



FACULTAD DE PREGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACION

**PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS FINANCIEROS EN LOS
PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN LAS
COOPERATIVAS EN SAN PEDRO SULA**

SUSTENTADO POR:
MARIELA GARCÍA PALENCIA
IVÁN DE JESÚS DÍAZ ALMENDAREZ

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.
ENERO, 2023

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

CAMPUS CEUTEC

FACULTAD DE PREGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

PRESIDENTE EJECUTIVA /

RECTOR

ROSALPINA RODRIGUEZ GUEVARA

SECRETARIO GENERAL /

PRORRECTOR

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL

JAVIER SALGADO LEZAMA

DECANA DE PREGRADO CEUTEC

DINA VENTURA

**PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS FINANCIEROS EN LOS
PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN LAS
COOPERATIVAS EN SAN PEDRO SULA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE
LOS REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL
TÍTULO DE
LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ASESOR METODOLÓGICO

JOSUE MANUEL MORENO ORELLANA

MIEMBROS DE LA TERNA

**KENSSY JACKELINE LICONA
MEDARDO MIGUEL GALINDO MENDOZA
JULIO CESAR FIGUEROA CASTILLO**

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios, a mi madre y mis hermanos, que me han apoyado en toda mi formación académica durante este tiempo; por todo su amor, paciencia y motivación para que lograré este sueño que juntos lo hemos construido.

Mariela García Palencia

El presente proyecto está dedicado a mi familia ya que con amor me han acompañado en cada paso, por motivarme en todo momento a seguir adelante, a mis padres por su enorme paciencia y a mis hermanos que por su ejemplo fueron una inspiración a llegar hasta el final.

Iván de Jesús Díaz Almendarez

AGRADECIMIENTO

Agradecida con Dios por darme la sabiduría y proveerme todos los recursos para lograr culminar mi carrera con éxito. Gracias a mi madre y mis hermanos por su apoyo incondicional para obtener este objetivo en mi vida. También agradezco a mis compañeros y catedráticos por su ayuda y esfuerzo para culminar este proyecto.

Mariela García Palencia

Agradecimiento primero a Dios por siempre ser mostrarme el camino correcto y proveer los medios necesario para terminar esta etapa de mi vida, por poner en mi camino familia y amistades y catedráticos que a lo largo de la carrera formaron mis conocimientos carácter y habilidades que de ahora en adelante los llevo como herramientas para afrontar los retos académicos y personales que la vida ponga en mi camino.

Iván de Jesús Díaz Almendares

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como objetivo determinar la percepción de los usuarios financieros con respecto a los productos y servicios financieros que ofrecen las cooperativas en la ciudad de San Pedro Sula.

Métodos: Se aplicaron dos técnicas; el desarrollo de un grupo focal estructurado de 8 interrogantes el cual tuvo 8 participantes y posteriormente una encuesta de 11 preguntas la cual desarrollamos a través de la plataforma Google Forms a 384 personas en un rango de 18 a 59 años que representan a la población económicamente activa y que son residentes de la ciudad de San Pedro Sula.

En el desarrollo de la investigación se buscó comprobar las hipótesis planteadas en cuanto a la percepción de los usuarios financieros, si estos confían o no confían en una cooperativa para adquirir un servicio o producto; planteando interrogantes que ayudaron a encontrar las respuestas para alcanzar los objetivos de la investigación.

Durante el estudio por medio de las fuentes de información primarias y secundarias, entre ellas el grupo focal nos ayudaron a identificar las variables de base que sirvió de guía al estudio que se aplicó a través de las encuestas.

Conclusión: Basado en la congruencia metodológica del presente informe, se llegó a la conclusión de aceptar la hipótesis alternativa donde se asegura que los usuarios financieros de la ciudad de San Pedro Sula confían en las cooperativas para adquirir los servicios o productos financieros. Pero de igual forma la investigación reflejó que de las 384 personas encuestadas, 104 de ellas han tenido acceso hacer uso de los productos y servicios que ofrecen las cooperativas, misma cantidad de usuarios consideran de muy buena calidad la experiencia vivida con las cooperativas, mencionando siempre puntos importantes a mejorar como un sector en crecimiento en el área de servicios financieros. Además, existen en el mercado financiero escasez de información sobre los beneficios que da el sector cooperativo a los usuarios financieros; por lo que se concluye que existe un considerable porcentaje de elementos de la población encuestadas afirma que existe falta de información y publicidad de las cooperativas de la ciudad de San Pedro Sula.

ABSTRACT (resumen ejecutivo en inglés)

This research aims to determine the perception of financial users regarding the financial products and services offered by cooperatives in the city of San Pedro Sula.

Methods: Two techniques were applied; the development of a structured focus group of 8 questions which had 8 participants and later a survey of 11 questions which we developed through the Google Forms platform to 384 people in a range of 18 to 59 years representing the economically active population and who are residents of the city of San Pedro Sula.

In the development of the research we sought to verify the hypotheses raised regarding the perception of financial users, whether or not they trust a cooperative to acquire a service or product; raising questions that helped find the answers to achieve the objectives of the research.

During the study through primary and secondary sources of information, including the focus group helped us identify the basic variables that served as a guide to the study that was applied through the surveys.

Conclusion: Based on the methodological consistency of this report, it was concluded to accept the alternative hypothesis where it is ensured that financial users in the city of San Pedro Sula trust cooperatives to acquire financial services or products. But in the same way the research reflected that of the 384 people surveyed, 104 of them have had access to make use of the products and services offered by cooperatives, the same number of users consider the experience lived with cooperatives to be of very good quality, always mentioning important points to improve as a growing sector in the area of financial services. In addition, there is a shortage of information in the financial market on the benefits of the cooperative sector to financial users; therefore, it is concluded that there is a considerable percentage of elements of the population surveyed affirm that there is a lack of information and publicity of the cooperatives of the city of San Pedro Sula.

Contenido

CAPITULO I – INTRODUCCIÓN	14
CAPITULO II – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
2.1 Antecedentes del Problema:	15
2.2 Definición del Problema:	16
2.2.2 Formulación del Problema:	16
2.2.3 Preguntas de Investigación:	17
2.2.4 Hipótesis de Investigación.....	17
2.2.5 Variables de la investigación	17
2.2.6 Justificación	18
CAPITULO III – OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	19
3.1 Objetivo General	19
3.2 Objetivos Específicos.....	19
CAPITULO IV – MARCO TEÓRICO	20
4.1 Microentorno.....	20
4.2 Macroentorno	21
4.3 Teorías de sustento	23
4.4 Conceptualización	23
CAPITULO V – METODOLOGÍA	25
5.1 Congruencia Metodológica	25
5.1.1 Matriz de metodología.....	25
5.2 Operacionalización de Variables.....	27
5.3 Enfoques y métodos	28
5.3.1 Alcance de la Investigación.....	28
5.3.2 Diseño de la Investigación.....	29
5.4 Población y muestra	31
5.4.1 Población total	31
5.4.2 Muestra	31
5.4.3 Unidad de análisis.....	33
5.4.4 Unidad de respuestas	33
5.4.5 Técnicas e instrumentos aplicados	33
Encuestas	33
Grupo Focal	38

5.5 Fuentes de Información.....	38
5.5.1 Fuentes de Información Primarias.....	38
5.5.2 Fuentes de Información Secundarias.....	39
5.3 Limitaciones del proyecto.....	39
5.3 Cronología del trabajo.....	40
CAPITULO VI – ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	42
6.1 Resultados del Grupo Focal.....	42
6.2 Resultados de la investigación.....	44
6.3 Análisis de la investigación.....	48
6.2.1 PRUEBA DE HIPOTESIS.....	48
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES.....	51
BIBLIOGRAFIA.....	52
ANEXOS.....	54

CAPITULO I – INTRODUCCIÓN

Una introducción abarca los antecedentes (tratados de manera breve, concreta y específica), el planteamiento del problema (objetivos y preguntas de investigación, así como la justificación del estudio), un resumen de la revisión de la literatura, el contexto de la investigación (como, donde y cuando se realizó) las variables y los términos de la investigación, lo mismo que las limitaciones de estas. Es importante que se comente la unidad de estudio para el campo académico y profesional. (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista Lucio, 2014).

En esta investigación mediremos el alcance de la percepción de los usuarios financieros hacia los productos y servicios que ofrecen, especialmente las Cooperativas de la ciudad de San Pedro Sula.

De igual manera expondremos la percepción que los usuarios financieros tienen sobre los productos que las Cooperativas ponen a la disposición de los usuarios financieros productos como cuentas de ahorros, en moneda nacional y extranjera; diversa de clasificación de préstamos para los diferentes destinos, orientados a la producción, vivienda, negocios, personal, consolidación de deudas, agriculturas, estudiantes, entre otros.

En este proyecto de investigación se desarrolló con la intención de determinar y analizar la percepción de los usuarios financieros de la ciudad de San Pedro Sula sobre los productos y servicios que ofrecen las Cooperativas. Los datos de esta investigación los obtuvimos a través de aplicación de encuestas a los usuarios financieros residentes de la ciudad de San Pedro Sula a través de plataformas electrónicas. Así mismo realizamos un grupo focal que se llevó a cabo en las instalaciones de CEUTEC, Sede Norte en la ciudad de San Pedro Sula, donde contamos con la participación de 10 usuarios financieros.

CAPITULO II – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes del Problema

Para tal profundización es necesario revisar estudios, investigaciones y trabajos anteriores, especialmente si uno no es experto en el tema (Sampieri R. H., 2014)

Según la tesis de maestría desarrollada por Ángel Cruz en junio de 2001 en la Universidad Andina Simon Bolivar con sede en Ecuador, determina como elemento importante para la percepción de los servicios y productos financieros ofrecidos por las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Latinoamérica; el argumento de no someter a las Cooperativas a los controles del sistema financiero, situación que dio como resultado el crecimiento de un sector de COACS de unidades financieras ineficientes lo cual deterioraba aún más la imagen del sistema como un todo. (Alvear, s. f.)

En estudio de mercado presentado por Carlos Ludeña de la carrera de Gestión de Agronegocios de la Universidad Zamorano de Honduras en diciembre de 2001, concluye con la percepción de las cooperativas de que no se encuentran capacitadas para manejar un mercado tan complejo como lo es de la capital de Honduras, debido a que no cuenta con lo siguiente:

- a. Infraestructura adecuada.
 - b. Sistema contable acorde con las necesidades de la gestión administrativa.
 - c. Políticas de cobro y créditos efectivas.
 - d. Personal administrativo capacitado para la captación de nuevos socios y el mantenimiento de los ya existentes.
 - e. Imagen y estructura sólida
- (Ocampo & Millan, s. f.)

2.2 Definición del Problema

“El planteamiento del problema es el centro, el corazón de la investigación: dicta o define los métodos” ...” Plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” Metodología de la investigación Cap. 3 (Hernández Sampieri, Fernandez, & Baptista Lucio, 2014)

2.2.1 Enunciado del Problema

En la actualidad las presentes generaciones se ven expuestos a una gran cantidad de información globalizada tanto por los medios de comunicación tradicionales como en las distintas plataformas digitales que difunden información; donde en la mayoría de los casos esta información tiende a ser adulterada para favorecer a ciertos sectores, lo que afecta de forma significativa la percepción de la realidad y en especial la de los servicios financieros.

Situación que nos lleva a querer investigar cual es la percepción actual de las variables que afectan en tomar una decisión de adquisición o rechazo en los usuarios financieros con respecto a los productos y servicios que ofrecen las Cooperativas a los pobladores de la ciudad de San Pedro Sula.

2.2.2 Formulación del Problema

Un problema se formula cuando el investigador dictamina o hace una especie de pronóstico sobre la situación problema. En lugar de hacerlo con confirmaciones, este pronóstico se plantea mediante la formulación de preguntas orientadas a dar respuestas al problema de la investigación. (Mendez, 1995)

¿Cuál es la percepción de los usuarios en los servicios y productos financieros que ofrecen las cooperativas en San Pedro Sula?

2.2.3 Preguntas de Investigación

1. ¿Cuál es la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los productos que ofrecen las Cooperativas?
2. ¿Cuál es la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los servicios que ofrecen las Cooperativas?

2.2.4 Hipótesis de Investigación

Tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente (Williams, 2003) y deben formularse a manera de proposiciones”. (Hernández Sampieri, 2014)

H_i: Los usuarios financieros de San Pedro Sula, confían en las Cooperativas de Ahorro y Créditos, para adquirir sus servicios financieros.

H₀: Los usuarios financieros de San Pedro Sula, no confían en las Cooperativas de Ahorro y Créditos, para adquirir sus servicios financieros.

2.2.5 Variables de la investigación

Son las propiedades medidas y que forman parte de las hipótesis o que se pretenden describir. (Hernández Sampieri, 2014)

Variable Dependiente	Variable Independiente
<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de los usuarios financieros en los productos y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasas de interés sobre ahorros • Tasas de interés sobre prestamos • Tiempo de respuesta • Aportación obligatoria mensual • Pago de divisas • Gastos de cierre • Publicidad • Accesos tecnológicos • Respaldo sobre ahorros • Ubicación de filiales

2.2.6 Justificación

Justificación de la investigación indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante” (Sampieri, 2017).

La presente investigación se elaboró con el objetivo de determinar la percepción de los usuarios financieros, sobre los productos y servicios obtenidos por las cooperativas; se espera que dicha información recolectada a través de las herramientas de investigación sirva a las instituciones para mejorar estos productos con el fin de que sean más atractivos para los usuarios financieros y de esta forma lograr que las instituciones que forman parte del sistema cooperativista del país sea más competitivo en relación al sistema bancario.

Además, la información recolectada y expuesta en el presente informe puede ser utilizada para dar a conocer a los usuarios financieros las ventajas, regulaciones y respaldos con los que disponen todos los productos y servicios financieros y así que los puedan adquirir en instituciones cooperativistas.

CAPITULO III – OBJETIVOS DEL PROYECTO

Señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

3.1 Objetivo General

- Determinar la percepción de los usuarios en los servicios financieros que ofrecen las cooperativas en San Pedro Sula.

3.2 Objetivos Específicos

- Describir la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los productos que ofrecen las Cooperativas

- Identificar la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los servicios que ofrecen las Cooperativas.

CAPITULO IV – MARCO TEÓRICO

El marco teórico proporciona una visión de donde se sitúa el planteamiento propuesto dentro del campo de conocimiento el cual nos "moveremos" (Hernandez Sampieri, Roberto, 2006)

4.1 Microentorno

El microentorno también es conocido como entorno específico, entorno de acción directa o entorno inmediato. Se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados. (ESAN, 2016)

Los productos y servicios que ofrecen la mayoría de las cooperativas en la ciudad de San Pedro Sula disponibles a los usuarios financieros presentan factores que influyen en sus productos financieros y que forman parte de su microentorno, influyendo de esta forma en la percepción de los usuarios financieros al momento de tomar la decisión de adquirir uno de ellos que a continuación se detallan:

Clientes: Desarrollando nuestro estudio nos dimos cuenta que la percepción de los clientes del sector financiero encontramos que en cuanto a la atención, ellos están satisfechos en comparación al resto de las instituciones financieras y bancarias; manifestando que existen muchos componentes a los cuales deben de mejorar para poder ser competitivos y atractivos que más adelante en nuestro informe expondremos.

Proveedores: En muchos de los casos la elección de los proveedores es de vital importancia para brindar un servicio de alta calidad que ayuda a elevar en nivel de satisfacción en la percepción de los usuarios financieros; se debe analizar una inversión razonable para alcanzar proveedores calificados en aspectos fundamentales de la operación como operadores estables de internet medios eficientes de publicidad y tratar de buscar costos accesibles de capital.

Competidores: En la ciudad de San Pedro Sula existen más de 28 cooperativas de ahorro y créditos y una gran cantidad de oferta bancaria con la cual los usuarios financieros basan sus

comparaciones para determinar su percepción sobre la calidad de los productos y servicios financieros que ofrecen las cooperativas

4.2 Macroentorno

El macroentorno es un conjunto de condiciones externas que afectan positiva o negativamente al desarrollo de una empresa. Estos elementos se consideran incontrolables y tienen un impacto en el rendimiento global de las empresas. (Figueiras, Santiago, 2021)



(Fuente: (Estrategia, 2007))

Económico: En la actualidad la economía de los clientes afecta fuertemente las capacidad adquisitiva de los clientes y provoca que perciban a muchos de los productos y servicios financieros de las cooperativas sufren el impacto de la percepción de estos mismos debido a que los usuarios financieros manifiestan que las tasas de interés son muy altas en los créditos, los costos de cierre son elevados y las aportaciones obligatorias en muchos casos no están de acuerdo a sus expectativas y estándares

Tecnológico: En las cooperativas la percepción de los usuarios financieros se ve afectada ya que ellas utilizan los sistemas de gestión básicos para la administración de base de datos exigidos por los entes reguladores, sin embargo, dado que el sistema financiero ofrece productos a un limitado número de usuarios se dificulta la inversión de sistema para

optimizar el acceso a tecnologías que permitan mejorar los servicios financieros de atención al usuario.

Social: La percepción de los usuarios financieros se ve influenciada por los índices de desarrollo social ya puede llevar a la falta de cumplimiento de las obligaciones con los préstamos y llevar a críticas situaciones de liquides porque también se ve afectada la capacidad de los pobladores de San Pedro sula de crear y aumentar sus valores en las cuentas de ahorro.

Legal: Dentro del macroentorno de las cooperativas que ofrecen los servicios financieros a la población de San Pedro Sula, encontramos con entes reguladores, supervisores, leyes y reglamentos que rigen a las Cooperativas. La Comisión Nacional de Bancos y Seguros mediante Resolución SV N. 607/03-05- 2010, del 3 de mayo de 2010, aprobó la suscripción del Acuerdo de Colaboración Interinstitucional con la Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito de Honduras (FACACH), en el marco del Convenio de Cooperación Técnica ATN/ME-11657-HO denominado “Afianzamiento Competitivo y Seguridad Financiera de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Marco Supervisado”, en el cual se establece que veinte (20) cooperativas miembros de FACACH, acordaron participar voluntariamente en el proyecto de desarrollo del marco regulatorio y de supervisión adecuado al sector cooperativo de ahorro y crédito, en beneficio de la seguridad de más de 605,000 afiliados.

Medio Ambiental: Una de las variantes que afectan el uso de los productos financieros en el país son los efectos del cambio climático que provocan el aumento de los fenómenos meteorológicos como lo pudimos experimentar reciente mente en nuestro país con los efectos de los huracanes ETA e OTA.

En general, los efectos en 2020 estuvieron concentrados en el sector productivo, 68%, seguido por el sector social, 18%. (cuadro 2). Los subsectores productivos más afectados fueron comercio e industria, con 78% de los daños y 62% de las pérdidas, y agricultura con 18% y 27%, respectivamente. Los daños y las pérdidas en estos subsectores fue estrictamente privados. En el caso del sector social, el subsector vivienda concentró el 74% de los daños (cuadro 3). Estos resultados permiten configurar un perfil de la dimensión humana del evento: fueron afectadas las fuentes de ingreso de las familias y el sitio donde habitan. (Banco Interamericano de Desarrollo & Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021).

4.3 Teorías de sustento

El sustento teórico ¿Qué implica? Implica exponer y analizar teorías, conceptos, investigaciones previas y antecedentes en general que se consideren válidos para enmarcar correctamente la investigación. (Sampieri R. H., 2014)

Según la investigación realizada por la Universidad Zamora de Honduras en 2001 dio como resultado que efectivamente la pérdida de la imagen y el poco conocimiento acerca de las Cooperativas se debe a una mala estrategia promocional, a el incumplimiento en los pagos de ahorros, al alto grado de riesgos que tiene la cartera de préstamos debido principalmente a las deficientes políticas de otorgamientos de préstamos y cobros de estos. (Ocampo & Millan, s. f.)

En estudio desarrollado en la Universidad de Andina Simón Bolívar con sede en Ecuador, hace mención que la supervisión por parte de los institutos estatales de las Cooperativas se ha demostrado insuficientes, también por el permanente conflicto entre sus funciones de fomento y fiscalización y por la heterogeneidad de las actividades en los sectores cooperativos. Esta situación ha contribuido a sonadas intervenciones y quiebras incluso en COACS grandes, lo que ha producido en cierta medida desconfianza hacia las COACS que hoy en día persiste en varios países de América Latina y el Caribe. (Alvear, s. f.)

4.4 Conceptualización

La definición de esta palabra es la acción y proceso mediante el cual se desarrollan ideas abstractas o conceptos a partir de la experiencia y comprensión consciente que no es necesariamente verdadera sobre algún tema. (actual, s.f.)

El sistema financiero está constituido por el conjunto de instituciones e intermediarios financieros que recogen el ahorro ocioso y lo conecta con las necesidades de inversión a través de unos vehículos que son los productos financieros. Estas acciones de intercambio de productos financieros se desarrollan en el marco conformado por el mercado financiero sujeto a la ley de la oferta-demanda. (Saragoza, 2009)

Financiación: Técnicamente el acto de financiación consiste en la obtención de fondos o capital para crear y desarrollar un proyecto empresarial.

Toda empresa se crea y desarrolla con la finalidad de hacer frente una demanda de bienes y servicios, para satisfacer esa demanda es preciso realizar inversiones en bienes de equipo, inmuebles, mercancía, etc; y tales inversiones solo se pueden llevar a cabo si se dispone con la suficiente financiación. (Saragoza, 2009)

Préstamos: Un préstamo es una operación financiera, formalizada en un contrato, por la cual una entidad financiera pone a disposición del cliente una cantidad determinada de dinero, para que devuelva en un plazo de tiempo estipulado y a cambio de un precio pactado en forma de un tipo de interés. (Saragoza, 2009)

Tasas de interés sobre ahorros: Es el porcentaje de la operación que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero en concepto de ahorros.

Tasa de interés sobre préstamos: Es el porcentaje de la operación que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero en concepto de préstamos.

Tiempo de respuesta: Es el tiempo que transcurre para dar una respuesta a solicitudes o inquietudes sobre productos financieros.

Aportación obligatoria mensual: Es el monto preestablecido por las Cooperativas de ahorros obligatorios mensuales.

Pago de divisas: Es el monto en moneda nacional pagado por monedas extranjeras.

Gastos de cierre: Es la cantidad en efectivo que se paga por un desembolso de préstamo.

Publicidad: Es una estrategia de mercadotecnia que envuelve la compra de un espacio en medios para divulgar un producto, servicio o marca, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar.

Accesos tecnológicos: Es el conjunto de conocimientos, métodos y procedimientos basados en principios de la ciencia, que tienen como fin la producción de bienes y servicios que satisfagan determinadas necesidades humanas.

Respaldo sobre ahorros: Es la seguridad que las personas buscan para realizar sus inversiones de ahorros en una institución bancaria, financieras, cooperativas entre otras.

Ubicación de filiales: Son los puntos de servicios y/o oficinas de atención a los cuales tienen acceso los usuarios financieros.

CAPITULO V – METODOLOGÍA

5.1 Congruencia Metodológica

“Un aspecto que cabe destacar de todo informe es que debe haber una elevada congruencia entre las diferentes partes que integran el documento”. (Hernández Sampieri, 2014).

Es importante señalar que toda investigación debe caracterizarse por su originalidad y aportaciones, así como por sus resultados congruentes con las preguntas de investigación y de las hipótesis o supuestos teóricos, que podrán ser aceptados o rechazados de acuerdo con los resultados de la investigación.

5.1.1 Matriz de metodología

Las matrices son útiles para establecer vinculaciones entre categorías o temas (o ambos). Las categorías o temas se colocan como columnas (verticales) o como reglones o filas (horizontal). (Hernández Sampieri, Fernandez, & Baptista Lucio, 2014)

Título	Formulación del Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Dependiente	Independiente
Percepción de los usuarios en los servicios financieros que ofrecen las cooperativas en san pedro sula	¿Cuál es la percepción de los usuarios en los servicios financieros que ofrecen las cooperativas en San Pedro Sula?	¿Cuál es la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los productos que ofrecen las Cooperativas? ¿Cuál es la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los servicios que ofrecen las Cooperativas?	Determinar la percepción de los usuarios en los servicios financieros que ofrecen las cooperativas en San Pedro Sula.	Describir la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los productos que ofrecen las Cooperativas -Identificar la percepción de los usuarios financieros que tienen las personas de San Pedro Sula acerca de los servicios que ofrecen las Cooperativas.	•Percepción de los usuarios de productos financieros	Tasa de interés sobre ahorros Tasa de interés sobre préstamos Tiempo de respuesta Aportación obligatoria mensual Pago de divisas Gastos de cierre Publicidad Accesos Tecnológicos Respaldo sobre ahorros Ubicación de filiales

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Operacionalización de Variables

Está constituida por varios procedimientos o indicaciones para realizar la medición de una variable definida. En esta se intenta obtener la mayor información posible de la variable seleccionada, a modo de captar el sentido y adecuación al contexto. Y para ello deberá hacerse una cuidadosa revisión de la literatura en marco teórico. (Espinoza, 2019).

Cuadro de operacionalización de variables:

Variable Dependiente	Definición		Dimensiones	Indicador
	Conceptual	Operacional		
•Percepción de los usuarios de productos financieros.	Se refiere a la idea que tienen los usuarios financieros sobre la calidad y posicionamiento de los diferentes productos y servicios que encuentran en las diferentes instituciones bancarias, financieras, cooperativas entre otras, del país.	La información se recopila mediante las interrogantes que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos y a través del grupo focal. 8.¿Cuál es su opinión sobre los servicios que ofrecen las Cooperativas?	Cuantitativa: Politómica Bueno / Malo / Muy Bueno	N ; %
Variables Independientes	Definición		Dimensiones	Indicador
	Conceptual	Operacional		
Tasa de interés sobre ahorros	Es el porcentaje de la operación que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero en concepto de ahorros.	La información se recopila mediante la interrogante No. 5 que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos y a través del grupo focal a través de la sección No. 4	Cuantitativa: Politómica a.No conozco las cooperativas b.La tasa de interés es muy alta c.Tasa de desembolso d.No me inspiran confianza e.Considero que no son reguladas por la CNBS f.No me prestan cantidades altas de dinero g.Son menos flexibles que los bancos h.Otros	N ; %
Tasa de interés sobre préstamos	Es el porcentaje de la operación que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero en concepto de préstamos.	La información se recopila mediante la interrogante No. 5 que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos y a través del grupo focal a través de la sección No. 4	Cuantitativa: Politómica a.No conozco las cooperativas b.La tasa de interés es muy alta c.Tasa de desembolso d.No me inspiran confianza e.Considero que no son reguladas por la CNBS f.No me prestan cantidades altas de dinero g.Son menos flexibles que los bancos h.Otros	N ; %
Tiempo de respuesta	Es el tiempo que transcurre para dar una respuesta a solicitudes o inquietudes sobre productos financieros.	La información se recopila a través del grupo focal a través de la sección No. 4	Cuantitativa: Politómica •Tasas de interés sobre ahorros •Tasas de interés sobre préstamos •Tiempo de respuesta •Aportación obligatoria mensual •Pago de divisas – en bancos crédito a cuenta •Gastos de cierre	N ; %
Aportación obligatoria mensual	Es el monto preestablecido por las Cooperativas de ahorros obligatorios mensuales.	La información se recopila a través del grupo focal a través de la sección No. 4	Cuantitativa: Politómica •Tasas de interés sobre ahorros •Tasas de interés sobre préstamos •Tiempo de respuesta •Aportación obligatoria mensual •Pago de divisas – en bancos crédito a cuenta •Gastos de cierre	N ; %
Pago de divisas	Es el monto en moneda nacional pagado por monedas extranjeras	La información se recopila a través del grupo focal a través de la sección No. 4	Cuantitativa: Politómica •Tasas de interés sobre ahorros •Tasas de interés sobre préstamos •Tiempo de respuesta •Aportación obligatoria mensual •Pago de divisas – en bancos crédito a cuenta •Gastos de cierre	N ; %
Gastos de cierre	Es la cantidad en efectivo que se paga por un desembolso de préstamo.	La información se recopila a través del grupo focal a través de la sección No. 4	Cuantitativa: Politómica •Tasas de interés sobre ahorros •Tasas de interés sobre préstamos •Tiempo de respuesta •Aportación obligatoria mensual •Pago de divisas – en bancos crédito a cuenta •Gastos de cierre	N ; %
Publicidad	Es una estrategia de mercadotecnia que envuelve la compra de un espacio en medios para divulgar un producto, servicio o marca, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar	La información se recopila mediante la interrogante No. 11 que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos.	Cuantitativa: Dicotómica Si / No	N ; %

Accesos Tecnológicos	Es el conjunto de conocimientos, métodos y procedimientos basados en principios de la ciencia, que tienen como fin la producción de bienes y servicios que satisfagan determinadas necesidades humanas.	La información se recopila mediante la interrogante No. 11 que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos.	Cuantitativa: Dicotómica	Si / No	N ; %
Respaldo sobre ahorros	Es la seguridad que las personas buscan para realizar sus inversiones de ahorros en una institución bancaria, financieras, cooperativas entre otras.	La información se recopila mediante la interrogante No. 11 que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos.	Cuantitativa: Dicotómica	Si / No	N ; %
Ubicación de filiales	Son los puntos de servicios y/o oficinas de atención a los cuales tienen acceso los usuarios financieros	La información se recopila mediante la interrogante No. 11 que se encuentra en la encuesta que es el instrumento que se está utilizando para la recolección de datos.	Cuantitativa: Dicotómica	Si / No	N ; %

Fuente: Elaboración propia

5.3 Enfoques y métodos

“La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Hernández Sampieri, 2014).

Basado en la mención anterior, nuestro estudio lo realizaremos mediante un enfoque mixto, ya que obtendremos datos de ambos enfoques, a través de las encuestas que realizaremos para obtener la información de los usuarios que utilizan servicios financieros en otras instituciones, quienes ya pertenecen a una Cooperativa y así identificar la posible causa del comportamiento y aceptación que tienen las personas de San Pedro Sula.

5.3.1 Alcance de la Investigación

Estudios descriptivos. Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. (Sampieri, 2013).

La investigación será de tipo descriptiva, esto nos, permitirá determinar la validez de las hipótesis formuladas durante la investigación, de igual manera, nos permitirá medir la percepción de los usuarios financieros ante las cooperativas.

5.3.2 Diseño de la Investigación

La investigación se llevaba a cabo por el enfoque Mixto. EL enfoque cuantitativo estará desarrollado con un diseño No experimental, trasversal y un método descriptivo. Donde analizaremos todos los datos obtenidos a través de la encuesta para conocer el grado de aceptación de los usuarios financieros ante los servicios que otorgan las Cooperativas en la ciudad de San Pedro Sula.

“Diseños transeccionales (transversales). Investigaciones que recopilan datos en un momento único”. Sampieri

Es trasversal porque la recopilación de los datos sobre la aceptación del servicio que brindan las Cooperativas ante el sector financiero.

“Diseños transeccionales descriptivos. Indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos.” Sampieri.

Se requiere de este método para identificar las preferencias e intereses de los usuarios financieros para determinar la percepción de estos para con las Cooperativas.

Enfoque cualitativo; este enfoque lo desarrollaremos por medio de la investigación acción, aquí se recolectan técnicas aplicadas para conocer el comportamiento de las personas en cuanto a los productos y servicios que brindan las Cooperativas a la población de San Pedro Sula.

Esquema por seguir:



Fases del proceso cuantitativo:

(Fuente: (Hernández Sampieri, 2013) (Adaptado: Maynor Cruz,2022)

Estudio no experimental transversal, dado que el objetivo era investigar la incidencia de la variable en la población, se decidió establecer un diseño transversal descriptivo para el diseño del estudio.

Los estudios no experimentales se caracterizan por no manipular variables, observamos los resultados para luego analizarlos sin modificarlos.

Fases del proceso cualitativo:

Fase 1. Idea

Fase 2: Planteamiento del problema

Fase 3: Inmersión inicial en el campo

Fase 4: Concepción del diseño del estudio

Fase 5: Definición de la muestra inicial del estudio y acceso a esta

Fase 6: Recolección de los datos

Fase 7: Análisis de los datos

Fase 8: Interpretación de resultados

Fase 9: Elaboración del reporte de resultados

5.4 Población y muestra

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Es preferible establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

5.4.1 Población total

La población total es de 415,442 distribuidos en un total de: 191,828 hombres y 223,614 mujeres entre 20 y 59 años.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

5.4.2 Muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. Sampieri

Aplicaremos el diseño de muestra No probabilístico. En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a criterios de investigación. (Sampieri et al., 2010, p.176)

Para realizar el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 N p q}{[(e^2) (N - 1)] + [(K^2) (P)(Q)]}$$

n	Tamaño de la muestra a determinar
N	Población (415,442)
p	Probabilidad a favor (50%)
q	Probabilidad en contra (50%)
e	Margen de error (5%)
k	Nivel de confianza 95% (Proporción = 1)

Se utilizaron los siguientes datos:

$$N = 415,442$$

Desarrollo

$$k = 1.96$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{[(1.96)^2] (415,442) (0.50) (0.50)}{[(0.05)^2] (415,442 - 1)] + [(1.96)^2] (0.50) (0.50)} = 383.81$$

5.4.3 Unidad de análisis

La unidad de análisis se refiere a “los participantes, objetos, sucesos o comunidades de estudio” sobre qué o quiénes se recolectarán los datos. (Hernández Sampieri, 2014)

Una vez seleccionada la muestra, definimos la unidad de análisis que delimitan la población y la determinamos por individuos mayores a 20 años, población activa para adquirir servicios financieros, hasta 60 años, del área San Pedro Sula, sin hacer ningunas restricciones de género, población que pueden adquirir o son usuarios activos de los servicios financieros.

5.4.4 Unidad de respuestas

La unidad de análisis son los sujetos que van a ser medidos. (Sampieri R. H., 2014)

La unidad de respuesta será sustentada mediante encuestas para los usuarios financieros que residen en la ciudad de San Pedro Sula; y así conocer la percepción de las personas sobre los servicios financieros que ofrecen las Cooperativa.

5.4.5 Técnicas e instrumentos aplicados

5.4.5.1 Encuestas

La técnico o instrumento de medición aplicado en nuestro proyecto de investigación fue la encuesta, utilizando la herramienta en Google Forms.

Encuesta para analizar la percepción de los usuarios de los servicios financieros de la cartera de productos que ofrecen las cooperativas en San Pedro Sula.

Lea cuidadosamente las interrogantes y seleccione la respuesta de su preferencia, las respuestas obtenidas serán utilizadas para fines académicos.

1. ¿Indique cuál es su rango de edad?
 - Menor a 18 años _____ finalizar encuesta
 - 19-30 años _____
 - 31-40 años _____
 - 41-50 años _____
 - 51-60 años _____
 - Mayor de 61 años _____

2. ¿Cuál es su lugar de residencia?
 - San Pedro Sula _____
 - La Lima _____ (finalizar encuesta)
 - El progreso _____ (finalizar encuesta)
 - Choloma _____(finalizar encuesta)
 - Villanueva _____ (finalizar encuesta)
 - Otros _____ (finalizar encuesta)

3. ¿Actualmente usted utiliza los servicios de bancos, cooperativas, financieras o instituciones de empresas privadas
 - Si _____ (Pasa a la 4)
 - No _____ (finaliza)

4. Que instituciones financieras utiliza para adquirir sus servicios financieros
 - Bancos ____ (pasar a las 5)
 - Financieras ____ (pasar a las 5)
 - Cooperativas ____ (pasar a las 6)
 - Otros ____ (pasar a las 5)

5. ¿Selecciones los motivos por los cuales no utiliza los servicios de una Cooperativa?
(Finaliza)

- No conozco las cooperativas
- La tasa de interés es muy alta
- Tasa de desembolso
- No me inspiran confianza
- Considero que no son reguladas por la CNBS
- No me prestan cantidades altas de dinero
- Son menos flexibles que los bancos
- Otros

6. Seleccione dónde realiza las siguientes transacciones:

Productos	No Aplica	Bancos	Cooperativas	Financieras
Ahorros				
Préstamos				
Remesas				
Seguros				
Servicios públicos				
Otros				

7. ¿Cuál es su opinión sobre los servicios que ofrecen las Cooperativas en comparación con los Bancos / Financieras?

Productos	Desconocido	Igual que el banco / Financieras	Mejor que el banco / Financiera	Peor que el banco / Financiera
Ahorros				
Préstamos				
Remesas				
Seguros				
Servicios públicos				
Otros				

8. A los que ya están: ¿Cuál es su opinión sobre los servicios que ofrecen las Cooperativas?

Productos	Desconocido	Malo	Bueno	Muy Bueno
Ahorros				
Préstamos				
Remesas				
Seguros				
Servicios públicos				
Otros				

9. Basado en su percepción, recomendaría usted adquirir servicios o productos financieros en una Cooperativa:

Productos	Desconocido	Malo	Bueno	Muy Bueno
Ahorros				
Préstamos				
Remesas				
Seguros				
Servicios públicos				
Otros				

10. ¿Qué opinión tiene usted de las siguientes cooperativas?

Productos	Desconocido	Malo	Bueno	Muy Bueno
Elga				
Chorotega				
Sagrada Familia				
Coopol				
Taulabé				
Caceenp				

11. Describa algunas especificaciones que recomendaría; para mejorar su percepción de los servicios financieros que ofrecen las Cooperativas en San Pedro Sula

- No tengo recomendaciones _____
 - Si tengo recomendaciones, especifique _____
-

5.4.5.2 Grupo Focal

Los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador. Se han dado diferentes definiciones de grupo focal; sin embargo, son muchos los autores que convergen en que éste es un grupo de discusión, guiado por un conjunto de preguntas diseñadas cuidadosamente con un objetivo particular.

(Aigner, 2006) (Beck, 2004)

Se realizó el grupo focal para indagar sobre la percepción de los usuarios financieros hacia los productos y servicios que ofrecen las cooperativas en la ciudad de San Pedro Sula donde se contó con la participación de 8 personas que ayudaron a identificar la percepción de los participantes con respecto a los servicios y productos financieros.

5.5 Fuentes de Información

Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso a la información. (Sampieri, 2013)

5.5.1 Fuentes de Información Primarias

Define que las fuentes primarias de información son aquellas “que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, artículos de revista, manuscritos. Se les llama

también fuentes de información de primera mano”, pueden ser documentos originales, entrevistas, discursos, cartas entre otras. (Bounocore, 1980)

En nuestro proyecto de investigación utilizaremos como fuente primaria la recolección de información a través de levantamiento de encuestas, así como desarrollo de grupo focal.

5.5.2 Fuentes de Información Secundarias

Fuentes secundarias: la información que proporcionan proviene de fuentes primarias. (Hernández Sampieri, 2014)

Páginas web, blogs, libros de investigación metodológica, libros de investigación de mercados, bases de datos gubernamentales, revistas, informes de investigación,

5.3 Limitaciones del proyecto

Una limitación consiste en que se deja de estudiar un aspecto del problema debido a alguna razón poderosa. Con esto se quiere decir que toda limitación debe estar justificada por una buena razón. (Universidad de San Martín de Porres, 2010)

- En el CRAI de la universidad no encontramos antecedentes relacionados con nuestro tema en específico a investigar.
- No se contó con el acceso a información actualizada, datos estadísticos y otros de temas de interés relacionados al estudio, de las diferentes instituciones afines al sistema financiero.
- Falta de profundizar en el contenido de los informes consultados de los antecedentes del tema.

CAPITULO VI – ANÁLISIS Y RESULTADOS

6.1 Resultados del Grupo Focal

Con el objetivo de obtener más información precisa relacionada con la percepción de los usuarios acerca de los servicios financieros que ofrecen las Cooperativas y Bancos, desarrollamos el grupo focal en las instalaciones de Ceutec Sede Norte en la ciudad de San Pedro Sula la noche del jueves 17 de noviembre de 2022 en el parqueo del Campus; contando con la participación de 8 usuarios activos de servicios financieros en las distintas instituciones bancarias de la ciudad.

Como guía para recapitular la mayor cantidad posible de información sobre el tema en discusión se puso en práctica un guion basado en el método de investigación.

Objetivo: Desarrollo de Grupo Focal para indagar sobre la percepción de los usuarios financieros hacia los productos y servicios que ofrecen las Cooperativas en la ciudad de San Pedro Sula

Desarrollo					
Nº	Actividad	Objetivo	Técnica	Duración	Responsables
1	Actividad inicial – Breve Introducción	Explicar en que consiste el estudio que se está realizando	Grupal	5 minutos	Mariela Palencia
2	Actividad para romper el hielo ¿Prefieres?: Dinámica para motivar la participación creando un ambiente de hermandad y lograr mejor comunicación para intercambiar las aportaciones de cada integrante.	Integrar a los participantes al grupo a través de realizar una dinámica que permita que todos se conozcan e inicien a interactuar entre ellos	Individual / Grupal	5 minutos	Iván Díaz
Preguntas de apertura					
3	¿Dónde residen actualmente? ¿Actualmente hace uso de productos financieros? ¿Qué tipo de productos y/o servicios financieros utiliza? ¿Ha utilizado los servicios que ofrecen las Cooperativas? ¿Cuál es su percepción de los productos y servicios que ofrecen las Cooperativas?	Realizar preguntas de apertura a los participantes	Individual	10 minutos	Mariela Palencia

Nº	Actividad	Objetivo	Técnica	Duración	Responsables
Preguntas específicas sobre ingresos					
4	<p>¿Qué tanto influye en su percepción de los productos que ofrecen las Cooperativas con las siguientes especificaciones?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tasas de interés sobre ahorros • Tasas de interés sobre prestamos • Tiempo de respuesta • Aportación obligatoria mensual • Pago de divisas – en bancos crédito a cuenta • Gastos de cierre - 	Percepción de los usuarios financieros en los productos y servicios que ofrecen las cooperativas.	Individual	10 minutos	Iván Díaz
Preguntas específicas sobre el proyecto					
5	<p>¿Confía en una cooperativa para adquirir los productos y servicios financieros?</p> <p>¿No confía en una cooperativa para adquirir los productos y servicios financieros?</p>	Confirmar nuestra hipótesis de investigación.	Individual	10 minutos	Mariela Palencia / Iván Díaz

Como resultado concluimos que las personas del grupo focal confían en las Cooperativas para acercarse a adquirir sus servicios financieros, pero de igual manera manifiestan las características por las cuales creen que las personas puedan cambiar su percepción de los productos y servicios financieros exponiendo lo siguiente:

- Piden muchos requisitos para prestamos
- Los tramites de créditos los consideran engorrosos
- Piden una aportación obligatoria (mensual/anual)
- El retiro de aportaciones lleva mucho tiempo de espera
- No cuentan con una aplicación y/o tarjetas de débito o créditos.

Y comparación a los servicios y beneficios que brinda la banca, financieras y otras empresas privadas, exponen:

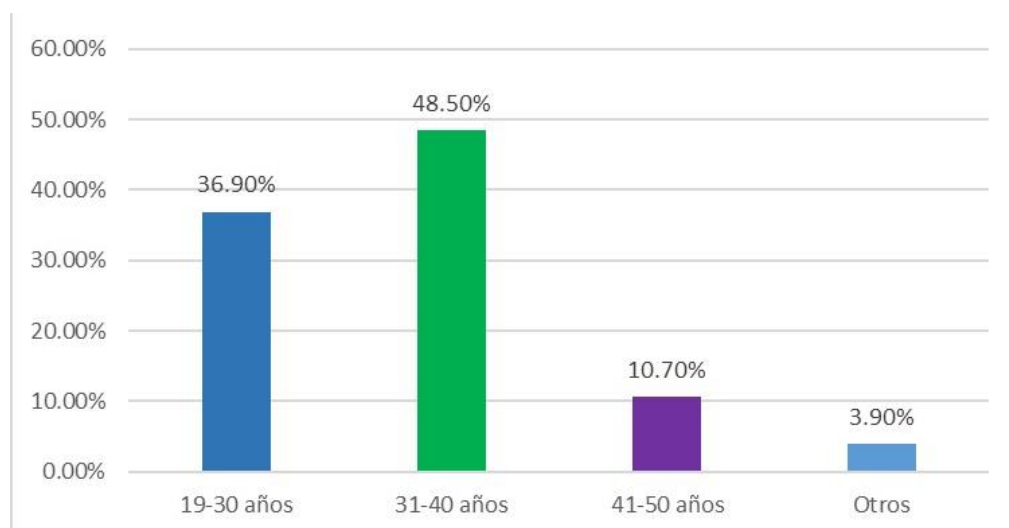
- Si bien es cierto la tasa de interés que brindan es mejor, las personas buscan más seguridad de que su dinero este resguardado.
- El pago de servicios públicos, tienen más facilidad de pagarlos a través de una aplicación móvil.
- Se pueden realizar débitos automáticos desde sus cuentas de ahorros para efectuar pagos y/o transferencias.
- Mediante una tarjeta de débito o crédito; se pueden realizar retiros a través de un ATM.

6.2 Resultados de la investigación

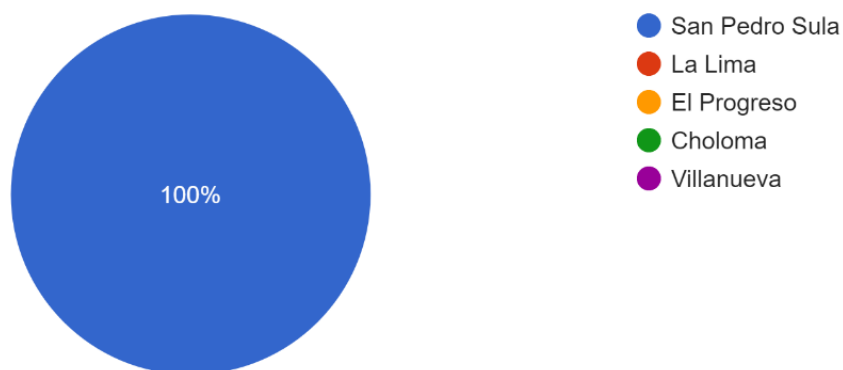
En la aplicación de nuestro instrumento de medición, buscamos comprobar nuestra hipótesis sobre la percepción que tienen las personas de la ciudad de San Pedro Sula, acerca de los servicios y productos financieros que ofrecen las Cooperativas de la zona.

En nuestra investigación se aplicaron preguntas direccionadas al segmento del mercado que hace uso de los servicios financieros, estas interrogantes nos ayudaron a observar de manera oportuna la percepción de los usuarios financieros que usan y que no usan los productos y servicios que ofrecen las distintas instituciones financieras, bancos y cooperativas del sector.

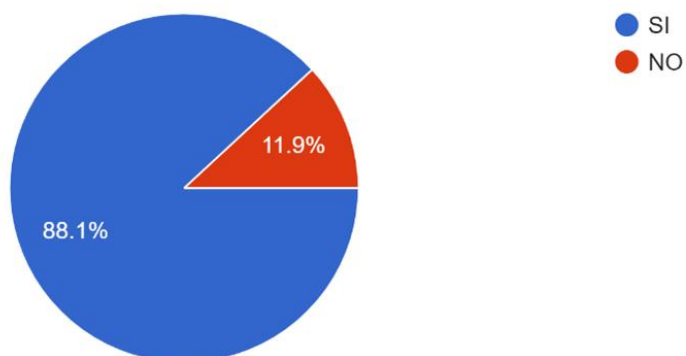
1 ¿Cuál es su rango de edad?



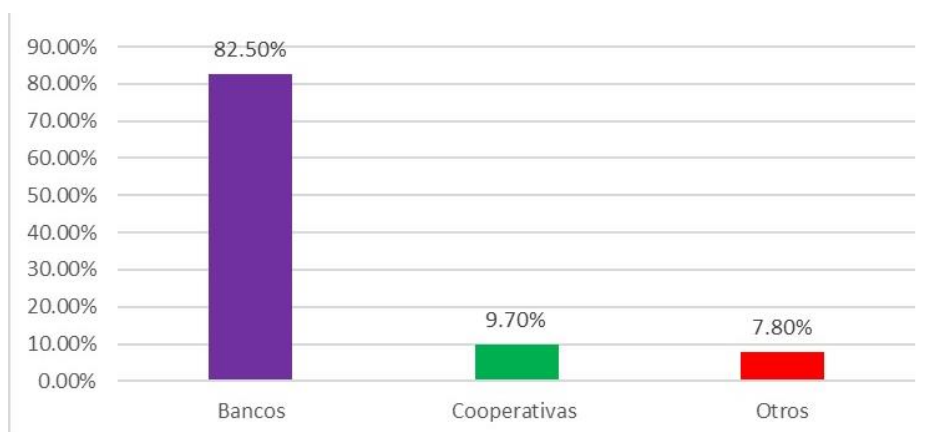
2 ¿Cuál es su lugar de residencia?



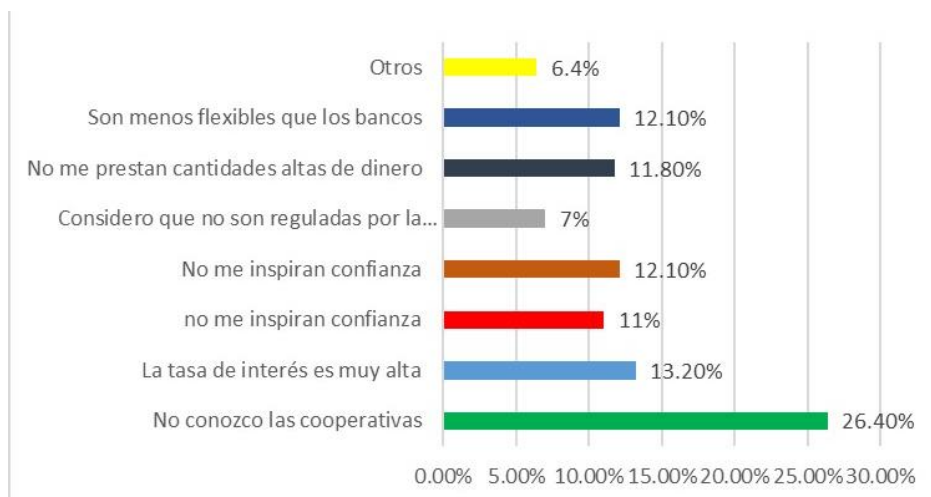
3 ¿Actualmente usted utiliza los servicios de bancos, cooperativas, financieras o instituciones de empresas privadas?



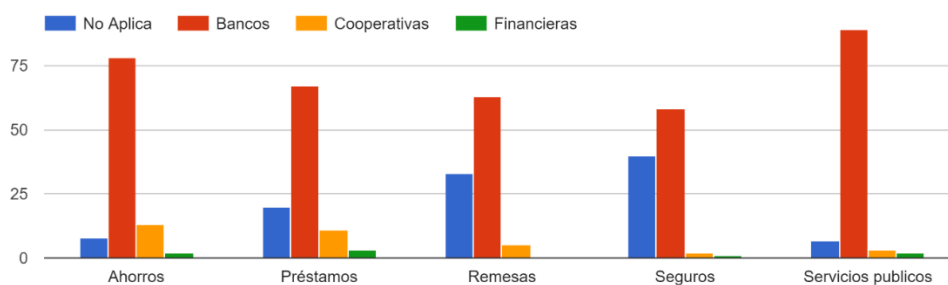
4 ¿Qué instituciones financieras utiliza para adquirir sus servicios financieros?



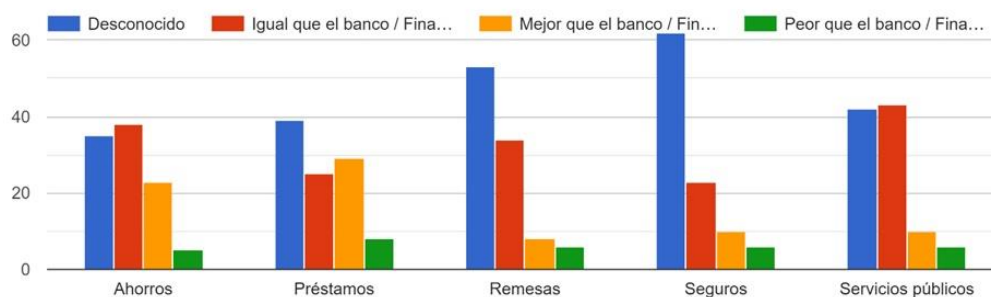
5 Seleccione los motivos por los cuales no utiliza los servicios de una Cooperativa.



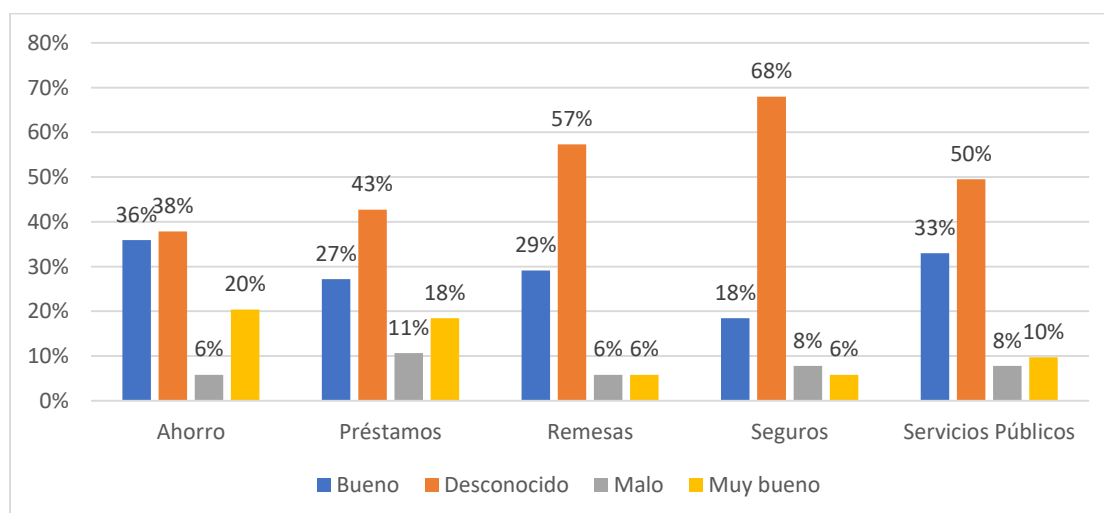
6 Seleccione donde realiza las siguientes transacciones:



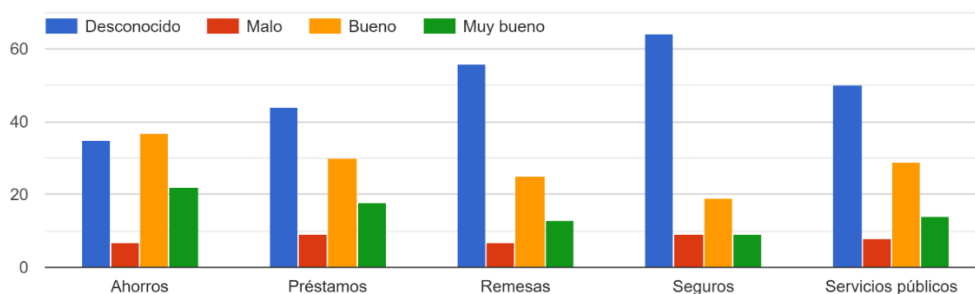
7 ¿Cuál es su opinión sobre los servicios que ofrecen las cooperativas en comparación con los Bancos/Financieras?



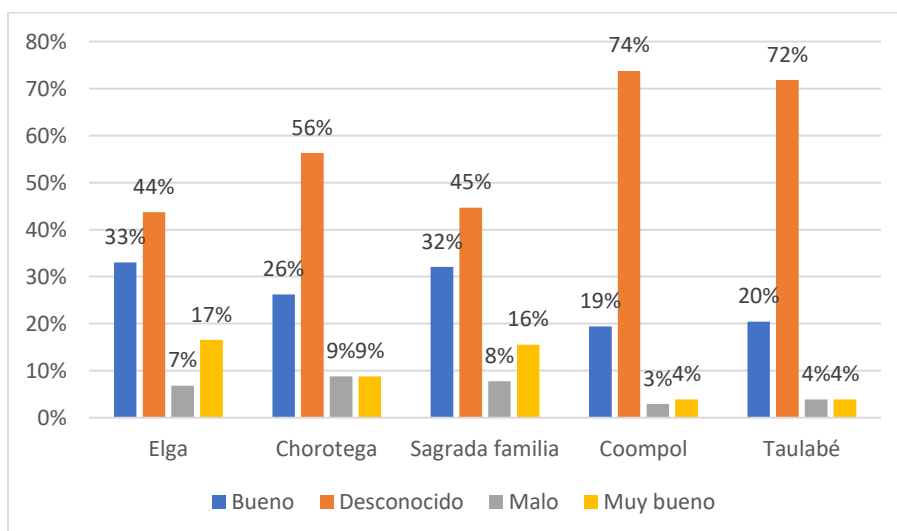
8 ¿Cuál es su opinión sobre los servicios que ofrecen las cooperativas?



9 Basado en su percepción, ¿Recomendaría usted adquirir servicios o productos financieros en una cooperativa?



10 ¿Qué opinión tiene sobre las siguientes cooperativas?



6.3 Análisis de la investigación

Al llevar a cabo nuestro proyecto de investigación, le brinda a las Cooperativas de la ciudad de San Pedro Sula, la Federación de Cooperativas de Ahorro y Créditos FACACH, al ente regulador de las Cooperativas a nivel nacional CONSUCOOP una oportunidad para brindar una retroalimentación de la percepción de los usuarios financieros sobre los productos y servicios que ofrecen las Cooperativas en la ciudad de San Pedro Sula.

Nuestro resultado obtenido en la aplicación de las 384 encuestas a la población de San Pedro Sula, encontramos que un relevante porcentaje de los usuarios financieros confían los productos y servicios que ofrecen las Cooperativas, muy pocos no confían y en gran medida se observa un problema ya que desconocen sobre los productos y servicios que brindan las Cooperativas.

6.2.1 PRUEBA DE HIPOTESIS

La comprobación de hipótesis determina si una hipótesis alternativa es verdadera o no.

Basado en si es verdad o no determina si acepta o rechaza la hipótesis. (Sampieri, Collado, & Lucio, Metodología de la Investigación, 2014)

Hipótesis de este proyecto:

H_i: Los usuarios financieros de San Pedro Sula, confían en las Cooperativas de Ahorro y Créditos, para adquirir sus servicios mercantiles.

H₀: Los usuarios financieros de San Pedro Sula, no confían en las Cooperativas de Ahorro y Créditos, para adquirir sus servicios mercantiles.

Basado en los resultados del estudio y cada uno de los métodos aplicados para obtener toda la información necesaria y que de esta manera comprobáramos nuestra hipótesis, podemos determinar que las personas encuestadas en la ciudad de San Pedro Sula confían en las Cooperativas para adquirir los servicios financieros. Por lo tanto, determinamos que se rechaza nuestra hipótesis nula; siendo afirmativa nuestra hipótesis alternativa.

Al momento de desarrollar nuestro estudio con cada uno de los elementos de la muestra encuestados en el proyecto, encontramos que el 81% de las encuestas aplicadas hacen uso del sistema bancario y solo un 11.9% hacen uso de las Cooperativas. A pesar de esta tendencia inclinada hacia el uso del sistema bancario, más que una desconfianza; encontramos que el 26% de los encuestados aseguran desconocer información fundamental de las Cooperativas que motivar acercarse a una de ellas. De igual manera, al momento de profundizar en un grupo focal pudimos constatar que el bajo porcentaje del uso de las Cooperativas se debe a la falta de información y/o publicidad que existe sobre los productos, servicios y beneficios que ofrece el sector Cooperativo para los usuarios financieros de la ciudad de San Pedro Sula.

CONCLUSIONES

- Se acepta la H_1 : Los usuarios financieros de San Pedro Sula, confían en las Cooperativas de Ahorro y Créditos, para adquirir sus servicios mercantiles. Dado a que pudimos comprobar que nuestra muestra de la población encuestada determinara que, por falta de información de las Cooperativas, no se acercan a una de ellas para hacer uso de su sistema financiero.
- De acuerdo con el estudio realizado y los instrumentos de investigación aplicados, se determinó que el factor más importante para no utilizar los servicios y productos financieros de una Cooperativa, con un 26% se debe a la falta de información y/o publicidad de las variables que afectan los productos y servicios financieros, como ser las tasas de interés, tasas de desembolso, plazos, seguros sobre ahorros entre otros.
- Determinamos que la opinión de los elementos de la población encuestada nos indica que la calidad de los productos y servicios que ofrecen las cooperativas como ahorros, prestamos, remesas, seguros entre otros es desconocido para la mayoría; y los que respondieron que hacen uso de ellos los califican como buenos. En ahorros igual que el banco, en préstamos mejores que el banco y en remesas igual que los bancos.
- Concluimos que todos los encuestados y las personas que participaron en el grupo focal, y que han utilizado los productos y servicios financieros ofrecidos por una Cooperativa estarían dispuestos a dar buenas recomendaciones basadas en su experiencia como usuarios financieros de las Cooperativas en la ciudad de San Pedro Sula.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las Cooperativas puedan realizar un estudio de mercado en el sector financiero, con el objetivo de realizar ajustes a sus reglamentos y políticas para el otorgamiento de créditos y gestión de sus productos financieros. Sin olvidar la razón de sus fundamentos y misión por la cual operan las Cooperativas.
- Se recomienda que las Cooperativas evalúen su situación financiera para determinar si es factible la implementación de herramientas tecnológicas, como ser; cooperativa en línea, aplicación de dispositivos móviles entre otros. Herramientas que pueden contribuir para alcanzar la visión de las Cooperativas con el objetivo de lograr el apalancamiento de nuevos afiliados y ser instituciones competitivas en una sociedad globalizada.
- Luego de estudiar los productos y servicios financieros que ofrecen el sistema Cooperativo y relacionarlo con instituciones bancarias, empresas privadas, financieras y otros; se recomienda ampliar el portafolio de productos financieros como la activación de tarjetas de débitos y créditos el cual permitirá que sus afiliados tengan al alcance la facilidad de disponer de su dinero de manera inmediata.
- Se recomienda el estudio de actividades orientadas a la captación de ahorros en donde las personas encuentren una motivación para depositar sus inversiones en efectivo como ser sorteos y promociones; buscando la manera de disminuir en la medida posible los aportes de ahorros obligatorios, ya que en algunos sectores las persona con una obligación adquirida consideran que le afecta a su capacidad de pago.
- Se recomienda aprovechar a las instituciones que regulan las Cooperativas de la ciudad de San Pedro Sula para crear campañas masivas de comunicación donde se le pueda informar a los usuarios financieros sobre la ley de transparencia, la seguridad que tienen las Cooperativas, sus ventajas competitivas sobre los productos y servicios que ofrecen y la estabilidad financiera que les permitirá a los usuarios financieros una alternativa más de confianza para poder adquirir los productos y servicios financieros.

Bibliografía

- actual, D. (s.f.). <https://diccionarioactual.com/conceptualizacion/>.
- Aignerren. (2006).
- Américas, C. d. (10-2020). *Mapeo Cooperativo*.
- Arzbach, M. (2018). *Regulación y Supervisión de las Cooperativas de Ahorro y Créditos en América Latina y El Caribe*. San José, CR.
- Beck, B. y. (2004).
- Bounocore. (1980).
- Centeno, C. M. (2017). *APORTE DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN*. Campus de La Ceiba: Innovare.
- Comisión Nacional de Bancos y Seguros. (2015). *Antecedentes del Sistema de Supervisión de las: Cooperativas de Ahorro y Créditos en Honduras*. Tegucigalpa, MDC.
- ESAN, C. (31 de Octubre de 2016). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-es-el-microentorno-y-como-influye-en-las-empresas#:~:text=El%20microentorno%20tambi%C3%A9n%20es%20conocido,dias%20como%20en%20los%20resultados>.
- Estrategia, D. (2007).
- Figueiras, Santiago. (20 de Diciembre de 2021). *CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-macroentorno.html>
- Hernández Sampieri. (2014).
- Hernández Sampieri, R., Fernandez, C. C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico.
- Hernandez Sampieri, Roberto. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F: Miembro de la Camara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Num. 736.
- Mendez. (1995).
- Ocampo, C. M. (2001). *ESTUDIO DE MERCADO Y ELABORACION DE UN PLAN DE RECUPERACION PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ZAMORANO LTDA*. Zamorano.
- Sampieri. (2013).
- Sampieri. (2017).
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* .

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). Metodología de la Investigación. En R. H. Sampieri, C. F. Collado, & P. B. Lucio, *Metodología de la Investigación* (pág. 174). México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Saragoza, A. d. (2009). *Productos Financieros y Alternativas de Financiación*. Zaragoza, España: Grupo Milán, S.L.

Ucha, A. P. (21 de 09 de 2015). *economipedia.com*. Obtenido de *economipedia.com*: <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>

ANEXOS



