



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER EL PROCESO DE  
CAPTACIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO  
CREDIL LTDA., AGENCIA RIOBAMBA, PERÍODO 2021-2025.**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN FINANZAS**

**AUTOR:**

**RUBEN ANIBAL LUCIO REVELO**

Riobamba - Ecuador

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER EL PROCESO DE  
CAPTACIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO  
CREDIL LTDA., AGENCIA RIOBAMBA, PERÍODO 2021-2025.**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN FINANZAS**

**AUTOR: RUBEN ANIBAL LUCIO REVELO**

**DIRECTOR: ING. GINO GEOVANNY MERINO NARANJO**

Riobamba - Ecuador

2022

**©2022, Ruben Anibal Lucio Revelo**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Ruben Anibal Lucio Revelo declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 20 de enero del 2022



---

**Ruben Anibal Lucio Revelo**  
**C.C: 210106585-8**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER EL PROCESO DE CAPTACIÓN EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CREDIL LTDA., AGENCIA RIOBAMBA, PERÍODO 2021-2025**, realizado por el señor: **RUBEN ANIBAL LUCIO REVELO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Castelo Salazar Ángel Gerardo Mgs. <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	_____	2022-01-20
Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo Mgs. <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	_____	2022-01-20
Ing. Pedro Pablo Bravo Molina Mgs. <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	_____	2022-01-20

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación le dedico primeramente a Dios por darme la suficiente valentía de seguir luchando cada día, por permitirme contar con salud y vida para llegar hasta donde estoy. En segundo lugar, a mis padres Rosa Revelo y Fredy Lucio quienes siempre han estado pendientes de mi bienestar sin duda no lo hubiera logrado sin el apoyo incondicional de ellos, sus consejos, comprensión, enseñanzas y amor me han motivado ser mejor cada día. A mis hermanas Angie y Jeniffer, porque son la razón de sentirme tan orgulloso, gracias por siempre confiar en mí. Finalmente dedico este arduo trabajo a mi persona quien en momentos difíciles a través de la oración eh superado muchas dificultades y problemas.

Ruben

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco con todas mis fuerzas a Dios, mi padre celestial que nunca me abandona y guía por el camino correcto, sin duda su amor y bondad no tiene límites con mi persona, me permite levantarme cada día para seguir luchando por mis metas y sueños de vida. Este trabajo de tesis ha sido una gran bendición en todo sentido, ya que gracias a esto cumpliré una de tantas metas que me he propuesto. Quiero agradecer infinitamente a mis padres por el trabajo arduo que realizaron para brindarme la mejor profesión en mi vida, por los principios y valores que me han inculcado durante toda mi vida, pero sobre todo agradezco por la confianza que depositaron en mí. Finalmente, a cada uno de mis docentes quienes me han formado un profesional con ética y moral formadas.

Ruben

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1</b>	<b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1</b>	<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2</b>	<b>Formulación del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3</b>	<b>Sistematización del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4</b>	<b>Delimitación del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.5</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>4</b>
<i>1.5.1</i>	<i>General.....</i>	<i>4</i>
<i>1.5.2</i>	<i>Específicos.....</i>	<i>4</i>
<b>1.6</b>	<b>Justificación.....</b>	<b>4</b>
<i>1.6.1</i>	<i>Justificación teórica.....</i>	<i>4</i>
<i>1.6.2</i>	<i>Justificación metodológica.....</i>	<i>5</i>
<i>1.6.3</i>	<i>Justificación práctica.....</i>	<i>5</i>
<b>1.7</b>	<b>Antecedentes de la investigación.....</b>	<b>6</b>
<b>1.8</b>	<b>Marco teórico.....</b>	<b>7</b>
<i>1.8.1</i>	<i>Captación de recursos.....</i>	<i>8</i>
<i>1.8.2</i>	<i>Planificación.....</i>	<i>8</i>
<i>1.8.3</i>	<i>Pasos del proceso de planificación.....</i>	<i>8</i>
<i>1.8.4</i>	<i>Plan.....</i>	<i>8</i>
<i>1.8.5</i>	<i>Plan de negocios.....</i>	<i>9</i>
<i>1.8.6</i>	<i>Definición de plan de negocios.....</i>	<i>9</i>
<i>1.8.7</i>	<i>Importancia.....</i>	<i>9</i>
<i>1.8.8</i>	<i>Estructura.....</i>	<i>9</i>
<i>1.8.9</i>	<i>Análisis Situacional.....</i>	<i>10</i>



<b>1.8.10</b>	<b>Plan de Marketing</b> .....	10
<b>1.8.11</b>	<b>Plan Financiero</b> .....	10
<b>1.9</b>	<b>Marco Teórico – Conceptual</b> .....	11
<b>1.10</b>	<b>Idea a Defender</b> .....	12

## CAPÍTULO II

<b>2</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	13
<b>2.1</b>	<b>Enfoque de la Investigación</b> .....	13
<b>2.2</b>	<b>Nivel de investigación</b> .....	13
<b>2.3</b>	<b>Diseño de investigación</b> .....	13
<b>2.4</b>	<b>Tipo de estudio</b> .....	14
<b>2.5</b>	<b>Población y cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	14
<b>2.5.1</b>	<b>Población</b> .....	14
<b>2.5.2</b>	<b>Muestra</b> .....	15
<b>2.6</b>	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	16

## CAPÍTULO III

<b>3</b>	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	17
<b>3.1</b>	<b>Análisis e interpretación de resultados</b> .....	17
<b>3.1.1</b>	<b>Resultados de la encuesta</b> .....	17
<b>3.1.2</b>	<b>Resultados de la entrevista</b> .....	23
<b>3.2</b>	<b>Discusión de los resultados</b> .....	33
<b>3.3</b>	<b>Propuesta desarrollada</b> .....	34
<b>3.3.1</b>	<b>Objetivo de la propuesta</b> .....	34
<b>3.3.1.1</b>	<b>Objetivo general</b> .....	34
<b>3.3.1.2</b>	<b>Objetivos específicos</b> .....	34
<b>3.3.2</b>	<b>Identificación de la COAC en estudio</b> .....	34
<b>3.3.3</b>	<b>Análisis situacional</b> .....	37
<b>3.3.3.1</b>	<b>Análisis FODA</b> .....	37
<b>3.3.3.2</b>	<b>Análisis Externo</b> .....	37
<b>3.3.3.3</b>	<b>Análisis Interno</b> .....	37
<b>3.3.3.4</b>	<b>Evolución del entorno empresaria</b> .....	37
<b>3.3.4</b>	<b>Estrategias</b> .....	49
<b>3.3.5</b>	<b>Plan de mercadotecnia</b> .....	51

3.3.5.1	<i>Comunicación</i> .....	52
<b>3.3.6</b>	<b><i>Plan financiero</i></b> .....	60
3.3.6.1	<i>Balance general proyectado:</i> .....	61
3.3.6.2	<i>Estado de Pérdidas y Ganancias</i> .....	65
3.3.6.3	<i>Obligaciones Financieras</i> .....	68
3.3.6.4	<i>Estado de cambios en el patrimonio</i> .....	69
3.3.6.5	<i>Indicadores financieros</i> .....	75
<b>CONCLUSIONES</b> .....		79
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		80
<b>BIBLIOGRAFIA</b>		
<b>ANEXOS</b>		

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b>	Opinión que tienen los socios sobre los servicios que oferta la Institución .....	17
<b>Tabla 2-3:</b>	Conocimiento sobre los beneficios que tiene un socio de la Cooperativa Credil.	18
<b>Tabla 3-3:</b>	Nivel de satisfacción en atención al cliente.....	19
<b>Tabla 4-3:</b>	Nivel de ingresos mensuales de los socios .....	20
<b>Tabla 5-3:</b>	Capacidad de ahorro de los socios.....	21
<b>Tabla 6-3:</b>	Aspectos importantes al momento de elegir una institución financiera .....	22
<b>Tabla 7-3:</b>	Tipo de depósitos son los de mayor incidencia .....	23
<b>Tabla 8-3:</b>	Cantidad mensual de socios inversionistas nuevos .....	24
<b>Tabla 9-3:</b>	Medida en que se cumplen las estrategias, políticas y/o procedimientos.....	25
<b>Tabla 10-3:</b>	Frecuencia con la que se realizan comités para análisis de tasas de captaciones .	26
<b>Tabla 11-3:</b>	Frecuencia con la que se limitan los ahorros o plazo fijo.....	27
<b>Tabla 12-3:</b>	Saldos mínimos que mantienen los socios en sus cuentas de ahorros .....	28
<b>Tabla 13-3:</b>	La apertura de depósitos a plazo fijo que se realiza .....	29
<b>Tabla 14-3:</b>	Cumplimiento de las metas de captación .....	30
<b>Tabla 15-3:</b>	Cumplimiento del control interno para el proceso de captación .....	31
<b>Tabla 16-3:</b>	Medios de financiación que se utiliza en gestión de efectivo de la Cooperativa..	32
<b>Tabla 17-3:</b>	Identificación de factores claves del macro entorno.....	37
<b>Tabla 18-3:</b>	Identificación de factores claves del micro entorno .....	39
<b>Tabla 19-3:</b>	Determinación de los factores estratégicos externos e internos .....	40
<b>Tabla 20-3:</b>	Matriz de Prioridades .....	42
<b>Tabla 21-3:</b>	Probabilidad de Ocurrencia .....	44
<b>Tabla 22-3:</b>	Representación gráfica de las amenazas y oportunidades .....	45
<b>Tabla 23-3:</b>	Uso matriz FODA para diseñar problema y la solución estratégicos generales...	46
<b>Tabla 24-3:</b>	Uso de la matriz FODA para diseñar las estrategias .....	48
<b>Tabla 25-3:</b>	Presupuesto para la publicidad en redes sociales .....	52
<b>Tabla 26-3:</b>	Presupuesto para tasa de inversiones actual y proyectada.....	53
<b>Tabla 27-3:</b>	Presupuesto para la adquisición de equipos de tecnología .....	54
<b>Tabla 28-3:</b>	Equipo de tecnología detallada.....	55
<b>Tabla 29-3:</b>	Presupuesto para la capacitación a todo el personal.....	56
<b>Tabla 30-3:</b>	Presupuesto para adquisición de electrodomésticos .....	57
<b>Tabla 31-3:</b>	Presupuesto para adquisición de electrodomésticos detallada.....	58
<b>Tabla 32-3:</b>	Presupuesto para publicidad en trípticos .....	59
<b>Tabla 33-3:</b>	Presupuesto para publicidad en trípticos .....	60

<b>Tabla 34-3:</b>	Balance general proyectado.....	61
<b>Tabla 35-3:</b>	Estado de pérdidas y ganancias .....	65
<b>Tabla 36-3:</b>	Obligaciones Financieras proyectadas.....	68
<b>Tabla 37-3:</b>	Estado de Cambios en el Patrimonio 2019-2020.....	69
<b>Tabla 38-3:</b>	Estado de Cambios en el Patrimonio 2020-2021.....	70
<b>Tabla 39-3:</b>	Estado de Cambios en el Patrimonio 2021-2022.....	71
<b>Tabla 40-3:</b>	Estado de Cambios en el Patrimonio 2022-2023.....	72
<b>Tabla 41-3:</b>	Estado de Cambios en el Patrimonio 2023-2024.....	73
<b>Tabla 42-3:</b>	Estado de Cambios en el Patrimonio 2024-2025.....	74
<b>Tabla 43-3:</b>	Morosidad ampliada por producto financiero.....	75
<b>Tabla 44-3:</b>	Medición de la gestión de gerencia y directivos.....	76

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-3:</b>	Opinión que tienen los socios sobre los servicios que oferta la Institución .....	17
<b>Gráfico 2-3:</b>	Conocimiento sobre los beneficios que tiene un socio de la COAC Credil .....	18
<b>Gráfico 3-3:</b>	Nivel de satisfacción en atención al cliente.....	19
<b>Gráfico 4-3:</b>	Nivel de ingresos mensuales de los socios .....	20
<b>Gráfico 5-3:</b>	Capacidad de ahorro de los socios.....	21
<b>Gráfico 6-3:</b>	Aspectos importantes al momento de elegir una institución financiera .....	22
<b>Gráfico 7-3:</b>	Tipo de depósitos son los de mayor incidencia .....	23
<b>Gráfico 8-3:</b>	Cantidad mensual de socios inversionistas nuevos .....	24
<b>Gráfico 9-3:</b>	Medida en que cumplen las estrategias, políticas y procedimientos .....	25
<b>Gráfico 10-3:</b>	Frecuencia con la que realizan comités para análisis de tasas de captaciones ..	26
<b>Gráfico 11-3:</b>	Frecuencia con la que se limitan los ahorros o plazo fijo.....	27
<b>Gráfico 12-3:</b>	Saldos mínimos que mantienen los socios en sus cuentas de ahorros.....	28
<b>Gráfico 13-3:</b>	La apertura de depósitos a plazo fijo que se realiza .....	29
<b>Gráfico 14-3:</b>	Cumplimiento de las metas de captación .....	30
<b>Gráfico 15-3:</b>	Cumplimiento del control interno para el proceso de captación .....	31
<b>Gráfico 16-3:</b>	Medios de financiación que se utiliza en la gestión de efectivo.....	32

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1:</b>	Estructura de Marco Teórico.....	7
<b>Figura 1-3:</b>	Organigrama estructural de la Agencia.....	36
<b>Figura 2-3:</b>	Ubicación Agencia Riobamba, entre Chile y Juan Montalvo .....	36
<b>Figura 3-3:</b>	Uso de la matriz FODA para diseñar las estrategias.....	48

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** BALANCE GENERAL 1

**ANEXO B:** BALANCE GENERAL 2

**ANEXO C:** ESTADO DE RESULTADOS

**ANEXO D:** ENTREVISTA APLICADA

**ANEXO E:** ATENCIÓN AL CLIENTE

**ANEXO F:** ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES

**ANEXO G:** RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS APLICADOS

**ANEXO H:** FOTO DEL AUTOR

**ANEXO I:** ENTREVISTA CON PREGUNTAS CERRADAS

**ANEXO J:** ENCUESTA A SOCIOS

## RESUMEN

En el presente trabajo de titulación se propuso elaborar un plan de negocios que tuvo como objetivo alcanzar la mayor captación de los recursos en la Cooperativa Ahorro y Crédito Credil Ltda., agencia Riobamba, provincia de Chimborazo, para ello se utilizaron varias herramientas de investigación como lo es la encuesta y entrevista, base inicial que se ejecutó para realizar el estudio de mercado donde el autor recopiló la información necesaria para saber los procesos que se estaban realizando de forma deficiente en la institución, de igual forma conocer cuál es la perspectiva que tienen los socios en cuanto a la atención al cliente, productos y servicios financieros que ofrece la cooperativa. Posteriormente se realizó un análisis situacional donde se determinó los factores externos e internos que intervienen en ella. A través del análisis se procedió a presentar distintas estrategias mediante el uso de la matriz FODA para diseñarlas. Finalmente se elaboró el plan de mercadotecnia y financiero que fueron de gran ayuda para el desarrollo de estrategias que se analizaron minuciosamente para implementarlas, de la misma forma se trabajó bajo indicadores financieros que permitieron un análisis sobre la parte financiera de la institución al 31 de diciembre del año 2020.

**Palabras clave:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <PLANIFICACIÓN>, <PLAN DE NEGOCIOS>, <ANÁLISIS FINANCIERO>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



16-02-2022

0290-DBRA-UTP-2022



## ABSTRACT

The present study proposed the elaboration of a business plan with the aim to collect more economic resources for Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda in an agency located in Riobamba city, province of Chimborazo. To do this, several research tools were used such as a survey and an interview to carry out the market study where the author compiled the necessary information to verify the deficient processes and the perspective of clients about customer service, financial products and services offered by the institution. Subsequently, a situational analysis was carried out where external and internal factors were determined. Through this analysis, different strategies were presented by using the SWOT matrix to design them. Finally, the marketing and the financial plans were elaborated to develop strategies that were thoroughly analyzed in order to be implemented as well as some financial indicators which were used to analyze the financial situation of the company until December 31, 2020.

**Keywords:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <PLANNING>, <BUSINESS PLAN>, <FINANCIAL ANALYSIS>, <RIOBAMBA (CANTON)>.

LUIS  
FERNANDO  
BARRIGA  
FRAY



Firmado digitalmente por LUIS  
FERNANDO BARRIGA FRAY  
Fecha: 2022.02.16 15:57:52 -05'00'

## INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación consiste en la elaboración de un plan de negocios para fortalecer el proceso de captación en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., agencia Riobamba provincia de Chimborazo para el período 2021-2025 la integración de estrategias competitivas en las empresas y negocios es de fundamental importancia para el crecimiento y desarrollo de la misma.

El plan de negocios en la institución apertura tener nuevas ideas de negocio con el fin de dar solución los distintos problemas por los que se enfrenta llevar una buena organización basadas en estrategias buscan ser más competitivos en el mercado financiero fortaleciendo así las captaciones económicas en la institución por medio de los planes: Análisis situacional, plan de mercadotecnia y financiero.

El **primer capítulo** hace relación al marco referencial en cual contiene el planteamiento del problema, formulación del problema, el objetivo del presente trabajo al igual que sus objetivos específicos factores que ayudaran al cumplimiento de lo planteado, justificación teórica, metodología y práctica, para culminar el capítulo presente comprende un marco teórico basado en la estructura de un plan de negocios.

El **segundo capítulo** contiene el marco metodológico donde se contempla el enfoque de la investigación, nivel y diseño, de igual forma las distintas técnicas e instrumentos a utilizar como lo son las entrevistas que se las realizo a los trabajadores de la institución y la encuesta dirigida hacia sus socios. También se estableció la población, muestra y hallazgos encontrado que son de gran utilidad para la investigación.

El **tercer capítulo** hace referencia al desarrollo que llevo a cabo el autor, nombrado marco propositivo donde se considera los resultados de los instrumentos aplicados, de tal manera proponiendo distintas soluciones a los problemas encontrados, así mismo un análisis situacional a nivel interno y externo, continuando por el último punto la propuesta de estrategias e implementación de los planes ya mencionados.

Finalmente se expone diferentes conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado, seguido por la tabla de bibliografías y anexos.

## CAPÍTULO I

### 1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 1.1 Planteamiento del problema

La escasa captación de recursos económicos debido a la situación que atraviesa el país como es la recesión económica, de igual forma debido a la proliferación de instituciones financieras en el mercado ha generado una gran competitividad en todos los productos y servicios financiero de la ciudad de Riobamba, al ser una institución que lleva aproximadamente 2 años en la ciudad, no se cumple con las expectativas que tiene la institución en captaciones, ya que se tiene como meta llegar a \$ 3'628.445 de dólares dentro de un año, actualmente posee \$ 200.000 dólares. La falta de estrategias para la comunicación con el mercado objetivo, su posicionamiento inicial y no llenar las expectativas de la institución en captaciones. Es indispensable establecer estrategias administrativas para el logro de metas y objetivos en beneficio de la institución, por consiguiente, es necesario elaborar un Plan de Negocios para establecer propuestas de mejoramiento para las captaciones y recaudaciones en la institución la cual ayudará en su desarrollo empresarial, financiero, e inclusive en la innovación de productos y servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda. Agencia de Riobamba.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., pese a comprender en profundidad su misión y visión, las herramientas elementales para definir objetivos corporativos y operativos dispensables en toda organización, no cuenta con un plan de negocios que tenga la facultad de alcanzar un crecimiento tanto económico como empresarial, situación que está causando cierta desaceleración en la captación de nuevos socios y recaudaciones.

Se propone un Plan de Negocios para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, este proporcionará captar mayor número de socios a través de estrategias por medio un plan situacional, de mercado y financiero. La incorporación del plan de Negocios para alcanzar objetivos y metas en la gestión administrativa y financiera de la Cooperativa, se llevará a cabo con procesos de aplicación de estrategias como la publicidad, promoción, relaciones públicas, alianzas empresariales, convenios entre instituciones y servicio al cliente. Con esta propuesta se busca encontrar una herramienta idónea de gestión para contribuir a la toma de decisiones más adecuadas en el arte de los Negocios y así tener eficacia en la captación de clientes y recaudaciones mediante servicios reconocidos por su calidad y eficiencia.

## **1.2 Formulación del problema**

¿De qué manera incide el plan de negocios en el fortalecimiento el proceso de captación en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., Agencia Riobamba?

## **1.3 Sistematización del problema**

- ¿Cuál es el sustento teórico y conceptual de un plan de negocios para fortalecer el proceso de captación en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.?
- ¿Cuál es la situación actual de la empresa en el mercado local de la ciudad de Riobamba, y cuáles son sus potencialidades para su desarrollo competitivo?
- ¿El plan de negocios ayudará el fortalecimiento del proceso de captación, mediante un análisis situacional, plan de mercadotecnia y financiero?

## **1.4 Delimitación del problema**

**Tipo de estudio:** Plan de Negocios.

**Tiempo:** Año 2021-2025

**Espacio:** Cooperativa de Ahorro y Crédito “Credil” Ltda.

**Provincia:** Chimborazo

**Cantón:** Riobamba

**Agencia:** calles Juan Montalvo y Chile.

## **1.5 Objetivos**

### ***1.5.1 General***

Elaborar un plan de negocios mediante un estudio de mercado para alcanzar la mayor captación de los recursos en la Cooperativa Ahorro y Crédito Credil Ltda., de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo para el período 2021-2025.

### ***1.5.2 Específicos***

- Determinar el diagnóstico de los procesos de captación, mediante la aplicación de técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas hacia los socios para conocer la situación real en la que se maneja la cooperativa.
- Identificar los procesos sobre los que se está realizando mal las actividades de captaciones por medio de los resultados obtenidos del diagnóstico para presentar posibles soluciones a la misma.
- Proponer estrategias administrativas donde se contemple un plan situacional, de mercado y financiero para mejorar todos los procesos de captación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

## **1.6 Justificación**

### ***1.6.1 Justificación teórica***

La presente investigación se justifica su realización desde la parte teórica, ya que se buscará aprovechar todo el referencial teórico existente sobre el incremento de captaciones, a fin de que sirva de base para la ejecución del plan de negocios, investigación que bien puede convertirse en un referente para otras empresas que estén atravesando la misma problemática.

Se espera elaborar un Plan de Negocios para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda. Agencia de Riobamba, mediante los conocimientos pertinentes adquiridos en la carrera, aplicando tales conocimientos se sustentará que es una investigación viable la cual traerá grandes beneficios como el crecimiento empresarial y financiero lo que con llevará una planificación apropiada de

las actividades a realizarse. Por otro lado, permitirá diferenciarse frente a la competencia generando productos y servicios financieros innovadores.

### ***1.6.2 Justificación metodológica***

Esta investigación posibilita la aplicación del método científico a través de técnicas e instrumentos tales como: entrevistas, encuestas, libros, artículos, revistas, la observación directa con clientes y socios de la institución financiera; de esta manera se dotará información primaria que serán agregadas con información documental de la empresa, elaborar el plan de negocios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., será importante ya que en ciertas dificultades se acudirán y se tomara el plan de negocios para la planificación, organización, dirección y control de sus actividades comerciales, administrativas y financieras.

### ***1.6.3 Justificación práctica***

La investigación ayudará a mejorar el incremento todos los procesos de captación en beneficio de la institución, de tal manera los productos y servicios financieros que prestan están direccionados a la población de la provincia de Chimborazo donde a través del proyecto se busca el crecimiento empresarial y financiero que le permita llegar al segmento dos del cooperativismo.

El trabajo de investigación es llamativo, de igual forma las herramientas financieras y las estrategias para fortalecer el proceso de captación en la institución que se aplicarán en la investigación propuesta, esta ayudará a que la institución tome las decisiones más oportunas y precisas para su respectivo crecimiento.

Las problemáticas que se resolverán con este estudio es lograr captarla mayor captación de recursos, de igual forma a través de las estrategias que se propondrá es analizar la viabilidad de alianzas con otras instituciones por otro lado la innovación de productos y servicios en la institución.

## **1.7 Antecedentes de la investigación**

### **Referencia N° 1**

**Título:** Diseño de un plan de negocios para la lavadora y lubricadora “auto spa rápidos & económicos” en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo en el periodo 2014-2015.

**Autores:** Granizo Arcos José Lizandro- Parra Rivera María Fernanda

**Objetivo:** “Diseñar un plan de negocios para la lavadora y lubricadora “Auto Spa Rápidos & Económicos” en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo en el periodo 2014 – 2015” (Granizo & Parra, 2015).

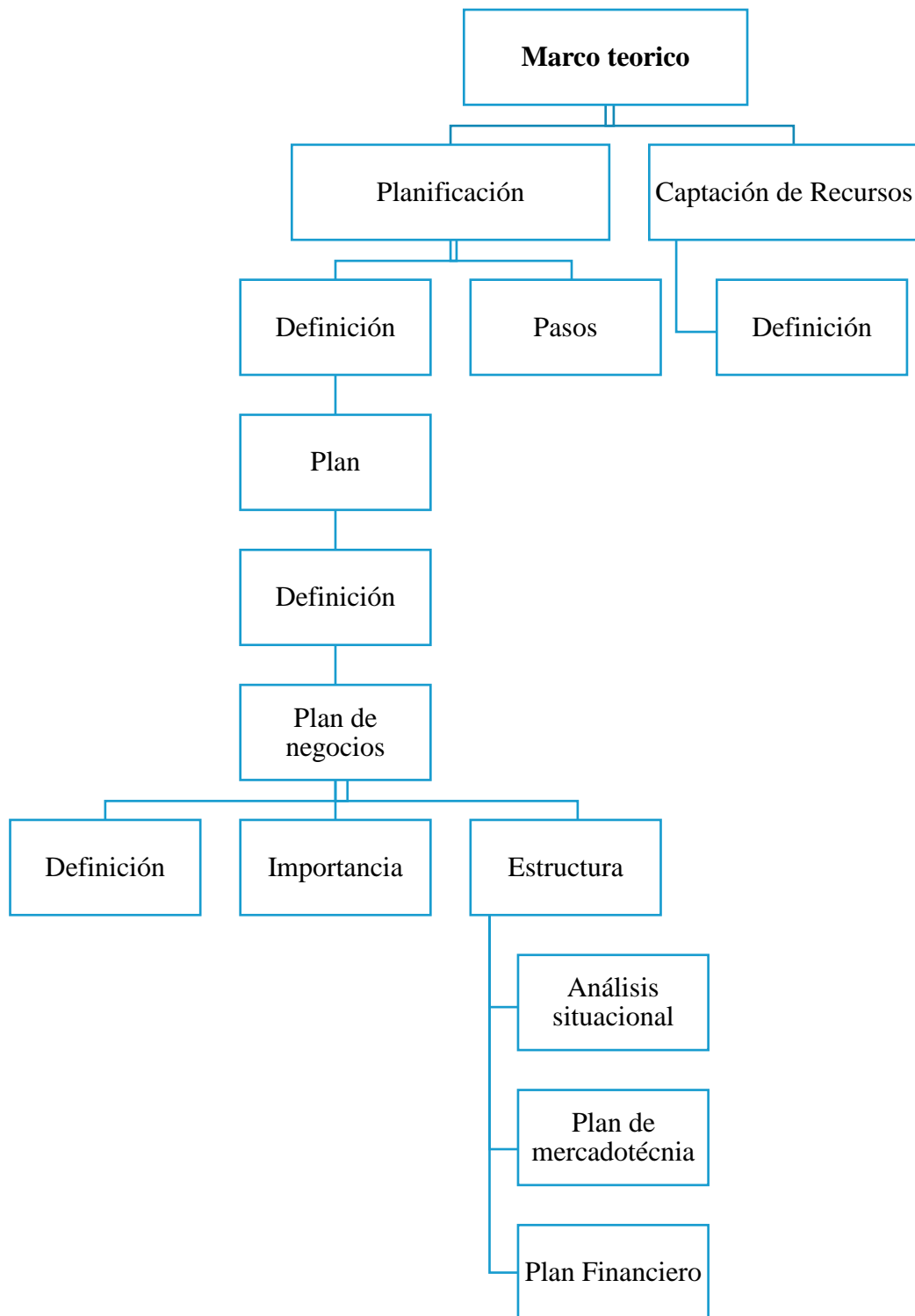
### **Referencia N° 2**

**Título:** Elaboración de un plan de negocios para la cooperativa de ahorro y crédito sol de los andes, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo para el periodo 2014.

**Autor:** Virginia Katherine Rivera Vizquete

**Objetivo:** Elaborar un Plan de Negocios para la Cooperativa Ahorro y Crédito “Sol de los Andes”, el cual ayudaría a incrementar su participación en el mercado de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo (Rivera, 2015).

## 1.8 Marco teórico



**Figura 1-1: Estructura de Marco Teórico**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021).



### ***1.8.1 Captación de recursos***

La captación de recursos, es captar o recolectar dinero de las personas u organizaciones para incrementar su valor, en el caso de las instituciones bancarias lo realizan ya que es su rol de trabajo, se las utiliza principalmente colocación de créditos y generación de liquidez. La compensación del inversionista es el rendimiento de tiene a través de interese ganados llamada de esta manera tasa pasiva. **(Carne, 2014)**

### ***1.8.2 Planificación***

La planificación es de vital importancia en una institución, empresa u organización ya que es la parte administrativa ya que es el pilar fundamental de las distintas funciones. Planificación es sinónimo de anticipar distintas funciones para alcanzar los objetivos con eficacia y eficiencia, por tanto, es la guía más idónea para actuar en el futuro. **(López C. , 2019, p. 9-10)**

### ***1.8.3 Pasos del proceso de planificación***

Según **(Cortés, 1998; citado en Monte, 2019)** el proceso de planeación incluye cinco pasos principales:

- Definición de los objetivos organizacionales;
- Determinar donde se está en relación con los objetivos;
- Desarrollar premisas considerando situaciones futuras;
- Identificar y escoger entre cursos alternativos de acción;
- Puesta en marcha de los planes y evaluar los resultados.

### ***1.8.4 Plan***

Un plan es la parte primaria para llegar a cumplir los objetivos y metas que se establece la empresa, institución u organización. Se dice que el plan es una agrupación de acciones coordinadas que dan solución a los problemas a través de las respectivas estrategias organizadas. La sistematización de distintas operaciones u acciones es el objetivo para dar cumplimiento a la estrategia. **(Ossorio, 2003)**

### ***1.8.5 Plan de negocios***

Un plan de negocios en una organización permite establecer acciones anticipadas para llegar al cumplimiento de metas y objetivos, es importante aplicar el plan de negocios en la institución ya que la misma servirá como base para la planificación de esta. A continuación, se citará los términos necesarios que servirán como fuente para una mejor comprensión del plan de negocios.

### ***1.8.6 Definición de plan de negocios***

Un plan de negocios es un documento guía donde permite establecer como se debe vender los suficientes productos o servicios, que sean rentables, y lo más atractivos para los potenciales inversionistas, el plan de negocios se desarrolla bajo un esquema donde se describe como se materializará y como se resolverá problemas o necesidades de los futuros clientes. **(Romero, Sánchez, & Correa , 2018)**

### ***1.8.7 Importancia***

Un plan de negocio herramienta que permite administrar y aportar al desarrollo de la empresa, institución u organización. Tener un plan diseñado adecuadamente ayudará a cumplir los propósitos, metas y objetivos mediante las acciones necesarias que se crean pertinentes y llegar al justo crecimiento sin mayores inconvenientes. También se toma en consideración como una expansión del negocio con el fin de conciliar posibles inversionistas. **(Defrancorp, 2019)**

Un plan de negocios es importante en el desarrollo de la investigación ya que aportará de manera indispensable para el crecimiento esperado, a través de este se determinará la situación real por la que está pasando la institución mediante un análisis externo e interno, para saber que acciones tomar sobre los problemas de esta manera generar posibles soluciones.

### ***1.8.8 Estructura***

Para el desarrollo plan de negocios se consideran que se necesitan 3 etapas para elaborarlo, estas etapas serán de base para el desarrollo del trabajo de titulación, y estas son:

- Análisis Situacional
- Plan de mercadotecnia
- Plan Financiero

### ***1.8.9 Análisis Situacional***

El Análisis Situacional en una empresa, institución u organización de vital importancia ya que en este punto se analizará la situación real en la que se encuentra la institución, también se considera un método que se encarga de la ejecución de acciones de forma acertada para analizar cuando una organización se está enfrentado a distintas dificultades que no le permiten su desarrollo entre ella puede ser: una falla, oportunidad, amenaza o riesgo, también se analiza las fortalezas y debilidades que no han sido explotadas o solucionadas. Este método aporta en la institución como una guía para saber la raíz de los problemas, de tal manera permite priorizar las distintas acciones que darán respuestas a las preocupaciones de las organizaciones. **(Del Valle, 2004)**

El análisis situacional permitirá saber de qué manera influyen los factores internos y externos, generando así un diagnóstico de la situación real en la institución financiera.

### ***1.8.10 Plan de Marketing***

Un plan de marketing sirve como una guía que permite encaminar a una empresa, institución u organización a seguir los distintos pasos importantes para su aplicación donde se recogen del estudio de mercado que lo realiza el encargado u investigador de la empresa., de igual forma los objetivos de marketing que se planteé, posteriormente las estrategias a ejecutar junto a la planificación que se lleva acabo. **(Minarro, 2020)**

El plan de marketing será instrumento importante para la empresa ya que aquí se analizará: qué estrategias serían las más idóneas para aplicarlas, cómo utilizarlas y los recursos que serán necesarios.

### ***1.8.11 Plan Financiero***

El plan financiero es un documento que contiene los objetivos económicos de una empresa, así como las estrategias para alcanzar dichas metas. **(Westreicher, 2020)**

Es decir, un plan financiero, se toma muy en cuenta la situación actual de la empresa, igualmente las proyecciones a futuro, ya que en base a este se cumplirán los objetivos deseados teniendo un debido seguimiento en sus estimaciones.

## **1.9 Marco Teórico – Conceptual**

### **✓ Cooperativa de ahorro y Crédito**

Las cooperativas de ahorro y crédito tienen como objeto social servir a las distintas necesidades financieras que tengan los clientes, socios y terceros, esto bajo un seguimiento pertinente de parte de la financiera. **(Cifras, 2020)**

### **✓ Oportunidades**

“Las oportunidades son la proporción importante y ventajosos para una empresa, institución u organización, de manera que intervienen de forma positiva”. **(Tamayo, 2009)**

### **✓ Amenazas**

Según **(Quiroa, 2020)** la amenaza es un elemento del entorno externo de la empresa que puede resultar negativo para su desarrollo y crecimiento, incluso podría afectar su permanencia en el mercado.

### **✓ Fortalezas**

Se define fortaleza a las virtudes o fuerzas que tiene una empresa empresa, toda empresa, institución u organización tendrás adversidades que con estrategias se convertirán en fortalezas e inclusive en éxito. **(Foda, 2016)**

### **✓ Debilidades**

Se define como debilidad a las situaciones adversa que enfrenta una empresa estos factores pueden provocar una baja competitividad, ya que puede carecer de recurso u habilidades que se desarrollan negativamente. **(Foda M. , 2021)**

### **1.10 Idea a Defender**

El plan de negocios por medio un análisis situacional, plan de mercadotecnia y financiero permitirá fortalecer la participación en el mercado financiero.

**Variables:**

**Variable Independiente:** Plan de negocios

**Variable Dependiente:** Captación de Recursos

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Enfoque de la Investigación

El enfoque de la presente investigación será Mixto, ya que se aplicarán encuestas las cuales servirán para analizar el mercado, así mismo se hará uso de variables cualitativas que determinarán técnicamente la investigación para el marco teórico.

El enfoque mixto es aquel que fusiona datos tanto cuantitativos como cualitativos en la misma investigación, con el fin de dar respuesta a los objetivos. Los datos que se utilizan pueden ser cualitativos en cuantitativos o viceversa de tal manera responder a los problemas que acontecen. **(Hernández, 2014)**

#### 2.2 Nivel de investigación

Exploratorio y descriptivo, se utilizará el nivel de investigación exploratorio se recopilará información acerca del mercado con el que se trabaja Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., en la ciudad de Riobamba, la influencia en los ingresos y a nivel descriptivo porque que se señalarán los procesos y las actividades que se realizan en la institución para el debido cumplimiento de las metas y objetivos.

**Exploratorio: (Vera, 2013)** define que es el primer tacto a la investigación científica a una problemática, se emplea cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente.

**Descriptivo:** se efectúa cuando en una investigación se describe, en todos sus elementos principales, una realidad. **(Vera, 2013)**

#### 2.3 Diseño de investigación

En el presente trabajo de titulación se utilizará este diseño de estudio no experimental ya que no existirá la manipulación de las distintas variables a estudiar sino se realizará un previo análisis y observación para su debido desarrollo, es decir no se realizará ninguna alteración en la población sino se trabajará sobre la realidad en la que se encuentran los datos proporcionados.

(Hernandez, 2014, p. 152) en su libro Metodología de investigación dice la definición de investigación no experimental consiste en: “En los distintos estudios que se realizan sin el empleo voluntario de variables y los cuales serán únicamente observados en su ambiente natural para posteriori a ello analizarlos.

## 2.4 Tipo de estudio

**Trasversal:** Uno de los tipos de estudio que se llevará acabo es el estudio trasversal o estudio de prevalencia en cual consiste en una investigación observacional que tiene en cuenta los datos de variables recolectadas en cierto periodo.

**Aplicada:** Se resolverán problemas como el posicionamiento, meta en captaciones establecido por la institución a través de la elaboración de un plan de negocios, este análisis será indispensable para fortalecer su participación en el mercado.

**Documental:** Es importancia tener en cuenta la participación de libros, libros electrónicos, artículos científicos y de revista, artículos científicos y de revista electrónicos, blogs e informes finales de tesis de grado y posgrado, entre otras fuentes para la generación de conocimiento y la elaboración de este proyecto.

**De campo:** La información se la obtendrá mediante la recopilación de datos del mercado – trabajo de campo, en fuentes como socios, clientes y operativos, la cual intervendrá la participación de todos aquellos que tengan incidencia en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., la información recolectada será previamente analizada y expuesta en el tercer capítulo de la investigación presente.

## 2.5 Población y cálculo del tamaño de la muestra

### 2.5.1 Población

Para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda. se tomará a la población de Riobamba donde se incluya a los socios e inversionistas de institución, se considera que su población que involucra a hombres, mujeres, empresas, etc., se estima una población aproximado de 600 socios.

La población de la investigación está determina por ciertos componentes como lo son: personas, objetos, organismos, entre otros, los cuales participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación.” (Díaz de León, 2020)

### 2.5.2 *Muestra*

Según (Hernandez, 2014, p. 172) manifiesta que la muestra es una parte proporcional que se determina mediante una formula o censo, estos incluyen: personas, animales, plantas, objetos que pertenezcan a un del universo o la población.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

**Donde:**

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Población o universo de estudio

**P**= Probabilidad de que el evento ocurra

**Q**= Probabilidad de que el evento no ocurra

**Z**= Margen de confiabilidad

**E**= Error muestral

**Datos:**

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= 263.412

**P**= 0.50

**Q**= 0.50

**Z**= 1.96

**E**= 0.05

$$= \frac{1,96^2 * 0.50 * 0.50 * 600}{0.05^2(600 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{576,24}{2,4579}$$

$$n = 235$$



## **2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

**Método inductivo** tiene objetivo el razonamiento con el fin de obtener distintas conclusiones que tengan validez sobre hechos particulares encontrados, es decir llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método tiene como base el estudio individual de los hechos particulares para crear conclusiones universales. **(Bernal, 2010, p. 59-60)**

**Método deductivo** permite analizar conclusiones generales con el fin de exponerlas particularmente. El método inicia con un estudio y análisis pertinente sobre los postulados, teoremas, leyes, principios, entre otros, tiene como objetivo verificar la validez de estas, para posterior aplicar distintas soluciones. **(Bernal, 2010, p. 59)**

### **Entrevista**

La entrevista es una herramienta esencial en una investigación ya que de esta forma se revelará una situación y relación social, tener una comunicación con conductas o posiciones definidas es importante para obtener información verídica, estas están reconocidas por los actores y que difieren de cualquier otro tipo de conversación o comunicación. **(López & Fachelli, 2015, p. 23)**

### **Encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación social más frecuente para la realización de trabajos de investigación científica de igual forma es importante en el área de la sociología. La encuesta hoy en día se ha convertido en una aplicación de la vida cotidiana donde todos hemos experimentado esta experiencia. **(López & Fachelli, 2015, p. 11)**

### **Observación:**

“La observación en la investigación es una facultad mental que le permite al ser humano poder distinguir, discriminar y evaluar ciertas situaciones mediante la utilización de la vista”. **(Uriarte, 2020).**

Se aplicará la técnica de observación ya que se ha realizado un seguimiento de 7 meses en la institución donde ha permitido conocer la situación por la que atraviesa la empresa y así generar estrategias que permitan determinar alcanzar las metas y objetivos mediante el plan de negocios.

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO PROPOSITIVO

#### 3.1 Análisis e interpretación de resultados

##### 3.1.1 Resultados de la encuesta

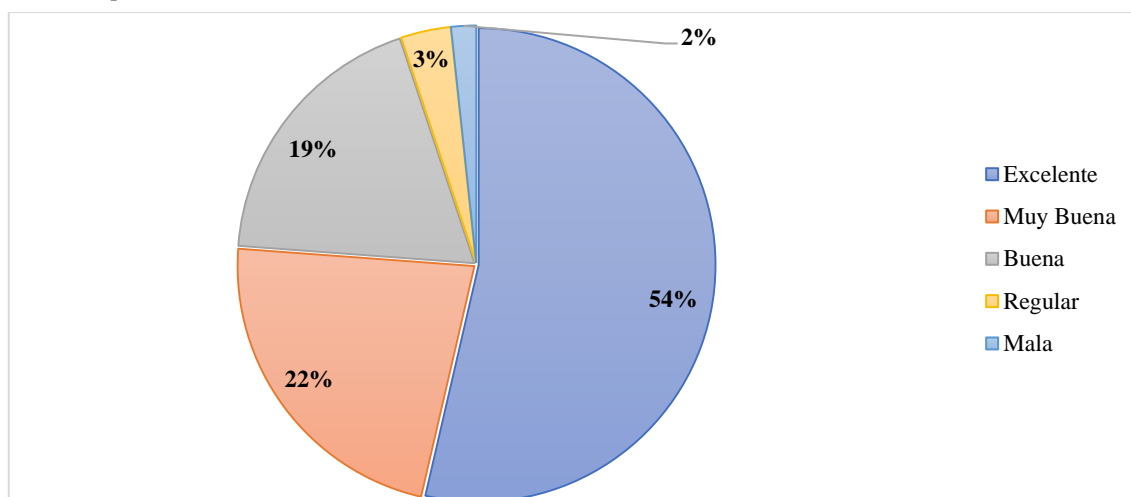
#### 1. ¿Qué opinión tiene de los servicios que oferta la Cooperativa Credil Ltda.?

**Tabla 1-3: Opinión que tienen los socios sobre los servicios que oferta la Institución**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	126	53,62%
Muy Buena	53	22,55%
Buena	44	18,72%
Regular	8	3,40%
Mala	4	1,70%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 1-3: Opinión que tienen los socios sobre los servicios que oferta la Institución**

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el 53.62% respondió que los servicios que oferta la institución son excelentes este factor es tomado muy en cuenta al momento de ofertar productos y servicios ya que a través de ellos depende el crecimiento de la institución, mientras que un 22,55% dice que es muy bueno, al 18,72% le parece que los servicios que se presta son buenos, entre los menos representativos están las respuestas regular y mala muestra un 3.40% y 1.70%, factores que son negativos para el respectivo crecimiento de la cooperativa. Se mide el grado de acercamiento que tienen los socios con la institución, la eficacia con la que se cumplen las metas en cuanto a su aceptación.

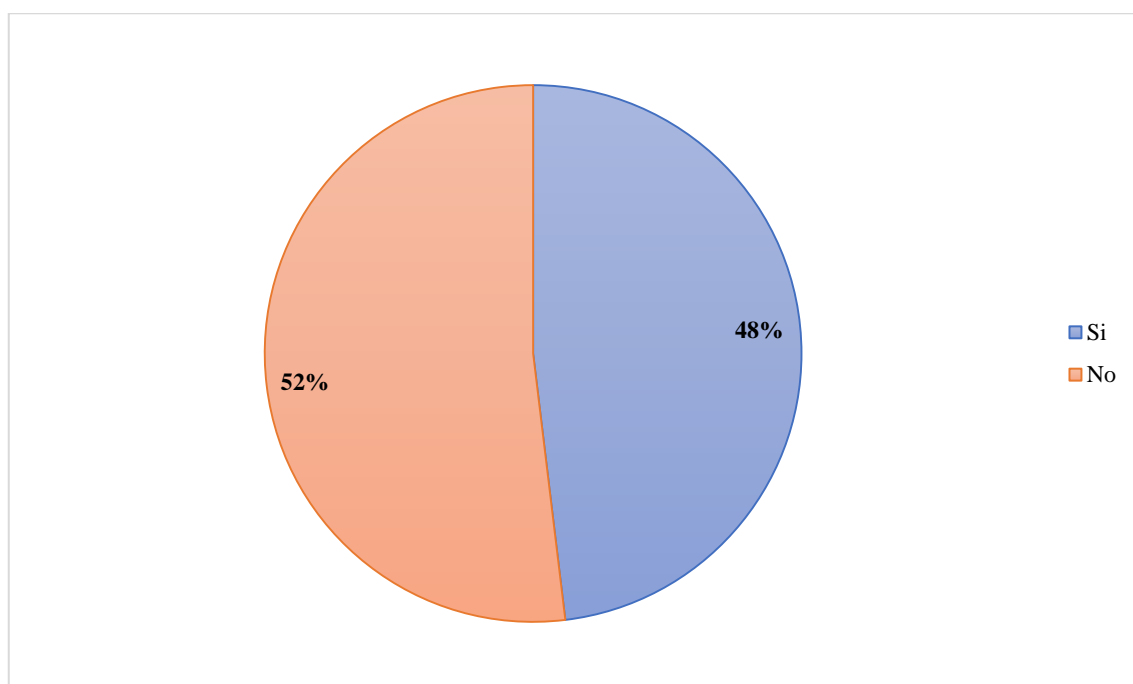
## 2. ¿Conoce que beneficios tiene un socio de la Cooperativa Credil?

**Tabla 2-3: Conocimiento sobre los beneficios que tiene un socio de la Cooperativa Credil**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	113	48,09%
No	122	51,91%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 2-3: Conocimiento sobre los beneficios que tiene un socio de la Cooperativa Credil**

**Fuente:** Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la COAC Credil Ltda. Agencia Riobamba se encuestó a una muestra de 235 socios la cual arrojó los siguientes resultados; El 51,91% de los socios encuestados respondieron que no conocen los beneficios que tiene un socio situación que es importante a considerar ya que si es socio debe estar al tanto de los beneficios a los que se hace acreedor por ser parte de la institución, mientras que el 48,09% si conocen tales beneficios al ser socio de la cooperativa accede a un portafolio de oferta de productos y servicios financieros, como también a múltiples beneficios que tiene y se caracteriza la institución.

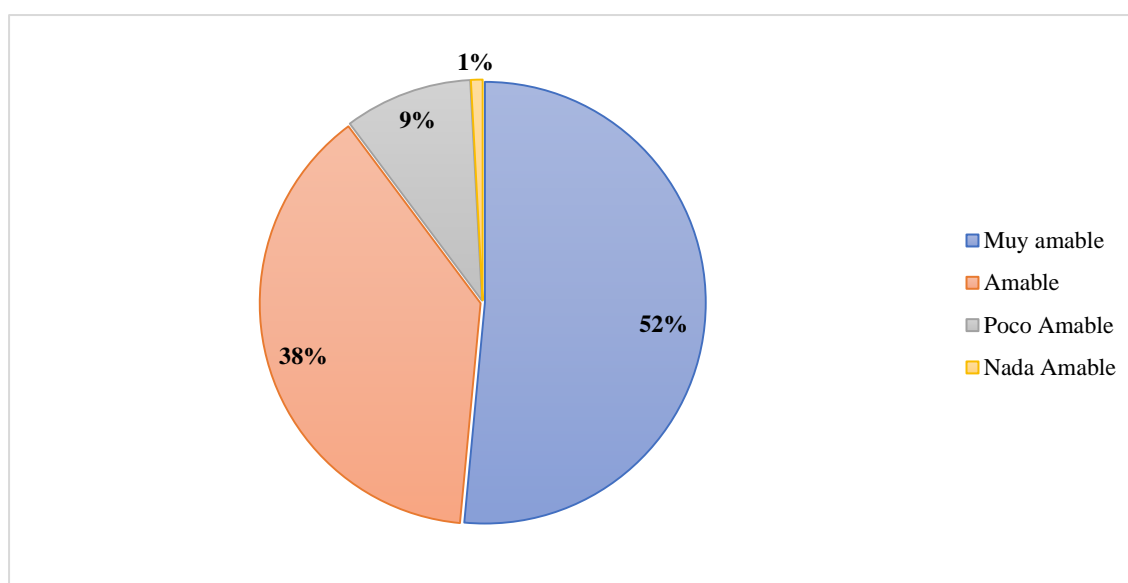
### 3. El trato que recibe de parte del personal que trabaja en la Cooperativa es:

**Tabla 3-3: Nivel de satisfacción en atención al cliente**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy amable	121	51,49%
Amable	90	38,30%
Poco Amable	22	9,36%
Nada Amable	2	0,85%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 3-3: Nivel de satisfacción en atención al cliente**

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la COAC Credil Ltda. Agencia Riobamba se encuestó a una muestra de 235 socios la cual arrojó los siguientes resultados; el 51,49% de la población objetivo respondieron que el trato que han recibido en la institución fue muy amable, factor que se toma muy en cuenta ya que se considera llevar un alto prestigio en cuanto a la atención al cliente, en el estudio se presente se tiene un nivel de satisfacción bastante bueno ya que representa un buen grado de cumplimiento de las expectativas de un socio o cliente tras recibir atención. El 38,30% considera que el personal es amable al atender las necesidades de cada uno, mientras que el 9,36% considera que son poco amables y únicamente el 0,85% opina que son nada amables situaciones negativas para la institución que puede ser causante de un crecimiento desfavorable.

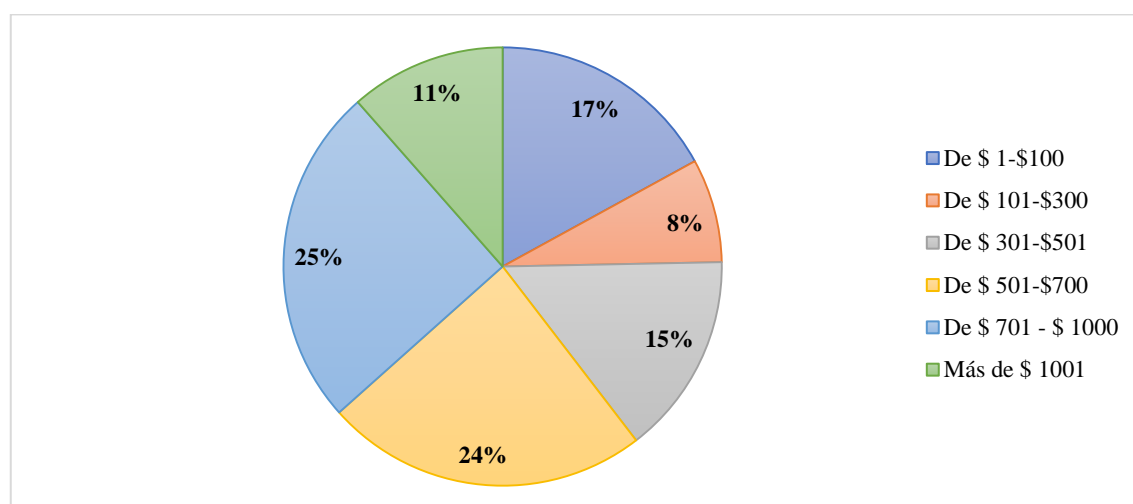
#### 4. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

**Tabla 4-3: Nivel de ingresos mensuales de los socios**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1-\$100	40	17,02%
De \$ 101-\$300	18	7,66%
De \$ 301-\$500	35	14,89%
De \$ 501-\$700	56	23,83%
De \$ 701 - \$ 1000	59	25,11%
Más de \$ 1001	27	11,49%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 4-3: Nivel de ingresos mensuales de los socios**

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la COAC Credil Ltda. Agencia Riobamba se encuestó a una muestra de 235 socios. Según los encuestados mencionan que tienen ingresos de \$701 a \$1000 que representa un 25,11%, se considera importante saber el nivel de ingresos de los socios ya que de acuerdo a ello y otros factores importantes se otorga ciertos beneficios como son los créditos, un 23,83% menciona que tiene un ingreso de \$501 a \$700 la cual es una cifra importante ya que se encuentra por encima del salario básico unificado. El 17,02% tiene un ingreso de \$1 a \$100, mientras que el 14,89% respondió que tiene un ingreso mensual de \$301 a \$500, por consiguiente, el 7,66% y 11,49% representa el ingreso de \$101 a \$300 y Más de \$ 1001. Mediante el estudio realizado se tiene como dato importante que únicamente el 11,49% tienen ingresos por encima de los \$1000 dólares.

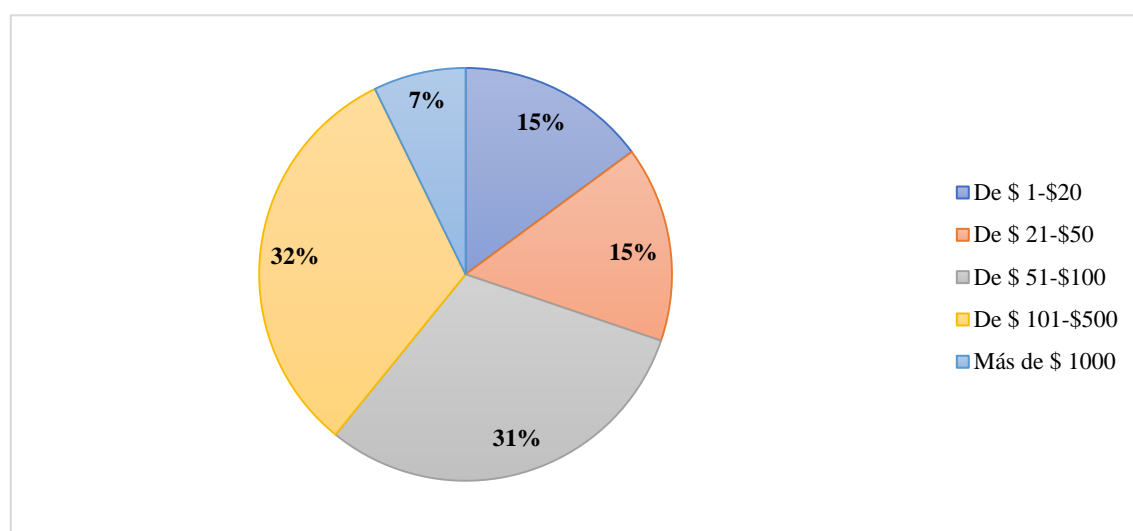
## 5. ¿Cuál es su capacidad de ahorro?

**Tabla 5-3: Capacidad de ahorro de los socios**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1-\$20	35	14,89%
De \$ 21-\$50	36	15,32%
De \$ 51-\$100	72	30,64%
De \$ 101-\$500	75	31,91%
Más de \$ 1000	17	7,23%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 5-3: Capacidad de ahorro de los socios**

**Fuente:** Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el 31,91% de los socios encuestados respondieron que su capacidad de ahorro es de \$ 101 a \$ 500 tienen una buena capacidad de ahorro teniendo en consideración que está dentro de un salario básico unificado. El 30,64% respondieron que dentro de su capacidad de ahorro está en el rango de \$ 51 a \$ 100 dólares es una cantidad accesible que tienen los socios de la cooperativa, mientras que el 15,32 % considera que su capacidad de ahorro es de \$ 21 a \$ 50 dólares, una de las respuestas que representa la capacidad de ahorro de \$1 a \$20 es el 14,89%, por último se determina que un 7% de los encuestados tienen una capacidad de ahorro de más de mil dólares, tener en consideración la capacidad de ahorro es importante ya que es más fácil llegar a ellos por el hecho de ser socios, a través de una capacitación de lo importante que es ahorrar y mantener seguro su dinero, se prestará rendimientos y seguridad, de la misma forma crecimiento el crecimiento de captaciones para la institución.

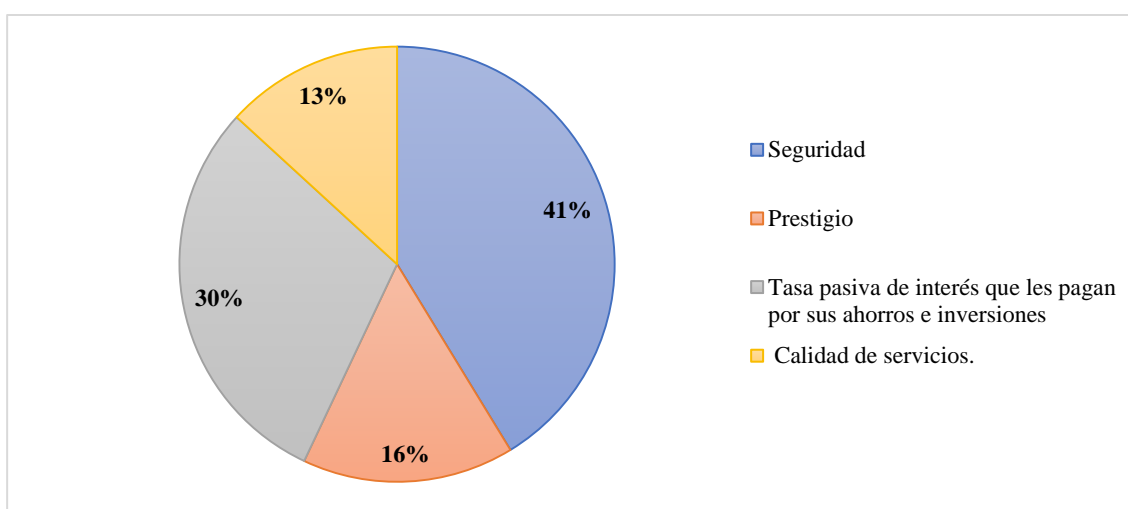
**6. ¿Qué aspectos son importantes para Usted al momento de elegir una institución financiera para la apertura de cuenta de ahorros e inversiones?**

**Tabla 6-3: Aspectos importantes al momento de elegir una institución financiera**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad	97	41,28%
Prestigio	37	15,74%
Tasa pasiva de interés por sus ahorros e inversiones	70	29,79%
Calidad de servicios	31	13,19%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 6-3: Aspectos importantes al momento de elegir una institución financiera**

Fuente: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según el estudio realizado se muestra que el 41,28% de los socios encuestados al momento de elegir una institución financiera para la apertura de cuenta de ahorros e inversiones le importa mucho la seguridad de su dinero situación que le favorece a la institución ya que se cuenta con experiencia y seguros sobre su dinero, saber cuál es la necesidad de los socios para inclinarse por una institución financiera al invertir o guardar sus ahorros es importante, para esta investigación ya que en base a los resultados se tomara posibles alternativas para llegar a los socios potenciales. El 29,79% de los encuestados indican que se orientan más por la tasa pasiva de interés que les pagan por sus ahorros e inversiones, otro punto importante que se toma en consideración en las encuestas es que el 15,74% elige una institución financiera con prestigio para depositar sus ahorros e inversiones, mientras que el 13,19% refleja una fidelidad por la calidad de servicios que se les ofreció.

### 3.1.2 Resultados de la entrevista

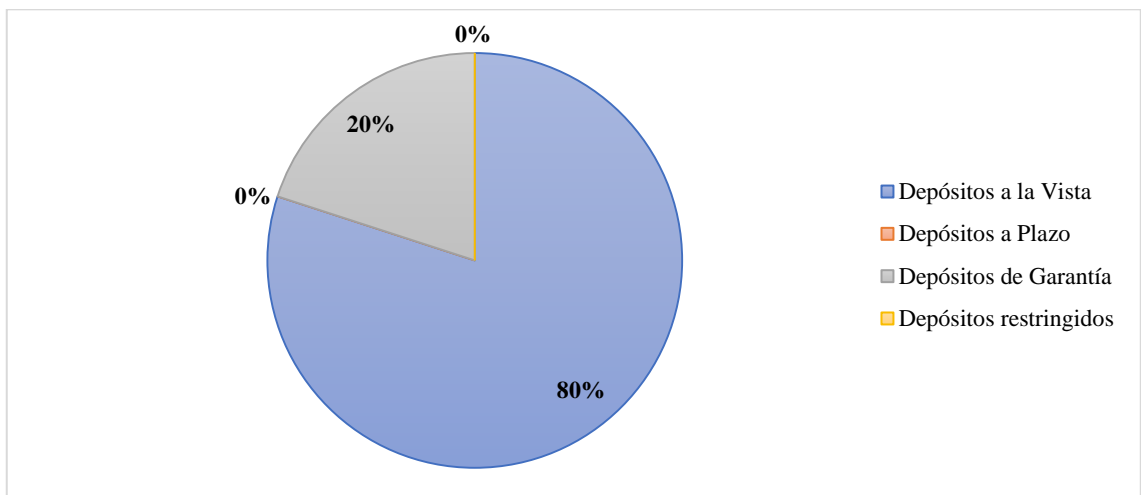
#### 1. ¿Qué tipo de depósitos son los de mayor incidencia?

**Tabla 7-3: Tipo de depósitos son los de mayor incidencia**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Depósitos a la Vista	4	80%
Depósitos a Plazo	0	0%
Depósitos de Garantía	1	20%
Depósitos restringidos	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a oficiales de inversiones y captaciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 7-3: Tipo de depósitos son los de mayor incidencia**

**Fuente:** Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La Entrevista que se realizó a los oficiales de inversiones y captaciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda. Agencia Riobamba, la cual arrojó los siguientes resultados; de los 5 entrevistados el 80% respondió que los depósitos de mayor incidencia en la institución son los depósitos a la vista, esta forma de ahorro permite a los socios retirar su dinero en cualquier momento sin antelación de algún aviso.

El otro 20% de los resultados este situado en depósitos de garantía, esto se debe a que la institución maneja una gran cartera en créditos lo cual les permite recaudar un 4 % de monto total, generando así un pequeño fondo de garantía sobre los créditos.



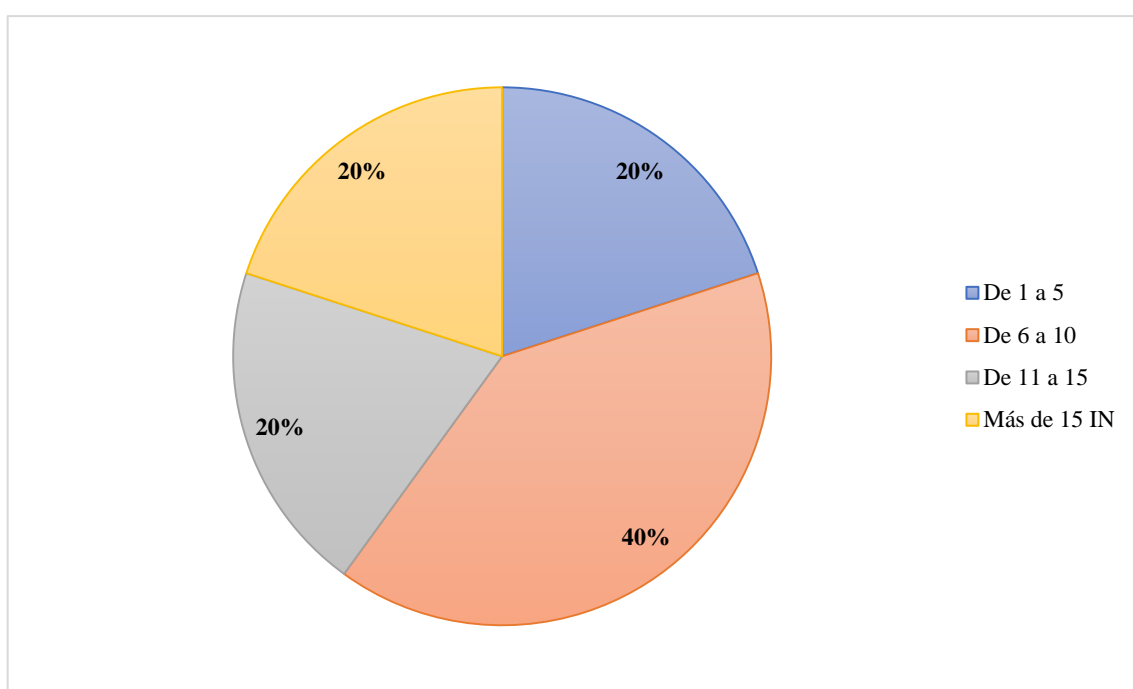
## 2. ¿Cuántos socios inversionistas se capta cada mes?

**Tabla 8-3: Cantidad mensual de socios inversionistas nuevos**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 5	1	20%
De 6 a 10	2	40%
De 11 a 15	1	20%
Más de 15	1	20%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 8-3: Cantidad mensual de socios inversionistas nuevos**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La Entrevista que se realizó a los oficiales de inversiones y captaciones respondieron de la siguiente manera, donde un 40% dijo que se captaban un rango de 6 a 10 inversionistas nuevos cada mes, esto debido a que cada uno tiene una meta por cumplir en cuanto inversiones, un 20% menciono que se capta de 1 a 5 cada mes, por consiguiente otro 20% considera que se capta de 11 a 15 inversionistas, por último el 20% restante argumenta que se capta más de 15 inversionistas al mes, los resultados variantes en esta pregunta se debe a que cada oficial de inversiones y captaciones tiene una meta por cumplir a fin de cada mes.

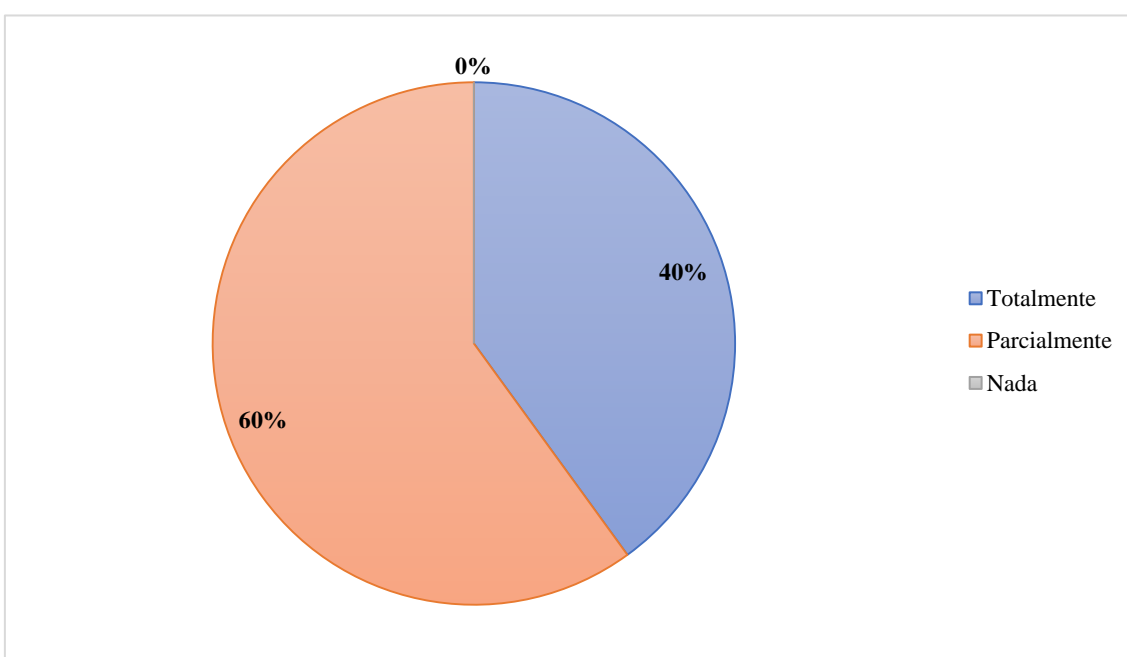
### 3. En qué medida se cumplen las estrategias, políticas y/o procedimientos establecidos por la Institución en el proceso de captaciones?

**Tabla 9-3: Medida en que se cumplen las estrategias, políticas y/o procedimientos**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	2	40%
Parcialmente	3	60%
Nada	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 9-3: Medida en que se cumplen las estrategias, políticas y/o procedimientos**

**Fuente:** Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 60% de los entrevistados mencionó que la medida en que se cumple las estrategias, políticas y/o procedimientos establecido por la institución es parcialmente, existe unos escasos del cumplimiento considerable, por otro lado, un 40% considera que existe un cumplimiento total cabe recalcar que las 2 personas que representan este porcentaje es de parte de los jefes de inversiones y operaciones. Sin duda el objetivo de la Cooperativa que buscar que uno de los beneficiarios directos sean los socios, de igual forma obtener rentabilidad a través de los productos y servicios que se ofrecen, de esta manera se trata de cumplir el indicador de desempeño en la Cooperativa.

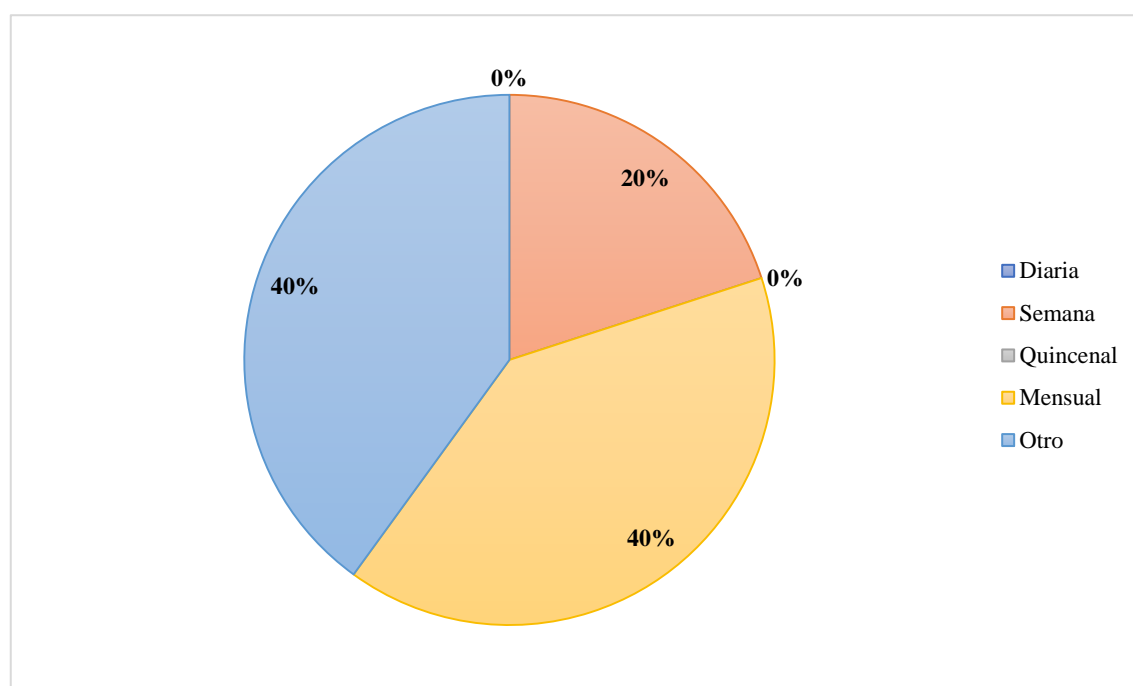
#### 4. ¿Con qué frecuencia se realizan comités para análisis de tasas de captaciones?

**Tabla 10-3: Frecuencia con la que se realizan comités para análisis de tasas de captaciones**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	0	0%
Semana	1	20%
Quincenal	0	0%
Mensual	2	40%
Otro	2	40%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 10-3: Frecuencia con la que se realizan comités para análisis de tasas de captaciones**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La entrevista realizada a los 5 oficiales que se encargan de captaciones e inversiones, el 40% de ellos menciona que se realiza análisis de las tasas de captaciones cada mes, el otro 40% se inclinó por la opción de otro, esto se debe a que las tasas de captaciones no son muy volátiles ya las tienen establecidas a través del apoyo del concejo de administración, entonces estos comités serán creados semestralmente o cuando se crea pertinente ciertos ajustes.

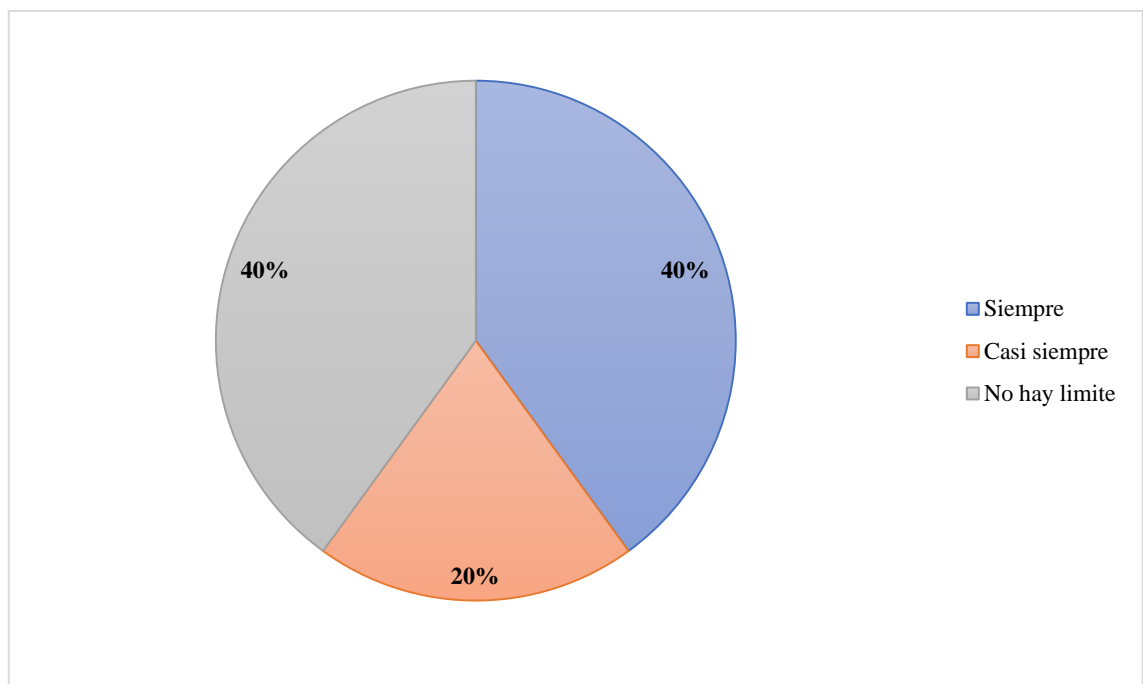
**5. ¿Se limitan los retiros de fondos de una cuenta de ahorros o depósito a plazo fijo en horario normal, los fines de semana y feriados?**

**Tabla 11-3: Frecuencia con la que se limitan los ahorros o plazo fijo**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	40%
Casi siempre	1	20%
No hay limite	2	40%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 11-3: Frecuencia con la que se limitan los ahorros o plazo fijo.**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Según los oficiales de inversiones y captaciones de la cooperativa de ahorro y crédito un 40% indica que siempre se limitan los retiros de fondos de una cuenta de ahorros o depósito a plazo fijo en horario normal, los fines de semana y feriados, en cambio el otro 40% menciona que no hay límite para retirar sus ahorros e inversiones, por último el 20% restante alude que casi siempre, como bien se sabe existen ciertas razones por las que una institución financiera restringe los retiros masivos de las cuentas de ahorros o de los depósitos a plazo fijo, ya que esta es una manera de precautelar la liquidez.

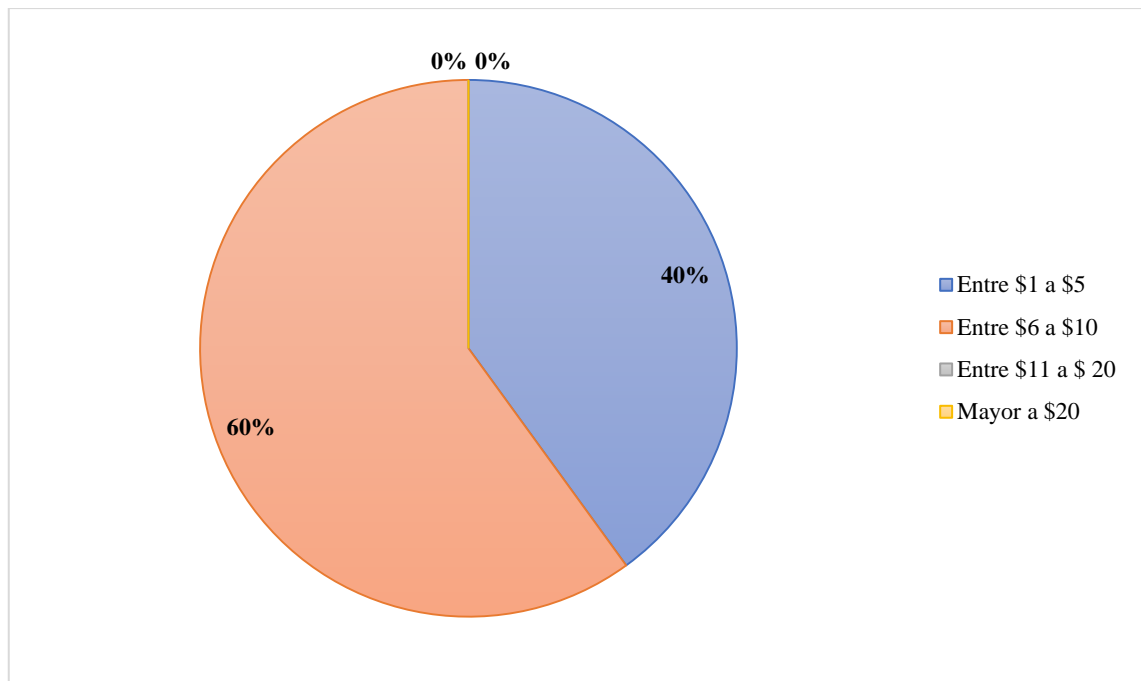
**6. ¿La cooperativa tiene fijado saldos mínimos que deben mantener los socios en sus cuentas de ahorros?**

**Tabla 12-3: Saldos mínimos que mantienen los socios en sus cuentas de ahorros**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$1 a \$5	2	40%
Entre \$6 a \$10	3	60%
Entre \$11 a \$ 20	0	0%
Mayor a \$20	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 12-3: Saldos mínimos que mantienen los socios en sus cuentas de ahorros**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Según la entrevista un 60% menciona que los saldos mínimos que se fijan para mantener los socios en sus cuentas de ahorros es de \$ 6 a \$ 10 dólares, y el otro 40% indica que es de \$ 1 a \$ 5, si bien es cierto el 100% de las Cooperativas de Ahorro y Crédito fija un monto mínimo de apertura de cuentas de ahorros, es de vital importancia fijar un saldo de garantía ya que servirá para determinar el importe a partir de los que se devengará los intereses en beneficio del socio.

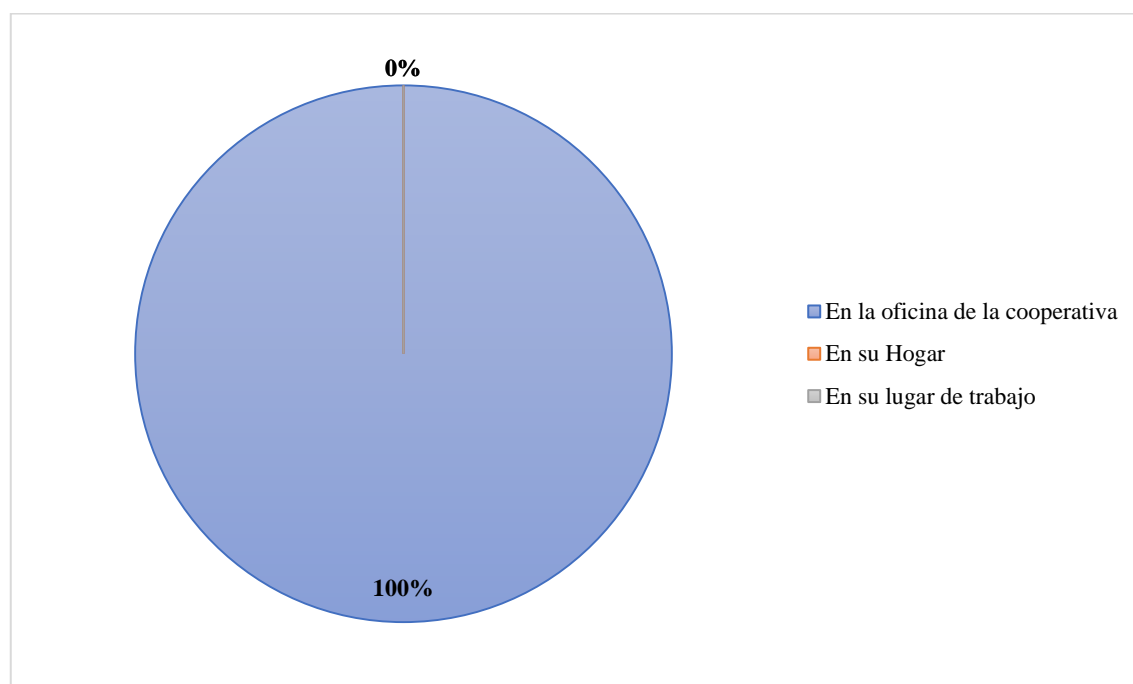
## 7. ¿La apertura de depósitos a plazo fijo se realiza?

**Tabla 13-3: La apertura de depósitos a plazo fijo que se realiza**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
En la oficina de la cooperativa	5	100%
En su Hogar	0	0%
En su lugar de trabajo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones,

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 13-3: La apertura de depósitos a plazo fijo que se realiza**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los entrevistados mencionan que la apertura de los depósitos a plazo fijo se efectúan desde únicamente en las instalaciones de la agencia, esto para precautelar la confianza y seguridad que se presta en la institución, aunque para el debido cumplimiento de las metas en captaciones se podría tomar ciertos mecanismos como es la visita al hogar del inversionista o a su vez a su lugar de trabajo, esto con el fin de fidelizar a sus socios, se dará una mayor importancia y consideración al socio inversionista.

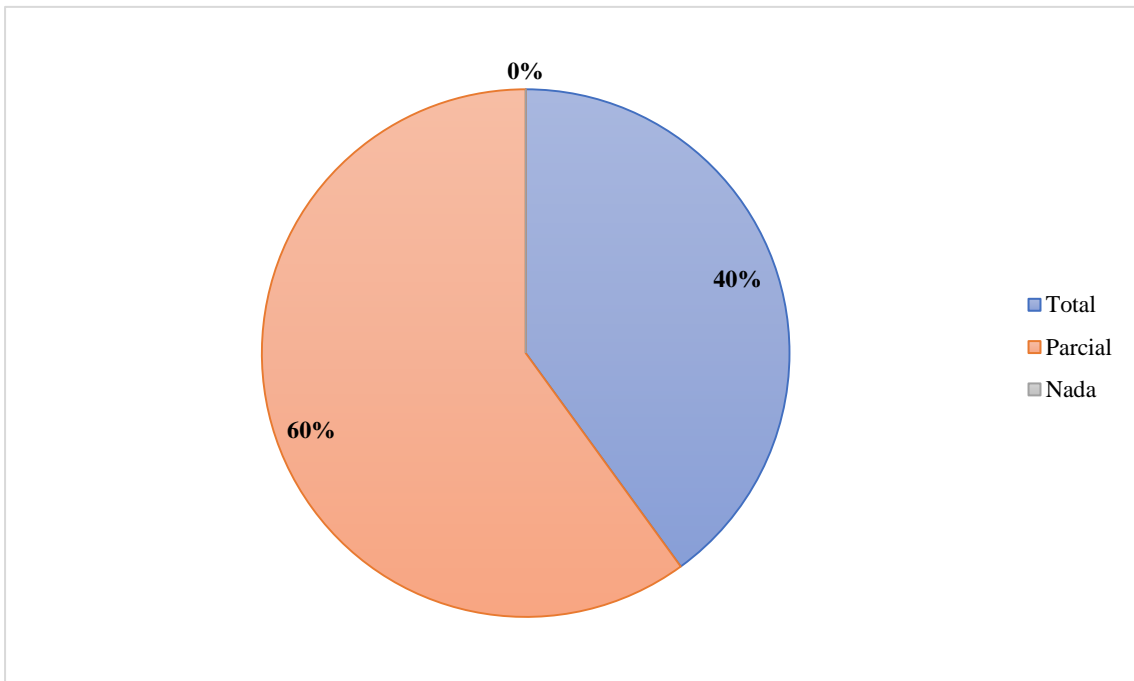
## 8. Se cumplen las metas de captación al fin de cada mes de manera

**Tabla 14-3: Cumplimiento de las metas de captación**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Total	2	40%
Parcial	3	60%
Nada	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 14-3: Cumplimiento de las metas de captación**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La Entrevista que se realizó a los oficiales de inversiones y captaciones respondieron de la siguiente manera; el 60% respondió que las metas en captaciones mensuales se cumplen parcialmente, y el 40% indica que se cumplen en su totalidad, sin embargo, se observa que existe unos escasos de desempeño, ejecutar estas metas con la mayor eficiencia posible ayuda significativamente en el alcance del cumplimiento de los objetivos deseados.

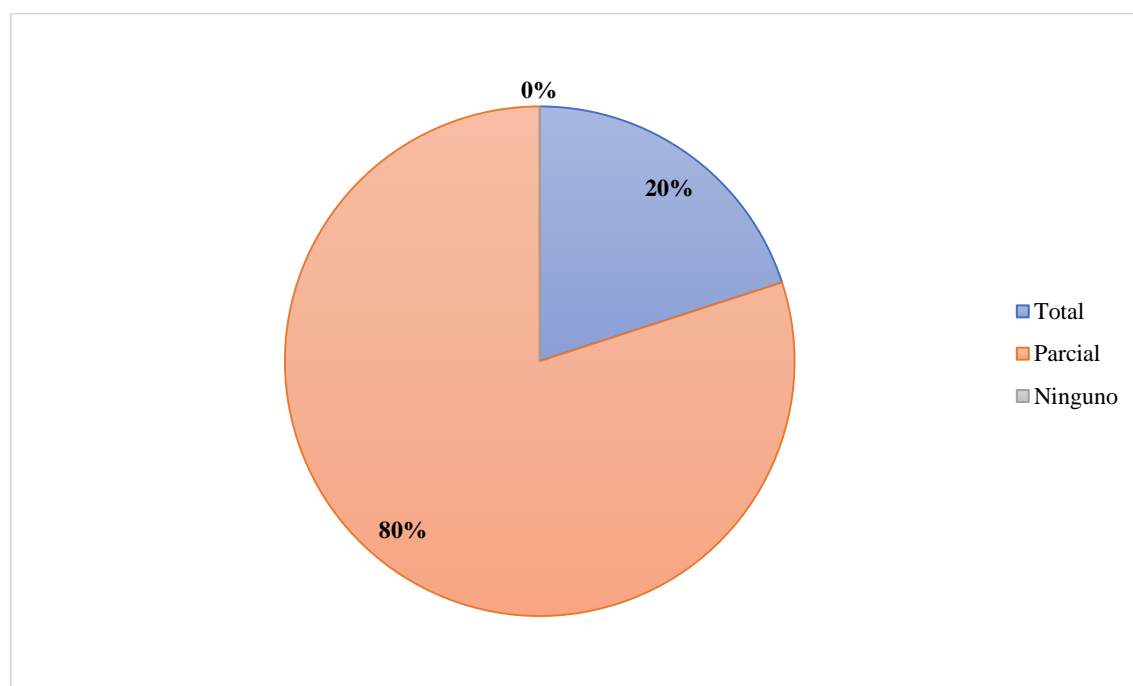
## 9. ¿Considera que el control interno en el proceso de captación es?

**Tabla 15-3: Cumplimiento del control interno para el proceso de captación**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Total	1	20%
Parcial	4	80%
Ninguno	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 165-3: Cumplimiento del control interno para el proceso de captación**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 80% de los entrevistados considera que la intervención del control interno en las captaciones es parcial y un 20 % indica que la intervención es total, sin duda tener en cuenta las condiciones o políticas financieras evitan tener inconvenientes a la vez ayuda al cumplimiento de metas y objetivos que la institución se plantee.



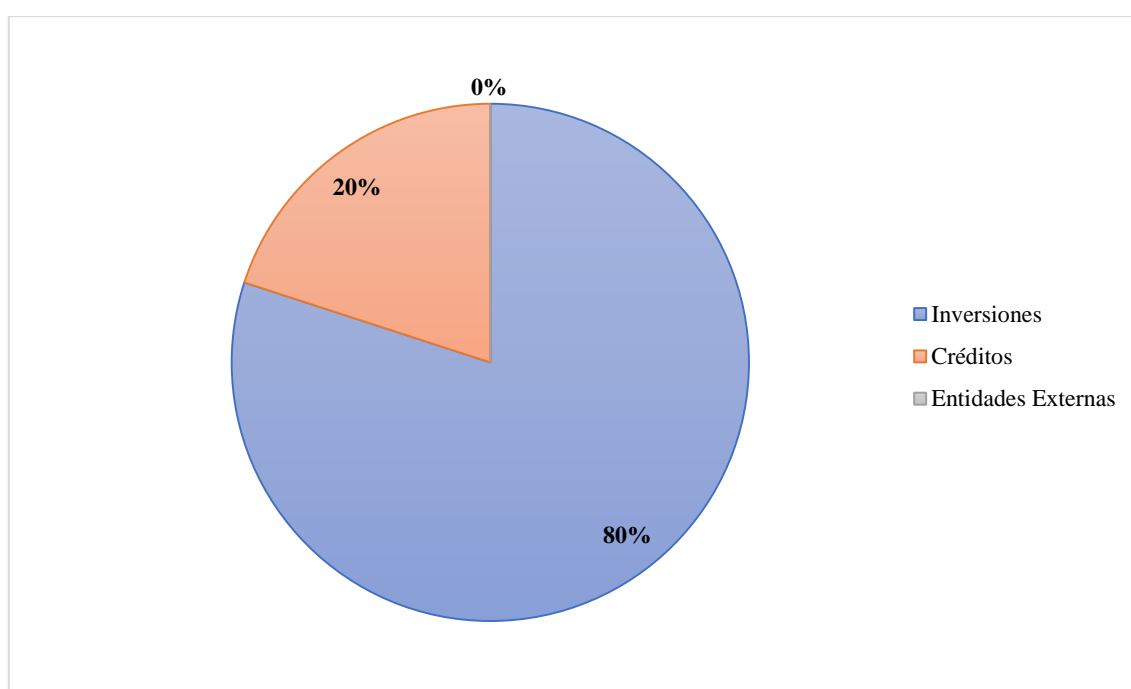
## 10. ¿Qué medios de financiación se utiliza en la gestión de efectivo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito?

**Tabla 156-3: Medios de financiación que se utiliza en la gestión de efectivo de la Cooperativa**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inversiones	4	80%
Créditos	1	20%
Entidades Externas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Gráfico 16-3: Medios de financiación que se utiliza en la gestión de efectivo**

Fuente: Entrevista a oficiales de inversiones y captaciones.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la entrevista que se realizó a los 5 oficiales de inversiones y captaciones el 80% menciona que los medios de financiación que se utiliza como gestión del efectivo es mediante las inversiones, mientras que el 20% restante indica que es por medio de créditos. La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS) ayuda para el debido Fortalecimiento de las Organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario con financiación para su crecimiento y apoyo a la economía mediante su reactivación a servicio de la sociedad.

## **3.2 Discusión de los resultados**

### **Encuesta**

Una vez realizada la recolección de datos se analizó y tabuló las respuestas pasándolas a datos numéricos y medibles. Como resultado de la encuesta se observó que el 53,62% respondieron que los servicios que oferta la institución son excelentes, es un porcentaje alto y contradictorio a la vez ya que se puede determinar que a la institución le hace falta implementar servicios para satisfacer a todos los socios, a ello se le suma el desconocimiento que tienen los socios en cuanto a sus beneficios donde representa el 52%, valor alto que hay que tomar en consideración, por otro lado se midió el nivel de satisfacción en atención al cliente y deja resultados que no hay que pasar por alto ya que se considera un porcentaje no tan satisfactorio en cuenta al trato que reciben los socios, se debe implementar por lo menos una capacitación cada 15 días para mejorar el trato hacia el cliente o socio.

### **Entrevista**

En la pregunta 2 de la entrevista que se realizó a los oficiales de inversiones y captaciones se mide el crecimiento de nuevos socios cada mes donde un 2 de 5 menciona que se existe un incremento de 6 a 10 socios inversionistas cada mes, variable un tanto baja para las expectativas de crecimiento que se tiene en cuanto a los recursos económicos, en la pregunta 3 se mide el desempeño de los entrevistados, en la cual se puede evidenciar que 3 de 5 cumplen las estrategias, políticas y/o procedimientos establecidos por la institución en el proceso de captación, por otro lado en la pregunta 5 se mide la liquidez, como bien se sabe, existen ciertas razones por las que una institución financiera restringe los retiros masivos de las cuentas de ahorros o de los depósitos a plazo fijo, ya que esta es una manera de precautelar la liquidez. En la pregunta 8 se mide el grado de Eficiencia, eficacia y efectividad en el proceso de captaciones.

### **3.3 Propuesta desarrollada**

Plan de negocios con el fin de fortalecer las captaciones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil, Agencia Riobamba, provincia de Chimborazo, para el periodo 2021-2025.

#### **3.3.1 Objetivo de la propuesta**

##### **3.3.1.1 Objetivo general**

Lograr captar la mayor cantidad de recursos económico posibles basados en la fidelización de los socios atreves de la satisfacción y optimización de los productos y servicios ofertados.

##### **3.3.1.2 Objetivos específicos**

- Identificar oportunidades de mercadotecnia para crear mayor cobertura en el mercado local y así lograr un mayor acercamiento a la población objetivo.
- Incrementar las captaciones de tal modo que las actividades en cuanto a promoción cumplan con el proceso de informar, persuadir que la mejor opción de invertir es en la institución COAC CREDIL LTDA.

#### **3.3.2 Identificación de la COAC en estudio**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**RUC:** 1891735002001

**Dirección:** Chile y Juan Montalvo

**Ciudad:** Riobamba

**E-mail:** coopcredil@hotmail.com

## **MISIÓN**

Somos una Cooperativa de Ahorro y Crédito que contribuye al desarrollo económico – sostenible del país, a través de la generación de empleo, brindando productos y servicios financieros para mejorar la situación de los socios.

## **VISIÓN**

Para el año 2023 ser una entidad financiera basada en valores cristianos, reconocida a nivel nacional con productos y servicios competitivos a través de la innovación tecnológica.

## **VALORES CORPORATIVOS**

- Honestidad
- Responsabilidad
- Solidaridad
- Lealtad
- Compromiso
- Equidad
- Transparencia

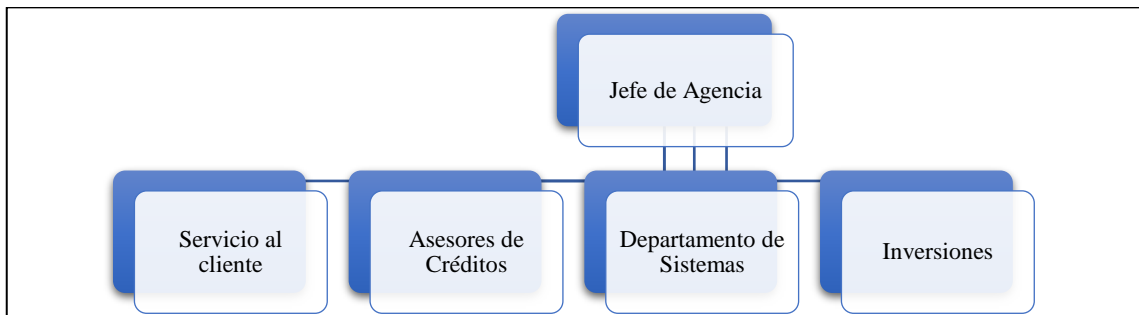
## **Reseña Histórica**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., surge de la iniciativa de un grupo de 5 personas cuyo objetivo era crear una institución financiera que mejore la calidad de vida de las personas y así constituirse en el futuro como un ente promotor del desarrollo económico. La idea de inicio fue abrir una cooperativa que otorgue créditos a partir de prendas de joyas de oro en la cual según el valor de la prenda se otorgaba los créditos.

Luego de un arduo trabajo de búsqueda de socios fundadores se logró el aporte de 16 personas quienes contribuyeron y alcanzaron un capital de 30.000 dólares con el cual se podía formar la cooperativa, pero en la ciudad de Ambato no se dio la apertura de la misma, no obstante, la cooperativa ya funcionaba en el mercado mayorista como una pre cooperativa otorgando créditos a los pequeños comerciantes.

Durante el año 2008 y 2009 con reuniones diarias se optó por abrir la cooperativa en la provincia de Cotopaxi con la visión de abrir una agencia en la ciudad de Ambato. (Credil, 2021). Posteriormente en noviembre de 2019 se abre la nueva agencia en la ciudad de Riobamba, espacio donde se está elaborando el plan de negocios para alcanzar la mayor captación de los recursos.

### Organigrama estructural de la agencia



**Figura 1-3:** Organigrama estructural de la Agencia

**Fuente:** Organigrama estructural de la agencia - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

### UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., Agencia Riobamba, provincia de Chimborazo, se encuentra entre las calles Chile y Juan Montalvo.



**Figura 2-3:** Ubicación Agencia Riobamba, entre Chile y Juan Montalvo

**Fuente:** Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

### 3.3.3 *Análisis situacional*

#### 3.3.3.1 *Análisis FODA*

El análisis FODA hace referencia los factores claves y estratégicos que repercuten en la empresa, es importancia analizarla capacidad de respuesta que dan estos hacia de la empresa.

#### 3.3.3.2 *Análisis Externo*

Permite identificar los factores externos de la empresa, las cuales se representan en en amenazas u oportunidades.

#### 3.3.3.3 *Análisis Interno*

Permite identificar aquellos factores, que se originan a lo interior de la empresa, y se constituyen en debilidades o fortalezas para ella.

#### 3.3.3.4 *Evolución del entorno empresaria*

**Tabla 17-3: Identificación de factores claves del macro entorno**

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MACROENTORNO (Ilustración)			
Factores y sus dimensiones	Comportamiento	Impacto en la empresa	Implicados
<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>			
<b>Remesas</b>	Caída en gran medida de remesas por la pérdida de empleos y salarios de los trabajadores migrantes	La caída de las remesas conlleva problemas como las inversiones	Familias, Clientes, intermediarios financieros, estado
<b>Recesión Económica</b>	Existe una indecisión a la hora de invertir, estancamiento de crecimiento económico	Reducción de depósitos y menos demanda de créditos	Institución financiera, Clientes, trabajadores
<b>Deflación</b>	Incrementa el valor de los créditos y cuando se extiende el tiempo afecta su amortización	Afecta al sector monetario y por ende al sistema financiero, pues desmotiva la concesión de crédito al encarecer en términos reales la recuperación de cartera	Proveedores, trabajadores, clientes, competidores.

<b>DIMENSIÓN SOCIO-CULTURAL</b>			
<b>Desempleo</b>	Crecimiento del desempleo, aumentando la pobreza	Dificultades para recuperación de cartera de créditos	Sociedad, la banca, estado, clientes, trabajadores
<b>Los clientes se trasladan a la competencia por no contar con los servicios que demandan</b>	Nula recaudación por servicios y oportunidad de generar captación.	Poco reconocimiento de la institución por servicios no prestados	Institución, clientes, trabajadores.
<b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA</b>			
<b>Soluciones tecnológicas para agilizar el trabajo</b>	Actualización de soluciones tecnológicas para satisfacer los servicios que prestan a sus socios	Sistemas de información computarizados en red les permite una mayor eficiencia en prestar información pertinente y a tiempo	Proveedores de tecnología, estado, clientes, trabajadores
<b>Implementación GEOCASH Credil</b>	Aplicación para cobro de créditos activos y morosos a domicilio.	Ofrece un mecanismo de inclusión financiera, y es un beneficio adicional para el cliente	Clientes
<b>DIMENSIÓN POLÍTICA-LEGAL</b>			
<b>Presunto cambio de políticas gubernamentales para baja de interés</b>	Posible aumento de la inflación, ya que los precios de los bienes y servicios tienden a subir con el aumento del consumo y el aumento de la demanda.	Los ahorradores ven menos recompensado sus ahorros.	Clientes, socios, instituciones financieras solidarias
<b>COMPETENCIA POTENCIAL</b>			
<b>Tasas de interés altas de los competidores</b>	Los competidores se sienten seguros en el sistema financiero	Captación de fondos de clientes de competidores	Competidores, clientes de competidores
<b>PROVEEDORES DE RECURSOS</b>			
<b>La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias</b>	Aporte Fondos de liquidez para gestionar créditos productivos.	Liquidez en la institución para implementar su crecimiento	Institución, clientes.

Fuente: Factores claves del macro entorno Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

En el macro entorno se analizó las fuerzas que están fuera del alcance de manipularlas, es decir no se puede influir sobre estos factores, entre ellos se trabaja bajo cuatro aspectos: económico, político legal, socio cultural y tecnológico

**Tabla 168-3: Identificación de factores claves del micro entorno**

<b>IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MICROENTORNO</b>			
<b>Factores y sus dimensiones</b>	<b>Comportamiento</b>	<b>Impacto en la empresa</b>	<b>Implicados</b>
<b>COMPETENCIA POTENCIAL</b>			
<b>Tasas de interés accesibles en comparación de los bancos</b>	Los socios tienen más acercamiento con el cooperativismo.	Captación de fondos de clientes de competidores	Competidores, clientes de competidores
<b>PRODUCTOS SUSTITUTOS</b>			
<b>Variedad de servicios, tanto en ahorros como en créditos</b>	Los clientes tienen una cierta afinidad por la institución	Captación de fondos de clientes	Clientes
<b>No cuentan con créditos productivos</b>	Las personas buscarán otras instituciones como bancos.	Se perderá posibles socios potenciales.	Institución.
<b>CLIENTES</b>			
<b>Excelente servicio, sobre todo en la atención al cliente</b>	Agilidad en los tramites	Mayor demanda de servicios financieros	Clientes, trabajadores, administración
<b>Crecimiento de la demanda</b>	Brindar confianza	Incremento en la liquidez de la cooperativa financiera	Clientes, trabajadores
<b>La COAC CREDIL tiene su agencia bien ubicada de acuerdo a sus socios y clientes potenciales</b>	Los Clientes potenciales conocerán más de cerca de la institución.	Captación de fondos de clientes	Clientes, trabajadores

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

Aquí se analizó cada uno de los factores y dimensiones que se identificaron en la Cooperativa, viendo desde el área funcional: administrativa, marketing, financiera entre otras.



**Tabla 19-3: Determinación de los factores estratégicos externos e internos**

<b>IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MACROENTORNO (Ilustración)</b>			
<b>Factores y sus dimensiones</b>	<b>Comportamiento</b>	<b>Impacto en la empresa</b>	<b>Implicados</b>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>			
<b>Remesas</b>	Existe una caída inminente de remesas por la pérdida de empleos trabajadores que una vez migraron.	La caída de las remesas conlleva problemas como las inversiones	Familias, Clientes, intermediarios financieros, estado
<b>Recesión económica</b>	Existe una indecisión a la hora de invertir, estancamiento de crecimiento económico	Reducción de depósitos y menos demanda de créditos	Institución financiera, Clientes, trabajadores
<b>Deflación</b>	Incrementa el valor de los créditos y cuando se extiende el tiempo afecta su amortización	Afecta al sector <b>monetario</b> y por ende al sistema financiero, pues desmotiva la concesión de crédito al encarecer en términos reales la recuperación de cartera	Proveedores, trabajadores, clientes, competidores.
<b>Desempleo</b>	Crecimiento del desempleo, aumentando la pobreza	Dificultades para recuperación de cartera de créditos	Sociedad, la banca, estado, clientes, trabajadores
<b>Los clientes se trasladan a la competencia por no contar con los servicios que demandan</b>	Nula recaudación por servicios y oportunidad de generar captación.	Poco reconocimiento de la institución por servicios no prestados	Institución, clientes, trabajadores.
<b>Soluciones tecnológicas para agilizar el trabajo</b>	Actualización de soluciones tecnológicas para satisfacer los servicios que prestan a sus socios	Sistemas de información computarizados en red les permite una mayor eficiencia en prestar información pertinente y a tiempo	Proveedores de tecnología, estado, clientes, trabajadores
<b>Implementación GEOCASH Credil</b>	Aplicación para cobro de créditos activos y morosos a domicilio.	Ofrece un mecanismo de inclusión financiera, y es un beneficio adicional para el cliente	Clientes
<b>Presunto cambio de políticas gubernamentales para baja de interés</b>	Posible aumento de la inflación, ya que los precios de los bienes y	Los ahorradores ven menos recompensado sus ahorros.	Clientes, socios, instituciones financieras solidarias

	servicios tienden a subir con el aumento del consumo y el aumento de la demanda.		
<b>Tasas de interés altas de los competidores</b>	Los competidores se sienten seguros en el sistema financiero	Captación de fondos de clientes de competidores	Competidores, clientes de competidores
<b>La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias</b>	Aporte Fondo de liquidez para gestionar créditos.	Liquidez en la institución para implementar su crecimiento	Institución, clientes.
<b>FACTORES INTERNOS</b>			
<b>Tasas de interés accesibles en comparación de los bancos</b>	Los socios tienen más acercamiento con el cooperativismo.	Captación de fondos de clientes de competidores	Competidores, clientes de competidores
<b>Variedad de productos y servicio financieros, ya sea en ahorros y créditos</b>	Los clientes tienen una cierta afinidad por la institución	Captación de fondos de clientes	Clientes
<b>No cuentan con créditos productivos</b>	Las personas buscarán otras instituciones como bancos.	Se perderá posibles socios potenciales.	Institución
<b>Excelente servicio, sobre todo en la atención al cliente</b>	Agilidad en los tramites	Mayor demanda de servicios financieros	Clientes, trabajadores, administración
<b>Crecimiento de la demanda</b>	Brindar confianza	Incremento en la liquidez de la cooperativa financiera	Clientes, trabajadores
<b>La COAC CREDIL tiene su agencia bien ubicada de acuerdo a sus socios y clientes potenciales</b>	Los Clientes potenciales conocerán más de cerca de la institución.	Captación de fondos de clientes	Clientes, trabajadores

**Fuente:** Determinación de los factores estratégicos externos e internos Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

Determinación de los factores estratégicos externos e internos, sobre los cuales se trabajará sobre la matriz de prioridades con el objetivo de diseñar estrategias.

**Tabla 20-3: Matriz de Prioridades**

<b>MATRIZ DE PRIORIDADES</b>				
<b>FACTORES ESTRATÉGICOS - FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS</b>				
	<b>FACTOR</b>	<b>COMPORTAMIENTO</b>	<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>PROBABILIDAD DE IMPACTO</b>
	<b>FACTORES EXTERNOS</b>			
<b>F01</b>	Remesas	Existe una caída inminente de remesas por la pérdida de empleos trabajadores que una vez migraron.	MEDIA	MEDIA
<b>F02</b>	Recesión económica	Existe una indecisión a la hora de invertir, estancamiento de crecimiento económico	MEDIA	MEDIA
<b>F03</b>	Deflación	Incrementa el valor de los créditos y cuando se extiende el tiempo afecta su amortización	BAJA	BAJO
<b>F04</b>	DESEMPLEO	Crecimiento del desempleo, aumentando la pobreza	MEDIA	MEDIO
<b>F05</b>	Los clientes se trasladan a la competencia por no contar con los servicios que demandan	Nula recaudación por servicios y oportunidad de generar captación.	ALTO	ALTO
<b>F06</b>	Soluciones tecnológicas para agilizar el trabajo	Actualización de soluciones tecnológicas para satisfacer los servicios que prestan a sus socios	MEDIA	MEDIA
<b>F07</b>	Implementación GEOCASH Credil	Aplicación para cobro de créditos activos y morosos a domicilio	MEDIO	MEDIO
<b>F08</b>	Presunto cambio de políticas gubernamentales para baja de interés.	Posible aumento de la inflación, ya que los precios de los bienes y servicios tienden a subir con el aumento del consumo y el aumento de la demanda.	ALTA	ALTA
<b>F09</b>	Tasas de interés altas de los competidores	Los competidores se sienten seguros en el sistema financiero	MEDIA	MEDIA

<b>F10</b>	La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias	Aporte Fondos de liquidez para gestionar créditos productivos.	ALTA	ALTA
	<b>FACTORES INTERNOS</b>			
<b>FI01</b>	Tasas de interés accesibles en comparación de los bancos	Los socios tienen más acercamiento con el cooperativismo.	MEDIA	MEDIA
<b>FI02</b>	Variedad de productos y servicio financieros, ya sea en ahorros y créditos.	Los clientes tienen una cierta afinidad por la institución	ALTA	ALTA
<b>FI03</b>	No cuentan con créditos productivos.	Las personas buscarán otras instituciones como bancos.	ALTA	ALTA
<b>FI04</b>	Excelente servicio, sobre todo en la atención al cliente.	Agilidad en los tramites	ALTA	MEDIA
<b>FI05</b>	Crecimiento de la demanda	Brindar confianza	MEDIA	MEDIA
<b>FI06</b>	La COAC CREDIL tiene su agencia bien ubicada de acuerdo a sus socios y clientes potenciales	Los Clientes potenciales conocerán más de cerca de la institución	ALTA	ALTA

**Fuente:** Matriz de prioridades Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 171-3: Probabilidad de Ocurrencia**

<b>PROBABILIDAD DE OCURRENCIA</b>	<b>ALTA</b>	<b>F05 - F08 - F10 - FI02 -FI03 -FI06</b>		
	<b>MEDIA</b>		<b>F01 – F04 – F06 -F07 F09 -FI 01- FI 05</b>	
	<b>BAJA</b>			<b>F03</b>
	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>	

**Fuente:** Probabilidad de ocurrencia - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 182-3: Representación gráfica de las amenazas y oportunidades**

**Perfil estratégico externo**

FACTOR	CLASIFICACIÓN DEL IMPACTO				
	AMENAZA		NORMAL	OPORTUNIDAD	
	Gran Amenaza	Amenaza	E	Oportunidad	Gran Oportunidad
Los clientes se trasladan a la competencia por no contar con los servicios que demandan.		●			
Presunto cambio de políticas gubernamentales para baja de interés.	●				
La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS).					●
Variedad de productos y servicio financieros, ya sea en ahorros y créditos.				●	
No cuentan con créditos productivos		●			
La COAC CREDIL tiene su agencia bien ubicada de acuerdo a sus socios y clientes potenciales					●

**Fuente:** Matriz de prioridades Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 193-3: Uso de la matriz FODA para diseñar el problema y la solución estratégicos generales**

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS (F)		DEBILIDADES (D)		RESULTADOS	
		Excelente servicio, sobre todo en la atención al cliente.	La COAC CREDIL tiene su agencia bien ubicada de acuerdo a sus socios y clientes potenciales	Insuficiencia de fondos para la innovación de productos y servicios financieros.	No cuentan con créditos productivos	SUMA	PROMEDIO
OPORTUNIDADES	Disponibilidad de líneas de crédito que permitirán mantener un buen nivel de crecimiento para los clientes.	3	3	3	1	10	2,5
	Contar con fuentes de financiación de La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias.	5	3	1	5	14	3,5
	Acceso a tecnología de punta	3	5	3	3	14	3,5
	Los clientes se trasladan a la competencia por no contar con los servicios que demandan.	3	5	3	5	16	4
AMENAZAS	Presunto cambio de políticas para baja de interés.	5	3	3	3	14	3,5
	<b>SUMA</b>	19	19	13	17		
	<b>PROMEDIO</b>	3,8	3,8	2,6	3,4		

Fuente: Matriz de prioridades Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

- En este caso sobre el uso de la matriz FODA para diseñar estrategias, establece una intersección de los factores estratégicos donde se indica la calificación que se le da a cada factor con grado de relación: la relación se medirá con la siguiente escala: 5 alta, 3 media, 1 baja, 0 nula.
- Después se suman los valores de cada columna y fila. En la cual la columna lleva los factores internos y en la fila los factores externos. Posteriormente se calculan sus respectivos promedios.
- Finalmente se seleccionan los factores estratégicos que tengan el valor igual o mayor a tres, los promedios inferiores serán depurados.

A continuación, se realizará el uso de la matriz con el objetivo de realizar estrategias mediante las siguientes alternativas: FO, DO, FA, DA y DAFO.



Tabla 204-3: Uso de la matriz FODA para diseñar las estrategias

	FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS		DEBILIDADES	
FACTORES EXTERNOS		Excelente servicio, sobre todo en la atención al cliente.	Sucursales bien ubicadas de acuerdo a sus clientes potenciales	Insuficiencia de fondos para la innovación de productos y servicios financieros.	No cuentan con créditos productivos
OPORTUNIDADES	Disponibilidad de líneas de crédito que permitirán mantener un buen nivel de crecimiento para los clientes.	<i>Alternativas FO MAXIMAX</i>		<i>Alternativas DO MINIMAX</i>	
	Contar con fuentes de financiación de La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS).				
AMENAZAS	Acceso a tecnología de punta		<i>Alternativas DAFO MINIMINMAXIMAX</i>		
	Los clientes se trasladan a la competencia por no contar con los servicios que demandan.	<i>Alternativas FA MAXIMIN</i>		<i>Alternativas DA MINIMIN</i>	
	Presunto cambio de políticas para baja de interés.				

Figura 3-3: Uso de la matriz FODA para diseñar las estrategias

Fuente: Matriz FODA para diseñar las estrategias - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

### **3.3.4 Estrategias**

#### **FO**

- La COAC CREDIL tiene su agencia bien ubicada de acuerdo a sus socios y clientes potenciales, se implementará Facilitar la comunicación entre clientes y socios, la circulación de los peatones por el sector es muy frecuente, haciendo mucho más dinámico la interacción entre institución y cliente, esto maximizando la disponibilidad de líneas de crédito que permiten mantener un buen nivel de crecimiento tanto para los clientes como para la institución.
- Contar con fuentes de financiación de La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS), es de suma importancia ya que a través de esta subvención permitirá generar el crecimiento institucional que se espera, de igual forma maximiza una excelente atención al cliente.

#### **DO**

- Incrementar las captaciones que permita financiar la innovación de productos y servicios financieros, de tal manera se debe aprovechar la oportunidad que tenemos como empresa contar con fuentes de financiación de La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS).
- Implementar créditos productivos, que maximicen la Disponibilidad de líneas de crédito que tiene la institución para mantener un buen nivel de crecimiento tanto para los socios como para la institución.

#### **FA**

- Implementar nuevos servicios que nos permitan competir con la competencia directa ya que por no contar con ciertos servicios básicos los clientes se trasladan a otras instituciones, de mismo modo maximizar el excelente servicio que se ofrece a los socios y clientes, creando así una relación de fidelización.

## **DA**

- Las bajas tasas de interés afectan a la valoración y a la percepción del riesgo, es por ello que se facilitará la suficiente liquidez de moneda local que permita tomar como medida precautelarián. Se implementarán créditos productivos para incentivar al consumidor a demandar créditos.

## **DAFO**

- Con el aprovechamiento de las inyecciones de dinero que otorga La Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS), a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., se podrá contar con créditos productivos ya que existe mayor liquidez para colocaciones, con ello que logrará superar la amenaza del presunto cambio de políticas gubernamentales para baja de interés, en términos simples las instituciones financieras compran y venden dinero, a mayor cantidad de dinero mayor cantidad de colocaciones en créditos.

### **3.3.5 Plan de mercadotecnia**

#### **Aplicación de las estrategias**

##### **Estrategias de marketing**

Estas estrategias se dirigen a las personas que tengan el deseo de beneficiarse a través de la inversión que tenga las garantías de seguridad, si bien es cierto en los resultados de la investigación los parámetros que toman los socios para invertir en la institución es la seguridad y más rendimientos en su dinero.

##### **Misión de las estrategias de marketing**

La misión de la estrategia es tener un acercamiento de confianza a las personas, crearle la necesidad de invertir a través de la persuasión, con el propósito de conseguir la mayor captación posible.

##### **Objetivo de comunicación**

Lograr la mayor captación posible, con el objetivo de llegar a la meta propuesta.

##### **Mercado objetivo**

Personas naturales que dispongan de capacidad de ahorrar e invertir.

##### **Posicionamiento**

Se ofrecerá información en profundidad sobre la seguridad que tienen los socios al invertir en la institución.

### 3.3.5.1 Comunicación

**Estrategia N° 1:** Campaña publicitaria a través de redes sociales.

**Objetivo:** Posicionar y promocionar los productos y servicios que ofrece la COAC Credil agencia Riobamba.

**Responsable:**

- Ing. Alexis Daniel Ruiz (Jefe de Agencia)
- Departamento de Marketing de la institución.

**Periodicidad:** Semanalmente

**Alcance:** Tener un alcance entre 3000 a 9000 personas nuevas cada semana que conozcan los productos, servicios y beneficios que ofrece la institución.

**Actividades de aplicación:**

- Tener un control semanal en los depósitos que se realizará a la página para la respectiva publicidad.
- Trabajar en la publicidad personalizada con una semana de anterioridad.

**Tabla 25-3: Presupuesto para la publicidad en redes sociales**

Distribuidor	Servicio	Ubicación	Detalle	Total
Página de anuncios en Facebook	Promoción y Publicidad	Red social de Facebook	Promocionar los productos y servicios de la institución semanalmente, con un presupuesto de \$5.00 cada promoción, teniendo así un valor de \$20 mensuales.	\$1040,00 anuales.

**Fuente:** Presupuesto para la publicidad en redes sociales.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Sistema de monitoreo para evaluar la consecución:**

Análisis cada fin de semana de los resultados obtenidos teniendo como referencia el alcance de tener entre 3000 a 9000 personas que vean las impresiones de redes sociales. Verificar el comportamiento de la demanda será el punto clave para la estrategia.

Las publicaciones de la página se alternarán dependiendo de los intereses de la institución, por ejemplo, se puede lanzar anuncios para buscar personal capacitado en el caso de existir plazas de trabajo.

**Estrategia N<sup>o</sup> 2:** Tasa pasiva atractiva para el inversionista

**Objetivo:** Reformulación de la tasa de interés pasiva actual proyectándole a subir de 11% a 11,2% correspondiente a pagar por las inversiones que se realizan en la COAC “Credil”.

**Responsable:** Ing. Cesar Chango y Directivos.

**Periodicidad:** Control cada semestre.

**Alcance:** El mercado objetivo, personas que les incentive más rendimientos por sus inversiones.

**Actividades de aplicación:**

- Promociones en sectores productivos para inversiones.
- Revisar resultados al término de cada mes.
- Promocionar a los actuales socios los rendimientos que tendrán por al invertir en la institución.

**Tabla 216-3: Presupuesto para tasa de inversiones actual y proyectada**

Plazo	Tasa	Tasa Proyectada	Presupuesto
90 Días	8%	8,20%	NO APLICA
190 Días	9%	9,20%	
270 Días	9,5%	9,70%	
330 Días	10%	10,20%	
360 Días	11%	11,20%	

**Fuente:** Proyección de tasa - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Sistema de monitoreo para evaluar la consecución:**

La estrategia se basó en las personas que al momento de invertir prefiere más rendimientos por sus inversiones, se hará un análisis de los resultados al finalizar cada mes.

### **Estrategia N° 3:** Uso de tecnología de punta para atención al cliente

**Objetivo:** Tener un sistema de tecnología que facilite el acceso a los servicios que ofrece la institución, mediante el uso de aplicaciones móviles en caso de que los socios o clientes no se puedan trasladar a las instalaciones de la agencia.

**Responsable:** Departamento de sistemas, cobranzas, deudor, Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., Agencia Riobamba.

**Periodicidad:** Constante, de lunes a viernes de 8:00 a 17:00 y sábados de 9:00 am a 12:00 pm

**Alcance:** El alcance de esta estrategia será hacia los socios y clientes que por distintas circunstancias no puedan acercarse a la institución, es decir mediante la tecnología se podrá brindar atención.

#### **Actividades de aplicación:**

- Adquisición de tablets y computadoras fijas con tecnología acorde a la época.
- Utilización de aplicaciones móviles.
- Revisión permanente del buzón de mensajería para atención inmediata.
- Tener un control constante en la aplicación a utilizar
- Promoción del nuevo servicio en línea

**Tabla 27-3: Presupuesto para la adquisición de equipos de tecnología**

<b>Distribuidor</b>	<b>Servicio</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
TEKBOSS	Proveedor de los equipos de tecnología.	Jacinto de Evia N61-47 y Flavio Alfaro, sector Quito Norte. Quito - Ecuador	Compra de tablets y computadoras fijas con tecnología acorde a la época. Cabe recalcar que este nuevo servicio no tendrá ningún costo a los socios.	\$5.036,00 anuales.

**Fuente:** Presupuesto para equipos de tecnología - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 28-3: Equipo de tecnología detallada**

<b>Cantidad</b>	<b>Equipo</b>	<b>Características</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio total</b>
4	Computadoras de escritorio	Procesador Intel Core i7-F15 2.00GHZ-Memoria Ram 8GB- Disco Duro 1TB	\$ 799,00	\$ 3.196,00
4	Tablets	Samsung Galaxy S6 Lite, 64 Gb, 4 ram	\$ 460,00	\$ 1.840,00
<b>Precio total más IVA</b>				<b>\$ 5.036,00</b>

**Fuente:** Presupuesto para equipos de tecnología - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Sistema de monitoreo para evaluar la consecución:**

Se realizará un análisis al final de cada mes con el fin de tener una excelente atención al cliente. Con un sistema operativo avanzado junto con la aplicación móvil se llevará acabo distintos servicios como pago de créditos, depósitos, consulta de saldos, pago de servicios básicos, líneas telefónicas, entre otras.



**Estrategia N<sup>o</sup> 4:** Capacitación a todo el personal de la agencia de manera mensual.

**Objetivo:** Brindar un excelente servicio a los socios y clientes de la institución en todas las áreas de trabajo.

**Responsable:** Jefe de agencia, jefes departamentales, Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda. Agencia Riobamba.

**Periodicidad:** Al fin de cada mes.

**Alcance:** Todo personal de trabajo de la institución.

**Actividades de aplicación:**

- Al final de cada mes, se realizará una capacitación a los trabajadores.
- Contratar a expertos para cada área del trabajador.
- Los capacitadores serán los jefes del departamento de inversiones, jefe operativo y dos capacitadores externos.

**Tabla 229-3: Presupuesto para la capacitación a todo el personal**

Distribuidor	Servicio	Ubicación	Detalle	Total
Profesionales en áreas a fines como: créditos, inversiones, seguridad, talento humano, entre otros.	Servicios de capacitación.	Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., Agencia Riobamba	Capacitar a todo el personal de trabajo de la agencia al final de cada mes. Al contratar dos capacitadores externos serán \$100 cada mes	\$ 1200 anuales.

**Fuente:** Presupuesto para capacitaciones - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Sistema de monitoreo para evaluar la consecución:**

En la encuesta que se realizó a los clientes mencionaban que la atención al cliente no es buena, por ende, se aplicará esta estrategia con el fin de Brindar un excelente servicio a los socios y clientes de la institución, el monitoreo que se realizará es un análisis sobre el nivel de satisfacción que tienen los socios.

**Estrategia N<sup>o</sup> 5:** Dar incentivos a nuevos socios y premiar a la cuenta ahorristas.

**Objetivo:** Motivar a la población a aperturas cuenta de ahorros en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., Agencia Riobamba.

**Responsable:** Jefe de Agencia, Departamento de marketing, Agencia de publicidad.

**Periodicidad:** En cada apertura de cuentas (diario, semanal y mensual)

**Alcance:** 80 cuentas de ahorro cada mes.

**Actividades de aplicación:**

- Por cada apertura de cuenta se entregará un cuaderno, un esfero ecológico y una mascarilla.
- Por cada apertura de cuenta de ahorro plan futuro, se entregará un obsequio como: Un kit escolar, una agenda, una taza con el logo de la institución, entre otros.
- Por cada 2 depósitos y pagos puntuales y consecutivos se obsequiará un boleto para una rifa de electrodomésticos, entre ellas: Tostadoras, horno tostador eléctrico, licuadora, olla arrocera y un Microondas. Esta rifa se realizará cada 4 meses.
- Al acumular \$150 o más en las cuentas de ahorros mi pequeño gigante se entregará un boleto para la rifa de una bicicleta en épocas navideñas.

**Tabla 30-3: Presupuesto para adquisición de electrodomésticos**

Distribuidor	Servicio	Ubicación	Detalle	Total
Artefacta Electrodomésticos	Proveedor de electrodomésticos para las respectivas rifas.	Calle Guayaquil y esquina Riobamba.	Se harán tres rifas de electrodomésticos al año. Y una rifa de la bicicleta valorada en \$100 premio por el plan futuro mi pequeño gigante. De igual el monto que se destinará para los kits escolares será de 300.	\$ 2470.00 anuales.

**Fuente:** Presupuesto para electrodomésticos - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 23-3: Presupuesto para adquisición de electrodomésticos detallada**

Cantidad	Equipo	Características	Precio Unitario	Precio total
3	Microondas	900 w mastertech.	\$ 100,00	\$ 300,00
3	Tostadoras	mastertech sandwichera.	\$ 20,00	\$ 60,00
3	Olla arrocera	Olla de 6 litros	\$ 25,00	\$ 75,00
3	Horno tostador eléctrico	Horno tostador He-900 Imaco	\$ 55,00	\$ 165,00
3	Licadoras	500 w mastertech	\$ 30,00	\$ 90,00
<b>Precio total cuatrimestral más IVA</b>				<b>\$ 690,00</b>
<b>Precio total anual más IVA</b>				<b>\$ 2.070,00</b>

**Fuente:** Presupuesto para electrodomésticos - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

### **Sistema de monitoreo para evaluar la consecución:**

Se realizará un monitoreo constante en cada apertura de cuentas de ahorros, de igual forma las rifas se organizarán con anticipación de dos meses en cada una. En las encuestas realizadas los socios manifestaron que les interesa más rendimientos al momento de realizar inversiones y ahorros. Es por ello que se aplicará esta estrategia ya que también se incentiva a hacia una cultura ahorrista.

## **Estrategia N° 6:** Plan ahorro universitario

**Objetivo:** Crear un plan de ahorro universitario donde se brindará seguridad y mayor rendimiento para el estudiante universitario, así mismo se iniciará una cultura ahorrista en el sector de educación superior.

**Responsable:** Jefe de Agencia, Cooperativa de ahorro y Crédito Credil Ltda., Departamento de marketing.

**Periodicidad:** Indefinida

**Alcance:** Apertura de 84 cuentas universitarias cada mes, considerando 1000 anuales.

### **Actividades de aplicación:**

- Se hará publicidad en las redes sociales de la cooperativa y trípticos informativos.
- Una vez exista la apertura a las clases presenciales, se visitará cada institución de educación superior con el fin de promocionar el nuevo producto financiero.
- De igual forma la campaña se la realizará a través de la radio, prensa y redes sociales.
- La COAC “Credil” le otorgará un plazo mínimo de permanencia hasta los 48 meses en donde recibirá una tasa de interés de 15 % anual y el ahorro mínimo para aportar será de \$ 30 mensual.

**Tabla 242-3: Presupuesto para publicidad en trípticos**

<b>Distribuidor</b>	<b>Servicio</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
Empresa Imprenta	Servicios de imprenta	Quito Ecuador	Para las respectivas promociones se realizará 5000 trípticos full color en papel couche de 150grs.	\$ 500 Anuales.

**Fuente:** Presupuesto para publicidad en trípticos - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

### **Sistema de monitoreo para evaluar la consecución:**

Se realizará un monitoreo al final de cada mes con el objetivo de evaluar el cumplimiento de las metas propuestas en la estrategia.

**“SIEMBRA INVERSIONES, COSECHA RENDIMIENTOS”**

### 3.3.6 Plan financiero

El plan financiero aplicado ayudará a lidiar con los problemas antes que resulten un perjudiciales para la empresa, los resultados que se obtendrán al realizar la proyección del Balance general y estado de resultados servirán para buscar inversionistas ya que muestra cuánto vale la empresa y lo que podría valer en un determinado tiempo.

**Tabla 33-3: Presupuesto para publicidad en trípticos**

TIPO DE ESTRATEGIA	ESTRATEGIAS PROPUESTAS
Estrategias financieras	<ul style="list-style-type: none"><li>• BALANCE GENERAL PROYECTADO</li><li>• ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</li><li>• OBLIGACIONES FINANCIERAS PROYECTADAS</li><li>• ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO 2019-2020</li><li>• ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO 2020-2021</li><li>• ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO 2021-2022</li><li>• ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO 2022-2023</li><li>• ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO 2023-2024</li><li>• ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO 2024-2025</li><li>• INDICADORES DE MOROSIDAD AMPLIADA</li><li>• MEDICIÓN DE LA GESTIÓN DE GERENCIA Y DIRECTIVO</li></ul>

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

3.3.6.1 Balance general proyectado:

Se muestra la estructura económica proyectada a 5 años, tomando como año base el 2020. En el estado general proyectado indica en una empresa el patrimonio líquido que se tiene a disposición, esto a través de sus activos y pasivos, resultado de las actividades que lleva a cabo la entidad durante el periodo presente y futuros.

**Tabla 34-3: Balance general proyectado**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.						
Balance General Proyectado						
Período 2021-2025 (USD)						
CUENTAS	AÑO BASE 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<b>ACTIVO</b>	\$ 7.592.625,31					
<b>FONDOS DISPONIBLES</b>	<b>\$ 650.970,35</b>	<b>\$ 716.067,39</b>	<b>\$ 787.674,12</b>	<b>\$ 866.441,54</b>	<b>\$ 953.085,69</b>	<b>\$ 1.048.394,26</b>
CAJA	\$ 97.359,34	\$ 107.095,27	\$ 117.804,80	\$ 129.585,28	\$ 142.543,81	\$ 156.798,19
BANCOS Y OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 553.611,01	\$ 608.972,11	\$ 669.869,32	\$ 736.856,25	\$ 810.541,88	\$ 891.596,07
<b>INVERSIONES</b>	<b>\$ 96.327,47</b>	<b>\$ 105.960,22</b>	<b>\$ 116.556,24</b>	<b>\$ 128.211,86</b>	<b>\$ 141.033,05</b>	<b>\$ 155.136,35</b>
MANTENIDAS HASTA SU VENCIMIENTO SECTOR PRIVADO Y SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO	\$ 192.624,53	\$ 211.886,98	\$ 233.075,68	\$ 256.383,25	\$ 282.021,57	\$ 310.223,73
(PROVISIÓN PARA INVERSIONES)	\$ -96.297,06	\$ -105.926,77	\$ -116.519,44	\$ -128.171,39	\$ -140.988,53	\$ -155.087,38
<b>CARTERA DE CRÉDITOS</b>	<b>\$ 6.069.542,60</b>	<b>\$ 6.676.496,86</b>	<b>\$ 7.344.146,55</b>	<b>\$ 8.078.561,20</b>	<b>\$ 8.886.417,32</b>	<b>\$ 9.775.059,05</b>
CARTERA DE CRÉDITOS DE CONSUMO PRIORITARIO POR VENCER	\$ 134.584,19	\$ 148.042,61	\$ 162.846,87	\$ 179.131,56	\$ 197.044,71	\$ 216.749,18
CARTERA DE MICROCRÉDITO POR VENCER	\$ 5.974.076,03	\$ 6.571.483,63	\$ 7.228.632,00	\$ 7.951.495,20	\$ 8.746.644,72	\$ 9.621.309,19
CARTERA DE CRÉDITOS DE CONSUMO ORDINARIO POR VENCER	\$ 31.029,83	\$ 34.132,81	\$ 37.546,09	\$ 41.300,70	\$ 45.430,77	\$ 49.973,85

CARTERA DE MICROCRÉDITO QUE NO DEVENGA INTERESES	\$ 96.477,01	\$ 106.124,71	\$ 116.737,18	\$ 128.410,90	\$ 141.251,99	\$ 155.377,19
CARTERA DE CRÉDITOS DE CONSUMO PRIORITARIO VENCIDA	\$ 9.350,49	\$ 10.285,54	\$ 11.314,09	\$ 12.445,50	\$ 13.690,05	\$ 15.059,06
CARTERA DE CRÉDITO INMOBILIARIO VENCIDA	\$ 1,00	\$ 1,10	\$ 1,21	\$ 1,33	\$ 1,46	\$ 1,61
CARTERA DE MICROCRÉDITO VENCIDA	\$ 180.785,85	\$ 198.864,44	\$ 218.750,88	\$ 240.625,97	\$ 264.688,56	\$ 291.157,42
(PROVISIONES PARA CRÉDITOS INCOBRABLES)	\$ -356.761,80	\$ -392.437,98	\$ -431.681,78	\$ -474.849,96	\$ -522.334,95	\$ -574.568,45
<b>CUENTAS POR COBRAR</b>	<b>\$ 337.160,16</b>	<b>\$ 370.876,18</b>	<b>\$ 407.963,79</b>	<b>\$ 448.760,17</b>	<b>\$ 493.636,19</b>	<b>\$ 542.999,81</b>
INTERESES POR COBRAR DE INVERSIONES	\$ 859,58	\$ 945,54	\$ 1.040,09	\$ 1.144,10	\$ 1.258,51	\$ 1.384,36
INTERESES POR COBRAR CARTERA DE CRÉDITO	\$ 257.694,91	\$ 283.464,40	\$ 311.810,84	\$ 342.991,93	\$ 377.291,12	\$ 415.020,23
PAGOS POR CUENTA DE SOCIOS	\$ 10.291,61	\$ 11.320,77	\$ 12.452,85	\$ 13.698,13	\$ 15.067,95	\$ 16.574,74
CUENTAS POR COBRAR VARIAS	\$ 82.806,97	\$ 91.087,67	\$ 100.196,43	\$ 110.216,08	\$ 121.237,68	\$ 133.361,45
(PROVISIONES PARA CUENTAS POR COBRAR)	\$ -14.492,91	\$ -15.942,20	\$ -17.536,42	\$ -19.290,06	\$ -21.219,07	\$ -23.340,98
<b>PROPIEDADES Y EQUIPO</b>	<b>\$ 406.491,15</b>	<b>\$ 447.140,27</b>	<b>\$ 491.854,29</b>	<b>\$ 541.039,72</b>	<b>\$ 595.143,69</b>	<b>\$ 654.658,06</b>
EDIFICIOS	\$ 578.631,88	\$ 636.495,07	\$ 700.144,57	\$ 770.159,03	\$ 847.174,94	\$ 931.892,43
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA	\$ 36.213,08	\$ 39.834,39	\$ 43.817,83	\$ 48.199,61	\$ 53.019,57	\$ 58.321,53
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 55.878,12	\$ 61.465,93	\$ 67.612,53	\$ 74.373,78	\$ 81.811,16	\$ 89.992,27
UNIDADES DE TRASPORTE	\$ 42.433,69	\$ 46.677,06	\$ 51.344,76	\$ 56.479,24	\$ 62.127,17	\$ 68.339,88
OTROS	\$ 1.868,84	\$ 2.055,72	\$ 2.261,30	\$ 2.487,43	\$ 2.736,17	\$ 3.009,79
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA)	\$ -308.534,46	\$ -339.387,91	\$ -373.326,70	\$ -410.659,37	\$ -451.725,30	\$ -496.897,83
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ 32.133,58</b>	<b>\$ 35.346,94</b>	<b>\$ 38.881,63</b>	<b>\$ 42.769,79</b>	<b>\$ 47.046,77</b>	<b>\$ 51.751,45</b>
GASTOS DIFERIDOS	\$ 8,11	\$ 8,92	\$ 9,81	\$ 10,79	\$ 11,87	\$ 13,06

MATERIALES, MERCADERÍAS E INSUMOS	\$ 21.076,30	\$ 23.183,93	\$ 25.502,32	\$ 28.052,56	\$ 30.857,81	\$ 33.943,59
OTROS	\$ 11.049,17	\$ 12.154,09	\$ 13.369,50	\$ 14.706,45	\$ 16.177,09	\$ 17.794,80
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 7.592.625,31</b>	<b>\$ 8.351.887,84</b>	<b>\$9.187.076,63</b>	<b>\$10.105.784,29</b>	<b>\$11.116.362,72</b>	<b>\$12.227.998,99</b>
<b>PASIVO</b>	\$ 5.981.131,03					
<b>OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO</b>	<b>\$ 4.755.440,54</b>	<b>\$ 5.230.984,59</b>	<b>\$5.754.083,05</b>	<b>\$ 6.329.491,36</b>	<b>\$ 6.962.440,49</b>	<b>\$ 7.658.684,54</b>
DEPÓSITO A LA VISTA	\$ 1.441.951,29	\$ 1.586.146,42	\$ 1.744.761,06	\$ 1.919.237,17	\$ 2.111.160,88	\$ 2.322.276,97
DEPÓSITO A PLAZO	\$ 3.170.190,08	\$ 3.487.209,09	\$ 3.835.930,00	\$ 4.219.523,00	\$ 4.641.475,30	\$ 5.105.622,83
DEPÓSITO RESTRINGIDO	\$ 143.299,17	\$ 157.629,09	\$ 173.392,00	\$ 190.731,20	\$ 209.804,31	\$ 230.784,75
<b>CUENTAS POR PAGAR</b>	<b>\$ 167.689,28</b>	<b>\$ 184.458,21</b>	<b>\$ 202.904,03</b>	<b>\$ 223.194,43</b>	<b>\$ 245.513,87</b>	<b>\$ 270.065,26</b>
INTERESES POR PAGAR	\$ 121.163,21	\$ 133.279,53	\$ 146.607,48	\$ 161.268,23	\$ 177.395,06	\$ 195.134,56
OBLIGACIONES PATRONALES	\$ 15.381,01	\$ 16.919,11	\$ 18.611,02	\$ 20.472,12	\$ 22.519,34	\$ 24.771,27
RETENCIONES	\$ 5.851,31	\$ 6.436,44	\$ 7.080,09	\$ 7.788,09	\$ 8.566,90	\$ 9.423,59
CONTRIBUCIONES, IMPUESTOS Y MULTAS	\$ 8.689,01	\$ 9.557,91	\$ 10.513,70	\$ 11.565,07	\$ 12.721,58	\$ 13.993,74
PROVEEDORES	\$ 1.072,29	\$ 1.179,52	\$ 1.297,47	\$ 1.427,22	\$ 1.569,94	\$ 1.726,93
CUENTAS POR PAGAR VARIAS	\$ 15.532,45	\$ 17.085,70	\$ 18.794,26	\$ 20.673,69	\$ 22.741,06	\$ 25.015,17
<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>	<b>\$ 1.057.821,21</b>	<b>\$ 1.163.603,33</b>	<b>\$1.279.963,66</b>	<b>\$ 1.407.960,03</b>	<b>\$ 1.548.756,03</b>	<b>\$ 1.703.631,64</b>
OBLIGACIONES CON ENTIDADES FINANCIERAS DEL SECTOR PÚBLICO	\$ 1.057.821,21	\$ 1.163.603,33	\$ 1.279.963,66	\$ 1.407.960,03	\$ 1.548.756,03	\$ 1.703.631,64
<b>OTROS PASIVOS</b>	<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 198,00</b>	<b>\$ 217,80</b>	<b>\$ 239,58</b>	<b>\$ 263,54</b>	<b>\$ 289,89</b>
OTROS	\$ 180,00	\$ 198,00	\$ 217,80	\$ 239,58	\$ 263,54	\$ 289,89
<b>TOTAL, PASIVOS</b>	<b>\$ 5.981.131,03</b>	<b>\$ 6.579.244,13</b>	<b>\$7.237.168,55</b>	<b>\$ 7.960.885,40</b>	<b>\$ 8.756.973,94</b>	<b>\$ 9.632.671,34</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 1.611.494,28</b>	<b>\$ 1.772.643,71</b>	<b>\$1.949.908,08</b>	<b>\$ 2.144.898,89</b>	<b>\$ 2.359.388,78</b>	<b>\$ 2.595.327,65</b>
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	<b>\$ 240.104,55</b>	<b>\$ 264.115,01</b>	<b>\$ 290.526,51</b>	<b>\$ 319.579,16</b>	<b>\$ 351.537,07</b>	<b>\$ 386.690,78</b>
APORTE DE LOS SOCIOS	\$ 240.104,55	\$ 264.115,01	\$ 290.526,51	\$ 319.579,16	\$ 351.537,07	\$ 386.690,78



<b>RESERVAS</b>	<b>\$ 1.184.886,87</b>	<b>\$ 1.303.375,56</b>	<b>\$1.433.713,11</b>	<b>\$ 1.577.084,42</b>	<b>\$ 1.734.792,87</b>	<b>\$ 1.908.272,15</b>
FONDO IRREPETIBLE DE RESERVA LEGAL	\$ 1.184.886,87	\$ 1.303.375,56	\$ 1.433.713,11	\$ 1.577.084,42	\$ 1.734.792,87	\$ 1.908.272,15
<b>ESPECIALES Y FACULTATIVAS</b>	<b>\$ 1.071,00</b>	<b>\$ 1.178,10</b>	<b>\$ 1.295,91</b>	<b>\$ 1.425,50</b>	<b>\$ 1.568,05</b>	<b>\$ 1.724,86</b>
<b>SUPERÁVIT POR VALUACIONES</b>	<b>\$ 160.435,81</b>	<b>\$ 176.479,39</b>	<b>\$ 194.127,33</b>	<b>\$ 213.540,06</b>	<b>\$ 234.894,07</b>	<b>\$ 258.383,48</b>
SUPERÁVIT POR VALUACIÓN PROPIEDADES, EQUIPOS Y OTROS	\$ 160.435,81	\$ 176.479,39	\$ 194.127,33	\$ 213.540,06	\$ 234.894,07	\$ 258.383,48
<b>RESULTADOS</b>	<b>\$ 26.067,05</b>	<b>\$ 28.673,76</b>	<b>\$ 31.541,13</b>	<b>\$ 34.695,24</b>	<b>\$ 38.164,77</b>	<b>\$ 41.981,24</b>
UTILIDAD O EXCEDENTES DE EJERCICIO	\$ 26.067,05	\$ 28.673,76	\$ 31.541,13	\$ 34.695,24	\$ 38.164,77	\$ 41.981,24
<b>TOTAL PATRIMONIO:</b>	<b>\$ 1.611.494,28</b>	<b>\$ 1.772.643,71</b>	<b>\$1.949.908,08</b>	<b>\$ 2.144.898,89</b>	<b>\$ 2.359.388,78</b>	<b>\$ 2.595.327,65</b>
<b>TOTALPASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 7.592.625,31</b>	<b>\$ 8.351.887,84</b>	<b>\$9.187.076,63</b>	<b>\$10.105.784,29</b>	<b>\$11.116.362,72</b>	<b>\$12.227.998,99</b>

Fuente: Estados Financieros - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

3.3.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

*Estructura utilizada para el estado de resultados*

*Se realizó la proyección con los siguientes antecedentes:*

*Gastos y costos proyectados*

*Ingresos proyectados*

*(=) Utilidad proyectada*

**Tabla 255-3: Estado de pérdidas y ganancias**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.						
Estado de Resultados Proyectado						
Período 2021-2025 (USD)						
CUENTAS	AÑO BASE 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<b>GASTOS</b>	\$ 1.215.718,07	\$ 1.337.289,88	\$ 1.471.018,86	\$ 1.618.120,75	\$ 1.779.932,83	\$ 1.957.926,11
INTERESES CAUSADOS	\$ 398.848,41	\$ 438.733,25	\$ 482.606,58	\$ 530.867,23	\$ 583.953,96	\$ 642.349,35
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO	\$ 331.819,88	\$ 365.001,87	\$ 401.502,05	\$ 441.652,26	\$ 485.817,49	\$ 534.399,23
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 67.028,53	\$ 73.731,38	\$ 81.104,52	\$ 89.214,97	\$ 98.136,47	\$ 107.950,12
<b>COMISIONES CAUSADAS</b>	\$ 1.244,97	\$ 1.369,47	\$ 1.506,41	\$ 1.657,06	\$ 1.822,76	\$ 2.005,04
VARIAS	\$ 1.244,97	\$ 1.369,47	\$ 1.506,41	\$ 1.657,06	\$ 1.822,76	\$ 2.005,04
<b>PROVISIONES</b>	\$ 204.448,92	\$ 224.893,81	\$ 247.383,19	\$ 272.121,51	\$ 299.333,66	\$ 329.267,03
INVERSIONES	\$ 86.505,29	\$ 95.155,82	\$ 104.671,40	\$ 115.138,54	\$ 126.652,40	\$ 139.317,63
CARTERA DE CRÉDITOS	\$ 103.562,42	\$ 113.918,66	\$ 125.310,53	\$ 137.841,58	\$ 151.625,74	\$ 166.788,31
CUENTAS POR COBRAR	\$ 14.381,21	\$ 15.819,33	\$ 17.401,26	\$ 19.141,39	\$ 21.055,53	\$ 23.161,08
<b>GASTOS OPERACIÓN</b>	\$ 580.154,56	\$ 638.170,02	\$ 701.987,02	\$ 772.185,72	\$ 849.404,29	\$ 934.344,72
GASTOS DE PERSONAL	\$ 278.287,36	\$ 306.116,10	\$ 336.727,71	\$ 370.400,48	\$ 407.440,52	\$ 448.184,58
HONORARIOS	\$ 64.861,62	\$ 71.347,78	\$ 78.482,56	\$ 86.330,82	\$ 94.963,90	\$ 104.460,29

SERVICIOS VARIOS	\$ 121.430,57	\$ 133.573,63	\$ 146.930,99	\$ 161.624,09	\$ 177.786,50	\$ 195.565,15
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y MULTAS	\$ 30.520,08	\$ 33.572,09	\$ 36.929,30	\$ 40.622,23	\$ 44.684,45	\$ 49.152,89
DEPRECIACIONES	\$ 48.427,93	\$ 53.270,72	\$ 58.597,80	\$ 64.457,57	\$ 70.903,33	\$ 77.993,67
OTROS GASTOS	\$ 36.627,00	\$ 40.289,70	\$ 44.318,67	\$ 48.750,54	\$ 53.625,59	\$ 58.988,15
<b>OTROS GASTOS Y PÉRDIDAS</b>	<b>\$ 16.198,78</b>	<b>\$ 17.818,66</b>	<b>\$ 19.600,52</b>	<b>\$ 21.560,58</b>	<b>\$ 23.716,63</b>	<b>\$ 26.088,30</b>
OTROS	\$ 16.198,78	\$ 17.818,66	\$ 19.600,52	\$ 21.560,58	\$ 23.716,63	\$ 26.088,30
<b>IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN A EMPLEADOS</b>	<b>\$ 14.822,43</b>	<b>\$ 16.304,67</b>	<b>\$ 17.935,14</b>	<b>\$ 19.728,65</b>	<b>\$ 21.701,52</b>	<b>\$ 23.871,67</b>
PARTICIPACIÓN A EMPLEADOS 15%	\$ 6.133,42	\$ 6.746,76	\$ 7.421,44	\$ 8.163,58	\$ 8.979,94	\$ 9.877,93
IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 8.689,01	\$ 9.557,91	\$ 10.513,70	\$ 11.565,07	\$ 12.721,58	\$ 13.993,74
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 1.215.718,07</b>	<b>\$ 1.337.289,88</b>	<b>\$ 1.471.018,86</b>	<b>\$ 1.618.120,75</b>	<b>\$ 1.779.932,83</b>	<b>\$ 1.957.926,11</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 1.241.785,12</b>	<b>\$ 1.365.963,63</b>	<b>\$ 1.502.560,00</b>	<b>\$ 1.652.815,99</b>	<b>\$ 1.818.097,59</b>	<b>\$ 1.999.907,35</b>
<b>INTERESES Y DESCUENTOS GANADOS</b>	<b>\$ 1.167.953,75</b>	<b>\$ 1.284.749,13</b>	<b>\$ 1.413.224,04</b>	<b>\$ 1.554.546,44</b>	<b>\$ 1.710.001,09</b>	<b>\$ 1.881.001,19</b>
DEPÓSITOS	\$ 19.825,28	\$ 21.807,81	\$ 23.988,59	\$ 26.387,45	\$ 29.026,19	\$ 31.928,81
INTERESES Y DESCUENTOS DE INVERSIONES EN TÍTULOS VALORES	\$ 4.878,45	\$ 5.366,30	\$ 5.902,92	\$ 6.493,22	\$ 7.142,54	\$ 7.856,79
INTERÉS Y DESCUENTOS DE CARTERA DE CRÉDITO	\$ 1.143.250,02	\$ 1.257.575,02	\$ 1.383.332,52	\$ 1.521.665,78	\$ 1.673.832,35	\$ 1.841.215,59
<b>COMISIONES GANADAS</b>	<b>\$ 3.857,15</b>	<b>\$ 4.242,87</b>	<b>\$ 4.667,15</b>	<b>\$ 5.133,87</b>	<b>\$ 5.647,25</b>	<b>\$ 6.211,98</b>
OTRAS	\$ 3.857,15	\$ 4.242,87	\$ 4.667,15	\$ 5.133,87	\$ 5.647,25	\$ 6.211,98
<b>INGRESOS POR SERVICIOS</b>	<b>\$ 3.599,20</b>	<b>\$ 3.959,12</b>	<b>\$ 4.355,03</b>	<b>\$ 4.790,54</b>	<b>\$ 5.269,59</b>	<b>\$ 5.796,55</b>
OTROS SERVICIOS	\$ 3.599,20	\$ 3.959,12	\$ 4.355,03	\$ 4.790,54	\$ 5.269,59	\$ 5.796,55
<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>\$ 66.375,02</b>	<b>\$ 73.012,52</b>	<b>\$ 80.313,77</b>	<b>\$ 88.345,15</b>	<b>\$ 97.179,67</b>	<b>\$ 106.897,63</b>

ARRENDAMIENTO	\$ 11.527,56	\$ 12.680,32	\$ 13.948,35	\$ 15.343,18	\$ 16.877,50	\$ 18.565,25
RECUPERACIONES DE ACTIVOS FINANCIEROS	\$ 53.129,28	\$ 58.442,21	\$ 64.286,43	\$ 70.715,07	\$ 77.786,58	\$ 85.565,24
OTROS	\$ 1.718,18	\$ 1.890,00	\$ 2.079,00	\$ 2.286,90	\$ 2.515,59	\$ 2.767,15
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 1.241.785,12</b>	<b>\$ 1.365.963,63</b>	<b>\$ 1.502.560,00</b>	<b>\$ 1.652.815,99</b>	<b>\$ 1.818.097,59</b>	<b>\$ 1.999.907,35</b>
<b>PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>\$ 26.067,05</b>	<b>\$ 28.673,76</b>	<b>\$ 31.541,13</b>	<b>\$ 34.695,24</b>	<b>\$ 38.164,77</b>	<b>\$ 41.981,24</b>

**Fuente:** Estados Financieros - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

### 3.3.6.3 Obligaciones Financieras

Tener en cuenta las obligaciones financieras que se tienen presente es importante ya que esto ayuda a priorizar los gastos y costos que se tienen con otras instituciones, en la siguiente proyección se realizó un incremento del 10% empezado desde el año base, estas obligaciones financieras influyen mucho en la parte de la liquidez para otorgación de créditos.

**Tabla 266-3: Obligaciones Financieras proyectadas**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.						
Obligaciones Financieras						
Período 2020 (USD)						
CUENTAS	AÑO BASE 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>	<b>\$ 1.057.821,21</b>	<b>\$ 1.163.603,33</b>	<b>\$ 1.279.963,66</b>	<b>\$ 1.407.960,03</b>	<b>\$ 1.548.756,03</b>	<b>\$ 1.703.631,64</b>
<b>OBLIGACIONES CON ENTIDADES FINANCIERAS DEL SECTOR PÚBLICO</b>	<b>\$ 1.057.821,21</b>	<b>\$ 1.163.603,33</b>	<b>\$ 1.279.963,66</b>	<b>\$ 1.407.960,03</b>	<b>\$ 1.548.756,03</b>	<b>\$ 1.703.631,64</b>
DE 1 A 30 DÍAS	\$ 76.056,21	\$ 83.661,83	\$ 92.028,01	\$ 101.230,82	\$ 111.353,90	\$ 122.489,29
DE 31 A 90 DÍAS	\$ 141.595,61	\$ 155.755,17	\$ 171.330,69	\$ 188.463,76	\$ 207.310,13	\$ 228.041,15
DE 91 A 180 DÍAS	\$ 216.981,82	\$ 238.680,00	\$ 262.548,00	\$ 288.802,80	\$ 317.683,08	\$ 349.451,39
DE 181 A 360 DÍAS	\$ 339.407,22	\$ 373.347,94	\$ 410.682,74	\$ 451.751,01	\$ 496.926,11	\$ 546.618,72
DE MÁS DE 360 DÍAS	\$ 283.780,35	\$ 312.158,39	\$ 343.374,22	\$ 377.711,65	\$ 415.482,81	\$ 457.031,09
<b>TOTAL OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>	<b>\$ 1.057.821,21</b>	<b>\$ 1.163.603,33</b>	<b>\$ 1.279.963,66</b>	<b>\$ 1.407.960,03</b>	<b>\$ 1.548.756,03</b>	<b>\$ 1.703.631,64</b>

Fuente: Estados Financieros - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

### 3.3.6.4 Estado de cambios en el patrimonio

En el estado de cambios en el patrimonio muestra las distintas variaciones que existen de un año a otro, determina cada una de las cuentas que no se utilizan en el estado de resultados, también se analiza en que porción el patrimonio a disminuido y se ha incrementado, información importante a vista del inversionista.

**Tabla 277-3: Estado de Cambios en el Patrimonio 2019-2020**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.				
Estado de Cambios en el Patrimonio				
Período 2019-2020 (USD)				
CONCEPTO	SALDOS AL 31/12/2019	MOVIMIENTO		SALDO AL 31/12/2020
		Aumento	Disminución	
CAPITAL SOCIAL				
CERTIFICADOS DE APORTACIÓN	\$ 217.262,53	\$ 22.842,00		\$ 240.104,55
RESERVAS				
FONDOS IRREPETIBLES	\$ 1.080.819,24	\$ 102.996,63	\$ -	\$ 1.183.815,87
5% ASISTENCIA SOCIAL	\$ 1.071,00	\$ -	\$ -	\$ 1.071,00
RESULTADOS				
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2019	\$ 36.288,75		\$ 36.288,75	\$ -
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2020		\$ 26.067,05		\$ 26.067,05
<b>SUPERÁVIT POR VALUACIONES</b>				
SUPERÁVIT POR VALUACIONES EDIFICIOS		\$ 160.435,81		\$ 160.435,81
<b>TOTALES</b>	\$ 1.335.441,52	\$ 312.341,51	\$ 36.288,75	\$ 1.611.494,28

Fuente: Estados Financieros - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 288-3: Estado de Cambios en el Patrimonio 2020-2021**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.				
Estado de Cambios en el Patrimonio				
Período 2020-2021 (USD)				
CONCEPTO	SALDOS AL 31/12/2020	MOVIMIENTO		SALDO AL 31/12/2021
		Aumento	Disminución	
CAPITAL SOCIAL				
CERTIFICADOS DE APORTACIÓN	\$ 240.104,55	\$ 24.010,46		\$ 264.115,01
		\$ -		
RESERVAS		\$ -		
FONDOS IRREPARTIBLES	\$ 1.183.815,87	\$ 118.381,59		\$ 1.302.197,46
5% ASISTENCIA SOCIAL	\$ 1.071,00	\$ 107,10		\$ 1.178,10
RESULTADOS		\$ -		
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2020	\$ 26.067,05			
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2021		\$ 2.606,71		\$ 28.673,76
<b>SUPERAVIT POR VALUACIONES</b>				
SUPERAVIT POR VALUACIONES				
EDIFICIOS	\$ 160.435,81	\$ 16.043,58		\$ 176.479,39
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 1.611.494,28</b>	<b>\$ 161.149,43</b>		<b>\$ 1.772.643,71</b>

Fuente: Autor - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 299-3: Estado de Cambios en el Patrimonio 2021-2022**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.				
Estado de Cambios en el Patrimonio				
Período 2021-2022 (USD)				
CONCEPTO	SALDOS AL 31/12/2021	MOVIMIENTO		SALDO AL 31/12/2022
		Aumento	Disminución	
CAPITAL SOCIAL				
CERTIFICADOS DE APORTACIÓN	\$ 264.115,01	\$ 26.411,50		\$ 290.526,51
		\$ -		
RESERVAS		\$ -		
FONDOS IRREPARTIBLES	\$ 1.302.197,46	\$ 130.219,75		\$ 1.432.417,20
5% ASISTENCIA SOCIAL	\$ 1.178,10	\$ 117,81		\$ 1.295,91
RESULTADOS		\$ -		
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2021	\$ 28.673,76			
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2022		\$ 2.867,38		\$ 31.541,13
<b>SUPERAVIT POR VALUACIONES</b>				
SUPERAVIT POR VALUACIONES				
EDIFICIOS	\$ 176.479,39	\$ 17.647,94		\$ 194.127,33
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 1.772.643,71</b>	<b>\$ 177.264,37</b>		<b>\$ 1.949.908,08</b>

Fuente: Autor - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



**Tabla 40-3: Estado de Cambios en el Patrimonio 2022-2023**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.				
Estado de Cambios en el Patrimonio				
Período 2022-2023 (USD)				
CONCEPTO	SALDOS AL 31/12/2022	MOVIMIENTO		SALDO AL 31/12/2023
		Aumento	Disminución	
CAPITAL SOCIAL				
CERTIFICADOS DE APORTACIÓN	\$ 290.526,51	\$ 29.052,65		\$ 319.579,16
RESERVAS		\$ -		
FONDOS IRREPARTIBLES	\$ 1.432.417,20	\$ 143.241,72		\$ 1.575.658,92
5% ASISTENCIA SOCIAL	\$ 1.295,91	\$ 129,59		\$ 1.425,50
RESULTADOS		\$ -		
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2022	\$ 31.541,13			
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2023		\$ 3.154,11		\$ 34.695,24
<b>SUPERAVIT POR VALUACIONES</b>				
SUPERAVIT POR VALUACIONES				
EDIFICIOS	\$ 194.127,33	\$ 19.412,73		\$ 213.540,06
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 1.949.908,08</b>	<b>\$ 194.990,81</b>		<b>\$ 2.144.898,89</b>

Fuente: Autor - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 41-3: Estado de Cambios en el Patrimonio 2023-2024**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.				
Estado de Cambios en el Patrimonio				
Período 2023-2024 (USD)				
CONCEPTO	SALDOS AL 31/12/2023	MOVIMIENTO		SALDO AL 31/12/2024
		Aumento	Disminución	
CAPITAL SOCIAL				
CERTIFICADOS DE APORTACIÓN	\$ 319.579,16	\$ 31.957,92		\$ 351.537,07
		\$ -		
RESERVAS		\$ -		
FONDOS IRREPARTIBLES	\$ 1.575.658,92	\$ 157.565,89		\$ 1.733.224,82
5% ASISTENCIA SOCIAL	\$ 1.425,50	\$ 1.568,05		\$ 1.568,05
RESULTADOS		\$ -		
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2023	\$ 34695,24			
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2024		\$ 3.469,52		\$ 38.164,77
<b>SUPERAVIT POR VALUACIONES</b>				
SUPERAVIT POR VALUACIONES EDIFICIOS	\$ 213.540,06	\$ 21.354,01		\$ 234.894,07
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 2.144.898,89</b>	<b>\$ 214.489,89</b>		<b>\$ 2.359.388,78</b>

Fuente: Autor - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

**Tabla 302-3: Estado de Cambios en el Patrimonio 2024-2025**

Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.				
Estado de Cambios en el Patrimonio				
Período 2024-2025 (USD)				
CONCEPTO	SALDOS AL 31/12/2024	MOVIMIENTO		SALDO AL 31/12/2025
		Aumento	Disminución	
CAPITAL SOCIAL				
CERTIFICADOS DE APORTACIÓN	\$ 351.537,07	\$ 35.153,71		\$ 386.690,78
		\$ -		
RESERVAS		\$ -		
FONDOS IRREPARTIBLES	\$ 1.733.224,82	\$ 173.322,48		\$ 1.906.547,30
5% ASISTENCIA SOCIAL	\$ 1.568,05	\$ 156,81		\$ 1.724,86
RESULTADOS		\$ -		
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2024	\$ 38.164,77			
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2025		\$ 3.816,48		\$ 41.981,24
<b>SUPERAVIT POR VALUACIONES</b>				
SUPERAVIT POR VALUACIONES EDIFICIOS	\$ 234.894,07	\$ 23.489,41		\$ 258.383,48
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 2.359.388,78</b>	<b>\$ 235.938,88</b>		<b>\$ 2.595.327,65</b>

Fuente: Autor - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

### 3.3.6.5 Indicadores financieros

Los indicadores financieros son una herramienta indispensable para la lectura de los estados financieros en este caso se utilizará estos índices para medir la morosidad ampliada por producto financiero que se ofrece en la institución, la medición y gestión de gerencia de directivos, apalancamiento, solvencia, sostenibilidad entre otros.

#### Indicadores de morosidad ampliada

Los indicadores de morosidad en una institución financiera son de vital importantes ya que esta representa la cartera de incumplimiento de parte de los socios que adquirieron productos financieros, es una de las grandes dificultades que enfrentan los sistemas financieros.

**Tabla 43-3: Morosidad ampliada por producto financiero**

<b>MOROSIDAD AMPLIADA</b>				
<b>MOROSIDAD DE CRÉDITO DE CONSUMO PRIORITARIO</b>				
Cartera en Riesgo Consumo Prioritario	=	9350,49	=	6,50%
Cartera Bruta Consumo Prioritario		143934,68		
La Morosidad de la Cartera de Consumo Prioritario es el 6,50% al 31 de diciembre del año 2020				
<b>MOROSIDAD DE LA CARTERA DE MICROCRÉDITO</b>				
Cartera en Riesgo Microcrédito		277262,86		4,44%
Cartera Bruta Microcrédito	=	6251338,89	=	
En el año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., tuvo el 4,44% de Cartera de Crédito Microcrédito moroso o cartera vencida, y la cartera que no devenga intereses				
<b>MOROSIDAD DE LA CARTERA DE CONSUMO ORDINARIO</b>				
Cartera en Riesgo Consumo Ordinario	=	0	=	0,00%
Cartera Bruta Consumo Ordinario		31029,83		
En el año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., no tuvo una morosidad en la Cartera de Consumo Ordinario.				
<b>MOROSIDAD DE CRÉDITO INMOBILIARIO</b>				
Cartera en Riesgo Inmobiliario	=	1	=	100%
Cartera Bruta Inmobiliario		1		
La Morosidad de la Cartera de Crédito Inmobiliario es el 100% en relación a cartera bruta.				

Fuente: Ratios Financieros - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

## Medición de la gestión de gerencia y directivos

Los indicadores de gestión de gerencia y directivos, sirven para medir la eficacia con la que se cumplen los objetivos de la institución, así mismo analizar el desempeño de los procesos estos con el fin de tomar las precauciones correctivas según la situación en la que se presente la ratio.

**Tabla 44-3: Medición de la gestión de gerencia y directivos**

<b>INDICADORES FINANCIEROS 2020</b>			
<b>EFICIENCIA FINANCIERA</b>			
Cartera Total	=	6426304,4	= 84,64%
Total Activos		7592625,31	
En el año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., el 84,64% representa el total de la cartera en relación con los activos totales.			
Obligaciones con el Público	=	4755440,54	= 79,51%
Total, Pasivo		5981131,03	
En el año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., Las obligaciones con el público representa un 79,51% del total del pasivo.			
<b>PARTICIPACIÓN ACTIVOS IMPRODUCTIVOS</b>			
Activos Improductivos		792301,82	= 10,44%
Activo Total	=	7592625,31	
En el año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., los activos improductivos netos (cartera de crédito vencida - activos fijos - cuentas de dudosa cobrabilidad) representan 26,82% en función del Total del Activo. Es decir, la entidad cuenta con una eficiencia colocación de sus recursos en activos productivos.			
<b>MOROSIDAD AMPLIADA</b>			
Cartera de Riesgo	=	286614,35	= 4,46%
Cartera Total		6426304,4	
En el año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., representa el 4,46% de la cartera de crédito vencida a referencia de la cartera de crédito total al finalizar en año 2020.			
<b>COBERTURA</b>			
Provisiones	=	356761,8	= 124,47%
Cartera en Riesgo		286614,35	
En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., el 124,47% representa la provisión de cuentas incobrables frente a la Cartera Bruta (Cartera de crédito por vencer, que no devenga intereses y vencida).			
<b>EFICIENCIA ADMINISTRATIVA</b>			
Gastos Operacionales	=	580154,56	= 7,64%
Total Activos		7592625,31	

En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., en cuanto a la relación entre activos y gastos operacionales es del 7,74% sobre la totalidad de activos.			
Gasto de Personal	=	278287,36	= 3,67%
Total de Activos		7592625,31	
En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., tiene \$ 278,287,36 en gasto al personal la cual tiene una relación de 3,67% sobre el total de activos.			
<b>CAPACIDAD PATRIMONIAL</b>			
Capital Social	=	240104,55	= 3,16%
Total, Activos		7592625,31	
En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., tiene \$ 240104,55 Capital Social y un Activo Total de \$ 7.592.625,31, la cual existe una relación de 3,16%.			
<b>APALANCAMIENTO</b>			
Pasivos	=	5981131,03	= 78,78%
Activos Totales		7592625,31	
En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., tiene \$ 5981131,03 en sus pasivos y 7592625,31 en Activos Totales, se interpreta que los activos de la entidad se encuentran financiadas por sus acreedores con un 78,78%.			
<b>SOLVENCIA</b>			
Patrimonio Técnico	=	1611494,28	= 23,54%
Activos Ponderados por riesgo		6845342,7	
En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., tiene \$1611494,28 es su Patrimonio Técnico de \$6845342,7 donde este representa un 23,54% sobre los activos ponderados por riesgo.			
Activos Fijos	=	406491,15	= 25,22%
Patrimonio Técnico		1611494,28	
En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., tiene \$406.491,15 en sus activos fijos un patrimonio Técnico de \$1.611.494,28 donde este representa un 25,22% sobre el PT.			
<b>SOSTENIBILIDAD</b>			
Ingresos	=	1241785,12	= 102,14%
Egresos		1215718,07	
En el Año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., tiene unos ingresos de \$ 1241785,12 y unos egresos de \$ 1215718,07, lo cual refleja una relación de 2,14% en cuanto a sus ingresos.			
<b>ROA</b>			
Utilidad	=	26067,05	= 0,34%
Activo Total Promedio		7592625,31	

En el año 2020 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda. tiene un activo de \$ 7.592.625,31 dólares y un beneficio de \$ 26.067,05, el resultado del indicador refleja que por cada dólar en el activo la cooperativa obtuvo \$ 0,34 dólares en utilidad al 31 de diciembre del año 2020; la institución refleja que no ha generado suficientes ingresos que permitan fortalecer el patrimonio.

<b>ROE</b>			
Utilidad	=	26067,05	= 1,62%
Patrimonio		1611494,28	

En el año 2020 la institución tiene una utilidad de \$26.067,05 y unos fondos propios de \$ 1.611.494,28 La rentabilidad financiera (ROE) dio un resultado de 1,62% esto refleja el rendimiento del patrimonio en relación de la utilidad.

<b>EFICIENCIA INSTITUCIONAL EN COLOCACIÓN</b>			
Gasto de Operación	=	580154,56	= 10,16%
Cartera de Créditos - Provisión de Créditos Incobrables		5712780,8	

Los gastos de operación frente a la cartera de créditos provisionada son del 10,16% para el año 2020

**Fuente:** Ratios Financieros - Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**Elaborado por:** Lucio, R. A. (2021)

## CONCLUSIONES

Luego de realizar un Plan de Negocios que servirá como guía para incrementar la participación en el mercado de la Cooperativa “Credil”, podemos concluir lo siguiente:

- La investigación de mercado realizada en la ciudad de Riobamba, determino que si la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Credil” ofreciera mayores beneficios a la población crecería el interés ya que existe un número considerable de socios potenciales.
- Con la aplicación de las estrategias permitirá proyectar un incremento en la rentabilidad de la COAC “Credil” a emplear desde octubre 2021 hasta octubre del año 2025, gracias a la aplicación de la estrategia de crear una tasa atractiva para el inversionista de 11 a 11,2%.
- Tomando en consideración las estrategias propuestas en el plan de negocios se captará la atención de un mayor número de personas, permitiendo así el crecimiento de la COAC “Credil”.

La COAC “Credil” cumplirá una labor social ofreciendo a sus clientes mejores beneficios en sus inversiones y créditos, pero asegurando el retorno del capital invertido más el interés generado, obteniendo así la rentabilidad deseada.



## **RECOMENDACIONES**

Al concluir el plan de negocios se recomienda que la COAC “Credil” tome las siguientes acciones como estrategia de mercado para la captación de nuevos socios y su crecimiento en su mercado objetivo de la ciudad de Riobamba.

- El plan de negocios para COAC “Credil” es de vital importancia ya que se convierte en una guía para alcanzar los resultados deseados.
- La aplicación de herramientas estratégicas permitirá posicionar en el mercado los productos y servicio que la Cooperativa de ahorro y crédito ofrece buscar nuevos segmentos y acrecentar la participación del mercado.
- Aplicar al menos tres veces al año un estudio de mercado para identificar las necesidades que tengan los usuarios, con el propósito de brindar un servicio de calidad basado en la satisfacción de los clientes sean estos internos o externos.
- La COAC “Credil” debe investigar que nuevos servicios puede brindar para que se beneficien los socios y sus futuros usuarios, acompañado de una rigurosa campaña de mercadotecnia basada en la captación de nuevos socios y recursos.

## BIBLIOGRAFIA

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Carme, D. (16 de junio de 2014). *Economías Simple*. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/captacion>
- Credil. (2021). *Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda*. Recuperado de: <https://coopcredil.com/>
- Defrancorp. (07 de febrero de 2019). *La importancia de un plan de negocios*. Recuperado de: <https://www.defrancorp.com/la-importancia-de-un-plan-de-negocios/>
- Díaz de León, N. (2020). *Core, Población y Muestra*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Foda. (18 de diciembre de 2016). *Análisis Foda*. Recuperado de: [https://www.analisisfoda.com/las-fortalezas-analisis-foda/#La\\_fortaleza](https://www.analisisfoda.com/las-fortalezas-analisis-foda/#La_fortaleza)
- Foda, M. (2021). *Matriz Foda*. Recuperado de: <https://www.matrizfoda.com/dafo/>
- Granizo, J. & Parra, M. (2015). *Diseño de un plan de negocios para la lavadora y lubricadora "Auto Spa Rápidos & Económicos" en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo en el periodo 2014 – 2015*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/10032/1/102T0098.pdf>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- López, P. & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Minarro, M. (14 de Mayo de 2020). *Inboundcycle*. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>

- Novoa, A. L. (2009). *“Plan de marketing para el lanzamiento al mercado farmacéutico ecuatoriano del medicamento antidepresivo Valdoxan de Laboratorios Servier”*. (Tesis de pregrado, Escuela Politécnica del Ejército). Recuperado de: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/13/T-ESPE-021513-C.pdf>
- Ossorio, A. (2003). *Planeamiento Estratégico*. Recuperado de: [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/inap/20171117042438/pdf\\_318.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/inap/20171117042438/pdf_318.pdf)
- Quiroa, M. (04 de Abril de 2020). *Amenazas de una empresa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/amenazas-de-una-empresa.html#:~:text=Una%20amenaza%20empresarial%20se%20define,su%20permanencia%20en%20el%20mercado.>
- Rivera, V. (2015). *“Elaboracion de un plan de negocios para la cooperativa de ahorro y crédito “Sol de los Andes”, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo para el periodo 2014”*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espe.edu.ec/bitstream/123456789/6404/1/42T00368.pdf>
- Romero, O., Sánchez, A. & Correa, H. (2018). *Plan de Negocios un Enfoque Práctico en el Sector Comercio*. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>
- Uriarte., J. M. (9 de marzo de 2020). *“Observación”*. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/observacion/>
- Vera, A. (2013). *Principales tipos de Investigación*. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos58/principales-tipos-investigacion/principales-tipos-investigacion2.shtml>
- Westreicher, G. (26 de abril de 2020). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/plan-financiero.html>

## ANEXOS

### ANEXO A: BALANCE GENERAL 1

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "CREDIL" LTDA. (1)		
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		
BALANCES AL 31/12/2020		
Expresados en U.S. Dólares		
CUENTA	NOTA	AÑO 2020
<b>ACTIVO</b>		<b>7.592.625,31</b>
<i>FONDOS DISPONIBLES</i>	(2)	650.970,35
CAJA		97.359,34
BANCOS Y OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS		553.611,01
<i>INVERSIONES</i>	(3)	96.327,47
MANTENIDAS HASTA SU VENCIMIENTO SECTOR PRIVADO Y SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO		192.624,53
(PROVISIÓN PARA INVERSIONES)		-96.297,06
<i>CARTERA DE CRÉDITOS</i>	(4)	6.069.542,60
CARTERA DE CRÉDITOS DE CONSUMO PRIORITARIO POR VENCER		134.584,19
CARTERA DE MICROCRÉDITO POR VENCER		5.974.076,03
CARTERA DE CRÉDITOS DE CONSUMO ORDINARIO POR VENCER		31.029,83
CARTERA DE MICROCRÉDITO QUE NO DEVENGA INTERESES		96.477,01
CARTERA DE CRÉDITOS DE CONSUMO PRIORITARIO VENCIDA		9.350,49
CARTERA DE CRÉDITO INMOBILIARIO VENCIDA		1,00
CARTERA DE MICROCRÉDITO VENCIDA		180.785,85
(PROVISIONES PARA CRÉDITOS INCOBRABLES)		-356.761,80
<i>CUENTAS POR COBRAR</i>	(5)	337.160,16
INTERESES POR COBRAR DE INVERSIONES		859,58
INTERESES POR COBRAR CARTERA DE CRÉDITOS		257.694,91
PAGOS POR CUENTA DE SOCIOS		10.291,61
CUENTAS POR COBRAR VARIAS		82.806,97
(PROVISIÓN PARA CUENTAS POR COBRAR)		-14.492,91
<i>PROPIEDADES Y EQUIPO</i>	(6)	406.491,15
EDIFICIOS		578.631,88
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA		36.213,08
EQUIPOS DE COMPUTACION		55.878,12
UNIDADES DE TRANSPORTE		42.433,69
OTROS		1.868,84
(DEPRECIACION ACUMULADA)		-308.534,46
<i>OTROS ACTIVOS</i>	(7)	32.133,58
GASTOS DIFERIDOS		8,11
MATERIALES, MERCADERIAS E INSUMOS		21.076,30
OTROS		11.049,17
<b>TOTAL ACTIVO:</b>		<b>7.592.625,31</b>

<hr/> SR. CESAR CHANGO GERENTE GENERAL	<hr/> ING. MARIBEL SORIA CONTADOR
---	--------------------------------------

Fuente: COAC Credil Ltda. (2021)

## ANEXO B: BALANCE GENERAL 2

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "CREDIL" LTDA. (1)  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
BALANCES AL 31/12/2020  
Expresados en U.S. Dólares

CUENTA	NOTA	AÑO 2020
PASIVO		5.981.131,03
<b>OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO</b>	(8)	<b>4.755.440,54</b>
DEPÓSITOS A LA VISTA		1.441.951,29
DEPÓSITOS A PLAZO		3.170.190,08
DEPÓSITOS RESTRINGIDOS		143.299,17
<b>CUENTAS POR PAGAR</b>	(9)	<b>167.689,28</b>
INTERESES POR PAGAR		121.163,21
OBLIGACIONES PATRONALES		15.381,01
RETENCIONES		5.851,31
CONTRIBUCIONES, IMPUESTOS Y MULTAS		8.689,01
PROVEEDORES		1.072,29
CUENTAS POR PAGAR VARIAS		15.532,45
<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>	(10)	<b>1.057.821,21</b>
OBLIGACIONES CON ENTIDADES FINANCIERAS DEL SECTOR PÚBLICO		1.057.821,21
<b>OTROS PASIVOS</b>	(11)	<b>180,00</b>
OTROS		180,00
<b>TOTAL PASIVO:</b>		<b>5.981.131,03</b>
		1.611.494,28
<b>PATRIMONIO</b>	(12)	<b>240.104,55</b>
<b>CAPITAL SOCIAL</b>		<b>240.104,55</b>
APORTE DE LOS SOCIOS		240.104,55
<b>RESERVAS</b>		<b>1.184.886,87</b>
FONDO IRREPARTIBLE DE RESERVA LEGAL		1.183.815,87
ESPECIALES Y FACULTATIVAS		1.071,00
<b>SUPERAVIT POR VALUACIONES</b>		<b>160.435,81</b>
SUPERAVIT POR VALUACIÓN PROPIEDADES, EQUIPOS Y OTROS		160.435,81
<b>RESULTADOS</b>		<b>26.067,05</b>
UTILIDAD O EXCEDENTES DEL EJERCICIO		26.067,05
<b>TOTAL PATRIMONIO:</b>		<b>1.611.494,28</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>7.592.625,31</b>

\_\_\_\_\_  
SR. CESAR CHANGO  
GERENTE GENERAL

\_\_\_\_\_  
ING. MARIBEL SORIA  
CONTADOR

## ANEXO C: ESTADO DE RESULTADOS

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "CREDIL" LTDA. (1)  
 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
 BALANCES AL 31/12/2020  
 Expresados en U.S. Dólares

CUENTA	NOTA	AÑO 2020
GASTOS	(13)	1.215.718,07
INTERESES CAUSADOS		398.848,41
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO		331.819,88
OBLIGACIONES FINANCIERAS		67.028,53
COMISIONES CAUSADAS		1.244,97
VARIAS		1.244,97
PROVISIONES		204.448,92
INVERSIONES		86.505,29
CARTERA DE CRÉDITOS		103.562,42
CUENTAS POR COBRAR		14.381,21
GASTOS OPERACION		580.154,56
GASTOS DE PERSONAL		278.287,36
HONORARIOS		64.861,62
SERVICIOS VARIOS		121.430,57
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y MULTAS		30.520,08
DEPRECIACIONES		48.427,93
OTROS GASTOS		36.627,00
OTROS GASTOS Y PERDIDAS		16.198,78
OTROS		16.198,78
IMPUESTOS Y PARTICIPACION A EMPLEADOS		14.822,43
PARTICIPACION A EMPLEADOS		6.133,42
IMPUESTO A LA RENTA		8.689,01
TOTAL GASTOS:		1.215.718,07
INGRESOS	(14)	1.241.785,12
INTERESES Y DESCUENTOS GANADOS		1.167.953,75
DEPÓSITOS		19.825,28
INTERESES Y DESCUENTOS DE INVERSIONES EN TITULOS VALORES		4.878,45
INTERES Y DESCUENTOS DE CARTERA DE CRÉDITO		1.143.250,02
COMISIONES GANADAS		3.857,15
OTRAS		3.857,15
INGRESOS POR SERVICIOS		3.599,20
OTROS SERVICIOS		3.599,20
OTROS INGRESOS		66.375,02
ARRENDAMIENTOS		11.527,56
RÉCUPERACIONES DE ACTIVOS FINANCIEROS		53.129,28
OTROS		1.718,18
TOTAL INGRESOS:		1.241.785,12
PÉRDIDAS Y GANANCIAS		26.067,05

Fuente: COAC Credil Ltda. (2021)

## ANEXO D: ENTREVISTA APLICADA



Fuente: COAC Credil Ltda. (2021)

## ANEXO E: ATENCIÓN AL CLIENTE



Fuente: COAC Credil Ltda. (2021)

**ANEXO F: ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES**



# Credil

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

*En Dios está nuestra fortaleza!*

---

**Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.**

Elaborar un plan de negocios mediante un estudio de mercado para alcanzar la mayor captación de los

---

¿Qué opinión tiene de los servicios que oferta la Cooperativa Credil Ltda.?

Excelente  
 Muy Buena  
 Buena  
 Regular  
 Mala

---

¿Conoce que beneficios tiene un socio de la Cooperativa Credil?

Si  
 No

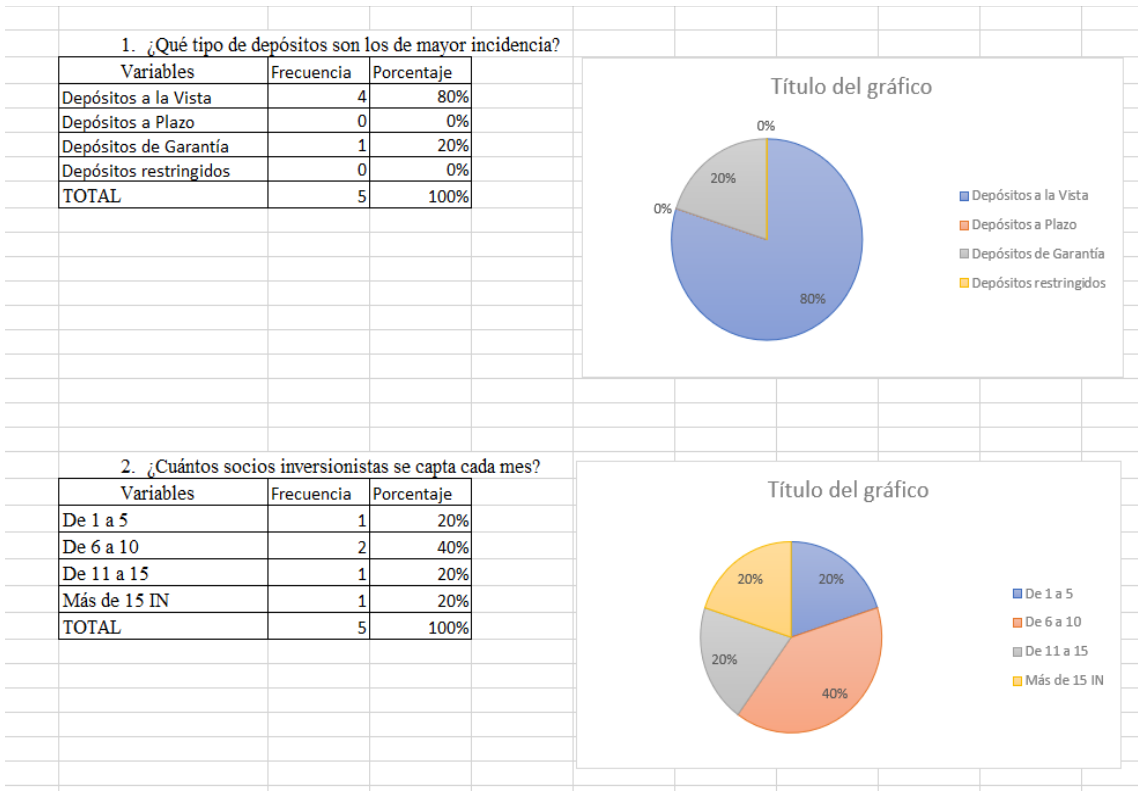
---

El trato que recibe de parte del personal que trabaja en la Cooperativa es:

Muy amable  
 Amable

Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)

**ANEXO G: RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS APLICADOS**



Elaborado por: Lucio, R. A. (2021)



## ANEXO H: FOTO DEL AUTOR



## Reseña Histórica

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda., surge de la iniciativa de un grupo de 5 personas cuyo objetivo era crear una institución financiera que mejore la calidad de vida de las personas y así constituirse en el futuro como un ente promotor del desarrollo económico. La idea de inicio fue abrir una cooperativa que otorgue créditos a partir de prendas de joyas de oro en la cual según el valor de la prenda se otorgaba los créditos.

Luego de un arduo trabajo de búsqueda de socios fundadores se logró el aporte de 16 personas quienes contribuyeron y alcanzaron un capital de 30.000 dólares con el cual se podía formar la cooperativa, pero en la ciudad de Ambato no se dio la apertura de la misma, no obstante, la cooperativa ya funcionaba en el mercado mayorista como una precooperativa otorgando créditos a los pequeños comerciantes.

Durante el año 2008 y 2009 con reuniones diarias se optó por abrir la cooperativa en la provincia de Cotopaxi con la visión de abrir una agencia en la ciudad de Ambato.

### Ing. César Chango Tubón

Gerente General



### Visión

Para el año 2023 ser una entidad financiera basada en valores cristianos, reconocida a nivel nacional con productos y servicios competitivos a través de la innovación tecnológica.



### Misión

Somos una Cooperativa de Ahorro y Crédito que contribuye al desarrollo económico – sostenible del país, a través de la generación de empleo, brindando productos y servicios financieros para mejorar la calidad de vida de nuestros socios y clientes en la zona centro del país.

Fuente: COAC Credil Ltda. (2021)

## ANEXO I: ENTREVISTA CON PREGUNTAS CERRADAS



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE FINANZAS**

**CARRERA EN LICENCIATURA FINANCIERA**

**ENTREVISTA A OFICIALES DE INVERSIONES Y CAPTACIONES**



La entrevista fue realizada de manera presencial misma que se presenta a continuación:

### 1. ¿Qué tipo de depósitos son los de mayor incidencia?

- Depósitos a la Vista ( )
- Depósitos a Plazo ( )
- Depósitos de Garantía ( )
- Depósitos restringidos ( )

### 2. ¿Cuántos socios inversionistas se capta cada mes?

- 1-5 ( )
- 6-10 ( )
- 11-15 ( )
- Más de 15 ( )

### 3. ¿En qué medida se cumplen las estrategias, políticas y/o procedimientos establecidos por la Institución en el proceso de captaciones?

- Totalmente ( )
- Parcialmente ( )
- Nada ( )

### 4. ¿Con qué frecuencia se realizan comités para análisis de tasas de captaciones?

- Diaria ( )
- Semanal ( )
- Quincenal ( )
- Mensual ( )

**5. ¿Se limitan los retiros de fondos de una cuenta de ahorros o depósito a plazo fijo en horario normal, los fines de semana y feriados?**

- Siempre                    ()
- Casi siempre                ()
- No hay límite                ()

**6. ¿La cooperativa tiene fijado saldos mínimos que deben mantener los socios en sus cuentas de ahorros?**

- Entre \$1 a \$5                ()
- Entre \$6 a \$10              ()
- Entre \$11 a \$ 20            ()
- Mayor a \$20                ()

**7. ¿La apertura de depósitos a plazo fijo se realiza?**

- En la oficina de la cooperativa        ()
- En su Hogar                                ()
- En su lugar de trabajo                    ()

**8. Se cumplen las metas de captación al fin de cada mes de manera**

- Total                        ()
- Parcial                    ()
- Nada                        ()

**9. ¿Considera que el control interno en el proceso de captación es?**

- Total                        ()
- Parcial                    ()
- Ninguno                    ()

**10. ¿Qué medios de financiación se utiliza en la gestión de efectivo de la Cooperativas de Ahorro y Crédito?**

- Inversiones                                ()
- Créditos                                    ()
- Entidades Externas                        ()

## ANEXO J: ENCUESTA A SOCIOS



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE FINANZAS**  
**CARRERA EN LICENCIATURA FINANCIERA**  
**ENCUESTA A SOCIOS**



La encuesta fue realizada de manera virtual misma que se encuentra en el siguiente enlace:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdDqfUVkIL7kAOCyWS8kRMSamOp\\_\\_M4fqG4MN56bDcWm7goA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdDqfUVkIL7kAOCyWS8kRMSamOp__M4fqG4MN56bDcWm7goA/viewform?usp=sf_link)

**Objetivo:** Determinar el nivel de satisfacción y preferencias que tienen los socios al momento de invertir sus ahorros, para el fortalecimiento de captaciones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.

**1. ¿Qué opinión tiene de los servicios que oferta la Cooperativa Credil Ltda.?**

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

**2. ¿Conoce que beneficios tiene un socio de la Cooperativa Credil?**

- Si
- No

**3. El trato que recibe de parte del personal que trabaja en la Cooperativa es:**

- Muy amable
- Amable
- Poco Amable
- Nada Amable

**4. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?**

- De \$ 1-\$100
- De \$ 101-\$300
- De \$ 301-\$501
- De \$ 501-\$700
- De \$ 701 - \$ 1000
- Más de \$ 1001

**5. ¿Cuál es su capacidad de ahorro?**

- De \$ 1-\$20
- De \$ 21-\$50
- De \$ 51-\$100
- De \$ 101-\$500
- Más de \$ 1000

**6. ¿Qué aspectos son importantes para Usted al momento de elegir una institución financiera para la apertura de cuenta de ahorros e inversiones?**

- Seguridad
- Prestigio
- Tasa pasiva de interés que les pagan por sus ahorros e inversiones
- Calidad de servicios.



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 03 / 03 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> RUBEN ANIBAL LUCIO REVELO
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> FINANZAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADO EN FINANZAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Firmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS



03 / 03 / 2022

0290-DBRA-UTP-2022



LUIS FERNANDO BARRIGA FRAY

Mié 16/02/2022 16:02

Para: RUBEN ANIBAL LUCIO REVELO



Saludos cordiales. Reciba por favor lo solicitado.

Atentamente,  
Fernando Barriga



---

**De:** RUBEN ANIBAL LUCIO REVELO <ruben.lucio@epoch.edu.ec>  
**Enviado:** miércoles, 16 de febrero de 2022 14:11  
**Para:** LUIS FERNANDO BARRIGA FRAY <fernando.barriga@epoch.edu.ec>  
**Cc:** LUIS FERNANDO BARRIGA FRAY <fernando.barriga@epoch.edu.ec>  
**Asunto:** TRADUCCIÓN DEL RESUMEN