

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Cultura organizacional y comportamiento financiero de los
clientes de la Cooperativa “Integrar” del Distrito de el Tambo,
2022**

Para optar : El Título Profesional de Licenciada en Administración

Autor(es) : Bach. Ibarra Rossel Sarai Esther
Bach. Paucar Chambergo Nayeli Erika

Asesor : Mg. Santana Camargo Walter Ruben

Línea de Investigación
Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos.

Fecha de Inicio y
Culminación : 20.10.2022 – 19.10.2023

HUANCAYO – PERÚ
2023

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS

**CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO
FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA
“INTEGRAR” DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022**

PRESENTADA POR:

Bach. Ibarra Rossel Sarai Esther

Bach. Paucar Chambergo Nayeli Erika

PARA OPTAR EL TITULO DE:

Licenciada en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

Aprobado por los siguientes jurados:

DECANO : _____
DR. VÁSQUEZ VÁSQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : _____
MG. SANDOVAL TRIGOS JESUS CESAR

SEGUNDO MIEMBRO : _____
MG. VERASTEGUI VELASQUEZ GRACIELA SOLEDAD

TERCER MIEMBRO : _____
MG. MARTINEZ VITOR PAUL DENIS

Huancayo, _____ de _____ del 2023.

**CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO
FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA
“INTEGRAR” DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022**

ASESOR:

MG. SANTANA CAMARGO WALTER RUBEN

DEDICATORIA

A Dios por guiar nuestro camino

A nuestros padres quienes nos apoyaron incondicionalmente a culminar nuestra carrera profesional.

Sarai y Nayeli

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Peruana Los Andes y asesor Mg. Santana Camargo Walter Ruben por sus conocimientos brindados en la presente investigación.

A la Cooperativa Integrar por brindarnos datos e información para poder desarrollar nuestra investigación

Sarai y Nayeli

CONSTANCIA

DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN POR EL SOFTWARE DE PREVENCIÓN DE PLAGIO TURNITIN

La Dirección de Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, hace constar por la presente, que el informe final de tesis titulado:

CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA "INTEGRAR" DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022

Cuyo autor(es) : SARAI ESTHER IBARRA ROSSEL.
 NAYELI ERIKA PAUCAR CHAMBERGO.
 Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.
 Escuela Profesional : ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS.
 Asesor(a) : MG. WALTER RUBEN SANTANA CAMARGO.

Que fue presentado con fecha 09.04.2023 y después de realizado el análisis correspondiente en el software de prevención de plagio Turnitin con fecha 10.04.2023; con la siguiente configuración de software de prevención de plagio Turnitin:

- Excluye bibliografía.
 Excluye citas.
 Excluye cadenas menores de a 20 palabras.
 Otro criterio (especificar)

Dicho documento presenta un porcentaje de similitud de **27%**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 11 del Reglamento de uso de software de prevención de plagio, el cual indica que no se debe superar el 30%. Se declara, que el trabajo de investigación: Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.

Observaciones: Numero 02 de Intento(s).

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presenta constancia.

Huancayo, 15 de Abril del 2023.



Dr. Armando Juan Adauto Ávila
 Director de Unidad de Investigación
 Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

CONTENIDO

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.1 Descripción de la realidad problemática	21
1.2 Delimitación del problema	24
1.2.1 Delimitación Espacial	24
1.2.2 Delimitación temporal	25
1.2.3 Delimitación conceptual	25
1.3 Formulación del problema	25
1.3.1 Problema General	25
1.3.2 Problema(s) Especifico(s)	25
1.4 Justificación	25
1.4.1 Social	25
1.4.2 Teórica	26
1.4.3 Metodológica	26

1.5	Objetivos	27
1.5.1	Objetivo General	27
1.5.2	Objetivo(s) Específico(s)	27
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO		28
1.1	Antecedentes	28
1.1.1	Nacionales	28
1.1.2	Internacionales	30
1.2	Bases Teóricas o Científicas	32
2.1.1	De la Cultura Organizacional	32
2.1.1.1	Dimensión simbólica y valores	32
2.1.1.2	Dimensión instrumental y recursos	35
2.1.1.3	Dimensión Estabilizadora	36
2.1.2	Comportamiento financiero	37
2.1.2.1	Comportamiento de ahorro	37
2.1.2.2	El comportamiento de gastos	38
2.1.2.3	Elaboración y ejecución efectiva de presupuesto	40
1.3	Marco Conceptual	42
CAPITULO III: HIPÓTESIS		44
2.1	Hipótesis General	44

2.2	Hipótesis Específicas	44
2.3	Variables	45
2.3.1	Cuadro de operacionalización de variables	45
CAPITULO IV: METODOLOGÍA		46
3.1	Método de Investigación	46
3.1.1	General:	46
3.1.2	Específicos:	46
3.2	Tipo de Investigación	47
3.3	Nivel de Investigación	49
3.4	Diseño de la Investigación	49
3.5	Población y muestra	50
3.5.1	Población	50
3.5.2	Muestra	50
3.6	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.	51
3.6.1	Técnica de recolección de datos:	51
3.6.2	Instrumento de recolección de datos	52
3.7	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	53
3.8	Aspectos éticos de la Investigación	54
CAPITULO V: RESULTADOS		55

4.1	Presentación de resultados	55
4.1.1	De la variable: Cultura Organizacional	55
4.1.2	De la variable: Comportamiento Financiero	59
4.2	Contrastación de hipótesis	62
4.2.1	De la Hipótesis General	62
4.2.2	De las Hipótesis Especificas	63
4.2.2.1	De la hipótesis especifica 1	63
4.2.2.2	De la hipótesis especifica 2	65
4.2.2.3	De la hipótesis especifica 3	66
	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	68
	CONCLUSIONES	75
	RECOMENDACIONES	77
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	78
	ANEXOS	84
	1-A.- Matriz de consistencia	85
	1-B.- Matriz de operacionalización de variables	86
	1-C.- Matriz de operacionalización del instrumento	87
	1-D.- El instrumento de investigación	88
	1-E.- Ficha de evaluación de juicio de experto	90

1-F.- Consentimiento informado	93i.
1-G.- Solicitud a la entidad.	94
1-H.- Respuesta de la entidad.	95
1-I.- Constancia de la aplicación del instrumento	96
1-J.- Declaración de Autoría	101

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla N° 1: Operacionalización de variables	48
Tabla N° 2: Dimensión simbólica y valores	56
Tabla N° 3: Dimensión instrumental y recursos	57
Tabla N° 4: Dimensión Estabilizadora	58
Tabla N° 5: Comportamiento de ahorro	60
Tabla N° 6: Comportamiento de gastos	61
Tabla N° 7: Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos	62
Tabla N° 8: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis General	63
Tabla N° 9: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis Especifica 1	64
Tabla N° 10: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis Especifica 2	66
Tabla N° 11: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis Especifica 3	67

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Dimensión simbólica y valores	56
Gráfico N° 2: Dimensión instrumental y recursos	57
Gráfico N° 3: Dimensión Estabilizadora	59
Gráfico N° 4: Comportamiento de ahorro	60
Gráfico N° 5: Comportamiento de gastos	61
Gráfico N° 6: Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos	62

RESUMEN

La presente investigación titulada **“CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA “INTEGRAR” DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022”**, planteó como problemática el que la cultura organizacional puede tener relación y acaso efectos en el comportamiento y motivación de los clientes, y de manera más concreta en el comportamiento financiero. Para el caso de nuestra investigación la aplicación, se ha identificado que, los clientes de la Cooperativa “Integrar”, han ido adoptando comportamientos financieros orientados a ciertos patrones de gestión del ahorro y proyectos de emprendimiento. Entonces, teniendo sabido que, la cultura organizacional debe centrarse en el cliente, dando especial importancia a la marca para transmitir sensación de seguridad y confort en la prestación de todos los servicios; para el caso de la institución financiera que nos sirve de unidad de análisis, resulta necesario determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa “Integrar”, con la finalidad de, a partir de sus resultados, poder proponer estrategias para fortalecer la cultura organizacional de la mencionada empresa. El nivel de Investigación es correlacional, el diseño fue no experimental, con enfoque descriptivo correlacional. La población fue de 220 clientes de la Cooperativa “Integrar” y la muestra, empleando un criterio probabilístico, fue de 141 clientes de la Cooperativa “Integrar”, en el Distrito de El Tambo. Como técnica de recolección de datos se empleó el cuestionario y como instrumento a la encuesta. Se concluyó que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura

organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022, al obtener un p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman significativo (0,920).

Palabras Clave: Cultura Organizacional, Comportamiento Financiero, Cooperativa Distrito de El Tambo.

ABSTRACT

The present investigation entitled "**ORGANIZATIONAL CULTURE AND FINANCIAL BEHAVIOR OF THE CLIENTS OF THE COOPERATIVE "INTEGRAR" OF THE DISTRICT OF EL TAMBO, 2022**", raised as a problem that the organizational culture can have a relationship and perhaps effects on the behavior and motivation of clients , and more specifically in financial behavior. In the case of our application research, it has been identified that the clients of the "Integrar" Cooperative have been adopting financial behaviors oriented to certain savings management patterns and entrepreneurial projects. So, knowing that the organizational culture must focus on the client, giving special importance to the brand to convey a sense of security and comfort in the provision of all services; In the case of the financial institution that serves as the unit of analysis, it is necessary to determine what relationship exists between the organizational culture and the financial behavior of the clients of the "Integrar" Cooperative, in order to, based on its results, to be able to propose strategies to strengthen the organizational culture of the aforementioned company. The Research level was descriptive, the design was non-experimental, with a correlational descriptive approach. The population was 220 administrative workers and the sample, using a probabilistic criterion, was 141 clients of the "Integrar" Cooperative, in the District of El Tambo. The questionnaire was used as a data collection technique and the survey as an instrument. It was concluded that there is sufficient statistical evidence to accept the alternate hypothesis and reject the null hypothesis, so that there is a direct relationship between the organizational culture and the financial behavior of the clients of the Cooperativa Integrar del Distrito de El

Tambo, 2022, when obtaining a p value (0.000) it has a value less than the standard error (0.050), and a significant Spearman's Rho correlation coefficient (0.920).

Keywords: Organizational Culture, Financial Behavior, El Tambo District Cooperative.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada **“CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA “INTEGRAR” DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022”**,

plantea como objetivo, establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar, en el Distrito de El Tambo, 2022.

El método de Investigación General es el científico y como específicos se empleará el Deductivo – inductivo. El tipo de Investigación será básica, pura o fundamental con enfoque cuantitativo. El Nivel de Investigación es correlacional. El diseño de la Investigación es no experimental, con enfoque descriptivo correlacional. La Población es de 220 clientes de la “Cooperativa Integrar” del Distrito de El Tambo. La muestra, según muestreo probabilístico es de 141 clientes. La técnica de recolección de datos fueron el análisis documental y el cuestionario, por otro lado, el instrumento de recolección de datos fue tanto la ficha bibliográfica y la encuesta. Como técnicas de procesamiento de datos se emplearán a la estadística descriptiva e inferencial y como instrumentos para el procesamiento de la data estadística se empleará el software SPSS versión 25.

Para ello, se estructura la presente en 5 capítulos; comenzando por el

Capítulo I: Planteamiento y formulación del problema, la justificación, propósito y objetivos de la investigación.

En segundo lugar, se plantea y estructura el Capítulo II, que contiene el marco teórico, considerando antecedentes, el desarrollo de bases teóricas y el marco conceptual delimitante.

En tercer lugar, se plantea Capítulo III sobre las hipótesis formuladas.

Luego se formula el Capítulo IV sobre el aspecto metodológico de la investigación, considerando el Método de Investigación, el Tipo de Investigación, el Nivel de Investigación, el Diseño de la Investigación, la Población y muestra, las Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, los Aspectos éticos de la Investigación.

Se plantea seguidamente el Capítulo V, sobre la administración y presupuesto del plan, para finalmente consignar la biografía y anexos.

Las Autoras

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La cultura organizacional es un aspecto fundamental para el éxito de una empresa, ya que se refiere al conjunto de normativas, valores y hábitos compartidos por las personas que trabajan en la organización. La cultura organizacional sólida y bien definida crea un sentido de inclusión pertenencia y favorece la integración entre los miembros del equipo, lo que se traduce en una mayor productividad y motivación en el trabajo. Además, una cultura organizacional alineada con la estrategia empresarial permite poder detectar los problemas en los distintos grupos de trabajo y posibilita la formación de equipos con una ideología clara y positiva, lo que facilita el buen funcionamiento de la empresa en general. Por lo tanto, es importante que las empresas presten atención a su cultura organizacional y trabajen en su desarrollo y fortalecimiento para obtener mejores resultados en el desempeño de sus actividades.

Bajo lo anterior, una empresa con una cultura saludable es fácil de identificar por cada uno de sus empleados. Esto les permite mantenerse motivados y positivos mientras trabajan juntos. Al crear un programa de marca de empleador e implementar una imagen positiva en el mercado laboral, la empresa puede aumentar sus posibilidades de reclutar nuevos talentos. Además, se deben considerar los aspectos intangibles y tangibles de la cultura de una organización. Esto abarca el conocimiento y cualquier valor fundamental que los empleados defiendan.

La cultura de una organización proporciona a sus empleados un sentido de propósito al definir la vida de la organización. A diferencia de todas las demás organizaciones, este elemento definitorio también distingue a la cultura de otras

organizaciones. Sin embargo, también se reconoce que, si bien la cultura es la personalidad de un grupo o de una empresa, la actitud o comportamiento vendría a ser la manifestación de esta, aquello que se evidencia desde el primer momento. Se ha señalado también que, es fundamental una buena actitud ya que esta se va a reflejar en cada uno de nuestros actos y, por lo tanto – es la que llega al otro- cliente.

La cultura de una organización proporciona a sus empleados un sentido de propósito al definir la vida de la organización. A diferencia de todas las demás organizaciones, este elemento definitorio también distingue a la cultura de otras organizaciones. Aunque la cultura puede ser vista como la personalidad de un grupo o empresa, se reconoce que la actitud y el comportamiento son la manifestación de esta. La actitud, de hecho, es fundamental ya que se refleja en cada uno de nuestros actos y puede llegar al cliente. Katz, según Suclupe (2022), propone un modelo pragmático en el que las actitudes existen porque cumplen una función para las personas. Así pues, los consumidores que anticipan hacer frente a momentos o contextos parecidos son más propensos a la formación de actitudes y mecanismos de solución antes de que estos eventos ocurran. En este sentido, la actitud es clave en la construcción de relaciones efectivas con los clientes y en la obtención de resultados positivos en el ámbito empresarial.

La motivación impulsa la mentalidad. Por ejemplo, el impulso de un empleado inspira su deseo de realizar bien un determinado trabajo. Asimismo, la motivación de un potencial cliente lo inspira a buscar los servicios de una empresa. Al juzgar las actitudes, considere también la motivación.

Las personas rara vez brindan comentarios positivos o críticas en un encuentro con alguien que no les gusta o en quien no confían. En cambio, aceptamos interacciones insatisfactorias o agradables como clientes. En cuanto a las quejas sobre nuestro servicio, las buscamos en cualquier interacción con otra persona. Los clientes ya no tienen que tratar con las mismas marcas. En su lugar, se les da una amplia gama de beneficios y opciones. Esto lleva a que las empresas tengan que interactuar con sus clientes para mantenerlos como clientes. Una vez que las empresas ya no están monopolizadas, se ven obligadas a interactuar con sus clientes y tratar de retenerlos como clientes.

Las empresas y los servicios tienen como eje central a sus clientes. Las personas necesitan cumplir con sus expectativas y deseos para no abandonar el negocio. Por eso es fundamental centrarse en el cliente en casi todos los aspectos de la gestión de una empresa. Desde el marketing hasta las ventas, los clientes deben estar satisfechos para que no se vayan.

En esa perspectiva, el análisis de un comportamiento en particular, como es el financiero resulta necesario de analizar. Aizen (1991) y Rutherford y DeVaney (2009) han identificado que las normas subjetivas influyen en el comportamiento de las personas. Estas normas se basan en las creencias que las personas tienen sobre la opinión de los demás hacia su comportamiento. Para lograr el control del comportamiento deseado, es importante tener recursos y oportunidades adecuadas. El comportamiento financiero es un área de interés para los investigadores, ya que se enfoca en entender cómo los actores de mercado toman decisiones y cómo las emociones influyen en ese proceso. De acuerdo con Ricciardi y Simon (2002), en cita

de Bernéus et. al. (2008), se debe comprender el patrón de pensamiento y la influencia emocional en la toma de decisiones financieras para mejorar la comprensión de este proceso. La comprensión de las normas subjetivas y su influencia en el comportamiento puede ser útil en el campo financiero para mejorar las decisiones tomadas y lograr un mejor rendimiento.

Es decir, se concluye que la cultura organizacional puede tener relación y acaso efectos en el comportamiento y motivación de los clientes, y de manera más concreta en el comportamiento financiero. Para el caso de nuestra investigación la aplicación, se ha identificado que, los clientes de la Cooperativa “Integrar”, han ido adoptando comportamientos financieros orientados a ciertos patrones de gestión del ahorro y proyectos de emprendimiento. Entonces, teniendo sabido que, la cultura organizacional debe centrarse en el cliente, dando especial importancia a la marca para transmitir sensación de seguridad y confort en la prestación de todos los servicios; para el caso de la institución financiera que nos sirve de unidad de análisis, resulta necesario determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa “Integrar”, con la finalidad de, a partir de sus resultados, poder proponer estrategias para fortalecer la cultura organizacional de la mencionada empresa.

1.2 Delimitación del problema

1.2.1 Delimitación Espacial

El proyecto se aplicó en la Cooperativa “Integrar” ubicado en el Distrito de El Tambo, Provincia de Huancayo, Departamento de Junín.

1.2.2 Delimitación temporal

El proyecto se aplicó en el periodo de marzo – agosto del año 2022.

1.2.3 Delimitación conceptual

La investigación se delimitará conceptualmente a desarrollar las teorías y dimensiones de las variables de estudio como son la Cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de una entidad financiera; abordando su desarrollo teórico, posturas y evolución.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema General

¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022?

1.3.2 Problema(s) Especifico(s)

- 1) ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022?
- 2) ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022?
- 3) ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022?

1.4 Justificación

1.4.1 Social

La presente investigación pretende proponer, a partir de poder establecer la relación que existe entre la percepción de la cultura organizacional y el comportamiento

financiero de los clientes de la Cooperativa “Integrar” estrategias para fortalecer la cultura organizacional de la mencionada empresa y beneficiar así, a sus clientes.

1.4.2 Teórica

La justificación abordará y profundizará el desarrollo teórico, hasta ahora algo escaso del comportamiento financiero en clientes, variable que comprende aspectos como el comportamiento de ahorro, el comportamiento de gastos y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto. Por otro respecto de la cultura organizacional se tocarán aspectos como la dimensión simbólica y valores, la dimensión instrumental y recursos; así como la dimensión Estabilizadora, aspectos fundamentales en nuestra problemática, pero que entendemos carecen aun así de un desarrollo más profundo respecto de su correlación.

1.4.3 Metodológica

La presente investigación mediante el empleo del método de específico Deductivo – inductivo, pretende ofrecer un procedimiento claro y conciso para la identificación concreta de las variables de nuestro estudio. Por otro lado, respecto del tipo de Investigación al ser básica, pura o fundamental con enfoque cuantitativo, ofrece un esquema cualificado para llevar a cabo la investigación y a modo de guía, también para futuras investigaciones. Respecto del Nivel de Investigación, se busca establecer la correlación entre variables aparentemente disimiles. El diseño de la Investigación es no experimental, con enfoque descriptivo correlacional, lo cual se refrenda con el método de contrastación empleado, como es el caso del coeficiente de Rho de Spearman.

Así mismo, la presente se justifica pues pretende el diseño de un instrumento de recolección de datos, para verificar de manera efectiva, a través de recursos estadísticos (descriptivos e inferenciales) y cuya utilidad práctica se puede evidenciar también en futuras investigaciones.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

1.5.2 Objetivo(s) Específico(s)

- 1) Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.
- 2) Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.
- 1) Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

1.1.1 Nacionales

Luna y Arias (2022), con su investigación **Análisis comparativo de la cultura organizacional en entidades financieras de Arequipa**, [Pregrado] por la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, Lima. Se realizó un análisis cuantitativo comparando las culturas de cuatro instituciones financieras en Arequipa, Perú. A 100 trabajadores de cada institución se les administró el Cuestionario Diagnóstico de Cultura Organizacional de Cameron y Quinn. Los resultados indican que la cultura organizacional dominante es la de Mercado y la Jerárquica, con variaciones significativas entre cada institución financiera. Los hombres que trabajan para instituciones financieras con cultura de Clan tienden a trabajar en culturas de Clan y Adhocráticas en comparación con los empleados en organizaciones de mujeres.

Vargas y Luna (2019) con su tesis **Cultura organizacional en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credicusco, agencia Cusco – 2019**, [Pregrado], por la Universidad Nacional de Andina del Cusco, Cusco. El presente estudio tiene como objetivo conocer la cultura de los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDICUSCO en Cusco, Perú durante el año 2019. El análisis empleó un diseño descriptivo, no experimental, con un enfoque básico. Se empleó Excel para el procesamiento de datos y SPSS para el análisis. Debido a la conveniencia del tamaño de la población del censo del estudio de 30 empleados, los datos se analizaron utilizando fuentes primarias. Los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credicusco poseen un ambiente de trabajo generalmente positivo. Su cultura puntúa

3,50 en la escala general; 3.80 se considera alto para componentes formales y estructurales; 3,39 es la media de los factores simbólicos; y 3.31 es promedio para factores humanos o de comportamiento.

Condori y Vidalon (2020), con su tesis **Comportamiento financiero para mejorar el bienestar económico en los micro y pequeños empresarios, Arequipa – Perú, 2020**, [Pregrado], por la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. El objetivo del estudio fue medir el grado de correlación entre la salud financiera y el bienestar económico entre los gerentes y dueños de pequeñas y micro empresas arequipeñas. Se utilizó un diseño transversal no experimental para cuantificar el bienestar y la angustia financiera, ambos medidos por el Cuestionario de aptitud financiera. A esto le siguió la traducción al español de Financial Well-Being de Prawitz, et ál. (2006). Se seleccionó una muestra probabilística de 464 pequeños empresarios para lograr niveles de confianza del 95% en los resultados. Los hallazgos mostraron una ligera pero significativa correlación entre las variables estudiadas a través de la prueba estadística de Pearson. Además, los empleados expresaron las dificultades financieras que enfrentaron al no planificar sus gastos e ingresos. Además, los empleados expresaron satisfacción con su salud financiera, que se correlacionó estrechamente con un mayor bienestar económico. Se hicieron varias sugerencias como resultado de este estudio que se enfocan en mejorar la salud financiera de Arequipa para un mejor bienestar económico.

Guerrero y Vásquez (2017), con su tesis **El comportamiento financiero de los socios y la toma de decisiones, Cooperativa de Ahorro Santo Cristo de Bagazan, 2017**, [Pregrado], por la Universidad Señor de Sipán, Sipán. Se estudió una cooperativa

con banco en Bagua Grande, conocida como Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagua Grande, 2017, con el propósito de determinar qué influye en las decisiones financieras. Se analizaron los documentos oficiales de gobierno de la cooperativa, encuesta de aplicación, libros y registros documentales para crear un diseño de investigación no experimental. Un estudio descriptivo con este diseño resultó en encontrar que el comportamiento financiero afecta la toma de decisiones dentro de la cooperativa. Los socios financieros que hacen crecer los negocios a través de una mayor colocación de préstamos y la captación de ahorros desempeñaron un papel importante en esto.

Chicote (2017) con su tesis **El comportamiento financiero de los socios y su incidencia en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito El Tumi oficina Jaén, 2016**, [Pregrado], por la Universidad Alas Peruanas, Jaén. Este estudio examinó las decisiones financieras que tomaron los empleados de la cooperativa de ahorro y crédito oficina TUMI Jaén en el año 2016. El objetivo de esta investigación fue determinar la incidencia de este comportamiento financiero, así como encontrar investigaciones previas, libros y aplicaciones de encuestas para no -Estudios experimentales descriptivos transversales. Este tipo de estudio se utilizó con un propósito explicativo descriptivo; además fue un diseño no experimental, descriptivo, de corte transversal. Resulta que las decisiones financieras de los empleados sí afectaron la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito TUMI Jaén.

1.1.2 Internacionales

Carrillo (2019) con su tesis **Cultura organizacional y desempeño financiero en las cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas**, [Posgrado], por la Universidad

Nacional de la Plata. Los métodos de investigación de Felcman y Góngora se utilizan para identificar la cultura de la organización, así como estudiar las influencias del desempeño financiero con variables climáticas de corto plazo. Marrón usó las ideas de Góngora para definir la tipología cultural de sus sujetos. Adicionalmente, se incluye una entrevista para observar aspectos no visibles de la cultura. El proyecto utiliza técnicas y herramientas estadísticas inferenciales para respaldar sus hallazgos. Esto incluye el uso de las bases de datos SPSS 23 y SPAD 5.6 para el análisis de datos y la creación de tablas de datos inferenciales. Utiliza estas tablas de datos para crear modelos estadísticos descriptivos y predictivos, así como herramientas para analizar las diferencias culturales entre cooperativas. La investigación también se apoyó en el análisis crítico y comparativo de cinco cooperativas para descubrir las dimensiones culturales, índice de frustraciones, jerarquía de valores centrales, tipo de cultura presente y cultura futura esperada. Esta investigación implicó tomar una muestra no probabilística de 1.004 personas encuestadas en cinco cooperativas diferentes. Un estudio realizado sobre las cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas muestra que las culturas INTEGRADORA y EXIGENTE están en alta oferta. Además, los investigadores encontraron que los miembros de la cooperación rara vez se frustran y que predomina una cultura de demanda.

Carillo y Zambrano (2018), con su tesis **La cultura organizacional en la calidad del servicio al cliente de la cooperativa de ahorro y crédito 1 de Julio**, [Pregrado], por la Universidad Técnica de Ambato. Esta investigación pretende identificar cómo la cultura organizacional incide en la calidad del servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito 1 de Julio. También pretende comprender qué tipo

de cultura practica actualmente la institución. Varios estudios previos han abordado este tema, como los de Antonorsi, Judge, Alles, Chiavenato y Arostegui. En estos estudios, autores como estos analizan la obra de escritores famosos, como Antonorsi, Alles y Chiavenato. Su investigación concluye que es necesario mantener viva la cultura dentro de una organización para que las personas desarrollen las habilidades necesarias para brindar un servicio al cliente de alta calidad. Esto se debe a que tener una cultura positiva promueve los valores corporativos que se desarrollan en los miembros del equipo y les ayuda a aprender a manejar adecuadamente los recursos y resolver problemas con los clientes. La investigación aplica tanto un enfoque cualitativo como cuantitativo. A través de esta metodología, evalúa el sentir de muchas personas sobre su estudio a través de niveles: exploratorio, de campo y correlacional. Luego utiliza el método de Fisher, junto con un margen de error del 5 %, un nivel de confianza del 95 % y una heterogeneidad del 50 %, para verificar su hipótesis de que la cultura organizacional y la calidad en el servicio al cliente están conectadas. Esto significa que las prácticas actuales dentro de la Cooperativa 1 de Julio, afectan negativamente la calidad del servicio que brindan.

1.2 Bases Teóricas o Científicas

2.1.1 De la Cultura Organizacional

2.1.1.1 Dimensión simbólica y valores

En el tratamiento de la Cultura organizacional, su concepción no se restringe a la ideología, la identidad corporativa o a los métodos de dirección; dice Mena (2019), “(...) es un fenómeno mucho más abarcador y enriquecedor, en el cual se involucran

tanto los públicos internos como los externos, ya que se construye socialmente.” (p. 23).

En efecto, La cultura es la clave para comprender el desempeño de una organización y la percepción pública de la misma. Esto se debe a que las prácticas que involucran la producción simbólica se encuentran en el corazón de toda empresa.

Cualquier organización, independientemente de su naturaleza, debe experimentar cambios culturales. Esto puede ser causado por factores externos como la economía, la política y la estructura social. O estos cambios pueden planificarse y perpetuarse a sí mismos.

Los valores son los principios y creencias de una organización que determinan su objetivo en la vida o ser.

En efecto, según Martín (2003), Los valores son las prioridades basadas en la integridad que elegimos seguir. Se ven a través de nuestros hábitos, nuestra tolerancia a ciertas cosas y las cosas que consideramos rutinarias. Las alternativas realistas y la consideración cuidadosa de sus consecuencias determinan los valores públicos. Estas ideas se representan con frecuencia, se discuten abiertamente y se defienden cuando entran en conflicto con el interés personal.

Para comprender y reconocer mejor los valores de la empresa, mírelos como una serie de parámetros que ayudan a su negocio a tomar las mejores decisiones para su éxito. Además, esta definición te recuerda que tu negocio no se parece mucho a otras empresas.

Los valores proporcionan una forma de comprender la dirección que deben tomar las acciones de una organización. Esto permite a las empresas tener siempre una pauta constante a seguir que los mantenga en el rumbo.

Todos los empleados deben entender bien la cultura y los valores de una empresa. Esto les permite comunicar ideas de manera efectiva a sus compañeros de trabajo e incorporar sus pensamientos al tejido cultural de la empresa.

A su turno, dice Llista (2019) que, todo líder de talento humano, debe prestar atención y evaluar constantemente la cultura organizacional y los valores que dominan el entorno laboral. Analizar los factores que contribuyen e inciden positiva o negativamente en la dinámica del entorno laboral, es crucial para comprender cómo opera la empresa.

Así mismo, según Velásquez (2022), los Valores Culturales son sus ideas sobre lo que es bueno, correcto, justo e imparcial. Los sociólogos no están de acuerdo, sin embargo, sobre cómo conceptualizar los valores. El funcionalismo se concentra en el conjunto de valores culturales que tienen en común las personas que viven dentro de una determinada cultura. Por el contrario, la teoría del conflicto se enfoca en los diferentes valores asociados con diferentes culturas.

Ahora bien, para el tema que convoca nuestra tesis, es de especial referencia lo señalado por Carpio (2012), quien señala que, Los profesionales de la gestión de personas deben seguir el ritmo de las necesidades cambiantes ajustando constantemente las calificaciones de los empleados en función de las necesidades cambiantes de sus clientes. Además, deben asegurarse de que los empleados cumplan con los estándares de las necesidades específicas de sus clientes. Con esto en mente,

necesitan comprender los diferentes grupos y subculturas que componen su base de clientes.

Así, explica que, este enfoque financiero, operativo y personal debe combinarse para crear una ventaja competitiva única y difícil de duplicar. Esto se debe a que se basa en cualidades intangibles que otros competidores no pueden imitar.

2.1.1.2 Dimensión instrumental y recursos

Quiroa (2021) afirma que las empresas y organizaciones necesitan una cantidad limitada de recursos para completar sus tareas. A largo plazo, esto significa que necesitan lograr sus objetivos.

Su posesión de estos recursos sirve como justificación para el resultado de sus acciones. Una adecuada gestión de su patrimonio puede resultar en mejores o peores resultados.

Thill (2012) afirma que las empresas necesitan recursos clave para continuar con sus ciclos de producción. Estos materiales no solo ayudan a las empresas a producir productos terminados, sino que también proporcionan materias primas esenciales.

Algunas intervenciones garantizan el suministro continuo de materias primas de la empresa o ayudan a modernizar otros recursos. Otros transforman directamente las materias primas en productos elaborados, mejorando aún más su calidad.

En un principio, los recursos de cualquier empresa se separan en dos categorías como lo señala Corcuera (2018), esta información se revela en adelante:

a) Recursos tangibles. Son aquellos que tiene tangibilidad y se pueden tocar. El dinero y las máquinas son tangibles y concretos: se pueden retener, manipular y acumular. Esto se puede comparar con las ideas abstractas de las matemáticas.

b) Recursos intangibles. Son los intangibles e incorpóreos, como es el caso del conocimiento y otros recursos imposibles de tocar, pero que son extremadamente valiosos, como el Know-How.

Desde el punto de vista de la investigación, el recurso más vital para la mayoría de las organizaciones empresariales son los miembros del personal que desempeñan diferentes puestos en la empresa. Estos trabajadores gestionan la producción en entornos automatizados, regulan la programación del trabajo y supervisan el uso de la tecnología. No son parte del negocio; en cambio, arriendan su tiempo de trabajo a cambio de una compensación.

A decir de Angulo (2015), los recursos humanos pueden estar especializados en tareas administrativas y de control o estar dedicados al proceso productivo. Esto asegura la existencia de recursos humanos a través de las generaciones futuras.

Janeta (2015) afirma que los empleados poseen talentos y habilidades que son intangibles. Estos talentos se pueden aumentar mediante programas de formación como la educación o la acumulación de experiencia. En concreto, cuanto mayor sea el salario de un empleado se debe a su experiencia y conocimientos acumulados.

2.1.1.3 Dimensión Estabilizadora

Medina (2016) cree que la cohesión interna depende de la unidad cultural. Y de Arvizu, et ál. (2015), se puede inferir que esta idea se sustenta en la cultura compartida. Aunque Llista (2019) reconoce que la cultura redundante en un buen desempeño, también contribuye a ello. Debido a que promueve objetivos colectivos a través de comportamientos útiles, la cultura de la misión explica que los compañeros de trabajo extiendan sus horas de trabajo para completar un pedido a tiempo. Cuando la cultura

se compone de valores personales, esto elimina la necesidad de una supervisión estricta o incentivos regulares.

Otros incentivos provienen de la cultura de un lugar de trabajo, como lo afirma Lewis (2013). Esto incluye obtener el compromiso de los empleados a través del respeto mutuo y el mantenimiento de un ambiente de trabajo saludable.

La incorporación de normas culturales en las organizaciones ayuda a que se mantengan estables en el tiempo. Así lo indica Angulo (2015), quien afirma que estos aspectos culturales crean una regla sobre el procedimiento.

2.1.2 Comportamiento financiero

2.1.2.1 Comportamiento de ahorro

Las personas, los hogares y las empresas pueden separar una parte de sus ingresos mensuales y ahorrarlos. Esto les permite usar el efectivo acumulado en el futuro para gastos recreativos, pagar deudas importantes o incluso evitar emergencias financieras.

Las personas tienen muchas formas de ahorrar dinero, incluida la creación de instrumentos financieros creados específicamente para aumentar los ahorros. Para otros es un instrumento financiero específico cuya finalidad es el permitir ahorrar, como dice Milán (2020). Esto se debe a que las personas entienden que un porcentaje de los ingresos o los ingresos que no se utilizan para el consumo es importante en la teoría económica.

Trillini (2013) señala que la mayoría de los ahorros de las personas provienen de los ingresos adicionales que generan a través de su trabajo. Sin embargo, las personas que tienen un excedente a menudo exhiben codicia y son rechazadas en la

cultura por ello. Las personas deben priorizar las necesidades sobre los superfluos cuando se trata de la justificación de costos.

Antes de que existiera el dinero, la gente usaba los bienes cosechados para almacenarlos para uso futuro. Los bancos surgieron como resultado de esta práctica, así como de la necesidad de almacenar capital. La práctica de almacenar y acumular dinero se remonta al siglo XV, cuando desempeñó un papel importante en las revoluciones burguesas. Esto condujo a la formación del capitalismo moderno.

Para seguir siendo económicamente viable, la planificación futura necesita preservar los recursos para su uso futuro. Hacerlo asegura que un sistema productivo pueda continuar creciendo y desarrollándose. Es por ello que el ahorro es una actividad económica vital según los estudiosos Álvarez y Deceno (2020).

Como se afirma en la novela *Céspedes* (2016), las personas a menudo deberían considerar invertir en nuevos proyectos o causas cuando necesitan ahorrar recursos. Hacer esto les ayuda a satisfacer sus necesidades futuras sin quedarse sin opciones.

2.1.2.2 El comportamiento de gastos

El gasto según Vásquez (2019) es el uso de un cierto dinero presupuestado, ya sea por parte de un individuo, una empresa, una organización o un Estado, para obtener a cambio un bien o un servicio determinado. En ese sentido, el término es sinónimo de egreso, es decir, lo contrario de un ingreso.

El concepto de gasto es fundamental en el mundo de la economía y las finanzas, según Vásquez (2019). Este consiste en el uso de un dinero presupuestado para obtener un bien o servicio específico, y se relaciona directamente con la idea de egreso, es decir, el dinero que sale de un individuo, una empresa, una organización o un Estado. Sin

embargo, Lewis (2013) advierte que, en el ámbito financiero, es necesario diferenciar entre las distintas formas de gasto y su posible recuperación posterior. Así, mientras que el gasto realizado por un individuo se considera perdido para siempre, el gasto efectuado por una empresa puede transformarse en una inversión y recuperarse a través de un nuevo ingreso en el futuro. En este sentido, la inversión es una forma de gasto que puede generar beneficios a largo plazo y contribuir al crecimiento y desarrollo de una organización o un país. Por tanto, es importante comprender las diferencias entre los distintos tipos de gasto y su impacto en la economía para tomar decisiones financieras informadas y estratégicas.

Aceves y Solorzano (2013) señalan que los gastos son cualquier salida voluntaria de dinero, independientemente de su causa. Pagamos los servicios con el dinero que tenemos y compramos mercancías con nuestros fondos. Sin embargo, no debe confundirse el pago de servicios con pérdidas económicas, ya que son dos conceptos muy diferentes.

Según Rodríguez (2018), el gasto es un concepto amplio que abarca la adquisición y uso de bienes y servicios por parte de los hogares para satisfacer sus necesidades. Por otro lado, Milán (2020) destaca que el gasto de consumo se enfoca en los hogares residentes en un territorio económico específico, lo que implica que al menos uno de los miembros del hogar considera su vivienda en ese lugar como su residencia principal. Es importante destacar que el gasto de consumo no solo refleja el nivel de bienestar de los hogares, sino también la dinámica económica de la región o país en cuestión. Por esta razón, es fundamental monitorear el gasto de consumo y

analizar sus variaciones para comprender mejor la situación económica y tomar decisiones adecuadas en consecuencia.

Como comportamiento, según el citado Vásquez (2019), se diferencia entre tres tipos de gasto:

- 1) Gastos fijos. Los artículos que requieren un uso constante y regular generalmente no varían mucho en precio. Estos incluyen facturas de electricidad, pagos de seguros e impuestos de automóviles.
- 2) Gastos flexibles. Generalmente, estamos a cargo de cuánto gastamos cuando incurrimos regularmente en gastos como facturas de servicios públicos. Convenientemente, la cantidad que elegimos pagar cada mes puede ser restringida por nosotros. Es por esto que ir de compras al supermercado es un ejemplo de un gasto para el cual tenemos flexibilidad en los pagos. Siempre que compremos lo que necesitamos, podemos gastar tanto como queramos en cualquier artículo.
- 3) Gastos discrecionales. De vez en cuando hacer compras que elegimos es necesario o gastos regulares. Esto podría ser comprar ropa nueva, ir al cine o incluso usar nuestro dinero. Podemos decidir cuándo y cuánto gastar.

2.1.2.3 Elaboración y ejecución efectiva de presupuesto

La elaboración de presupuestos es una herramienta clave para el éxito de cualquier empresa. Como señala Tarqui (2019), el presupuesto permite a las empresas planificar y controlar su desempeño financiero, al establecer metas claras y realistas en función de sus objetivos estratégicos. Un presupuesto bien diseñado puede ayudar a la empresa a incrementar su participación en el mercado, explorar nuevas oportunidades

de negocio y mejorar su rentabilidad. Además, la elaboración de presupuestos también puede servir como una herramienta de comunicación interna, ya que involucra a todos los departamentos de la empresa en la planificación financiera y fomenta la colaboración y el trabajo en equipo. En resumen, el presupuesto es una herramienta fundamental para el éxito empresarial, ya que permite a las empresas tomar decisiones informadas y estratégicas para alcanzar sus objetivos.

Aceves y Solórzano (2013), afirman que las empresas necesitan crear presupuestos detallados para representar sus operaciones, inversiones y planes de financiamiento. Estos deben prepararse mensual o anualmente en función del ciclo operativo de la empresa. Estos deben incluir detalles como las áreas de inversión planificadas de la empresa, los proyectos en los que se está trabajando y los activos fijos.

Vásquez (2019) señala que los planes financieros de una empresa integran presupuestos, los cuales revelan el rumbo de la empresa hacia sus metas. Estos determinan las tácticas y objetivos de la empresa para cada área del negocio. Estos aspectos ayudan a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos.

Vásquez (2019) señaló que las empresas deben crear y ajustar sus planes presupuestarios en cooperación entre sí. Al igual que los presupuestos personales, como los presupuestos de marketing, operativos, administrativos y de flujo de efectivo, este proceso debe llevarse a cabo para la empresa en su conjunto. Después de eso, las empresas pueden crear presupuestos maestros para cada área de su negocio. Estos incluyen el Estado de Resultados y los informes de Situación Financiera, que proyectan los ingresos y gastos esperados para períodos futuros.

Para crear un presupuesto, los gerentes deben usar datos del pasado de la empresa, así como información sobre la economía del país. También deben considerar cuánto dinero puede esperar ganar la empresa en el futuro. La creación de presupuestos basados en esta información conduce a resultados más precisos. Además, los presupuestos no deben incluir gastos fáciles o de bajo costo. Esto elimina la información engañosa de ser presentada al público.

Antes de que comiencen los períodos presupuestarios específicos, los presupuestos deben revisarse con otros gerentes. Esto ayuda a garantizar que el presupuesto de cada área se implementará correctamente y que cada área comprende la necesidad de ejecutar correctamente su presupuesto. De igual forma, sirve como evidencia del compromiso de cada área con la iniciativa. A esto se refería Angulo (2015) cuando afirmó que es importante planificar con anticipación al preparar los presupuestos.

Para crear un presupuesto, el área de planificación de una empresa necesita tener un líder de presupuesto. Esta persona debe estar bien informada sobre los procesos de la empresa y sus clientes, porque es quien elabora el presupuesto. También coordina y capacita a los diferentes departamentos involucrados en la elaboración del presupuesto.

1.3 Marco Conceptual

Valores: De acuerdo con lo expresado por Medina en 2016, los valores son atributos que se suman a las características palpables o mentales de un objeto o sujeto, ya que son otorgados por una persona.

Recursos: Según la definición de Carpio (2012), un recurso es aquella fuente o suministro de la cual se obtiene algún tipo de beneficio. El término hace referencia

a la posesión de algo por parte de alguien, generalmente material u otros activos que pueden ser transformados para generar un beneficio, y que durante este proceso pueden ser consumidos o incluso agotarse.

Ahorro: Según lo indicado por Corcuera (2018), el propósito principal del ahorro es mantener una cantidad de dinero reservada para hacer frente a posibles situaciones inciertas que puedan surgir en el futuro. Estas situaciones pueden consistir en emergencias que requieran el acceso a recursos financieros.

Presupuestos: De acuerdo con Angulo (2015), el presupuesto actúa como un mediador para alcanzar el objetivo final de cualquier entidad, y para ello se apoya en la coordinación basada en una planificación específica. Asimismo, el presupuesto proporciona un conjunto de fundamentos consolidados que aseguran la comunicación efectiva entre las distintas ramas o áreas de actividad.

Gasto: Según Vásquez (2019), los gastos que tienen como finalidad asegurar las necesidades básicas de una familia son esenciales y no son objeto de negociación. Además, en esta categoría se encuentran los gastos variables necesarios que cubren los requerimientos esenciales.

CAPITULO III: HIPÓTESIS

2.1 Hipótesis General

Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

2.2 Hipótesis Especificas

- 1) Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.
- 2) Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.
- 3) Existe una relación directa entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

2.3 Variables

2.3.1 Cuadro de operacionalización de variables

Tabla N° 1: Operacionalización de variables

Variables	Definición		Dimensiones	Indicadores
	Conceptual	Operacional		
Variable X: Cultura organizacional	Se le define como el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones según Marcos (2012).	La cultura organizacional se percibe como el conjunto de símbolos y valores empresariales que se expresan por medio de proveer un producto y/o servicio, empleando para ello determinados recursos e instrumentos y la estabilización de los conceptos de motivación y clima organizacional.	X1: Dimensión simbólica y valores X2: Dimensión instrumental y recursos X3: Dimensión Estabilizadora	- Valores - Costumbres - Objetivos - Experiencia - Orientación a resultados y equipos - Innovación - Mejoras en la institución - Motivación de personal - Clima Laboral
Variable Y: Comportamiento financiero	Según Milán (2020), el comportamiento financiero es un conjunto de teorías que buscan explicar, a través de la combinación de la psicología y el estudio de las finanzas, las situaciones anómalas que se presentan en el mercado bursátil. Esto se debe a que existe una razón que explica por qué las personas que invierten en la bolsa o participan en el mercado de un país (básicamente cualquier persona que gaste dinero en el país) se comportan de cierta manera y toman decisiones específicas, independientemente de las acciones de las compañías.	El comportamiento financiero se define como el conjunto de actitudes y aptitudes destinadas al comportamiento de ahorro, el de gastos y la ejecución efectiva de un determinado presupuesto.	Y1: Comportamiento de ahorro Y2: El comportamiento de gastos Y3: Elaboración y ejecución efectiva de presupuesto	- Ingreso - Ahorro - Salida de Dinero - Necesidades - Organización del dinero - Metas y objetivos - Periodo de tiempo

CAPITULO IV: METODOLOGÍA

3.1 Método de Investigación

3.1.1 General:

El método científico, es definido por Ñaupas et. al. (2018), como:

(...) un proceso ordenado que permite generar el conocimiento científico de la realidad y verificarlo, empieza con la identificación de un problema, continúa con la revisión de la literatura existente sobre el problema identificado, en base a estos conocimientos plantea hipótesis, luego recolecta la información necesaria que permita su verificación o no, para finalmente llegar a conclusiones que se constituyen en conocimientos científicos provisionales. (p. 171).

En la presente investigación se empleó como método general científico pues a la identificación de las variables de estudio como son la cultura organizacional y el comportamiento financiero, hemos de caracterizarlas con la finalidad de contextualizarlas en la realidad problemática, extraer objetivos y plantear hipótesis demostrables.

3.1.2 Específicos:

- **Análisis - síntesis:** Según indica García (2016), mediante el análisis es posible descomponer en cada una de sus partes (...). Es decir, sus cualidades y relaciones” (p. 66). A su turno, mediante la síntesis, se “(...) integran estos elementos aislados y se descubren las relaciones y dependencias entre ellos, llegando a conclusiones generales” (García, 2016, p. 66).

- **Deductivo – inductivo:** El método inductivo y el deductivo son dos enfoques comúnmente utilizados en la investigación científica. Según García (2016), el método inductivo se centra en la observación y el análisis detallado de cada componente para generalizar sobre las características de las variables de estudio. Por otro lado, el método deductivo parte de un hecho conocido y luego busca explicar sus causas. Ambos métodos son valiosos en la investigación, y cada uno tiene sus fortalezas y debilidades. Por ejemplo, el método inductivo es útil para descubrir nuevas relaciones y patrones, mientras que el deductivo es efectivo para probar teorías y explicaciones ya existentes. Es importante tener en cuenta que el método inductivo no siempre lleva a conclusiones precisas o confiables. Es posible que los resultados sean sesgados o que no sean aplicables a un grupo más amplio. Por otro lado, el método deductivo puede ser limitado en su capacidad para considerar factores no previstos en la teoría original. En última instancia, la elección del método de investigación depende del tema en cuestión y los objetivos específicos de la investigación. Un enfoque mixto que combine elementos de ambos métodos puede ser la mejor opción para obtener una comprensión completa y precisa de un fenómeno o problema.

3.2 Tipo de Investigación

La investigación científica es una actividad que se enfoca en el conocimiento y comprensión de fenómenos, ya sea para desarrollar nuevas tecnologías o para

aumentar el conocimiento en una determinada área. Una de las clasificaciones de la investigación científica es la investigación básica o pura, también conocida como investigación fundamental. Según Ñaupas et. al. (2018), esta investigación no tiene un objetivo crematístico, es decir, no está enfocada en obtener ganancias económicas, sino que su objetivo principal es aumentar el conocimiento y comprensión de un fenómeno en particular.

La investigación básica o pura tiene una importancia fundamental en el desarrollo de la ciencia, ya que permite establecer las bases teóricas necesarias para la investigación aplicada o tecnológica. A través de la investigación básica se pueden descubrir nuevos conocimientos y relaciones entre variables que posteriormente pueden ser aplicados en la investigación aplicada. Es importante destacar que, aunque la investigación básica no tenga un objetivo crematístico, puede tener impactos económicos indirectos. Por ejemplo, la investigación básica en física teórica dio lugar a la invención de la resonancia magnética, una técnica ampliamente utilizada en la medicina moderna para el diagnóstico de enfermedades. En resumen, la investigación básica o pura es esencial para el avance de la ciencia y el desarrollo de nuevas tecnologías. Aunque su objetivo principal no sea la obtención de ganancias económicas, su impacto indirecto en la economía y la sociedad en general puede ser muy significativo.

En la presente investigación, el carácter básico de su desarrollo se desprende por cuanto se buscan describir un conjunto de fenómenos de las variables de estudio como son la cultura organizacional y el comportamiento financiero. En la presente investigación se ha empleado el enfoque cuantitativo debido

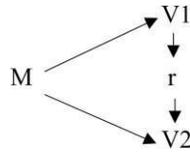
a su capacidad para recopilar y analizar datos de manera objetiva, confiando en la medición y la estadística para probar hipótesis y responder preguntas de investigación. La medición de variables y el uso de instrumentos de investigación permite una mayor precisión y control en el estudio, lo que facilita la elaboración de conclusiones más precisas y significativas. Asimismo, el diseño formalizado de la investigación, el muestreo y el tratamiento estadístico son elementos clave en la aplicación del enfoque cuantitativo, lo que permite una mayor confiabilidad y validez de los resultados obtenidos. En definitiva, el enfoque cuantitativo se considera una herramienta esencial en la investigación, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones y la formulación de políticas basadas en evidencia empírica

3.3 Nivel de Investigación

La presente investigación es de nivel correlacional. A decir de Ñaupas et. al. (2018) es un nivel de investigación no experimental en el cual un investigador mide dos variables. Entiende y evalúa la relación estadística entre ellas sin influencia de ninguna variable extraña. Nuestra mente puede hacer cosas brillantes.

3.4 Diseño de la Investigación

No experimental, con enfoque descriptivo correlacional. Es No experimental, por cuanto, no es posible manipular la muestra de estudio. En tanto es descriptivo correlacional, ya que, como dicen Ñaupas, et. al. (2018), permite “determinar el grado de asociación entre varias variables. Las asociaciones entre variables nos dan pistas para suponer influencias y relaciones causa-efecto” (p. 246).



Donde:

M: Muestra

V1: Cultura Organizacional

V2: Comportamiento financiero

R: Relación

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población se define como el conjunto de elementos que contienen características más o menos homogéneas, dentro de un contexto temporal y espacial. Este puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros.

Para el caso de nuestra investigación, la población es finita y consta de 220 clientes de la Cooperativa “Integrar” del Distrito de El Tambo, Provincia de Huancayo.

3.5.2 Muestra

La muestra es definida por Arias (2006) como “(...) un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83). Para efectos de la presente investigación, se ha de emplear el método de muestreo probabilístico, el mismo que es definido por Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2018), como “(...)

un tipo de muestra estadística que se centra en analizar y estudiar grupos específicos de una población estadística, utilizando la selección aleatoria.” (p.45).

Para efectos del cálculo de la presente muestra, la misma que se caracteriza por ser finita, se ha de emplear la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población

Z_a=1.96 al cuadrado

p = 0.05

q = 1-p

d = 5%

Reemplazando valores se tiene que n = 141. De modo que, se tiene una muestra total de 141 clientes de la Cooperativa “Integrar” del Distrito de El Tambo, Provincia de Huancayo.

3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.

3.6.1 Técnica de recolección de datos:

- La observación, según Ñaupas et al. (2018), la observación consiste en examinar detalladamente un fenómeno, evento o situación, recopilar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un componente esencial en cualquier proceso de

investigación, ya que permite al investigador obtener la mayor cantidad posible de datos.

- El análisis documental, de acuerdo con García (2016), el análisis documental implica la representación sistemática y sintética de documentos originales para facilitar su recuperación y consulta. Proporciona las primeras pistas sobre la existencia de documentos primarios y, por lo tanto, facilita su obtención e incorporación en el posterior proceso de análisis de información.
- La encuesta, que según Ñaupas et. al. (2018), en cita de Ferrando, es:
(...) una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (p. 80).

3.6.2 Instrumento de recolección de datos

- La ficha bibliográfica, como instrumento por el cual se identificaron las fuentes de información que se van a examinar o estudiar para escribir el trabajo: los libros, folletos, leyes, artículos de revistas y periódicos, documentos gubernamentales, tesis, fuentes audiovisuales, etc.

- El cuestionario, que a decir de García (2016), se define como aquel instrumento de investigación que “(...) consiste en un conjunto de preguntas u otros tipos de indicaciones con el objetivo de recopilar información de un encuestado. Éstas son típicamente una mezcla de preguntas cerradas y abiertas.” (p. 45). Se empleará el instrumento adaptado de Gómez (2013)

Para la confiabilidad del instrumento de investigación se empleó dos criterios, el estadístico por medio del Alfa de Crombach e base a una confiabilidad estándar del 95% y; por otro lado, el criterio de validación por medio de Juicio de expertos, donde determinados profesionales con grado de maestro en la especialidad determinarán en base a criterios de validez, la utilización y pertinencia de nuestro instrumento.

Así mismo, el presente trabajo de investigación empleará el registro de datos del trabajo de campo referidos a la aplicación práctica del instrumento de recolección de datos en la Cooperativa Integrar.

3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Como técnicas de procesamiento de datos se empleó a la estadística descriptiva e inferencial. Como instrumentos para el procesamiento de la data estadística se empleará los softwares Excel versión 2019 y SPSS versión 25.

Se empleó la estadística descriptiva al mostrar los datos obtenidos de la aplicación de nuestro instrumento de recolección de datos, de manera ordenada en función de las variables y sus correspondientes indicadores.

Se empleó la estadística inferencial para la contratación de las hipótesis plateadas, empleando para tal fin la prueba estadística de Rho de Spearman, definida como el coeficiente y prueba estadística para evaluar la asociación entre dos variables que tienen categorías ordinales y en escala.

3.8 Aspectos éticos de la Investigación

En este estudio se siguieron las normas y directrices de la Universidad Peruana Los Andes y de las normas APA para su elaboración. Se garantizó el respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente a los autores y haciendo referencia a ellos en la lista de referencias. Asimismo, se mantuvo la confidencialidad de los participantes de la encuesta.

CAPITULO V: RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados

4.1.1 De la variable: Cultura Organizacional

Tabla N° 2: Dimensión simbólica y valores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	4,3	4,3	4,3
	Indeciso	31	22,0	22,0	26,2
	De acuerdo	96	68,1	68,1	94,3
	Muy de acuerdo	8	5,7	5,7	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

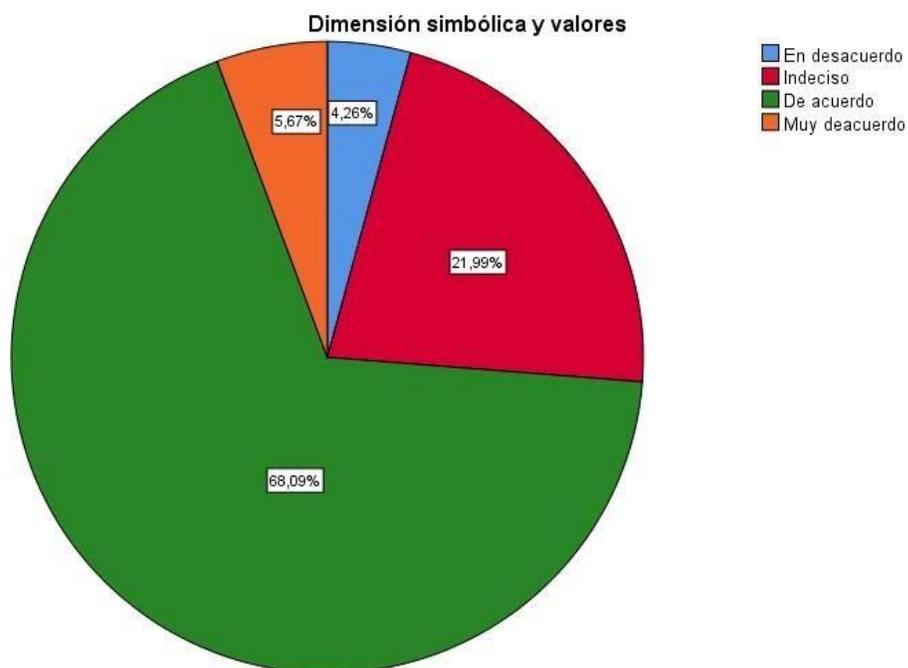


Gráfico N° 1: Dimensión simbólica y valores

Interpretación: Al aplicarse el cuestionario a los 141 clientes de la muestra, respecto de la dimensión simbólica y valores en la variable de Cultura organizacional, estos han indicado mayoritariamente en un 68.1% estar de acuerdo en que en la entidad se percibe que la dirección de la cooperativa se preocupa por la comunicación entre el personal

funcione correctamente, así como se ha notado que existen procedimientos para recoger sus sugerencias y que estas son comunicadas a la dirección de la cooperativa, la percepción de que los valores organizacionales (responsabilidad, transparencia, honestidad, respeto, integridad, entre otros) influyen en la comunicación, que así mismo las funciones y los límites de responsabilidad del puesto están claramente definidos, también percibe que el personal es capaz de solucionar los problemas y reclamos que se presentan y que además el personal sabe manejarse en situaciones difíciles. En ese sentido, un 5.7 ha señalado estar muy de acuerdo, 22. % ha indicado estar indeciso, 4.3% está en desacuerdo en estos aspectos.

Tabla N° 3: Dimensión instrumental y recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	4,3	4,3	4,3
	Indeciso	28	19,9	19,9	24,1
	De acuerdo	98	69,5	69,5	93,6
	Muy de acuerdo	9	6,4	6,4	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

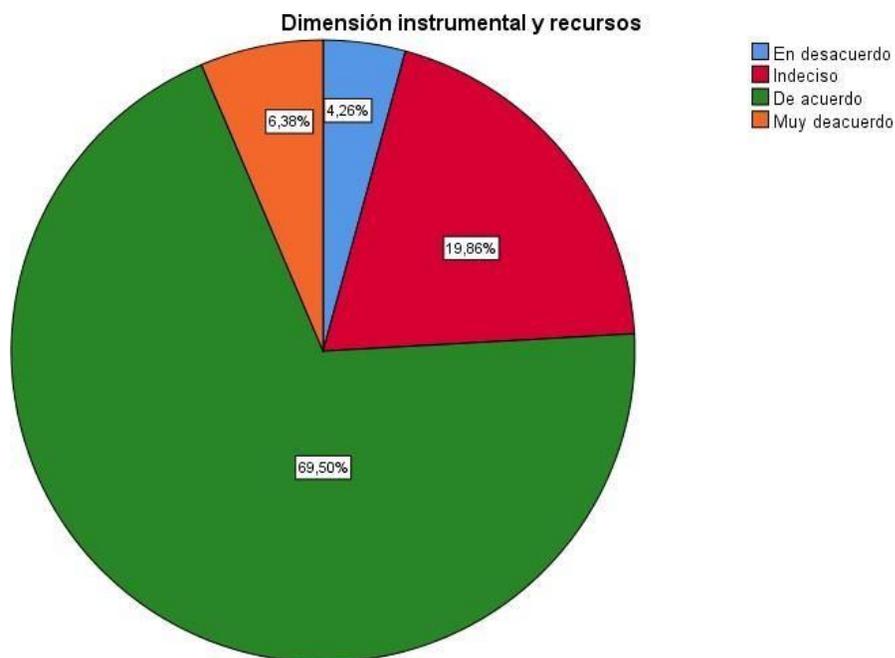


Gráfico N° 2: Dimensión instrumental y recursos

Interpretación: Al aplicarse el cuestionario a los 141 clientes de la muestra, respecto de la dimensión Instrumental y recursos en la variable de Cultura organizacional, estos han indicado mayoritariamente en un 69.5% estar de acuerdo en que en la entidad se percibe que el personal tiene los recursos materiales suficientes para el desarrollo de su trabajo, así también que los trabajadores se preocupan por realizar un trabajo de calidad. Perciben además que el personal cuenta con la información suficiente para la realización del trabajo de forma eficiente, así como se propicia una buena comunicación entre usuarios y trabajadores en el Centro Cultural. Del mismo modo han percibido que los trabajadores se ven como parte de un mismo equipo y que la información y colaboración entre trabajadores es útil para la solución de problemas. En ese sentido, un 6.38% ha señalado estar muy de acuerdo, 19.86 % ha indicado estar indeciso, 4.26% está en desacuerdo en estos aspectos.

Tabla N° 4: Dimensión Estabilizadora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	4,3	4,3	4,3
	Indeciso	29	20,6	20,6	24,8
	De acuerdo	99	70,2	70,2	95,0
	Muy de acuerdo	7	5,0	5,0	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

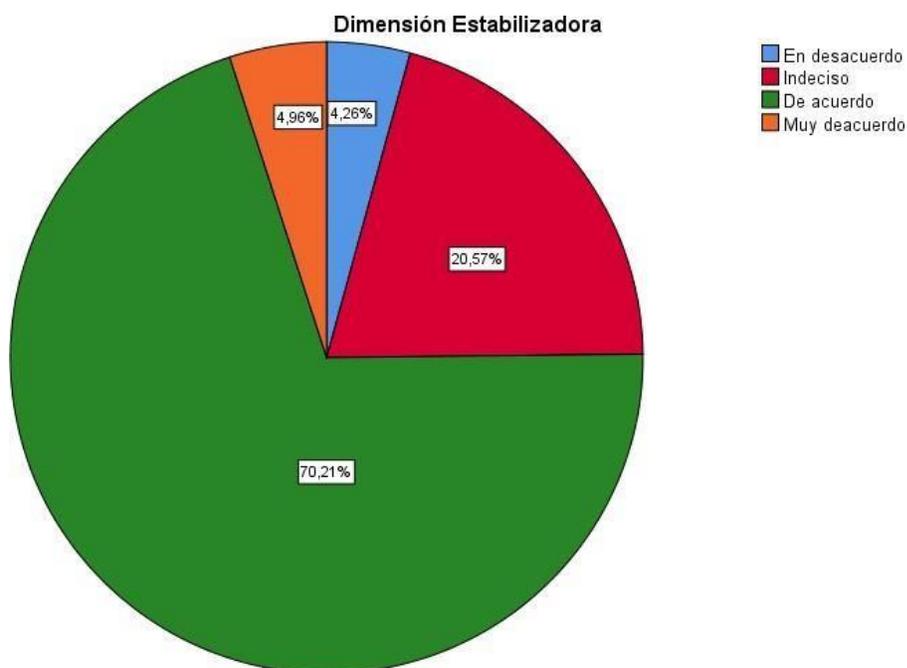


Gráfico N° 3: Dimensión Estabilizadora

Interpretación: Al aplicarse el cuestionario a los 141 clientes de la muestra, respecto de la dimensión estabilizadora en la variable de Cultura organizacional, estos han indicado mayoritariamente en un 70.21% estar de acuerdo en que en la entidad se percibe que los trabajadores transmiten una imagen de honestidad y confianza, así como que el personal de la cooperativa se caracteriza por responder a las preguntas de los usuarios. También se ha percibido que el servicio brindado responde a los requerimientos esperados, del mismo modo respecto de los procedimientos de atención actuales contribuyen al mejor rendimiento de los trabajadores y sobre si se genera un clima organizacional adecuado para la transmisión de información de manera fluida. Del mismo modo, si en términos generales la comunicación organizacional es muy buena y sobre si la entidad cumple sus compromisos eficientemente, así como si cuenta con trabajadores siempre dispuestos a ofrecer orientación y asesoramiento. En ese

sentido, un 4.96% ha señalado estar muy de acuerdo, 20.57 % ha indicado estar indeciso, 4.26% está en desacuerdo en estos aspectos.

4.1.2 De la variable: Comportamiento Financiero

Tabla N° 5: Comportamiento de ahorro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	13	9,2	9,2	9,2
	En desacuerdo	23	16,3	16,3	25,5
	Indeciso	90	63,8	63,8	89,4
	De acuerdo	12	8,5	8,5	97,9
	Muy de acuerdo	3	2,1	2,1	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

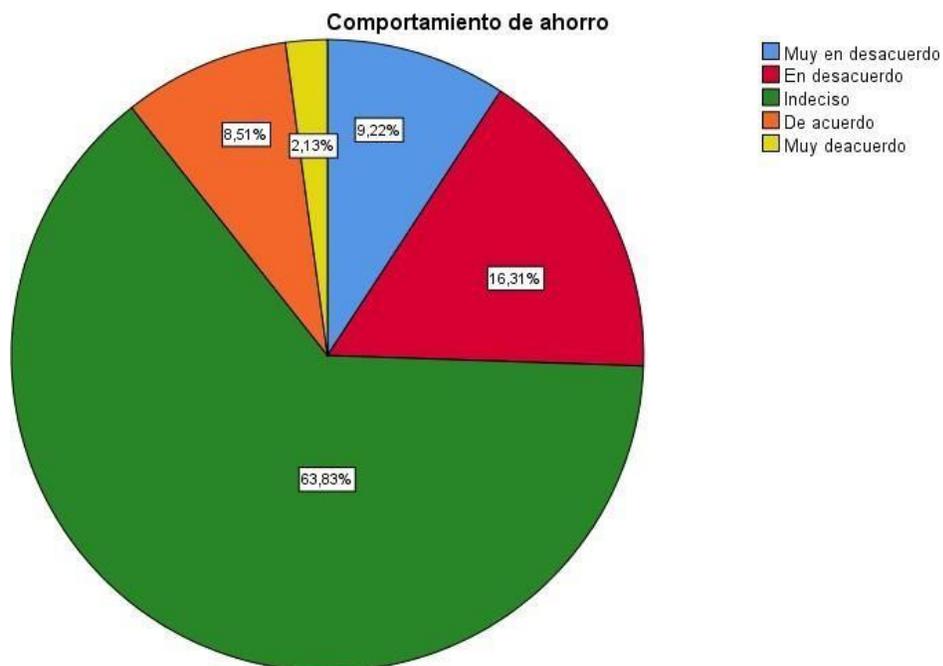


Gráfico N° 4: Comportamiento de ahorro

Interpretación: Al aplicarse el cuestionario a los 141 clientes de la muestra, respecto de la dimensión Comportamiento de ahorro en la variable de Comportamiento Financiero, estos han indicado mayoritariamente en un 63.83% estar indecisos en que tienen suficiente dinero cada mes para pagar la renta y otros gastos del hogar o negocio,

así como realizar compras mayores comparo por lo menos de tres lugares distintos. Así mismo respecto de tener organizado sus documentos financieros y puedo encontrar los documentos fácilmente y tener suficiente dinero como para pagar una emergencia. En ese sentido, un 2.13% ha señalado estar muy de acuerdo, 8.51 % ha indicado estar de acuerdo, 16.31% está en desacuerdo en estos aspectos y muy indeciso en un 9.22%.

Tabla N° 6: Comportamiento de gastos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	12	8,5	8,5	8,5
	En desacuerdo	20	14,2	14,2	22,7
	Indeciso	88	62,4	62,4	85,1
	De acuerdo	18	12,8	12,8	97,9
	Muy de acuerdo	3	2,1	2,1	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

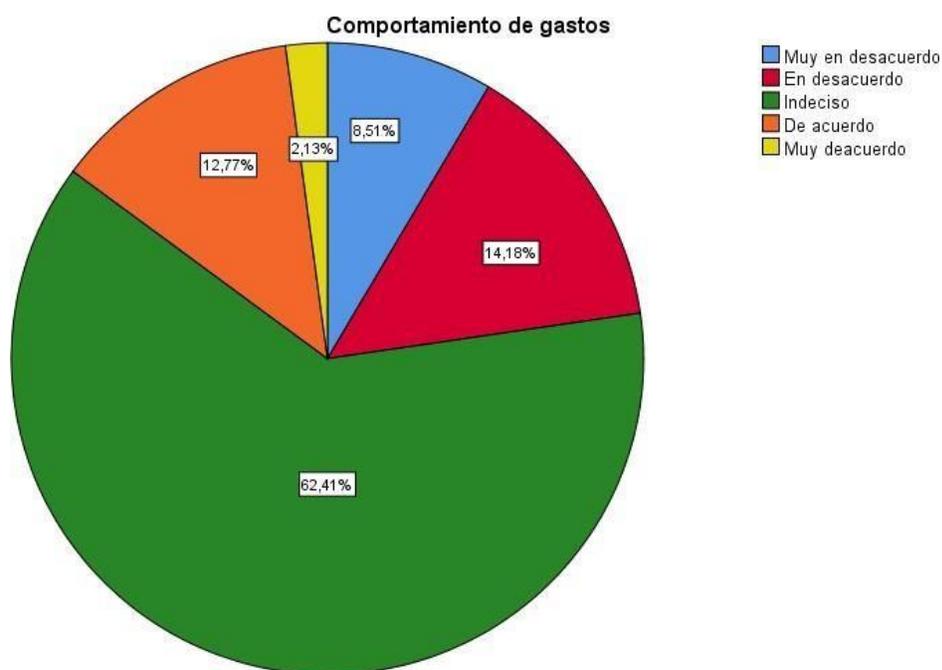


Gráfico N° 5: Comportamiento de gastos

Interpretación: Al aplicarse el cuestionario a los 141 clientes de la muestra, respecto de la dimensión Comportamiento de gastos en la variable de Comportamiento

Financiero, estos han indicado mayoritariamente en un 62.41% estar indecisos en que tienden a evitar las compras impulsivas y no utilizan las compras como un acto de recreación, así mismo señalan que menos del 20% de mi salario o ingreso mensual va para pagar tarjetas de crédito y préstamos y tener una cuenta personal para su jubilación, así como conocer el porcentaje de impuesto que debo pagar. En ese sentido, un 2.13% ha señalado estar muy de acuerdo, 12.77% ha indicado estar de acuerdo, 14.18% está en desacuerdo en estos aspectos y muy indeciso en un 2.13%.

Tabla N° 7: Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	15	10,6	10,6	10,6
	En desacuerdo	20	14,2	14,2	24,8
	Indeciso	94	66,7	66,7	91,5
	De acuerdo	9	6,4	6,4	97,9
	Muy de acuerdo	3	2,1	2,1	100,0
	Total	141	100,0	100,0	

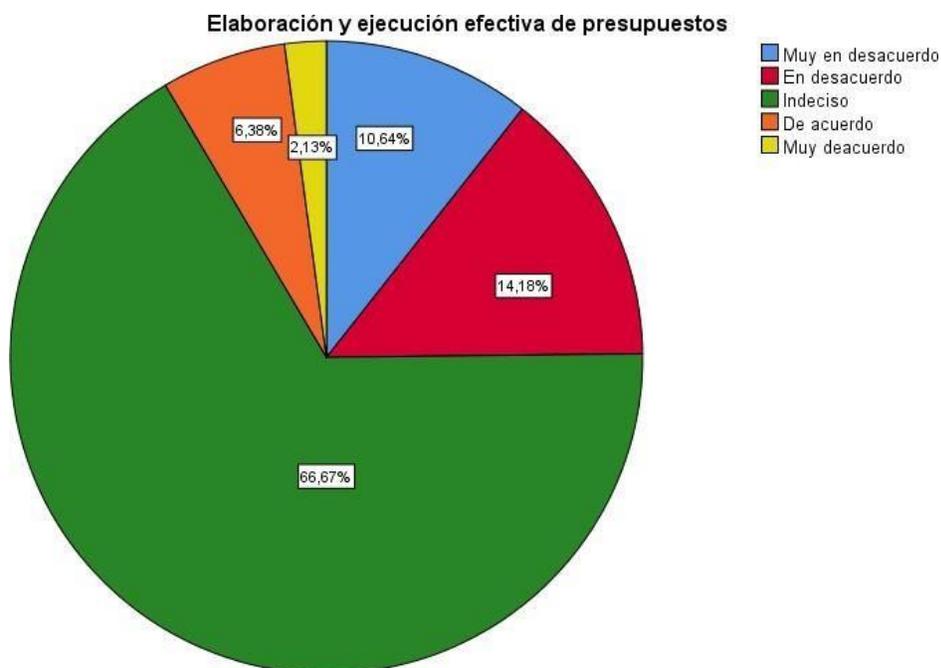


Gráfico N° 6: Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos

Interpretación: Al aplicarse el cuestionario a los 141 clientes de la muestra, respecto de la dimensión Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos en la variable de Comportamiento Financiero, estos han indicado mayoritariamente en un 66.67% estar indecisos en que tienen dinero en más de un medio de inversión (fondos mutuos, bonos, acciones, etc.), así como de tener un incremento de sus ahorros de acuerdo al incremento de mis ingresos. Del mismo modo respecto de tengo un plan escrito donde figuran la forma de administrar sus gastos y ahorros, así como si el margen de sus ahorros e inversiones es mayor que la tasa de inflación. Así también han indicado que calculo sus ingresos y egresos netos de forma anual, así como respecto de tener escritas mis metas financieras considerando la fecha y monto planificado. En ese sentido, un 2.13% ha señalado estar muy de acuerdo, 6.38 % ha indicado estar de acuerdo, 14.18% está en desacuerdo en estos aspectos y muy indeciso en un 10.64%.

4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1 De la Hipótesis General

Hipótesis Alterna (Ha0): Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Hipótesis Nula (Ho0): No existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Tabla N° 8: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis General

			Cultura Organizacional	Comportamiento Financiero
Rho de Spearman	Cultura Organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,920**

	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	141	141
Comportamiento Financiero	Coefficiente de correlación	,920**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	141	141

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la Tabla se tiene los siguientes datos a considerar:

- 1) Datos o casos procesados: 141
- 2) Coeficiente de correlación: 0,920
- 3) p valor: 0,000
- 4) Error estándar: 5% (0,050)

Entonces se tiene que el p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), entonces se confirma la existencia de correlación entre variables, la misma que, según los coeficientes de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,920).

Se puede concluir entonces que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

4.2.2 De las Hipótesis Específicas

4.2.2.1 De la hipótesis específica 1

Hipótesis Alterna (Ha1): Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Hipótesis Nula (Ho1): No existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Tabla N° 9: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis Especifica 1

			Cultura Organizacional	Comportamiento de ahorro
Rho de Spearman	Cultura organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,933**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	141	141
	Comportamiento de ahorro	Coeficiente de correlación	,933**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	141	141

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la Tabla se tiene los siguientes datos a considerar:

- 1) Datos o casos procesados: 141
- 2) Coeficiente de correlación: 0,933
- 3) p valor: 0,000
- 4) Error estándar: 5% (0,050)

Entonces se tiene que el p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), entonces se confirma la existencia de correlación entre variables, la misma que, según los coeficientes de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,933).

Se puede concluir entonces que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

4.2.2.2 De la hipótesis específica 2

Hipótesis Alterna (Ha2): Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Hipótesis Nula (Ho2): No existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Tabla N° 10: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis Especifica 2

			Cultura organizacional	Comportamiento de gastos
Rho de Spearman	Cultura organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,855**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	141	141
	Comportamiento de gastos	Coefficiente de correlación	,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	141	141

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la Tabla se tiene los siguientes datos a considerar:

- 1) Datos o casos procesados: 141
- 2) Coeficiente de correlación: 0,855
- 3) p valor: 0,000
- 4) Error estándar: 5% (0,050)

Entonces se tiene que el p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), entonces se confirma la existencia de correlación entre variables, la

misma que, según los coeficientes de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,855).

Se puede concluir entonces que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

4.2.2.3 De la hipótesis específica 3

Hipótesis Alterna (Ha3): Existe una relación directa entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Hipótesis Nula (Ho3): No existe una relación directa entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

Tabla N° 11: Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la hipótesis Especifica 3

			Cultura organizacional	Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos
Rho de Spearman	Cultura organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,939**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	141	141
	Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos	Coeficiente de correlación	,939**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	141	141

Nota: La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la Tabla se tiene los siguientes datos a considerar:

1) Datos o casos procesados: 141

2) Coeficiente de correlación: 0,939

3) p valor: 0,000

4) Error estándar: 5% (0,050)

Entonces se tiene que el p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), entonces se confirma la existencia de correlación entre variables, la misma que, según los coeficientes de correlación de Rho de Spearman es significativa (0,939).

Se puede concluir entonces que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como hemos referido en nuestros aspectos teóricos, la cultura organizacional es un sistema de valores, creencias y suposiciones sobre una organización que configuran el modo en que las personas deben comportarse e interactuar, cómo deben tomarse las decisiones y cómo deben llevarse a cabo las actividades laborales.

En efecto pues, la comprensión e interpretación de la cultura de una organización está determinada por los líderes de la misma. Posteriormente, este sistema de creencias culturales se mantiene y se propaga aún más a través de varios métodos. En última instancia, afecta la forma en que los empleados interactúan entre sí y la forma en que perciben su trabajo.

La cultura de una empresa es importante para adaptarse al entorno empresarial actual. Si la cultura compartida por los empleados es apropiada para la empresa, su desempeño puede beneficiarse de ella. Precisamente como parte del entorno de la organización, el comportamiento de los clientes es fundamental para poder detectar ciertos rasgos y materializaciones de la cultura organizacional de la empresa en el exterior.

El comportamiento financiero como un nuevo campo de estudio se define por la suposición de que las decisiones financieras son irracionales. También está influenciado por el conocimiento, las habilidades y los atributos físicos de las personas que desarrollan un sistema financiero.

La gente a menudo considera que los clientes son extremadamente importantes en los últimos años. Incluso crean términos separados para los clientes en función de si se sienten positivos o negativos hacia ellos. Todo esto enfatiza cuán importantes son

las interacciones de las personas con un proveedor de servicios. Los consumidores ya no tienen que usar las mismas marcas por el concepto de cliente. Debido a esto, los clientes tienen más opciones y beneficios en comparación con el uso de una sola marca. Esto lleva a que las empresas puedan romper los monopolios y obligar a las empresas a mantener a los clientes.

Al promocionar y comercializar su negocio, concéntrese en satisfacer las necesidades de sus clientes para mantenerlos como clientes. Además, es importante centrarse en su cliente como la pieza central de su negocio. La gente dice que las estrategias de ventas deben incluir este concepto, así como estrategias de marketing y comercialización enfocadas.

En esa perspectiva, el análisis de un comportamiento en particular, como es el financiero resulta necesario de analizar. Al respecto, Aizen (1991), Rutherford y DeVaney (2009) establecen que el comportamiento de las personas es afectado por normas subjetivas. Las normas subjetivas consisten en las creencias de las personas sobre qué tanto los demás piensan que él o ella está involucrado en el comportamiento. El comportamiento de una persona puede ser predicho por su control de percepción para realizar una tarea deseada. El control es logrado a través de recursos y oportunidades importantes para realizar el comportamiento dado. Así, Ricciardi y Simon (2002), citados por Bernéus, Sandberg y Wahlbeck (2008), establecen que el comportamiento financiero trata de explicar y aumentar el entendimiento de patrones de razonamiento de los participantes del mercado, incluyendo el proceso emocional y el grado en el que influyen en la decisión tomada.

Es decir, se concluye que la cultura organizacional puede tener relación y acaso efectos en el comportamiento y motivación de los clientes, y de manera más concreta en el comportamiento financiero. Para el caso de nuestra investigación la aplicación, se ha identificado que, los clientes de la Cooperativa “Integrar”, han ido adoptando comportamientos financieros orientados a ciertos patrones de gestión del ahorro y proyectos de emprendimiento. Entonces, teniendo sabido que, la cultura organizacional debe centrarse en el cliente, dando especial importancia a la marca para transmitir sensación de seguridad y confort en la prestación de todos los servicios; para el caso de la institución financiera que nos sirve de unidad de análisis, resulta necesario determinar qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa “Integrar”, con la finalidad de, a partir de sus resultados, poder proponer estrategias para fortalecer la cultura organizacional de la mencionada empresa. En ese sentido, Al aplicarse el cuestionario a los 141 clientes de la muestra, respecto de la dimensión simbólica y valores en la variable de Cultura organizacional, estos han indicado mayoritariamente en un 68.9% estar de acuerdo en que en la entidad se percibe que la dirección de la cooperativa se preocupa por la comunicación entre el personal funcione correctamente, así como se ha notado que existen procedimientos para recoger sus sugerencias y que estas son comunicadas a la dirección de la cooperativa, la percepción de que los valores organizacionales (responsabilidad, transparencia, honestidad, respeto, integridad, entre otros) influyen en la comunicación, que así mismo las funciones y los límites de responsabilidad del puesto están claramente definidos, también percibe que el personal es capaz de solucionar los problemas y reclamos que se presentan y que además el personal sabe

manejarse en situaciones difíciles. Por otro lado, respecto de la dimensión Instrumental y recursos en la variable de Cultura organizacional, estos han indicado mayoritariamente en un 69.5% estar de acuerdo en que en la entidad se percibe que el personal tiene los recursos materiales suficientes para el desarrollo de su trabajo, así también que los trabajadores se preocupan por realizar un trabajo de calidad. Perciben además que el personal cuenta con la información suficiente para la realización del trabajo de forma eficiente, así como se propicia una buena comunicación entre usuarios y trabajadores en el Centro Cultural. Del mismo modo han percibido que los trabajadores se ven como parte de un mismo equipo y que la información y colaboración entre trabajadores es útil para la solución de problemas. Así mismo, respecto de la dimensión estabilizadora en la variable de Cultura organizacional, estos han indicado mayoritariamente en un 70.21% estar de acuerdo en que en la entidad se percibe que los trabajadores transmiten una imagen de honestidad y confianza, así como que el personal de la cooperativa se caracteriza por responder a las preguntas de los usuarios. También se ha percibido que el servicio brindado responde a los requerimientos esperados, del mismo modo respecto de los procedimientos de atención actuales contribuyen al mejor rendimiento de los trabajadores y sobre si se genera un clima organizacional adecuado para la transmisión de información de manera fluida. Del mismo modo, si en términos generales la comunicación organizacional es muy buena y sobre si la entidad cumple sus compromisos eficientemente, así como si cuenta con trabajadores siempre dispuestos a ofrecer orientación y asesoramiento.

De otro lado, respecto de la dimensión Comportamiento de ahorro en la variable de Comportamiento Financiero, estos han indicado mayoritariamente en un 63.83%

estar indecisos en que tienen suficiente dinero cada mes para pagar la renta y otros gastos del hogar o negocio, así como realizar compras mayores comparo por lo menos de tres lugares distintos. Así mismo respecto de tener organizado sus documentos financieros y puedo encontrar los documentos fácilmente y tener suficiente dinero como para pagar una emergencia. Así mismo, respecto de la dimensión Comportamiento de gastos en la variable de Comportamiento Financiero, estos han indicado mayoritariamente en un 62.41% estar indecisos en que tienden a evitar las compras impulsivas y no utilizo las compras como un acto de recreación, así mismo señalan que menos del 20% de mi salario o ingreso mensual va para pagar tarjetas de crédito y préstamos y tener una cuenta personal para su jubilación, así como conocer el porcentaje de impuesto que debo pagar. Por último, respecto de la dimensión Elaboración y ejecución efectiva de presupuestos en la variable de Comportamiento Financiero, estos han indicado mayoritariamente en un 66.67% estar indecisos en que tienen dinero en más de un medio de inversión (fondos mutuos, bonos, acciones, etc.), así como de tener un incremento de sus ahorros de acuerdo al incremento de mis ingresos. Del mismo modo respecto de tengo un plan escrito donde figuran la forma de administrar sus gastos y ahorros, así como si el margen de sus ahorros e inversiones es mayor que la tasa de inflación. Así también han indicado que calculo sus ingresos y egresos netos de forma anual, así como respecto de tener escritas mis metas financieras considerando la fecha y monto planificado.

La cultura organizacional es un tema de gran importancia en el ámbito empresarial y académico. Diversos autores han abordado esta temática y sus resultados han sido

muy valiosos para entender cómo afecta la cultura organizacional a las empresas y a sus trabajadores.

En este sentido, Luna y Arias (2022) encontraron que en cuatro entidades predomina una cultura de tipo Mercado y Jerárquica, empero evidencian diferencias significativas respecto del sexo y de la empresa de la que provienen los trabajadores. Por otro lado, Vargas y Luna (2019) determinaron que la cultura organizacional en la Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDICUSCO es buena, aunque la dimensión de elementos simbólicos es considerada como regular. Además, Condori y Vidalon (2020) identificaron que los principales problemas que presentan los micro y pequeños empresarios se relacionan con la poca planificación de ingresos y gastos y el grado de satisfacción o bienestar económico. Asimismo, Guerrero y Vásquez (2017) determinaron que el comportamiento financiero de los socios influye en la toma de decisiones en las cooperativas de ahorro y crédito.

Por su parte, Carrillo (2019) concluyó que en el sector de cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas domina la cultura organizacional EXIGENTE e INTEGRATIVA con una alta orientación hacia los resultados. En este mismo ámbito, Carrillo y Zambrano (2018) encontraron que la cultura organizacional y la calidad en el servicio al cliente están directamente relacionadas.

En resumen, los estudios realizados por diversos autores indican que la cultura organizacional es un factor determinante en el comportamiento financiero, la toma de decisiones y la calidad en el servicio al cliente en empresas y cooperativas de ahorro y crédito. Conocer y gestionar adecuadamente la cultura organizacional es fundamental

para el éxito empresarial y para lograr una mejor satisfacción de los trabajadores y clientes.

CONCLUSIONES

- 1) Se puede concluir, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022, al obtener un p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman significativo (0,920).
- 2) Se puede concluir entonces que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022, al obtener un p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman significativo (0,933).
- 3) Se puede concluir entonces que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022, al obtener un p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman significativo (0,855).
- 4) Se puede concluir entonces que, existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula, de modo que, existe una relación directa entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución

efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022, al obtener un p valor (0,000) tiene un valor menor que el error estándar (0,050), y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman significativo (0,939).

RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda a la Cooperativa “Integrar” afianzar las estrategias y componentes de la cultura organizacional a nivel interno, con la finalidad de que, en los colaboradores se puedan identificar elementos claros de los valores y métodos que forman parte del paradigma, misión y visión de la entidad.
- 2) Se recomienda a la Cooperativa “Integrar” incluir estrategias para poder incentivar en los clientes el comportamiento de ahorro, debido a que en los resultados la mayoría de los encuestados se han mostrado indecisos respecto de indicadores de este ítem, identificándose que no necesariamente poseen una cultura de ahorro.
- 3) Se recomienda a la Cooperativa “Integrar” fomentar en los clientes de su entidad, una cultura de gastos responsable, con la finalidad de que esta pueda tener eco en la propia utilización de los créditos otorgados, así como con el financiamiento de sus propios proyectos de inversión, lo cual además permitirá fomentar el cumplimiento de sus obligaciones crediticias.
- 4) Se recomienda a la Cooperativa “Integrar” fomentar y proyectar estrategias para la educación en la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la con la única finalidad de que puedan ordenar metódicamente su faceta presupuestaria y tener negocios más eficientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aceves López, J. N., y Solórzano Barrera, G. (2013). IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS. Revista del departamento de contaduría y finanzas de la Instituto tecnológico de sonora, 1-9
- Álvarez, S. J., y Deceno, G. V. (2020). Análisis del clima organizacional de la empresa nacional Petroperú a partir del teletrabajo durante la pandemia de la Covid-19. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola
- Angulo, G. G. (2017). *Cultura organizacional en el compromiso laboral de los profesionales de salud de una clínica privada, Lima-2017*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Angulo, R. (15 de febrero de 2015). Como administrar una empresa desde la gerencia con 4 recursos clave. Obtenido de Clic Balance : <https://clickbalance.com/blog/como-administrar-una-empresa-desde-la-gerencia-con-4-recursos-clave>
- Arvizu, E. M., Jiménez, S. O., y García, M. I. (2015). *Cultura Organizacional y Desempeño Individual en una Asociación Civil Mexicana*. México D.F.: CULCyT
- Carillo, D. A., y Zambrano, D. K. (2018). *La cultura organizacional en la calidad del servicio al cliente de la cooperativa de ahorro y crédito 1de Julio*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Carpio, F. (14 de Agosto de 2012). Los valores en la cultura empresarial. Obtenido de El Circulo: Directivos de Alicante:

<https://www.circulodirectivosalicante.com/blog/los-valores-en-la-cultura-empresarial>

Carrillo, Á. P. (2019). Informe final de tesis: Cultura organizacional y desempeño financiero en las cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas. Buenos Aires : Universidad Nacional de la Plata

Céspedes, J. (23 de Junio de 2016). El Economista. Obtenido de El Ahorro : [tablecer](https://www.economista.es/diccionario-de-economia/ahorro)
<https://www.economista.es/diccionario-de-economia/ahorro>

Chiclote, S. M. (2017). El comportamiento financiero de los socios y su incidencia en la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y crédito el Tumi oficina Jaén, 2016. Jaén: Universidad Alas Peruanas.

Condori, A., y Vidalón, D. D. (2020). *Comportamiento financiero para mejorar el bienestar económico en los micro y pequeños empresarios, Arequipa – Perú, 2020*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Corcuera, O. (12 de enero de 2018). Recursos de una empresa. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/recursos-de-una-empresa/>

Duran, A. (9 de abril de 2018). *¿Conoces el modelo de seis dimensiones de la cultura organizacional?* Obtenido de Amedirh: <https://www.amedirh.com.mx/servicios/actualidad-rh/conoces-el-modelo-de-seis-dimensiones-de-la-cultura-organizacional/>

Espinoza, A. E., y Gaspar, J. (2018). *Cultura organizacional y bienestar laboral en profesionales de salud del Centro de Salud Ascensión Huancavelica 2018*. Huancavelica: Universidad Nacional de Huancavelica.

- Espinoza, W. (2019). *El comportamiento organizacional y la atención al cliente del mercado Virgen de las Mercedes de la ciudad de Juliaca periodo – 2018*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Guerrero, P. M., y Vásquez, L. Y. (2017). *El comportamiento financiero de los socios y la toma de decisiones, Cooperativa de Ahorro Santo Cristo de Bagazan, 2017*. Sipán: Universidad Señor de Sipán.
- Janeta, M. A. (2015). Análisis e interpretación de los estados financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., ubicada en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2013-2014. Chimborazo: Escuela Superior Técnica del Chimborazo.
- Lewis, E. (2013). *Global Value Chain Change. Innovation Change Enablers*. New York: INFOTEC.
- Llista, J. (14 de junio de 2019). Cultura Corporativa y valores: ¿qué son y cómo medirlos? Obtenido de Hiwook: <https://hiwook.com/cultura-corporativa-valores/>
- Luna, E y Arias, W. (2022). Análisis comparativo de la cultura organizacional en entidades financieras de Arequipa. Universidad Femenina del Sagrado Corazón, Lima.
- Marcos, L. A. (27 de febrero de 2012). *La cultura Organizacional*. Recuperado el 23 de febrero de 2022, de Escuela de Organización Industrial:

<https://www.eoi.es/blogs/lorenaltagraciamarcos/2012/02/27/la-cultura-organizacional/>

- Martín, D. (20 de enero de 2003). Los valores y su relación con la cultura organizacional. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/los-valores-y-su-relacion-con-la-cultura-organizacional/>
- Medina, N. (21 de febrero de 2016). Cultura Organizacional en la Gestión del Talento Humano. Obtenido de Sitio web del autor : <http://unyequipo5culturaorganizacional.blogspot.com/2016/>
- Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. Pensam. Gest. No.46 , ISSN 2145-941X.
- Milán, V. (9 de Abril de 2020). Comportamiento financiero . Obtenido de Diccionario Económico: <https://inverstopia.com/diccionario-economico-financiero/comportamiento-financiero/>
- Ñañez, C. (2021). *Cultura organizacional y su relación con la calidad de servicio en el Centro Cultural de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cualitativa, cuantitativa y redacción de la tesis, 5ta. Ed.* Bogotá: Ediciones de la U.
- Pomares, M. L. (8 de junio de 2020). *Gestión del cambio y cultura organizacional orientada al cliente*. Recuperado el 23 de febrero de 2022, de Portal Gestintuur:

<https://www.gestintur.com/2020/06/08/gestion-del-cambio-y-cultura-organizacional-orientada-al-cliente/>

Quiroa, M. (19 de marzo de 2021). Recursos materiales. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/recursos-materiales.html#:~:text=Los%20recursos%20materiales%20son%20todos,de%20producci%C3%B3n%20de%20una%20empresa.>

Rodríguez, J. (2018). Comportamiento del gasto público para la inclusión económica de la juventud rural en Ecuador, Colombia, Perú y México. México: RIMISP.

Salazar, R. (09 de junio de 2020). *¿Cuáles son las características de la cultura organizacional?* Recuperado el 22 de febrero de 2022, de Federación Colombiana de Gestión Humana: <https://www.acripnacional.org/cuales-son-las-caracteristicas-de-la-cultura-organizacional/>

Suclupe, M. (20 de enero de 2022). *La cultura organizacional y su relación con la motivación de los clientes.* Obtenido de Actualidad Laboral: <https://actualidadlaboral.com/la-cultura-organizacional-y-su-relacion-con-la-motivacion-de-los-clientes/>

Tarqui, J. (12 de Febrero de 2019). *¿Por qué son importantes los presupuestos para una empresa?* Obtenido de Blog de la escuela de posgrado de la Universidad Continental : <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/por-que-son-importantes-los-presupuestos-para-una-empresa>

Thill, C. (12 de Abril de 2012). Recursos o elementos de la empresa. Obtenido de Blog del Autor: <https://sites.google.com/site/436laempresa/recursos-o-elementos-de-la-empresa>

Trillini, C. (12 de Setiembre de 2013). Definición de Atención al cliente. Obtenido de Economñia: Gestiona a tu favor : <https://economia.org/atencion-al-cliente.php>

Vargas, M. N., y Luna, E. (2019). Cultura organizacional en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credicusco, agencia Cusco – 2019. Cusco: Universidad Andina del Cusco.

Vásquez, J. (12 de junio de 2019). Gasto. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/gasto/>

Velásquez, J. (06 de agosto de 2022). ¿Cómo influyen los Valores Culturales en la empresa? Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/valores-culturales/>

ANEXOS

1-A.- Matriz de consistencia

**TITULO: LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y EL COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA
COOPERATIVA INTEGRAR DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022**

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
PG: ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero que tienen los clientes de la Cooperativa Integrar, en el Distrito de El Tambo, 2022?	OG: Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.	HG: Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento financiero de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.	Variable X: CULTURA ORGANIZACIONAL	X1: Dimensión simbólica y valores	1) Valores 2) Costumbres 3) Objetivos	1.1 Método de Investigación - General: Método científico - Específicos: * Deductivo – inductivo 1.2 Tipo de Investigación Básica, pura o fundamental con enfoque cuantitativo 1.3 Nivel de Investigación Correlacional 1.4 Diseño de la Investigación No experimental, con enfoque descriptivo correlacional 1.5 Población y muestra * Población: Clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo * Muestra: Según muestreo probabilístico 1.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos. * Técnica de recolección de datos: - La observación - El análisis documental - El cuestionario * Instrumento de recolección de datos - La ficha bibliográfica - La encuesta: (Cuestionario de Náñez (2021) adaptado para la percepción de la cultura organizacional y el cuestionario de comportamiento financiero de Condori y Vidalon (2020) 1.7 Técnicas e instrumentos de procesamiento y análisis de datos Como técnicas de procesamiento de datos se emplearán a la estadística descriptiva e inferencial. Como instrumentos para el procesamiento de la data estadística se empleará el software SPSS versión 25
				X2: Dimensión instrumental y recursos	4) Experiencia 5) Orientación a resultados y equipos 6) Innovación	
				X3: Dimensión Estabilizadora	7) Mejoras en la institución 8) Motivación de personal 9) Clima Laboral	
PE1: ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar, en el Distrito de El Tambo, 2022?	OE1: Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.	HE1: Existe una relación directa entre La cultura organizacional y el comportamiento de ahorro de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.	Variable Y: COMPORTAMIENTO FINANCIERO	Y1: Comportamiento de ahorro	10) Ingreso 11) Ahorro	
PE2: ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar, en el Distrito de El Tambo, 2022?	OE2: Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.	HE2: Existe una relación directa entre la cultura organizacional y el comportamiento de gastos de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.		Y2: El comportamiento de gastos	12) Salida de Dinero 13) Necesidades	
PE3: ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar, en el Distrito de El Tambo, 2022?	OE3: Establecer la relación que existe entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022	HE3: Existe una relación directa entre la cultura organizacional y la elaboración y ejecución efectiva de presupuesto de los clientes de la Cooperativa Integrar del Distrito de El Tambo, 2022.		Y3: Elaboración y ejecución efectiva de presupuesto	14) Organización del dinero 15) Metas y objetivos 16) Periodo de tiempo	

1-B.- Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable X: CULTURA ORGANIZACIONAL	Se le define como el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones según Marcos (2012).	La cultura organizacional, según Pomares (2020) debe centrarse en el cliente, dando especial importancia a la marca para transmitir sensación de seguridad y confort en la prestación de todos los servicios. Ahora bien, directamente entroncado con lo anterior, otro de los componentes básicos de la cultura organizacional son las relaciones.	X1: Dimensión simbólica y valores	Valores Costumbres Objetivos
			X2: Dimensión instrumental y recursos	Experiencia Orientación a resultados y equipos Innovación
			X3: Dimensión Estabilizadora	Mejoras en la institución Motivación de personal Clima Laboral
Variable Y: COMPORTEAMIENTO FINANCIERO	Según Milán (2020), el comportamiento financiero es un conjunto de teorías que buscan explicar, a través de la combinación de la psicología y el estudio de las finanzas, las situaciones anómalas que se presentan en el mercado bursátil. Esto se debe a que existe una razón que explica por qué las personas que invierten en la bolsa o participan en el mercado de un país (básicamente cualquier persona que gaste dinero en el país) se comportan de cierta manera y toman decisiones específicas, independientemente de las acciones de las compañías.	Ricciardi y Simón (2002), citados por Bernéus, Sandberg y Wahlbeck (2008), establecen que el comportamiento financiero trata de explicar y aumentar el entendimiento de patrones de razonamiento de los participantes del mercado, incluyendo el proceso emocional y el grado en el que influyen en la decisión tomada.	Y1: Comportamiento de ahorro	Ingreso Ahorro
			Y2: El comportamiento de gastos	Salida de Dinero Necesidades
			Y3: Elaboración y ejecución efectiva de presupuesto	Organización del dinero Metas y objetivos Periodo de tiempo

1-C.- Matriz de operacionalización del instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Variable X: CULTURA ORGANIZACIONAL	X1: Dimensión simbólica y valores	1) Valores 2) Costumbres 3) Objetivos	1 al 6	Escala de Likert Muy de acuerdo (5), De acuerdo (4), indeciso (3), en desacuerdo (2) y Muy en desacuerdo (1)
	X2: Dimensión instrumental y recursos	1) Experiencia 2) Orientación a resultados y equipos 3) Innovación	7 al 12	
	X3: Dimensión Estabilizadora	1) Mejoras en la institución 2) Motivación de personal 3) Clima Laboral	14 al 20	
Variable Y: COMPORTAMIENTO FINANCIERO	Y1: Comportamiento de ahorro	1) Ingreso 2) Ahorro	21 al 24	
	Y2: El comportamiento de gastos	1) Salida de Dinero 2) Necesidades	25 al 29	
	Y3: Elaboración y ejecución efectiva de presupuesto	1) Organización del dinero 2) Metas y objetivos 3) Periodo de tiempo	30 al 35	

1-D.- El instrumento de investigación



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Administración y Sistemas

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TITULO: CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS
CLIENTES DE LA COOPERATIVA INTEGRAR DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022”

CUESTIONARIO DE APLICACIÓN

Instrucciones: El modelo de encuesta usado en esta investigación, presenta ítems en la escala graduada de Likert, permitiendo al encuestado posicionarse en opciones que van desde el 1 al 5, donde: Muy de acuerdo (5), De acuerdo (4), indeciso (3), en desacuerdo (2) y Muy en desacuerdo (1).

Fecha: ___/___/2022

Ítems	Escala				
	1	2	3	4	5
CULTURA ORGANIZACIONAL					
1) Percibe que la dirección de la cooperativa se preocupa por la comunicación entre el personal funcione correctamente					
2) Ha notado que existen procedimientos para recoger sus sugerencias y que estas son comunicadas a la dirección de la cooperativa					
3) Los valores organizacionales (responsabilidad, transparencia, honestidad, respeto, integridad, entre otros) influyen en la comunicación en el Centro Cultural					
4) Las funciones y los límites de responsabilidad del puesto están claramente definidos					
5) Percibe que el personal es capaz de solucionar los problemas y reclamos que se presentan					
6) Percibe que el personal sabe manejarse en situaciones difíciles					
7) Cuando es atendido(a), percibe que el personal tiene los recursos materiales suficientes para el desarrollo de su trabajo.					
8) Los trabajadores se preocupan por realizar un trabajo de calidad					
9) Percibe que el personal cuenta con la información suficiente para la realización del trabajo de forma eficiente					
10) Se propicia una buena comunicación entre usuarios y trabajadores en el Centro Cultural.					
11) Los trabajadores se ven como parte de un mismo equipo					
12) Percibe usted que la información y colaboración entre trabajadores es útil para la solución de problemas .					
13) Los trabajadores transmiten una imagen de honestidad y confianza					
14) El personal de la cooperativa se caracteriza por responder a las preguntas de los usuarios					
15) El servicio brindado responde a los requerimientos esperados por usted					
16) Los procedimientos de atención actuales contribuyen al mejor rendimiento de los trabajadores					
17) Se genera un clima organizacional adecuado para la transmisión de información de manera fluida					
18) En términos generales la comunicación organizacional es muy buena.					
19) El Centro Cultural cumple sus compromisos eficientemente.					
20) La Cooperativa cuenta con trabajadores siempre dispuestos a ofrecer orientación y asesoramiento.					
COMPORTAMIENTO FINANCIERO					

21) Tengo suficiente dinero cada mes para pagar la renta y otros gastos del hogar o negocio					
22) Cuando Hago compras mayores comparo por lo menos de tres lugares distintos					
23) Tengo organizado mis documentos financieros y puedo encontrar los documentos fácilmente					
24) Tengo suficiente dinero como para pagar una emergencia					
25) Evito las compras impulsivas y no utilizo las compras como un acto de recreación					
26) Menos del 20% de mi salario o ingreso mensual va para pagar tarjetas de crédito y préstamos					
28) Tengo una cuenta personal para mi jubilación.					
29) Conozco el porcentaje de impuesto que debo pagar.					
30) Tengo dinero en más de un medio de inversión (fondos mutuos, bonos, acciones, etc.)					
31) Incremento mis ahorros de acuerdo al incremento de mis ingresos.					
32) Tengo un plan escrito donde figuran la forma de administrar mis gastos y ahorros					
33) El margen que tengo en mis ahorros e inversiones es mayor que la tasa de inflación.					
34) Calculo mis ingresos y egresos netos de forma anual.					
35) Tengo escritas mis metas financieras considerando la fecha y monto planificado					

1-E.- Ficha de evaluación de juicio de experto



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO

I. INFORMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- 1.1. Título de la investigación : CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA "INTEGRAR" DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022
- 1.2. Investigador(es) : Bach. Sarai Esther Ibarra Rossel
Bach. Nayeli Erika Paucar Chambergro
- 1.3. Fecha de evaluación : 03 de octubre de 2022

II. INFORMACIÓN DEL EVALUADOR

- 2.1. Nombre completo del experto : Mtro. Paul Martínez Vitor
- 2.2. Profesión : Licenciado en Administración
- 2.3. Grado académico : Maestro
- 2.4. Especialidad : Gestión Estratégica
- 2.5. Centro laboral : Universidad Peruana Los Andes
- 2.6. Celular : 964306674
- 2.7. E-mail : d.pmartinez@upla.edu.pe

III. EVALUACIÓN

Nº	Criterio		Valoración		Observación
			Si	No	
1	Claridad	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	X		
2	Objetividad	Esta expresado en forma Esta apropiadamente objetiva	X		
3	Pertinencia	Adecuado al avance de la especialidad	X		
4	Organización	Existe una organización lógica	X		
5	Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	X		
6	Adecuación	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	X		
7	Consistencia	Basado en aspectos éticos científicos	X		
8	Coherencia	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores	X		
9	Metodología	La estrategia corresponde al propósito de la medición	X		
10	Significatividad	Es útil y investigación adecuado para la investigación	X		

Comentarios:

Mtro. Paul Denis Martínez Vitor
ADMINISTRADOR
CLAD - 03489

Evaluador



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO

I. INFORMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- 1.1. Título de la investigación : CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA "INTEGRAR" DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022
- 1.2. Investigador(es) : Bach. Sarai Esther Ibarra Rossel
Bach. Nayeli Erika Paucar Chambergo
- 1.3. Fecha de evaluación : 03 de octubre de 2022

II. INFORMACIÓN DEL EVALUADOR

- 2.1. Nombre completo del experto : Dr. Luis Antonio Visurraga Camargo
- 2.2. Profesión : Licenciado en Administración
- 2.3. Grado académico : Doctor
- 2.4. Especialidad : Doctor en Administración
- 2.5. Centro laboral : Universidad Peruana Los Andes
- 2.6. Celular : 971277102
- 2.7. E-mail : d.lvisurraga@upla.edu.pe

III. EVALUACIÓN

Nº	Criterio	Descripción	Valoración		Observación
			SI	No	
1	Claridad	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	X		
2	Objetividad	Esta expresado en forma Esta apropiadamente objetiva	X		
3	Pertinencia	Adecuado al avance de la especialidad	X		
4	Organización	Existe una organización lógica	X		
5	Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	X		
6	Adecuación	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	X		
7	Consistencia	Basado en aspectos científicos	X		
8	Coherencia	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores	X		
9	Metodología	La estrategia corresponde al propósito de la medición	X		
10	Significatividad	Es útil y investigación adecuado para la investigación	X		

Comentarios:

NINGUNO


Dr. Luis Antonio Visurraga Camargo
DOCENTE INVESTIGADOR

Evaluador



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

FICHA DE JUICIO DE EXPERTO

I. INFORMACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- 1.1. Título de la investigación : CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA "INTEGRAR" DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022
- 1.2. Investigador(es) : Bach. Sarai Esther Ibarra Rossel
Bach. Nayeli Erika Paucar Chambergo
- 1.3. Fecha de evaluación : 03 de octubre de 2022

II. INFORMACIÓN DEL EVALUADOR

- 2.1. Nombre completo del experto : Mg. FLAVIO CAMAYO MEZA
- 2.2. Profesión : Licenciado en Administración
- 2.3. Grado académico : Magister
- 2.4. Especialidad : Gestión Pública
- 2.5. Centro laboral : Universidad Peruana Los Andes
- 2.6. Celular : 964839565
- 2.7. E-mail : d.mcamayo@upla.edu.pe

III. EVALUACIÓN

Nº	Criterio	Descripción	Valoración		Observación
			Si	No	
1	Claridad	Esta formulado con lenguaje claro y apropiado	X		
2	Objetividad	Esta expresado en forma Esta apropiadamente objetiva	X		
3	Pertinencia	Adecuado al avance de la especialidad	X		
4	Organización	Existe una organización lógica	X		
5	Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad	X		
6	Adecuación	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir	X		
7	Consistencia	Basado en aspectos eólicos científicos	X		
8	Coherencia	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores	X		
9	Metodología	La estrategia corresponde al propósito de la medición	X		
10	Significatividad	Es útil y investigación adecuado para la investigación	X		

Comentarios:

Mg. Flavio Camayo Meza
CORULAD JUNIO 14 2022

Mg. Flavio Camayo Meza
Evaluador

1-F.- Consentimiento informado

La presente investigación es conducida por las Bach. Sarai Esther Ibarra Rossel y la Bach. Nayeli Erika Paucar Chambergó, de la Universidad Peruana Los Andes de la Facultad de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela de Administración y sistemas. El propósito del estudio es recoger información acerca del tema: **LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y EL COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA INTEGRAR DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022.**

Para responder las preguntas en el "cuestionario" (instrumento de investigación) tomará aproximadamente 30 minutos de tiempo, existiendo para ello una escala de respuestas.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Las respuestas del "cuestionario" serán codificadas y tabuladas, para dar fe que lo extraído a través ella, de lo que se comprobará la certeza de la información recogida y cualquier interesado pueda observar y contrastar su veracidad.

Finalmente, reconozco que la información que yo provea en el trabajo de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento.

Huancayo, 20 de octubre de 2022.


Bach. Sarai Esther Ibarra Rossel
DNI Nro. 47891657


Bach. Nayeli Erika Paucar Chambergó
DNI Nro. 72264594

1-G.- Solicitud a la entidad.



SUMILLA: solicitamos acceso a la información de clientes.

Las Bach. SARAI ESTHER IBARRA ROSSEL, identificada con DNI Nro. 47891657, con domicilio en Av. La cantuta N 315 El Tambo y Bach. NAYELI ERIKA PAUCAR CHAMBERGO identificado con DNI Nro. 72264594, con domicilio en pasaje san José N 118-Chilca Nos presentamos ante su despacho para solicitar lo siguiente:

Las suscritas, egresadas de la Universidad Peruana Los Andes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela de Administración y Sistemas, con la finalidad de poder optar el título de licenciada en Administración, estamos desarrollando el trabajo de investigación titulado "CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA INTEGRAR DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022" a cargo del Mg. Santana Camargo Walter Ruben, con el objetivo de poder llevar a cabo dicha investigación, resulta necesario que se nos pueda informar la base de datos de clientes que hay en su entidad a la fecha y poder considerar la aplicación de nuestro estudio en la institución que usted dirige dignamente, por lo que solicitamos se nos de acceso a dicha información, cuya finalidad es estrictamente académica.

Así mismo, solicitamos se nos brinde la autorización para la aplicación de un cuestionario de aplicación, con la finalidad de poder recoger información pertinente para los objetivos de nuestra tesis, para este fin, adjuntamos el cuestionario de aplicación a la presente.

POR LO TANTO:

En espera de se acceda a lo solicitado, quedamos de usted

ADIUNTO:

- Copias de DNI
- Instrumento de recolección de datos

Huancayo, 12 de agosto de 2022

Bach. SARAI ESTHER IBARRA ROSSEL
DNI Nro. 47891657
CEL. 99660224

Bach. NAYELI ERIKA PAUCAR CHAMBERGO
DNI Nro. 72264594
CEL. 953700896

1-H.- Respuesta de la entidad.

Siempre Juntos!

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Huancayo, 15 de agosto 2022

CARTA N° 10 – 2022 CTJ/CACI**BACHILLERES:****PAUCAR CHAMBERGO NAYELI ERIKA
IBARRA ROSSEL SARAI ESTHER**

Estimadas:

Es grato dirigirme a ustedes y expresarles un saludo cordial, en aras al responder a la solicitud donde solicitan acceso a la información de clientes, se le acepta dar acceso a dicha información, cuya finalidad sea estrictamente académico.

Es todo en cuanto informo para los fines pertinentes del trabajo de investigación.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente

SEPTIMILIO TORRES TAPIE
GERENTE GENERAL

1-I.- Constancia de la aplicación del instrumento









1-J.- Declaración de Autoría**DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo. **SARAI ESTHER IBARRA ROSSEL**, identificada con DNI N° 47891657, domiciliada en la Av. La Cantuta N 315 El Tambo, bachiller de la Facultad de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes, **DECLARO BAJO JURAMENTO** ser el autor del presente trabajo: por tanto, asumo las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar si en la elaboración de mi investigación titulada: "CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA "INTEGRAR" DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022", haya incurrido en plagio o consignados datos falsos.

Huancayo, 20 de octubre de 2022


Sarai Esther Ibarra Roscel
DNI Nro. 47891657



DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo. **NAYELI ERIKA PAUCAR CHAMBERGO**, identificada con DNI N° 72264594, domiciliada en el Psje. San Jose N° 118 Chilca, bachiller de la Facultad de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes, DECLARO BAJO JURAMENTO ser el autor del presente trabajo: por tanto, asumo las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar si en la elaboración de mi investigación titulada: "CULTURA ORGANIZACIONAL Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA "INTEGRAR" DEL DISTRITO DE EL TAMBO, 2022", haya incurrido en plagio o consignados datos falsos.

Huancayo, 20 de octubre de 2022



Bach. Paucar Chambergo Nayeli Erika
DNI Nro. 72264594