



## **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“ANÁLISIS DE LAS CUENTAS INACTIVAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “SAN FRANCISCO LTDA.” Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD INSTITUCIONAL”**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial con mención en Marketing**

**Línea de Investigación:**

Gerencia, planificación, organización, dirección y control de empresas

**Autor(a):**

PAOLA ELIZABETH SÁNCHEZ SÁNCHEZ

**Director:**

Jorge Francisco Abril Flores, Dr.

Ambato – Ecuador

Marzo 2017

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE AMBATO**

**HOJA DE APROBACIÓN**

**TEMA:**

“ANÁLISIS DE LAS CUENTAS INACTIVAS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y  
CRÉDITO “SAN FRANCISCO LTDA.” Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD  
INSTITUCIONAL”.

**Línea de Investigación:**

Gerencia, planificación, organización, dirección y control de empresas

**Autor(a):**

PAOLA ELIZABETH SÁNCHEZ SÁNCHEZ

Jorge Francisco Abril Flores, Dr. Mg.

f. \_\_\_\_\_

**CALIFICADOR**

José Luis Viteri Medina, Dr. Mg.

f. \_\_\_\_\_

**CALIFICADOR**

Hernán Paúl Ortiz Coloma, Ing. Mg.

f. \_\_\_\_\_

**CALIFICADOR**

Julio César Zurita Altamirano, Ing. Mg.

f. \_\_\_\_\_

**DIRECTORA ESCUELA DE  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.

f. \_\_\_\_\_

**SECRETARIO GENERAL PUCESA**

**Ambato-Ecuador**

**Marzo 2017**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Paola Elizabeth Sánchez Sánchez portadora de la cédula de identidad N°. 1805042114 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniera Comercial con mención en Marketing son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

.....

Paola Elizabeth Sánchez Sánchez

CI. 1805042114

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por ser el pilar fundamental en toda mi vida para seguir alcanzando cada una de mis metas y ser quién día a día guía mis pasos, a mis padres Ángel y Beatriz que han sido un ejemplo de lucha y perseverancia en cada una de mis objetivos propuestos y la mano amiga que nunca me ha fallado ni me ha dejado sola, a mis hermanos Gabriela y Ángelo que con su ayuda y comprensión jamás me han permitido darme por vencida; y al ser más maravilloso que cambio mi vida mi hija Celeste quien con sus risas y alegrías me ha enseñado a seguir adelante y a vencer cada uno de mis miedos, superándome para ser mejor persona siempre.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Agencia Pelileo, en su calidad de Gerente al Ing. Fredy Zurita, por brindarme su apoyo incondicional en la realización de este trabajo y abrirme las puertas de tan prestigiosa institución.

Mi gratitud además para el Ing. Christian Manobanda quien son sus consejos y su guía ha permitido que el proyecto de investigación sea un éxito.

***Paola***

## DEDICATORIA

Este trabajo que lo he realizado con mucho esfuerzo y sacrificio constante se lo dedicó a Dios, a mis padres, a mis hermanos, a mi hija quienes han estado constantemente a mi lado brindándome su apoyo y cariño para alcanzar mis metas, ya que han sido ejemplo de perseverancia y lucha inculcando en mí valores humanos y espirituales que han hecho de mí una mujer de bien, y que en nuestro diario vivir llenan mi vida de risas, alegrías confortando mi corazón al saber que los tengo a mi lado.

Gracias mami Bachita, gracias papi Humbertito que han permitido que cumpla mis sueños y por estar siempre a mi lado apoyándome en cada paso que quiero dar y metas que quiero alcanzar su hija que les ama por siempre.

**Paola**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito principal el analizar las cuentas inactivas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco”Ltda., y su incidencia en la rentabilidad institucional, con el fin de conocer las razones por la que los socios inactivan sus cuentas. La metodología aplicada en la investigación incluyeron encuestas exploratorias aplicadas a los socios inactivos como fuente primaria de información, además de una entrevista al Gerente de la Agencia Pelileo, para establecer los parámetros necesarios previos a su aplicación. Los resultados obtenidos por la investigación demuestran que la mayoría de socios desconocen los beneficios que brinda la entidad, de esta manera se implementará un plan de mercadeo que ayude a buscar estrategias oportunas para que dichas cuentas de ahorro inactivas cambien su estado y ayuden a que se cumpla los objetivos propuestos. Además se realizará un plan de acción en donde las estrategias propuestas para solucionar el problema se lleven a cabo, mediante actividades coordinadas que generen un aporte significativo para el desarrollo y crecimiento de la institución y continúe dentro del mercado financiero, manteniendo lealtad entre la institución y los socios.

**Palabras Claves:** Cuentas de Ahorro inactivas, estrategias, crecimiento.

## ABSTRACT

The main aim of this research project was to analyze the inactive accounts at San Francisco Credit Union Co. and their impact on the profitability of the institution, in order to find reasons why its members stop using their accounts. The methodology applied in the research included exploratory surveys that were given to the inactive members as a primary source of information; besides on interview to the manager of the Pelileo branch to set adequate parameters upon its application. The results obtained by the research demonstrate that the majority of the members are unaware of the benefits the entity offers and for this reason, a marketing plan will be implemented that will help to look for opportune strategies so that these inactive savings accounts change their status and help to meet the proposed objectives. In addition, an action plan will be carried out where the strategies proposed to solve the problem are put into action through coordinated activities that generate a meaningful contribution for the development and growth of the institution so that it continues in the financial market maintaining loyalty between the institution and its members.

**Key words:** inactive savings accounts, strategies, growth.

## TABLA DE CONTENIDO

### PRELIMINARES

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1

### **CAPITULO I.....3**

1.EL PROBLEMA.....	3
1.1 TEMA .....	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN .....	3
1.3 ANÁLISIS CRÍTICO .....	5
1.4 PROGNOSIS .....	6
1.4.1 INTERROGANTES .....	6
1.4.2 DELIMITACIÓN .....	6
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	7
1.6 OBJETIVOS .....	8
1.6.1 OBJETIVO GENERAL.....	8
1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	8

### **CAPITULO II.....9**

2. MARCO TEÓRICO .....	9
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	10
2.3 DEFINICIONES Y CONCEPTOS.....	12
2.4 Cooperativa.....	12
2.4.1 Cooperativa de Ahorro y Crédito .....	13

2.5 Economía Popular .....	13
2.5.1 Economía Popular Social y Solidaria .....	14
2.6 Cuenta.....	15
2.7 Cuenta Corriente.....	16
2.8 Cuenta Ahorro.....	17
2.8.1 Características de la Cuenta de Ahorro .....	18
2.9 Cuenta de Ahorro Activa.....	19
2.10 Cuenta de Ahorro Inactiva.....	20
2.11 Rentabilidad .....	21
2.12 Rentabilidad Económica .....	22
2.13 Rentabilidad Financiera .....	23
2.14 Riesgo .....	23
2.14.1 Clasificación de los Riesgos .....	24
2.15 Riesgo Financiero .....	26
2.15.1 Tipos de Riesgos Financieros .....	27
2.16 Mayor Riesgo – Mayor Rentabilidad .....	29
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>30</b>
METODOLOGÍA .....	30
3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	30
3.1.1 Investigación Bibliográfica .....	30
3.1.2 Investigación de Campo .....	30
3.2 Enfoque Cualitativo – Cuantitativo .....	31
Nivel o Tipo de Investigación.....	31
Técnicas e Instrumentos.....	32
Población y Muestra.....	32
Población.....	32
Muestra .....	32
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>34</b>
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	34
CAPITULO V.....	54

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	54
CONCLUSIONES .....	54
RECOMENDACIONES.....	55
<b>CAPITULO VI .....</b>	<b>56</b>
PROPUESTA .....	56
6.1 Título .....	56
6.2 Antecedentes y Reseña Histórica de la Propuesta.....	56
6.3 Ubicación Geográfica.....	58
6.4 Justificación.....	59
6.5 Objetivos .....	60
6.5.1 Objetivo General .....	60
6.5.2 Objetivos Específicos .....	60
6.6 Desarrollo de los objetivos.....	60
6.6.1 Situación Actual .....	60
6.6.2 Situación del mercado mediante herramientas estratégicas .....	62
6.6.2.1 Análisis Macro entorno .....	62
6.6.2.2 Análisis Micro entorno .....	63
6.6.2.3 Análisis FODA.....	63
6.6.2.4 Análisis PEST .....	65
6.6.2.5 Análisis PORTER.....	66
F1 Poder de negociación de clientes .....	67
F2 Poder de negociación de proveedores .....	67
F3 Amenaza de nuevos competidores.....	67
F4 Amenaza de productos sustitutos .....	70
F5 Rivalidad entre competidores.....	70
6.6.3 Desarrollo de las estrategias .....	71
6.6.3.1 Estructurar una publicidad enfocada al movimiento de las cuentas de los socios de la cooperativa. ....	71
6.6.3.2 Estructurar un Plan de medios de comunicación enfocado en campañas que den a conocer la ubicación de la institución.....	72
6.6.3.3 Conocimiento continuo de satisfacción a los socios.....	72
6.6.3.4 Mejora continua en la atención al público .....	73

6.6.3.5 Construir redes interbancarias que faciliten el movimiento de las cuentas. ....	74
6.6.3.6 Reestructurar los horarios de atención a los socios en turnos que permitan la accesibilidad de los socios a la institución. ....	74
Plan de acción.....	75
Conclusiones.....	82
Recomendaciones .....	83
Bibliografía .....	84

## TABLA DE GRÁFICOS

### GRÁFICOS

Gráfico 4.1 Posee una cuenta dentro institución .....	35
Gráfico 4.2 Apertura de Cuenta.....	36
Gráfico 4.3 Tiempo posee la Cuenta.....	37
Gráfico 4.4 Tipo cuenta Posee .....	38
Gráfico 4.5 Frecuencia utiliza la cuenta .....	39
Gráfico 4.6 Posee cuenta en otra institución.....	40
Gráfico 4.7 Fomenta Cultura de Ahorro .....	41
Gráfico 4.8 Como calificaría servicio de Institución .....	42
Gráfico 4.9 Conoce beneficios de la entidad financiera.....	43
Gráfico 4.10 Cómo enteró servicios de entidad financiera .....	44
Gráfico 4.11 Razón inactiva su cuenta.....	45

### TABLAS

Tabla 4.1 Semestre de Enero -Junio.....	51
Tabla 4.2 Comparación Julio .....	53
Tabla 6.1 Análisis FODA.....	64
Tabla 6.2 Análisis Pest .....	65
Tabla 6.3 Estructurar publicidad mayor posicionamiento .....	76
Tabla 6.4 Plan de Medios dar a conocer beneficios institución .....	77
Tabla 6.5 Seguimiento a los socios.....	78
Tabla 6.6 Mejorar atención al público.....	79
Tabla 6.7 Construir redes interbancarias .....	80
Tabla 6.8 Crear sistemas de turnos .....	81

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación está organizado en seis capítulos los cuales ayudarán a desarrollar de manera clara y amplia el problema de estudio, que trata sobre la Inactivación de Cuentas de Ahorro, que existe dentro de Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, el cual se ha desarrollado respondiendo al modelo sugerido e implementado por la Carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato; detallando su contenido de la siguiente manera:

El Capítulo I, denominado EL PROBLEMA, se describe el planteamiento del problema, contiene el análisis macro, meso y micro que tiene relación con el problema propuesto visto de diferentes perspectivas que ayuden a desarrollarlo de mejor manera. Además se enfoca en el análisis crítico del problema o por qué se ocasionó, prognosis, formulación del problema, delimitación en donde se realizará la investigación, justificación y objetivos generales y específicos.

El Capítulo II, denominado MARCO TEÓRICO, se analiza los antecedentes de la investigación, la fundamentación legal y la descripción de categorías fundamentales que ayuden al desarrollo de la investigación.

El Capítulo III, denominado METODOLOGÍA, se describe la modalidad básica y el nivel o tipo de investigación utilizado. La población y muestra que ha sido objeto de estudio; además se operacionalizó la variable población para determinar la muestra de la investigación.

El Capítulo IV, denominado ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS, se detalla el análisis de los resultados y la interpretación de los datos que se obtuvo de la encuesta y la entrevista mediante gráficos que permitan diferenciar las cifras y porcentajes de los resultados de la investigación.

El Capítulo V, denominado CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, se plantean las mismas que han sido elaboradas en base al análisis de resultados que se obtuvieron durante la investigación.

El Capítulo VI, denominado PROPUESTA, este contiene ideas apropiadas para resolver el problema planteado, en donde se detallan datos informativos, antecedentes, justificación, objetivos tanto general como específicos, la situación actual de la institución, análisis FODA, análisis PEST, análisis PORTER, desarrollo de estrategias que ayuden a elegir a la institución como la mejor.

Finalmente, se incluye materiales de referencia desarrollados en Bibliografía y Anexos, en los que encontramos los cuestionarios de la encuesta y la entrevista realizada dentro de Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, para la obtención de información clara y veraz que ayude a desarrollar de manera correcta el problema de la investigación.

## **CAPITULO I**

### **1. EL PROBLEMA**

#### **1.1 TEMA**

“Análisis de las cuentas inactivas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” y su incidencia en la rentabilidad institucional.”

#### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN**

###### **Análisis Macro**

Las cooperativas de ahorro y crédito surgieron con el objetivo de crear recursos, por medio del ahorro para atender con ellos el progreso de la sociedad como medio principal para crear objetivos y medios los cuales permitan la creación de nuevas entidades; creando competitividad y construyendo pilares fundamentales formando una estructura óptima adecuada para el cooperativismo ecuatoriano.

El sistema financiero corporativo en Ecuador está conformado tanto por entidades públicas como privadas las cuáles mantiene la economía de la población de forma activa, abriendo sus cuentas dentro de cada una de las instituciones para de esta manera fomentar el ahorro en cada uno de sus socios que se han unido de forma voluntaria en las sucursales que existen alrededor del país; permitiendo de esta forma crear relaciones sujetas tanto con las

instituciones como con el gobierno y sus políticas directamente enfocados a grupos o clases de cooperativas que concedan la libre comercialización de sus servicios financieros, en donde cada uno de los socios depositen su dinero dentro de sus cuentas para que no sean desactivadas por el sistema que mantiene la institución, pues si dichos socios dejan inactivar sus cuentas esto generaría un costo de mantenimiento.

### **Análisis Meso**

En la Provincia de Tungurahua el cooperativismo mantiene un crecimiento sostenido en función de atender a sus socios, lo que permite generar más recursos económicos; con personal técnico y especializado que accede a obtener información actualizada de cada movimiento que se genere dentro de la misma; según el Banco Central del Ecuador (2014) la provincia cuenta con el 49,36% de instituciones financieras de las cuales un alto porcentaje del mismo se enfocan en el sistema cooperativista y en la apertura de nuevas cuentas dentro de las instituciones financieras demostrando gran participación en el mercado financiero, ayudando a que dichas cuentas no se inactiven y cada uno de los socios genere movimiento dentro de las mismas.

Existen factores que impulsan a generar movimientos cooperativistas de ahorro que conlleven de cierta forma evaluar el sector; adquiriendo tendencias que nos facilite la disponibilidad de datos, analizando los distintos modelos cooperativos adoptados dentro de las instituciones generando un sentido competitivo entre las demás que accedan a financiar sus actividades.

### **Análisis Micro**

Dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, se han generado diversas oportunidades de crecimiento lo que ha permitido potenciarse de manera segura en cuanto a la prestación de servicios, en el caso de estudio es reconocida y demandada por gran número de socios que

posee, lo cual ha proporcionado que siga en el mercado financiero, en donde con dicha confiabilidad crezcan sus actividades y se beneficien de manera correcta y estable; incentivando de esta forma a que más personas sean parte de la misma, permitiéndoles cuidar de sus ahorros y generando un interés significativo.

Sin embargo, la inactivación de las cuentas de ahorro dentro de la institución es un factor importante que afecta al área financiera, el presente trabajo de investigación permitirá conocer las razones por las cuales los socios dejen que se inactiven sus cuentas de ahorro y como la misma solventa ese espacio en desuso, incidiendo en la rentabilidad de la institución; persiguiendo de esta manera que los recursos destinados generen estabilidad siendo óptimos y correctos.

### **1.3 ANÁLISIS CRÍTICO**

El problema en Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, radica en la inactivación de las cuentas de sus socios al no generar movimiento, lo que significa para la institución un costo de mantenimiento de la misma y cómo afecta a la liquidez, generando espacio en desuso, buscando conocer las razones por las que los socios dejan inactivarlas, teniendo parámetros cuantitativos al momento de conocer dichas razones, serán las causas del porqué se inactive una cuenta, para esto se realizará una encuesta a los socios con el fin de recopilar información relevante, y si este factor afecta o no en la rentabilidad. De esta forma plantear estrategias en donde los socios no dejen de ocupar los servicios creando confiabilidad y fidelidad en cada uno de sus ellos, estableciendo beneficios tanto para los socios como para la institución, que al guardar su dinero obtengan los diferentes beneficios que les brinda; en donde, a diferencia de las otras cuentas estas permitirá retirar la cantidad que el socio desee y en el momento en que lo necesite.

## 1.4 PROGNOSIS

Para la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” mantener una cuenta en estado inactivo genera un costo de mantenimiento y un espacio en ineficaz , en donde responder a una pregunta clave permitirá conocer cómo resolver la problemática y determinar las posibles soluciones a tener.

- ¿Cómo incide las cuentas inactivas en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”?

### 1.4.1 INTERROGANTES

¿Por qué se origina? Los socios no generan movimientos

¿Qué lo origina? No aplica

¿Cuándo se origina? A los tres meses que el socio no realice movimientos

¿Dónde se origina? Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”

¿Dónde se detecta? Área Operativa

### 1.4.2 DELIMITACIÓN

**Campo:** Administración

**Área:** Marketing

**Espacial:** Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”

**Temporal:** 4 meses

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

El tema de investigación tiene el propósito de influenciar a los socios de la cooperativa que no dejen inactivar sus cuentas de ahorro; en donde la institución recompense su manera de ahorrar brindándole tanto un buen servicio como garantizándole mantenerse en el mercado financiero, con la aceptación y fidelización de cada uno de ellos, permitiendo dar a conocer sus beneficios y siendo participes de lo que les brinda. Aquello permitirá a la entidad disponer de los fondos necesarios para realizar sus actividades diarias, y ofrecer sus productos financieros desde el área comercial como apertura de cuentas, otorgamiento de créditos que permitan manejar correctamente su liquidez. Conociendo las razones por la que los mismos dejan inactivar sus cuentas de ahorro y motivando a cada uno de ellos a seguir generando movimientos; por el cuál se impulse el ahorro y las captaciones de cada uno de los socios dentro del sistema financiero cooperativo. Además de promover el ahorro en cada uno de los socios se pretende buscar una relación dinámica entre el personal que labora y las personas que acuden a la misma, brindándoles un servicio adecuado que satisfaga las necesidades y exigencias; siendo atendidos con amabilidad y cordialidad por parte de cada una de las personas que trabajan dentro de la institución a cada uno de los socios.

De esta manera promocionar a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, no solo como institución que brinde adecuados servicios financieros sólidos y estableces basados en todas las normas y leyes establecidas por el régimen de nuestro país, sino permanecer en la mente de cada uno de los socios, para que exista una participación activa por cada una de las partes; que han depositado su confianza en la misma. Dando a conocer los beneficios que presta, las ventajas que puede obtener depositando su dinero, y promocionándola de manera local como fuera del cantón.

## **1.6 OBJETIVOS**

### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

- Analizar las cuentas inactivas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” y su incidencia en la rentabilidad institucional.

### **1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar el porcentaje de cuentas inactivas que existen en la institución.
- Fundamentar el aspecto teórico de la inactivación de cuentas dentro de la institución.
- Validar la propuesta de solución mediante la realización de encuestas para conocer porcentajes de inactivación de dichas cuentas y como inciden en la rentabilidad.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para el desarrollo de la presente investigación se ha buscado relacionarla con temas antes ya desarrollados en los que se tomará en cuenta aspectos importantes y que ayuden al correcto desarrollo de la investigación tales como:

En la investigación realizada por Aguilar Verdesoto (2014) con su tesis titulada: La inversión de los depósitos a largo plazo y su impacto en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi de la Ciudad de Ambato. Elaborado en el año 2014 en la Universidad Técnica de Ambato nos menciona que para incrementar la rentabilidad dentro de una institución financiera es importante cumplir una serie de pasos se pueda desarrollar un análisis financiero adecuado los cuales permitan alcanzar solidez y rentabilidad que garanticen las sostenibilidad de los movimientos.

Además se encontró otra tesis relacionada con el tema cuya autora Mora Pinos, (2014) manifiesta que:

*“La rentabilidad persigue conseguir el máximo rendimiento de las inversiones efectuadas, el riesgo esta a su vez íntimamente relacionado con la rentabilidad ya que a más rentabilidad mayor riesgo y viceversa. Las principales decisiones de finanzas corporativas con inversión, financiamiento y reparto de los dividendos” (p.22).*

El principal motivo de conocer sobre la rentabilidad dentro de la institución financiera es para conocer si afecta de alguna manera la inactivación de una cuenta en dicha variable la cual nos permita identificar claramente estrategias que permitan motivar a los socios a que no dejen de generar movimiento en sus cuentas provocando un espacio en desuso dentro del sistema. Para que se pueda identificar factores claves que ayuden a desarrollar sus metas y estrategias claras ayudando a garantizar la fidelización de cada uno de sus socios o de un porcentaje aceptable de los mismos

También en la Universidad de las Fuerzas Armadas la estudiante Tonato Tualumbo (2013) manifiesta que:

*“Evaluar y mejorar el nivel de liquidez, de tal manera que se logre percibir ingresos adicionales resultantes de las inversiones que puede llevar a cabo la institución, siempre y cuando se encuentren colocadas en instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que garanticen rentabilidad, flexibilidad y solvencia de fondos”(p. 105)*

Es necesario establecer parámetros para mejorar la inactivación de cuentas de ahorro lo que afecta directamente a la liquidez como un indicador positivo dentro de los diferentes balances que genera la institución financiera, logrando así mantener un porcentaje óptimo en cuentas activas e incentivar a que los socios sean parte activa, que no dejen generar movimientos pues cuando dejan de hacerlo esto produce un costo mantenimiento; lo que generaría valores económicos negativos.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Dentro de nuestro país existen leyes y reglamentos que se enfocan a las cooperativas lo cual permite su correcto funcionamiento dentro de la sociedad

creando vínculos favorables con las personas los mismos que deberán regirse a las diferentes artículos que contiene en la Ley de Cooperativas en su Título III De los Socios en el Registro Oficial 400; nos manifiesta que los socios:

**Art. 11.-** Siempre que llenen los requisitos establecidos en el Reglamento General y en el Estatuto, pueden ser socios en una cooperativa:

- a) Quienes tengan capacidad civil para contratar y obligarse;
- b) Los menores de 18 años y cuantos se hallen bajo tutela o curaduría, que lo hagan por medio de su representante legal;
- c) Los menores comprendidos entre los 14 y los 18 años de edad, por sí solos, en las cooperativas estudiantiles y juveniles; y
- d) Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro.

En nuestro país, existen diferentes normativas, leyes, acuerdos en donde se rigen cada una de las instituciones financieras para el correcto funcionamiento de las mismas en el Decreto 194 en su título cuarto del Régimen Económico en su artículo 48 manifiesta que:

*“El capital social de la cooperativas estará constituido por las aportaciones en dinero efectuadas por los socios, representadas en los certificados de aportación, de los cuales se llevará un registro actualizado. Los certificados representan la participación patrimonial de los socios en la entidad y les confiere derecho de voz y voto. En el estatuto se establecerá el valor nominal de los certificados de aportación. ”*

El mismo Decreto en su artículo 52 también nos menciona que:

*“Las cooperativas de ahorro y crédito en todo momento deberán mantener una relación entre su patrimonio técnico y la suma*

*ponderada de sus activos y contingentes no inferior al 9% y sujetarse a las normas de solvencia y prudencia financiera establecida en la ley y normativa expedida por la Junta Bancaria, que en todo caso emitirá normas diferenciadas atendiendo la particular naturaleza de las cooperativas.”*

Cada ley a las que se deben regir las cooperativas permitirá su correcto y adecuado funcionamiento dentro del ámbito financiero para de esta manera seguir creciendo y permanecer en el mercado financiero acatando cada uno de los artículos o reglamentos para su correcto funcionamiento. Dentro de las instituciones financieras también es importante tomar en cuenta como estas, deben manejar su liquidez para brindar solvencia y confiabilidad a cada uno de los socios que depositan su dinero, garantizándole su permanencia en el mercado para lo cual el Decreto 194 en su título octavo del fondo de liquidez en su artículo nos manifiesta que: *El fondo de liquidez será constituido por las cooperativas de segundo piso con los aportes recibidos de sus socios o contribuciones de organismos internacionales de apoyo. En el participarán obligatoriamente todas las cooperativas controladas por la Superintendencia.*

## **2.3 DEFINICIONES Y CONCEPTOS**

### **2.4 Cooperativa**

En el mercado financiero existen diferentes entidades en las cuales cada una de las personas puede confiar su dinero de manera rápida y veraz tales como: cooperativas, bancos, bolsas de valores, etc. Las mismas que garantizarán la estabilidad y permanencia en dicho mercado, de tal forma que en la Ley de Cooperativas Título I, Naturaleza y Fines manifiesta que:

*“Son cooperativas las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual, y moral de sus miembros.”*

De esta forma cumplir a cabalidad con dichas responsabilidades y obligaciones que están sujetas, tanto las personas que desean ser socios, como la asamblea de la cooperativa que velará por el crecimiento de la misma.

#### **2.4.1 Cooperativa de Ahorro y Crédito**

Son aquellas sociedades que tienen por objetivo cubrir las necesidades financieras de cada una de las personas que necesitan este servicio financiero, en donde su objetivo es recaudar dinero mediante las cuentas que se abren, o mediante la emisión de los distintos créditos para cubrir necesidades, de esta manera buscar su nicho de mercado específico y prestar su servicio tanto en las zonas urbanas como rurales de los diferentes cantones.

#### **2.5 Economía Popular**

Es una actividad productiva dentro del país el cual determina el número de personas que se siguen uniendo a este tipo de actividades las cuales permiten que se generen su propio empleo y puedan emplear a más personas si deciden abrir una empresa generando sus propios ingresos económicos para solventar sus necesidades y las de sus familias en la cual Icaza Ana (2008) manifiesta que:

*“Es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales.”*

### **2.5.1 Economía Popular Social y Solidaria**

Se pretende explicar el funcionamiento de como esta basado la economía de nuestro país en base a rasgos o redes productivas basadas en diferentes ámbitos tales como la producción, distribución, intercambio, consumo, ahorro, reinversión lo cual permita crear valores de uso dentro de la economía. De esta manera involucrar directamente a las instituciones financieras a que cuiden el ahorro de las personas, con supervisión de entes mas altos que permitan garantizar el desarrollo y estabilidad de las mismas dentro del mercado financiero.El sistema económico se basara en el conjunto de actividades que desarrolle la institución como cabeza principal del mercado financiero, para de esta manera garantizar la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles que se generarán dentro de ellos; para satisfacer sus necesidades, en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (2011) artículo uno lo define como: *“Una forma de organización económica en la que los integrantes se unen para producir, intercambiar, comercializar, financiar y consumir bienes y servicios que les permita satisfacer sus necesidades y generar ingresos.”* La misma ley manifiesta que dentro de la economía popular y solidaria existen principios los cuales permiten ser guía necesaria para conseguir un fin o propósito ya establecido o definido de lo cual menciona los siguientes:

- La búsqueda del buen vivir y el bienestar común.

- La prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos individuales.
- El comercio justo y el comercio ético y responsable.
- La solidaria y la rendición de cuentas.
- La distribución equitativa y solidaria de los excedentes.

En donde, la ley reconoce como forma de organización económica a los sectores comunitarios, asociativos, cooperativos (relacionados con producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito, servicios), los cuales ayudarán a fortalecer el trabajo que realiza cada una de las personas mediante su fuerza física para generar ingreso, de esta manera dichos sectores permitan la accesibilidad de las personas a la utilización de servicios tanto para guardar su dinero de manera positiva y generando un interés para cada una de ellos, y , la posibilidad de obtener créditos para seguir generando su propio trabajo y satisfacer sus necesidades y las de sus familias.

## **2.6 Cuenta**

Es aquella variable la cual permite que los socios se identifiquen dentro de la misma con un número designado para su uso lo que permitirá al socio de la institución realizar sus transacciones para lo cual Rios Isis, menciona que una cuenta: *“Dícese del Registro Contable que efectúa un banco de las operaciones que un cliente realiza con él. Las cuentas bancarias pueden ser a la vista o a término, a interés o no. Acompañadas o no de facilidades crediticias”*. Cabe recalcar que dentro de la entidad, las cuentas representan ingresos notables lo que genera la sustentabilidad de la misma.

En la que se pueda generar depósitos ordinarios lo que le permita generar movimientos, en donde la misma demuestre a cada uno de sus socios rentabilidad y liquidez, garantizándole así beneficios de financiamiento en las

que permitirán mantener liquidez, accesibilidad a las diferentes fuentes de financiamiento y los movimientos que genera cada socio dentro de sus cuentas.

Dentro de las instituciones financieras una cuenta es una herramienta clave que genera ingresos al momento de que cada uno de los socios realiza sus transacciones tanto dentro como fuera; es decir se quedan en la mente de consumidor para de esta manera ser más competentes y seguir abriéndose a más mercados.

Una cuenta es un soporte que permite captar dinero de cada una de las personas centradas en guardar su dinero de forma concreta y segura de modo que a futuro dicho dinero permita obtener liquidez tanto para la persona como para la institución; permitiendo concientizar a cada uno de los socios sobre las transacciones que se realizan sean seguras y eficaces creando a futuro un valor agregado llamado interés dentro de su dinero.

## **2.7 Cuenta Corriente**

En las instituciones o entidades financieras una cuenta corriente permite a los socios determinar acuerdos o parámetros en los cuales llegarán de forma segura administrar cada una de sus cuentas y la información que se obtiene en cada una de ellas. Para lo cual Barral Varrela (2015) en su artículo nos menciona que:

*“Cuenta corriente es el contrato firmado entre una persona física o jurídica con una entidad financiera y por el que dicha persona puede ingresar en dicha entidad importes en efectivo que conforman un saldo a su favor del que puede disponer de forma inmediata, parcial o total.”*

Permitiendo que esta cuenta sea un medio o instrumento por el cuál se realicen cada una de las operaciones de forma ordenada con las diferentes entidades financieras; en donde se generan diversos medios tales como tarjetas de débito, crédito, cheques entre otros; que den facilidades a cada uno de los usuarios, socios, clientes, personas que usualmente utilizan este servicio para generar movimientos dentro de sus cuentas permitiendo tener accesibilidad.

Las diferentes cuentas obligan a cada una de las personas, a seguir modelos financieros en donde puedan realizar sus depósitos, transacciones que sean instrumentos financieros para verificar su dinero de manera confiable y transparente mostrando solvencia y rentabilidad en cada uno de los movimientos, en virtud de cada una de las ordenes que se generen, se convierta más allá que en fondos depositados sino con la emisión de cheques se genere sobregiros en la cuenta pactando tanto las dos partes en crear un interés propio y relaciones directas en disponer su dinero en su totalidad.

## **2.8 Cuenta Ahorro**

La mejor fórmula para que las personas guarden su dinero de manera correcta y eficiente de modo que a futuro sea capaz que con dicho dinero se solventen necesidades y deseos en donde Fonseca,Alexandre. (2012) nos comenta que:

*“La finalidad de una cuenta de ahorros no es solamente depositar lo que conseguimos ahorrar, sino también es para hacer crecer nuestros ahorros con un interés fijado; mientras este no es usado, y si es con un interés compuesto mejor pues permite crecer el monto”.*

Dentro de una institución financiera es importante tener relación directa con los socios pues siguen un proceso administrativo que permite a cada uno de ellos, generar movimientos permitiéndole así mantener un vínculo de relación directa utilizando herramientas que permitan mejorar dicha relación.

También Zambrano, Armando (2010) nos comenta que las cuentas de ahorro permiten a la colectividad anticiparse a los cambios tanto demográficos como económicos que existan en el futuro y menciona que: *“Es un servicio bancario mediante el cuál una institución recibe dinero a título de ahorro y paga un interés comercial anual que es regido por disposiciones gubernamentales.”*

En donde los movimientos que genere tanto la institución, como los socios permitan orientarse a cumplir objetivos claros que se han propuesto; evaluando a los afiliados a mantener activa su participación dentro de la misma. Impulsando a que prevalezca el cooperativismo con todos los miembros, brindando una orientación correcta y clara hacia las oportunidades que brinda el mercado.

El promover el ahorro en la actualidad genera la autosuficiencia económica la cual permitirá a cada una de las personas o establecimientos financieros, fidelizarse a cada una de ellas de tal manera que dicho dinero guardado podamos invertirlo para una mismo o para los miembros de nuestras familias, en las cuales estando el dinero guardado pueda seguir ganando un porcentaje de interés que le permita aumentar de cierta manera su capital; mejorando su calificación crediticia.

### **2.8.1 Características de la Cuenta de Ahorro**

Dentro de los organismos financieros se denomina un factor importante el crear una cuenta en donde cada uno de los socios generen movimientos tomando alternativas y estrategias que permitan generar servicios asociados los cuales obtengan atributos dentro de una cuenta de ahorro es importante pues reconocer diferentes factores y medios los cuales se podrán tomar en cuenta para Fonseca, Alexandre (2012) las características relevantes a tomar en cuenta son:

- Total libertad para depositar nuestros ahorros, sea cual sea la cantidad depositada. Sin mínimos ni máximos prefijados.
- Líquido. Es decir disponer de nuestros ahorros en cualquier momento.
- Liquidación de interés en la misma cuenta de ahorros. Si la liquidación de interés tiene un período mensual, es mejor.
- Interés compuesto. Que los intereses generen nuevos intereses.

En este punto es importante destacar que las instituciones financieras no deben poner ni máximo ni mínimo en cada una de las transacciones que se generen dentro o fuera de la misma, pues las personas al dejar su dinero están confiando en la sustentabilidad que ofrece la misma y el dinero a favor llamado interés que se les va a otorgar por mantener sus cuentas, periódicamente generando movimientos. Es primordial que exista liquidez en cada uno de los socios que dejan su dinero, deberán retirarlo al momento que ellos lo consideren prudente pues la liquidez de la entidad será su mayor ventaja.

## **2.9 Cuenta de Ahorro Activa**

Teniendo en cuenta que las entidades financieras, se manejan por medio de cuentas que permiten generar movimientos y transacciones a cada uno de los socios que toman la decisión de ser parte de la misma, permitiendo generar fondos a la institución que ayuden a permanecer en el mercado financiero, determinando una base o promedio mínimo de dinero que debe ser mantenido en la misma para que siga reflejando movimientos en donde Ríos, I manifiesta que la cuenta activa es aquella *“cuenta en donde se generan movimientos, transacciones, movimientos en donde se genera interés por el monto depositado, determinando una base que debe permanecer en la misma.”*

Cada uno, deberá generar las operaciones necesarias para que su cuenta siga activa generando transacciones, en donde permita guardar y retirar su dinero en el momento que el deseen, y el dinero que quede en la cuenta genere interés que ayude a aumentar su capital con saldos promedios generados.

## **2.10 Cuenta de Ahorro Inactiva**

Dentro de las instituciones financieras la inactivación de cuentas de ahorro llamadas también abandonadas en donde existe la intermediación tanto de la misma, como para los socios que no generan transacciones o movimientos, de tal forma que dichas cuentas se den por inactivas en cierto período de tiempo dependiendo de las políticas y reglamentos que existen dentro del país.

Sin embargo Rios, I menciona que una cuenta inactiva es aquella *“Cuenta que durante un período de tiempo variable (por lo general 6 meses) no refleja movimiento alguno, por lo cual se separan del resto para facilitar su manejo con respecto a las demás.”*(Pág.2), lo cual influye de manera significativa en cada una de las operaciones que se realizan dentro de la institución, generando así el cobro de interés por no generar movimientos u operaciones dentro de sus cuentas.

El generar cuentas o valores inactivos involucra que la cooperativa desempeñe vínculos con los socios lo cual permita obtener una finalidad lucrativa, generando movimientos tanto de manera voluntaria como ligados al pago de sus créditos, permitiendo de esta forma tener liquidez de recursos, acumulando fondos que ayuden a desarrollar una estructura organizativa uniforme rigiéndose a normativas tanto internas como las que rige el estado, brindando de esta manera tener una participación activa de cada una de las partes.

La información sobre la inactivación de cuenta arroja resultados, en donde podemos ver que tenemos diferentes variables, necesarias para conocer cómo

afecta a la rentabilidad demostrando si afecta o no a la misma dicha inactivación.

## 2.11 Rentabilidad

Dentro del sistema de cooperativas es importante tomar en cuenta diferentes factores que permitan a las mismas, mantenerse en el mercado de manera que solventen las necesidades de los socios en donde para Westley & Sherrill (2000) menciona que:

*“La rentabilidad, es decir, la obtención de ganancias para aumentar el capital de la institución, es también una de las claves para desarrollar una intermediación financiera sana y capaz de crecer sostenidamente”.*

La cual permite adoptar diferentes medios y políticas las cuales ayuden a generar interés en cada uno de los socios, permitiendo de esta manera eliminar riesgos financieros que la inestabilicen. De esta manera dicha variable mantiene una estrecha relación con el de sobrevivir, generando matices que desde el punto de vista financiero se vinculen relaciones en base a como los socios realizan sus movimientos dentro de la misma. La rentabilidad es un factor muy importante dentro de todo tipo de entidad pues de esta forma permite a cada uno de los socios confiar su dinero, sin embargo Díaz Llanez (2009) sostiene que rentabilidad es:

*“La remuneración que una empresa (en sentido amplio de la palabra) es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es una medida de la eficacia y eficiencia en el uso de esos elementos tanto financieros, como productivos como humanos.”*

Permitiendo de esta manera que las dos partes, reciban beneficios relativos o porcentuales en magnitudes económicas especificadas en dinero sobre los movimientos que se generen dentro de la misma obteniendo tanto una rentabilidad económica para los socios y la institución.

Dentro de cada una de las empresas, entidades financieras hay que tener en cuenta diferentes factores y como afectan en la rentabilidad, de este modo centrarse en lo que busca; manteniéndose en el mercado y fidelizando a los socios.

## **2.12 Rentabilidad Económica**

Es aquella variable que permite medir la evolución de los activos respecto al capital total independientemente de la estructura financiera que se tenga, pues este beneficio ayuda a obtener una visión más clara de hacia dónde está dirigida y los rendimientos que en un futuro podrán adquirir, sin embargo, García & Lloret (2011) en su texto manifiesta que:

*“Rentabilidad económica es el ratio que indica que mejor sera la productividad que se obtiene del activo, que se expresa en tanto por uno en donde, indica si se ha mejorado del año que se esta realizando con respecto al año anterior.”*

Permitiendo de esta manera, obtener datos precisos y concretos de como esta creciendo, teniendo un comparativo de como está en la actualidad con los otros años, y de esta manera poder exponer que las cuentas dentro de las cooperativas son consideradas parte de su activo y en que porcentaje influyen en la rentabilidad financiera respecto a su capital total.

### 2.13 Rentabilidad Financiera

Aquella variante que esta directamente relacionada con la posibilidad de obtener mas lucro en relación con los recursos que se utilizaron para obtener dichos bienes o servicios que pueden verse como fondos para generar mayores ingresos, en donde García & Lloret (2011) mencionan que:

*“Es el ratio mas importante para los miembros de una empresa ya que mide el beneficio neto generado por la empresa en relación a la inversión realizada por los propietarios de la misma, a través de sus aportaciones recogidas en la cuenta de sus capitales propios.”*

Este tipo de rentabilidad puede verse también como medida en cuanto se invierte para obtener mas fondos o ingresos que le permitan aumentar de forma cuantitativa la rentabilidad, en base a lo anteriormente invertido dicho valor se obtiene dividiendo el beneficio neto despues de impuestos para los fondos propios que tenga la institución dicha variable tambien es conocida como ROE (Return on Equity).

### 2.14 Riesgo

Dentro de cada entidad financiera tanto públicas como privadas es necesario tener en cuenta el riesgo como factor importante dentro de la misma, esta variable riesgo es considerada como ayuda en la toma de decisiones, pues de esta manera la rentabilidad puede ser turbulenta y no generar rentabilidad veraz y clara generando incertidumbre ocasionando consecuencias graves, sin embargo Haro, Alfonso (2011), manifiesta que:

*“ El riesgo es un factor relacionado con la psicología del ser humano con las matemáticas, la estadística y la experiencia adquirida a través de los años. La función de la administración de riesgos es en esencia un método racional y sistemático para entender los riesgos, medirlos y controlarlos en un entorno en el que prevalecen instrumentos financieros sofisticados, mercados financieros que se mueven con rapidez”.*

Esta variable es conocida de forma negativa dentro de los sistemas financieros que se generan en el mercado de modo que están relacionados en la toma inadecuada de decisiones que no permiten el crecimiento dentro del mercado, el riesgo esta relacionado con pérdidas que podrian existir en un futuro en donde confronten diferentes problemas que se pudieran generar en cada decisiones tomadas.

#### **2.14.1 Clasificación de los Riesgos**

La probabilidad de ocurrencia de una inadecuada toma de decisiones no permite generar la posibilidad de tener resultados positivos, de manera que se direcciona de nuevas maneras al mercado al que está dirigido, sin embargo, el mismo autor menciona que existe clasificaciones que permitirán conocer que consecuencia se puede tener con cada uno de ellos.

## **Riesgo de Mercado**

*“La pérdida que sufre un inversionista debido a la diferencia en los precios que se registran en el mercado o en movimientos de los llamados factores de riesgo (tasas de interés, tipos de cambio, etc.). También se puede definir como la posibilidad de que el valor presente neto de los portafolios se mueva adversamente ante cambios en las variables macroeconómicas que determinan el precio de los instrumentos que componen una cartera de valores.”(Ibidem 16).*

## **Riesgo de crédito**

*“Es el más antiguo y probablemente el mas importante que enfrentan los bancos. Se puede definir como la pérdida potencial producto del incumplimiento de la contraparte en una operación que incluye un compromiso de pago”.(Ibidem 16 )*

## **Riesgo de Líquidez**

*“Se refiere a la imposibilidad de transformar en efectivo un activo o portafolios (imposibilidad de vender un activo en el mercado) este se presenta en situaciones de crisis, cuando en los mercados hay únicos vendedores y las instituciones adquieren mayor cantidad de recursos para financiar sus activos a un costo inaceptable”.(Ibidem 16 )*

## Riesgo Legal

*“Se refiere a la pérdida que se sufre en caso de que exista incumplimiento de una contraparte y no se pueda exigir cumplir con compromiso de pago, se refiere a operaciones que tengan algún error de interpretación jurídica o alguna omisión en la documentación.”(Ibídem 17)*

## Riesgo Operativo

*“Relaciona con pérdidas por fraudes por falta de capacitación de algún empleado en la organización. Así mismo, este tipo de riesgos se atribuye a las pérdidas en que puede incurrir una empresa o institución por la eventual renuncia de algún empleado o funcionario, quien durante el periodo en que laboró en dicha empresa concentró todo el conocimiento especializado en algún proceso clave.”(Ibídem 17)*

Estos diferentes tipos de riesgos permiten conocer diferentes escenarios por los que puede pasar si se toma inadecuadas decisiones de tal manera que aseguren su desempeño y crecimiento midiendo dichos riesgos sistemáticamente para en el futuro no tener pérdidas que reflejen en los balances de la institución.

### 2.15 Riesgo Financiero

Este término es asociado con la posibilidad de obtener beneficios mayores a los esperados, en donde dichos recursos utilizados permitan obtener un retorno

absoluto de lo realizado en la inversión, sin dejar a un lado el impacto que debe ocasionar nuestro producto o servicio a la sociedad para que de esta manera dicho riesgo se elimine de forma progresiva tomando decisiones adecuadas para el futuro de la organización en donde Cáceres & López (2012) menciona que:

*“Los riesgos financieros han existido siempre, pero ha ido adquiriendo importancia progresiva en los últimos años a nivel mundial, con grandes cambios producidos en las empresas financieras (de inversión y de crédito) y no financieras, originados en su mayoría por el proceso de liberación e internacjonalización de los respectivos sistemas financieros lo que facilita incremento operativo.”*

El riesgo financiero sin embargo favorece la innovación de los diferentes procesos, estrategias y decisiones que se generen, permitiendo así fomentar la eficiencia y mejora el mecanismo de variedad dentro en donde la economía sea cambiante y no inestable e insegura.

### **2.15.1 Tipos de Riesgos Financieros**

Los diferentes tipos de mercado que existen en el entorno exigen que hayan mayores fluctuaciones en la economía como instrumentos financieros que permitan que cada una de las empresas como de las entidades financieras públicas como privadas cumplan a cabalidad con cada uno de las obligaciones o movimientos que ayuden a obtener la liquidez necesaria para asumirlas, sin embargo Vilariño (2012) menciona que las principales modalidades son tres:

## **Riesgo de Crédito**

*“Posibilidad de sufrir una pérdida originada por incumplimiento de las obligaciones contractuales de pago. Incumplimiento suele estar motivado por un retroceso en la solvencia de los agentes prestatarios, relacionado con problema de liquidez, pérdidas continuas, e incluso quiebra en caso de empresas. Es un riesgo típico de las entidades de crédito, bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito que conceden créditos a sus clientes y están pendientes de liquidación.”(Ibídem 26).*

## **Riesgo de mercado**

*“Describen las posibles pérdidas que pueden producirse por movimientos adversos de los precios del mercado; casos particulares son riesgos de interés y de cambio, es decir, pérdidas que han ido dando importancia a medida que se crean instrumentos financieros y la utilización de derivados de agentes especializados, bancos de inversión, sociedades de valores.”(Ibidem 26)*

## **Riesgo de liquidez**

*“Posibilidad de sufrir pérdidas originadas por la dificultad total o parcial, de realizar ventas o compras de activos sin sufrir una modificación sensible de los precios, también se refiere al encontrar la financiación necesaria para mantener el volumen de inversión deseado, esta dificultad puede manifestarse mediante la ausencia de ofertas o por elevación de los tipos de interés que en*

*algunos casos obliga a llevar a cabo ventas del activo con realización de pérdida.” (Ibidem 27).*

## **Riesgo de interés**

*“Es la pérdida que puede producirse por un movimiento adverso de los tipos de interés y se materializa en pérdidas de valor de mercado de activos financieros sensibles al tipo de interés como los títulos de renta fija (pública o privada), de interés a corto y largo plazo sobre bonos o futuros bonos.”(Ibidem 27).*

### **2.16 Mayor Riesgo – Mayor Rentabilidad**

Dichas variables se conoce como un binomio en donde cada una de ellas desarrolla un funciones importantes dentro de cada una de las empresas e instituciones tanto públicas como privadas, sin embargo, esta relación de variables lo que busca es que los rendimientos, utilidades, ganancias, beneficios alcanzados por la organización sigan creciendo paulatinamente de manera en que los cambios que se realicen dentro de la misma no afecten en un futuro a las inversiones realizadas o al capital invertido, en donde Joehnk (2012), menciona: “La dispersión relativa, mayor riesgo o las inversiones se reflejan en la variación de los coeficientes de tamaño relativo o rentabilidad media de cada inversión”. En donde las técnicas o instrumentos que se utilicen permitan conocer como si se esta tomando decisiones acertadas o no para la institución.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó:

- Investigación Bibliográfica
- Investigación de Campo

##### **3.1.1 Investigación Bibliográfica**

La investigación bibliográfica permitió comprender los diferentes factores sobre el tema propuesto para el análisis de datos obtenidos, esta investigación se basa en libros, revistas, periódicos, datos proporcionados por la institución de donde se recopiló, profundizó, y amplió la información con la finalidad de manifestar ideas claras sobre el caso de estudio.

##### **3.1.2 Investigación de Campo**

Esta modalidad de investigación permitirá conocer la situación real de las cuentas de ahorro inactivas dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Agencia Pelileo, para diagnosticar dichas necesidades y buscar soluciones que permitan a la misma, ser más competitivos y obtener mayor rentabilidad para solventarse en el mercado.

Por tanto se recurrirá a la cooperativa en donde se obtendrá información veraz, que permita acercarnos a la realidad de la institución, y de esta manera

satisfacer las necesidades de los socios generando valor agregado a la institución.

### **3.2 Enfoque Cualí – Cuantitativo**

En la presente investigación se utilizará un enfoque cuali-cuantitativo que consiste en el análisis de los factores de estudio propuestos, para de esta manera cuantificar la información por medio de la aplicación de las encuestas de manera estadística de modo que nos permita obtener información clara y veraz para conocer las razones del porque los socios de la cooperativa dejan que sus cuentas de ahorro se inactiven; a fin de que la institución pueda brindar un servicio de calidad logrando así aumentar su cartera de socios mas no disminuirlos.

La capacidad de cualificar la información que nos proporcione la cooperativa permita conocer de forma más cerca la realidad de la institución y si la inactivación de dichas cuentas afectan o no la rentabilidad de la misma, fomentando de esta forma la cultura del ahorro en cada uno de los socios. Y de este modo acercarnos a la realidad en la que se encuentra Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Dando una solución a la problemática establecida.

### **Nivel o Tipo de Investigación**

La finalidad del proyecto de investigación se enfoca en un estudio transversal, tanto descriptivo, por lo tanto se pretende utilizar una muestra y medir los efectos que estos tiene, y si poder aplicar la encuesta a un grupo determinado de personas.

## Técnicas e Instrumentos

**Encuesta.-** Para tener una idea más acertada sobre el porqué los socios de la institución dejan inactivar sus cuentas de ahorro, en donde, es necesario utilizar un cuestionario o banco de preguntas con el fin de obtener la información necesaria y adecuada que servirá para la investigación.

**Entrevista.-** Esta técnica es necesaria aplicarla para ahorrar tiempo y conocer lo que los directivos de la institución piensan o conocen sobre las causa por las cuales los socios dejan inactivar sus cuentas de ahorro y a la vez obtener datos importantes que podrían ayudar en la investigación.

## Población y Muestra

### Población

Al definir la población a quien va dirigido la investigación, se consideró población a los socios inactivos de la Cooperativa San Francisco Ltda. Agencia Pelileo, que son 34.816 tomadas de datos internos de la institución tales como estados, balances o mediante el sistema que utilizan para obtener información que nos servirán como medio de estudio.

### Muestra

Para determinar la muestra de la investigación se tomará como objeto de estudio los socios inactivos de la institución, en donde se procede a calcular a cuantas personas se van a encuestar, considerando que la población es finita, lo que permite utilizar la siguiente fórmula:

$$\frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza (95%) Z= 1,96

P= Probabilidad de ocurrencia 0,5

e = Error de muestreo 0.05 (5%)

N = Tamaño de la población (34816)

Q= Probabilidad de no ocurrencia 1-0,5 = 0,5

### Aplicación

$$\frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$$\frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 34816}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + 34816 * 0,05^2}$$

$$\frac{3,84 * 8704}{0,96 + 87,04}$$

$$\frac{33423,36}{88}$$

$$= 380$$

La muestra que se pudo sacar de la población de los socios inactivos de la Agencia Pelileo, fue de 380 a quienes se les encuestó para de esta manera conocer cada una de las razones por las que cada uno de los socios dejan inactivar sus cuentas de ahorro, dicha encuesta también será aplicada a los trabajadores de la cooperativa para conocer su punto de vista de dicho tema planteado.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

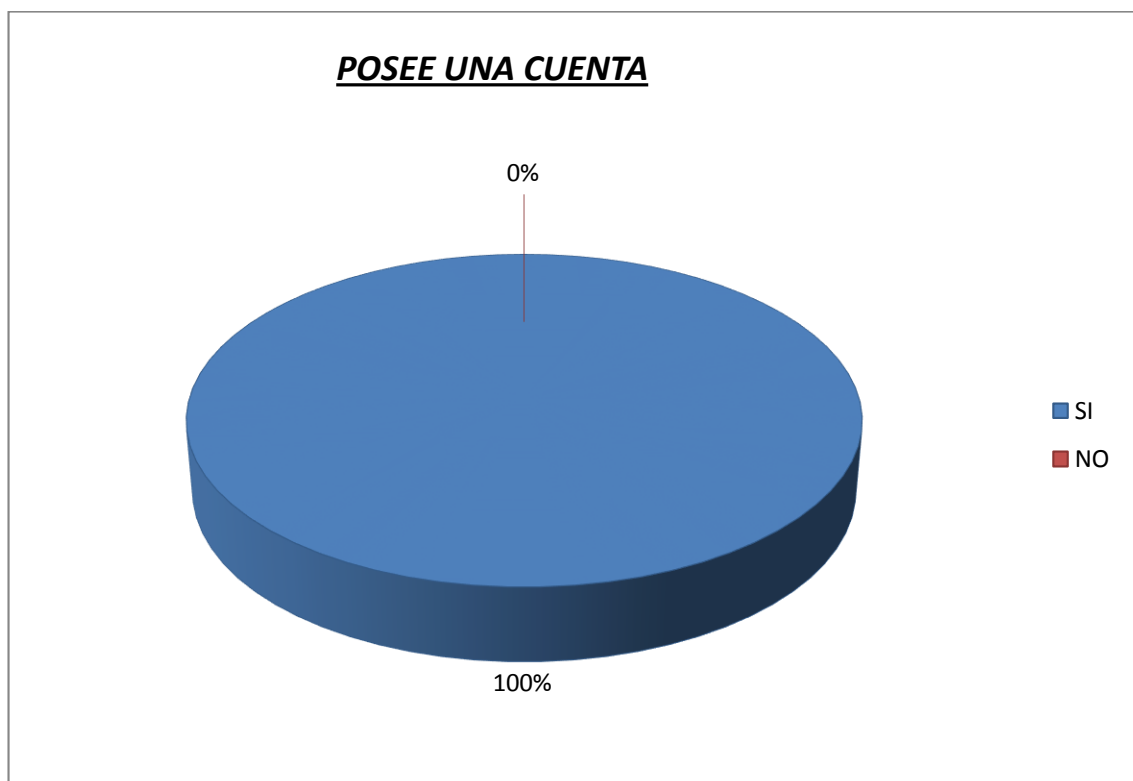
En el presente capítulo se analizará la información obtenida a través de la encuesta realizada a los socios inactivos de la institución, la cual será tabulada a través de cuadros y gráficos estadísticos que permitan visualizar de mejor manera la información obtenida.

La encuesta se aplicó a 380 socios inactivos de la institución, para de esta manera conocer de forma clara las razones por las que los socios inactivan sus cuentas de ahorro y la confianza que brindan para que cada uno de los mismos realice sus depósitos. Para que dicha información obtenida sea clara y veraz se analizará pregunta por pregunta de esta manera llegar a obtener conclusiones y recomendaciones que ayudaran a establecer la propuesta de la investigación.

Para establecer una solución clara, conociendo cada una de las razones por la que los socios dejan inactivar sus cuentas de ahorro; se realizará una entrevista al Gerente de la Agencia; y a un Operador 1 (Atención al cliente), para de dicha manera determinar soluciones claras y viables para seguir permaneciendo en el mercado financiero de manera solventable y transparente.

## 1. ¿Posee una cuenta dentro de la entidad financiera?

Gráfico 4.1 Posee una cuenta dentro institución



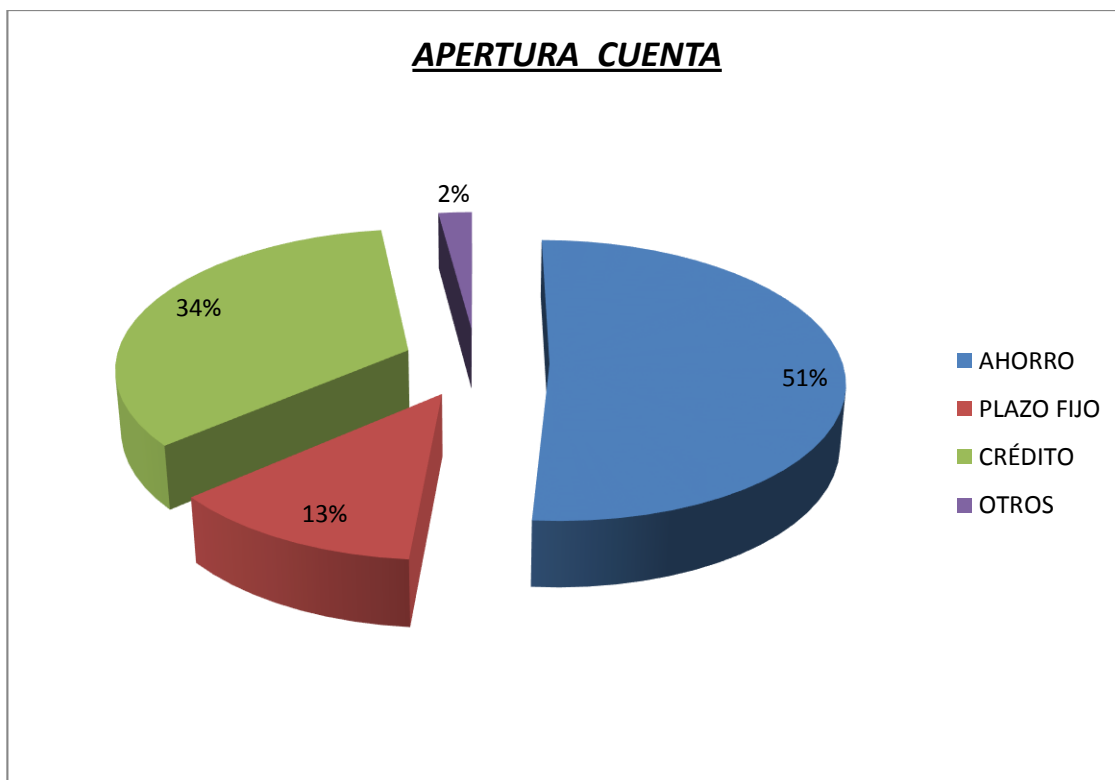
Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e Interpretación:**

De los datos obtenidos en la encuesta se concluye que el 100% de las personas encuestados son socios, que han aperturado sus cuentas para obtener beneficios tales como obtener créditos, realizar inversiones, ahorrar para un futuro pero que al mismo tiempo se han inactivado debido a que los mismos no generan transacciones, ni movimientos dentro de cada una de ellas.

## 2. ¿Por qué abrió una cuenta en la entidad financiera?

Gráfico 4.2 Apertura de Cuenta



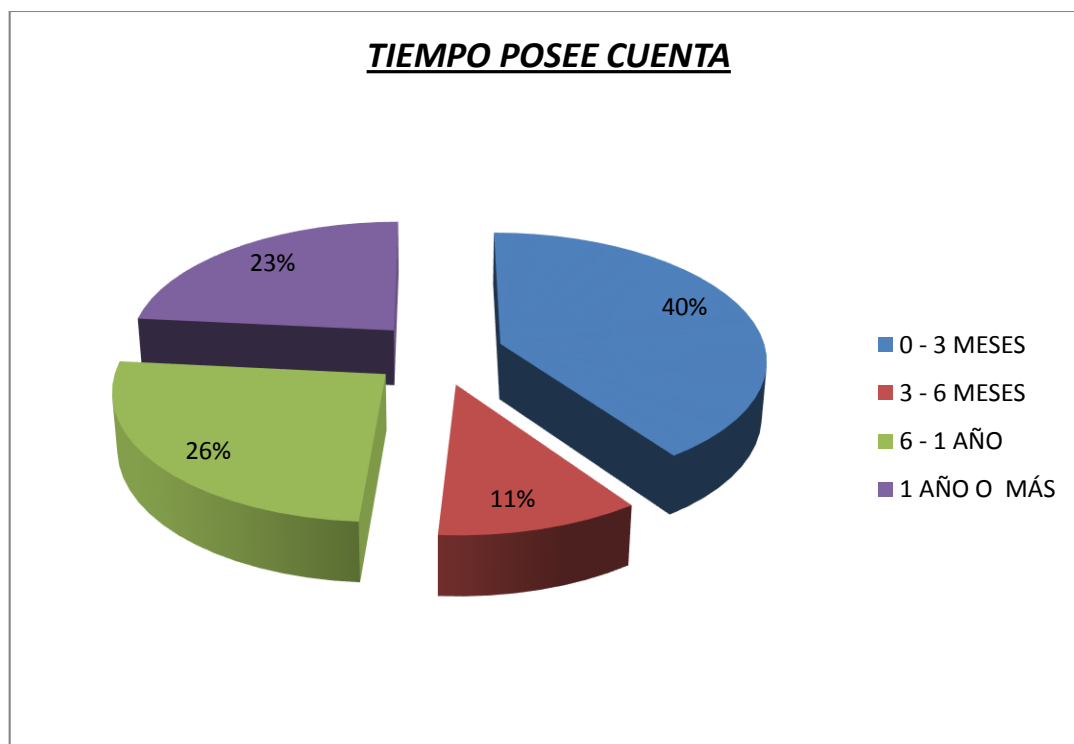
Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e Interpretación:**

Con la información obtenida se puede determinar que las personas que abren sus cuentas el 51% lo hace para guardar sus ahorros, 34% para poder obtener un crédito, 13% para dejar su dinero en plazo fijo y el 2% para otros fines estos pueden ser sacar una tarjeta de débito, obtener un seguro, solo que depositen sus dineros de comercio etc.

### 3. ¿Cuánto tiempo posee la cuenta?

Gráfico 4.3 Tiempo posee la Cuenta



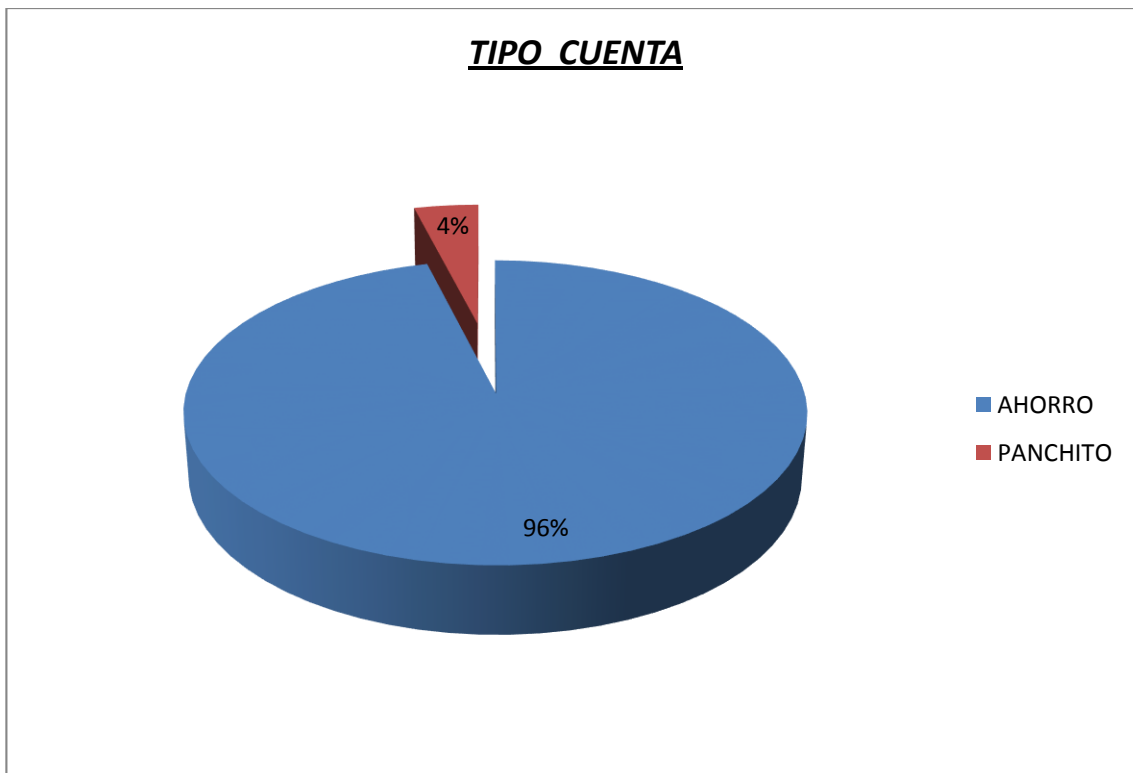
Fuente: Elaboración Propia

#### **Análisis e Interpretación:**

Según los datos obtenidos en la encuesta y sistematizados de forma clara se puede conocer que el 40% posee su cuenta 0 – 3 meses por lo que se puede analizar que desea dejar su dinero para conocer los beneficios que brinda la institución, el 26% tiene su cuenta 3 – 6 meses ya la conoce pero desea ser parte activa, obteniendo créditos o más dentro del área comercial, el 23% tiene de 6 – 1 año y un mínimo porcentaje del 11% demuestra que los socios tienen más de un año su cuenta dentro de la institución.

#### 4. ¿Qué tipo de cuenta posee?

Gráfico 4.4 Tipo cuenta Posee



Fuente: Elaboración Propia

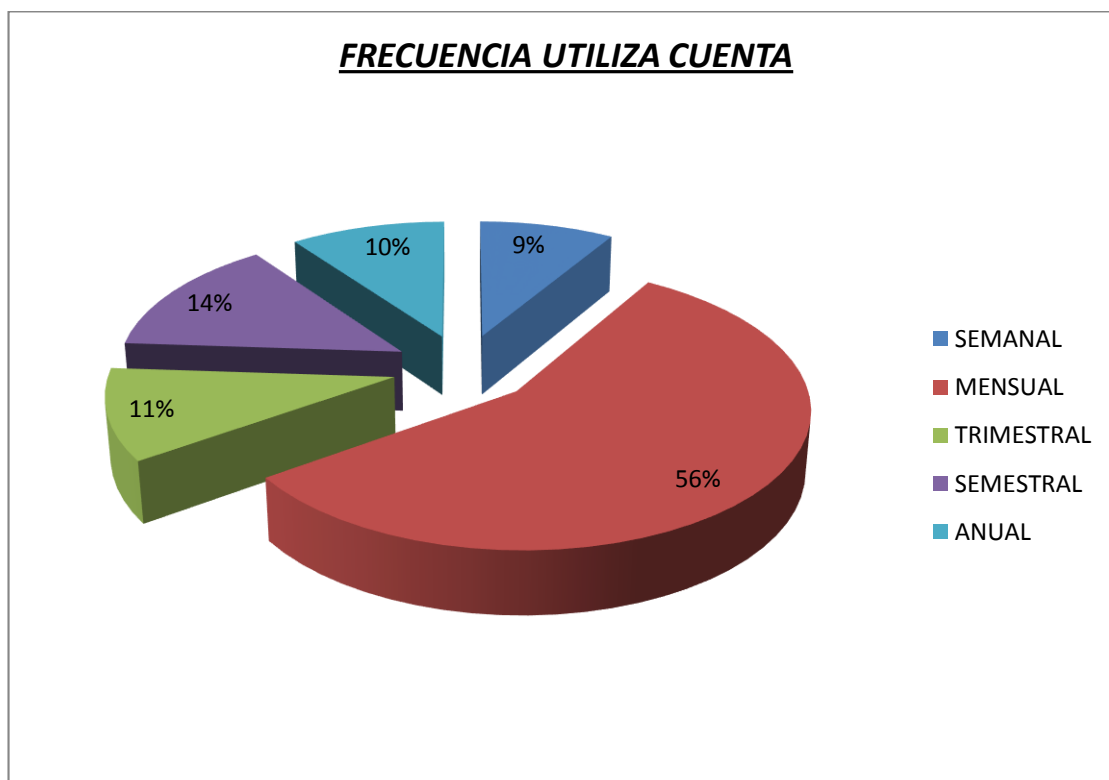
\*Panchito: cuentas que aperturan a niños hasta que sean mayores de edad

#### **Análisis e Interpretación:**

En cuanto al tipo de cuenta que cada uno de los socios tienen se puede observar que el 96% de las cuentas aperturadas son de ahorro, lo que impulsa a cada uno de los socios a guardar su dinero de manera segura y confiable y el 4% son cuentas panchito, que ya son mayores de edad pero que sus cuentas aun no son cambiadas y sigue con un representante para realizar las transacciones.

## 5. ¿Con que frecuencia utiliza la cuenta?

Gráfico 4.5 Frecuencia utiliza la cuenta



Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e Interpretación:**

Al referirnos a la frecuencia con la que se utiliza la cuenta, el 56% contestó que realiza sus depósitos de manera mensual, el 14% semestral, el 11% trimestral, el 10% anual y un 9% de los encuestados realiza sus transacciones de manera anual. De lo que se puede concluir que la mayor parte de los mismos realizan sus transacciones de manera mensual, ya que la entidad les concedió un crédito para ayudar a solventar sus necesidades.

## 6. ¿Tiene cuenta en otra institución?

Gráfico 4.6 Posee cuenta en otra institución



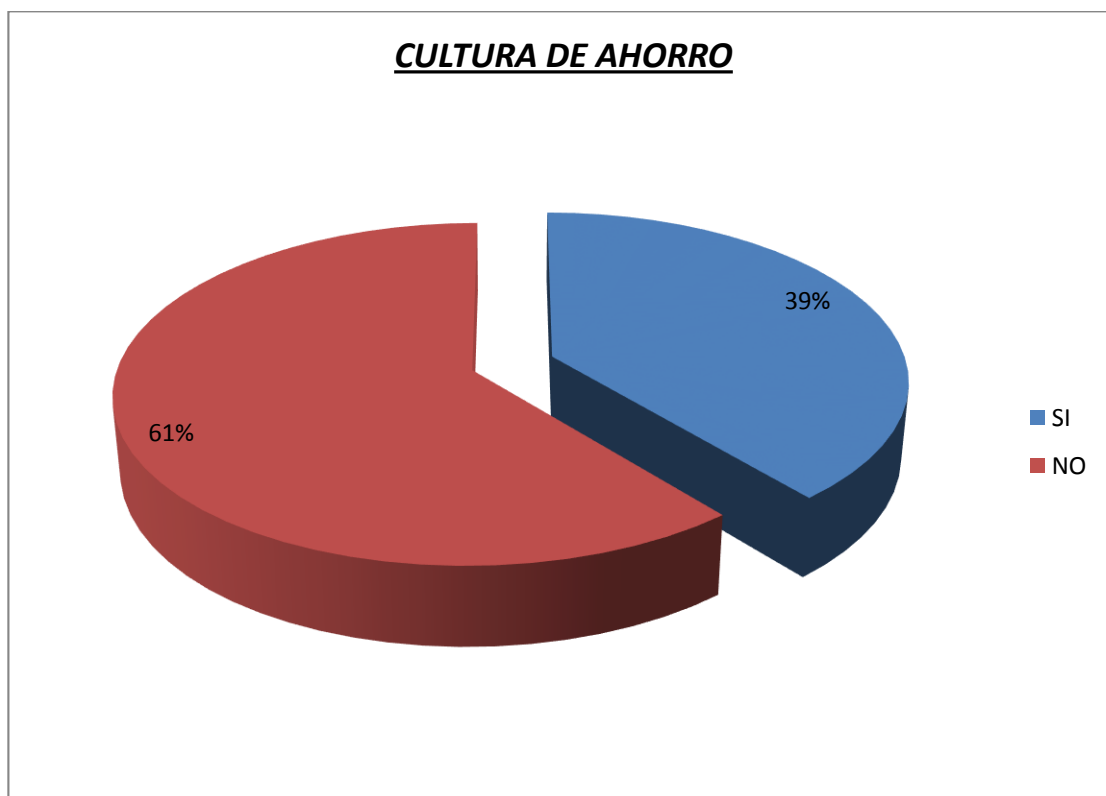
Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e Interpretación:**

Del total de los socios encuestados, el 68% solo abrió su cuenta ya que ha demostrado seguridad, solvencia y transparencia en cada una de las transacciones que realizó, demostrando ser una institución que perdurará en el mercado financiero y apenas el 32% tiene cuenta en otra entidad financiera ya que ha buscado satisfacer sus necesidades con los diferentes tipos de servicio que brindan otras instituciones.

**7. ¿Cree usted que la entidad financiera fomenta una cultura de ahorro?**

Gráfico 4.7 Fomenta Cultura de Ahorro



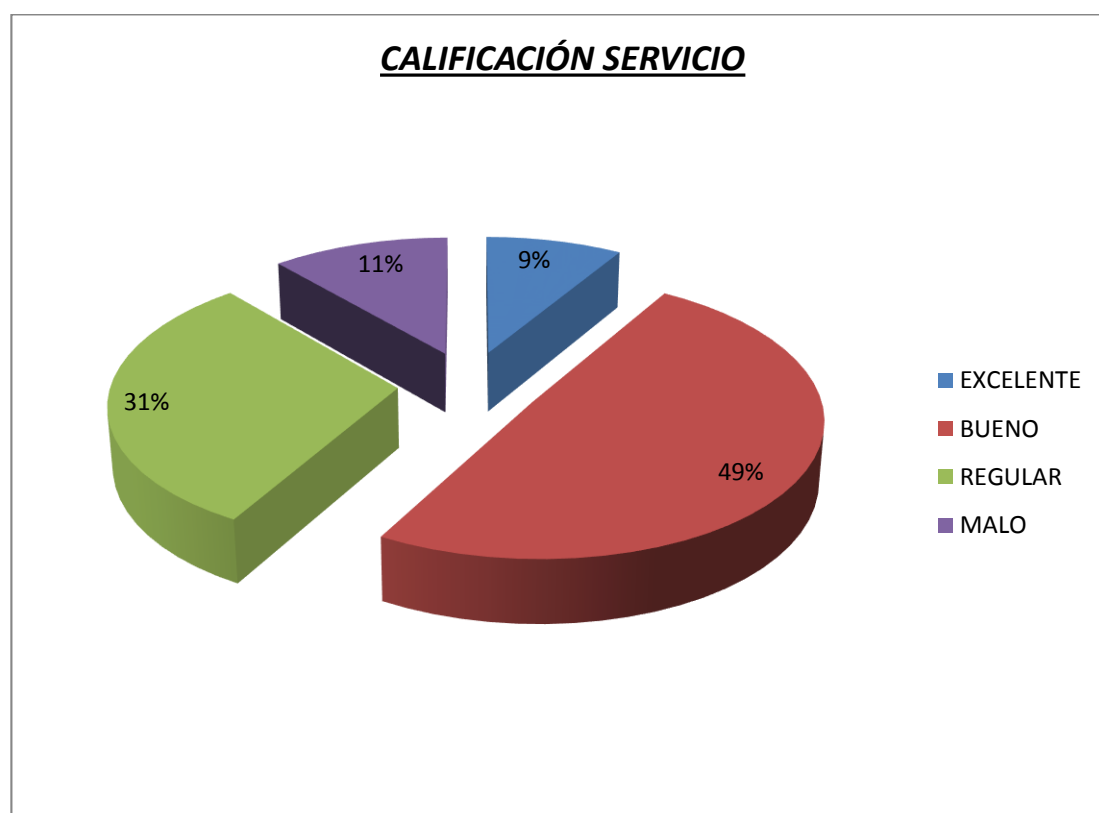
Fuente: Elaboración Propia

**Análisis e Interpretación:**

Es reconocida en el mercado financiero de manera amplia pero el 61% manifiesta que no fomenta de manera segura y viable el ahorro en cada uno de los socios que son parte de la misma, mientras que el 39% muestra que si fomenta la cultura de ahorro pero a menudo es decir, ofrece premios, realizan sorteos para recompensar a las personas que dejan su dinero y de esta manera seguir obteniendo más socios con sus referencia positivas, calidad de servicio, manera confortable y segura.

## 8. ¿Cómo calificaría el servicio que brindan los miembros de la entidad financiera?

Gráfico 4.8 Como calificaría servicio de Institución



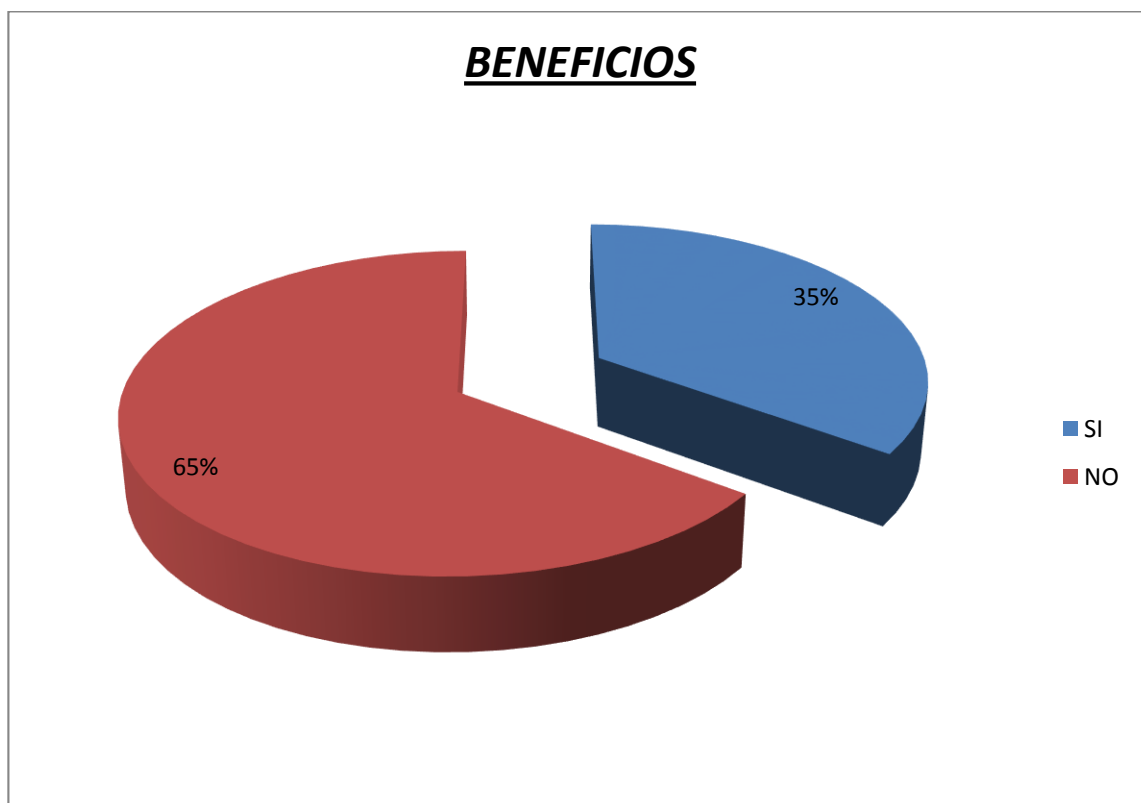
Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e interpretación:**

El servicio que brinda el personal que labora en la misma es clave importante para que se sientan en un ambiente agradable cuando realizan sus transacciones del cual el 49% piensa que el servicio es bueno, el 31% servicio es regular, el 11% que el servicio es malo y apenas un 9% de los socios encuestados manifiesta que el servicio que brinda la institución desde su percepción es excelente.

## 9. ¿Conoce los beneficios que le ofrece la entidad financiera?

Gráfico 4.9 Conoce beneficios de la entidad financiera



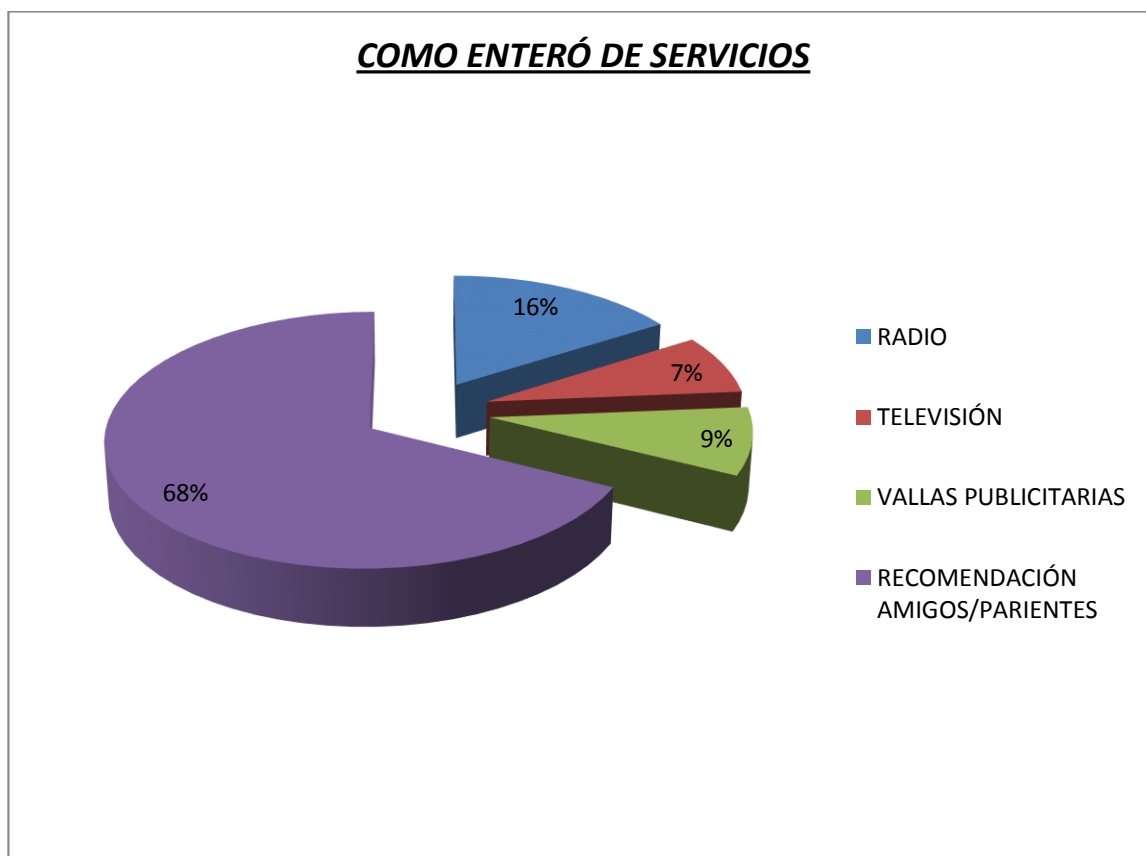
Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e Interpretación:**

En la investigación se encontró que pese a que la institución es reconocida, por los años que está en el mercado, y con la encuesta realizada a sus socios demuestra que el 65% no conoce de los beneficios que brinda a cada uno de ellos, mientras el 35% dice conocer poco de los servicios que ofrece la misma, teniendo en cuenta que la mayoría de los socios son del área rural.

## 10. ¿Cómo se enteró de los servicios que ofrece la entidad financiera?

Gráfico 4.10 Cómo enteró servicios de entidad financiera



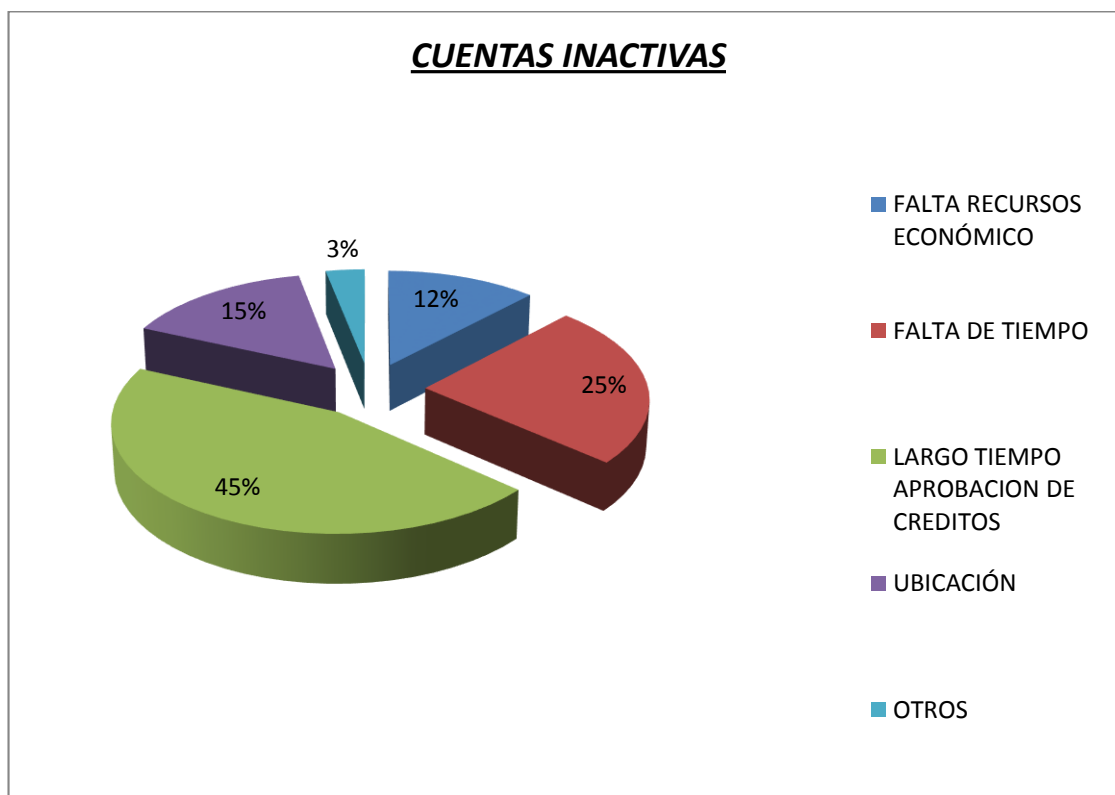
Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e Interpretación:**

De los datos obtenidos dentro de la encuesta realizada, se puede obtener que no realiza correctamente su publicidad y no llega de manera clara a cada uno de los socios en donde se puede destacar que los socios si se enteran de los servicios, el 68% se enteró de por medio de amigos y parientes, 16% por radio, 9% vallas publicitarias y el 7% por televisión.

## 11. ¿Cuál cree que es la razón por la que usted inactiva su cuenta?

Gráfico 4.11 Razón inactiva su cuenta



Fuente: Elaboración Propia

### **Análisis e Interpretación:**

Con la información obtenida se puede conocer que dejan inactivar sus cuentas de ahorro el 45% por largo tiempo en aprobación de créditos por lo que el área comercial no atiende de manera eficiente la cartera de créditos, el 25% por falta de tiempo ya que viven en la zona rural del cantón, el 15% por la ubicación ya que está en un lugar inapropiado en donde no la identifican claramente, el 12% por falta de recursos económicos y un 3% por diferentes razones como solo para que les depositen dinero de negocios o pago de sueldos.



## **ENTREVISTA**

**NOMBRE:** Ing. Fredy Zurita

**CARGO:** Gerente de Agencia Pelileo

**OBJETIVO:** Conocer la situación de la institución por medio del personal que trabaja dentro de la misma, para relacionarla con las encuestas realizadas a los socios.



### **1.- ¿Cuántos socios tiene la institución?**

La cooperativa a Septiembre del año 2015 Agencia Pelileo cuenta con 9694 socios.

### **2.- ¿Existe un mínimo de cuentas que deben abrirse?**

El personal de Área Operativo 1 o Atención al Cliente de la institución debe abrir mínimo 10 cuentas de ahorro y 5 cuentas Panchito, realizar captaciones mensuales de \$5000 y las personas pueden dejar su dinero a plazo fijo abriendo una cuenta en la institución siendo socios o dejar solo como clientes.

### **3.- ¿De qué sector cree usted que existen más socios dentro de la institución (urbano y rural) y porque?**

Existe igualdad entre los dos sectores ya que la cooperativa es reconocida, cabe recalcar que la mayoría de personas de la Parroquia Huambaló son San Francisco.

**4.- ¿La institución cuenta con más socios del sexo femenino o masculino?  
¿Cuál cree que es la razón?**

Dentro de la institución de la misma manera existe igualdad de socios de sexo tanto femenino, como masculino teniendo en cuenta que el sexo masculino se endeuda más solicita más créditos, mientras el sexo femenino es más ahorrador.

**5.- ¿Por qué piensa que las personas aperturan sus cuentas dentro de la institución?**

Las personas abren más cuentas para obtener créditos y no para ahorrar su dinero.

**6.- ¿Cree usted que la ubicación de la institución es la adecuada?**

Talvez no puede ser la mejor ubicación de la institución pero es un bien inmueble propio.

**7.- ¿Qué beneficio les brinda la institución a comparación de las demás instituciones financieras que existen?**

- Fomentar una correcta cultura de ahorro
- Conceder créditos

**8.- ¿Cree usted que la institución fomenta una cultura de ahorro? ¿De qué manera lo hace?**

No fomenta claramente una cultura de ahorro como se espera pero lo hace por reciprocidad, es decir, paga correcta tasa de interés en los ahorros que realizan sus socios.

**9.- ¿Cree usted que el personal está correctamente capacitado para cumplir las expectativas de cada uno de los socios?**

Si, ya que existe un Plan de Carrera que cada personal de la institución debe cumplir, para atender de mejor manera a los socios existe un sistema interno llamado COMPERS, que sirve para evaluar la formación de cada ellos. El personal lee libros y capacita.

**10.- ¿Cómo calificaría el servicio que brinda el personal dentro de la institución?**

De un rango del 1 al 10, consideró que un 7, ya que existen falencias, no se logra consolidar una verdadera cultura de atención cliente.

**11.- ¿Cuál cree que es la razón por la que los socios inactivan sus cuentas de ahorro?**

- Socio no obtiene crédito
- Por falta de cultura de ahorro
- Encuentra en la competencia algo diferente

**GRACIAS POR SU APORTE**

## **Análisis de entrevista**

Con la entrevista realizada al Gerente de Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Agencia Pelileo el Ing. Fredy Zurita pudimos conocer y ampliar de manera clara nuestro tema de investigación por lo que se obtuvo información importante para desarrollar la problemática, dentro de la entrevista pudimos conocer que tiene una amplia cobertura en nuestra provincia como en las demás en las que se encuentran brindando sus servicios a la colectividad, que tienen gran aceptación de las personas al segmento de mercado al que está dirigido, de manera que en nuestro tema de estudio tiene más socios del área rural que del urbano, por lo que han escuchado o alguna referencia que han tenido de la misma, algo importante que hay que recalcar es que menciona que exista igualdad de socios tanto del género masculino como femenino en donde, el género masculino se enfoca más en obtener créditos para solventar necesidades, mientras el género femenino es más ahorrista y piensa en el futuro tanto propio como el de su familia además la mayoría de mujeres son amas de casa que no tienen un trabajo propio para generarse dinero de manera inmediata. También se menciona que el servicio que brinda aún no cumple con las expectativas que están marcadas dentro de las políticas de la institución por lo que es controlado por un sistema único que mide cada una de las aptitudes del personal que labora dentro de la misma, además como Agencia Pelileo existen retos y metas que cada uno debe cumplir como la lectura de libros que ayuden a su crecimiento, dicho aprendizaje es compartido con todos sus compañeros con integraciones, charlas que ayuden a mantener una correcta comunicación a cumplir objetivos y metas establecidas para alcanzar rentabilidad deseada.

Un punto muy importante es por qué cree que los socios dejan inactivar sus cuentas de ahorro y manifestó que la mayoría de personas que abren sus cuentas es para beneficiarse con la obtención de un crédito, pero muchas

personas no cumplen con los parámetros necesarios para los mismos y buscan otras alternativas, otras personas inactivan sus cuentas de ahorro solo para dejar su dinero en inversión a plazo fijo y no generan movimientos dentro del tiempo que acuerdan que estará el dinero, es importante mencionar que en este punto las personas pueden dejar su dinero abriendo una cuenta siendo Socios o simplemente siendo Clientes de la institución sin la apertura de dichas cuentas.

### Plan Piloto

Dentro de Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, Agencia Pelileo, se realizó un plan piloto en el semestre Enero-Junio 2015, el mismo que permitirá conocer el porcentaje de inactivación de cuentas de ahorro que existe, y la implementación de estrategias que ayuden a que dicho porcentaje vaya desapareciendo poco a poco y se obtenga mayor cantidad de socios activos generando confianza en cada uno de ellos y las personas que laboran dentro de la misma. Con la información obtenida arrojada por el sistema que utiliza, se obtuvo la siguiente información que ayudará a obtener el porcentaje de cuentas de ahorro que se inactivaron en dicho período:

Tabla 4.1 Semestre de Enero -Junio

CUENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
<b>ACTIVAS</b>	6314	6349	6452	6514	6524	6635	38788
<b>INACTIVAS</b>	2105	2201	2266	2326	2446	2471	13815

Elaboración: Propia

Con la información obtenida se puede identificar que existen más cuentas activas representadas en un 68%, mientras las cuentas de ahorro inactivas representan un 32% del total de las cuentas que existen, lo que se busca es que no existan cuentas de ahorro inactivas o que el porcentaje de las mismas sea mínimo en relación con la información obtenida.

Por lo que se implementará estrategias que ayuden a que las cuentas de ahorro no se inactiven para obtener resultados favorables tales como:

- Oficina, atención al cliente pues antes la persona que está en este puesto atendía a los socios de una manera incorrecta, pues se llenaban alrededor de su escritorio y los que esperaban se sentían incómodos por lo que en la actualidad se creó como una oficina en donde se atiende de mejor manera y más personalizada las dudas de cada uno socios.
- Call Center, se contrató al personal idóneo para que realice llamadas a los socios que dejan inactivar sus cuentas de ahorro, incentivándolos a que realicen transacciones y sean beneficiados con lo que la entidad les brinda.
- Buzón de quejas y sugerencias, que ayude a conocer en lo que está fallando, y se tome decisiones idóneas que ayuden a superar las expectativas de los socios.
- Promociones, con la entrega de obsequios como llaveros, gorras, esferos, lápices; que incentiven a los socios a seguir depositando.

Con la implementación de dichas estrategias en Julio del presente año se obtuvo información positiva que con las estrategias implantadas, ayudará a que los socios sigan manteniendo sus cuentas activa, para que de esta manera seguir siendo reconocida a nivel local, y existan comentarios positivos en cada uno de sus socios. Obteniendo la siguiente información:

Tabla 4.2 Comparación Julio

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	TOTAL
<b>ACTIVA</b>	6314	6349	6452	6514	6524	6635	6778	38788
<b>INACTIVA</b>	2105	2201	2266	2326	2446	2471	1724	13815

Elaboración: Propia

Con la información obtenida se observa que las cuentas activas se han mantenido de forma significativa en comparación a los meses anteriores, mientras las cuentas de ahorro inactivas han disminuido de manera significativa en un 65% aproximadamente en comparación a los meses anteriores.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### CONCLUSIONES

- El proceso de mayor reconocimiento es la apertura y manejo de las cuentas de ahorro de esta manera se puede tener en cuenta que mientras más cuentas aperturen mayor recurso existirá para mantenerse en el mercado financiero pues una institución financiera no es necesario que posea cantidad sino calidad en lo que brindan.
- Sistema cooperativo en nuestro país ha ido creciendo de manera constante y permanente lo que ha generado que cada una de las personas abran sus cuentas en las diferentes entidades financieras tanto para financiar sus actividades como para ahorrar para su futuro y el de sus familias.
- La inactivación de cuentas de ahorro dentro de las instituciones financieras afecta de forma directa a las mismas pues no permite que siga aumentando sus recursos, sino dicho espacio en desuso siga generando un costo de mantenimiento, fomentando así que no siga creciendo de manera constante y brinde adecuados servicios a las personas que confiaron en la estabilidad de la misma.

## RECOMENDACIONES

- Establecer de forma clara y concreta que publicidad se realizará para llegar a cada una de los socios y demás personas que quieran ser parte de la misma, para de esta manera dicha publicidad sea reflejada cuando se aperturen las cuentas dentro de la institución.
  
- Generar servicios de manera adecuada satisfaciendo las necesidades de los socios, para así generar mayor competitividad ante las demás instituciones y poder medir de manera segura y transparente la rentabilidad, elevando el porcentaje de aperturas de cuentas dentro de la misma, para de esta manera buscar alcanzar metas establecidas de forma oportuna transformando debilidades a oportunidades.
  
- Crear redes interbancarias para que los socios no inactiven sus cuentas de ahorro, es decir, establecer alianzas que permitan que la institución brinde un mejor servicio a cada una de las personas tanto con dichas alianzas, o con la apertura de una nueva oficina en el área rural donde se tiene más socios para de esta manera fidelizarlos y que no busquen ir a la competencia.

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 Título**

“DISEÑO DE UN PLAN DE MERCADO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “SAN FRANCISCO LTDA.” AGENCIA PELILEO.”

#### **6.2 Antecedentes y Reseña Histórica de la Propuesta**

Dentro del mercado financiero existen diferentes medios o instituciones financieras que permiten en que cada uno de los socios confíen en ellos, permitiendo de esta manera aperturen una cuenta en la que sean beneficiados de los servicios que prestan, para que dichas cuentas generen movimiento y no se inactiven de manera que genere un espacio en desuso y para que los socios sigan siendo partícipes de los beneficios que genera el tener su cuenta en movimiento y no dejándola inactivar. En el caso de estudio Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, brinda su servicio desde 1980, incursionando en el mercado financiero aceptando cada una de las obligaciones y responsabilidades regidas por leyes y reglamentos que se tiene que cumplir dentro de nuestro país. La entidad financiera inicio sus actividades con su matriz ubicada en Ambato en las calles Montalvo entre la 12 de Noviembre y Juan Benigno Vela, en donde empezó a incursionar en el mercado brindando servicios cooperativo, buscando la manera óptima e idónea de llegar cada una de las personas a que sean parte. Para brindar comodidad y una cordial atención a cada uno de los socios que depositan su confianza, abrieron nuevas sucursales ubicadas en nuestro país, acercándose a brindar su servicio a cada

uno de los socios y a buscar nuevos socios que deseen ser parte de la institución financiera.

Es por ello que teniendo en cuenta que la mayor parte de los socios son de San Pedro de Pelileo, las autoridades, jefes, accionistas tomaron la decisión de aperturar una sucursal dentro del cantón, permitiendo así que las personas tengan más comodidad y seguridad para realizar sus transacciones y también poder abrir su mercado a personas de las zonas rurales del cantón brindando servicios de calidad a cada una de las personas. Es por ello que para iniciar sus actividades dentro del cantón deciden ubicarla en pequeñas oficinas ubicadas en las calles Padre Jorge Chacón y Quiz Quiz, lo que permitió que las personas puedan conocer los beneficios que brindaba la misma. De esta manera cumplir la expectativa de cada uno de los socios y autoridades decidieron adquirir su propio bien inmueble en donde se construya un edificio para mejorar la atención, en donde se pueda desarrollar de manera amplia cada una de las actividades y los socios sientan la comodidad y agilidad en cada uno de los trámites. Por lo cual se adquirió un bien inmueble en las calles José Mejía Entre la Padre Jorge Chacón y Celiano Monge diagonal a la Unidad Educativa “Gabriel Mistral”, en donde hasta la actualidad brinda los servicios cooperativistas de manera oportuna generando soluciones financieras integrales de calidad, basadas en principios éticos, transparentes y rentables para dar seguridad a cada uno de los socios. Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Agencia Pelileo, lo que se busca para es que no dejen inactivar sus cuentas de ahorro y dependerá de cada uno de los propósitos, objetivos y metas que se establezcan de forma interna; para de esta forma buscar acciones y plantear estrategias que ayuden alcanzar de manera clara y rápida su visión de modo que se busque aprovechar las oportunidades que brinda en entorno, superar las debilidades que existen tanto dentro como fuera de la institución para transformarlas en positivas y corregir cada uno de los errores que se generen brindando servicios como:

- Captaciones y Ahorro
  - Plan Futuro
  - Libretas de Ahorro
  - Inversiones a Plazo Fijo
  - Cuenta Infantil Panchito
  
- Colocaciones
  - Emergentes
  - De consumo
  - Microcréditos
  
- Servicios Financieros
  - Pago de servicios
  - Cajero automático y tarjeta de débito
  - Pago nominas empresas
  - Pagos de giros al exterior
  
- Servicios Asistenciales
  - Servicio médico
  - Educación cooperativa
  - Fondo mortuario

### **6.3 Ubicación Geográfica**

Está ubicado en las calles José Mejía Entre Padre Jorge Chacón y Celiano Monge diagonal a la Unidad Educativa “Gabriel Mistral”

## 6.4 Justificación

En nuestro país el sistema cooperativo, permite que cada una de las instituciones financieras tanto públicas como privadas, garanticen a cada uno de las personas que son socios a confiar en ellas, es decir, realizar sus transacciones de forma transparente y a cumplir a cabalidad la expectativa de cada uno de ellos. Además que respalden el buen vivir de cada una de las personas que deciden ser parte de la misma, permitiendo de esta manera crear vínculos necesarios para la transformación, comercialización, consumo de los diferentes bienes y servicios para de dicha manera colaborar en mejorar la calidad y esperanza de vida aumentando las capacidades y la economía de la población.

El desarrollo del presente proyecto permitirá dar soluciones hábiles de manera que dichos socios que han inactivado sus cuentas de ahorro, realicen sus transacciones de manera segura y rentable, permitiendo a los mismos ser parte activa, y conozcan los beneficios que les puede brindar, para de que de esta manera el sistema que maneja la institución no tenga espacios en desuso dentro de la misma, generando un costo de mantenimiento. Es por ello que al dar a conocer tanto los beneficios que brinda, como la manera en que se quiere llegar a cada uno de los socios, se implementará estrategias que permitan llegar a cada uno de manera clara y oportuna para seguir brindando servicios de calidad con gestión equilibrada sin privilegios, lo cual ayude a mantener su credibilidad en el mercado de forma transparente tanto personal como empresarial, promocionándola dentro y fuera del cantón mediante vallas publicitarias, etc., que ayuden a conocer en donde se encuentra la institución.

## **6.5 Objetivos**

### **6.5.1 Objetivo General**

“Desarrollar un Plan de Mercado para dinamizar las cuentas de ahorro inactivas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.”, Agencia Pelileo.”

### **6.5.2 Objetivos Específicos**

- Determinar las principales causas de inactividad de cuentas de ahorro utilizando herramientas de mercadeo.
- Establecer estrategias que permitan estructurar una publicidad idónea para la inactivación de cuentas de ahorro.
- Diseñar un plan de acción para la aplicación de estrategias, como, por qué y para que se las va a realizar

## **6.6 Desarrollo de los objetivos**

### **6.6.1 Situación Actual**

El sistema financiero en nuestro país, ha permitido que la economía siga avanzando de manera positiva, eficiente y constante con entidades financieras que ayuden a generar y distribuir los fondos que reciben de las personas que ahorran y buscan satisfacer sus necesidades. De manera que genere una economía estable entre las dos partes y confíen en dejar su dinero dentro la misma, ratificando que dicho dinero que cada una de las personas o socios

depositen ayuden a que cada uno de ellos siga generando mayor ingreso para cada uno buscando el bienestar propio y el de sus familias.

San Pedro de Pelileo es un cantón ubicado en la Provincia de Tungurahua el cual es considerado el segundo más productivo en la provincia, dicho puesto se ha generado por la economía que se tiene dentro del mismo, mediante el comercio que desarrollan sus artesanos tanto en la agricultura, como en la elaboración de prendas de vestir que son de agrado de la mayoría de personas, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010) menciona que en el existen 56.573 habitantes es decir el 11,2 % respecto a la provincia; del cual el 17,9 % viven en la zona urbana y el 82,1 % en la zona rural del cantón; del cual podemos tomar en cuenta que la mayor parte de los socios que abren sus cuentas son de zonas rurales por lo que se les hace muy lejos en viajar a depositar su dinero y si lo hacen es solo para pagar los créditos que realizan. Otro de los factores por lo que los socios dejan inactivar sus cuentas de ahorro es porque en el cantón existe el 48,3% de población masculina; mientras que el 51.7% es población femenina teniendo en cuenta que gran parte de este porcentaje son amas de casa que aperturen sus cuentas para guardar su dinero de vez en cuando ya que no poseen un trabajo estable para generar mayor ingresos.

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” surge el problema de la inactivación de cuentas de ahorro dentro de la institución dicho problema se ha generado por que las personas aperturen sus cuentas tanto para solicitar un crédito, o para depositar el dinero de sus negocios a plazo fijo lo cual no generan transacciones habituales dentro de la misma, de esta manera lo que se busca en el tema propuesta es motivar a cada uno de los socios que sean partícipes de los beneficios que les brinda, confiando su dinero y demostrando la cordialidad con el personal que labora dentro de la misma. Permitiendo de esta manera conocer que tiene alrededor de 9694 socios a Septiembre y con la información recogida en las encuestas y entrevista realizada al Gerente podemos darnos cuenta que es reconocida en otras sucursales pero no dentro

del cantón por lo que se desarrollará un plan de mercadeo que permita llegar de manera amplia y oportuna a cada una de las personas y los socios.

## **6.6.2 Situación del mercado mediante herramientas estratégicas**

### **6.6.2.1 Análisis Macro entorno**

Todas las organizaciones dentro del país pueden ser afectadas, en menor o mayor grado, por las fuerzas del macro entorno o fuerzas externas tanto políticas, legales, económicas, tecnológicas y sociales. Los cuáles generalmente no están bajo el control directo de las empresas e instituciones que podrían ser amenazas y restricciones en el mercado donde se desarrollen, buscando obtener mejores alternativas para identificar dichos problemas y analizarlos de forma idónea para mantener una relación correcta tanto las instituciones como las personas. El macro entorno permite conocer la situación a la que la empresa se puede enfrentar en un futuro de manera directa o indirecta, donde hay que buscar diferentes soluciones y escenarios idóneos para permanecer en el mercado, obteniendo de manera clara perspectivas que lleguen a abastecer cada una de las necesidades y exigencias de las personas o socios en un futuro.

En el caso de Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Su macro entorno está basado en la correcta relación y cumplimiento de cada uno de los requisitos, obligaciones y responsabilidades que rige el Estado para su correcto funcionamiento afectando de manera significativa el desarrollo de la misma incidiendo de manera directa en la capacidad de ahorro de cada una de las personas, influyendo en el desarrollo organizacional.

### **6.6.2.2 Análisis Micro entorno**

Conocer las instituciones, organizaciones su manejo de forma interna en donde se identifica factores internos de responsabilidad propia y como afectan al desarrollo de la misma tanto de manera positiva como negativa, según los medios, estrategias que se utilicen para resolverlos y constituirlos una fortaleza. Permitiendo de esta manera conocer de manera segura cada una de las fortalezas que se tiene y realizar una correcta planeación que nos sigan llevando alcanzar el éxito deseado. En la entidad financiera caso de estudio un factor interno importante que se desarrolla es la competitividad que posee dentro del cantón, ante los demás organismos existentes de manera clara y segura orientada a mantener a mantener un sistema de calidad óptimo cumpliendo y satisfaciendo cada una de las necesidades de los socios, permitiendo de esta manera seguir en el mercado financiero brindando sostenibilidad en el mercado.

### **6.6.2.3 Análisis FODA**

Esta matriz es una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que posea la institución de manera útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que existen dentro de la misma. Para de esta manera examinar la interacción entre el organismo y los socios dentro del mercado financiero y las demás entidades con las que compite, teniendo diferentes unidades de análisis tales como productos, servicios que ayudarán a tener una perspectiva más amplia del mercado al que está enfocado.

Tabla 6.1 Análisis FODA

<p style="text-align: center;"><b><u>FORTALEZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen Corporativa.</li> <li>• Administración de liquidez.</li> <li>• Tecnología de información propia.</li> <li>• Indicadores de gestión y financiero estables (CAMEL).</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>OPORTUNIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos negocios.</li> <li>• Segmento de mercado más amplio.</li> <li>• Amplia cartera crediticia.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>DEBILIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca evaluación y gestión del desempeño.</li> <li>• Falta de cultura de cumplimiento y ejecución.</li> <li>• Débil administración de riesgos.</li> <li>• Falta de trabajo en equipo.</li> <li>• Débil gestión en sucursales y agencias.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>AMENAZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incursión del gobierno en concesión de créditos.</li> <li>• Sobreendeudamiento de la población.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

\*CAMEL: Sistema operativo utiliza dentro de la institución.

Después de conocer los factores que influyen de manera directa o indirecta mediante el análisis con la herramienta FODA, será de gran utilidad para un análisis de mercado más amplio, aplicar estrategias de mercadeo que se

diseñen y califiquen para ser incorporadas; analizando enfoques claros y específicos para que la entidad siga permaneciendo en el mercado.

#### 6.6.2.4 Análisis PEST

Incluye la determinación de aspectos influyentes del entorno relacionados con los ámbitos: Político-Legal, Económico, Socio-Cultural, Tecnológico, que identifica un análisis de los diferentes factores del entorno que pueden afectar de manera positiva o negativa.

Tabla 6.2 Análisis Pest

<p style="text-align: center;"><b>POLÍTICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de requisitos para otorgar créditos.</li> <li>• Nuevas disposiciones legales gubernamentales.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ECONÓMICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Endeudamiento de nuestro país.</li> <li>• Mayor tasa de desempleo.</li> <li>• Fracaso o éxito de instituciones tanto públicas como privadas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>SOCIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayores instituciones financieras (competitividad).</li> <li>• Actividades comerciales, aumenta su rentabilidad o quiebran.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>TECNOLÓGICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos sistemas informáticos.</li> <li>• Mayor estafa a las personas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia

Llevando a cabo a un análisis más profundo y concreto de las diferentes variables que se pueden encontrar dentro del mercado, la posición de una empresa y la dirección operativa. En esta parte se analizan componentes de gestión y cumplimiento de su visión.

### **Ventajas**

- Fondo de liquidez para el sistema cooperativo
- Reducción de costos de tecnología de comunicación
- Intensificación de la inversión pública y gasto social

### **Desventajas**

- Sobreendeudamiento
- Incremento de los salarios
- Nuevas normas impositivas
- Restricción de flujos financieros
- Bajo nivel de confianza en los inversionistas

#### **6.6.2.5 Análisis PORTER**

Este modelo estratégico permite que cada una de las instituciones y organizaciones tengan conocimiento de las consecuencias de la rentabilidad que se puede generar a largo plazo dentro del mercado, combinando diferentes variables y estrategias aplicadas para generar fuerzas competitivas con procedimientos acordes a las necesidades. Dentro de la entidad un factor importante es la competitividad que existe dentro del cantón ante los demás organismos financieros y los beneficios que brindan a cada uno de los socios.

### **F1 Poder de negociación de clientes**

Aquí están ubicados las personas que aperturan las cuentas de manera voluntaria para ser socios de la misma, siendo parte activa de los beneficios que pueden obtener y sobre todo calificando el adecuado servicio que brinda para de esta manera la elijan por encima de las demás y se genere mayor rentabilidad tanto para el establecimiento como para los socios o clientes que dejan su dinero, garantizándole estabilidad y permanencia en el mercado financiero.

### **F2 Poder de negociación de proveedores**

Existen proveedores directos e indirectos que ayudan al desarrollo de manera que siga creciendo de forma permanente brindando servicio adecuado y cumpliendo expectativas y necesidades de cada uno de los socios. Los proveedores directos aquellos socios o clientes que dejan sus inversiones a plazo fijo confiando en la entidad, mientras los proveedores indirectos aquellos que retiran su dinero de forma constante, sin conocer las ventajas o el interés que dicho dinero depositado en las cuentas gana según el sistema operativo que se utiliza.

### **F3 Amenaza de nuevos competidores**

Se identificó aquellos factores que están vinculados específicamente con el sector financiero de la región centro del país en el que Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” se desenvuelve.

## **Entidades Públicas**

Se analizó algunas entidades financieras públicas que pueden ser consideradas como competidoras y que con impulsó que el gobierno va a dar para la reactivación económica pueden considerar como una amenaza importante.

### **Ventajas**

- Pueden tener recursos directos
- Tasas muy competitivas
- Tienen su propia cartera de clientes.

### **Desventajas**

- No tienen buena imagen
- No tienen cobertura total

## **Cooperativas Reguladas posicionadas en el sector (OSCUS, MUSHUC RUNA)**

La competencia directa de Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Son al menos 2 cooperativas reguladas por la Superintendencia de Bancos, quienes han logrado consolidarse como de las mejores entidades financieras de la región Sierra Centro.

### **Ventajas**

- Organización adecuada, brindando correcto servicio
- Variedad de productos, flexibilidad en políticas
- Buena infraestructura informática que se conectan entre agencias
- Mantienen convenios con instituciones públicas y privadas
- Sólida estructura organizacional

### **Desventajas**

- Arriesgan mucho por ser agresivos
- Cartera de productos es muy cara
- Sobrepasan los límites de pagos de tasas de interés
- Empleados no son cálidos, ni amables como se espera

### **Cooperativas No Reguladas**

A pesar de que no están reguladas por la Superintendencia de Bancos hay muchas cooperativas pequeñas que se han convertido en potenciales competidores gracias a la posibilidad de ofrecer mejores tasas de captación y mejores condiciones para la otorgación de créditos.

### **Ventajas**

- Ofrecen tasas altas de depósito a plazo fijo
- Otorgan créditos sin encaje por lo que no está regulada
- Tasas son mucho más bajas

### **Desventajas**

- No son controladas
- Desorganización, no poseen un gobierno corporativo
- Problemas de inestabilidad

### **Segmentación del mercado**

Dentro del sector financiero las cooperativas tienen influencia directa en cada uno de las actividades de que se relacionen Superintendencia de Bancos los cuales buscan mantener una dinámica de gestión empresarial que les permita seguir manteniéndose en el mercado que se está desarrollando, para de esta

manera cada una de las instituciones poseen su propio liderazgo referente a los demás con indicadores que reflejen su sustentabilidad dentro del mismo.

Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Está dirigido a un segmento de mercado homogéneo, es decir, existen tanto socios de la zona rural como de la zona urbana permitiendo de esta manera un crecimiento rentable capaz de satisfacer las necesidades y exigencias de cada uno de los socios.

#### **F4 Amenaza de productos sustitutos**

Dentro de Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Agencia Pelileo, existirían a más de productos instituciones sustitutas que generen mayores beneficios y los socios deseen ser partícipes de ello pueden ser bancos, mutualistas, otras cooperativas que ofrezcan servicios o productos diferentes que beneficien de manera directa o indirecta a las personas al momento que les otorguen préstamos o diferentes servicios que las entidades ofrezcan.

#### **F5 Rivalidad entre competidores**

La entidad financiera posee cantidad de instituciones que compiten de manera permanente en el segmento de mercado al que está dirigido para de esta manera diseñar nuevas estrategias que ayuden a diferenciarse de las demás, ofreciendo el mismo producto o servicio pero obteniendo un valor agregado que ayude a retener a sus socios y les permita ser partícipes de los beneficios que les brinda por ser parte de ella.

En la actualidad existe gran rivalidad entre las instituciones ya que realizan campañas publicitarias que dan a conocer lo que cada una de ellas ofrece a los socios, es así como los socios sienten la presión competitiva que se genera, y buscan la mejor opción para confiar su dinero, realizando sus transacciones seguras, rápidas y confiables que generen la oportunidad de incursionar en nuevos segmentos de mercado y permita reaccionar a buscar las debilidades de las demás; convirtiéndolas en nuestras posibles oportunidades.

### **6.6.3 Desarrollo de las estrategias**

**6.6.3.1** Estructurar una publicidad enfocada al movimiento de las cuentas de los socios de la cooperativa.

- ✓ Brindar una correcta atención a cada uno de los socios por parte del personal de la institución.
- ✓ Posicionar a la institución en la mente de los socios.
- ✓ Fomentar una adecuada cultura de ahorro
- ✓ Colocar banners publicitarios en sitios adecuados para dar a conocer a la institución tales como carreteras, estadios, mercados.
- ✓ Promocionar a la institución en programas que sean de ayuda para la colectividad, con la previa realización de un adecuado presupuesto.
- ✓ Relaciones públicas que ayuden a fortalecer los objetivos de la institución mediante consensos que ayuden a fidelizar los socios del presente y los futuros socios que pudieran ser.

**6.6.3.2** Estructurar un Plan de medios de comunicación enfocado en campañas que den a conocer la ubicación de la institución.

- ✓ Publicidad Above the Line (ATL), que permitan llegar a cada una de las personas de la zona rural por medio de la radio, emitiendo spots publicitarios que serán escuchados por los mismos socios o personas de la zona rural que deseen ser parte de la institución financiera o deseen conocer de forma cercana los beneficios que ofrece la institución.
- ✓ Publicidad Below the Line (BTL), se enfocara a personas de la zona urbana de institución por medio de llamadas telefónicas a los socios que no dejen inactivar sus cuentas de ahorro y se ofrecerá de manera clara los servicios de la institución, a la vez se emitirá correos electrónicos a las socios dando a conocer lo que brinda la institución.
- ✓ Telemarketing, en donde se contacte directamente con cada uno de los socios para comercializar sus productos y servicios tanto a clientes potenciales como reales para de cierta manera fidelizarlos.
- ✓ Mentor de comunicación, que permita tener una relación adecuada tanto con la agencia matriz, que ayude a tener mejor posicionamiento ante las demás.
- ✓ Cambio políticas de crédito, de acuerdo a un adecuado seguimiento, brindando facilidades y promocionando sus créditos de acuerdo necesidades que tengan los socios.

**6.6.3.3** Conocimiento continuo de satisfacción a los socios

- ✓ Buzón de quejas y sugerencias, en donde se tome medidas acorde a las exigencias y necesidades de los socios realizando un correcto e idóneo seguimiento del mismo y del personal que lo maneja.
- ✓ Encuestas de satisfacción, realizarlas periódicamente dentro de la institución en donde permita conocer la expectativa que tiene cada uno

de los socios de la institución y como la institución satisface dicha expectativa.

- ✓ Ofertas especiales, motivar a los socios ahorrar, por medio de rifas, entrega de obsequios como llaveros, gorras, esferos, lápices en fechas especiales como el día de la madre, entregar una rosa a las socias que llegan a la institución, en donde la institución demuestre que se preocupa por el bienestar de cada uno de ellos.
- ✓ Cursos vacacionales, que ayuden tanto a niños como jóvenes que distraigan su mente en talleres que desarrollen su creatividad.
- ✓ Colocaciones sean más ágiles, sin tener que realizar mucho tramites pues las cuentas dependen de la parte comercial.
- ✓ Cartera de socios, ayude a conocer sus necesidades y si se sienten satisfechos con los servicios que está brindando la institución.

#### **6.6.3.4 Mejora continua en la atención al público**

- ✓ Capacitaciones, en las que el personal se forme de manera constante y pueda brindar un adecuado servicio, en donde, los socios sientan la comodidad de ingresar a la institución de manera segura.
- ✓ Salud ocupacional, que permitan tener conocimiento general de cada una de los siniestros que se pueden dar dentro de la institución pues la misma se encuentra en una zona aledaña a erupciones volcánicas.
- ✓ Programas culturales, los cuales permitan mantener buenas relaciones con todas las personas que trabajan dentro de la institución, mediante paseos, integraciones, juegos que ayuden a unirse y formar un equipo trabajo.

**6.6.3.5** Construir redes interbancarias que faciliten el movimiento de las cuentas.

- ✓ Convenios, que ayuden a que los socios depositen y retire su dinero de forma rápida y segura mediante acuerdos con otras instituciones financieras tales como bancos y otras cooperativas.
- ✓ Aperturar oficinas en la zonas rurales que tengan servicios como atención al cliente, cajas y un asesor comercial que ayuden a estar más cerca de cada uno de los socios.
- ✓ Alianzas, con otras instituciones financieras en la utilización de tarjetas de débito que se cobre un porcentaje significativo al momento de realizar retiros en sus cajeros automáticos.

**6.6.3.6** Reestructurar los horarios de atención a los socios en turnos que permitan la accesibilidad de los socios a la institución.

- ✓ Permita ofrecer la comodidad a cada uno de los socios en esperar su turno tanto para realizar sus depósitos, como para hablar con un funcionario de la misma.
- ✓ Adecuación del espacio físico en donde se instalen dichas bancas para que las personas puedan esperar de forma tranquila, el servicio que deseen obtener.

## PLAN DE ACCIÓN

La implementación de estrategias permitirá a la institución posicionarse de mejor forma dentro del mercado financiero, priorizando cada una de sus alternativas y buscando soluciones, actividades que permitan llegar a la consecución de dicho fin u objetivo.

Propone un medio de alcanzar objetivos y estrategias establecidas que se puedan emplear mediante acciones en donde se dé fecha de inicio y de fin de cada una de las actividades, ejerciendo responsabilidades a cada uno de las personas que trabajan dentro de la entidad y considerando posibles restricciones o errores que puedan existir.

## ESTRATEGIAS

1	Estructurar una publicidad enfocada al movimiento de las cuentas de los socios de la cooperativa.
2	Estructurar un Plan de Medios de comunicación enfocado en campañas que den a conocer la ubicación de la institución.
3	Conocimiento continuo de satisfacción a los socios.
4	Mejora continua en la atención al público.
5	Construir redes interbancarias que faciliten el movimiento de las cuentas.
6	Reestructurar los horarios de atención a los socios en turnos que permitan la accesibilidad de los socios de la institución.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6.3 Estructurar publicidad enfocada al movimiento

<b>E1: ESTRUCTURAR UNA PUBLICIDAD ENFOCADA AL MOVIMIENTO DE LAS CUENTAS DE LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA.</b>														
N°	Actividad	Instrucciones	Resp.							Recursos			Resultado Esperado	
				JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	Humanos	Materiales	Financieros		
1	Correcta atención a cada uno de los socios	Amabilidad, Cordialidad	Talento Humano								Personal institución			Socios satisfechos
2	Posicionarla en la mente de los socios.	Promocionar servicios, productos	Marketing											Fidelizar a los socios
3	Colocar banners publicitarios	Carreteras, estadios, mercados	Marketing									Letreros, flyers, hojas volantes	\$ 800,00	Reconocimiento de la institución
4	Promocionar institución en programas de ayuda a colectividad	Presupuesto anticipado del evento	Marketing									Oficios	\$ 400,00	Abarcar más nichos de mercado
5	Relaciones públicas, ayuden a fortalecer objetivos de institución.	Comunicación estratégica coordinada y sostenida	Talento Humano										\$ 200,00	Crear vínculos de apoyo satisfacer necesidades

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6.4 Estructurar Plan de Medios de Comunicación

## E2: ESTRUCTURAR UN PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ENFOCADO EN CAMPAÑAS QUE DEN A CONOCER LA UBICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.

N°	Actividad	Instrucciones	Resp							Recursos			Resultado Esperado	
				JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	Humanos	Materiales	Financieros		
1	Publicidad ATL	Spots publicitarios en radios locales	Marketing										\$ 500,00	Atraer a más socios abrir sus cuentas
2	Publicidad BTL	Llamadas telefónicas, emitirá correos	Marketing											
3	Telemarketing	Comercializar productos, servicios brinda institución	Marketing											Personas conozcan de los beneficios institución
4	Mentor de comunicación	Gestione relación directa Ag. Matriz	Marketing										\$ 800,00	Mayor comunicación
5	Cambios políticas de crédito	Menos papeles, más agilidad	Área Comercial											Mayor accesibilidad área comercial

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6.5 Conocimiento continuo de satisfacción a los socios

<b>E3: CONOCIMIENTO CONTINUO DE LA SATISFACCIÓN DE LOS SOCIOS</b>														
N°	Actividad	Instrucciones	Resp							Recursos			Resultado Esperado	
				JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	Humanos	Materiales	Financieros		
1	Buzón de quejas y sugerencias	Junto a cada puesto de trabajo	Logística								Encargado del puesto			Mejorar las exigencias de los socios
2	Encuestas de satisfacción	Cada tres meses										Encuestas	\$ 200,00	Cumplir expectativas
3	Ofertas especiales	Entrega de obsequios	Atención Cliente									Llaveros, gorras, esferos	\$ 800,00	Atraer a más socios o niños abrir cuentas
4	Cursos vacacionales	Motiven a los niños, jóvenes hacer deporte	Marketing								Entrenador		\$ 400,00	
5	Cartera de socios	Conocer necesidades	Área Comercial								Asesores de Crédito			Ofrecer servicios

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6.6 Mejora continua en la atención al público

<b>E4: MEJORA CONTINUA EN LA ATENCIÓN PÚBLICO</b>																				
N°	Actividad	Instrucciones	Resp	Mensual ene - dic 2016												Recursos			Resultado Esperado	
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	Humanos	Materiales	Financieros		
1	Capacitaciones	Dentro o fuera del cantón	Talento Humano														Personal Institución	Folletos		Personal preparado cumplir expectativas
2	Salud Ocupacional	Presupuestar	Talento Humano																\$ 400,00	Comunicación efectiva del personal
3	Programas Culturales	Por temporadas específicas	Talento Humano																\$ 600,00	Acogida a la Institución

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6.7 Construir redes interbancarias

### E5: CONSTRUIR REDES INTERBANCARIAS QUE FACILITEN EL MOVIMIENTO DE LAS CUENTAS.

N°	Actividad	Instrucciones	Resp	Mensual ene - dic 2016												Recursos					
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	Humanos	Materiales	Financieros			
1	Crear convenios	Instituciones dentro o fuera del cantón	Gerencia Administrativa																Acuerdos, contratos		Identificación de clientes
2	Apertura oficinas	Realizar estudios para su funcionamiento	Gerencia Administrativa															Personal	Arriendos	\$ 950,00	Nuevas Sucursales
3	Alianzas, otras instituciones	Ampliar su cobertura	Gerencia Administrativa																Papeletas, banners publicitarios		Depositen dinero, ganando un porcentaje de interés

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6.8 Reestructurar horarios de atención

**E6: REESTRUCTURAR LOS HORARIOS DE ATENCIÓN A LOS SOCIOS EN TURNOS QUE PERMITAN LA ACCESIBILIDAD DE LOS SOCIOS A LA INSTITUCIÓN**

N°	Actividad	Instrucciones	Resp							Recursos			Resultado Esperado	
				JUL	AGT	SEP	OCT	NOV	DIC	Humanos	Materiales	Financieros		
1	Comodidad socios	Colocación de sillas	Logística									Sillas	\$ 800,00	Calidad de servicio
2	Adecuación espacio físico	Ampliar infraestructura	Logística									Personal	\$ 200,00	Más espacio socios acudan institución

Fuente: Elaboración Propia

## CONCLUSIONES

- Con la implementación de cada una de las estrategias propuestas ayudara a posicionar de forma más clara la institución en la mente de las personas ante su competencia, beneficiándose de manera directa con cada uno de los servicios que brinda y con la cordialidad que cada persona se merece al ingresar a una institución.
- Que la creación de redes interbancarias ayude a obtener de manera directa o indirecta mayores beneficios que permitan a la institución mantenerse en el mercado, para de esta manera evitar que existan inconvenientes dentro o fuera de la institución.
- Los objetivos fijados dentro de la institución permitan crear perspectivas tanto financieras, de los socios, internas y de desarrollo humano y tecnológico que ayuden alcanzar lo propuesto por la institución de manera clara y rentable.

## RECOMENDACIONES

- Las capacitaciones que se realice al talento humano de la institución, sea de forma periódica en donde permita relacionarse de manera directa con sus compañeros de trabajo y puedan brindar una adecuada atención a cada uno de sus socios.
- Que se atienda de manera clara, oportuna y en un tiempo determinado el buzón de sugerencias en donde los socios expresen sus incomodidades por las que están pasando cuando utilizan los servicios de la institución.
- Establecer de manera idónea los documentos del área comercial que los socios solicitan para realizar préstamos, pues de esta manera se agilizaran los procesos y los socios se sentirán más cómodos y satisfechos con los servicios que está brindando la institución ya que la mayoría de socios aperturan sus cuentas por obtener un crédito.

## Bibliografía

- Aguilar Verdesoto, L. Y. (2014). *“LA INVERSIÓN DE LOS DEPÓSITOS A LARGO PLAZO Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KULLKI WASI. AMBATO.*
- Ambrose, G., & Paul, H. (2011). Packaging. En G. Ambrose, & H. Paul. United Kingdom: Publicaciones AVA.
- Barral Varela, G. (2011). *Diccionario Económico*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/cuenta-de-ahorro.html>
- Barral Varrela, G. (2015). Cuenta Corriente Bancaria. *Expansion*, pág. 2.
- Benavides, I., & Garcés, E. (2009). ). Propuesta para la creación de la imagen corporativa de la empresa de transporte pesado COTRAPECSA S.A. Quito, Pichincha, Ecuador: Escuela Superior Politecnica del Ejercito.
- Bonde, N. (2006). Principios de Estrategias de Marketing. En I. Rodríguez, *Dret penal II* (pág. 69). Barcelona: Eureka Media, S.L.
- Cáceres, D., & López, J. M. (2012). *Riesgos financieros y Operaciones internacionales*. España: ESIC.
- Cadena, W., & López, N. (2011). Diseño de la Imagen Corporativa del Gobierno Municipal del Cantón Espejo Y su aplicación. Quito, Pichincha, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Caldas, E. R. (2014). Empresa e iniciativa emprendedora. En E. R. Caldas, *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid: EDITEX.
- Casado, & Sellers. (2010). Introduccion al Marketing. En Casado, & Sellers, *Introduci* (pág. 15). España: Club Universitario.

- Cervera, A. (2008). Comunicación interna. En A. Cervera, *Comunicación total*. Madrid: España.
- Costa, J. (2009). Imagen Corporativa del siglo XXI. En J. Costa, *Imagen Corporativa del siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Díaz Llenez, M. (2009). *Análisis Contable con un enfoque empresarial*.
- Ecuador, B. C. (Enero de 2014). *Análisis del Sistema Financiero Privado y Público del Ecuador*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/BoletinTasasInteres/ect201401.pdf>
- ekosnegocios*. (2014). Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx>
- Fernández, D., & Fernández, E. (2010). Comunicación empresarial y atención al cliente. En D. Fernández, & E. Fernández, *Comunicación empresarial y atención al cliente* (pág. 6). Madrid: Ediciones Paraninfo,SA.
- Fonseca, A. (2012). *EL PODER DE AHORRAR*.
- García, M., & Lloret, J. (2011). *Dirección Financiera*. Catalunya: UPC.
- Haro, A. d. (2011). *Medición y control de riesgos financieros*. México: Limusa S.A.
- Icaza, A. M. (2008). *Economía Popular*. Porto Alegre : Veraz.
- INEC. (2010). *Fichas de Cifras Generales* . Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807\\_SAN%20PEDRO%20ODE%20PELILEO\\_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807_SAN%20PEDRO%20ODE%20PELILEO_TUNGURAHUA.pdf)
- Joehnk, M. (2012). *Fundamentos de inversión*.
- Ley de Cooperativas* . (2009). Ecuador .

- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria*. (2011). Ecuador .
- Mays. (2003). El fin de la publicidad como la conocemos. En S. Zyman. Nueva Jersey: Copyright.
- Merlon, L. (2010). Implementación de un plan estratégico para mejorar la imagen corporativa de Acción Provida en Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Mora Pinos, M. K. (2014). *LA GESTION FINANCIERA COMO FACTOR DETERMINANTE EN LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EL SAGRARIO LTDA*. AMBATO.
- Muñiz, R. (2010). Marketing en el Siglo XXI. En R. Muñiz, *Marketing en el Siglo XXI*. Centro de Estudios Financieros .
- Naghi, M. (2009). *Metodología de la Investigación* .
- Rios, I. (s.f.). *LAS CUENTAS BANCARIAS (CONCEPTO)*. Obtenido de [https://at03.sbancos.gob.pa/aspec\\_proteccion/.../c\\_inactivas.doc](https://at03.sbancos.gob.pa/aspec_proteccion/.../c_inactivas.doc)
- Rodriguez, E. (2006). Principios de estrategias y Marketing. En I. Rodrigez. Barcelona: Eureka mediam, S.L.
- Rodríguez, I. (2007). Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing. En I. Rodríguez, *Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing* (pág. 61). España : Eureka Media S.A.
- Soriano, C. (1991). El marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones. En C. Soriano, *El marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones*. Madrid: MAPCAL S.A.
- Tonato Tualumbo, M. J. (2013). *DISEÑO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS ORIENTADAS A MEJORAR LAS CAPTACIONES Y OTORGAMIENTO*

*DE CREDITO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK KASAY. La Mana.*

- Trout, J. (2010). Positioning o Branding ¿Esa es la cuestion? En Castelló, *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales Online* (pág. 33). San Vicente: Club Universitario.
- Vaca, O. (23 de octubre de 2014). Marketing 3.0. Ambato, Tungurahua, Ecuador: Pontificia Univercidad Catolica del Ecuador Sede Ambato.
- Vasquez, M., & Espinoza, P. (2012). Plan Estrategico de COmunicacion de la imagen corporativa de PREFACERO . Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad de las Americas.
- Vilariño, A. (2012). *Sistema financiero español*. España : AKAL .
- Westley, G., & Sherrill, S. (2000). *Dinero seguro: desarrollo de cooperativas de ahorro y credito eficaces en América Latina*.
- Zambrano, A. (2010). *Matemática Financiera*. Prisacom.

## ANEXOS



### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Determinar las razones por las que los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Francisco Ltda.” Sucursal Pelileo dejan inactivar sus cuentas y cómo influye en la rentabilidad institucional.

**INDICACIONES:** Conteste con sinceridad el siguiente cuestionario, por favor en cada literal escoja tan solo una respuesta y señale con una X.

#### I. DATOS GENERALES

Ubicación

Urbano

Rural

Género

Femenino

Masculino

Edad

\_\_\_\_\_

## II. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

1.- ¿Posee una cuenta dentro de la entidad financiera?

Si

No

Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2.- ¿Por qué abrió una cuenta en la entidad financiera?

Ahorro

Plazo Fijo

Obtener Crédito

Otros

3.- ¿Cuánto tiempo tiene la cuenta?

0 – 3 meses

3 – 6 meses

6 – 1 año

1 año o más

4.- ¿Qué tipo de cuenta posee?

Ahorro

Panchito

5.- ¿Con que frecuencia utiliza la cuenta?

Semanal

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

**6.- ¿Tiene cuenta en otra institución?**

Si

No      Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**7.- ¿Cree usted que la entidad financiera fomenta una cultura de ahorro?**

Si

No

**8.- ¿Cómo calificaría el servicio que brindan los miembros de la entidad financiera?**

Excelente

Bueno

Regular

Malo

**9.- ¿Conoce los beneficios que le ofrece la entidad financiera?**

Si

No      Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**10.- ¿Cómo se enteró de los servicios que ofrece la entidad financiera?**

- Radio
- Televisión
- Vallas publicitarias
- Recomendación de amigos / parientes

**11.- ¿Cuál cree que es la razón por la que usted inactiva su cuenta?**

- Falta de recursos económicos
- Falta de tiempo
- Largo tiempo en aprobación de créditos
- Ubicación
- Otros

**GRACIAS POR SU APOORTE**