



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Evaluación de la demanda de servicios financieros en sector sur de  
la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la  
ciudad de Guayaquil.**

**Autor: Palma Mera Ricardo Stefan**

**Tutora: Ing. Karen Ruiz MFP.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2019**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Evaluación de la demanda de servicios financieros en sector sur de  
la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la  
ciudad de Guayaquil.**

**Autora: Palma Mera Ricardo Stefan**

**Tutora: Ing. Karen Ruiz MFP.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2019**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por protegerme y guiarme durante todo mi camino y darme las fuerzas necesarias para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida, porque sin su bendición no hubiera llegado a este momento tan especial para mí.

**Ricardo Stefan Palma Mera**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“Evaluación de la demanda de servicios financieros en sector sur de  
la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la  
ciudad de Guayaquil”**

**Autor: Ricardo Stefan Palma Mera**

**Tutora: Ing. Karen Ruiz MFP.**

**Resumen**

La Evaluación Financiera es uno de los elementos centrales que permite un primer diagnóstico transversal de la problemática planteada, esto requiere de una evaluación de la demanda de servicios financieros del sector sur de la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana en donde se desarrollará Estrategia de mercado en donde crecerá a través de la comercialización de los productos actuales en nuevos mercados. Generalmente se da a partir de una expansión geográfica, si bien puede acometerse por otras vías, como la utilización de canales de distribución alternativos o la actuación sobre nuevos segmentos de mercado. Esto permiten crear asociaciones de individuos para satisfacer necesidades comunes. Las cooperativas de ahorro y crédito tienen como finalidad ayudar a todos los sectores que tengan menos recursos financieros dando les un préstamo con las tasas más baja.

Financiero

Estrategias

Demanda

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“Evaluación de la demanda de servicios financieros en sector sur de  
la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la  
ciudad de Guayaquil”**

**Autor: Ricardo Stefan Palma Mera**

**Tutora: Ing. Karen Ruiz MFP.**

**Abstract**

The Financial Evaluation is one of the central elements that allows a first cross-sectional diagnosis of the problem raised, this requires an evaluation of the demand for financial services in the southern sector of the Ecuadorian Entrepreneurial Youth Cooperative where it will develop Market strategy where it will grow through the commercialization of current products in new markets. It generally arises from a geographic expansion, although it can be undertaken in other ways, such as the use of alternative distribution channels or acting on new market segments. This allows you to create associations of individuals to meet common needs. Savings and credit cooperatives are intended to help all sectors that have fewer financial resources by giving them a loan with the lowest rates.

Financial

Strategies

Demand

# ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
CARATULA .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
TEMA.....	iii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	v
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	ix
Resumen.....	xii
Abstract .....	xiii
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiii

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 . Ubicación del problema en un contexto .....	1
1.2. Situación conflicto .....	2
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Delimitación del problema. ....	4
1.4 Evaluación del problema. ....	4
1.5 Variables de Investigación. ....	5
1.6 Objetivo General .....	5
1.6.1 Objetivos específicos .....	6
1.7 Justificación de la investigación .....	6
1.8 Justificación de la investigación .....	8

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes históricos .....	9
2.2 Antecedentes Referenciales.....	17

CAPITULO III  
METODOLOGÍA

3.1 Presentación de la Empresa.....	45
3.2 Reseña Histórica.....	45
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	53
3.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	53
3.5 Diseño de la investigación concluyente.....	54
3.6 Diseño de la investigación .....	54
3.6.1 Tipos de investigación .....	54
3.7 Técnicas de instrumentos .....	56
3.8 Técnicas y herramientas .....	61
3.9 Diseño de los Instrumentos: encuesta y entrevista .....	63

CAPITULO IV  
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES.....	104
Bibliografía .....	105

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Títulos:</b>	<b>Páginas:</b>
Gráfico 1 Resumen de Tipo de Credito.....	26
Gráfico 2 Actividad Económica .....	27
Gráfico 3 Control de Supervivencia.....	27
Gráfico 4 Ingresos de la Cooperativa .....	28
Gráfico 5 ORGANIGRAMA.....	48
Gráfico 6 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional .....	50

Gráfico 7 Áreas de Desarrollo Social con sus parroquias de la ciudad de Guayaquil..... **¡Error!  
Marcador no definido.**

Gráfico 8 Género .....	68
Gráfico 9 Edad .....	69
Gráfico 10 Sector .....	70
Gráfico 11 Nivel de Educación .....	71
Gráfico 12 Actividad Laboral .....	72
Gráfico 13 Cliente .....	73
Gráfico 14 Tiempo .....	74
Gráfico 15 Laboral .....	75
Gráfico 16 Sucursal Servicios .....	76
Gráfico 17 Cliente de Cooperativa .....	77
Gráfico 18 Canales de Atención .....	78
Gráfico 19 Canales 19 .....	79
Gráfico 20 Productos Ofertados .....	80
Gráfico 21 Recomendaciones .....	81
Gráfico 22 Implementación de Sucursal .....	82
Gráfico 23 Personas .....	83
Gráfico 24 Género .....	85
Gráfico 25 Edad .....	86
Gráfico 26 Sector .....	87
Gráfico 27 Nivel de Educación .....	88
Gráfico 28 Actividad Laboral .....	89
Gráfico 29 Cuenta Ahorro .....	90
Gráfico 30 Conoce a la Cooperativa .....	91
Gráfico 31 Conoce los servicios que brinda la Cooperativa .....	92
Gráfico 32 Confianza .....	93
Gráfico 33 Sector .....	94
Gráfico 34 Tipo de Negocio .....	95
Gráfico 35 Diferencia .....	95
Gráfico 36 Servicios que oferta .....	96
Gráfico 37 Ubicación .....	97

## ÍNDICE DE CUADROS

### Títulos:

### Páginas:

Tabla 1. Causas y efectos .....	3
Tabla 2. Evolución de la pobreza.....	8
Tabla 3 Trabajadores .....	49
Tabla 4 Ranking Cooperativo .....	50
Tabla 5 de los productos ofertados en la plataforma web.....	51
Tabla 7 Servicios Ofrecidos .....	53
Tabla 8 Créditos .....	53
Tabla 9 Proyección de Población de Guayaquil al 2019 .....	57
Tabla 10 Población .....	59
Tabla 11 Género .....	68
Tabla 12 Edad.....	69
Tabla 13 Nivel de Educación .....	71
Tabla 14 Actividad Laboral.....	72
Tabla 15 Cliente.....	73
Tabla 16 Tiempo.....	74
Tabla 17 Laboral .....	74
Tabla 18 Sucursal Servicios .....	76
Tabla 19 Cliente de Cooperativa .....	77
Tabla 20 Canales de Atención .....	78
Tabla 21 Canales .....	79
Tabla 22 Productos Ofertados .....	80
Tabla 23 Recomendaciones .....	81
Tabla 24 Implementación de Sucursal .....	82

Tabla 25 Personas .....	83
Tabla 26 Género .....	85
Tabla 27 Edad.....	86
Tabla 28 Sector .....	86
Tabla 29 Nivel de Educación .....	87
Tabla 30 Actividad Laboral.....	88
Tabla 31 Cuenta Ahorro.....	89
Tabla 32 Conoce a la Cooperativa.....	90
Tabla 33 Conoce los servicios que brinda la Cooperativa .....	92
Tabla 34 Confianza .....	93
Tabla 35 Sector .....	93
Tabla 36 Tipo de Negocio .....	94
Tabla 37 Diferencia.....	95
Tabla 38 Servicios que oferta.....	96
Tabla 39 Ubicación .....	97

# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Ubicación del problema en un contexto

Actualmente las cooperativas de ahorro y crédito están siendo controladas y reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, las cooperativas permiten crear asociaciones de individuos para satisfacer necesidades comunes. Las cooperativas de ahorro y crédito tienen como finalidad ayudar a todos los sectores que tengan menos recursos financieros dando les un préstamo con las tasas

Hay que destacar que el desarrollo y expansión de sector cooperativo se ve fortalecido a raíz del auge petrolero que inició en 1972, a partir de lo cual, el número de socios pasó de 87 a 445 mil en el período 1973-1982. Así mismo, los aportes y depósitos se multiplicaron por 16 veces aproximadamente, mientras que los préstamos se multiplicaron en alrededor de 23 veces en el mismo período (Miño, 2013)

No obstante, la expansión de las cooperativas de ahorro y crédito con poca regulación estatal y la falta de una normativa actualizada hizo que estas instituciones sean consideradas de mucho riesgo para el sistema financiero. Por ello, mediante una resolución de la Junta Monetaria, la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) sería el ente encargado de controlar a las cooperativas de ahorro y crédito y precautelar los intereses del público en general. Para 1985, 23 cooperativas de ahorro y crédito grandes ya eran controladas por la SBS, mientras que más de 300 cooperativas medianas y pequeñas, seguían bajo la supervisión de la Dirección Nacional de Cooperativas (Miño, 2013).

A inicios de los años 90, uno de los hechos que sobresale es la intervención de la cooperativa más grande del país en esa época, la cooperativa San Francisco de Asís de Quito, la cual, tras haber sido acusada de irregularidades en un proyecto de vivienda en el año de 1989, entró en un proceso de desestabilización y paralización (Miño, 2013).

La 'Encuesta de Oferta y Demanda de Servicios Financieros 2017' del Banco Central del Ecuador (BCE) indica que el 51,9% de los ecuatorianos utiliza algún punto de atención financiera, como agencias, ventanillas, cajeros automáticos o corresponsales no bancarios. Según el Global Findex (2016), el promedio en América Latina y el Caribe el 54,4 % de la población tienen una cuenta en sistema financiero.

A inicios de junio de 2019, más de quince instituciones de los sectores público, privado y popular solidario ratificaron su compromiso para construir una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, proceso que está a cargo del BCE y cuenta con la asistencia técnica del Banco Mundial.

De acuerdo con el Central esto permitirá contar con un instrumento que amplíe la cantidad de ecuatorianos con acceso a los productos y servicios financieros. Hacia este el 48 % que no cuenta con estos servicios apunta la estrategia cuya construcción se estima dure alrededor de un año. La primera fase contará con el asesoramiento de los integrantes del área de Práctica Global de Finanzas, Competitividad e Innovación del Banco Mundial, Rafael Pardo, Heinz Rudolph y Verónica Trujillo.

## **1.2. Situación conflicto**

En el sector sur de la ciudad de Guayaquil se pretende abrir una agencia de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana, en la actualidad la cooperativa ofrecen una gama significativa de servicios financieros como son: diversos programas de ahorro voluntario y depósitos a plazo fijo con tasas de interés de mercado, micro-

financiamiento para capital de trabajo de productores en pequeña escala, creación de nuevos negocios y para cubrir necesidades de consumo familiar tales como cuotas escolares, gastos personales, mejoras en la vivienda, eventos sociales y compra de bienes de consumo duradero. Entre las posibles causa y efectos tenemos lo siguiente:

Tabla 1. Causas y efectos

Causas	Efectos
Alta tasa de interés del sistema financiero privado	Escasos recursos para el desarrollo de emprendimiento
Amplio requisitos y tramitología de requerimientos	Elevado deserción de clientes
Elevado ambiente de inseguridad en el entorno	Alto riesgo de pérdida de los créditos
Desconocimiento de políticas públicas nacionales.	Reducidas gestiones ante instituciones pertinentes

Fuente: elaborada por el autor

Por medio de la investigación realizada la situación conflicto que presenta es la ausencia de una sucursal de la Cooperativa Juventud Ecuatoriana al Sur, en donde se debe considerar las diferentes variables tanto internas como externas, que la puedan llevar a evaluar dicha situación como favorable o no, es así como ante la opción de instalar una sucursal es conveniente realizar un estudio de factibilidad que dé respuestas a la identificación de factores que determinan la posibilidad de prestar los servicio, para poder así tomar decisiones acorde a la demanda del servicio, sus costos, la inversión, del mercado y el análisis de la competencia entre otras.

Los antecedentes antes mencionados son las situaciones que se presentan en el entorno y conducen al problema objeto de estudio, por lo tanto, se hace necesario desarrollar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha en el sector sur.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Existe una demanda real de los servicios financieros de la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” que justifique la expansión del negocio hasta el sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019?

## **1.3 Delimitación del problema.**

**Campo:** Servicios  
**Aspectos:** Financieros  
**Área:** Demanda  
**Periodo:** 2019

## **1.4 Evaluación del problema.**

**Delimitado.** - Escasa atención a la demanda real de los servicios financieros de la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” que justifique la expansión del negocio hasta el sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019.

**Claro.** - En este caso se indica que existen demanda al sur de la ciudad que no está siendo considerada por la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE”.

**Evidente.** – Porque a través de una simple observación se evidencia pocas cooperativas que se encuentren dispuestas al sur de la ciudad de Guayaquil.

**Concreto.** - Los ciudadanos del sur de la ciudad no cuentan con una cooperativa que preste los servicios como lo realiza la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE”

**Relevante.** – Por informes del SRI y Cámara de Comercio existen un elevado número de comerciantes que ejercen un comercio formal e informal y reportan su localización en la parte sur de la urbe Guayaquileña.

**Original.** – Los posibles usuarios necesitan una cooperativa que a través de cajeros inteligentes puedan prestar servicios generales que impiden la aglomeración de personas en sucursales o agencia dada la situación sanitaria que atraviesa el Ecuador

**Contextualmente.** – En el proceso de enseñanza aprendizaje se ha desarrollado el conocimiento administrativo financiero. Adicionalmente los servicios que desea implementar la cooperativa están inmersos en el contexto educativo, así como la evaluación de la inversión propuesta.

**Factible.** - Es factible por que los estudiantes han sido preparados a través de los diferentes niveles a realizar evaluaciones técnicas de nuevas propuestas de inversión.

**Identifique los productos esperados.** - Al término de esta tesis se pretende presentar un documento técnico que recoja la demanda real de los servicios financieros de los posibles usuarios del sector sur de la ciudad de Guayaquil.

### **1.5 Variables de Investigación.**

**Variable independiente:** Demanda real de los servicios financieros

**Variable dependiente:** Expansión del negocio.

### **1.6 Objetivo General**

Evaluar la demanda real de los servicios financieros que justifique la expansión del negocio de la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana (JEE) hacia el sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019.

### **1.6.1 Objetivos específicos**

- ✚ Fundamentar aspectos teóricos sobre demanda real de servicios financieros y expansión de negocios.
- ✚ Determinar la demanda real de los servicios financieros de la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana.
- ✚ Presentar la justificación de la expansión del negocio de los servicios financieros para la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana.

### **1.7 Justificación de la investigación**

La investigación a desarrollar para la implementación de una sucursal de la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana, se realiza porque se considera que es una gran oportunidad de negocio que necesita ser formulada con los criterios que nos aseguren una visión clara y actualizada del comportamiento del mercado o público en general, cumpliendo con los requisitos técnicos, administrativos y legales, que generen los datos necesarios para su evaluación económica y financiera para su implementación.

Esto permitirá comparar la rentabilidad del proyecto con los costos de oportunidad de los inversionistas. Es necesario tener criterios de decisión para la inversión, así como los criterios del riesgo, lo cual hace necesario disponer de un estudio que determine la viabilidad económica y financiera de la implementación de la sucursal de la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana para de esta manera apertura de nuevos servicios financieros en el sector sur de la ciudad de Guayaquil con el fin de expandirse, y poder ganar participación dentro del mercado, evaluando la demanda real que existe en el entorno financiero y así brindar un buen servicio a toda la comunidad, que será de gran ayuda para todos los socios.

Este trabajo investigativo se enfoca en la justificación de la apertura de nuevos servicios financieros en el sector sur de la ciudad de Guayaquil con el fin de

expandirse, y poder ganar participación dentro del mercado, evaluando la demanda real que existe en el entorno financiero.

### **Conveniencia**

El cooperativismo al pasar del tiempo y de afrontar obstáculos promovió acceso a diversos sectores que necesitan capital para fomentar diversas asociaciones de producción en el campo de ahorro y crédito, esto significa que en la actualidad representa un instrumento de innovación socio económica y una garantía de servicio que afirma las bases de un crecimiento futuro.

### **Relevancia social**

La relevancia del sistema financiero en el fomento del desempeño económico será tratada en la literatura mediante modelos de crecimiento endógeno, puesto que brindan un buen punto de partida para analizar el impacto de la actividad financiera sobre los resultados económicos que se obtendrán.

### **Implicaciones prácticas**

Las externalidades positivas en la producción, serán los resultados de su aplicación de forma positiva por el propio desarrollo de la actividad económica en general y del capital humano que mediante la acumulación del aprendizaje y la propagación de la tecnología se lograra incrementar la productividad del trabajo

### **Valor teórico**

La disponibilidad de los servicios financieros, tales como el crédito, pueden influir sobre el crecimiento económico a través de su impacto ya sea sobre la acumulación de capital o sobre la innovación tecnológica, por lo que, asumiendo que el progreso técnico este correlacionado con la disponibilidad de crédito.

### **Utilidad metodológica**

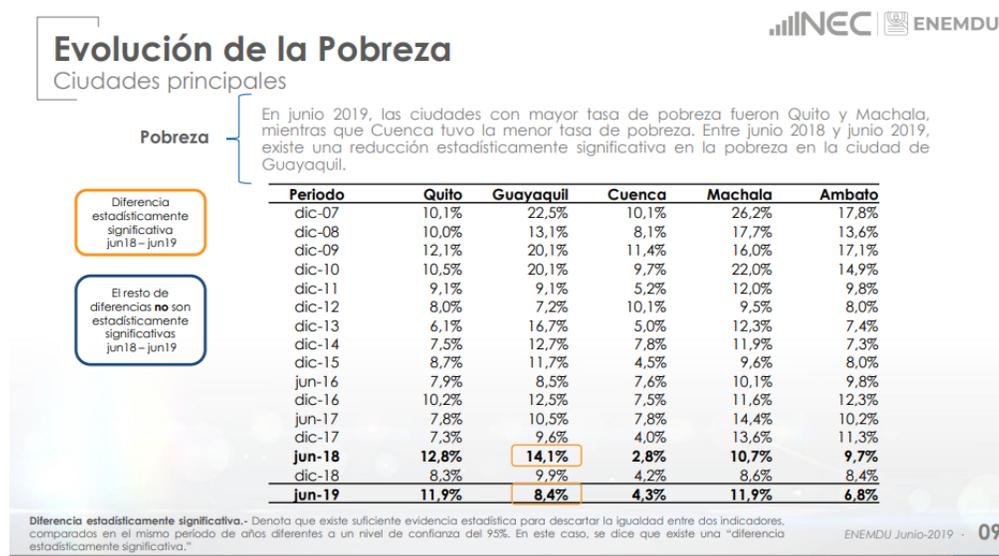
El proyecto de una economía popular y solidaria se desenvuelve en medio de tensiones, pues a su vez, que se admite la virtuosa relación entre inserción laboral

y satisfacción de necesidades básicas, en el conjunto se aprecia como forma subordinada en este momento este proyecto tiene un fuerte dinamismo pues hay grandes mayorías de emprendedores que podrían ser integrados productivamente, lo cual señala el potencial, basado en la necesidad.

## 1.8 Justificación de la investigación

La investigación a desarrollar para la implementación de una sucursal de la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana, se realiza porque se considera que es una gran oportunidad de negocio que necesita ser formulada con los criterios que nos aseguren una visión clara y actualizada del comportamiento del mercado o público en general, cumpliendo con los requisitos técnicos, administrativos y legales, que generen los datos necesarios para su evaluación económica y financiera para su implementación. Otro factor que justifica es la evolución negativa que ha tenido Guayaquil en función a los indicadores de pobreza, así se evidencia en uno de los cuadros estadísticos cargados en la plataforma, en donde la reducción es notoria, eso implica que los ingresos han incrementado y con ello el consumo.

Tabla 2. Evolución de la pobreza



Fuente: Instituto de estadísticas y censos

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes históricos**

El hombre como ser social por naturaleza ha necesitado de sus congéneres para sobrevivir, es así como históricamente la cooperación es un hecho que se ha manifestado en todas las funciones sociales y en todos los procesos de la cultura universal. Mediante ella el hombre se asocia con sus semejantes para satisfacer necesidades, resolver problemas comunes y ayudarse mutuamente con otros de manera que, trabajando unidos y organizados, les sea más fácil alcanzar sus propósitos y deseos. (Perez, 2008)

La historia de la humanidad ha conocido hasta la actualidad cuatro sistemas socio-económicos: la comunidad primitiva, el feudalismo, el capitalismo y el socialismo. Estos se han generado por costumbres, hábitos locales, ubicación geográfica y/o condiciones precarias en la vida comunitaria, las cuales han impulsado al hombre a asociarse para buscar alternativas de solución a problemas que los aquejan diariamente con el fin de mejorar su calidad de vida. (Argibay, 2014)

#### **Los Precusores**

Algunos hombres preocupados por la interpretación de la vida y por las concepciones filosóficas que se originaron en el continuo contacto con las comunidades, los pensamientos y los movimientos, desarrollaron una ideología que luego se convirtió en doctrina con el objetivo en el horizonte humano: Personas que vivan su doctrina y que la terminen de construir a través del compromiso. En el siglo XVII aparecen dos precusores del cooperativismo, Plockboy y Bellers, cuyas ideas habrían de tener innegable repercusión en el desarrollo cooperativista posterior.

El primero de ellos, llamado el Patriarca de la cooperación, publicó en 1659 el ensayo que compendia su doctrina; el segundo, en 1695, hizo una exposición de sus postulados en el trabajo titulado: Propositiones para la creación de una asociación de trabajo de todas las industrias útiles y de la agricultura. Posteriormente en el siglo XIX, en Inglaterra, Robert Owen, con sus posiciones, fue considerado el padre de la cooperación inglesa y precursor de las cooperativas de trabajo y producción. (Galan, 2015)

A su vez en Francia, Philippe Buchez y Louis Blanc contribuyeron a desarrollar y popularizar las cooperativas obreras de producción con la aspiración de que los trabajadores establecieran organizaciones autónomas, dirigidas por ellos mismos, eligiendo a sus propios conductores y repartiendo los excedentes mediante un conjunto de reglas que aseguraban la equidad y la provisión adecuada para mantener el capital y hacer nuevas inversiones. King y Derrión, vinculados también a la época en la cual el sistema de cooperación se consolidaba, fueron expositores de ideas y realizadores de ellas, principalmente en la forma de cooperativas de consumo. Los principales aportes de estos están en el hecho de haber concebido la idea de la asociación basándose en el principio de la armonía para la vida y no en la lucha por la misma, igualmente en proyectar la cooperación a partir de la organización de los intereses de trabajo y no de los intereses de capital. (Sanchis, 2016)

### **Los realizadores**

La historia del sistema ha reservado el nombre de los realizadores para aquellos cuyas obras, basadas en su mayoría por el pensamiento de los precursores, han logrado permanencia y expansión con una continuidad que ha llegado hasta nuestros días. En esta denominación quedan incluidos los pioneros de Rochdale y, por otra, a los iniciadores del cooperativismo de crédito, Schulze y Raiffeisen. Los pioneros de Rochdale eran grupo de trabajadores de las fábricas del distrito de Lancashire, Inglaterra, quienes habían quedado sin empleo después de una huelga que adelantaron en 1843 para exigir mejores salarios. (Gomez, 2016)

A partir de ello organizaron un grupo con el fin de desarrollar un almacén cooperativo de consumo. Esta experiencia es reconocida como el inicio del cooperativismo moderno, porque se considera que ha sido la primera que tuvo éxito y permanencia en el tiempo. Su ejemplo práctico y sus principios de funcionamiento fueron retomados en Alemania por Frierderich Raiffeisen quien impulsó la creación de cooperativas de ahorro y crédito para los productores del sector agropecuario. Igualmente fue aplicado por Herman Schulte – Dellitzsch, quien impulsó las cooperativas de ahorro y crédito de los artesanos. Fue así como el cooperativismo empezó a irradiar su acción por todos los países del mundo y ha sido adoptado como un método de organización socioeconómica por grupos que siguen los principios de la cooperación adaptados a su propia realidad. (Cuevas, 2011)

En América Latina surgieron los primeros emprendimientos cooperativos durante la primera mitad del siglo XIX, principalmente en Argentina, Brasil, México y Venezuela. A partir de las primeras décadas del siglo XX, el cooperativismo se fue desarrollando gradualmente en el resto de los países de la región, según diferentes influencias, como es el caso de inmigrantes europeos principalmente en el Cono Sur, que promovieron las cooperativas de consumo, financieras y cajas de socorro mutuo. (Cuevas, 2011)

La Iglesia católica promovió el modelo cooperativo en los países de la región andina, México y Centroamérica. Una tercera influencia han sido los gobiernos nacionales que han promovido cooperativas de trabajo asociado, agrarias, de comercialización y otros servicios, así como cooperativas de vivienda en Chile, República Dominicana, Costa Rica, Colombia, El Salvador y Nicaragua, entre otros. Finalmente, las organizaciones sindicales también tuvieron una influencia y un papel importante en la promoción de las cooperativas para los trabajadores y sus familias en países como Chile, Uruguay y Costa Rica. (Bernabeu, 2016)

El cooperativismo se ha desarrollado de diferentes maneras en todos los países de América Latina, en unos con mayor fuerza y apoyo que en otros, pero en todos los casos el modelo ha tenido un fuerte impacto económico y social. Entre los años

sesenta y ochenta, el cooperativismo tuvo un auge importante en la mayoría de los países de la región, aunque en algunos fue reprimido por gobiernos militares de esa época. A partir de la instalación de la Oficina Regional de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) Américas en 1990, el cooperativismo en América Latina inició una nueva etapa, en la cual se logró un mayor intercambio de información y experiencias entre los movimientos cooperativos de todos los países, existiendo en la actualidad diferentes redes de integración que se han ido consolidando poco a poco durante los últimos años. Sin embargo, a pesar del éxito logrado principalmente por las cooperativas financieras, de seguros, de salud y de otros servicios, también se reconocen debilidades de integración, de gobernabilidad y una baja capacidad de incidencia, lo que debilita las posibilidades de proyectar una mejor imagen del movimiento cooperativo en la mayoría de los países. (Bernabeu, 2016)

No obstante, y a pesar de estas debilidades, el cooperativismo de la región representa un sector de la economía social —entre el sector público y el sector privado— en constante crecimiento. En Argentina existen más de 12.000 cooperativas que representan alrededor de diez millones de cooperativistas. En Brasil, la Organización de Cooperativas de Brasil (OCB) tiene 6.652 cooperativas con nueve millones de miembros y genera cerca de 300.000 empleos directos. En Bolivia solo las cooperativas mineras generan alrededor de 100.000 empleos. En la región de América Latina, a pesar de no contar con estadísticas exhaustivas, se puede resaltar que las 13.000 cooperativas afiliadas a la ACI Américas representan a más de 32 millones de ciudadanos y trabajadores.

Sin duda hoy en día, a pesar de su “relativa invisibilidad” en las políticas públicas nacionales, las cooperativas son un modelo de desarrollo en cada localidad en la que actúan, generando empleos directos e indirectos, creando mecanismos de ayuda mutua y protección social, permitiendo el acceso a productos financieros para la población excluida del sistema bancario tradicional y facilitando el acceso a mercados de exportación, en particular para los productores más vulnerables. En

varios países los sectores cooperativistas representan una organización social, junto con otros movimientos (campesinos, indígenas y sindicatos) que promueven la solidaridad, la inclusión social y los derechos humanos y laborales. (Muller, 2016)

Desde hace varias décadas, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la ACI Américas apoyan el desarrollo cooperativo en la región como estrategia de lucha contra la pobreza, la promoción de la inclusión social y el trabajo digno o decente.

Este trabajo adquiere mayor fuerza a partir del 20 de junio de 2002, cuando se adopta la recomendación 193 de la OIT sobre la promoción de las cooperativas en la 90ª Conferencia Internacional del Trabajo de la OIT. Por último, las Naciones Unidas declaró el año 2012 como Año Internacional de las Cooperativas, lo que representa un excelente espacio y una magnífica oportunidad para relanzar el potencial económico y social del cooperativismo a partir de sus principios y valores.

La Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe y la Oficina Regional de la ACI Américas presentan este estudio sobre el cooperativismo latinoamericano para favorecer un debate sobre el aporte real del cooperativismo al desarrollo económico y social en el continente e incentivar una nueva etapa de fortalecimiento del cooperativismo en la región.

El Cooperativismo Ecuatoriano está fundamentado en tres etapas que señalan el inicio, esta etapa inicio en la última década del siglo XIX cuando crean algunas organizaciones en Quito y Guayaquil, la siguiente comienza en el año 1937 donde se inicia la Ley de Cooperativismo con la finalidad de garantizar los movimientos de los clientes, la última etapa inicia en los años 70 y se da la marcha de la Ley de Reforma agraria y la nueva Ley de Cooperativas reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, las cooperativas permiten crear asociaciones de individuos para satisfacer necesidades comunes que tengan menos recursos financieros dando les un préstamo con las tasas más bajas para que puedan tener una mejor calidad de vida para sus familias. (Dominguez, 2014)

Todos sabemos que el Sistema Financiero Ecuatoriano es muy celoso con la información de sus actividades, es por eso que no existen datos concretos sobre el número de productos financieros que demanda el mercado. Sin embargo, para establecer las necesidades de existencia de cooperativas, tomaremos ciertos datos de la Superintendencia de Bancos y Seguros: para analizar en cierta forma la demanda que tienen los productos financieros más acogidos como lo son las cuentas corrientes y los créditos. Tomaremos el término de la demanda, como la cantidad de servicios (Cuentas Corrientes o Créditos) que un individuo o grupo de individuos desea y pueden adquirirlos a un determinado precio.

Podemos imaginar entonces que un alto porcentaje de la PEA necesita un producto financiero pero que no todos pueden acceder a ellos; tal vez por sus costos o por no cumplir con las exigencias mínimas que piden las instituciones financieras.

### **Historia de la investigación de mercados**

Para poner en perspectiva la naturaleza de la investigación de mercados, revisemos la historia de este campo. El desarrollo de la investigación de mercados durante la primera parte del siglo XX es paralelo al surgimiento del concepto de marketing. Durante este periodo, la filosofía gerencial que guiaba a las organizaciones se cambió gradualmente hacia la orientación del consumidor de hoy. Durante el periodo 1900 - 1930, la preocupación gerencial se centraba sobre todo en los problemas y oportunidades asociadas a la producción; entre 1930 y finales de la década de los años cuarenta, esta orientación se desplazó a los problemas y oportunidades relacionados con la producción; desde finales de la década de los años cuarenta la atención se ha centrado en las necesidades y los deseos del consumidor. La naturaleza y el papel de la actividad de marketing en estas organizaciones reflejan este cambio en filosofía gerencial. (Oliver, 2015)

#### **Pioneros e instituciones**

Mientras que numerosas personas e instituciones estuvieron involucradas en el uso ocasional de la investigación de mercados con anterioridad a 1910, el periodo 1910

- 1920 se reconoce como el inicio formal de la investigación de mercados. En 1911, J. George Frederick estableció una firma de investigación llamada de Blusones Bourne. Ese mismo año, Charles Coligue Parlin fue nombrado gerente de la Comercial Research División (división de la investigación comercial) tenía un significado especial, puesto que la mayoría de los hombres de negocios consideraban el término "investigación" como demasiado elocuente para un servicio empresarial. Parlin dirigió una de las organizaciones de investigación líderes de dicho periodo. (Hair, 2003)

El éxito de Parlin inspiró a varias empresas industriales y medios publicitarios para crear divisiones de investigación. En 1915, la United Estados Rubber contrató al Dr. Paul H. Nystrom para que manejara su Departen of Comercial Recerca (Departamento de Investigación Comercial) recién establecido. En 1917, Swift and Company contrato al Dr. D. H. Weld de la Yale University como gerente de este departamento. (Fernandez, 2004)

En 1919, el profesor C. S. Duncan, de la University of Chicago, publico el libro Comercial Research: Han Ultime of Working Principles. Este se consideró como el primer libro importante sobre investigación comercial. En 1921 se publicó Marquet Analysis de Percibal White, que fue el primer libro de investigación en ganar un alto número de lectores y del que se hicieron varias ediciones. En 1937 se publicó Market Research and Analysis de Lyndon O. Brown, que se convirtió en uno de los textos universitarios más populares del periodo, reflejando el creciente interés en la investigación de mercados en el campus universitario. Después de 1940 se publicaron numerosos textos sobre investigación, y rápidamente se amplió el número de universidades de administración que ofrecían cursos de investigación. (Fernandez, 2004)

Después de la segunda guerra mundial, el desarrollo de la actividad de investigación de mercados creció de manera considerable, en forma paralela a la creciente aceptación del concepto de marketing. Hacia 1948, ya se había formado más de 200 organizaciones de investigación de mercados en los Estados Unidos. Los

gastos en actividades de investigación de mercados se estimaban en US \$50 millones anuales en 1947. Durante las cuatro décadas siguientes, este nivel de gastos se incrementó en más de 20 veces. (Oliver, 2015)

La creciente aceptación del concepto de marketing generó un cambio en el énfasis de la "investigación de mercado", la cual implicaba que el enfoque de la investigación estaba en el análisis de los mercados. El desplazamiento hacia la investigación de mercados amplió la naturaleza y el papel de la investigación, con mayor énfasis en el contacto entre investigadores y el proceso de gerencia del marketing. (Ruiz, 2000)

### **Desarrollo metodológico**

Los avances en la metodología de la investigación de mercados son paralelos al desarrollo de la metodología de investigación en las ciencias sociales, de las cuales el marketing forma parte. Los avances metodológicos realizados por psicólogos, economistas, sociólogos, expertos en ciencias políticas, estadísticos y otros, tuvieron una marcada influencia en la metodología de la investigación de mercados y, en consecuencia, su historia se entrelaza con el desarrollo histórico de las ciencias sociales. (Pardo, 2003)

La investigación de mercados realizó avances metodológicos importantes desde 1910 hasta 1920. Los estudios de cuestionarios o las encuestas se convirtieron en la forma más importante de recolección de datos. Con el crecimiento de la investigación de encuestas surgieron los mejoramientos en el diseño de cuestionarios y la elaboración de preguntas y entrevistas. Varios sociólogos que ingresaron al campo se interesaron en trabajar en estos problemas metodológicos aplicados. Esto estableció un vínculo metodológico de comunicación entre marketing y las otras ciencias sociales que existen. (Lozada, 2004)

Durante la década de los años treinta, el muestreo se convirtió en un tema metodológico serio. A medida que la capacitación estadística se desarrollaba más allá de la estadística descriptiva (cálculo de medias, varianzas, correlación, simple

y construcción de números índices) hacia un énfasis en las estadísticas inferenciales, los procedimientos de muestreo no probabilísticos se vieron sometidos a una fuerte crítica. Los modernos enfoques de muestreo probabilístico ganaron aceptación gradual durante este periodo.

La innovación metodológica se fue desarrollando a un ritmo desde 1950 hasta comienzos de los años sesenta. En este periodo ocurrió un desarrollo importante: la comercialización a gran escala del computador digital. El computador incremento rápidamente el ritmo de la innovación metodológica, en especial en el área de la investigación de mercados cuantitativa. (Herrera, 2015)

En la década de los años noventa, los avances tecnológicos en los computadores y áreas relacionadas tienen un impacto importante en muchos aspectos de la profesión de la investigación de mercados. Entre éstos se incluyen los lectores ópticos de barras de localizados en las cajas registradoras de los supermercados, que suministran datos de paneles; las entrevistas telefónicas asistidas por computador, el análisis de datos por medio de terminales remotas y microcomputadores, y el potencial para realizar entrevistas a través de sistemas de televisión por cable de doble vía. (Abascal, 2002)

## **2.2 Antecedentes referenciales**

### **Estudio de la demanda**

Luego de haber expuesto cuales son los productos que ofrecería la Cooperativa, Es necesario determinar cuál sería la demanda del presente proyecto. La demanda del proyecto subyace únicamente en las personas de escasos recursos económicos de la Ciudad de Guayaquil, que ameriten ser clientes de la Cooperativa por considerar que sus activos o bienes se encuentran en condiciones deplorables o mal estado, con el propósito de realizar préstamos de la Cooperativa para de esta manera mejorar sus condiciones laborales y habitacionales. Es decir, la demanda comprende a las personas que residen en los siguientes sectores sur, de la ciudad

de Guayaquil: Guasmo, Suburbio Barrio Cuba. La Chala, Barrio del Astillero, Suburbio. (Cantos, 2015)

En cuanto a los productos que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito, expresado anteriormente y de acuerdo a lo respondido por parte de los involucrados, se puede determinar que existirá un gran número de personas de escasos recursos económicos que, en el caso de que se expanda la “JEFF”, abrirán cuentas en dicha cooperativa, para luego realizar préstamos con el objetivo de mejorar sus condiciones laborales y habitacionales.

Según la encuesta la estimación de la demanda en base a las personas encuestadas si abrirían cuentas de ahorro y harían préstamos en dicha cooperativa, lo cual corresponde al 71% de encuestados, el investigador de la misma manera, como se estimó la demanda para la apertura de cuenta de ahorros, se estimó la demanda en cuanto a la cantidad de personas que optarían por realizar préstamos en dicha cooperativa. De lo requisitos mencionados para poder acceder a un préstamo en esta Cooperativa, se puede determinar con facilidad que muchos de los cuenta ahorristas, no podrán ser sujetos de créditos al año de abrir su cuenta de ahorros, por tal motivo se estableció a criterio del investigador que tan solo un 25% de los cuenta-ahorristas estimados anualmente como demanda, harían préstamos en la cooperativa, los cuales se los ha distribuido en los 3 períodos que la cooperativa podría dar los préstamos; tomando en consideración el mismo porcentaje de crecimiento anual utilizado para realizar la estimación de la demanda.

### **La diversificación de la industria financiera**

A mediados de la década de 1990, muchos observadores creían que la industria bancaria y otras compañías que ofrecían servicios financieros ya no estaban claramente definidas, sino entidades separadas. Ahora los bancos, las compañías de seguros y las casas de corretaje convergieron. El gigante de seguros Prudential adquirió casas de corretaje para formar Prudential-Bache, y jugadores tan

tradicionales de Wall Street como Merrill Lynch comenzaron a ofrecer cuentas que permitían a los clientes hacer sus operaciones bancarias. (Matinez, 2015)

Los analistas no están de acuerdo sobre los efectos que estos cambios han tenido en la escena financiera estadounidense. A principios de la década de 1990, algunos creían que Estados Unidos se estaba convirtiendo en una sociedad sin bancos, con corporaciones tales como Ford Motor Company, General Electric y General Motors capaces de ofrecer préstamos a empresas y créditos a consumidores, todos los servicios financieros previamente reservados para bancos y ahorro y préstamos.

### **Tarjetas de crédito**

Para 1995, los estadounidenses enfrentaban una sorprendente variedad de opciones, incluso para las transacciones financieras más rutinarias. Las tarjetas de crédito se hicieron cada vez más populares, con \$ 480 mil millones en compras realizadas solo en 1993. Las tarjetas de crédito ofrecidas por un número cada vez mayor de compañías y asociaciones a las que se les otorgan primas y bonificaciones si los consumidores utilizan sus tarjetas.

Aquellos que usaron la tarjeta MasterCard o Visa de GM, por ejemplo, podrían obtener crédito para su próxima compra de automóviles de General Motors; Los titulares de la tarjeta Exxon Visa podrían recuperar el 3 por ciento de cada compra de gasolina realizada en una estación de Exxon.

Otras tarjetas de crédito ofrecieron millas de viajero frecuente y donaciones a organizaciones benéficas. Otras compañías que emitieron tarjetas de crédito fueron Sears, AT&T, Chrysler y Ford Motor Company. Las tarjetas de crédito representan el 25 por ciento de todas las ganancias en los diez bancos más grandes de los Estados Unidos, pero con solo el 14 por ciento de todas las mercancías compradas con tarjeta de crédito, todavía hay espacio para el crecimiento.

Desde principios de la década de 1970, el uso de tarjetas de crédito se ha expandido de compras grandes y poco frecuentes para incluir compras cotidianas como comestibles, comida rápida y llamadas telefónicas. Gracias a los criterios de

suscripción menos estrictos de las principales compañías de tarjetas de crédito, las tarjetas de crédito también están disponibles más fácilmente que nunca. En 1989, el 56 por ciento de las familias estadounidenses tenían al menos una tarjeta de crédito de uso general, como MasterCard o Visa. Para 1998, ese número había subido a 67.5 por ciento. Las compañías de tarjetas de crédito también se han dirigido a nuevos grupos para su producto. Ofrecer tarjetas a los estudiantes en muchos colegios universitarios y universidades ha facilitado el acceso al crédito para aquellos que aún no hayan establecido un historial de crédito. Para las compañías de tarjetas de crédito, esta persistencia ha dado sus frutos: los estadounidenses cargaron más de \$ 1 trillón en compras con sus tarjetas de crédito en el año 2000,

### **Expansión**

La expansión del sector cooperativo se explica, entre otros factores, porque las cooperativas tienen mayor presencia en poblaciones rurales, sus productos y servicios se han diversificado y colocan más del 60% del microcrédito en el país, destacó Wilson Araque, presidente de la Red de Instituciones Financiera de Desarrollo. Por cada dólar que capta en las zonas rurales, el sector financiero popular y solidario coloca USD 1,66. En los lugares con mayor índice de pobreza, la colocación es de USD 1,71. Como resultado de lo anterior, el número de socios (clientes) aumentó. En siete años pasó de 5 millones a 6,8 millones. Las cooperativas están divididas en cinco segmentos (incluyendo a mutualistas), de acuerdo con el volumen de activos.

En el primero están las 31 instituciones más grandes (activos superiores a USD 80 millones). En el último nivel se encuentran 277 cajas de ahorro, bancos y cajas comunales. El 27,2% del volumen de crédito concedido por las cooperativas se concentra en las tres organizaciones con mayor capacidad: Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP), Jardín Azuayo y Policía Nacional. Las dos primeras entidades se encuentran en Azuay y están en el 'ranking' de 11 instituciones más grandes de América Latina y el Caribe, según un estudio de la Confederación Alemana de Cooperativas. La JEP aumentará su presencia cuando termine de absorber los

activos, pasivos y patrimonio de la Cooperativa de Suboficiales de la Policía Nacional, operación que fue autorizada por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, el 13 de junio pasado. Antes del 2012, las COAC más grandes del país, alrededor de 40, eran controladas por la Superintendencia de Bancos y el resto estaba bajo supervisión del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Hasta diciembre del 2018 se registraban 608 organizaciones en todos los segmentos; pero solo 555 reportaron sus estados financieros a la SEPS. Édgar Peñaherrera, vocero de la Red de Integración Ecuatoriana de Cooperativas de Ahorro y Crédito (I cored), mencionó que antes del apareamiento de la Superintendencia había más de 1 000 cooperativas dispersas, pero con la nueva autoridad se implementaron controles más rigurosos, por lo que el número se redujo.

### **Evaluación de la demanda**

La presente evaluación de la demanda se basa en la investigación estadística, exploratoria, descriptiva. Evaluación se la realizará gracias al cálculo de datos obtenidos de una muestra representativa de la población que vive al sur de la ciudad y a la cual debemos de caracterizar para establecer los factores determinantes que afectaría la demanda.

Es necesario que se tome en consideración los indicadores del mercado laborales tales como:

- El desempleo que registra un alto índice de crecimiento a propósito de la pandemia persistente en el Ecuador.
- La tasa de ocupación global de participación indicador resultante de la relación entre el número de ocupados y la Población en Edad de Trabajar. PET. Este indicador es una medida relativa para la demanda laboral.
- El subempleo cuyo protagonismo toma importancia a propósito del fortalecimiento del emprendimiento. (Llanos Ayola, 2011)

- Otro factor es la asistencia o programas de apoyo a la creación de empresas que también nos proporcionará información valiosa que nos permita establecer indicadores y tomar las decisiones basándose en datos confiables.

Es necesario recalcar que todos estos factores nombrados son cuantitativos pero también existen factores cualitativos que sería importante incorporar como la información histórica y estadística de otras cooperativas que hayan intentado ubicarse o estén funcionando al sur de la ciudad; es entonces donde entra esta investigación y es el único método en el cual se podrá obtener los datos y la cuantificación de la demanda.

Para efectos de análisis y evaluación, existen varios tipos de demanda:

En relación con la oportunidad.

- Demanda satisfecha: lo producido es exactamente lo que el mercado requiere.
- Demanda insatisfecha: lo producido no alcanza a satisfacer al mercado

En relación con su necesidad:

- Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios: alimentación, vestido, vivienda
- Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es llamado el consumo suntuario: perfumes, ropa fina.

En relación con su temporalidad:

- Demanda continua es la que permanece durante largos periodos:  
demanda de alimentos
- Demanda cíclica o estacional es la que de alguna forma se relaciona con los periodos del año: circunstancias climatológicas o comerciales

De acuerdo con su destino:

- Demanda de bienes finales: bienes adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento
- Demanda de bienes intermedios o industriales: son los que requiere un procesamiento para ser bienes de consumo final (maquila).

Todos estos tipos de demanda nos puede proporcionar otra forma distinta de hacer el análisis, “No se puede gestionar lo que no se puede medir”, decía Peter Drucker, y la demanda no hace la excepción.

Hay básicamente tres acciones que se pueden realizar con la demanda: intentar medirla (determinar cuántos compran hoy); intentar explicarla (de qué depende); e intentar pronosticarla (cuál será la demanda futura).

Estimar y medir la demanda, durante la formulación de un emprendimiento, es fundamental. Mencionaba la diferencia entre mercado potencial y mercado real, y los riesgos de no medir la demanda. Pero, ¿cómo medirla para un producto o servicio concreto?

Conocer la demanda permite calcular el volumen probable de las ventas, lo cual, junto a la capacidad de producción, determina los requerimientos de insumos y materias primas, así como los niveles de inversión y rentabilidad del proyecto. Para abordar este tema, es preciso realizar los siguientes supuestos simplificadores: ya sabemos quién es nuestro cliente (mercado meta); ya sabemos cuál es la necesidad a satisfacer (alcance); y ya sabemos qué factores externos (incontrolables) influyen en la demanda. Todo ello debe quedar claro en el plan del emprendimiento.

En la mayoría de los casos, el emprendedor no puede pagar a una investigadora de mercado para realizar un estudio, por lo tanto, debe rebuscárselas para reunir información que sea confiable y reciente, y así tomar decisiones más acertadas. Puede ser que la información ya haya sido creada para otros fines, y que sea posible

acceder a ella. A estas fuentes de información se les llama secundarias; ya que, de alguna forma, se recicla información de “segunda mano”.

Algunas fuentes secundarias que están a la mano revisar son: los resultados del Censo poblacional o de la Encuesta continua de Hogares; otros estudios publicados por el Instituto Nacional de Estadística; estudios econométricos y estadísticas de organismos públicos y de organizaciones privadas reconocidas; estudios sectoriales que realizan las propias Cámaras y que difunden a través de sus anuarios o publicaciones; datos de importaciones y exportaciones que publica Aduanas; investigaciones que realizan diarios de tiraje nacional; y datos que poseen las propias investigadoras de mercado y que a veces hacen públicos.

Siempre se recomienda a los emprendedores una fuente, muchas veces olvidada, que son las bibliotecas de las propias Universidades. Para muchas carreras de grado y posgrado, la realización de un trabajo de investigación monográfico es requisito para graduarse. Muchas veces, la temática elegida responde a la cercanía de uno de los estudiantes del equipo de tesis, al acceso a información privilegiada de la empresa para la cual trabaja o de la industria en la cual se encuentra inserta. Hay cientos de monografías, tesis y trabajos finales en las bibliotecas de las Facultades que, una vez salvado el tribunal correspondiente, nunca más se vuelven a leer. Esa información es muy valiosa y está esperando ser redescubierta por algún emprendedor voluntarioso.

Pero aun obteniendo información secundaria, es recomendable (y a veces indispensable) validarla de primera mano obteniendo la información de clientes potenciales. Steve Blank lo menciona muy claro: “get out of the building”; hay que salir del edificio para validar nuestras hipótesis, porque el cliente se encuentra afuera.

Está claro que una investigación de mercado no es preguntarle a 20, ni siquiera a 100, de nuestros conocidos, si compraría el producto o no. Muy probablemente, las respuestas de nuestros allegados sea favorable a nuestro emprendimiento, pero no

nos expone ni nos acerca al verdadero mercado que intentamos conocer. Por eso, debemos tener cuidado con las investigaciones “home-made” o “hechas en casa” que nos pueda conducir a conclusiones erróneas.

Para realizar el estudio de mercado se considerara el estudio de los:

- Clientes internos
- Clientes externos
- Grupos y/ agremiados
- Un experto

Consideraciones sobre la evaluación de la demanda del mercado a futuro

Para evaluar la demanda es necesario recabar los datos historicos de la actividad realizada, considerando el ambiente geografico delimitado cruzando los datos frete a otra información recabada tanto a nivel local nacional o regionales.

- a) Potencial del Mercado: esta información es estimativa para todo el sector del mercado y se lo extrajo gracias a la información colgada en el web de la superintendencia de Economía Popular y Solidaria en donde se encuentra las estimaciones hasta diciembre del 2019.
- b) Potencial de Ventas: El potencial del mercado en este sistema crediticio según los datos extraidos tanto en la super de banco como en la super intendencia Economía Popular y Solidaria esta en el consumo no productivo, que habria que revertir para lograr mayor desarrollo, ese es otro proceso que debe de asumir el gobierno.
- c) Previsiones de ventas: Estas provisiones de ventas deberan estar de acuerdo al porcentaje proyectado a las otras sucursales de la cooperativa. Y que relativamente corresponden al crecimiento de ventas del sector que es exponencial en comparación de otros sectores económicos, es decir muy deseable. Por supuesto que la pandemia o el estado de emergencia en la que el mundo se encuentra las inversiones a todo nivel estan represadas.

d) Cuotas de Ventas: La cuota de venta es la que se le asignará a la sucursal dependiente del valor proyectado y del valor asignado que contribuirá al rubro total de la cooperativa.

Como referencia tenemos los datos que se visualizan gracias a las políticas de transparencia de la superintendencia de Economía Popular y Solidaria, que ha permitido analizar y proyectar los posible datos, guiandose por los números obtenidos durante el año 2019.

### RESUMEN POR TIPO DE CRÉDITO UNIFICADO Y ESTADO EN MILLONES DURANTE -2019

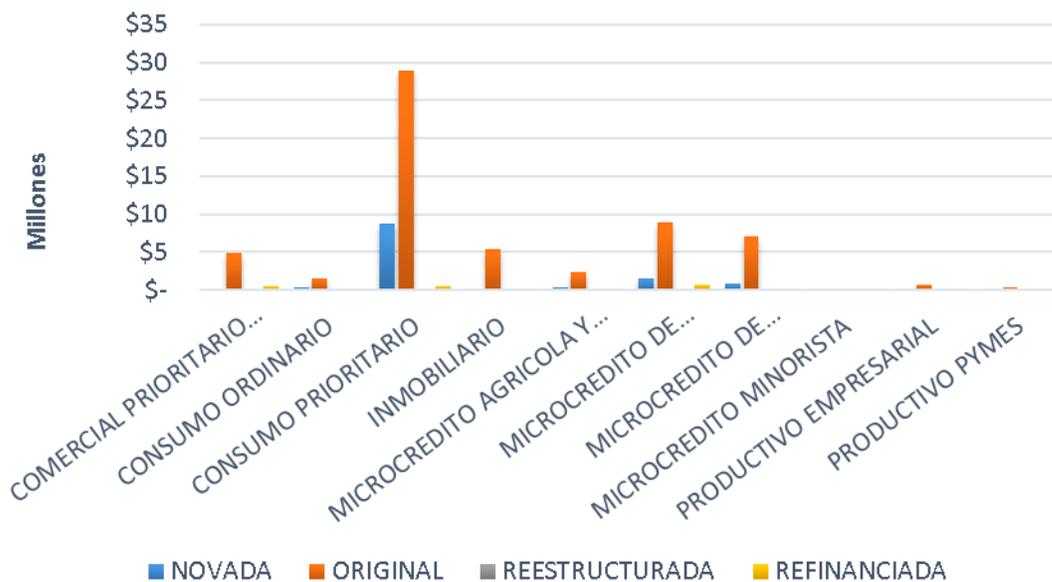


Gráfico 1 Resumen de Tipo de Credito  
Fuente (Solidaria S. E., 2020)

Por otro lado la web proporciona los datos sobre las inclinación de las actividades económicas, es decir cual actividad le representa mayores ingresos no solo a las cooperativas sino también a todos el sistema financiero.

**RESUMEN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA AÑO 2020**



Gráfico 2 Actividad Económica

Fuente: (Solidaria S. d., 2020)

Al realizar un analisis global en el mismo sistema de control de la superintendencia de la economia popular y solidaria, podemos relacionar dos años 2019 frente a 2020. Es así que tenemos lo siguientes gráficos que a continuación se exponen.

**RESUMEN POR PROVINCIA DE LOS INGRESOS DE LAS COOPERATIVAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA 2019**

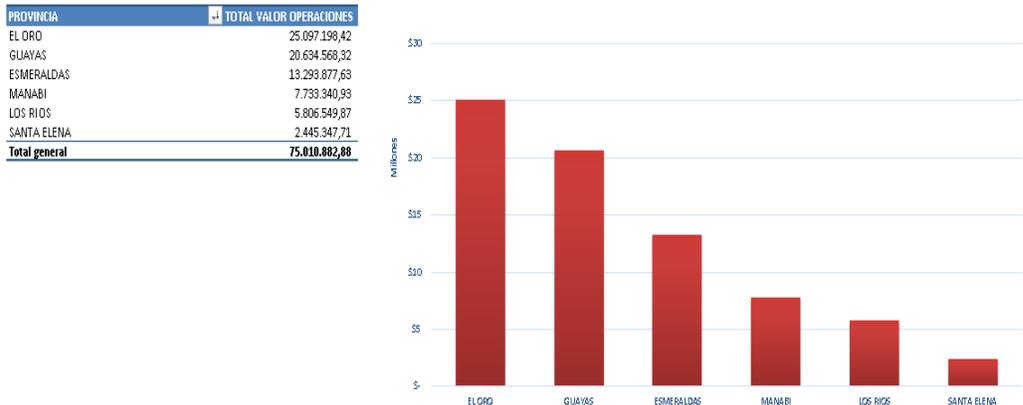


Grafico 3 Control de Sepervivencia

PROVINCIA	TOTAL VALOR OPERACIONES
PICHINCHA	99.689.850,07
AZUAY	52.790.091,24
TUNGURAHUA	42.991.949,69
GUAYAS	30.793.128,70
IMBABURA	28.034.840,64
CHIMBORAZO	27.806.379,29
EL DOR	24.086.951,72
ESMERALDAS	17.759.720,58
COTOPAXI	17.564.194,89
CAÑAR	13.408.317,94
LOJA	12.969.093,18
MANABI	12.685.872,86
CARCHI	11.406.477,31
BOLIVAR	9.564.653,77
MORONA SANTIAGO	9.033.643,65
LOS RIOS	7.850.509,37
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	6.925.418,16
PASTAZA	6.861.267,10
SANTA ELENA	3.836.495,80
NAPO	3.515.157,51
ZAMORA CHINCHIPE	2.915.105,45
SUCUMBIOS	1.458.524,05
GALAPAGOS	847.338,33
ORELLANA	752.307,72
<b>Total general</b>	<b>445.547.289,02</b>

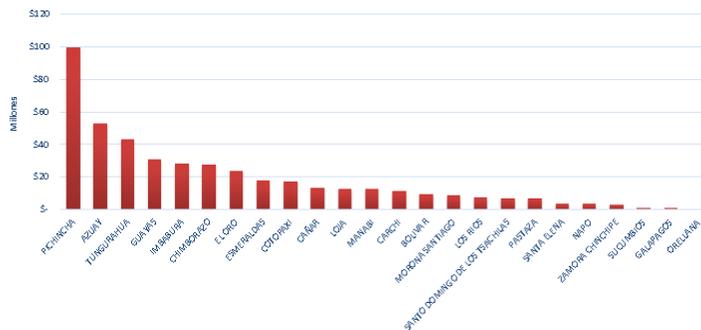


Gráfico 4 Ingresos de la Cooperativa

## Fundamentacion legal

En la republica del Ecuador todas las actividades productivas que se desarrollan estan normadas por lo que establece la constitucion, el plan nacional de desarrollo 2017-2021, ley de cooperativas y demas leyes pertinentes con el objeto de investigacion.

### Constitucion 2008

De los derechos civiles, el articulo veinte y tres Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:

1. La inviolabilidad de la vida. No hay pena de muerte.
2. La integridad personal. Se prohíben las penas crueles, las torturas; todo procedimiento inhumano, degradante o que implique violencia física, psicológica, sexual o coacción moral, y la aplicación y utilización indebida de material genético humano. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar, en especial, la violencia contra los niños, adolescentes, las mujeres y personas de la tercera edad. Las acciones y penas por genocidio, tortura, desaparición forzada de personas, secuestro y homicidio por razones políticas o de

conciencia, serán imprescriptibles. Estos delitos no serán susceptibles de indulto o amnistía. En estos casos, la obediencia a órdenes superiores no eximirá de responsabilidad.

3. La igualdad ante la ley. Todas las personas serán consideradas iguales y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma; religión, filiación política, posición económica, orientación sexual; estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole.

4. La libertad. Todas las personas nacen libres. Se prohíbe la esclavitud, la servidumbre y el tráfico de seres humanos en todas sus formas. Ninguna persona podrá sufrir prisión por deudas, costas, impuestos, multas ni otras obligaciones, excepto el caso de pensiones alimenticias. Nadie podrá ser obligado a hacer algo prohibido o a dejar de hacer algo no prohibido por la ley.

5. El derecho a desarrollar libremente su personalidad, sin más limitaciones que las impuestas por el orden jurídico y los derechos de los demás.

6. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación. La ley establecerá las restricciones al ejercicio de determinados derechos y libertades, para proteger el medio ambiente.

7. El derecho a disponer de bienes y servicios, públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

8. El derecho a la honra, a la buena reputación y a la intimidad personal y familiar. La ley protegerá el nombre, la imagen y la voz de la persona.

9. El derecho a la libertad de opinión y de expresión del pensamiento en todas sus formas, a través de cualquier medio de comunicación, sin perjuicio de las responsabilidades previstas en la ley.

La persona afectada por afirmaciones sin pruebas o inexactas, o agraviada en su honra por informaciones o publicaciones no pagadas hechas por la prensa u otros medios de comunicación social, tendrá derecho a que estos hagan la rectificación correspondiente en forma obligatoria, inmediata y gratuita, y en el mismo espacio o tiempo de la información o publicación que se rectifica.

El artículo doscientos cuarenta y cinco señala, que la economía ecuatoriana se organizará y desenvolverá con la coexistencia y concurrencia de los sectores público y privado. Las empresas económicas, en cuanto a sus formas de propiedad y gestión, podrán ser privadas, públicas, mixtas y comunitarias o de autogestión. El Estado las reconocerá, garantizará y regulará.

El artículo doscientos cuarenta y seis indica que el estado promoverá el desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión, como cooperativas, talleres artesanales, juntas administradoras de agua potable y otras similares, cuya propiedad y gestión pertenezcan a la comunidad o a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos.

Como se indicó al inicio de la fundamentación legal las diferentes actividades productivas que se desarrollan en la República del Ecuador están reguladas por lo que establece la constitución y las demás leyes pertinentes, estas tienen como objetivo de que las instituciones públicas y privadas las cumplan y mejoren la calidad de vida de los ciudadanos.

### **Plan nacional de desarrollo 2017 2021**

El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores

La Constitución de la República de Ecuador (2008) sirve de guía para la construcción del presente Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021), que busca cumplir con el mandato de “planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir” (CE, 2008. art. 3, núm. 5).

Adicionalmente, el Plan recoge los principales elementos constitucionales sobre garantía de derechos, para orientar la definición de políticas nacionales considerando que “la soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa, previstas en la Constitución” (CE, 2008, art. 1).

En este sentido, las instituciones están obligadas a garantizar los derechos, y la ciudadanía es corresponsable, de acuerdo al espíritu del proceso constituyente de Montecristi.

Para tales fines, el Plan Nacional de Desarrollo 2017–2021 propone el abordaje de los objetivos y la política pública nacional a partir de tres ejes:

- 1) la garantía de derechos a lo largo del ciclo de vida,
- 2) una economía al servicio de la sociedad, y
- 3) la participación de la sociedad y la gestión estatal para el cumplimiento de objetivos nacionales; considerando como pilares fundamentales la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial equitativo.

### **Ley orgánica de la Economía Popular y Solidaria**

El proyecto objeto de estudio se regirá bajo “la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario” (LOEPS), la cual está vigente desde mayo, 2011 y regula a los sectores asociativos, comunitarios y cooperativos del Ecuador.

En la ley mencionada se establecen varios artículos relacionados a las Cooperativas de los cuales se describen los de mayor importancia, entre ellos: El artículo 1 manifiesta que se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes realizan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios con el propósito de satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, siempre orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza; por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Según el artículo 2, se refiere al ámbito y señala que se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

Las disposiciones no se aplicarán a los grupos profesionales, laborales, culturales, deportivos, religiosas y otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios. Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se regirán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente.

El artículo 3 tienen que ver con el objeto, la presente Ley tiene por objeto: a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;

b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;

- c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;
- d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y, e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

En el artículo 4 se mencionan los principios bajo los cuales se regirán las personas y organizaciones amparadas por esta ley. Entre ellos:

- Buscar el buen vivir y el bienestar común
- La distribución de una manera equitativa de los excedentes
- Responsabilidad ambiental y social para con los involucrados en ellas.

En cuanto a las normas contables el artículo 13 de la LOEPS indica que las organizaciones que estén sujetas a esta Ley deberán someterse en todo momento a las normas contables establecidas por la Superintendencia; sin excluir las disposiciones tributarias existentes en el país.

En relación a la definición de sector cooperativo, esta ley en su artículo 21 describe que las cooperativas son sociedades creadas con el único fin de satisfacer necesidades en busca del bienestar social. El objeto de las cooperativas se detalla en el artículo 22 el cual indica que el objeto social debe ser concreto y debe constar en estatuto social; además se pueden incluir actividades complementarias siempre y cuando estén relacionados directamente con el objeto social de las mismas.

La LOEPS en el artículo 29 indica que, para ser socios de una cooperativa, las personas naturales o las personas jurídicas deben cumplir con los requisitos establecidos en la presente Ley. Para ser aceptado como socio de una Cooperativa debe ser aceptado por el Consejo de Administración. En cuanto a la Estructura Interna organizacional de toda Cooperativa esta Ley describe en el Artículo 32 que

las Cooperativas deberán contar con una Asamblea General de socios, un Consejo de Administración, un Consejo de Vigilancia y una gerencia.

Sobre el patrimonio de las Cooperativas en el artículo 48 expresa que el patrimonio de las Cooperativas estará conformado por el capital social de dicha Cooperativa y a su vez, de la Reserva Legal y reservas estatutarias. En cuanto al capital social la LOEPS en su Art. 49 establece que el capital social de toda Cooperativa estará constituido por las aportaciones de sus socios, dichas aportaciones están representadas por los certificados de aportación y puede ser transferibles a favor de la Cooperativa o entre sus socios.

Según la LOEPS en el Art. 81 define a las Cooperativas de Ahorro y Crédito como organizaciones conformadas con el fin de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad con sus socios. Cabe recalcar además que para constituir una cooperativa se debe tener en consideración lo que establece el artículo 82 de la presente Ley, misma que expresa que para constituir una Cooperativa de Ahorro y Crédito, se requerirá contar con un estudio de factibilidad y los demás requisitos establecidos en el Reglamento de la presente Ley.

El artículo 83 se refiere a las actividades financieras. Las cooperativas de ahorro y crédito, previa autorización de la Superintendencia, podrán realizar las siguientes actividades:

- a) Recibir depósitos a la vista y a plazo, bajo cualquier mecanismo o modalidad autorizado;
- b) Otorgar préstamos a sus socios;
- c) Conceder sobregiros ocasionales;
- d) Efectuar servicios de caja y tesorería;

- e) Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de instituciones financieras nacionales o extranjeras;
- f) Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores;
- g) Actuar como emisor de tarjetas de crédito y de débito;
- h) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como por el otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y prácticas y usos nacionales e internacionales;
- i) Recibir préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior;
- j) Emitir obligaciones con respaldo en sus activos, patrimonio, cartera de crédito hipotecaria o prendaria propia o adquirida, siempre que en este último caso, se originen en operaciones activas de crédito de otras instituciones financieras;
- k) Negociar títulos cambiarios o facturas que representen obligación de pago creados por ventas a crédito y anticipos de fondos con respaldo de los documentos referidos;
- l) Invertir preferentemente, en este orden, en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores y de manera complementaria en el sistema financiero internacional; m) Efectuar inversiones en el capital social de cajas centrales; y,
- n) Cualquier otra actividad financiera autorizada expresamente por la Superintendencia.

Las cooperativas de ahorro y crédito podrán realizar las operaciones detalladas en este artículo, de acuerdo al segmento al que pertenezcan, de conformidad a lo que establezca el Reglamento de esta Ley.

### **Ley general de instituciones del sistema financiero**

El Honorable congreso nacional, la comisión de legislación y codificación.

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República,

Resuelve: Expedir la codificación de la ley general de instituciones del sistema financiero

### **Título I DEL ÁMBITO DE LA LEY**

El artículo uno de esta ley regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público. En el texto de esta ley la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, se llamará abreviadamente "la Superintendencia".

Las instituciones financieras públicas, las compañías de seguros y de reaseguros se rigen por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización. Se someterán a esta ley en lo relacionado a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control y vigilancia que realizará la Superintendencia dentro del marco legal que regula a estas instituciones en todo cuanto fuere aplicable según su naturaleza jurídica. La Superintendencia aplicará las normas que esta ley contiene sobre liquidación forzosa, cuando existan causales que así lo ameriten.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, así como las instituciones de servicios financieros, entendiéndose por éstas a los almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía y retro-garantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, que deberán tener como objeto social exclusivo la realización de esas actividades, quedarán sometidas a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control que realizará la Superintendencia dentro del marco legal que regula a dichas instituciones, en base a las normas que expida para el efecto.

Las instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y, otras que fuesen calificadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, sin perjuicio del control que corresponde a la Superintendencia de Compañías, serán vigiladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, y ésta dictará normas de carácter general aplicables a este tipo de instituciones.

La sociedad controladora y las instituciones financieras integrantes de un grupo financiero serán controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia. Formarán parte de un grupo financiero únicamente las instituciones financieras privadas, incluyendo las subsidiarias o afiliadas del exterior, las de servicios financieros, de servicios auxiliares del sistema financiero que regula esta ley, así como las casas de valores y las compañías administradoras de fondos.

La sociedad controladora de un grupo financiero y las instituciones financieras se someterán al cumplimiento de las normas de la Ley de Mercado de Valores, en lo

referente al registro y a la oferta pública de valores, pero su control y supervisión será ejercido exclusivamente por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia.

Las corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas son las únicas autorizadas por esta ley para actuar como fiduciarias en procesos de titularización que efectúen en el cumplimiento de sus fines. Estas corporaciones tendrán como fin básico, en el cumplimiento de su objeto social relativo al ámbito hipotecario, el desarrollo de mecanismos tendientes a movilizar recursos en favor del sector de vivienda e infraestructura relacionada.

Las corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas podrán emprender en procesos de titularización tanto de cartera hipotecaria propia como de cartera hipotecaria de terceros, actuando para ello en ambos casos con la triple calidad de originador, fiduciario y colocador a través de intermediarios de valores autorizados. Al efecto, le corresponde a la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, emitir las correspondientes normas que regulen los procesos en referencia. Estos procesos se sujetarán a las normas de la Ley de Mercado de Valores en lo que les fueren aplicables; y, los valores producto de los mismos serán objeto de oferta pública.

El artículo 2 señala que, para los propósitos de esta ley, son instituciones financieras privadas los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público. Los bancos y las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en el cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los recursos así obtenidos, total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda son instituciones cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, la construcción y al bienestar familiar de sus asociados, que deberá evidenciarse en la composición de sus activos.

Las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo no podrán realizar las captaciones previstas en la letra a) ni las operaciones contenidas en la letra g) del artículo 51 de esta ley.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, no podrán efectuar las siguientes operaciones:

- a) Las mencionadas en las letras j), m), t) y v) del artículo 51 de esta ley; y,
- b) Las cooperativas de ahorro y crédito, que realizan intermediación con el público, quedan prohibidas de realizar las operaciones constantes en las letras i) y q) del artículo 51 de esta ley.

El artículo tres indica que la Superintendencia autorizará la constitución de las instituciones del sistema financiero privado. Estas instituciones se constituirán bajo la forma de una compañía anónima, salvo las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.

Artículo cuatro señala que la Superintendencia autorizará a las instituciones del sistema financiero privado, sujetas a esta ley, la adopción y registro de cualquier denominación que crean conveniente, con tal que no pertenezca a otra institución y que no se preste a confusiones. En su denominación las instituciones del sistema financiero harán constar su calidad de "banco" o "sociedad financiera" o "corporaciones de inversión y desarrollo".

Artículo cinco indica que las acciones de las instituciones del sistema financiero privado deberán ser nominativas. En el contrato social podrá estipularse que el capital se divide en varias clases de acciones, con derechos especiales para cada clase, sin que pueda excluirse a ningún accionista de la participación en las utilidades.

### **La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**

Artículo dos literal e, en el manifiesta sobre la importancia de fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, tanto privados como de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional, es decir que las cooperativas se consideran un ente articulador del emprendimiento e innovación que sin duda favorece el desarrollo productivo, comercial, y en estos precisos momentos en donde el planeta está sintiendo los estragos de un post confinamiento es de suma importancia implementar servicios con nuevas modalidades societarias y de financiamiento.(Asamblea Nacional del Ecuador, 2020)

### **Conceptualización de las variables**

#### **Variable independiente: Demanda real de los servicios financieros**

El análisis de la demanda, está basado en la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio. Hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda.

El análisis de la demanda debe considerar también escenarios posibles de evolución en un horizonte temporal de tres años.

Para estimar la demanda real se deberá partir de datos históricos existentes. A veces es difícil conseguir la información para ámbitos limitados geográficamente,

por lo que será necesario ajustar en función de datos demográficos y de datos de comportamiento disponibles para niveles nacionales o regionales. Debemos establecer la estimación de la demanda real de mercado en el momento actual, así como también realizar las estimaciones de demanda potencial para nuestro producto o servicio.

La importancia social de las cooperativas en el Ecuador es de suma importancia ya que debido a esta demanda de servicios financieros complementarios es que nace el sistema cooperativo en el Ecuador siendo esto una considerable respuesta social para los pocos prestamos que la banca otorga a los empresarios y en varios casos para impedir prestamos de personas avaras, mediante fue pasando el tiempo el área de las cooperativas fue experimentando diversos tipos de transformaciones, las zonas sociales que cuentan con pocos recursos en el pasado no han podido acceder a las cooperativas por carencia de prestigio y garantías de tipo económicas (Andes, 2013).

En el sector de las micro finanzas, tiene una importancia trascendental el estudio de la demanda para el Ecuador, no sólo porque atiende a amplios segmentos de la población que en buena parte no tienen acceso a los productos y servicios de la mayoría de los bancos privados, sino también porque el sector de las cooperativas de ahorro y crédito, al que se podrían sumar algunos bancos especializados en micro finanzas, ya representa una parte importante de los activos y pasivos del sistema financiero nacional. Pese a esto, a la situación de las cooperativas de ahorro y crédito, que, según datos oficiales, en conjunto tienen más de seis millones de depositantes, no se le da el mismo seguimiento que a la de los bancos privados. (Cortez, 2007)

Una muestra de eso es la noticia, publicada en diario El Comercio el 31 de enero de 2017, según la cual “entre el 2013 y diciembre del 2016 se liquidaron 200 cooperativas, según estadísticas de la Corporación de Seguro de Depósitos (Cosede)” (Angulo, 2017)

Desde el momento en que se publicó esa nota, que seguramente causó sorpresa a muchas personas que no siguen de cerca la situación del sector de cooperativas de ahorro y crédito, hasta septiembre de 2017 (última información disponible), otras 28 cooperativas fueron liquidadas o absorbidas por instituciones más grandes, según datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, que es la institución encargada de supervisar y regular a ese sector (Solidaria S. d., 2017).

**Variable dependiente:** Expansión del negocio.

Las estrategias de expansión y diversificación en la empresa. Durante toda la vida de la empresa tiene lugar en la misma un proceso continuo de desarrollo que tiene como objetivo aprovechar las oportunidades de negocio que surgen en el mercado para obtener mayores beneficios.

Cuando un negocio logra superar los dos primeros años de operación, llega otro reto: el crecimiento. Los fundadores tienen que pensar entonces en cómo ganar nuevos clientes, aumentar las ventas, contratar más personal o abrir otras sucursales. Y esto puede resultar mucho más complicado de lo que imaginamos.

No basta con ofrecer el mejor producto o servicio. Hoy, la competencia por la atención del cliente es alta, la tecnología sigue transformando los hábitos de compra y consumo, y los márgenes de rentabilidad se han achicado. Además, son muchos los mercados en los que los grandes jugadores están imponiendo sus reglas, y las pequeñas y medianas empresas tienen que encontrar la manera de mantenerse competitivas.

Para crecer no hay recetas mágicas, pero sí seis alternativas o rutas, que podemos elegir de acuerdo a las áreas de oportunidad que detectamos o el giro del negocio.

En la expansión del negocio de la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Emprendedora Ecuatoriana (JEE) hacia el sur de la ciudad de Guayaquil, denotamos varias situaciones que se presentan para expandirse, entre ellas las siguientes:

1. La falta de poder adquisitivo.
2. El equipo de trabajo no se encuentra preparado para una expansión.
3. Gastos en la infraestructura del establecimiento.
4. Personal poco capacitado en cuanto a la realización de grandes proyectos.
5. La falta de equipos tecnológicos
6. El tiempo que se tardara en la construcción de la ingfraestructura.
7. Tiempo de espera de permisos legales.

## **Glosario**

**Ahorro:** Abstención de consumos presentes a los efectos de su disposición en el futuro; parte de los ingresos no consumida:

$$S = (Y - C)$$

Señala Keynes (2015) al respecto: “Que yo sepa, todo el mundo está de acuerdo en que ahorro es el excedente del ingreso sobre lo que se gasta en consumo; y no cabe duda que sería inconveniente y desorientador no darle esta acepción”. 1 (Pág. 5).

**Cooperativismo:** Doctrina socioeconómica que promueve la organización de las personas para satisfacer de manera conjunta sus necesidades. El cooperativismo está presente en todos los países del mundo. Le da la oportunidad a los seres humanos de escasos recursos de tener una empresa de su propiedad junto a otras personas. Uno de los propósitos de este sistema es eliminar la explotación de las personas por individuos o empresa dedicados a obtener ganancias”. (Pág. 30).

**Cooperativa de Ahorro y Crédito:** “Cooperativas de Ahorro y Crédito son las que reciben ahorro y depósitos, hacen descuentos y préstamos a sus socios y verifican pagos y cobros por cuenta de ellas”.

**Crédito:** “Término utilizado en el comercio y finanzas para referirse a las transacciones que implican una transferencia de dinero que debe devolverse transcurrido cierto tiempo. Por tanto, el que transfiere el dinero se convierte en

acreedor y el que recibe en deudor; los términos crédito y deuda reflejan pues una misma transacción desde dos puntos de vista contrapuestos". (Pág. 19)

**Propuesta:** Redactar una propuesta convincente le presentará más oportunidades de negocio, pero, ¿cómo puede asegurarse de que recuerda incluir toda la información necesaria? La plantilla de propuesta profesional para rellenar le da un guion que puede seguir y le facilita la organización de la información en el formato adecuado. (Mendez, 2014)

**Aumentar la penetración de la marca en el mercado:** Esta es una opción que no siempre tenemos en cuenta, pero la que más resultados puede darnos en el corto plazo. ¿Por qué? Porque se trata de vender más a tus clientes actuales, pero también de conquistar a aquellos que quizá ya te conocen, pero todavía no han probado tu oferta, y así aumentar tu participación de mercado. Aquí la palabra clave es segmentar, para poder saber más acerca de tu target, descubrir nuevas necesidades y áreas de oportunidad, y definir mensajes de marketing más específicos. (Hernandez, 2014)

**Ampliar la línea de productos y servicios:** Esta es la primera opción en la que generalmente pensamos, pero no siempre la más sencilla de poner en práctica. Lo primero que necesitamos saber es qué es lo que realmente necesitan los clientes, y pensar entonces cómo podemos generar valor real y tangible para ellos. Después, es sumamente importante confirmar que contamos con los recursos necesarios no solo para producir esa nueva oferta, sino para también entregarla adecuadamente y brindar un servicio post venta de excelencia. (kotler, 2014)

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Presentación de la Empresa**

#### **3.2 Reseña Histórica**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" Ltda., (JEP) es una entidad dedicada a las finanzas sociales, creada mediante acuerdo Ministerial 3310, el 31 de diciembre de 1971, calificada por la Superintendencia de Bancos y Seguros con Resolución SBS-2003-0596, de agosto 12 de 2003.

Fue creada en la parroquia de Sayausí del cantón Cuenca, provincia Azuay de la República del Ecuador, con la iniciativa de 29 jóvenes, incursionando en un sostenido apoyo crediticio a los segmentos poblacionales que no tienen acceso al crédito de la banca tradicional, aspecto que ha estimulado la aceptación y confianza de la gente.

#### **Usuarios históricamente atendidos**

En la actualidad cuenta con un millón de socios dueños de la Cooperativa, ocupa el primer lugar dentro del ranking de cooperativas ecuatorianas y el cuarto en el ranking de Latino América y El Caribe, su calificación de riesgo es "AA -" otorgada por la calificadora de riesgos Class International Rating S. A...

#### **Cobertura Geográfica**

Tiene a disposición, 58 agencias en 12 provincias: Azuay, Guayas, Pichincha, Cañar, El Oro, Loja, Los Ríos, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Morona Santiago, Esmeraldas y Manabí.

#### **Fechas importantes**

31 de diciembre de 1971, obtuvo su personería jurídica.

10 agosto 2003, Control de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Año 2007, fecha desde la cual es la Cooperativa más grande del Ecuador.

2013 controlada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

### **Misión**

Satisfacer las necesidades de los socios brindando productos financieros, excelencia en el servicio y sólidos valores.

### **Visión**

Ser la Institución Financiera más importante del Ecuador, por su excelencia en el servicio y por socios satisfechos.

### **Valores corporativos**

Compromiso: Cumplir y superar las expectativas de la Institución.

Trabajo en equipo: Unión de esfuerzos para alcanzar un objetivo en común.

Honestidad: Decir y actuar transparentemente, sin perjudicar a un tercero.

Responsabilidad: Cumplir con los compromisos y obligaciones a tiempo.

Prudencia Financiera: Manejo eficiente y responsable de los recursos de los socios.

Mejora Continua: Crear permanentemente valor a nuestro trabajo, haciendo mejor las cosas todos los días.

Cordialidad: Ser amable y con una alta disposición de servicios a nuestros socios.

Equidad: Actuar con igualdad y justicia.

Puntualidad: Llegar a tiempo para cumplir los compromisos y obligaciones adquiridas con la Institución.

### **Perfil del consumidor**

Obtener las conductas, valores, edades, ubicación, poder de compra, percepción de la marca que mantiene el consumidor es necesario para preparar con certeza el camino de la planeación del marketing.

### **Descripción del consumidor**

Para que sirva la descripción, es necesario conocer a que reacciona el ser humano a fin de conectarlos con los estímulos, es así que se necesita conocer si el consumidor es visual, auditivo ó kinestésico, para desarrollar de mejor forma las palabras convertidas en imagen, considerar el mejor vocabulario para convertirlos en sonidos perfectos, y provocar sensaciones como táctiles, olfato o gusto que haga reaccionar a un kinestésico.

### **Segmentación de consumidores**

La segmentación nos permite tratar de encasillar a los consumidores en un grupo de seres humanos con ciertas características particulares tomando en cuenta los factores demográficos, geográficos y conductuales, que nos sirva para la toma de decisiones tanto en la ubicación de los locales, vendedores, publicidad y otros.

El Grupo Objetivo de la cooperativa JEE, tiene:

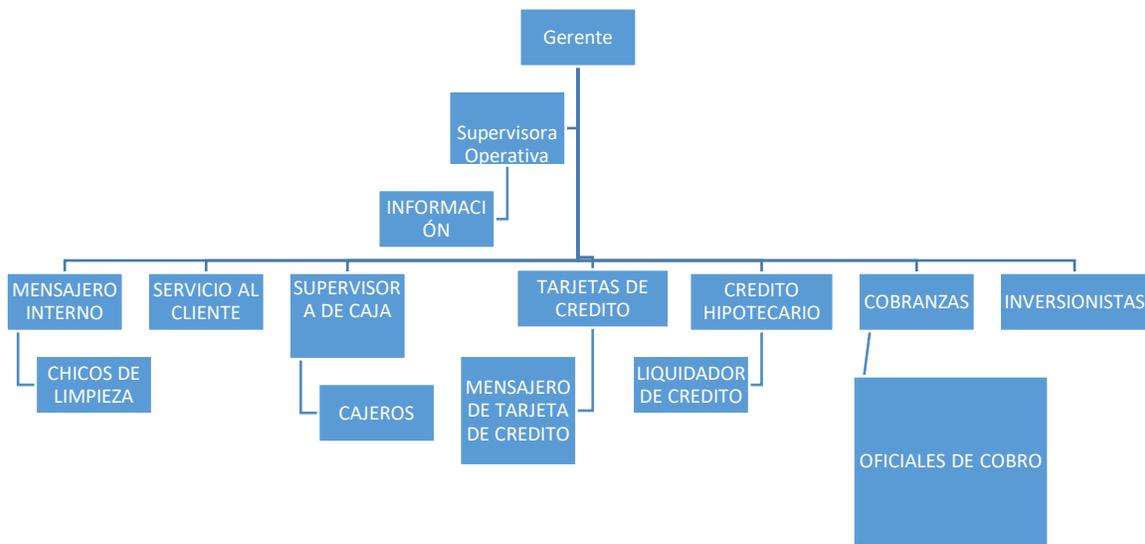
- A micro empresarios, aquellos dueños de negocios cuyo capital no asciende sino a 15.000 dolares de capital de trabajo.
- A jóvenes desempleados que tienen algún tipo de negocio ya iniciado y que solo necesita capital para la materia prima.
- Madres solteras que pertenecen a algún tipo de asociación o agremiadas que con negocio iniciado necesitan dinero para capital de trabajo.
- Pequeños productores artesanos que requieren para comprar materia prima y que tiene talleres ya establecidos de alrededor de 2 años.

Imagen Corporativa. - Logo



**La Estructura Organizativa de la La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" Ltda., (JEP) y sus Áreas.**

Gráfico 5 ORGANIGRAMA



Fuente: Elaborado por el Autor

**CATEGORIA OCUPACIONAL DE LA COOPERATIVA**

La cantidad de trabajadores que mantiene La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" Ltda., (JEP) es de 40 personas cuyos cargos y funciones se describen a continuación

Tabla 3 Trabajadores

<b>Tabla de trabajadores</b> La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" Ltda., (JEP)		
Cargo	Funciones	No.
<b>Gerencia y Administración</b>	Tiene como función Planificar, organizar, evaluar las actividades de la cooperativa donde labora con la finalidad de generar mayor rentabilidad, tomar decisiones apropiadas, seguras. Evaluar, controlar, realizar los análisis financieros. Supervisar las políticas de cumplimiento. Fomentar las sinergia laboral	<b>3</b>
<b>Supervisión Operativa</b>	Asignar operaciones de acuerdo a las habilidades y destrezas, capacitar en función de las necesidades.	<b>7</b>
<b>Atención al cliente</b>	Asistir a los clientes con la información, canalizar quejas, asistir procesos y documentación	<b>5</b>
<b>Oficiales de Credito y Cobranzas</b>	Realiza las funciones de cobranza, devolución, sobregiros, trámites internos	<b>18</b>
<b>Oficiales e inversión</b>	Atender con eficacia y eficiencia los posibles inversionistas	<b>5</b>
<b>Mensajería</b>	Intercambio e notas, documentos, y notificaciones	<b>2</b>
<b>Total de trabajadores</b>	Tiene como función Planificar, organizar, evaluar las actividades de la cooperativa donde labora con la finalidad de generar mayor rentabilidad, tomar decisiones apropiadas, seguras. evaluar, controlar, realizar los análisis financieros. Supervisar las políticas de cumplimiento. Fomentar las sinergia laboral	<b>40</b>

A continuacion se grafica en barras los trabajadores que estan divididos por áreas y departamentos.

Gráfico 6 Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional



Fuente: Elaborado por el Autor

Como la sucursal inicia sus operaciones no contara con todo el esquema de una matriz, solamente los empleados necesarios en vista que contara con asistencia tecnica digital.

Los productos que ofrece la Cooperativa se encuentran publicados en la pagina web de la institución en donde se indica cada una de las características dependiendo si es inversión, crédito o pagos. Esos productos estan resumidos en una tabla que ponemos a consideración.

## PRINCIPALES COMPETENCIAS EN EL MEDIO NO FINANCIERO OTRO COMPETIDORES.

En el mercado no financiero según el último ranking cooperativo con fecha septiembre 2019, diez cooperativa con mayor y mejor calificación estan detalladas en el cuadro que a continuación se expone, de las cuales solo 3 exponen claramente la información en sus platafor.as

Tabla 4 Ranking Cooperativo  
Ranking de Cooperativas Segmento 1, al 30 de septiembre 2019

<i>INSTITUCIÓN</i>	<i>RANKING</i>	<i>ACTIVOS</i>
JUVENTUD ECUATORIANA Y PROGRESISTA LTDA.	1	\$ 2.163.180.473

JARDÍN AZUAYO LTDA.	2	\$ 929.834.536
POLICÍA NACIONAL LTDA.	3	\$ 810.328.790
COOPROGRESO LTDA.	4	\$ 572.794.187
29 DE OCTUBRE LTDA.	5	\$ 536.786.881
OSCUS LTDA.	6	\$ 427.715.625
ALIANZA DEL VALLE LTDA.	7	\$ 380.112.607
SAN FRANCISCO LTDA.	8	\$ 373.323.510
DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE COTOPAXI LTDA.	9	\$ 348.383.686
RIOBAMBA LTDA.	10	\$ 323.386.612

**Fuente: Elaboración del autor**

De la información colgada en la web se ha podido obtener los productos que ofrecen al público tales como servicios financieros, tipos de crédito e inversiones las siguientes cooperativas.

### **EXPOSICIÓN DE LAS TRES COOPERATIVAS CON EL MEJOR RANKING NACIONAL : PRODUCTOS OFERTADOS POR LA COMPETENCIA**

Se procede a exponer un cuadro de los servicios ofertados por tres mejores cooperativas

#### **COOPERATIVA JUVENTUD EMPRENDEDORA ECUATORIANA “JEP**

en sus servicios son:

Tabla 5 de los productos ofertados en la plataforma web

Ahorros	Créditos	Tarjeta Y cajeros	Servicios	En línea
Ahorros JEP	CreditJEP	Tarjetas JEP	JEP MOVIL	JEPVIRTUAL
Fondo JEP	MicroJEP	Cajera JEP	JEP GIROS	JEPVIRTUA EMPRESASE
AhorrosJEPITO	CredimiVivienda	Seguridades	Complementarios	FACTURA ELECTRONICA
AhorrointeliJEP	CrediPyMES			VALIDACION DE CERTIFICADOS
InversionesJEP	Crédito en Línea			

**Autor: Palma Mera Ricardo.**

Los servicios adicionales expuestos en la plataforma indican esto:

- Comprasen corrientes y diferidos.
- Difiere tus consumos nacionales e internacionales
- Avance en efectivos en Cajeros Automáticos
- Avance en efectivo en ventanilla
- Solicita la tarjeta adicional y sin costo
- Pagas tus Consumos
- Bloqueo por perdida y robo
- Atención personalizada 24/7
- Horarios de atención

El proceso objeto estudio será analizar y evaluar la demanda real de los servicio financieros que justifique la expansion del negocio de la cooperativa de ahorro y credito Juventud Emprendedora Ecuatoriana (JEE) hacia el sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2018.

### **Evaluación de la demanda de servicios financieros**

Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores (ingresos, costos, liquidez, rentabilidad, rotación de inventarios, entre otros).

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS DE LA COOPERATIVA. - A continuación, se detalla la evolución de los principales indicadores Financieros de la Institución con corte al 31 de diciembre de 2017. 3.1. De los Activos: El total de Activos de la Cooperativa JEP al 31 de diciembre del 2017, ascendió a USD\$ 1.543'382.500,04, que representa un crecimiento del 29.94% respecto al año inmediato anterior, manteniendo a la CAC JEP LTDA en el primer lugar del Ranking en el Sistema Nacional

## JARDIN AZUAYO LTDA.

Que según el cuadro de los activos de proyecta se encuentra en el puesto dos con un valor de 929.834,536 cooperativa que se encuentra en la web con una imagen fresca, en plataforma amigable que definitivamente atrae al usuario de los servicios.

Tabla 7 Servicios Ofrecidos

Servicios ofrecidos
Crédito
Ahorros
Asesoría al migrante
Otros Servicios
Comprobantes electrónicos recaudaciones.

## COOPERATIVA POLICÍA NACIONAL

Otra cooperativa es la Policia Nacional que ocupa el tercer lugar con un activo de alrededor de 810.328,790 que nace de socios de la Policia Nacional y que luego abre sus servicios a los civiles.

Tabla 8 Créditos

Ahorros	Crédito	Inversión
Ahorro a la vista	<i>Crédito de consumo inmediato</i>	<i>Inversiones Seguros</i>
Mis Vacaciones	Crédito Virtual	
Plan Mi Jubilación	Crédito de Consumo CivilesΓ	
Plan Mi Futuro	<i>Crédito Inmobiliario Vivienda</i>	
Chikiahorro	<i>Crédito Consumo Plus</i>	
Mis Décimos	<i>Anticipo de Sueldo</i>	
Mis fondos de Reserva	<i>Microcrédito</i>	

### 3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El objetivo primordial de la investigación de mercado es el suministrar la información, no datos, al proceso de toma de decisiones, a nivel gerencial, para evaluar el mercado es necesario contar con una investigación cualitativa que nos

permitira conocer las actitudes, motivaciones de los consumidores, y cuantitativa que nos ayudará a la toma de decisiones, satisfaciendo las interrogantes planteadas.

### **3.5 Diseño de la investigación concluyente**

La técnica para recolección de datos serán las encuestas, que se realizarán a clientes actuales luego de haber hecho efectivo el servicio en la sucursal en función en la ciudad de Guayaquil.

Obteniendo información de primera mano, es uno de los motivos de la selección de este método.

### **3.6 Diseño de la investigación**

#### **3.6.1 Tipos de investigación**

La investigación es el conjunto de métodos que se aplican para conocer un asunto o problema en profundidad y generar nuevos conocimientos en el área en la que se está aplicando. Se trata de una herramienta vital para el avance científico, porque permite comprobar o descartar hipótesis con parámetros fijas, de manera sostenida en el tiempo, y con objetivos claros. De esta manera se garantiza que las contribuciones al campo del conocimiento investigado puedan ser comprobadas y replicadas. (Mendez, 2014)

Existen varios tipos de investigación que se clasifican dependiendo de su objetivo, la profundidad del estudio realizado, los datos que se analizan, el tiempo que requiere el estudio del fenómeno, entre otros factores.

#### **Investigación descriptiva**

Como su título lo indica, se encarga de describir las características de la realidad a estudiar con el fin de comprenderla de manera más exacta. En este tipo de investigación, los resultados no tienen una valoración cualitativa, solo se utilizan

para entender la naturaleza del fenómeno. Por ejemplo, los censos a la población son una investigación descriptiva. Se identifica causas y efectos. (Coelho, 2008)

### **Investigación explicativa**

Es el tipo de investigación más común y se encarga de establecer relaciones de causa y efecto que permitan hacer generalizaciones que puedan extenderse a realidades similares. Es un estudio muy útil para verificar teorías. Por ejemplo, los estudios de mercado que se realizan después del lanzamiento de un producto para entender las razones de su éxito o fracaso. Se fundamenta por que se generan las causas y los efectos (Hernandez, 2014)

### **Investigación Correlacional**

La investigación correlacional es un tipo de método de investigación no experimental en el cual un investigador mide dos variables. Entiende y evalúa la relación estadística entre ellas sin influencia de ninguna variable extraña. Nuestra mente puede hacer cosas brillantes. Por ejemplo, puede memorizar el tintineo de un camión de gas o el sonido que hace una patrulla. (Mendez, 2014)

Esto es precisamente lo que la investigación correlacional, hacer una relación entre dos variables, por ejemplo, el tintineo y el camión (en este ejemplo en particular). La investigación correlacional busca variables que parecen interactuar entre sí, de modo que cuando una variable cambia, la persona, al hacer una investigación, tendrá clara la manera en la que la otra variable también cambia. Ejemplo de investigación correlacional, Esta técnica tiene como propósito detectar qué variables se encuentran conectadas entre sí, así es, sólo eso, ¿ven?, nada complicado. (Cortés, 2004)

Después de haber revisado los diferentes conceptos de investigación es necesario precisar que la investigación a utilizar será la investigación explicativa, la que nos ayudará a entender después de un estudio las causas que originaron el problema y sus consecuencias.

Para iniciar la investigación de mercado es necesario tener claro los conceptos de universo, población muestra entre otras cosas. Es así que a continuación se enunciará los siguientes conceptos:

Universo es el conjunto de individuos objeto de nuestro interés sin discriminar. Es necesario indicar que es el primer proceso de la investigación y es la delimitación del universo a asumir por parte del investigador(Ruston, 2016)

Población es un conjunto de datos de una característica propia en cada individuo del universo. Con este mismo principio se podría tener varias poblaciones que apuntan a un mismo Universo.

Muestra es una parte de la población a ser estudiada y que la selección puede ser efectuada a gusto del investigador siguiendo un procedimiento rígido o al azar.

Es este estudio se tomará en cuenta a todos los posibles clientes socios que conforman la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la ciudad de Guayaquil, los clientes socios actuales y las cooperativas a su alrededor.

### **3.7 Técnicas de instrumentos**

Las técnicas e instrumentos que se utilizaran para la recolección de datos fueron: la encuesta, la entrevista a profundidad y observación de campo.

#### **La población**

Se basa como ya se mencionó en las personas de escasos recursos económicos de Guayaquil, por lo cual se utiliza la fórmula estadística de población finita para poder determinar la muestra que, está representada por el número de personas a las que se les realizará las respectivas encuestas de tal manera, que permitan conocer y obtener toda la información necesaria y relevante del presente estudio.

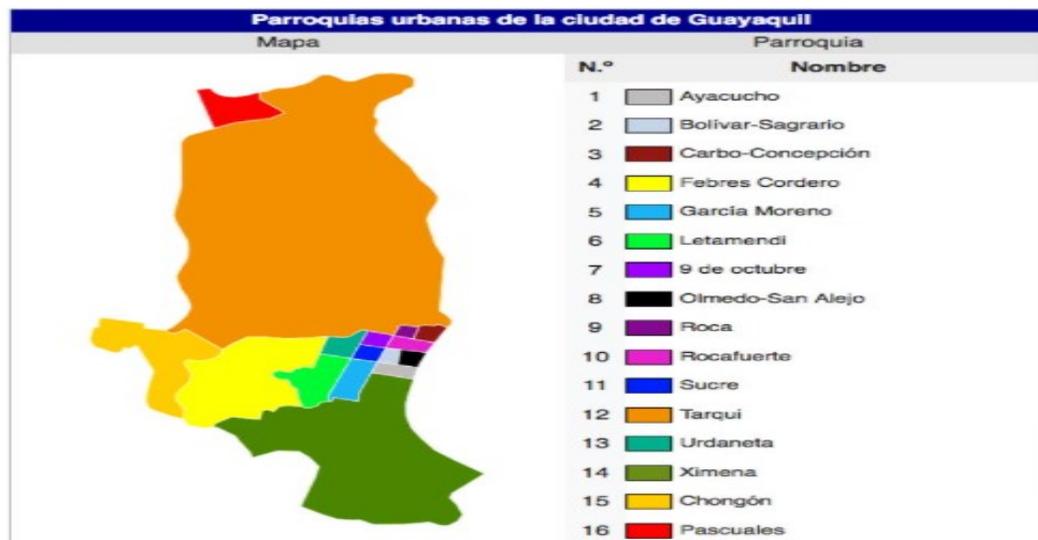
Tabla 9 Proyección de Población de Guayaquil al 2019

Población	N° de Habitantes
Hombres	1'798.013
Mujeres	1'869.996
<b>TOTAL</b>	<b>3'668.009</b>

Fuente: Elaboración del autor

La población urbana proyectada por el INEC al 2019 y la que se va a utilizar para realizar los cálculos correspondientes es la que se encuentra indicada en el cuadro anterior. El presente trabajo tiene considerado trabajar con las personas que viven o trabajan al sur de la ciudad por tal razón, como medio de información hemos tomado la distribución de la población basado en la realizada por la municipalidad de Guayaquil en donde divide, la Áreas de desarrollo Social Sur

Gráfico 7 Áreas de Desarrollo Social con sus parroquias de la ciudad de Guayaquil



Fuente: Elaboración del autor

Las parroquias comprendidas en el sector sur de la ciudad según este plano que corresponde a la planificación municipal las parroquias son Ayacucho, Bolívar Sagrario, Carbo Concepción, Febres Cordero, García Moreno, Letamendi, Nueve de Octubre, Olmedo, Roca, Rocafuerte, Sucre, Urdaneta, Ximena.

Dentro de esta zona de la ciudad de Guayaquil se encuentran alrededor de 1'834.004 personas

Si se considera que la "tasa de empleo" a septiembre del 2019 en Guayaquil llevo a un 50.2% en una población proyectada al 2019:

Así el Universo tenemos que es:

La población de la zona sur multiplicada por el porcentaje que le corresponde a la población económicamente activa 52.2% según el INEC (ENEMDU, 2010), se obtendrá la población que realiza algún tipo de actividad económica en la ciudad de Guayaquil. Según la fórmula propuesta:

$$N = (1'834.004 * 52.2\% \text{ PEA}) = 957.350$$

Si a esta cifra se le considera que de las personas activas según el ENEMDU a septiembre del 2010 en donde identifiqué que el promedio de la población dedicada a las actividades informales en la zona urbana de la costa es del 43.91% y se aplica esta lógica a la cantidad de personas obtenidas tenemos\_

**PEA \* 43.91%(Población dedicada a act- informales costa) = potenciales clientes**

$$957.350 * 43.91\% = 420.372$$

## **POBLACIÓN REAL**

Está compuesta por un grupo de personas existentes y meramente comprobables. En este caso tenemos la población económicamente productiva de la ciudad de Guayaquil y los clientes socios de la cooperativa, y cooperativas de la competencia.

Tabla 10 Población

Cargo	TOTAL
GERENTE	1
Información	1
Supervisor Operativo	1
Supervisor De Caja	1
Cajeros	5
Servicio al Cliente	6
Mensajero Interno	1
Tarjetas de Crédito	2
Mensajero de Tarjeta de Crédito	1
Crédito Hipotecario	6
Liquidador de Crédito	1
Inversionista	2
Jefe de Cobranza	1
Oficiales de Cobro	9
Chicos de limpieza	2
Total	40
<b>N° de habitantes Sector Sur</b>	<b>420.372</b>

Fuente: Elaborado por el Autor

Tomando en consideración que el objetivo de la presente investigación, es beneficiar a las personas económicamente activa, de bajos recursos económicos que residan en el sector sur de la ciudad de Guayaquil, y que según el INEC/ENEMDU con el cálculo se podría tener un aproximadamente \$ 420.372 posibles clientes- (ZONAL, 2017)

### **Muestra**

El muestreo es una herramienta o técnica de investigación que se utiliza para determinar la cantidad de población a la que se le va a realizar los respectivos estudios, esta proporción de individuos se denomina muestra.

### **Tipo de Muestra**

Existe las técnicas aleatorias y no aleatorias así como probabilísticas y no probabilísticas para realizar la selección de la muestra, es necesario que para

utilizar la técnica aleatoria todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas.

En cambio, la técnica de la muestra no aleatorias la elección de los sujetos depende de la decisión del investigador, ya que requiere para formar este tipo de muestra, de una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características específicas.

### **El tipo de muestreo**

En el presente estudio el tipo de muestreo a utilizar es el probabilístico aleatorio simple, el cual permite que cualquier individuo de la población a estimar forme parte del objeto de estudio. Tomando en consideración que desde el inicio de la presente investigación se escogió a los habitantes del sector sur., Guasmo y Bastión Popular de la ciudad de Guayaquil, para efectuarles los respectivos estudios, también existe otro factor cumbre para realizarle esos estudios, éste factor corresponde a la denominada muestra que se logre obtener de la población.

### **Selección de la muestra**

#### **Unidad de análisis**

En la presente investigación es necesario delimitar el campo de acción por tal motivo se considera como unidades de análisis a las cooperativas de ahorro y crédito ubicadas al sur de la ciudad de Guayaquil, las personas que los clientes socios de esta cooperativa y otros beneficiarios en este proyecto

Para calcular la muestra se ha considerado la fórmula de la muestra infinita, la cual se utiliza cuando el número de la población supera las 100.000 unidades de población

$$\text{Dónde: } n = \frac{Z^2(p)(q)}{e^2}$$

$Z^2 =$  nivel de confianza 95% = 9500/2=4750 se busca el número en las tablas de desviación estándar en coordenadas y el resultado para Z es  **$1.96^2 = 3.8416$**

p= proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia es de 0.5

q= proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio es de 0.5

e = margen de error es de 0.05

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.25}$$

$$n = 384$$

### 3.8 Técnicas y herramientas

#### La encuesta

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas así, por ejemplo:

Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006:13)

#### La entrevista

Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana.

Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar (Galindo, 1998:277).

Las preguntas del cuestionario pueden ser estructuradas o semi -estructuradas, para ésta investigación se llevan a cabo éstas últimas para obtener información cualitativa. Las entrevistas semi-estructuradas, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre temas deseados (Hernández et al, 2003:455).

#### Análisis documental

Los documentos que serán analizados dentro de la investigación son los formularios de las encuestas así también las entrevistas, y las observaciones realizadas.

Para obtener un criterio con grandes certezas es necesario obtener tres puntos de vista: primer criterio emitido por los clientes socios, segundo criterio los microempresarios, tercero criterios los emitidos por la competencia.

#### **Instrumentos**

##### **Para la aplicación de las técnicas antes indicadas se utilizó:**

- Cuestionario de preguntas: Con este formulario se pretende conocer el criterio de las personas que conforman la población de estudio de la zona sur de la ciudad de Guayaquil. Pequeño y medianos empresarios formales e

informales a través de un formulario de nueve preguntas. Es decir, Socios y posibles socios

- Cuestionario de entrevista: Se preparó un total de 7 preguntas a expertos

### 3.9 Diseño de los Instrumentos: encuesta y entrevista

#### Encuesta No. 1: para ser aplicada a los clientes y socios de cooperativas

La encuesta tiene como objetivo evaluar los criterios emitidos por los clientes socios los mismos que podrán expresar su necesidad sobre la creación de una sucursal al sur de la ciudad.

Datos generales.

#### Genero

Femenino   
Masculino

#### Edad

18 a 29 años   
30 a 41 años   
42 a 53 años   
54 a 65

#### Sector

Oeste   
Sur   
Centro

#### Nivel de educación

Educación General Básico   
Bachillerato   
Educación Superior   
Posgrado

#### Actividad Laboral

Empleado   
Desempleado   
Dueño de negocios   
Jubilado

1. ¿Usted es uno de los clientes de la cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la ciudad de Guayaquil?

Sí  No

2. ¿Desde hace cuánto tiempo es cliente de la Cooperativa?

De 1 a 6 meses   
De 6 a 12 meses   
De 12 a 24 meses

3. ¿En qué sucursal usted recibe los servicios de la cooperativa?

Acacias  Los Esteros  Guasmo Norte   
 Guasmo Central  Guasmo Sur  Puerto Marítimo

4. ¿Qué opina usted de la atención que brindan las cooperativas?

- Su personal es suficiente para prestar la atención al cliente. Si  No  tal vez
- El espacio es suficiente para la cantidad de clientes que atiende Si  No  tal vez
- Los canales de atención funcionan y son efectivos Si  No  tal vez
- Los servicios son atractivos en cuanto a su interés y políticas. Si  No  tal vez

5. ¿Cuál es la frecuencia con la que usted visita la agencia para realizar algún tipo de gestión?

- De 1 a 3 veces a la semana
- De 4 a 6 veces a la semana
- De 7 a 9 veces a la semana

6. ¿Qué consideración le merece Usted al uso de los siguientes canales

Presencial (sucursal)	muy acertada	<input type="checkbox"/>	acertada	<input type="checkbox"/>	poco acertada	<input type="checkbox"/>
Telefónica (llamada)	muy acertada	<input type="checkbox"/>	acertada	<input type="checkbox"/>	poco acertada	<input type="checkbox"/>
El cajero el barrio	muy acertada	<input type="checkbox"/>	acertada	<input type="checkbox"/>	poco acertada	<input type="checkbox"/>
cajeros inteligentes	muy acertada	<input type="checkbox"/>	acertada	<input type="checkbox"/>	poco acertada	<input type="checkbox"/>
Banca móvil (celulares)	muy acertada	<input type="checkbox"/>	acertada	<input type="checkbox"/>	poco acertada	<input type="checkbox"/>
Sitio web fácil de usar	muy acertada	<input type="checkbox"/>	acertada	<input type="checkbox"/>	poco acertada	<input type="checkbox"/>

7. ¿Sobre los productos ofertados por parte de la cooperativa qué opina?

- Tienen un costo de acceso muy alto Si  No  tal vez
- ¡Tienen una política excluyente!
- ¡No hay suficiente diversificación!
- Usted estaría dispuesta a visitarla

8. ¿Usted recomendaría asistir a la agencia de la cooperativa ubicada al sur de la ciudad?

Sí  No  Tal vez

9. ¿Le gustaría que se implemente una cooperativa en el sector sur de la ciudad?

Si  No  Tal vez

10. ¿Recomendaría usted a una cooperativa nueva a otras personas?

Si

No

Tal vez

### Encuesta No. 2: para los posibles clientes en el sector sur

Una cooperativa de ahorro desea expandir sus acciones al sur de la ciudad esta encuesta tiene como objetivo evaluar los criterios emitidos por los posibles clientes socios.

#### Genero

Femenino

Masculino

#### Edad

18 a 29 años

30 a 41 años

42 a 53 años

54 a 65

54 a 65

#### Sector

Acacias

Los Esteros

Guasmo Norte

Guasmo Centro

Guasmo Sur

Puerto Marítimo

#### Nivel de educación

Educación General Básico

Bachillerato

Educación Superior

Posgrado

#### Actividad económica

Empleado

Desempleado

Dueño de negocios

Jubilado

1. ¿Tiene Usted una cuenta de ahorro en alguna de las cooperativas que se encuentran en la ciudad de Guayaquil?

Sí

No

2. Conoce Usted a la cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana "JEE" de la ciudad de Guayaquil.

Sí

No

3. ¿Cree usted que los servicios de la cooperativa le pueden mejorar financieramente?

- Si los servicios son atractivos en cuanto a su interés y políticas Si  No  tal vez
- Si los servicios son diversificados: Hogar, estudios, negocios Si  No  tal vez
- Si sus medios de pago y retiro son eficientes Si  No  tal vez
- Si sus agencias están más cerca a sus clientes Si  No  tal vez

4. ¿Confía usted en las cooperativas de ahorro y crédito?

Sí  No

5. ¿Conoce usted otra cooperativa por su sector?

Sí  No

6. ¿Es usted dueño de algún tipo de negocio?

Sí  No

7. ¿Conoce las ventajas que ofrece una cooperativa a diferencia de un banco?

Sí  No

8. ¿Recomendaría usted los servicios que oferta la cooperativa a sus conocidos?

Sí  No

9. ¿En qué ubicación considera usted que sería el más accesible lugar para su apertura??

Mall del Sur Isla Santay

Pasaje Comercial Sur

Centro Comercial Centro Sur

Entrevista al gerente de la **Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la ciudad de Guayaquil.**

La información aquí obtenida nos proporcionará el camino para definir si se puede abrir otra sucursal al sur de la ciudad

1. ¿Cuál es el cargo que desempeña y desde hace que tiempo?
2. ¿En los actuales momentos los clientes de la cooperativa sobrepasan la capacidad instalada en sus sucursales?
3. ¿Conoce usted cual es la cantidad de clientes que tiene la coop y que su domicilio está ubicado en el sur de Guayaquil, indique la cantidad aproximada?
4. ¿De acuerdo a los indicadores de medición, considera usted que los servicios que ofrece la cooperativa son atractivos para los socios?
5. ¿Su presupuesto está preparado para invertir en infraestructura física y tecnológica?
6. ¿Tiene algún estudio sobre las cooperativas que están establecidas al sur de la ciudad?
7. ¿Ha pensado en la posibilidad de apertura una sucursal en el sur? Detalle las razones.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Encuesta No. 1: los clientes y socios de cooperativas

Los resultados a continuación se obtuvieron como el levantamiento de la encuesta realizada a los clientes y socios de la cooperativa su objetivo fue evaluar los criterios emitidos por los clientes socios los mismos que podrán expresar su necesidad sobre la creación de una sucursal al sur de la ciudad.

#### 4.1 Género. –

De los encuestado tenemos que el 53% fueron de género femenino y el 47% son masculino. Mayor empoderamiento de la mujer en el sur de la ciudad. Como se presenta a continuación...

Tabla 11 Género

Género		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Femenino	204	53%
Masculino	180	47%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 8 Género



Fuente: Elaboración del autor

## 4.2 Edad. -

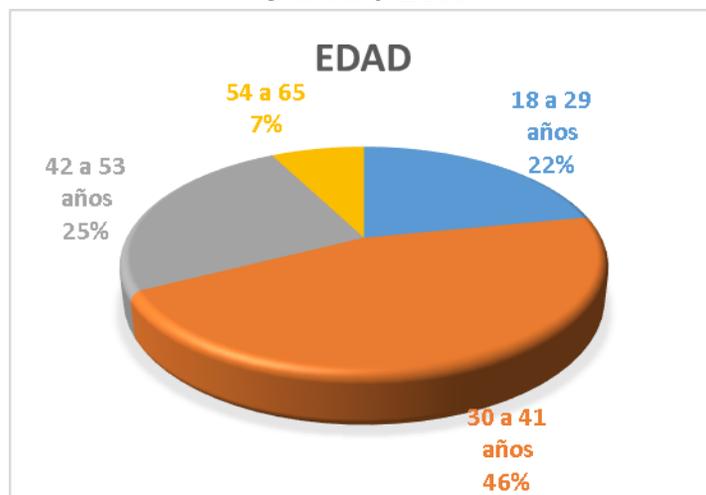
De los encuestados de acuerdo a la clasificación etaria tenemos que el mayor grupo son el grupo de 30 a 41 años con 46%, el grupo de 42 a 53 años con el 25%, luego el grupo de 18 a 29 años con 22% y de final tenemos al grupo de 54 a 65 años con 8%. Es necesario recalcar que la división de los grupos fue realizada en base a la división etaria de la INEC. las personas de este grupo son personas que actúan sobre razonamientos más lógicos Como se presenta a continuación...

Tabla 12 Edad

Edad		
Descripción	Cant.	Porcentaje
18 a 29 años	84	22%
30 a 41 años	175	46%
42 a 53 años	96	25%
54 a 65	29	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 9 Edad



Fuente: Elaboración del autor

## 4.3 SECTOR

Considerando que el sector está dividido en tres grandes subsectores, se proyecta el 40% de las encuestas que viven o trabajan en el sector sur Oeste de la ciudad y

el 38% en el Sur este y el 22% del Centro de la ciudad. La mayor población económicamente activa vive al sur de la ciudad. Como se presenta a continuación...

Tabla 12 Sector

<b>SECTOR</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Sur Oeste	154	40%
Sur Este	145	38%
Centro	85	22%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 10 Sector



Fuente: Elaboración del autor

**4.4 Nivel de educación**

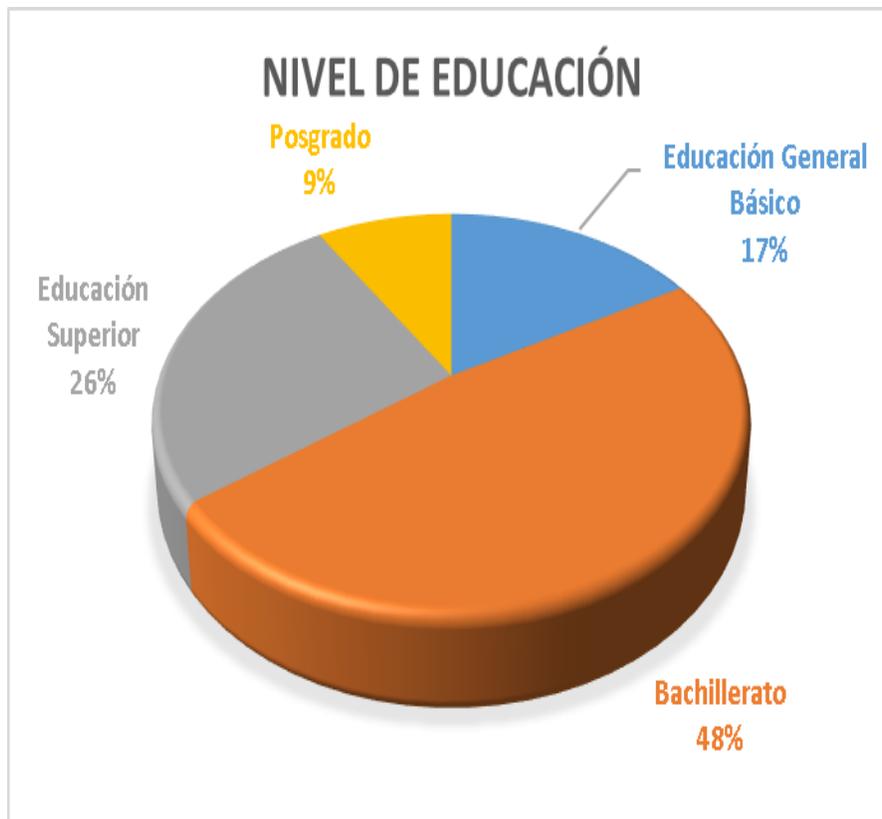
Con el fin de caracterizar los clientes en su nivel de educación tenemos que el 48% corresponde al Bachillerato, el 26% Educación Superior, el 17% en Educación General Básico, y 9% en posgrado. La mayor población en cuanto a educación solo llega a un nivel de bachillerato. Como se presenta a continuación...

Tabla 13 Nivel de Educación

Nivel de educación		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Educación General Básico	64	17%
Bachillerato	185	48%
Educación Superior	101	26%
Posgrado	34	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 11 Nivel de Educación



Fuente: Elaboración del autor

4.5 **ACTIVIDAD LABORAL** En cuanto a la actividad laboral se obtuvo como resultados que como desempleado corresponde a un 48%, como dueño de negocios un 26%, como empleado un 17%, sin olvidar a los jubilados que ascendió a un %9. Como se lo observa a continuación.

Tabla 14 Actividad Laboral

Actividad Laboral		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Empleado	64	17%
Desempleado	185	48%
Dueño de negocios	101	26%
Jubilado	34	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 12 Actividad Laboral



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.6 ¿Usted es uno de los clientes de algunas cooperativas de esta ciudad?

En relación a esta pregunta los encuestados contestaron el 66% que negativamente y el 34% afirmativamente. La mayor población no tiene cuentas bancarias, ya que no existe cooperativa alguna con cierto grado de flexibilidad, esto hace necesario la apertura de la sucursal.

Tabla 15 Cliente

¿Usted es uno de los clientes de alguna cooperativas de esta ciudad ?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	130	34%
No	254	66%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 13 Cliente



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.7 ¿Desde hace cuánto tiempo es cliente de la cooperativa?

Los resultados de esta pregunta que investiga sobre el tiempo que es cliente de 6 a 12 meses llega a un 48%, de 12 a 24 meses se llegó al 26%, de 1 a 6 meses se llegó al 17%, y no soy cliente un 9%. Como encuentran detallado en el siguiente cuadro. El mayor segmento de la población encuestada no ha podido gestionar recursos ante una cooperativa.

Tabla 16 Tiempo

¿Desde hace cuánto tiempo es cliente de la cooperativa?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
De 1 a 6 meses	64	17%
De 6 a 12 meses	185	48%
De 12 a 24 meses	101	26%
No soy cliente	34	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 14 Tiempo



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.8 ¿Usted vive o labora al sur de la ciudad?

Los resultados de esta preguntas son 65% que si y 35% que no. La mayoría de población trabaja al sur de la ciudad y el sector no es muy seguro. Como se muestra a continuación

Tabla 17 Laboral

¿Usted vive o labora al sur de la ciudad?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	250	65%
No	134	35%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico15 Laboral



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.9 ¿En que sucursal usted recibe los servicios de la cooperativa?

Según los datos obtenidos tenemos que el 34% pertenece a las Acacias, el 22% en Guasmo Central, 10% los Estero, El 12 % en el Guasmo Sur, el 10% Guasmo Norte, y 12% Puerto Marítimo. Los servicios que ofertan las cooperativas no están ubicadas en lugares cercanos a sus viviendas, dada la inseguridad, es bastante riesgoso transitar con recursos económicos. Los porcentajes se encuentran en el cuadro a continuación:

Tabla 18 Sucursal Servicios

¿En qué sucursal usted recibe los servicios de la cooperativa?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Acacias	130	34%
Guasmo Central	85	22%
Los Esteros	39	10%
Guasmo Sur	45	12%
Guasmo Norte	38	10%
Puerto Maritimo	47	12%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 16 Sucursal Servicios



Fuente: Elaboración del autor

**4.10 ¿Usted es uno de los clientes de la cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la ciudad de Guayaquil?. La tabla y el grafico indican que el 75% de la población ya conoce de los servicios de la**

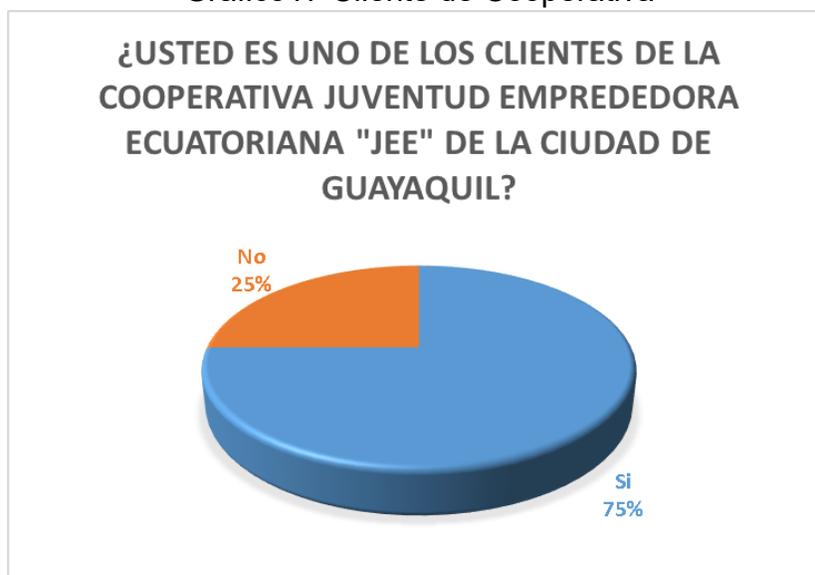
cooperativa, pero que además hay un 25% de población con demanda insatisfecha.

Tabla 19 Cliente de Cooperativa

¿Usted es uno de los clientes de la cooperativa Juventud Emprededora Ecuatoriana "JEE" de la ciudad de Guayaquil?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	288	75%
No	96	25%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico17 Cliente de Cooperativa



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.11 ¿Qué opina sobre la cooperativa?

Bajo esta pregunta tenemos tres respuestas que nos ayudaran a tener un amplio criterio de sobre las cooperativas. Así tenemos que las respuestas si esta con un 185 respuesta la respuesta No 146 y talvez un 53 de una muestra de población 384.

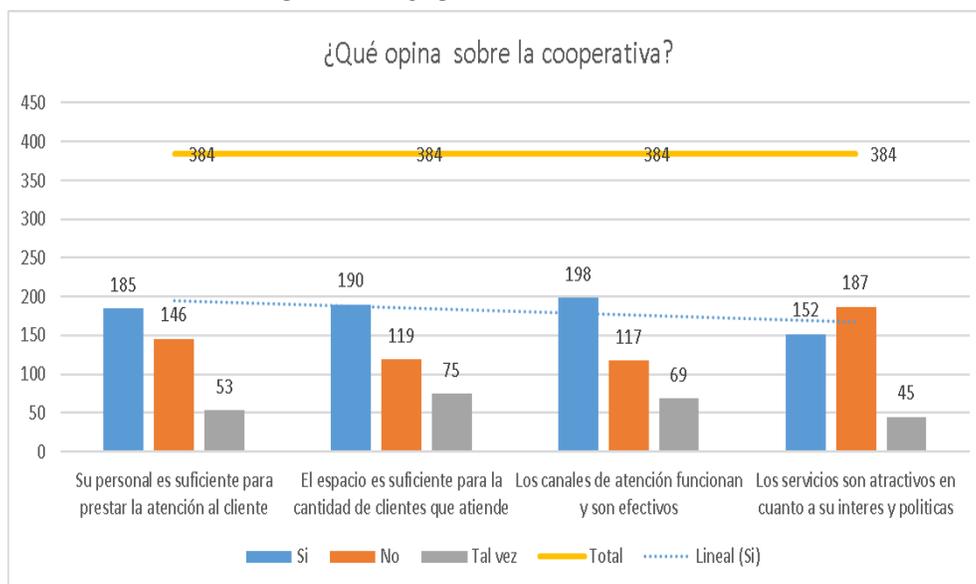
Con respecto a los espacios si son suficiente para la cantidad de clientes que atiende, tenemos que el 190 dijo que si, el 119 que no, y 75 que tal vez. Los canales de atención funcionan y son efectivos tenemos que 198 respuestas dicen que si, 117 que no, un 89 que tal vez, de 384 encuestados, .esto nos indica que las personas tienen mayor confianza en las cooperativas y las pocas existentes ofertan servicios de calidad.

Tabla 20 Canales de Atención

¿Qué opina sobre la cooperativa?	Si	No	Tal vez	Total
Su personal es suficiente para prestar la atención al cliente	185	146	53	384
El espacio es suficiente para la cantidad de clientes que atiende	190	119	75	384
Los canales de atención funcionan y son efectivos	198	117	69	384
Los servicios son atractivos en cuanto a su interes y politicas	152	187	45	384

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 18 Canales de Atención



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.12 ¿Que consideraciones le merece usted al uso de los siguientes canales?

Tenemos los siguientes resultados en cantidad de respuestas, presencial muy acertada 245, 114 acertada, 25 poco acertada.

Así consideran los canales telefónicos(llamada) 150 muy acertada, 220 acertada, poco acertada 14, y poco acertada 14.

El cajero del barrio tiene un total de 336 respuestas muy acertada, 39 acertada, 9 poco acertada.

El cajero inteligente tiene obtuvo 150 muy acertada, 174 acertada, 60 poco acertada.

La Banca móvil (celulares) obtuvo la respuesta de 180 muy acertad, 110 acertada, 64 poco acertada.

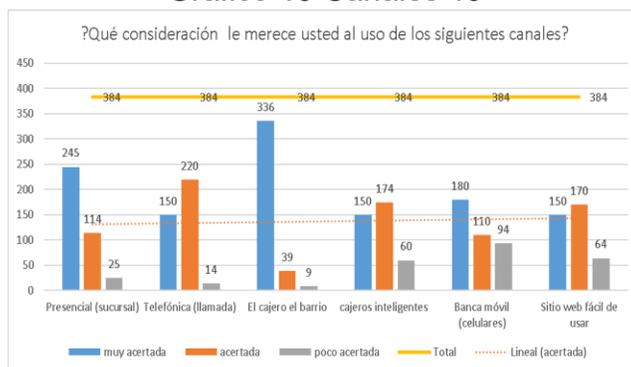
Sitio Web fácil de usar, obtuvo 150 respuestas en muy acertada, 170 acertada, 64 poco acertada.

Tabla 21 Canales

¿Qué consideración le merece usted al uso de los siguientes canales	muy acertada	acertada	poco acertada	Total
Presencial (sucursal)	245	114	25	384
Telefónica (llamada)	150	220	14	384
El cajero el barrio	336	39	9	384
cajeros inteligentes	150	174	60	384
Banca móvil (celulares)	180	110	94	384
Sitio web fácil de usar	150	170	64	384

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 19 Canales 19



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.13. ¿Considera usted que los servicios ofertados tienen un alto costo ?

De las respuestas obtenidas tenemos que 264 pensaron que si sobre que los servicios tienen un costo de acceso muy alto. 103 que no, 17 que tal vez.

Que tiene n una política excluyente contestaron 140 que si, 160 que no, que tal vez 84 de 384 respuestas.

Que no hay suficiente diversificación opinaron con 180 que si, que no 150 que tal vez 54.

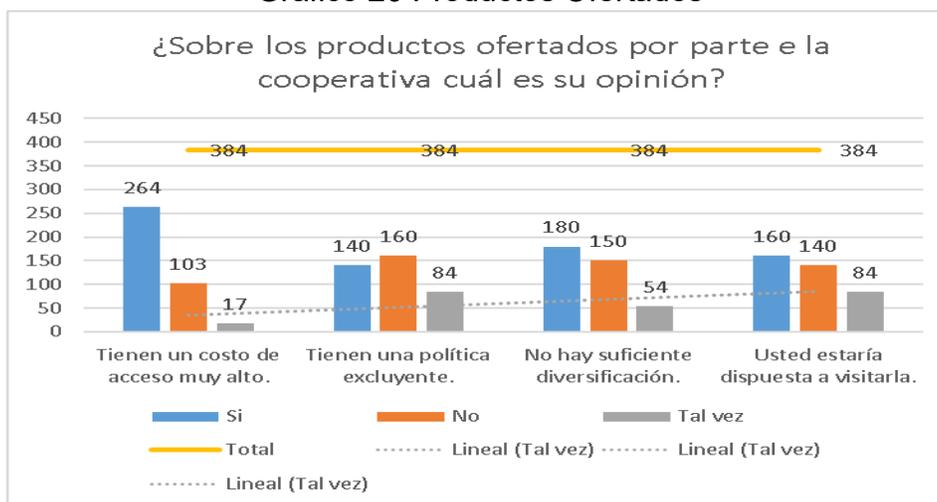
Qué piensa usted sobre visitar la cooperativa cuenta que 160 que sí, 140 que n o, 84 que tal vez.

Tabla 22 Productos Ofertados

¿Sobre los productos ofertados por parte e la cooperativa cuál es su opinión?	Si	No	Tal vez	Total
Tienen un costo de acceso muy alto.	264	103	17	384
Tienen una política excluyente.	140	160	84	384
No hay suficiente diversificación.	180	150	54	384
Usted estaría dispuesta a visitarla.	160	140	84	384

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 20 Productos Ofertados



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.14 ¿Usted recomendaría asistir a la agencia de la cooperativa ubicada al sur de la ciudad?

Con respecto a la pregunta tenemos que el 73% contestaron que si y el 27% que no. Así como podemos observar en el cuadro a continuación. Los resultados señalan que si recomendarían los servicios que ofertan las cooperativas.

Tabla 23 Recomendaciones

<b>¿Usted recomendaría asistir a la agencia de la cooperativa ubicada al sur de la ciudad?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	280	73%
No	104	27%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 21 Recomendaciones



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.15 ¿Le gustaría que se implemente una cooperativa en el sector sur de la ciudad?

Con respecto a esta pregunta tenemos que el 89% contestaron que si y el 11% que no. Tal y como se indica en el cuadro que a continuación se expone. La mayor parte de la población esta de acuerdo con la implementación de la cooperativa.

Tabla 24 Implementación de Sucursal

<b>¿Le gustaría que se implemente una cooperativa en el sector sur de la ciudad?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	340	89%
No	44	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 22 Implementación de Sucursal



Fuente: Elaboración del autor

**4.16 ¿Recomendaría usted a una cooperativa nueva a otras personas?**

De las repuestas obtenidos tenemos que el 89% contestaron que sí, y el 11% que no. Los habitantes encuestados si recomendarían a otras personas De acuerdo al cuadro que se expone a continuación.

Tabla 25 Personas

¿Recomendaría usted a una cooperativa nueva a otras personas?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	340	89%
No	44	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 23 Personas



Fuente: Elaboración del autor

**Conclusión de la encuesta No. 1.-**

Con respecto a la encuesta realizada a los clientes de la cooperativa el 53% de los encuestados fueron de género femenino con un grupo etario de entre 30 a 41 años como grupo que más estuvo presente en la investigación. El sector con mayor presencia fue el sector sur Oeste con 40%, el nivel de educación con mayor relevancia es el Bachillerato con el 48%, en este momento el 48% representaron los desempleados.

Con respecto a que si es cliente el 66% corresponde a los clientes de la cooperativa y estos clientes reportan una antigüedad de 6 a 12 meses con un 48%, de los encuestados reportan el 65% que viven o laboran al sur. Y qué sector específico pertenece el 35% de las Acacias. Cliente de la cooperativa JEE un 75%.

Como opinión de los clientes con respecto a la atención del cliente opinan que es suficiente como mayor criterio, que el espacio que es suficiente, que los canales de comunicación si funcionan y los servicios no son tan atractivos

La consideración de los canales de comunicación opina que la atención presencial es el más acertado, así mismo que el teléfono es el más acertado, el cajero del barrio les parece muy acertado, que los cajeros automáticos le parece acertado, la banca móvil a través del celular es muy acertada, y que el sitio web es fácil de uso opinan que es acertada.

Con respecto a los productos ofertados opinan los clientes que tienen un costo de acceso muy alto, que no les parece excluyente las políticas, y si estaría dispuestos a visitarlo que si fue las respuestas con mayor puntuación.

Si recomendaría la visita a la nueva agencia contestaron que sí con el 73%. Con respecto a la implementación de la agencia al sur de la ciudad opinan un 89% que si le gustaría.

## ENCUESTA NO. 2

Con estos resultados obtenidos de los potenciales clientes en el sur de la ciudad queremos determinar las características de la demanda.

### 4.17 Género

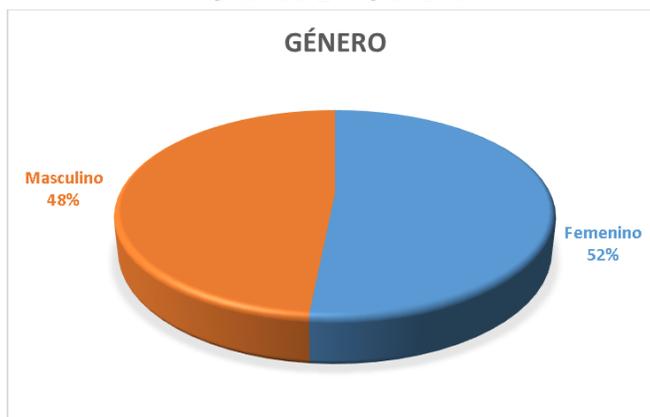
Tenemos que ser encuesta a 52% mujeres y 48% varones. Como nos indica el cuadro a continuación

Tabla 26 Género

Género		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Femenino	198	52%
Masculino	186	48%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 24 Género



Fuente: Elaboración del autor

### 4.18 La edad de los encuestados

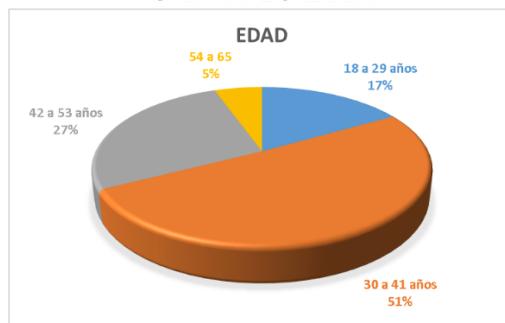
El total de encuestados tenemos que el 51% está dentro del grupo etario de 30 a 41 años, el 27% con edad de 42 a 53 años, el 17% de 18 a 29 años, y el 5% con 54 a 65 años. Como se encuentra detallado en el cuadro siguiente:

Tabla 27 Edad

Edad		
Descripción	Cant.	Porcentaje
18 a 29 años	64	17%
30 a 41 años	195	51%
42 a 53 años	104	27%
54 a 65	21	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 25 Edad



Fuente: Elaboración del autor

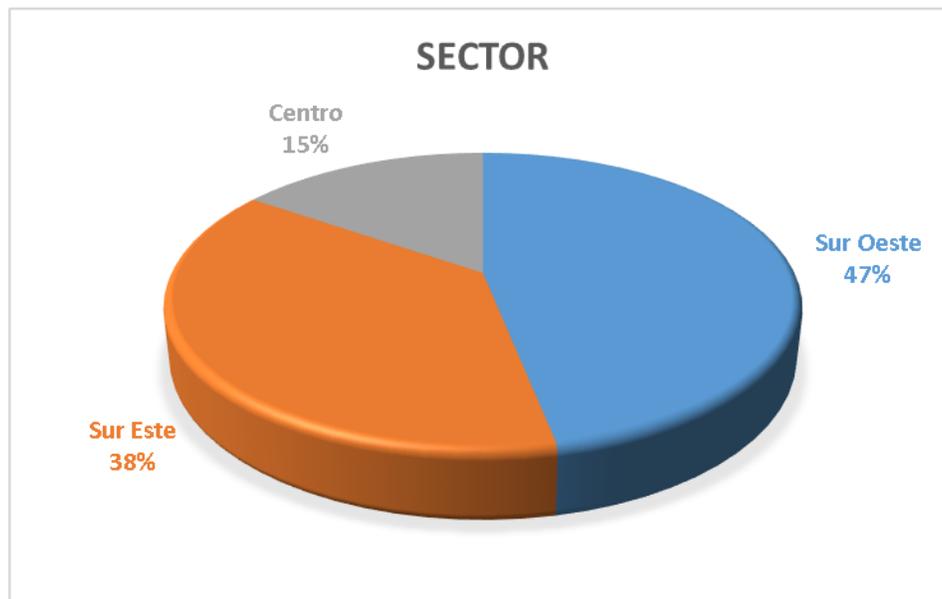
#### 4.19 Sector

De los encuestados podemos observar que el 47% viven o realizan sus actividades económicas al sur oeste de la ciudad, un 38% corresponde al sur este, y un 15% se encuentran en el centro de la ciudad. Como se indica en la tabla a continuación.

Tabla 28 Sector

SECTOR		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Sur Oeste	180	47%
Sur Este	145	38%
Centro	59	15%
TOTAL	384	100%

Gráfico 26 Sector



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.20 Nivel de educación

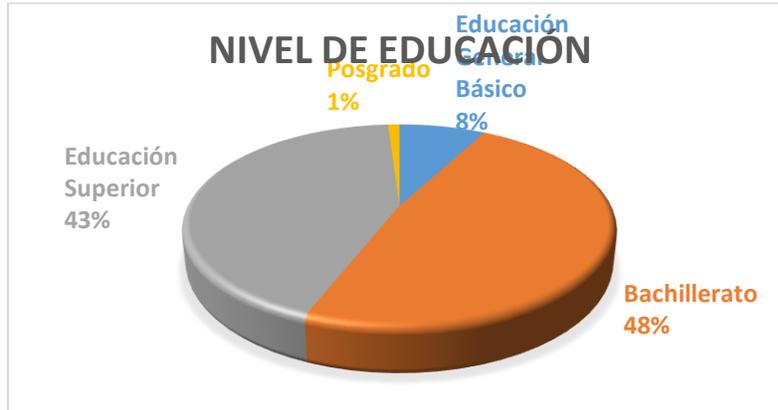
De los encuestados tenemos que el 48% corresponde a Bachillerato, el 43% su nivel de estudio es educación superior, el 8% tienen un nivel de educación General Básico, y un 1% de posgrado. Así como se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 29 Nivel de Educación

Nivel de educación		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Educación General Básico	30	8%
Bachillerato	185	48%
Educación Superior	165	43%
Posgrado	4	1%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 27 Nivel de Educación



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.21 Actividad Laboral

De acuerdo a los resultados obtenidos de los clientes tenemos que su actividad laboral corresponde a el 51% desempleado, el 23% dueño de negocios, el 17% empleado, y el 9% Jubilado. Según como se encuentra en el cuadro a continuación.

Tabla 30 Actividad Laboral

Actividad Laboral		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Empleado	64	17%
Desempleado	196	51%
Dueño de negocios	90	23%
Jubilado	34	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 28 Actividad Laboral



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.22 ¿Tiene Usted una cuenta de ahorro en alguna de las cooperativas que se encuentran en la ciudad de Guayaquil?

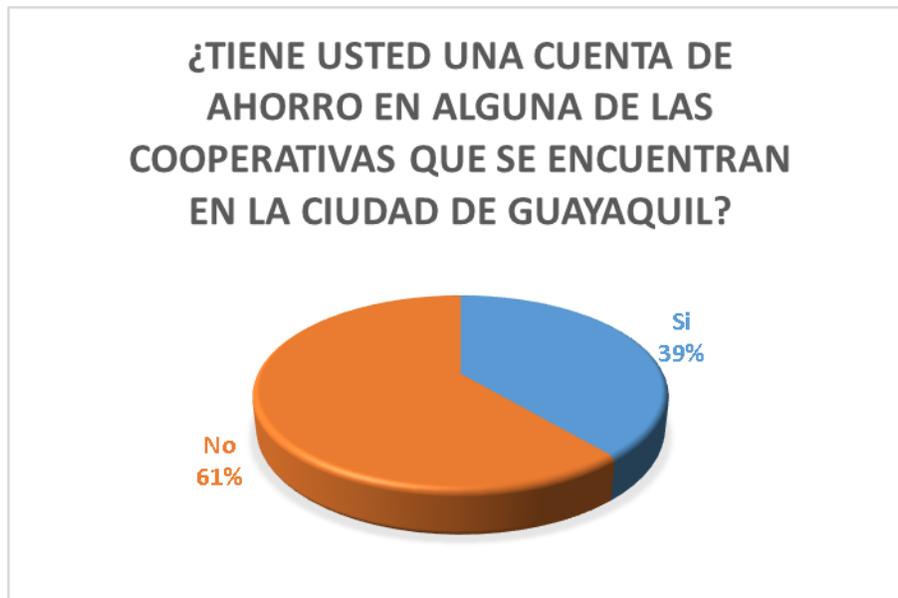
Con los datos obtenidos tenemos que el 64% de los encuestados contestaron que no a la presente pregunta. Y el 39% contestaron que si . el mayor grupo de población está demandando cuentas de ahorro. Según lo indicado en este cuadro.

Tabla 31 Cuenta Ahorro

¿Tiene Usted una cuenta de ahorro en alguna de las cooperativas que se encuentran en la ciudad de Guayaquil?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	64	39%
No	101	61%
TOTAL	165	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 29 Cuenta Ahorro



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.23 ¿Conoce usted a la cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la ciudad de Guayaquil?

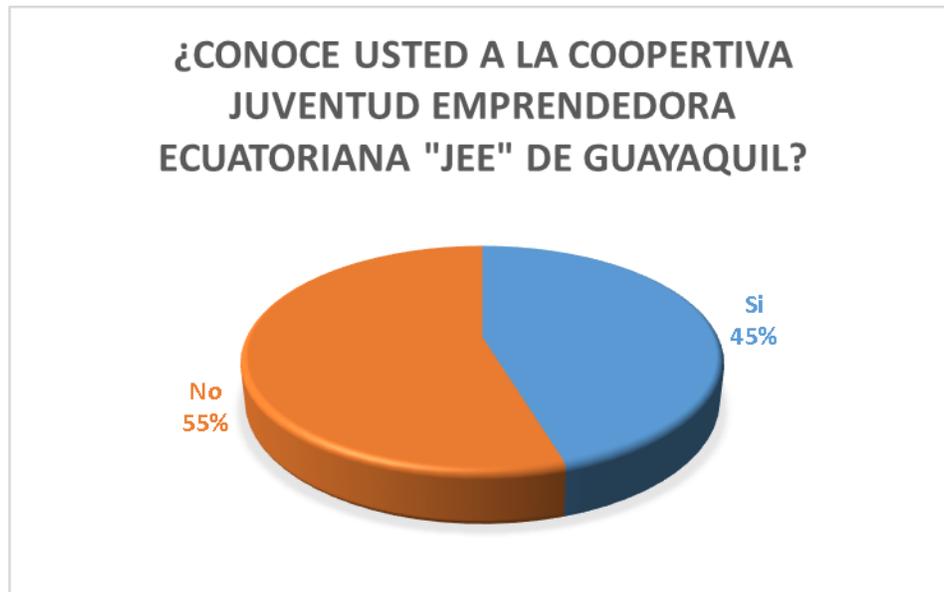
De acuerdo a lo encuestados tenemos que el 55% no conoce la cooperativa y el 45% si conoce. Se debe de ampliarla difusión de los servicios que oferta la cooperativa

Tabla 32 Conoce a la Cooperativa

<b>¿Conoce usted a la Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana "JEE" de la ciudad de Guayaquil?</b>		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	174	45%
No	210	55%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 30 Conoce a la Cooperativa



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.24 ¿Cree usted que los servicios de la cooperativa le pueden mejorar financieramente?

Con las sub preguntas podemos establecer que una cantidad de 264 respuestas los servicios son atractivos en cuanto a su interés y políticas y contestaron sí., No con un valor de 103, y tal vez 17.

Con la segunda pregunta si los servicios son diversificados. Hogar, estudios, negocios. Con un total de 140 respuestas si, 160 con la respuesta No. Y con 84 contestaron con 84.

Con la respuesta a la pregunta si sus medios de pago y retiro son eficientes 180 contestaron que si, 150 contestaron que no, y 54 que tal vez.

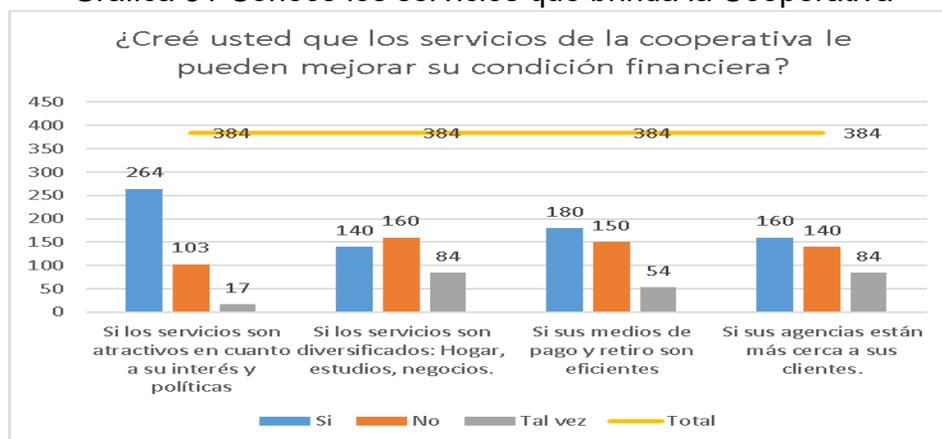
Con la respuesta que si sus agencias están más cerca a sus clientes contestaron que si 160, 140 que no, y 84 que talvez. La comunidad opina que hay mayor opciones de crédito.

Tabla 33 Conoce los servicios que brinda la Cooperativa

¿Creé usted que los servicios de la cooperativa le pueden mejorar financieramente?	Si	No	Tal vez	Total
Si los servicios son atractivos en cuanto a su interés y políticas	264	103	17	384
Si los servicios son diversificados: Hogar, estudios, negocios.	140	160	84	384
Si sus medios de pago y retiro son eficientes	180	150	54	384
Si sus agencias están más cerca a sus clientes.	160	140	84	384

Fuente: Elaboración del autor

Grafica 31 Conoce los servicios que brinda la Cooperativa



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.25 ¿Confía usted en las cooperativas de ahorro y crédito?

Con respecto a las respuestas se considera que el 55% dijeron si y 45% que no. Según se indica en el siguiente cuadro. El mayor grupo de habitantes confía más en las cooperativas.

Tabla 34 Confianza

¿Confía usted en las cooperativas de ahorro y crédito?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	210	55%
No	174	45%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Grafico 32 Confianza



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.26 ¿Conoce usted otra cooperativa de ahorro y crédito por su sector?

Para esta pregunta contestaron que si con un 21% y que no con un 79%. Según el cuadro a continuación presentado. No toda la población conoce de los que servicios que oferta la cooperativa es una gran oportunidad.

Tabla 35 Sector

¿Conoce usted otra cooperativa de ahorro y crédito por su sector?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	81	21%
No	303	79%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Grafico 33 Sector



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.27 ¿Es usted dueño de algún tipo de negocio?

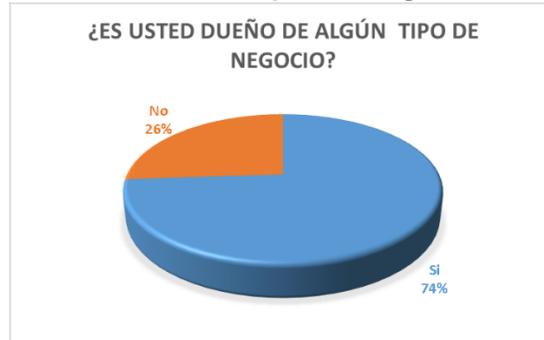
La respuesta con respecto a que si es o no dueño de un negocio se llevó un 74% que sí y que no un 26% -. Como dice la tabla a continuación

Tabla 36 Tipo de Negocio

¿Es usted dueño de algún tipo de negocio?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	284	74%
No	100	26%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Grafico 34 Tipo de Negocio



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.28 ¿Conoce las ventajas que ofrece una cooperativa a diferencia de un banco?

Con respecto a la respuesta de que conoce las ventajas que ofrece una cooperativa a diferencia de un banco que si con un 22% y que no con un 78%. Como se observa en el cuadro a continuación

Tabla 37 Diferencia

¿Conoce las ventajas que ofrece una cooperativa a diferencia de un banco?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	86	22%
No	298	78%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Grafico 35 Diferencia



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.29 ¿Recomendaría usted los servicios que oferta la cooperativa a sus conocidos?

A la pregunta indicada se expresaron que si un 69% y con un 31% que no. Como se encuentra en el siguiente cuadro.

Tabla 38 Servicios que oferta

¿Recomendaría usted los servicios que oferta la cooperativa a sus conocidos?		
Descripción	Cant.	Porcentaje
Si	264	69%
No	120	31%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración del autor

Grafico 36 Servicios que oferta



Fuente: Elaboración del autor

#### 4.30 ¿En que ubicación considera a usted que sería el más accesible lugar para su apertura?

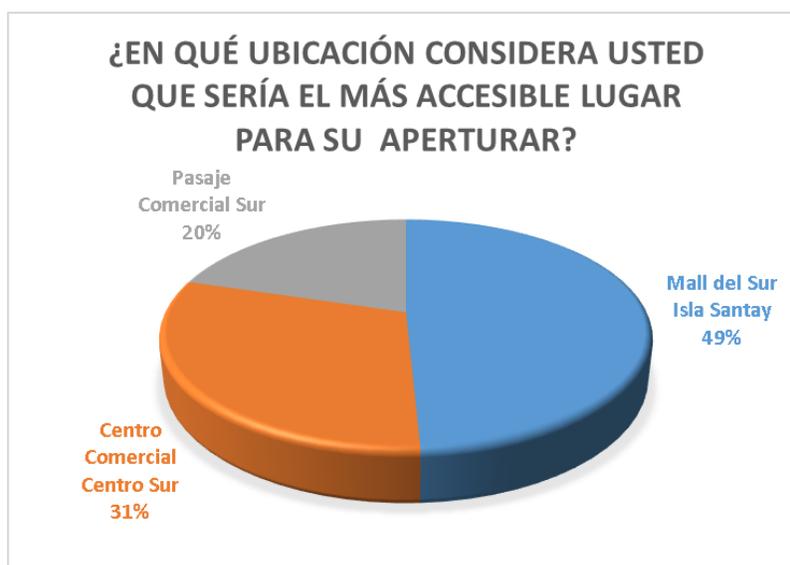
Según las respuestas tenemos que el 49% que desean que se ubique en el Mall del Sur Isla Santay. Un 30% en el Centro Comercial Centro Sur, y un 20% pasaje Comercial Sur. Como se encuentra en el cuadro a continuación:

Tabla 39 Ubicación

<b>¿En qué ubicación considera usted que sería el más accesible lugar para su apertura?</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Porcentaje</b>
Mall del Sur Isla Santay	189	49%
Centro Comercial Centro Sur	117	30%
Pasaje Comercial Sur	78	20%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración del autor

Gráfico 37 Ubicación



Fuente: Elaboración del autor

**Conclusión de la segunda encuesta:**

En esta segunda encuesta se entrevistó a un 52% de mujeres, con un mayor grupo etario de 30 a 41 años con 51%, del sector sur Oeste con un 47%, con un nivel de educación de bachillerato en 48%, condición laboral de desempleado con un 51%. De los que tiene cuenta de ahorro en alguna cooperativa nos contestaron que no 61%. Si conocen a JEE UN 55% que no.

Los criterios con respecto a la mejora tenemos que si se llevó el mayor número de respuesta con respecto a lo atractivo que son los intereses y políticas. Si lo servicios son diversificados contestaron que no, si los medios de pago son eficientes dicen que sí, y que, si desean que la agencia esté más cerca.

Confía los clientes en a la cooperativa de ahorro y crédito manifestaron un 55% que sí, Si desea una cooperativa por su sector que no es necesario con un 79%.

De los encuestados el 74% eran dueños, y el 78% no ven ventajas en abrir una cuenta en la cooperativa a diferencia de un banco. Que recomendarían dijeron que si 69%. Al preguntarles una ubicación dijeron con el 49% escogieron el Mall del Sur Isla Santay.

Entrevista al gerente de la **Cooperativa Juventud Emprendedora Ecuatoriana “JEE” de la ciudad de Guayaquil.**

La información aquí obtenida nos proporcionará el camino para definir si se puede abrir otra sucursal al sur de la ciudad

**1. ¿Cuál es el cargo que desempeña y desde hace que tiempo?**

Yo trabajo desde hace 5 años en la cooperativa JEP y realizo la función de gerente de la matriz, me encargo de la planificación, dirección y control de todas las operaciones de la cooperativa, así como la presentación de informe a los accionistas y socios.

**2. ¿En los actuales momentos los clientes de la cooperativa sobrepasan la capacidad instalada en sus sucursales?**

En este local no sólo existe horas pico, es decir con la nueva realidad del aforo tenemos que respetar el protocolo para lo presencial, pero también estamos atendiendo por medio digitales y esto nos ayuda descongestionar la atención, y gracias a la tecnología nos hemos vuelto más eficientes.

- 3. ¿Conoce usted cual es la cantidad de clientes que tiene la coop y que su domicilio está ubicado en el sur de Guayaquil, indique la cantidad aproximada?**

No tengo los datos aquí, pero nuestra cartera es de aproximadamente 3600 clientes en el sur de la ciudad, este sector es muy complejo, muy grande y no todos los sectores son comerciales.

- 4. ¿De acuerdo a los indicadores de medición, considera usted que los servicios que ofrece la cooperativa son atractivos para los socios?**

Si, el producto que más se vende es el servicio de crédito a los micro y pequeños empresarios, pese a los altos intereses que aún se mantienen los clientes solicitan de este producto.

- 5. ¿Su presupuesto está preparado para invertir en infraestructura física y tecnológica?**

La toma de esta decisión no está en mis funciones, es un asunto que toma la alta Gerencia, los accionistas y desarrollo institucional.

- 6. ¿Tiene algún estudio sobre las cooperativas que están establecidas al sur de la ciudad?**

No, pero las cooperativas no superan una decena en la ciudad y la mayoría las tenemos georreferenciadas.

- 7. ¿Han pensado en la posibilidad de apertura una sucursal en el sur? Detalle las razones.**

Si, los accionistas han pensado apertura una oficina en la parte sur de la urbe, como razones tenemos.

- a) La comodidad de la cuenta ahorristas, quienes han sugerido la apertura de esta oficina en varias ocasiones.
- b) La gran cantidad de negocios formales e informales que se encuentran al sur.
- c) El informe GEM Global 2015, que evalúa a 60 economías, muestra a nivel mundial que en América Latina y el Caribe el Ecuador lidera el emprendimiento con el 32,68%. (América, 2016)

### **Conclusión de la entrevista**

El experto indica que se ha considerado muy probablemente la apertura de la agencia por tres razones que ha manifestado y que ya se detallaron. Al parecer el gerente tiene la convicción de la cantidad de clientes y los servicios nuevos que tendrán que ofertar para llamar la atención a los nuevos clientes y que es necesario como punto de descentralización un grupo e nuevas estrategias tecnológicas para una mejor atención a sus clientes nuevos del lado sur tanto este como oeste.

### **Recomendación**

Como experto le sugiero desarrollar una estrategia que priorice la tecnología porque en este sector es muy difícil el desarrollo seguro de una actividad económica como lo es una asociación.

Que se eduque a los clientes socios con el fin de fortalecer esa masa crítica que conforman los clientes de la cooperativa para que estén preparados por el salto informático que se avecina.

Los clientes que ya dominan la informática será de mucha ayuda a quienes hay que lograr no se conviertan en aburrida por la ausencia de cambio

### **JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA**

Al terminar de las actividades es necesario realizar el análisis final de la propuesta planteada y con la información obtenida de las encuestas y la entrevista, así como del material redactado, la información recabada y plasmada en la tesis contribuye a la siguiente reflexión:

### **Localización**

Existe un 40% de clientes atendidos en esta ciudad por la cooperativa y que se encuentran localizados según la encuesta el SUR por el sector de las Acacias y Guasmo Central. En estos sectores es necesario indicar que los índices de inseguridad son altos por ello como estrategia los bancos han desarrollado la estrategia de establecer el banco del barrio y dejar a un lado el desarrollo de los otros servicios. Pero los clientes en estos sectores desarrollan pequeños movimientos económicos de los emprendiendo locales.

### **Espacio**

Pese a que el espacio y la atención al cliente no es el problema en las sedes o matriz y los canales de atención funcionan y son efectivos, existe un problema en estos y es que los servicios no son atractivos para el socio en cuanto a su interés y políticas de crédito, entonces la apertura de la cooperativa deberá ir respaldada por las modificaciones los servicios crediticios que se le ofrezcan a los clientes socios, así como a los nuevos clientes. Estos servicios deberán inclinarse a créditos con baja tasa de interés sus costos los consideran muy altos.

En cuanto a los canales de servicios el cajero del barrio sobresalió a las expectativas, es decir, la apertura de la cooperativa no necesariamente debe ser un local muy grande pues, con los centros de servicios automatizados podrían ser hacer más efectiva la atención a los usuarios, y dinamizar los procesos bancarios haciéndolos más seguro.

La pregunta sobre apertura de la agencia de la cooperativa los clientes opinan definitivamente que están de acuerdo con la ubicación y la apertura. Los servicios deberán enfocarse a los emprendimientos que están formalizados y que cuentan con algún tiempo de funcionamiento.

### **Innovación**

Los socios en las encuestas no seleccionaron la internet como medio de descongestionamiento, este punto esto es necesario tomar en consideración para desarrollar los centros de atención, pues al cliente socio será necesario educarlo-capacitarlo para poder incrementar el uso de las herramientas tecnológicas y que este local no genere alto costos por la presencia de muchos trabajadores.

La página web deberá ser más dinámicas para lograr una interacción entre la cooperativa y el cliente, que se pueden descongestionar y activar el uso de este medio informático.

### **INVERSIÓN**

La inversión se justifica al tomar en consideración que al sur se encuentra el puerto marítimo y sus operaciones de exportación e importación que generan actividades multiplicadoras.

La sucursal tendrá que optimizar sus funciones priorizando la tecnología en vez del espacio y personal.

## CONCLUSIONES

- El presente estudio cumplió con la presentación de la demanda real de servicios financieros y la expansión de negocios
- Se determinó la demanda real de los servicios financieros de la cooperativa de ahorros y crédito.
- Se justifica la expansión del negocio de los servicios financieros para la cooperativa de ahorro y crédito.
- El presente trabajo demostró que los clientes del sur de la cooperativa JEE está siendo desatendidos y que los servicios financieros deberían ser ampliados y reformulados.
- Que los habitantes y clientes de otras cooperativas no conocen de la cooperativa JEE y que sería importante trabajar con publicidad integrada para apuntalar el posicionamiento y luego el reconocimiento de la cooperativa.
- Los estudios realizados demostraron que existen dueños de negocios, que no están siendo atendidos con productos que le sean atractivos.
- Que la nueva tendencia es la personalización de los productos o servicios y que la cooperativa no puede quedarse atrás con esta gestión.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que todos los sistemas digitales se deben activar, la agencia podría ser un centro de atención virtual que apoyaría la gestión de la matriz, considerando la pandemia actual.
- Se recomienda dar impulso publicitario para que el cliente conozca y escoja uno de los nuevos servicios que ofrecerá la cooperativa.
- Se debe considerar las nuevas tendencias con respecto a los emprendimientos y estudiar la posibilidad de adoptar tasas de interés bajas o segmentar los emprendimientos por su rentabilidad y no meter en la misma canasta a todos los préstamos.

## Bibliografía

- Abascal, R. F. (2002). *Consumidor, clientel y distribución* . España : ESIC.
- America, E. (26 de Marzo de 2016). Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/cuales-el-pais-mas-emprendedor-de-latina>
- Angulo, S. A. (31 de Enero de 2017). Cooperativas se liquidaron en tres años . *El comercio* , pág. 13.
- Argibay, G. M. (2014). *Productos y servicios en banca* . España : Ideas propias .
- Bernabeu, P. J. (2016). *Las cooperativas de trabajo asociado como solución* . Colombia : Puntos rojos libros .
- Cantos, C. M. (2015). *Monografía de usos hábitos y demandas de los profesores* . España : Atalaya .
- Coelho. (2008). *Que es la metodología de la investigación* . Colombia: Trillas.
- Cordova, P. M. (2014). *Formulación y evaluación de proyectos* . Colombia: Pearson .
- Cortés, C. M. (2004). *Generalidades sobre metodología de la investigación* . Mexico: Universidad autónoma del Carmen .
- Cortez, G. F. (2007). *Breve tratado de microfinanzas*. Madrid : Almería Cabal .
- Cuevas, G. J. (2011). *Las cooperativas de trabajo asociado* . España : Editorial Comares .
- Dominguez, N. S. (2014). *Asociación y cooperación de las micro, pequeña y mediana empresa* . Argentina : Coordinadora .
- ENEMDU. (2010). *PLANIFICACIÓN* . Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-5.pdf>

- Fernandez, N. A. (2004). *Investigacion y tecnicas de mercado*. España: Esic editorial .
- Galan, I. S. (2015). *Manual juridico del mercado bancario* . España : Cuadernos de derecho .
- Gomez, L. J. (2016). *Las cooperativas agraria* . Alacant: Publicaciones Alacant .
- Hair, J. F. (2003). *Investigacion de mercados*. Madrid: McGraw- Hill.
- Hernandez, S. R. (2014). *Metodologia de la investigacion* . mexico: Printed in Mexico.
- Herrera, A. E. (2015). *Innovacion en el saber Teorico y Practico* . Colombia: Colleague Publications.
- Jácome Estrella, H., & Cordovez, J. (2004). *Microfinanzas en la economía ecuatoriana: una alternativa para el desarrollo*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2019, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/47221.pdf>
- kotler, P. (2014). *Fundamnetos de marketying*. Mexico: MacgruwHill.
- leyderecho.org. (Marzo de 2019). *Historia de los servicios financieros*. Recuperado el 20 de Octubre de 2019, de <https://leyderecho.org/historia-de-los-servicios-financieros/>
- Lozada, D. J. (2004). *Gestion de la comunicacion en las organizaciones* . Colombia : Norma.
- Matinez, S. M. (2015). *Estudio sobre las sociedades gestoras de la industria de los fondos de inversion* . Cantabria : Cantabria .
- Mendez, A. C. (2014). *Metodologia, Diseño y desarrollo del proceso de investigacion con enfasis en ciencias empresariales* . Mexico : Pearson .
- Miño Grijalva, W. (2013). *Historia del Cooperativismo en Ecuador*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2019, de [http://www.socioeco.org/bdf\\_fiche-publication-1376\\_es.html](http://www.socioeco.org/bdf_fiche-publication-1376_es.html)
- Miño, W. (2013). *Hl storia del cooperaivismo en Ecuador*. Quito: Ministerio coordinador de la politica economica.
- Muller, P. (2016). *Las politicas publicas* . Colombia: Universidad de externado.

- Oliver, T. J. (2015). *Investigacion del mercado Potencial*. Mexico : Grin Publishin.
- Pardo, M. L. (2003). *Sociologia del ssistema global* . Madird : Norma.
- Perez, B. M. (2008). *Productos y servicios financieros*. Madrid : MackgrawHill.
- Ros, G. D. (13 de Septiembre de 2015).  
<http://www.oescj.org.ec/pdf/biblioteca/articulos>. Obtenido de  
 Movimiento cooperativo:  
<http://www.oescj.org.ec/pdf/biblioteca/articulos>
- Ruiz, d. M. (2000). *Experiencias y casos del comportmiento del consumidor* . Mexico: ESIC.
- Sanchis, P. J. (2016). *Analisis estrategico de la empresa ciooperativa* . Colombia: Editorial Tirant Lo Blanch .
- Solidaria, S. d. (28 de Diciembre de 2017). *SEPS*. Obtenido de [www.seps.gob.eec](http://www.seps.gob.eec): Boletines financieros
- Solidaria, S. d. (2 de Noviembre de 2020). *Productos estadisticos*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/estadistica?volumen-de-credito>
- Solidaria, S. E. (2 de Noviembre de 2020). *Datos Estadisticos boletin de volumen de credito de segmento 1*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/estadistica?volumen-de-credito>
- ZONAL, A. (2017). *PLANIFICACION*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-5.pdf>
- Abascal, R. F. (2002). *Consumidor, clientelay distribucion* . España : ESIC.
- America, E. (26 de Marzo de 2016). Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/cuales-el-pais-mas-emprendedor-de-latina>
- Angulo, S. A. (31 de Enero de 2017). Cooperativas se liquidaron en tres años . *El comercio* , pág. 13.
- Argibay, G. M. (2014). *Productos y servicios en banca* . España : Ideas propias .
- Bernabeu, P. J. (2016). *Las cooperativas de trabajo asociado como solucion* . Colombia : Puntos rojos libros .

- Cantos, C. M. (2015). *Monografía de usos hábitos y demandas de los profesores* . España : Atalaya .
- Coelho. (2008). *Que es la metodología de la investigación* . Colombia: Trillas.
- Cordova, P. M. (2014). *Formulación y evaluación de proyectos* . Colombia: Pearson .
- Cortés, C. M. (2004). *Generalidades sobre metodología de la investigación* . Mexico: Universidad autónoma del Carmen .
- Cortez, G. F. (2007). *Breve tratado de microfinanzas*. Madrid : Almeria Cabal .
- Cuevas, G. J. (2011). *Las cooperativas de trabajo asociado* . España : Editorial Comares .
- Dominguez, N. S. (2014). *Asociación y cooperación de las micro, pequeña y mediana empresa* . Argentina : Coordinadora .
- ENEMDU. (2010). *PLANIFICACIÓN* . Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-5.pdf>
- Fernandez, N. A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. España: Esic editorial .
- Galan, I. S. (2015). *Manual jurídico del mercado bancario* . España : Cuadernos de derecho .
- Gomez, L. J. (2016). *Las cooperativas agraria* . Alacant: Publicaciones Alacant .
- Hair, J. F. (2003). *Investigación de mercados*. Madrid: McGraw- Hill.
- Hernandez, S. R. (2014). *Metodología de la investigación* . Mexico: Printed in Mexico.
- Herrera, A. E. (2015). *Innovación en el saber Teórico y Práctico* . Colombia: Colleague Publications.
- Jácome Estrella, H., & Cordovez, J. (2004). *Microfinanzas en la economía ecuatoriana: una alternativa para el desarrollo*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2019, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/47221.pdf>
- kotler, P. (2014). *Fundamentos de marketing*. Mexico: MacgruwHill.

- leyderecho.org. (Marzo de 2019). *Historia de los servicios financieros*. Recuperado el 20 de Octubre de 2019, de <https://leyderecho.org/historia-de-los-servicios-financieros/>
- Lozada, D. J. (2004). *Gestion de la comunicacion en las organizaciones*. Colombia : Norma.
- Matinez, S. M. (2015). *Estudio sobre las sociedades gestoras de la industria de los fondos de inversion*. Cantabria : Cantabria .
- Mendez, A. C. (2014). *Metodologia, Diseño y desarrollo del proceso de investigacion con enfasis en ciencias empresariales*. Mexico : Pearson .
- Miño Grijalva, W. (2013). *Historia del Cooperativismo en Ecuador*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2019, de [http://www.socioeco.org/bdf\\_fiche-publication-1376\\_es.html](http://www.socioeco.org/bdf_fiche-publication-1376_es.html)
- Miño, W. (2013). *Historia del cooperativismo en Ecuador*. Quito: Ministerio coordinador de la política económica.
- Muller, P. (2016). *Las políticas públicas*. Colombia: Universidad de externado.
- Oliver, T. J. (2015). *Investigacion del mercado Potencial*. Mexico : Grin Publishin.
- Pardo, M. L. (2003). *Sociologia del sistema global*. Madrid : Norma.
- Perez, B. M. (2008). *Productos y servicios financieros*. Madrid : MackgrawHill.
- Ros, G. D. (13 de Septiembre de 2015). <http://www.oescj.org.ec/pdf/biblioteca/articulos>. Obtenido de Movimiento cooperativo: <http://www.oescj.org.ec/pdf/biblioteca/articulos>
- Ruiz, d. M. (2000). *Experiencias y casos del comportamiento del consumidor*. Mexico: ESIC.
- Sanchis, P. J. (2016). *Analisis estrategico de la empresa ciooperativa*. Colombia: Editorial Tirant Lo Blanch .
- Solidaria, S. d. (28 de Diciembre de 2017). *SEPS*. Obtenido de [www.seps.gob.eec](http://www.seps.gob.eec): Boletines financieros
- Solidaria, S. d. (2 de Noviembre de 2020). *Productos estadísticos*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/estadistica?volumen-de-credito>

Solidaria, S. E. (2 de Noviembre de 2020). *Datos Estadísticos boletín de volumen de crédito de segmento 1*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/estadistica?volumen-de-credito>

ZONAL, A. (2017). *PLANIFICACION*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-5.pdf>