución donde labora : Universidad de Huánuco
Nombre del Instrumento de Evaluación : Cuestionario
Teléfono : 969949947
Lugar y fecha : 05 de Octubre del 2021
Autor del Instrumento : CPC. Elizabeth K. Fabián Huamán

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SI	NO
Claridad	Los indicadores formulados están escritos en un lenguaje apropiado y claro.	x	
Objetividad	Los indicadores expresados, miden conductas observables.	x	
Contextualización	El problema de investigando está adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	x	
Organización	Los ítems del estudio, guardan un criterio de organización lógica.	x	
Cobertura	Abarca todos los aspectos en cantidad y calidad.	x	
Intencionalidad	Los instrumentos son adecuados para valorar aspectos de las estrategias.	x	
Consistencia	Las dimensiones e indicadores se basan en aspectos teóricos científicos.	x	
Coherencia	Existe relación y coherencia entre indicadores y dimensiones de variables.	x	
Metodología	La estrategia utilizada, responde al propósito de la investigación.	x	
Oportunidad	El instrumento será aplicado oportunamente en el momento más adecuado.	x	

III. OPINION GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS

Puede aplicar el Instrumento.

IV. RECOMENDACIONES

Huánuco, 05 de Octubre del 2021

Firma del experto
DNI: 22469535

ANEXO N° 4:

Consentimiento informado.



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, JAIME ALVARADO SALAZAR, Administrador de agencia, reconozco haber sido informado sobre los beneficios, riesgos, y molestias, así como también, mis derechos y responsabilidades. También reconozco no haber sido persuadido, manipulado u coaccionado, por lo tanto acepto que los analistas de crédito de la Caja Maynas, agencia Pillco Marca participen en la encuesta de la presente investigación que tiene como título.

"GESTIÓN FINANCIERA Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DE LA CAJA MAYNAS, AGENCIA PILLCO MARCA - 2021".

Desarrollada por Elizabeth Karina Fabián Huamán, bachiller en Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Huánuco y admito haber sido informado que el objetivo de la investigación es:

Describir de qué manera la Gestión Financiera se relaciona con el crecimiento de la cartera de clientes de la Caja Maynas, Agencia Pillco Marca 2021.

Reconozco que la información que yo prevea en el curso de la investigación no será usada para ningún otro propósito, fuera de este estudio sin mi consentimiento.

Entiendo q una copia de esta ficha de consentimiento me será entregado y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando esta haya concluido.

Huánuco, 11 de Febrero del 2022



ANEXO N° 5:

Fotografía realizada a los analistas de crédito.

