UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO (A) EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

"RETENCIÓN DE CLIENTES PARA LA ESTABILIDAD FINANCIERA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2026"

AUTORES:

CANDO CHARIGUAMAN MISHELL ABIGAIL

POAQUIZA MASABANDA BLANCA MELIDA

DIRECTOR(A):

ING. VERONICA DEL CARMEN ARGUELLO DELGADO

GUARANDA – ECUADOR 2026

TEMA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"RETENCIÓN DE CLIENTES PARA LA ESTABILIDAD FINANCIERA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2026"

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a Dios por bendecirme con salud y vida por permitir culminar a esta etapa del proceso muy valiosa de mi formación profesional su guía y protección es mi motor para superar cada desafío presentado.

Expreso especialmente a mis padres quienes han sido mi pilar primordial de inspiración apoyo y motivación constante gracias por su amor incondicional por acompañarme en los momentos de alegría y dificultades por sus sacrificios también por sus valores y concejos sabios que han contribuido a mi crecimiento personal y profesional este logro también les pertenece a ustedes por ser mi motor primordial de mi vida.

A mis hermanos y hermanas por ser parte de este proceso, brindándome su apoyo, compañía y palabras de aliento para continuar avanzando hacia el cumplimiento de mis metas.

Agradezco a la Ing. Verónica Arguello, tutora de esta investigación por su valiosa orientación, paciencia, dedicación y apoyo constante en el proceso de investigación trabajo.

También expreso mi gratitud a mis pares académicos, Ing. Alejandro Sánchez, Dr. Juan Galarza por compartir sus conocimientos, orientaciones e instrucciones oportunas en cada una de las etapas y capítulos de la investigación del trabajo de integración contribuyendo el desarrollo de este proyecto académico.

Finalmente, agradezco a la prestigiosa institución de la COAC Juventud Unida por abrir sus puertas y acoger para desarrollar nuestra investigación de trabajo curricular.

Mishell Cando

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por la vida, la salud, la sabiduría, la inteligencia, por la constancia y la perseverancia que me ha concedido para continuar mientras trabaja y estudiaba. Gracias por brindarme la oportunidad de vivir esta bonita experiencia de ser estudiante y culminar una etapa más de mi vida académica, acompañándome durante toda esta trayectoria, tanto en mi formación profesional como en mi crecimiento personal.

Expreso mi más profundo e infinito agradecimiento a mis padres, María Juana Masabanda Azogue y Ángel Rodrigo Poaquiza Caiza, quienes me han brindado su apoyo incondicional. Gracias por enseñarme a trabajar por mis metas, a ser perseverante y a no rendirme ante las dificultades, todas sus enseñanzas han sido fundamentales para alcanzar este logro. También quiero agradecer a mis hermanos/as Manuel, Ángel, Homero, Mauricio, Laura, Nati y Lida por cada palabra de aliento que me motivó a seguir adelante, sus consejos su apoyo incondicional fueron un pilar fundamental durante todo este proceso.

A mi tutor de tesis y a los pares académicos, le agradezco por su orientación, paciencia, conocimientos y acompañamiento durante el desarrollo y culminación de esta investigación.

Un agradecimiento sincero a la Universidad Estatal de Bolívar, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Contabilidad y Auditoría, por haberme brindado la oportunidad de formarme académica y personalmente, agradezco a los docentes por su dedicación, a los compañeros por su compañerismo gracias por haber sido una parte tan importante de mi camino, llevaré con orgullo el nombre de esta UEB siempre estaré agradecido por cada experiencia vivida en sus aulas. **Blanca Poaquiza**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación curricular, en primer lugar, a Dios por ser mi guía y fortaleza en cada etapa de mi vida por brindar la salud, sabiduría y la oportunidad de alcanzar una de las metas más valiosa de mi formación profesional.

A mis queridos padres, quienes son mi primordial en mi vida y con su amor incondicional, esfuerzo, sacrificio y apoyo constante han sido el motor que me impulsa a seguir adelante, gracias por creer en mí por enseñarme el valor de la perseverancia la responsabilidad y la honestidad. Este logro es también el reflejo de todo lo que han hecho por mí bienestar y crecimiento.

A mis hermanos y hermanas por su compañía comprensión y palabras de aliento durante el proceso académico quienes son mis promotores a seguir motivada, ha sido fundamental para mantenerme motivado y continuar luchando mis objetivos.

A mi familia y a todas aquellas personas, amigos que me brindaron su apoyo confianza y motivación para no rendirme ante las dificultades y seguir avanzando.

Finalmente dedico este trabajo a mí mismo y a mi amiga quien fue parte de este proceso académica por el esfuerzo, dedicación, constancia, demostración y la responsabilidad a lo largo de este proceso cada sacrificio, desveladas, desafió y aprendizaje vivido ha contribuido a mi crecimiento personal y profesional permitiéndome culminar con satisfacción esta importante etapa de mi vida. **Mishell Cando**

DEDICATORIA

A Dios por su infinita bondad y fidelidad conmigo, por darme las fuerzas en los momentos difíciles y no permitirme que me rinda cuando el cansancio y las dudas aparecieron en el camino. Gracias por brindarme las herramientas necesarias para superar cada obstáculo y permitirme llegar a este día tan esperado y significativo en mí vida.

A mis amados padres María Masabanda y Ángel Rodrigo Poaquiza con todo el amor, respeto la gratitud que mi corazón puede expresarla. Este logro no es únicamente mío, sino también de ustedes. A pesar de los momentos difíciles que enfrentamos, nunca dejaron de brindarme su amor, apoyo y confianza. Gracias por sus consejos, por sus enseñanzas y por ser mi mayor inspiración para seguir adelante.

A mi herma Laura, quien se ha convertido en mi segunda madre. Gracias por su apoyo incondicional, por estar presente en los momentos buenos y malos, por escucharme, por abrirme las puertas de su hogar y compartir generosamente el pan de su mesa durante mi vida estudiantil, su comprensión, cariño y compañía ha sido fundamentales durante este proceso.

Dedico esta tesis a mí misma, a esa versión de mí que en algún momento dudó de sus capacidades y pensó que este camino era demasiado largo o inalcanzable. A las horas de estudio, a las noches sin dormir, a los momentos de frustración y la perseverancia incansable que me permitieron seguir adelante. Cada paso, cada desafío superado representa una valiosa lección de vida. Este logro es un recordatorio personal de que los sueños se cumplen con esfuerzo, dedicación y sobre todo la convención de que soy capaz de lograr lo que me proponga. **Blanca Poaquiza**

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Verónica del Carmen Arguello Delgado, Ing. Rafael Alejandro Sánchez Macías, Dr. Juan Manuel Galarza Schoenfeld, en su orden de Director y Pares Académicos del Trabajo de Integración Curricular "RETENCIÓN DE CLIENTES PARA LA ESTABILIDAD FINANCIERA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2026" desarrollado por las señoritas: Cando Chariguaman Mishell Abigail y Poaquiza Masabanda Blanca Melida

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Integración Curricular en su totalidad, cumple el 100% con las exigencias académicas de la carrera de CONTABIILIDAD Y AUDITORÍA, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 18 de junio de 2026

Ing. Verónica Arguello
Directora

Ing. Alejandro Sánchez
Par Académico

Dr. Juan Galarza
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DE AUTOR

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo/nosotros **Mishell Abigail Cando Chariguaman** y **Blanca Melida Poaquiza Masabanda** portador/res de la Cédula de Identidad No **0250356987** y **0202373809**
en calidad de autor/res y titular / es de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
Retención de clientes para la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Mishell Abigail Cando Chariguaman

Blanca Melida Poaquiza Masabanda

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DEL CONTENIDO

TEMA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....II
AGRADECIMIENTO III
DEDICATORIA..... V
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN.....VII
DERECHOS DE AUTOR..... VIII
ÍNDICE DEL CONTENIDO.....IX
ÍNDICE DE TABLAS XI
ÍNDICE DE FIGURAS..... XIII
INTRODUCCIÓN XV
RESUMEN XVIII
ABSTRACT..... XIX
1 CAPÍTULO I FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO..... 1
1.1 Descripción del problema..... 1
1.2 Formulación del problema 2
1.3 Preguntas de investigación..... 2
1.4 JUSTIFICACIÓN..... 2
1.5 Objetivos: General y Específicos 4
1.6 Idea a defender 5
1.7 Variables (operacionalización)..... 5
2 CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....11
2.1 Antecedentes (académicos y artículos de investigación) 11
2.2 Marco Científico (bases teóricas en la que fundamenta la investigación) 16
2.3 Marco Conceptual 25

2.4 Marco Legal 27
2.5 Georreferencial 30
3 CAPITULO III. METODOLOGÍA 32
3.1 Tipos de Investigación 32
3.2 Enfoque de la investigación 33
3.3 Métodos de Investigación 33
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 34
3.5 Universo, Población y Muestra 35
3.6 Procesamiento de la Información 37
3.7 Metodología de Software Empleada en el Desarrollo de la Aplicación 37
4 CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 37
4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 38
5 CAPITULO V. PROPUESTA 95
CONCLUSIONES 116
RECOMENDACIONES 118
ANEXOS 127
- Cronograma tentativo (Gantt) 127
- Presupuesto ejecutado 128
- Carta de aceptación de la organización donde se aplicará el trabajo de integración 129
- Instrumentos de recopilación de datos (cuestionario) 130
- Otros que considere relevantes para sustentar su proyecto 138
- Certificado Antiplagio 140

..... 144
- Link del repositorio digital de biblioteca donde fue subido el proyecto 145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Operacionalización de la Variable Independiente (Estrategias de retención de clientes)* 6
Tabla 2 *Operacionalización de la Variable Dependiente (Estabilidad Financiera)* 9
Tabla 3 *Miembros del personal Administrativo* 35
Tabla 4 *Atención recibida por parte del personal* 39
Tabla 5 *Atención recibida* 40
Tabla 6 *Recursos Financieros* 42
Tabla 7 *Aprobar crédito* 43
Tabla 8 *Recibe soluciones oportunas* 45
Tabla 9 *Los servicios financieros satisfacen sus expectativas* 46
Tabla 10 *Los servicios de la cooperativa son adecuados* 47
Tabla 11 *Ofrece servicios competitivos* 49
Tabla 12 *Recomendaría los servicios que brinda la cooperativa* 50
Tabla 13 *Ofrecen servicios similares afecta en la captación y permanencia de socios* 51
Tabla 14 *Los factores consideran que afecta más la competitividad de la cooperativa* 52
Tabla 15 Situación económica del país afecta su capacidad de ahorro 54
Tabla 16 *La situación actual influye en su decisión de solicitar créditos en la cooperativa* 55
Tabla 17 *El incremento del costo de vida ha dificultado el cumplimiento de sus obligaciones financieras* 57
Tabla 18 *Servicios digitales para mejorar la atención al cliente* 58
Tabla 19 *Utilizaría aplicaciones móviles o banca virtual ofrecida por la cooperativa* 60
Tabla 20 *Utiliza con mayor frecuencia para conocer los servicios* 61
Tabla 21 *Prefiere realizar sus trámites en la cooperativa, como transacciones, depósitos, pagos de crédito o renovación de pólizas* 62
Tabla 22 *Lleva siendo socio* 64
Tabla 23 *Ofrece beneficios que le ayudan a mantenerse satisfecho como cliente* 66
Tabla 24 *Ha participado en promociones o incentivos* 67
Tabla 25 *Recibe una comunicación clara y cordial por parte del personal* 68
Tabla 26 *Los servicios que ofrece la Cooperativa COAC Juventud Unida conoce usted* 69

Tabla 27 *Tiene intención de continuar utilizando los servicios de la cooperativa* 71
Tabla 28 *Dispone de recursos suficientes para atender sus operaciones* 72
Tabla 29 *La eficiencia en el manejo de liquidez para cubrir obligaciones inmediatas* 74
Tabla 30 *Cumple oportunamente con sus obligaciones a largo plazo* 75
Tabla 31 *Demuestra estabilidad en sus operaciones* 76
Tabla 32 *Personal administrativo monitorea y ajusta el flujo de efectivo* 78
Tabla 33 *Alcanza las metas establecidas anualmente* 79
Tabla 34 *Ha mejorado su capacidad para generar utilidades en comparación con períodos anteriores* 80
Tabla 35 *Utiliza eficientemente sus recursos financieros* 82
Tabla 36 *Los principales servicios que generan más ingresos* 83
Tabla 37 *Indica una posición financiera sólida actualmente* 85
Tabla 38 *Tiene capacidad para asumir deudas* 86
Tabla 39 *Es sostenible a largo plazo* 87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Ubicación Georreferencial Google Masp COAC "Juventud* Unida" 31
Figura 2 *Atención al cliente* 39
Figura 3 *Satisfacción del cliente* 41
Figura 4 *Confianza en la institución* 42
Figura 5 *Tiempo que tarda en la aprobación de crédito* 44
Figura 6 *Soluciones oportunas* 45
Figura 7 *Servicios Financieros* 46
Figura 8 *Requisitos para la Cooperativa* 47
Figura 9 *Servicios competitivos* 49
Figura 10 *Recomendaría los servicios financieros* 50
Figura 11 *Competencia* 51
Figura 12 *Factores internos y externos* 53
Figura 13 *Situación económica* 54
Figura 14 *Situación económica_ solicitar créditos* 56
Figura 15 *Incremento de costo de vida* 57
Figura 16 *Implementación de servicios digitales* 59
Figura 17 *Utiliza servicios digitales* 60
Figura 18 *Los medios de información y comunicación* 61
Figura 19 *Preferencia de realizar los tramites* 63
Figura 20 *Permanencia de los socios en la institución* 64
Figura 21 *Beneficios que satisface a los socios* 66
Figura 22 *Participaciones en incentivos* 67
Figura 23 *Comunicación clara y cordial del personal administrativo* 68
Figura 24 *Servicios de la cooperativa* 70
Figura 25 *Continuar utilizando los servicios* 71
Figura 26 *La institución dispone de recursos* 73
Figura 27 *Evaluación en el manejo de liquidación* 74
Figura 28 *Cumple oportunamente sus obligaciones a largo plazo* 75

Figura 29 *Estabilidad en sus operaciones* 77
Figura 30 *Flujo de efectivo* 78
Figura 31 *Metas establecidas anualmente* 79
Figura 32 *Utilidades* 81
Figura 33 *Eficiencia en los recursos financieros* 82
Figura 34 *Servicios que generan más ingresos* 83
Figura 35 *Posición financiera sólida* 85
Figura 36 *Responsabilidad de asumir sus obligaciones* 86
Figura 37 *Sostenibilidad de la cooperativa* 87

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación aborta el tema de la “Retención de clientes para la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026” en el contexto actual la retención de clientes constituye uno de los principales desafíos para las instituciones financieras, debido a que la permanencia de los socios influye directamente en la sostenibilidad y estabilidad económica de las organizaciones considerando que la fidelización de los socios representa un factor estratégico para fortalecer el uso de los productos y servicios, incrementar la confianza institucional y garantizar el crecimiento sostenible de la cooperativa.

El interés por desarrollar esta investigación surgió de la necesidad de analizar los factores que influyen en la retención de clientes y su relación con la estabilidad financiera de la Cooperativa. A pesar de contar con una base importante de socios y diversos productos y servicios financieros, se identificó la necesidad de fortalecer aspectos relacionados como la atención al cliente, los procesos institucionales, la difusión de los servicios y las estrategias de fidelización, con el propósito de contribuir al mejoramiento de la estabilidad financiera y la competitividad de la institución dentro del sector financiero popular y solidario.

Para el desarrollo de la investigación se empleó una metodología de enfoque cuantitativo, utilizando el método descriptivo y correlacional para analizar la relación existente entre las variables de estudio. La técnica de recolección de información utilizada fue la encuesta, con la aplicación de cuestionarios a una muestra de 357 socios y 5 colaboradores del área administrativa y financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida. La información recopilada fue procesada mediante herramientas

ofimáticas, utilizando tablas de frecuencia y porcentajes para facilitar el análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

La finalidad de la investigación fue proponer estrategias de retención de clientes para el mejoramiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026. Para cumplir este propósito se plantearon tres objetivos específicos: diagnosticar los indicadores relacionados con la estabilidad financiera de la cooperativa, determinar los factores internos y externos que influyen en la retención de clientes y establecer la relación conceptual entre la retención de clientes y la estabilidad financiera institucional.

El documento se estructura en cinco capítulos, el Capítulo I presenta la formulación general del proyecto, que incluye la descripción y planteamiento del problema, las preguntas de investigación, los objetivos, la justificación, la idea a defender y la operacionalización de variables. El Capítulo II presenta el marco teórico, donde se desarrollan los antecedentes investigativos, las bases teóricas relacionadas con la retención de clientes y la estabilidad financiera, el marco conceptual, el marco legal que sustenta la investigación y la georreferenciación de la institución. El Capítulo III corresponde al marco metodológico, en el cual se describen los tipos de investigación, el enfoque, los métodos, las técnicas e instrumento de recolección de datos y el procedimiento para determinar el universo, la población y la muestra, El Capítulo IV expone el análisis, interpretación y discusión de los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas al personal y socios de la cooperativa, permitiendo dar respuesta a los objetivos planteados. Finalmente, el Capítulo V presenta la propuesta denominada “Estrategias de retención de clientes orientadas al mejoramiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y

Crédito Juventud Unida, agencia Guaranda", la cual incluye 3 estrategias enfocadas en la optimización de los procesos de atención, la difusión de productos y servicios institucionales y la fidelización de los socios, con el propósito de fortalecer la permanencia de los clientes y contribuir a la estabilidad financiera de la institución. Concluye con las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos que respaldan el proceso investigativo.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo proponer estrategias de retención de clientes para el mejoramiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026, partiendo de la idea a defender de que las estrategias de retención de clientes permiten un impacto positivo en la estabilidad financiera de la institución. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, con tipos de investigación de campo, bibliográfica, exploratoria y aplicada no experimental, apoyada en los métodos deductivo e inductivo. Para la recolección de información se empleó la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de cuestionarios dirigidos a una muestra de 357 socios y 5 miembros del personal administrativo de la cooperativa. Los datos fueron procesados en Google Forms y Excel utilizando tablas de frecuencia y porcentajes para su análisis e interpretación. Los resultados evidenciaron que la cooperativa mantiene indicadores favorables de estabilidad financiera. Sin embargo, se identificaron aspectos susceptibles de mejora relacionados con los tiempos de atención, la aprobación de créditos, la difusión de productos y servicios y la fidelización de los socios. Se concluye que existe una relación directa entre la retención de clientes y la estabilidad financiera, por lo que la implementación de estrategias como la optimización de procesos, fortalecimiento de la comunicación y programas de fidelización contribuyen al crecimiento y sostenibilidad institucional. Se recomendó implementar las estrategias propuestas y realizar evaluaciones periódicas para fortalecer la permanencia de los socios y la estabilidad financiera de la cooperativa.

Palabras claves: Retención de clientes, estabilidad financiera, fidelización, cooperativa de ahorro y crédito, estrategias.

ABSTRACT

This research aimed to propose customer retention strategies to improve the financial stability of the Juventud Unida Savings and Credit Cooperative in the city of Guaranda, by 2026. The research was based on the premise that customer retention strategies have a positive impact on the institution's financial stability. The methodology employed was quantitative, using field research, bibliographic research, exploratory research, and applied non-experimental methods, supported by deductive and inductive reasoning. Data was collected through a survey administered to a sample of 357 members and 5 members of the cooperative's administrative staff. The data were processed using Google Forms and Excel, employing frequency tables and percentages for analysis and interpretation. The results showed that the cooperative maintains favorable financial stability indicators. However, areas for improvement were identified related to service times, loan approvals, product and service promotion, and member loyalty. It was concluded that there is a direct relationship between customer retention and financial stability. Therefore, implementing strategies such as process optimization, improved communication, and loyalty programs contributes to institutional growth and sustainability. It was recommended that the proposed strategies be implemented and that periodic evaluations be conducted to strengthen member retention and the cooperative's financial stability.

Keywords: Customer retention, financial stability, loyalty, savings and credit cooperative, strategi

1 CAPÍTULO I FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

A nivel internacional, las cooperativas de ahorro y crédito, el sistema financiero se enfrenta a constantes cambios derivados de la globalización, la transformación digital y la aparición de nuevas tecnologías financieras, lo que ha intensificado la competencia entre las instituciones. La retención de clientes se convierte en un factor estratégico fundamental para garantizar la estabilidad financiera, ya que la fidelización de los clientes contribuye a la sostenibilidad y rentabilidad de las organizaciones.

En Ecuador, las cooperativas de ahorro y crédito que forman parte del sector de la economía popular y solidaria, reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, enfrentan dificultades en la retención de clientes debido a factores como la creciente competencia, la limitada innovación en productos financieros. Estas condiciones afectan directamente su estabilidad financiera y su posicionamiento en el mercado nacional.

En el ámbito local, específicamente en la ciudad de Guaranda, la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Unidad, entre las principales debilidades se identifican la creciente competencia de otras entidades financieras, la falta de estrategias efectivas de atención al cliente, escasa innovación en productos financieros y limitada comunicación con los socios. Esta situación genera un impacto negativo en la estabilidad financiera de la institución, para cumplir con sus objetivos financieros y sociales.

Por esta razón la presente investigación plantea proponer estrategias que permitan fortalecer la relación con los socios y garantizar la estabilidad financiera de la institución

y que sirva como guía para el jefe de la agencia, al momento de tomar las decisiones respectivas.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera las estrategias de retención de clientes influyen en la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la situación actual de los indicadores de estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida en la ciudad de Guaranda?
- ¿Qué factores internos y externos influyen en la retención de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida en la ciudad de Guranda?
- ¿Cuál es la relación entre la retención de clientes y la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida en la ciudad de Guaranda?

1.4 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación surge como respuesta a la **motivación** académica de nosotras como estudiantes para fortalecer nuestros conocimientos, adquiridos en las aulas universitarias mediante la aplicación práctica de herramientas relacionadas con el análisis financiero y la gestión de clientes, así mismo permite desarrollar habilidades como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la toma de decisiones. Como estudiantes buscamos prepararnos para enfrentar situaciones reales del entorno laboral, proponiendo soluciones prácticas a problemáticas que afectan a las instituciones financieras, como la pérdida de clientes y la disminución de la estabilidad económica.

De igual manera, este trabajo investigativo **se desarrolla** con el propósito de aportar soluciones frente al incremento de la competencia dentro del sistema financiero, donde diversas entidades ofrecen productos y servicios similares, generando mayores demandas por parte de los clientes al elegir una institución. Por lo tanto, es **necesario** examinar cómo la competencia afecta la retención de clientes y sugerir estrategias que permitan consolidar su posición y sostenibilidad financiera.

La investigación **es importante** porque permitirá obtener información relevante y confiable sobre el nivel de satisfacción y fidelización de los clientes, así como de los factores internos y externos que influyen en su comportamiento el cual que permita diseñar estrategias de retención de clientes, orientadas a fortalecer la relación entre la cooperativa y sus socios. Además, busca optimizar la calidad del servicio, aumentar el grado de satisfacción del cliente y contribuir a la sostenibilidad económica de la entidad a través de decisiones apropiadas.

La investigación se realiza **para** proponer estrategias de retención de clientes que contribuyan a mejorar la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida. A través de este estudio, se busca proponer acciones concretas que permitan incrementar la fidelización de los clientes, optimizar los servicios ofrecidos y asegurar el crecimiento institucional a largo plazo. El cual es **factible** para mejorar la estabilidad financiera de la cooperativa, contribuyendo la captación de recursos para mantener ingresos estables y asegurar el crecimiento de la institución a largo plazo.

En cuanto a los beneficios, la investigación proporcionará información clave para la toma de decisiones gerenciales, permitiendo implementar estrategias que favorezcan la

captación y retención de clientes, lo que se reflejará en el incremento de ingresos y fortalecimiento financiero de la cooperativa.

Los **beneficiarios directos** de esta investigación serán directivos y empleados de la cooperativa Juventud Unidad, quienes podrán tomar decisiones estratégicas basadas en los resultados obtenidos. Asimismo, los **beneficiarios indirectos** son los socios y la comunidad en general, dado que una institución más firme posibilitará la conservación de fuentes laborales, ofrecer servicios financieros y colaborar con el progreso económico del entorno.

1.5 Objetivos: General y Específicos

Objetivo general

Proponer estrategias de retención de clientes para el mejoramiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026.

Objetivos específicos

- Diagnosticar los indicadores con respecto a la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026.
- Determinar los factores internos y externos que influyen en la retención de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026

- Establecer la relación conceptual entre la retención de clientes y la estabilidad financiera en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026.

1.6 Idea a defender

Las estrategias de retención de clientes permiten un impacto positivo en la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026.

1.7 Variables (operacionalización)

De acuerdo con la investigación las variables a identificar son las siguientes:

Independiente: Estrategias de retención de clientes

Dependiente: Estabilidad financiera

Tabla 1 *Operacionalización de la Variable Independiente (Estrategias de retención de clientes)*

Numero	Variables	Concepto	dimensión	Indicadores	Ítems	Técnico	Instrumentos
1	**Variable Independiente:** Estrategias de retención de clientes	Consiste en un conjunto de acciones organizadas que buscan mantener y fortalecer la relación con los clientes actuales, generando confianza, satisfacción y lealtad a largo plazo. Su finalidad es evitar que los clientes opten por la competencia, mediante el cumplimiento constante de la propuesta de valor de la empresa, a través de un servicio de calidad, atención oportuna y programas de fidelización. De esta manera, no solo se asegura la permanencia del	Factores internos	Nivel de satisfacción del cliente con la atención recibida. Tiempo de respuesta en la prestación de los servicios financieros. Calidad de servicios financieros	¿Cómo califica la atención recibida por parte del personal de la Cooperativa COAC Juventud Unida? En caso de no estar satisfecho con la atención recibida por parte del personal de la Cooperativa, ¿qué aspectos no le agradan? ¿Confía en la Cooperativa COAC Juventud Unida para manejar sus recursos financieros? ¿Cuánto tiempo tarda la cooperativa en aprobar un crédito, desde que usted presenta todos los requisitos? ¿Recibe soluciones oportunas a sus requerimientos por parte la Cooperativa COAC Juventud Unida? ¿Los servicios financieros satisfacen sus expectativas? ¿Considera que los requisitos para acceder a los servicios de la cooperativa son adecuados?	Encuesta	Cuestionario **Aplicación:** socios o clientes de la cooperativa

	cliente, sino que también se contribuye a la estabilidad y crecimiento sostenido de la organización (Guasco, Rizquez, & Costales, 2025).	Factores externos		¿La COAC Juventud Unida ofrece servicios competitivos frente a otras cooperativas?
				¿Recomendaría los servicios que brinda la Cooperativa COAC Juventud Unida a otras personas?
			Competencia financiera	¿Considera que la competencia de otras cooperativas de ahorro y crédito que ofrecen servicios similares afecta en la captación y permanencia de socios?
				¿Cuáles de los siguientes factores considera que afecta más la competitividad de la Cooperativa Juventud Unida frente a otras cooperativas?
			Situación económica del país	¿Considera que la situación económica del país afecta su capacidad de ahorro en la cooperativa?
				¿La situación económica actual influye en su decisión de solicitar créditos en la cooperativa?
				¿El incremento del costo de vida ha dificultado el cumplimiento de sus obligaciones financieras?
			Avances tecnológicos.	¿Considera importante que la cooperativa implemente servicios digitales para mejorar la atención al cliente?

	Relación entre retención y estabilidad financiera		¿Utilizaría aplicaciones móviles o banca virtual ofrecidas por la cooperativa?
			¿Qué medios utiliza con mayor frecuencia para conocer los servicios de la Cooperativa COAC Juventud Unida?
			¿Cómo prefiere realizar sus trámites en la cooperativa, como transacciones, depósitos, pagos de crédito o renovación de pólizas, pago de los servicios básicos?
			¿Cuánto tiempo lleva siendo socio de la Cooperativa COAC Juventud Unida?
		Programas de fidelización	¿La cooperativa ofrece beneficios que le ayudan a mantenerse satisfecho como cliente?
			¿Ha participado en promociones o incentivos?
		Comunicación personalizada	¿Usted recibe una comunicación clara y cordial por parte del personal de la cooperativa?
			¿Cuáles de los siguientes servicios que ofrece la Cooperativa COAC Juventud Unida conoce usted?
		Impacto financiero	¿Tiene intención de continuar utilizando los servicios de la cooperativa?

Tabla 2 *Operacionalización de la Variable Dependiente (Estabilidad Financiera)*

Número	Variables	Concepto	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
2	**Variable dependiente:** Estabilidad financiera	Es la habilidad que posee una organización de sostener a largo plazo un equilibrio económico sustentable, cumpliendo con sus deberes, supervisando sus gastos y produciendo ingresos adecuados. Significa operar sin asumir riesgos relevantes de insolvencia, afrontar imprevistos y	Liquides	Disponibilidad de recursos financieros inmediatos.	¿Considera que la cooperativa dispone de recursos suficientes para atender sus operaciones?	Encuesta	Cuestionarios **Aplicación:** Personal administrativo y financiero
				Capacidad de cumplimiento de obligaciones a corto plazo.	¿Cómo evalúa el equipo administrativo la eficiencia en el manejo de liquidez para cubrir obligaciones inmediatas?		
					¿La cooperativa cumple oportunamente con sus obligaciones a largo plazo?		
				Nivel de gestión del flujo de efectivo	¿La cooperativa demuestra estabilidad en sus operaciones?		
					¿El personal administrativo monitorea y ajusta el flujo de efectivo?		
			Rentabilidad	Nivel de generación de utilidades	¿La cooperativa alcanza las metas establecidas anualmente?		

	garantizar un funcionamiento constante, lo cual posibilita una toma de decisiones financieras apropiada y un crecimiento seguro (Banco Central del Ecuador, 2022, pág. 8).	Solvencia financiera		¿La cooperativa ha mejorado su capacidad para generar utilidades en comparación con períodos anteriores?
			Eficiencia en el uso de recursos financieros	¿La cooperativa utiliza eficientemente sus recursos financieros?
			Crecimiento de ingresos financieros	¿Cuáles son los principales servicios que generan más ingresos?
			Relación entre activos y pasivos	¿La relación activos/pasivos indica una posición financiera sólida actualmente?
			Capacidad de endeudamiento	¿La cooperativa tiene capacidad para asumir deudas?
			Respaldo patrimonial	¿Considera que la cooperativa es sostenible a largo plazo?

2 CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (académicos y artículos de investigación)

(Castillo y otros, 2025) manifiestan en su estudio titulado “Estrategias de comercialización para la fidelización de sus clientes implementadas por INCAFESA en la ciudad de Estelí en el año 2024”. Esta investigación utilizo la metodología mixta, tenía como objetivo analizar las estrategias de comercialización implementadas por INCAFESA para proponer nuevas acciones enfocadas en el fortalecimiento de la marca del producto y la fidelización de sus clientes. Su problemática fue la limitada capacidad de retención de clientes por la falta de innovación en sus estrategias de comercialización, y no saber aprovechar los medios digitales, redes sociales y sitios web. Finalmente los resultados demostraron que las promociones son la principal estrategia de comercialización preferida por los clientes como: descuentos por compra, material promocional y regalías.

El estudio aporta de manera significativa a la presente investigación, ya que evidencia la importancia de implementar estrategias adecuadas de comercialización para fortalecer la fidelización de los clientes. Los resultados obtenidos demuestran que la falta de innovación y el uso limitado de herramientas digitales afectan negativamente la retención de clientes, de igual manera este antecedente resalta que las promociones, como descuentos, incentivos y material publicitario, constituyen estrategias efectivas para mejorar la fidelización, lo cual sirve como referencia para el diseño de estrategias de retención en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida.

Según (Chichande y Vega, 2025) en su tesis titulada "La calidad del servicio al cliente como estrategia de fidelización de los socios de una cooperativa de ahorro y crédito” su objetivo es analizar la calidad del servicio al cliente como una estrategia esencial para

fidelizar a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi Ltda., La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo-correlacional, aplicando un cuestionario validado a una muestra de 100 socios activos. Los resultados evidenciaron debilidades en las dimensiones de capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles, reflejadas en percepciones neutras de los socios respecto al servicio recibido. A través de la prueba de correlación de Spearman se evidenció una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la fidelización de los socios (ρ = 0,474; $p < 0,01$), lo cual respalda la hipótesis del estudio. En síntesis, se sugiere optimizar la calidad del servicio no solo para generar un impacto de forma positiva en la satisfacción de los socios, sino también para afianzar su compromiso, permanencia y lealtad hacia la cooperativa. Asimismo, mediante la prueba de correlación de Spearman (ρ = 0,474; $p <$ 0,01), se determinó una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la fidelización. En conclusión, confirmando la hipótesis planteada se proponen estrategias como la personalización de la atención, capacitación continua del personal, implementación de herramientas tecnológicas y establecimiento de canales de retroalimentación efectivos.

El estudio aporta de manera relevante a la presente investigación, ya que evidencia la relación directa entre la calidad del servicio y la fidelización de los socios en una cooperativa de ahorro y crédito. Los resultados obtenidos, mediante el análisis estadístico, demuestran que existe una correlación positiva y significativa entre ambas variables, lo cual respalda la importancia de mejorar la atención al cliente como estrategia para fortalecer la retención, este antecedente permite identificar debilidades específicas en dimensiones

De acuerdo con (Saltos, J., y Albán, P., 2024) titulado en su tesis “Estrategias de marketing digital en la captación de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., Agencia Chimbo”. El objetivo es identificar cómo las herramientas digitales influyen en la decisión de los clientes de adquirir productos y servicios financieros. La metodología utilizada es cuantitativa y descriptiva, con un diseño no experimental de campo y transversal. Se seleccionó una muestra de 350 socios de un total de 2350, aplicándose un instrumento validado para evaluar la percepción de las estrategias digitales. Los resultados revelan una desconexión significativa entre las estrategias de marketing digital implementadas y la percepción de los socios, quienes en su mayoría no consideran que la información en redes sociales sea útil para tomar decisiones financieras. Concluye que las actuales estrategias no están adecuadamente alineadas con las expectativas de los socios, sugiriendo la necesidad de una revisión profunda para mejorar la efectividad del marketing digital y la fidelización de clientes.

El estudio aporta de manera significativa a la presente investigación, al evidenciar la importancia del uso adecuado de las estrategias de marketing digital en la captación y fidelización de clientes dentro de las cooperativas de ahorro y crédito. Este antecedente permite identificar que la inadecuada gestión de los canales digitales, como redes sociales y plataformas informativas, puede afectar negativamente la relación con los clientes y su nivel de fidelización.

De acuerdo con autores (Contreras Solaque & Guevara Méndez, 2024) en su investigación titulada “Factores que dificultan la rentabilidad y estabilidad financiera de las Pymes del sector mobiliario en Bogotá” menciona los elementos que dificultan el normal funcionamiento de las Pymes como: falta de planeación estratégica, escasa

profesionalización del talento humano, crisis económicas a nivel nacional e internacional, dificultad de acceso al sistema financiero, lo anterior no les permite tener estabilidad y generar rentabilidad en el mercado. El propósito de la presente investigación es analizar los factores que determinan la rentabilidad y la estabilidad financiera de las pymes del sector de fabricación de muebles especializado en el mobiliario institucional y de oficinas en Bogotá. La metodología está soportada desde una visión pragmática con enfoque mixto y alcance descriptivo, utilizando cuestionarios a responsables de la dirección de este grupo de empresas y entrevistas a personas con conocimiento especializado en la actividad mobiliaria, como instrumentos de recolección de datos; asimismo, se realiza análisis financiero a partir de las variables rentabilidad y estabilidad financiera. Finalmente, se proponen estrategias y elementos orientadores que puedan implementar las empresas para enfrentar las crisis y problemáticas cotidianas que afectan su normal funcionamiento y crecimiento económico, que les permita el logro de los objetivos estratégicos proyectados y su continuidad.

El estudio, aporta a la presente investigación al identificar elementos que limitan el adecuado desempeño empresarial, tales como la falta de planificación estratégica, la escasa profesionalización del talento humano, las crisis económicas y las dificultades de acceso al financiamiento. Los autores analizan variables relacionadas con la rentabilidad y estabilidad financiera, proponiendo estrategias orientadas a mejorar la gestión y sostenibilidad empresarial.

Según (Vaca, 2023) en la presente investigaciones tituladas “Análisis de la situación financiera de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 3 de la cuidad de Loja, periodos 2019-2022. realizadas a nivel internacional, analizó los modelos aplicados en las

cooperativas de ahorro y crédito en Colombia con el objetivo de identificar aquellos que han contribuido a su permanencia y estabilidad, utilizando una metodología comparativa que permitió examinar distintas prácticas a nivel nacional e internacional; los resultados evidenciaron que no existe un modelo único que garantice el éxito, ya que cada cooperativa adapta sus estrategias de acuerdo con su contexto, necesidades y características de sus asociados, destacándose que sus acciones se orientan al desarrollo de los socios, al fortalecimiento de su relación con la comunidad y a la consolidación de una estructura organizativa sólida, lo cual favorece la confianza, la permanencia de los clientes y en consecuencia, la estabilidad financiera, aspectos que resultan fundamentales, concluyendo que las Cooperativas presentan algunos problemas que pueden ser solucionados ejecutando estrategias adecuadas y con ello aplicar medidas correctivas por parte de los funcionarios en beneficio de las cooperativas y sus socios para mejorar la estabilidad financiera y económica de las mismas.

Este antecedente aporta a la presente investigación al evidenciar que la estabilidad financiera de las cooperativas no se logra mediante la aplicación de un modelo único, sino a través de la adaptación de estrategias acordes a su realidad y a las necesidades de sus socios. En este sentido, resalta la importancia de fortalecer la relación con los clientes, generar confianza y promover su permanencia, aspectos que inciden directamente en la sostenibilidad institucional.

De acuerdo (Llaulle & Tayo, 2023) menciona en su investigación titulada “Sostenibilidad financiera y estrategias de recaudación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martin de Tisaleo Ltda. año 2024” En la cual se aplicación la metodología innovadoras y efectivas, mismas que, contribuirán al desarrollo continuo e influirá

positivamente en la estabilidad económica de la institución. Además, al identificar los principales factores internos y externos permitirá comprender la capacidad que tiene la cooperativa para mantener su sostenibilidad financiera. En los resultados se evidencia que las estrategias de recaudación efectivas acompañadas de una participación activa de la cooperativa contribuye de manera significativa a reducir la morosidad, aumentar los ingresos y mejorar las condiciones económicas, por ende, se puede concluir que el éxito de la sostenibilidad financiera depende de la innovación en sus estrategias de recaudación y del involucramiento activo de los socios, accionistas y empleados.

El presente antecedente es relevante para la investigación, ya que permite comprender la relación entre la aplicación de estrategias y el fortalecimiento de la estabilidad financiera, lo cual se vincula directamente con el objetivo de diseñar estrategias de retención de clientes. Asimismo, resalta la importancia de identificar factores internos y externos que influyen en la sostenibilidad financiera, aspecto que también es considerado en el desarrollo del presente estudio.

2.2 Marco Científico (bases teóricas en la que fundamenta la investigación)

Estrategia de retención de clientes

Según (Guasco, et al., 2025) en su investigación menciona que la retención se enfoca en establecer un vínculo duradero con los clientes mediante estrategias como la personalización, atención y programas de fidelización, con el fin de incentivar compras repetidas. De igual manera, (amazon.com, 2023), “Define que la retención de clientes implica generar lealtad y mantener relaciones a largo plazo con los consumidores”.

Importancia de retención de clientes

Según, (ecommerce.com, 2023) en su investigación, la retención de clientes es esencial para mejorar la estabilidad financiera, por lo tanto, mantener clientes es más económico que adquirir nuevos, los clientes fidelizados generan mayores ingresos y compras repetidas. También contribuye a la estabilidad financiera y crecimiento del negocio. Por eso indica adquirir un nuevo cliente puede costar hasta cinco veces más que retener uno existente, lo que evidencia su relevancia estratégica.

Tipos de estrategias de retención de clientes

a) Programas de fidelización este incluye recompensas, descuentos o beneficios que incentivan la recompra.

b) El siguiente es la calidad del servicio para mejora del servicio influye directamente en la satisfacción y lealtad del cliente

c) Marketing digital el cual hace el uso de redes sociales, correos electrónicos y plataformas digitales para mantener la relación con el cliente

d) Experiencia del cliente se centra en generar experiencias positivas durante todo el proceso de compra

e) Gestión de relaciones (CRM). Esto permite conocer el comportamiento del cliente y personalizar la oferta (Flores-Bautista, 2023).

Calidad de servicio

Según, Miranda et al. (2021) la calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades. A sí mismo, es importante destacar que cuando en una organización se plantea la visión

tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin de satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro. La calidad de los servicios se considera eficiente cuando los resultados superan a las expectativas que tenía el cliente previamente al usar el servicio.

Atención personalizada

Según, Castañeda (2022) menciona el servicio al cliente individualizado es la capacidad de una empresa para adaptar sus productos servicios y comunicación a las necesidades, preferencias y características individuales de cada cliente. Esto significa utilizar información del cliente para ofrecer experiencias únicas que incrementen su satisfacción y fidelización.

Incentivos y beneficios

“Los incentivos y beneficios son recompensas que las organizaciones proporcionan a los consumidores para motivar su permanencia y fidelidad, estos incentivos refuerzan la relación entre cliente y la empresa, asimismo aumentan el valor percibido” (Vásquez, 2025).

Comunicación constante

La comunicación constante consiste en mantener un contacto continuo, oportuno y relevante con los clientes a través de diversos canales, es clave para construir relaciones duraderas y mejorar la experiencia del cliente (Hammond, 2025).

Atención al cliente

Es un conjunto de prácticas destinadas a solucionar problemas de los consumidores. La atención al cliente tiene como objetivo dar respuesta a consultas, gestionar quejas y promover el buen uso de los productos vendidos por una empresa o negocio. También es el elemento clave en la percepción de calidad del servicio (Hammond, 2025).

Tiempo de respuesta

“Es el periodo que tarda una empresa en atender o resolver una solicitud o problema del cliente. Por ejemplo, un tiempo de respuesta rápido mejora la experiencia del usuario y reduce la insatisfacción” (financiera Programa de educacion).

Nivel de satisfacción

De acuerdo, los empleados son un elemento clave en todas las empresas, por esta razón es crucial mantener una excelente relación laboral con cada uno, porque si tus trabajadores se encuentran alegres, tus socios o clientes también lo estarán y de esta manera te recomendarán a más personas.

Fidelización

El proceso en el que una compañía crea estrategias para fomentar la permanencia de sus clientes y la repetición de sus compras, con el fin de mantener relaciones a largo plazo con ellos, se llama fidelización, también afirman que la fidelización consiste en generar continuamente valor y experiencias favorables para fortalecer el vínculo entre el cliente y la empresa.

Lealtad del cliente

La lealtad del cliente se refiere a la voluntad de un consumidor de continuar comprando productos de una misma compañía o marca, incluso ante la competencia, debido a la confianza y al vínculo emocional que se ha establecido

Uso de servicios digitales

Los clientes utilizan servicios digitales (como aplicaciones móviles, banca en línea o páginas web) para llevar a cabo transacciones y acceder a servicios. Conforme a lo que dice estos servicios hacen más fácil la interacción entre la compañía y el cliente, lo cual mejora el rendimiento, la accesibilidad y la experiencia del usuario.

Innovación

"La innovación es la implementación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios que generan valor para la empresa y sus clientes, es un factor clave para la competitividad y la adaptación a los cambios del entorno" (Jain, 2023).

Canales de atención virtual y físico

Los canales de atención virtual y presencial son los medios a través de la cuales una empresa se interactúa con sus socios, ya sea de forma presencial (oficinas o agencias) o por medios digitales (redes sociales o páginas web). La unión de estos canales posibilita brindar una experiencia coordinados, lo que contribuye a aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente.

Estabilidad Financiera

La estabilidad financiera en Ecuador es la habilidad del sistema financiero para operar correctamente, resistir perturbaciones y conseguir una asignación de recursos

adecuada y constante a través de la intermediación, que posibilitará asegurar la inversión productiva en el país, y el consumo responsable desde el punto de vista social y ambiental, en el contexto de la obtención de los propósitos de desarrollo del país (Banco Central del Ecuador, 2022, pág. 10).

Rentabilidad

La rentabilidad constituye la capacidad de una organización para producir ganancias a partir de los recursos que tiene o invierte, lo cual es un elemento esencial para estudiar su rendimiento y sostenibilidad en el tiempo. Como facilita el cumplimiento de metas como el aumento de los ingresos, y dirección estratégica, así como el crecimiento del ámbito, está asociada con el desempeño empresarial (Coz Yglecias & Huamán Huanoco, 2019).

Incremento de ingresos

Un indicador clave en el estudio financiero es el aumento de los ingresos, porque muestra la habilidad de una entidad para producir más recursos económicos a lo largo del tiempo. Este incremento puede ser el resultado de varias tácticas, como la ampliación de los mercados, la mejora del proceso comercial, el aumento del volumen de ventas o la innovación en productos. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2022), incrementar las ganancias de las compañías está muy relacionado con su competitividad y sostenibilidad, pues esto les posibilita consolidar su posición en el mercado y aumentar su capacidad para invertir, debido a que posibilita a las empresas optimizar su liquidez, afrontar responsabilidades financieras y crear valor en el largo plazo (Bold.com, 2026).

Nivel de utilidades

El nivel de utilidades es el resultado económico final que una empresa logra luego de restar los costos, impuestos y egresos de las ganancias obtenidas durante un lapso de tiempo específico. Este indicador es esencial para evaluar lo eficientes y rentables que son los recursos gestionados, porque demuestra la habilidad de la organización para convertir sus ingresos en beneficios reales. De acuerdo con la International Financial Reporting Standards Foundation (2023), las utilidades son un componente fundamental de la información financiera, ya que posibilitan el análisis del rendimiento económico y agilizan la toma de decisiones para los usuarios de la información contable. En este marco, un nivel apropiado de utilidades es indicativo de una gestión eficaz y de una organización económica adecuada (Banco Pichincha, 2025).

Liquidez

Es la aptitud de una compañía para satisfacer sus compromisos financieros a corto plazo a medida que se van venciendo, lo cual evidencia su capacidad para transformar activos en dinero y saldar sus deudas a tiempo. La capacidad financiera, según es evaluada por el potencial de la compañía para cumplir sus compromisos de corto plazo, lo cual la convierte en un elemento fundamental de su estabilidad financiera. Además, el capital se refiere a qué tan fácil puede un activo transformarse en efectivo sin que su valor disminuya de manera significativa, lo cual es primordial para asegurar que las empresas continúen funcionando (Aguilar et al.,2021).

Capacidad de pago

Según, (Mendosa Vargas & Figuerrua Chura, 2023) expresa dentro del estudio financiero de las instituciones, como las cooperativas de ahorro y crédito, la solvencia financiera es un enfoque esencial porque posibilita medir si los clientes o socios tienen la capacidad real de cumplir con sus obligaciones crediticias en los plazos fijados. Se establece a partir del estudio de los gastos, ingresos y grado de endeudamiento del cliente, con el objetivo de confirmar si tiene los medios adecuados para afrontar nuevas obligaciones financieros sin poner en peligro su estabilidad económica.

Flujo de efectivo

Según, (Correa & Correa, 2021) menciona que el registro del dinero que entra y sale de una entidad en un periodo específico, lo cual muestra cómo se producen y emplean los fondos disponibles en sus operaciones de financiamiento, inversión y funcionamiento. Esta métrica facilita la evaluación de la habilidad de la entidad para tener a su disposición efectivo suficiente, hacer frente puntualmente a sus compromisos y mantener el desarrollo normal de sus operaciones. Por lo tanto, se convierte en un recurso fundamental para tomar decisiones financieras y examinar la estabilidad económica de dicha entidad.

Captación y colación

El proceso a través del cual una entidad adquiere recursos financieros de la ciudadanía, principalmente a través de cuentas corrientes, depósitos de ahorro o inversiones, se conoce como captación. Esto genera confianza y brinda seguridad a los clientes. La colocación, por su parte, implica el uso de los recursos recabados para conceder financiamientos o créditos a empresas y personas, con la finalidad de estimular la economía y producir ganancias para la entidad. Un equilibrio adecuado entre la adquisición y el uso

de los fondos hace posible conservar la firmeza financiera y garantizar que la entidad sea sostenible a lo largo del tiempo. Por lo tanto, ambas actividades están muy conectadas (Espinosa, 2025).

Nivel de captaciones

Según, Mantilla et al. (2023) sugiere las entidades financieras, para desempeñar su función de facilitación, tienen como principal instrumento la captación de operaciones, ya que dirigen los ahorros del público hacia inversiones y acciones productivas. Los depósitos que los agentes económicos han confiado a intermediarios financieros, como las cuentas de ahorro, las de cheques, las pólizas, los depósitos a plazo fijo y las inversiones a largo plazo, son lo que se conoce como fondos captados. Es esencial que estas captaciones sean estables para que el sistema financiero tenga la capacidad de realizar la transformación de plazos sin comprometer su solvencia (es decir, convertir depósitos de corto plazo en préstamos a mediano y largo plazo.

Colocación de créditos

Según, Gusmán (2024) el proceso a través del cual las entidades financieras conceden créditos a empresas y personas, empleando los recursos que obtienen del público, se conoce como la otorgación de financiamientos. Su finalidad es contribuir al crecimiento económico y generar ganancias por medio de intereses. Esta actividad es una función fundamental de la intermediación financiera, pues posibilita que el ahorro se dirija hacia el consumo y la inversión, lo cual fortalece la dinámica productiva. Para administrar correctamente, las entidades deben analizar variables como la capacidad de pago, el grado

de riesgo y las condiciones económicas del entorno. Esto posibilita que mantengan la sostenibilidad financiera y no haya morosidad elevada.

2.3 Marco Conceptual

Agentes económicos: Son las personas, empresas o instituciones que participan en una actividad económica. Estos agentes pueden ser productores, consumidores, ahorradores o inversores. Los agentes económicos son esenciales en la economía porque toman decisiones que afectan la producción, el consumo y la inversión (López, 2024).

Captación de recursos: Es el proceso de atraer recursos financieros de socios y del público (ahorros, depósitos a la vista o plazo) para financiar las actividades de la organización, basado en la participación, confianza y cooperación. Según autores y normativas, implica captar capital para dar crédito mutuo, fortalecer el patrimonio social y gestionar liquidez (Amelia, 2025)

Colocación de recursos: la colocación implica la distribución o inversión de los recursos captados, como préstamos o créditos a clientes, con el objetivo de generar rentabilidad.

Desembolso: Es la salida o entrega efectiva de dinero o fondos desde una cuenta bancaria, empresa o individuo, utilizada para pagar deudas, adquirir bienes/servicios o financiar proyectos.

Diseñar Estrategias: consiste en planificar acciones y decisiones orientadas a alcanzar objetivos específicos, considerando los recursos disponibles y el entorno. En el

ámbito empresarial, implica crear planes para mejorar resultados, como aumentar clientes, ventas o rentabilidad (Cook, 2026).

Intermediarios financieros: Son entidades que dirigen recursos económicos desde aquellos que poseen capital en exceso hacia los que requieren financiación, lo cual les permite acceder a préstamos y a otros servicios financieros (Lezama et al.,2022).

Operaciones de financiamiento: Son procesos a través de los cuales las entidades financieras proporcionan recursos económicos a individuos u organizaciones con el propósito de satisfacer necesidades relacionadas con la inversión o el capital laboral (ROSILLO, 2024).

Innovación: es el procedimiento de crear transformaciones y optimizaciones en los bienes, servicios o procesos que brindan eficacia y valor (Vinueza, 2023).

Solvencia financiera. - se refiere a la capacidad de una empresa para cubrir sus obligaciones a largo plazo, lo que implica mantener un nivel adecuado de activos en relación con sus pasivos (Castillo et al.,2025).

Calidad del servicio: La calidad del servicio se refiere al nivel en el que un servicio satisface las expectativas y necesidades del cliente, de acuerdo con estándares ya establecidos (Villegas, 2025).

La fidelización: Es el proceso mediante el cual una institución logra mantener a sus clientes satisfechos y comprometidos a lo largo del tiempo (Flores et al., 2023).

La estabilidad financiera: Se refiere a la capacidad que poseen las organizaciones para obtener beneficios a lo largo de un lapso de tiempo y permanecer económicamente

factible en un ambiente variable, lo que implica que las compañías no solamente deben enfocarse no solo en los resultados inmediatos, sino también deben planear y tomar decisiones con una visión de largo plazo (Solís & Chamba, 2024).

La rentabilidad: Se puede definir de manera más precisa como un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para conseguirlos (Fogacho & Morejon, 2024).

Solvencia: Es la capacidad de una persona natural o jurídica para pagar sus deudas financieras (Ainaguano & Tipan, 2023).

Liquidez: Es el dinero con el que dispone la compañía para enfrentar los compromisos adquiridos con terceros, ya sean de corto o largo plazo (Rumiguano & Patin, 2024).

Flujo de efectivo: Se define como el registro sistemático de las entradas y salidas de dinero que experimenta una organización en un periodo determinado, reflejando su capacidad real de generar liquidez (López & Ordóñez, 2022).

2.4 Marco Legal

CONSTITUCIÓN DE REPUBLICA DEL ECUADOR

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección primera

Sistema económico y política económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Sección octava

Sistema financiero

Art. 309.- El sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado, y del popular y solidario, que intermedian recursos del público. Cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez. Estas entidades serán autónomas. Los directivos de las entidades de control serán responsables administrativa, civil y penalmente por sus decisiones.

LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA

Art. 27.- Cooperativas de ahorro y crédito. - Estas cooperativas estarán a lo dispuesto en el Título III de la presente Ley.

Art. 28.- Cooperativas de servicios. - Son las que se organizan con el fin de satisfacer diversas necesidades comunes de los socios o de la colectividad, los mismos que

podrán tener la calidad de trabajadores, tales como: trabajo asociado, transporte, vendedores autónomos, educación y salud.

En las cooperativas de trabajo asociado sus integrantes tienen, simultáneamente, la calidad de socios y trabajadores, por tanto, no existe relación de dependencia.

Art. 29.- Socios. - Podrán ser socios de una cooperativa las personas naturales legalmente capaces o las personas jurídicas que cumplan con el vínculo común y los requisitos establecidos en el reglamento de la presente Ley y en el estatuto social de la organización. Se excepcionan del requisito de capacidad legal las cooperativas estudiantiles. La calidad de socio nace con la aceptación por parte del Consejo de Administración y la suscripción de los certificados que correspondan, sin perjuicio de su posterior registro en la Superintendencia y no será susceptible de transferencia ni transmisión.

La calidad de socio nace con la aceptación por parte del Consejo de Administración y la suscripción de los certificados que correspondan, sin perjuicio de su posterior registro en la Superintendencia y no será susceptible de transferencia ni transmisión.

Decretos

Título III

DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Capítulo I

DE LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Art. 78.- Sector Financiero Popular y Solidario. - Para efectos de la presente Ley, integran el Sector Financiero Popular y Solidario las cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro.

Leyes

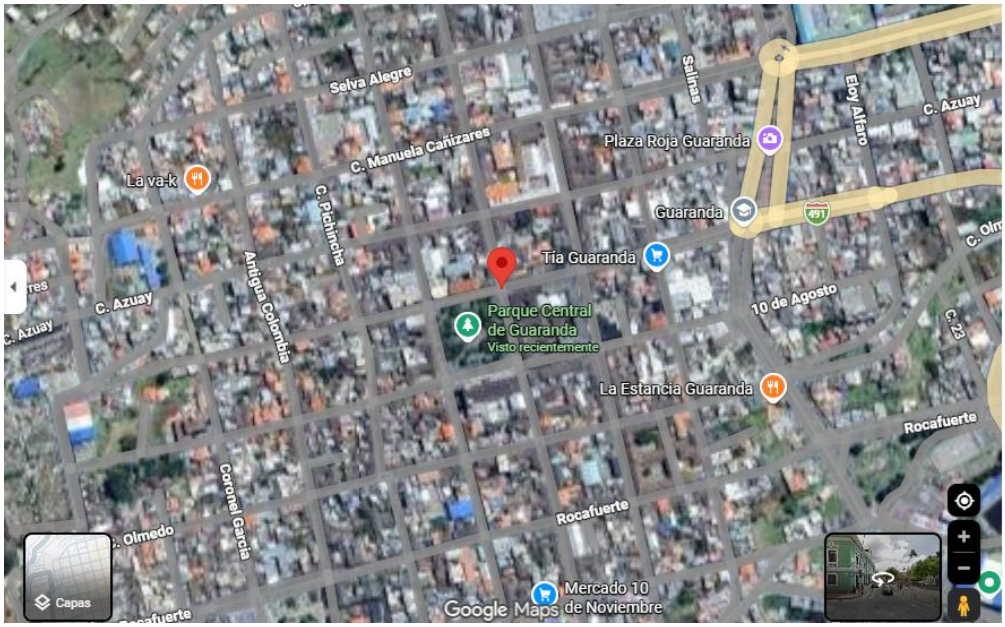
ISO 9001: Gestión de la Calidad

Norma **ISO 9001** es el estándar más reconocido e implementado a nivel mundial. Esta norma establece los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) y es aplicable a cualquier tipo de empresa, sin importar de su tamaño o sector. Su objetivo principal es ayudar a las empresas a mejorar la calidad de sus productos y servicios, aumentar la satisfacción del cliente y optimizar sus procesos internos (Geoinnova.org, 2021).

2.5 Georreferencial

El presente proyecto de investigación se va a realizar en la Cooperativa de Ahorro y Crédito ¨Juventud Unida¨ Ltda., en la agencia Guaranda ubicado en la calle Azuay Convención de 1884 entre García Moreno y Azuay, a media cuadra del Parque Central de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar.

Figura 1 *Ubicación Georreferencial Google Masp COAC "Juventud*



Nota: Imagen extraída del Google maps 2026

3 CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipos de Investigación

Investigación de campo

La presente investigación se considera de campo porque la información se obtiene directamente de la realidad donde ocurre el fenómeno de estudio, es decir, de los socios y clientes de la Cooperativa. Para ello, se aplicarán técnicas de recolección de datos como encuestas, las cuales permitirán obtener información primaria sobre el nivel de satisfacción, fidelización y percepción del servicio por parte de los clientes.

Investigación documental o Bibliográfica

La presente investigación es documental o bibliográfica porque se apoya en la revisión de diversas fuentes teóricas y académicas relacionadas con la retención de clientes y la estabilidad financiera. Para el desarrollo del estudio, se analizarán libros, artículos científicos, tesis previas y normativas vigentes que permiten fundamentar conceptos como fidelización, calidad del servicio, gestión financiera y sostenibilidad institucional.

También se utilizarán documentos internos de la Cooperativa, como reportes financieros y administrativos, los cuales contribuirán a comprender la situación actual de la entidad, el cual proporciona el sustento teórico necesario para interpretar los resultados obtenidos en el trabajo de campo y respaldar la propuesta de estrategias de retención de clientes.

Investigación exploratoria

La presente investigación es exploratoria porque busca conocer de manera inicial la problemática relacionada con la retención de clientes en la cooperativa, identificando factores que influyen en la permanencia o abandono de los socios.

Investigación Aplicada No Experimental

La presente investigación es no experimental porque las variables de investigación no son manipuladas ni controladas por el investigador, Tan solo él se limita a prestar atención a los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural. Es decir, se obtienen los datos de una forma directa se los analiza posteriormente

3.2 Enfoque de la investigación

Cuantitativo

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, ya que se basa en la recolección de datos numéricos obtenidos a través de encuestas aplicadas a los clientes de la Cooperativa. Estos datos permiten medir variables como la retención de clientes y la estabilidad financiera, así como analizar su comportamiento mediante herramientas estadísticas. Además, el estudio busca comprobar la relación existente entre dichas variables, garantizando objetividad en los resultados y facilitando la toma de decisiones.

3.3 Métodos de Investigación

Método deductivo

La presente investigación utiliza el método deductivo porque se basa en teorías y conceptos generales sobre retención de clientes, fidelización y estabilidad financiera, los cuales son aplicados al análisis específico de la Cooperativa, a partir de conocimientos

teóricos se interpreta la realidad de la cooperativa, permitiendo analizar cómo la retención de clientes influye en su estabilidad financiera y fundamentar la propuesta de estrategias.

Método Inductivo

La presente investigación también aplica el método inductivo, ya que se basa en la recolección de datos específicos obtenidos mediante encuestas a los socios de la cooperativa. A partir de estos resultados particulares, se elaboran conclusiones generales sobre la retención de clientes y su incidencia en la estabilidad financiera. Esto permite identificar patrones de comportamiento y proponer estrategias que contribuyan a mejorar la situación de la institución.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Técnica - Encuesta

La encuesta se aplicará a los socios y personal administrativa de la cooperativa, con el propósito de recopilar información directa sobre aspectos como el nivel de satisfacción, calidad del servicio, confianza, atención al cliente y grado de fidelización. En la presente investigación se utiliza la encuesta como técnica de recolección de datos porque permite obtener información directa, confiable y cuantificable de los socios de la Cooperativa.

Instrumentos- cuestionarios

El instrumento que se empleará será un cuestionario estructurado, conformado por preguntas cerradas, Los datos recopilados serán procesados y tabulados mediante el uso del programa Microsoft Excel, lo que permitirá organizar la información en tablas y gráficos para su respectivo análisis e interpretación. Los datos obtenidos son de fuentes

primarias se obtiene información por contacto directo con el sujeto de estudio por medio de encuesta.

3.5 Universo, Población y Muestra

Universo

El universo de la investigación está conformado por un total de 5.005 elementos integrados por 5.000 socios y 5 colaboradores administrativos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, durante el año 2026, ubicada en la ciudad de Guaranda.

Población

La población de la investigación está conformada por los 5.000 socios y los 5 miembros del personal administrativo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, ubicada en la ciudad de Guaranda, durante el año 2026.

Tabla 3 *Miembros del personal Administrativo*

Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, Agencia Guaranda		
N°	Nombre y Apellidos	Cargo
1	Ing. Holger Toalombo	Jefe de Agencia
2	Ing, Mónica Chisag.	Cajera
3	Ing. Nancy Taris	Atención al Cliente
4	Lic. Vicente Chora	Asesor 1
5	Lic. Luis Malatay	Asesor 2

Nota. Personal Administrativo lo que corresponde a la agencia Guaranda

La población corresponde al grupo total 5000 elementos. Debido a que se trata de un número elevado de socios, se procedió a determinar una muestra representativa para su análisis, aplicando la fórmula estadística correspondiente.

Muestra

Fórmula:

N = 5000 (Población)

Z = 1.96 (95% Nivel de confianza)

p = 0.5

q = 0.5

E = 0.05 (5% Margen de error)

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{5000 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2(5006-1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{5000 \cdot (3.84) \cdot 0.25}{(0.0025)(4999) + (3.84) \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{4800}{13.4575}$$

N= **357**

Para la aplicación de las encuestas a los socios se determinó una muestra de **357 participantes**, calculada mediante la fórmula para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Adicionalmente, debido al reducido

número de colaboradores administrativos está integrado únicamente por **5 colaboradores**, se consideró pertinente aplicar la encuesta a la totalidad. En consecuencia, la muestra total del estudio quedó constituida por **362**.

3.6 Procesamiento de la Información

La información que fue resultado de la aplicación de la encuesta se procesó con el apoyo del programa Microsoft Excel, mismas que está reflejada en cuadros y gráficos estadísticos de manera automática, a partir de la cual se estableció conclusiones y como efecto recomendaciones.

3.7 Metodología de Software Empleada en el Desarrollo de la Aplicación

En la presente investigación no se consideró una aplicación informática, sin embargo, se utilizaron herramientas tecnológicas para la recolección y el procesamiento de la información. Los cuestionarios fueron elaborados y aplicados mediante la plataforma Google Forms, lo que permitió recopilar de manera eficiente las respuestas de los 357 socios y 5 miembros del personal administrativo encuestados. Posteriormente, los datos obtenidos fueron exportados y procesados en Microsoft Excel, donde se realizó la tabulación, organización y análisis de la información a través de tablas y gráficos estadísticos. El uso de estas herramientas facilitó el manejo de los datos, garantizando exactitud, orden y confiabilidad en los resultados de la investigación.

4 CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se realizó el análisis de los resultados anteriores que sé consiguieron, también se da las interpretaciones dando más claridad a los resultados obtenidos, con esto se presentó una discusión que ayudó a resolver la problemática de la investigación

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Se realizó un resumen de todos los datos obtenidos en las encuestas aplicadas al personal y socios de la Cooperativa de Ahorros y Crédito Juventud Unida, agencia Guaranda, con el fin de obtener la información necesaria de las dos variables de investigación el análisis de los datos fue procesado en el programa Microsoft Excel

Análisis estadístico descriptivo de los resultados de la encuesta aplicada al personal y socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unidad

En el sector cooperativo ecuatoriano la estabilidad financiera, la adecuada gestión de riesgos y la retención de socios constituyen elementos fundamentales para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento institucional. Estas actividades se encuentran reguladas por organismos de control como la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) y la Junta de Política y Regulación Financiera (JPRF), entidades que establecen lineamientos orientados a fortalecer la solvencia, transparencia y eficiencia de las cooperativas de ahorro y crédito.

El análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos mediante la encuesta permitió conocer la percepción existente sobre los factores relacionados con la retención de socios y su incidencia en la estabilidad financiera de la institución. Asimismo, facilitó la identificación de aspectos vinculados con la calidad del servicio, la satisfacción de los socios, la confianza institucional, la gestión administrativa y las estrategias implementadas para fomentar la permanencia de los asociados.

Permitieron identificar fortalezas y oportunidades de mejora que contribuyan al diseño de estrategias enfocadas en incrementar la satisfacción, confianza y permanencia de

los socios, favoreciendo de esta manera la sostenibilidad financiera y el desarrollo continuo de la entidad.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS SOBRE ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN DE CLIENTES PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ESTABILIDAD FINANCIERA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2026.

1. **¿Cómo califica la atención recibida por parte del personal de la Cooperativa COAC Juventud Unida?**

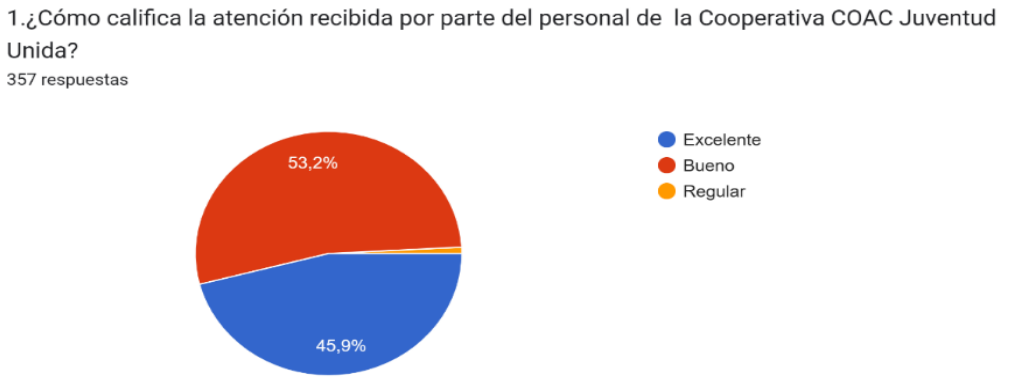
Tabla 4 *Atención recibida por parte del personal*

	Datos	Frecuencia	Porcentaje
	Excelente	164	45.9%
	Bueno	190	53.2%
	Regular	3	0.8%
	Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 2 *Atención al cliente*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los socios respecto a la atención brindada por el personal de la Cooperativa es altamente favorable. El 53,2% de los encuestados calificó la atención como buena, mientras que el 45,9% la consideró excelente. Únicamente el 0,8% indico que la atención recibida fue regular. Estos resultados reflejan un elevado nivel de satisfacción de los socios con el servicio proporcionado por el personal de la cooperativa.

En relación con el objetivo de determinar los factores internos que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar que la calidad de la atención constituye un elemento clave para fortalecer la relación entre la cooperativa y sus socios. Asimismo, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que una adecuada atención al cliente favorece la fidelización de los socios y contribuye positivamente al fortalecimiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

2. En caso de no estar satisfecho con la atención recibida por parte del personal de la Cooperativa, ¿qué aspectos no le agradan?

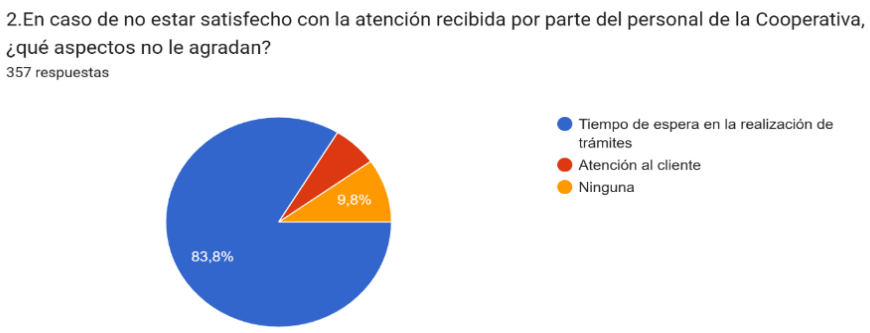
Tabla 5 *Atención recibida*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo de espera en la realización de trámites	299	83.80%
Atención al cliente	35	9.80%
Ninguna	23	6.40%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 3 *Satisfacción del cliente*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Los resultados obtenidos muestran que el principal aspecto que genera insatisfacción en los socios es el tiempo de espera en la realización de los trámites, señalado por el 83,8% de los encuestados, el 9,8% considera que existen aspectos relacionados con la atención al cliente que pueden mejorarse, mientras que el 6,4% indica no tener ninguna inconformidad con los servicios recibidos. Estos resultados evidencian que la principal debilidad percibida por los socios se encuentra en la agilidad de los procesos de atención y gestión de trámites.

En relación con el objetivo de determinar los factores internos que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar el tiempo y la eficiencia de los procesos constituyen aspectos fundamentales para la satisfacción de los socios, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que la implementación de

acciones orientadas a reducir los tiempos de espera y mejorar la atención al cliente contribuirá a fortalecer la fidelización de los socios, favoreciendo la retención de clientes y el fortalecimiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

3. ¿Confía en la Cooperativa COAC Juventud Unida para manejar sus recursos financieros?

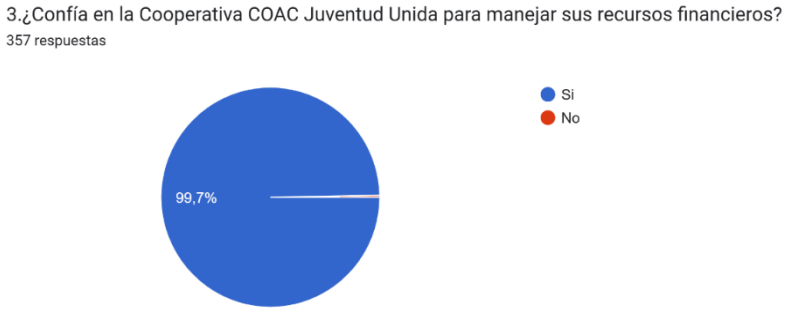
Tabla 6 *Recursos Financieros*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	99.7%
No	1	0.3%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 4 *Confianza en la institución*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los socios reflejan un alto nivel de confianza hacia la Cooperativa para la administración de sus recursos financieros. El 99,7% respondieron que sí confía en la cooperativa, mientras que apenas el 0,3% indicó que no confía en la institución. Estos resultados evidencian que la cooperativa ha logrado consolidar una imagen de seguridad, credibilidad y transparencia entre sus socios.

En relación con el objetivo de determinar los factores internos que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar que la confianza constituye un elemento clave para la permanencia de los socios en la cooperativa, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que la confianza en la gestión de los recursos financieros favorece la fidelización de los clientes, contribuye a la conservación de depósitos y fortalece la estabilidad financiera de la institución.

4. ¿Cuánto tiempo tarda la cooperativa en aprobar un crédito, desde que usted presenta todos los requisitos?

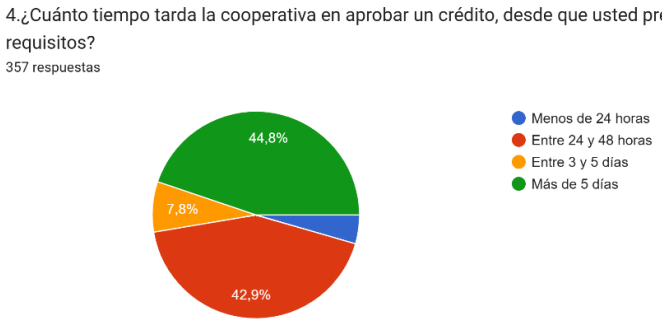
Tabla 7 *Aprobar crédito*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 24 horas	16	4.5%
Entre 24 y 48 horas	153	42.9%
Entre 3 y 5 días	28	7.8%
Más de 5 días	160	44.8%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unidad

Nota: Elaboración propia

Figura 5 *Tiempo que tarda en la aprobación de crédito*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los socios indican que el tiempo de aprobación de créditos es relativamente prolongado, el 44,8% manifestó que la aprobación de un crédito tarda más de 5 días, mientras que el 42,9% indicó que el proceso se realiza entre 24 y 48 horas. Por su parte, el 7,8% señaló que la aprobación se efectúa entre 3 y 5 días, y únicamente el 4,5% afirmó que recibe una respuesta en menos de 24 horas.

Los tiempos prolongados de aprobación pueden estar relacionados con procedimientos administrativos extensos, procesos de verificación de información dentro de la institución. Si bien estos controles son necesarios para garantizar una adecuada gestión del riesgo crediticio, es importante que la cooperativa implemente herramientas tecnológicas y optimizar los procedimientos de evaluación crediticia, con el propósito de reducir los tiempos de respuesta y mejorar la experiencia de los usuarios.

5. **¿Recibe soluciones oportunas a sus requerimientos por parte la Cooperativa COAC Juventud Unida?**

Tabla 8 *Recibe soluciones oportunas*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	336	94.1%
No	21	5.9%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 6 *Soluciones oportunas*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los socios demuestran que la mayoría de los socios percibe que la Cooperativa brinda soluciones oportunas a sus requerimientos. El 94,1% de los encuestados respondieron que sí recibe soluciones oportunas, mientras que únicamente el 5,9% indicó lo contrario. Estos resultados reflejan una valoración positiva de la capacidad de respuesta de la cooperativa frente a las necesidades y solicitudes de sus socios.

En relación con el objetivo de determinar los factores internos que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar que la atención oportuna es un elemento clave para generar satisfacción y confianza en los socios. Asimismo, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que la capacidad de brindar respuestas eficientes a los requerimientos de los clientes favorece su fidelización, fortalece la relación con la cooperativa y contribuye positivamente al mejoramiento de la estabilidad financiera institucional.

6. ¿Los servicios financieros satisfacen sus expectativas?

Tabla 9 *Los servicios financieros satisfacen sus expectativas*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	352	98.6%
No	5	1.4%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 7 *Servicios Financieros*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los socios respondieron el 98,6% que los servicios financieros ofrecidos por la Cooperativa satisfacen sus expectativas, mientras que apenas el 1,4% manifestó lo contrario.

En relación con el objetivo de determinar los factores internos que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar que la satisfacción de los socios constituye un elemento fundamental para fortalecer su confianza y permanencia en la institución. Asimismo, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que la oferta de servicios financieros que satisfacen las necesidades de los clientes favorece su fidelización y contribuye positivamente al fortalecimiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

7. ¿Considera que los requisitos para acceder a los servicios de la cooperativa son adecuados?

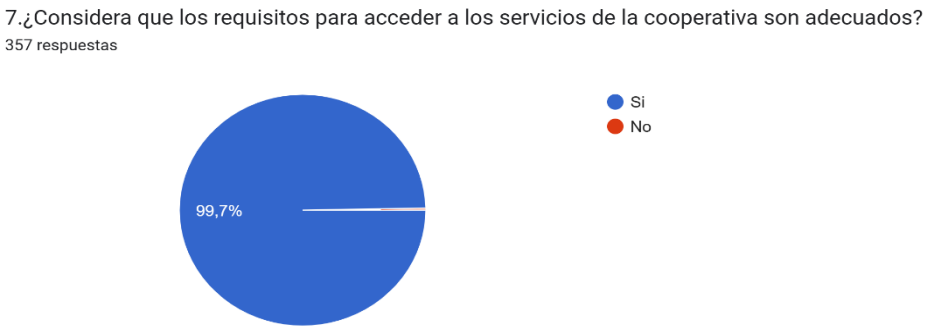
Tabla 10 *Los servicios de la cooperativa son adecuados*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	99.7%
No	1	0.3%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 8 *Requisitos para la Cooperativa*



Nota:

Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con la encuesta realizada, se observa que el 99,7% de los socios encuestados considera que los requisitos establecidos para acceder a sus servicios son adecuados, mientras que apenas el 0,3% menciona una opinión contraria. Estos resultados evidencian que la gran mayoría de los socios percibe que los requisitos exigidos son claros, razonables y accesibles, facilitando el acceso a los diferentes productos y servicios financieros que ofrece la institución.

En relación con el objetivo de determinar los factores internos que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar que la adecuación de los requisitos constituye un aspecto importante para la satisfacción y permanencia de los socios. Asimismo, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que requisitos accesibles y acordes a las necesidades de los clientes favorecen el uso de los servicios financieros, fortalecen la fidelización de los socios y contribuyen positivamente al mejoramiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

8. ¿La COAC Juventud Unida ofrece servicios competitivos frente a otras cooperativas?

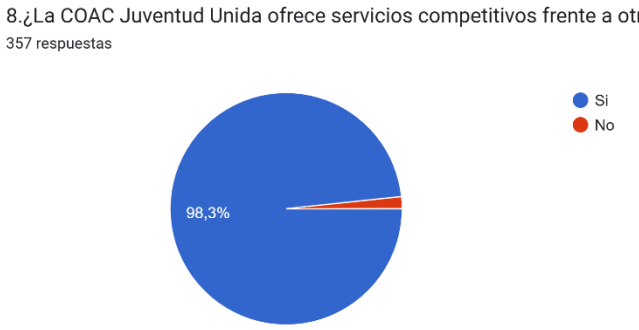
Tabla 11 *Ofrece servicios competitivos*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	351	98.3%
No	1	1.7%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 9 *Servicios competitivos*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos en la encuesta, el 98,3% de los socios considera que la Cooperativa ofrece servicios competitivos frente a otras cooperativas del sector, mientras que una proporción mínima dice una percepción contraria. Sin embargo, aunque el porcentaje de inconformidad es reducido, resulta importante que la cooperativa mantenga procesos permanentes de evaluación y mejora de sus servicios, con el propósito de adaptarse a las nuevas necesidades del mercado y responder eficazmente a las expectativas de los socios. La innovación, la incorporación de herramientas tecnológicas y el

fortalecimiento de la atención al cliente son aspectos que pueden contribuir a mantener y mejorar su nivel de competitividad.

9. ¿Recomendaría los servicios que brinda la Cooperativa COAC Juventud Unida a otras personas?

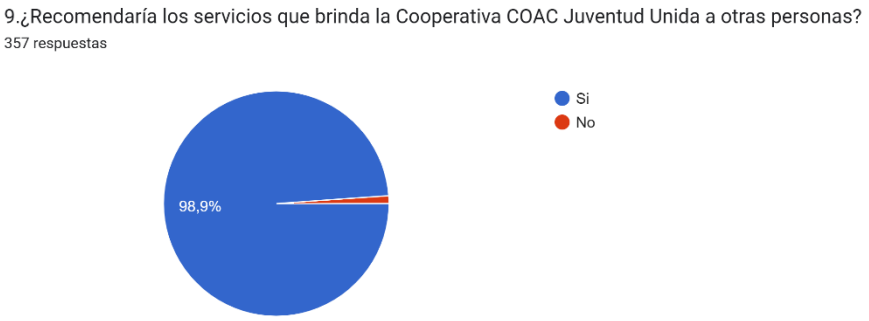
Tabla 12 *Recomendaría los servicios que brinda la cooperativa*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	353	98.9%
No	4	1.1%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 10 *Recomendaría los servicios financieros*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 98,9% de los encuestados manifestó que recomendaría los servicios de la cooperativa a otras personas, mientras que el 1,1% indicó que no lo haría. En relación con

el objetivo de determinar los factores que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar que la satisfacción y confianza de los socios favorecen su fidelización y fortalecen su vínculo con la institución. Asimismo, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que los clientes satisfechos no solo permanecen en la cooperativa, sino que también la recomiendan a otras personas, contribuyendo al crecimiento de la base de socios y al fortalecimiento de la estabilidad financiera institucional.

10. ¿Considera que la competencia de otras cooperativas de ahorro y crédito que ofrecen servicios similares afecta en la captación y permanencia de socios?

Tabla 13 *Ofrecen servicios similares afecta en la captación y permanencia de socios*

	Datos	**frecuencia**	**porcentaje**
	Si	5	100%
	No	0	0%
	Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 11 *Competencia*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta aplicada al personal de la Cooperativa, el 100% de los encuestados considera que la competencia de otras cooperativas de ahorro y crédito sí afecta la captación y permanencia de socios, La presencia de otras cooperativas que ofrecen servicios, beneficios, tasas de interés o facilidades crediticias similares puede generar que los clientes comparen alternativas y decidan cambiar de institución en función de las ventajas percibidas.

Asimismo, la competencia dentro del sector financiero representa un desafío constante para la cooperativa, ya que obliga a fortalecer la calidad del servicio, innovar en los productos financieros, mejorar los procesos de atención y desarrollar estrategias de fidelización que permitan diferenciarse de otras entidades. Se recomienda que fortalezca sus estrategias de captación y retención de socios mediante la mejora continua de sus servicios, la implementación de herramientas tecnológicas, el desarrollo de programas de beneficios e incentivos y el fortalecimiento de su imagen institucional.

11. ¿Cuáles de los siguientes factores considera que afecta más la competitividad de la Cooperativa Juventud Unida frente a otras cooperativas?

Tabla 14 *Los factores consideran que afecta más la competitividad de la cooperativa*

Datos	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Tasas de interés	2	40%
Calidad de servicios al cliente	0	0%
Uso de tecnología en los servicios	3	60%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 12 *Factores internos y externos*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta aplicada al personal de la Cooperativa, el 60% de los encuestados considera que el uso de tecnología es el factor que más afecta la competitividad de la cooperativa frente a otras entidades financieras, mientras que el 40% señala que las tasas de interés constituyen el principal factor de influencia, estos resultados demuestran que la tecnología es un elemento estratégico para el posicionamiento y crecimiento de la cooperativa dentro de un entorno financiero cada vez más digitalizado.

La implementación de herramientas tecnológicas, plataformas virtuales, aplicaciones móviles y sistemas automatizados permite mejorar la eficiencia operativa, agilizar los procesos y ofrecer servicios más accesibles a los socios, convirtiéndose en una ventaja competitiva frente a otras cooperativas del sector. Asimismo, las tasas de interés son consideradas un factor importante de competitividad, debido a que influyen directamente en las decisiones de ahorro y crédito de los socios. Tasas atractivas pueden

favorecer la captación de depósitos y el incremento de la demanda de créditos, fortaleciendo la posición de la cooperativa en el mercado financiero.

12. ¿Considera que la situación económica del país afecta su capacidad de ahorro en la cooperativa?

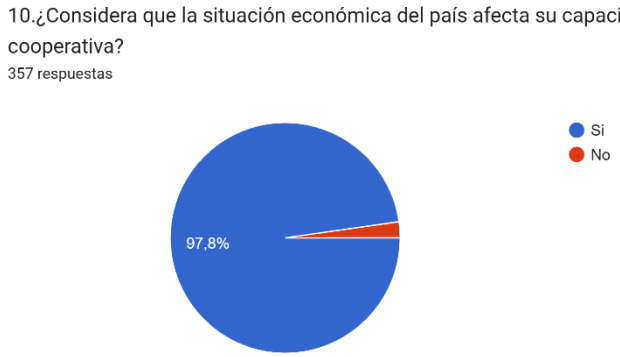
Tabla 15 Situación económica del país afecta su capacidad de ahorro

	Datos	Frecuencia	Porcentaje
	Si	349	97.8%
	No	8	2.2%
	Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 13 *Situación económica*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos en la encuesta, el 97,8% de los socios considera que la situación económica del país afecta su capacidad de ahorro, mientras que apenas el 2,2% reveló que la situación económica no influye en su capacidad para ahorrar. Estos resultados

evidencian que los factores económicos externos tienen una incidencia significativa en las decisiones financieras de los socios. Aspectos como el incremento del costo de vida, la inflación, la reducción del poder adquisitivo y la incertidumbre económica pueden limitar la capacidad de las personas para destinar recursos al ahorro, priorizando el cumplimiento de sus necesidades y gastos cotidianos.

Asimismo, la disminución de la capacidad de ahorro puede afectar directamente la captación de depósitos por parte de la cooperativa, lo que podría influir en la disponibilidad de recursos para la colocación de créditos y el desarrollo de sus actividades financieras. En este sentido, la situación económica nacional constituye un factor externo que puede impactar tanto en el comportamiento financiero de los socios como en la estabilidad financiera de la institución.

Por lo tanto, se recomienda que la cooperativa implemente estrategias orientadas a fomentar la cultura del ahorro mediante programas de educación financiera, incentivos para los socios y productos de ahorro adaptados a las diferentes capacidades económicas de sus clientes. Estas acciones contribuirán a fortalecer la permanencia de los depósitos.

13. ¿La situación económica actual influye en su decisión de solicitar créditos en la cooperativa?

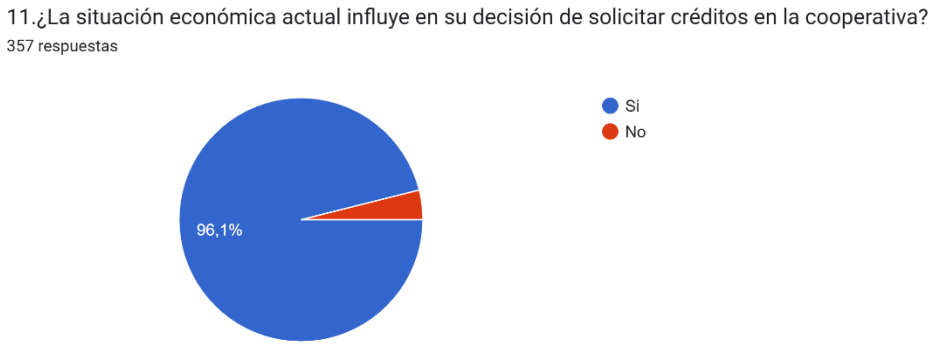
Tabla 16 *La situación actual influye en su decisión de solicitar créditos en la cooperativa*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	343	96.1%
No	14	3.9%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 14 *Situación económica_ solicitar créditos*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos en la encuesta, el 96,1% de los socios considera que la situación económica actual influye en su decisión de solicitar créditos, mientras que el 3,9% menciona que las condiciones económicas no afectan su decisión de acceder a financiamiento. Factores como la estabilidad laboral, el nivel de ingresos, el incremento del costo de vida y la incertidumbre económica influyen directamente en la capacidad de pago y en la disposición de las personas para asumir nuevas obligaciones financieras.

Sin embargo, también puede ocurrir que algunas personas recurran al financiamiento para cubrir necesidades urgentes, afrontar gastos imprevistos o desarrollar actividades productivas que les permitan mejorar su situación económica. La elevada proporción de respuestas afirmativas demuestra que las condiciones económicas externas tienen un impacto significativo en la demanda de créditos y en las operaciones financieras de la cooperativa. Esto representa un aspecto importante para la institución, ya que las

variaciones en la situación económica pueden influir tanto en la colocación de créditos como en los niveles de morosidad y recuperación de cartera.

Por lo tanto, se recomienda que la Cooperativa continúe fortaleciendo sus políticas de evaluación crediticia y desarrolle productos financieros flexibles que se adapten a las necesidades y capacidades de pago de los socios. De esta manera, se contribuirá a mantener la confianza de los clientes, promover el acceso responsable al crédito y fortalecer la estabilidad financiera de la institución.

14. ¿El incremento del costo de vida ha dificultado el cumplimiento de sus obligaciones financieras?

Tabla 17 *El incremento del costo de vida ha dificultado el cumplimiento de sus obligaciones financieras*

	Datos	Frecuencia	Porcentaje
	Si	345	96.6%
	No	12	3.4%
	Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 15 *Incremento de costo de vida*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos en la encuesta, el 96,6% de los socios manifestó que el incremento del costo de vida ha dificultado el cumplimiento de sus obligaciones financieras, mientras que únicamente el 3,4% considera que esta situación no ha afectado. Evidencian que el aumento constante de los precios de bienes y servicios básicos ha impactado significativamente en la economía de los socios. El encarecimiento de gastos como alimentación, transporte, salud, educación y servicios básicos reduce la disponibilidad de ingresos para el ahorro y el cumplimiento oportuno de obligaciones financieras, generando una mayor presión sobre los presupuestos familiares.

El incremento del costo de vida se convierte en un factor externo que puede afectar tanto la situación financiera de los clientes como la estabilidad de la institución financiera. Se recomienda que fortalezca sus programas de educación financiera y desarrolle alternativas de financiamiento acordes con la realidad económica de sus socios. Estas acciones permitirán apoyar a los clientes en la administración eficiente de sus recursos, contribuir al cumplimiento de sus obligaciones financieras y fortalecer la relación de confianza entre los socios y la institución, favoreciendo así la estabilidad financiera de la cooperativa.

15. ¿Considera importante que la cooperativa implemente servicios digitales para mejorar la atención al cliente?

Tabla 18 *Servicios digitales para mejorar la atención al cliente*

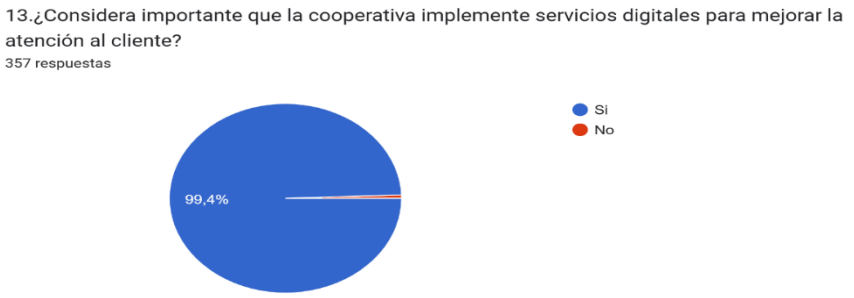
Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	355	99.4%
No	2	0.6%

Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 16 *Implementación de servicios digitales*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 99,4% de los encuestados considera importante la implementación de servicios digitales para mejorar la atención al cliente, mientras que el 0,6% no lo considera necesario. Estos resultados evidencian una alta aceptación y demanda de herramientas tecnológicas por parte de los socios, quienes reconocen los beneficios que los servicios digitales pueden aportar en términos de rapidez, comodidad y accesibilidad. La creciente transformación digital en el sector financiero ha generado nuevas expectativas en los usuarios, quienes buscan realizar sus operaciones de manera más eficiente sin necesidad de acudir físicamente a las instalaciones de la cooperativa.

Asimismo, la implementación de servicios digitales como aplicaciones móviles, banca virtual, consultas en línea y pagos electrónicos permitiría optimizar los procesos de atención, reducir los tiempos de espera y ampliar la cobertura de los servicios ofrecidos. Estas herramientas no solo mejoran la experiencia de los clientes, sino que también

fortalecen la competitividad de la institución frente a otras entidades financieras que ya cuentan con plataformas tecnológicas avanzadas. Se recomienda que continúe desarrollando e incorporando servicios digitales que respondan a las necesidades de sus socios, garantizando plataformas seguras, accesibles y fáciles de utilizar.

16. ¿Utilizaría aplicaciones móviles o banca virtual ofrecidas por la cooperativa?

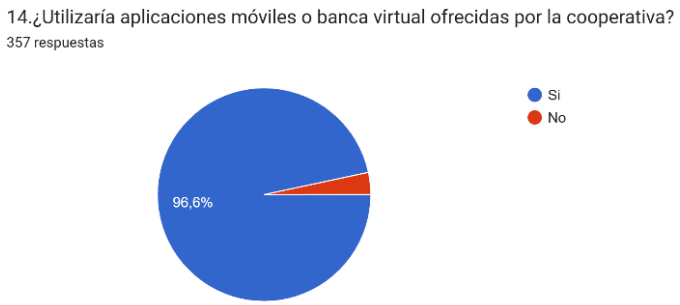
Tabla 19 *Utilizaría aplicaciones móviles o banca virtual ofrecida por la cooperativa*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	345	96.6%
No	12	3.4%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 17 *Utiliza servicios digitales*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 96,6% de los encuestados manifestó que utilizaría aplicaciones móviles o servicios de banca virtual, mientras que el 3,4% indicó que no los utilizaría. Esto evidencia

una elevada predisposición de los socios hacia el uso de canales digitales, lo que representa una oportunidad para que la cooperativa fortalezca sus servicios tecnológicos y amplíe sus canales de atención.

17. ¿Qué medios utiliza con mayor frecuencia para conocer los servicios de la Cooperativa COAC Juventud Unida?

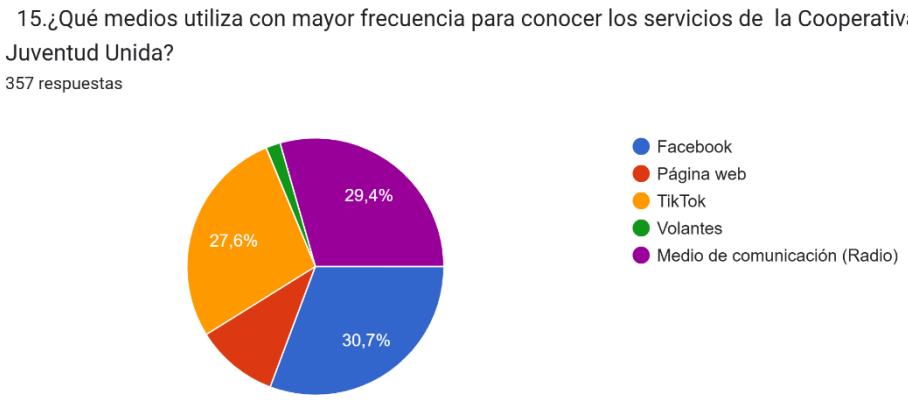
Tabla 20 *Utiliza con mayor frecuencia para conocer los servicios*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	110	30.70%
Página web	37	10.40%
Tik tok	99	27.60%
Volantes	6	1.80%
Medio de comunicación radio	105	29.40%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 18 *Los medios de información y comunicación*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, el medio más utilizado por los socios para conocer los servicios es Facebook, con un 30,7% de preferencia. Le siguen los medios de comunicación radial con el 29,4%, TikTok con el 27,6%, la página web con el 10,4% y, finalmente, los volantes con apenas el 1,8%

Estos resultados evidencian que los canales digitales y los medios de comunicación tradicionales continúan desempeñando un papel importante en la difusión de los productos y servicios de la cooperativa. Facebook se posiciona como el principal medio de información debido a su amplio alcance y facilidad de acceso, permitiendo una comunicación rápida y directa con los socios. La radio mantiene y demuestra su vigencia como medio informativo, especialmente en sectores donde aún existe una fuerte audiencia de este canal de comunicación.

En relación con el objetivo de determinar los factores externos que influyen en la retención de clientes, los resultados permiten identificar que los canales de comunicación y difusión desempeñan un papel importante en la relación entre la cooperativa y sus socios. Asimismo, estos hallazgos aportan evidencia para sustentar la idea a defender, ya que una adecuada estrategia de comunicación a través de los medios más utilizados por los socios favorece el acceso a la información, fortalece el vínculo.

18. ¿Cómo prefiere realizar sus trámites en la cooperativa, como transacciones, depósitos, pagos de crédito o renovación de pólizas, pago de los servicios básicos?

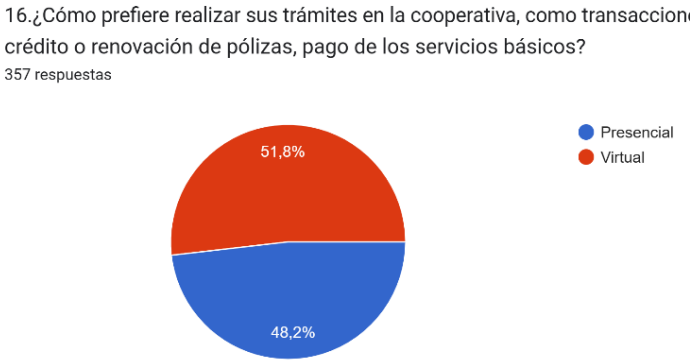
Tabla 21 *Prefiere realizar sus trámites en la cooperativa, como transacciones, depósitos, pagos de crédito o renovación de pólizas*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Presencial	172	48.2%
Virtual	185	51.8%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 19 *Preferencia de realizar los tramites*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, el 51,8% de los socios prefiere realizar sus trámites de manera virtual, mientras que el 48,2% opta por la modalidad presencial. Estos resultados evidencian que los socios muestran una creciente aceptación hacia el uso de herramientas tecnológicas para la realización de sus operaciones financieras. La preferencia por los trámites virtuales puede estar asociada a beneficios como el ahorro de tiempo, la facilidad de acceso a los servicios desde cualquier lugar y la disponibilidad de realizar operaciones en horarios más flexibles.

Por otra parte, el elevado porcentaje de socios que aún prefiere la atención presencial especialmente para realizar consultas, recibir asesoramiento o efectuar trámites que requieren atención personalizada. Esto indica que, a pesar de los avances tecnológicos, la atención presencial sigue siendo un canal importante para la satisfacción de los clientes.

Los resultados permiten identificar la necesidad de que la cooperativa mantenga una estrategia de atención integral que combine tanto los servicios presenciales como los digitales. La coexistencia de ambos canales permitirá satisfacer las preferencias de los diferentes segmentos de socios, garantizando una atención accesible, eficiente.

19. ¿Cuánto tiempo lleva siendo socio de la Cooperativa COAC Juventud Unida?

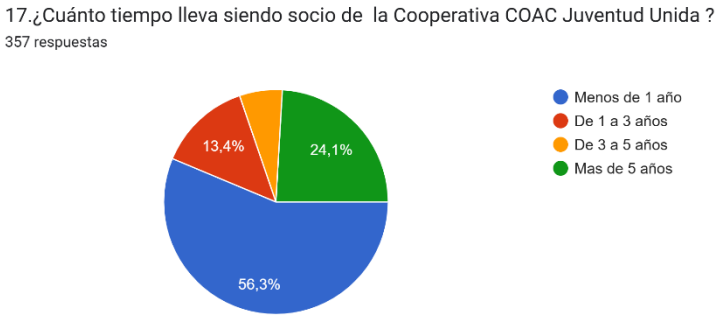
Tabla 22 *Lleva siendo socio*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	201	56.3%
De 1 a 3 años	48	13.4%
De 3 a 5 años	22	6.2%
Más de 5 años	86	24.1%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 20 *Permanencia de los socios en la institución*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, el 56,3% de los encuestados manifestó llevar menos de un año como socio de la Cooperativa mientras que el 24,1% indicó tener más de cinco años de permanencia en la institución, el 13,4% señaló pertenecer a la cooperativa entre uno y tres años, y el 6,2% entre tres y cinco años. Estos resultados evidencian que la cooperativa ha logrado incorporar un número significativo de nuevos socios durante el último año, lo que refleja una adecuada capacidad de atracción y posicionamiento dentro del mercado financiero local.

Sin embargo, la diferencia entre los socios nuevos y aquellos con una antigüedad intermedia podría indicar la necesidad de fortalecer las estrategias de retención para garantizar que los nuevos clientes permanezcan en la cooperativa a largo plazo. La fidelización de los socios resulta fundamental para asegurar la estabilidad de los depósitos, el crecimiento de las operaciones financieras y la sostenibilidad institucional.

Se recomienda que la Cooperativa COAC Juventud Unida continúe desarrollando estrategias orientadas tanto a la captación como a la retención de clientes, mediante programas de beneficios, atención personalizada y mejora continua de sus servicios.

20. ¿La cooperativa ofrece beneficios que le ayudan a mantenerse satisfecho como cliente?

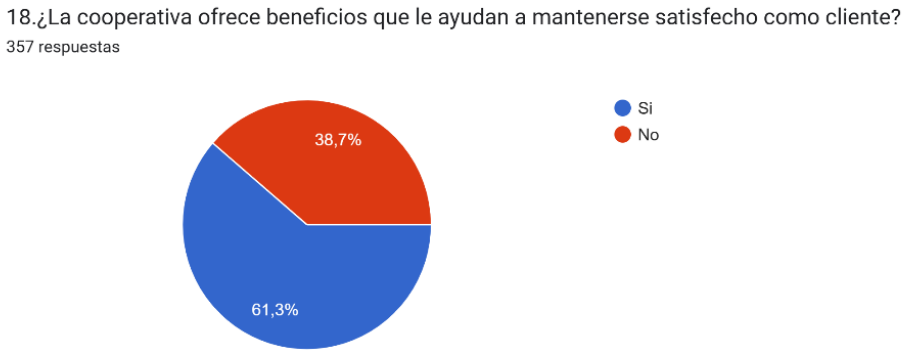
Tabla 23 *Ofrece beneficios que le ayudan a mantenerse satisfecho como cliente*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	219	61.3%
No	138	38.7%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 21 *Beneficios que satisface a los socios*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos en la encuesta, el 61,3% de los socios menciona que la Cooperativa ofrece beneficios que contribuyen a mantener su satisfacción como cliente,

mientras que el 38,7% manifestó que los beneficios recibidos no generan satisfacción. El porcentaje relativamente elevado de respuestas negativas representa una oportunidad de mejora para la institución, puesto que evidencia la necesidad de evaluar la efectividad de los beneficios actuales y desarrollar nuevas estrategias que respondan a las expectativas de los socios. Conocer las necesidades y preferencias de los clientes permitirá diseñar propuestas más atractivas que incrementen su satisfacción y compromiso con la cooperativa.

21. ¿Ha participado en promociones o incentivos?

Tabla 24 *Ha participado en promociones o incentivos*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	21.6%
No	280	78.4%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 22 *Participaciones en incentivos*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

El 78,4% de los encuestados indicaron no haber participado en promociones o incentivos, mientras que únicamente el 21,6% sí lo ha hecho. Estos resultados apuntan que las estrategias promocionales de la cooperativa poseen una cobertura limitada, por lo que sería recomendable fortalecer estos programas para incrementar la participación de los socios.

Se recomienda que la Cooperativa implemente campañas promocionales más frecuentes y atractivas, utilizando diversos canales de comunicación como redes sociales, medios radiales, mensajes digitales y atención personalizada, es importante diseñar incentivos acordes a las necesidades e intereses de los socios, con el fin de incrementar su participación, fortalecer la retención de clientes y contribuir al crecimiento y estabilidad financiera de la institución

22. ¿Usted recibe una comunicación clara y cordial por parte del personal de la cooperativa?

Tabla 25 *Recibe una comunicación clara y cordial por parte del personal*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	349	97.8%
No	8	2.2%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 23 *Comunicación clara y cordial del personal administrativo*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos en la encuesta, el 97,8% de los socios indicaron que recibe una comunicación clara y cordial por parte del personal de la Cooperativa mientras que apenas el 2,2% indicó no percibir una comunicación adecuada.

Aunque el porcentaje de respuestas negativas es reducido, refleja que aún existen oportunidades de mejora en algunos procesos de comunicación. Por ello, resulta importante que la cooperativa continúe fortaleciendo las competencias comunicativas de su personal mediante programas de capacitación orientados al servicio al cliente.

23. ¿Cuáles de los siguientes servicios que ofrece la Cooperativa COAC Juventud Unida conoce usted?

Tabla 26 *Los servicios que ofrece la Cooperativa COAC Juventud Unida conoce usted*

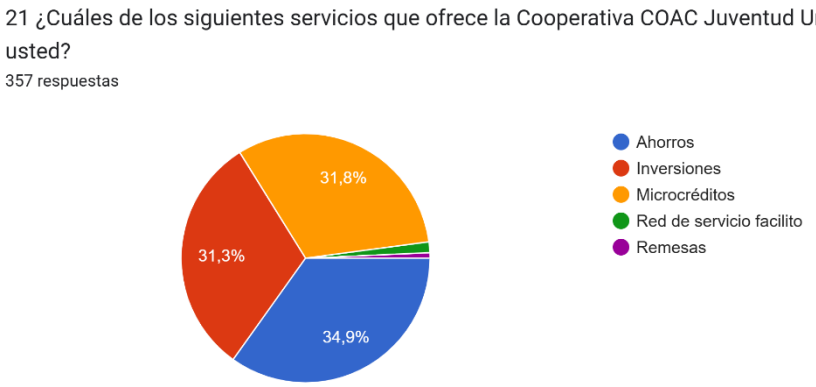
Datos	Frecuencia	Porcentaje
Ahorros	125	34.9%
Inversiones	112	31.3%
Microcréditos	114	31.8%
Red de servicio facilito	5	1.4%

Remesas	2	0.7%
Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 24 *Servicios de la cooperativa*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, el servicio más conocido por los socios es el de ahorros, con un 34,9%, los microcréditos con el 31,8% y las inversiones con el 31,3%, los servicios de Red de Servicio Facilito y remesas presentan niveles de conocimiento considerablemente bajos, con el 1,4% y 0,7%. Estos resultados evidencian que los socios tienen un mayor conocimiento de los servicios financieros tradicionales que constituyen la actividad principal de la cooperativa, como son los ahorros, créditos e inversiones.

El escaso conocimiento de servicios complementarios como las remesas y la Red de Servicio Facilito refleja una limitada difusión de estos productos entre los socios. Esta

situación puede ocasionar que los clientes no aprovechen todos los beneficios y alternativas que la cooperativa pone a su disposición, reduciendo la utilización de estos servicios y las oportunidades de generar mayores ingresos para la institución. Estos resultados demuestran la necesidad de fortalecer las estrategias de comunicación y promoción institucional, con el fin de dar a conocer de manera más efectiva la totalidad de los productos y servicios disponibles.

24. ¿Tiene intención de continuar utilizando los servicios de la cooperativa?

Tabla 27 *Tiene intención de continuar utilizando los servicios de la cooperativa*

	Datos	Frecuencia	Porcentaje
	Si	352	98.6%
	No	5	1.4%
	Total	**357**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 25 *Continuar utilizando los servicios*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos en la encuesta, el 98,6% de los socios indicaron que tiene la intención de continuar utilizando los servicios, únicamente el 1,4% indicó que no tiene previsto seguir haciendo uso de los servicios ofrecidos por la institución. El porcentaje de socios que mencionaron no tener intención de continuar es reducido, resulta importante que la cooperativa identifique las causas de esta percepción para implementar acciones correctivas que permitan mejorar la satisfacción de todos sus clientes y evitar posibles pérdidas de socios en el futuro. Se recomienda que la Cooperativa continúe fortaleciendo la calidad de sus servicios, la atención al cliente y los programas de beneficios para los socios.

25. ¿Considere que la cooperativa dispone de recursos suficientes para atender sus operaciones?

Tabla 28 *Dispone de recursos suficientes para atender sus operaciones*

	Datos	**Frecuencia**	**Porcentaje**
	Si	5	100%
	No	0	0%
	Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 26 *La institución dispone de recursos*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

En base a los resultados obtenidos se evidencia que el 100% del personal administrativo y financiero encuestado considera que la Cooperativa dispone de recursos suficientes para atender sus operaciones y garantizar el funcionamiento institucional, constituyéndose en un indicador importante para evaluar la estabilidad financiera de la cooperativa.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados demuestran que la disponibilidad de recursos permite a la cooperativa responder de manera eficiente a sus actividades y obligaciones financieras. El hallazgo aporta evidencia para sustentar la idea a defender, debido a que una institución con recursos suficientes genera confianza en los socios y fortalece las condiciones necesarias para implementar estrategias de retención de clientes que contribuyan al mejoramiento de la estabilidad financiera.

26. ¿Cómo evalúa el equipo administrativo la eficiencia en el manejo de liquidez para cubrir obligaciones inmediatas?

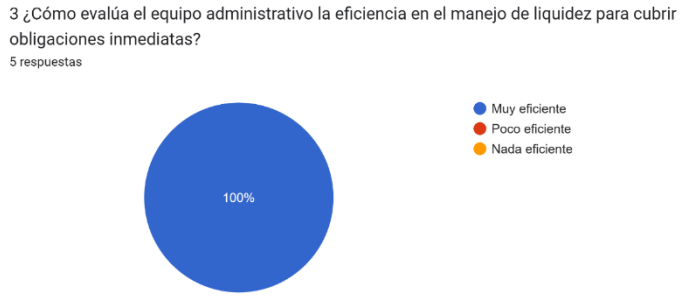
Tabla 29 *La eficiencia en el manejo de liquidez para cubrir obligaciones inmediatas*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Muy eficiente	5	100%
Poco eficiente	0	0%
Nada eficiente	0	%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 27 *Evaluación en el manejo de liquidación*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos, se evidencia que el 100% de los encuestados considera eficiente el manejo de la liquidez para cubrir sus obligaciones inmediatas. Este resultado refleja que la institución mantiene una adecuada capacidad para disponer de recursos líquidos cuando son requeridos, garantizando el cumplimiento oportuno de sus obligaciones financieras y operativas.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados demuestran que la gestión eficiente de la liquidez constituye una fortaleza para la cooperativa, ya que le permite responder de manera adecuada a las demandas de los socios y a sus obligaciones de corto plazo, este hallazgo aporta evidencia para sustentar la idea a defender, debido a que una adecuada administración de la liquidez genera confianza y seguridad en los socios, favoreciendo su permanencia y contribuyendo al fortalecimiento de la estabilidad financiera institucional.

27. ¿La cooperativa cumple oportunamente con sus obligaciones a largo plazo?

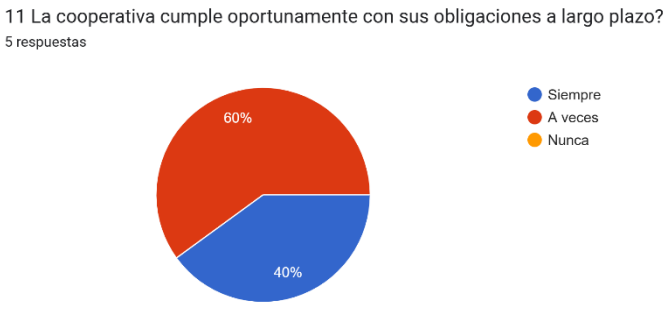
Tabla 30 *Cumple oportunamente con sus obligaciones a largo plazo*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	40%
A veces	3	60%
Nunca	0	0%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 28 *Cumple oportunamente sus obligaciones a largo plazo*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los siguientes resultados obtenidos se evidencia que el 60% de los encuestados considera que la Cooperativa cumple con sus obligaciones a largo plazo solo a veces, mientras que el 40% manifiesta que siempre lo hace. Ningún encuestado seleccionó la opción nunca, se identifican oportunidades de mejora para garantizar una mayor consistencia en el cumplimiento de estas obligaciones.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados permiten identificar que la cooperativa mantiene una capacidad aceptable para atender sus obligaciones a largo plazo; sin embargo, la percepción mayoritaria de que esto ocurre solo algunas veces sugiere la necesidad de fortalecer los mecanismos de planificación y control financiero, este hallazgo aporta evidencia para sustentar la idea a defender, ya que una gestión financiera más eficiente y un cumplimiento oportuno de las obligaciones generan mayor confianza en los socios, fortaleciendo su permanencia y contribuyendo al mejoramiento de la estabilidad financiera de la institución.

28. ¿La cooperativa demuestra estabilidad en sus operaciones?

Tabla 31 *Demuestra estabilidad en sus operaciones*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 29 *Estabilidad en sus operaciones*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se evidencia que el 100% de los encuestados considera que la Cooperativa demuestra estabilidad en sus operaciones. Este resultado refleja una percepción favorable sobre la capacidad de la institución para mantener un funcionamiento continuo y eficiente, garantizando el cumplimiento de sus actividades financieras y administrativas de manera sostenible.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados permiten identificar que la estabilidad operativa constituye una fortaleza institucional, ya que favorece la continuidad de los servicios y la confianza de los socios en la cooperativa. Este hallazgo aporta para sustentar la idea a defender, debido a que una institución que mantiene estabilidad en sus operaciones genera mayor credibilidad y satisfacción en sus clientes, aspectos fundamentales para fortalecer las estrategias de retención y contribuir al mejoramiento de la estabilidad financiera.

29. ¿El personal administrativo monitorea y ajusta el flujo de efectivo?

Tabla 32 *Personal administrativo monitorea y ajusta el flujo de efectivo*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 30 *Flujo de efectivo*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos, se evidencia que el 100% de los encuestados respondieron que la Cooperativa monitorea y ajusta constantemente su flujo de efectivo, este resultado refleja la existencia de mecanismos de control y seguimiento financiero que permiten gestionar adecuadamente los ingresos y egresos de la institución, asegurando la disponibilidad de recursos para el desarrollo de sus actividades operativas.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera los resultados demuestran que el monitoreo y ajuste permanente del flujo de efectivo constituye una práctica fundamental para mantener el equilibrio financiero de la

cooperativa. Este hallazgo aporta evidencia para sustentar la idea a defender, debido a que una gestión eficiente del flujo de efectivo permite mejorar los recursos disponibles, reducir riesgos financieros y fortalecer la confianza de los socios, favoreciendo su permanencia dentro de la institución.

30. ¿La cooperativa alcanza las metas establecidas anualmente?

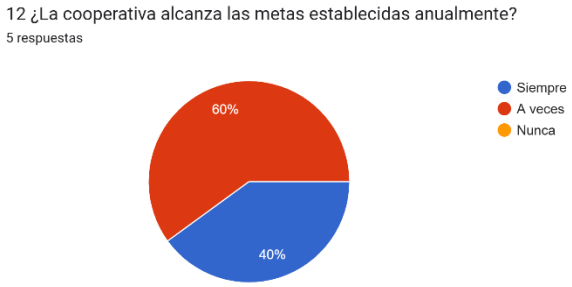
Tabla 33 *Alcanza las metas establecidas anualmente*

	Datos	Frecuencia	Porcentaje
	Siempre	2	40%
	A veces	3	60%
	Nunca	0	0%
	Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 31 *Metas establecidas anualmente*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos se evidencia que el 60% del personal administrativo y financiero encuestado considera que la Cooperativa alcanza las metas establecidas

anualmente solo a veces, mientras que el 40% manifiesta que siempre las alcanza, lo que indica que existe una percepción favorable sobre el cumplimiento de los objetivos institucionales, aunque no de manera constante en todos los períodos.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados permiten identificar que la cooperativa presenta un desempeño aceptable en el cumplimiento de sus metas anuales, sin embargo, veces evidencia la necesidad de fortalecer los procesos de planificación, seguimiento y evaluación de los objetivos institucionales. Este hallazgo aporta evidencia para sustentar la idea a defender, ya que el cumplimiento de metas permite mejorar la eficiencia organizacional, incrementar la confianza de los socios y generar condiciones favorables para la implementación de estrategias de retención de clientes que contribuyan al fortalecimiento de la estabilidad financiera.

31. ¿La cooperativa ha mejorado su capacidad para generar utilidades en comparación con períodos anteriores?

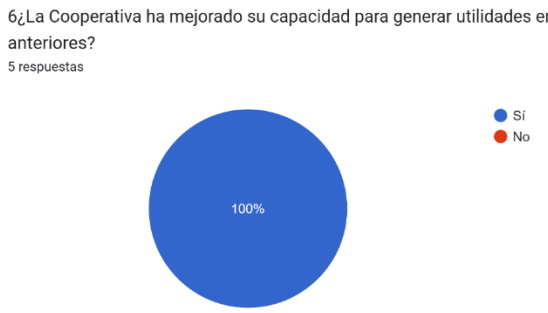
Tabla 34 *Ha mejorado su capacidad para generar utilidades en comparación con períodos anteriores*

	Datos	**Frecuencia**	**Porcentaje**
	Si	5	100%
	No	0	0%
	Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 32 *Utilidades*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Los resultados obtenidos, se evidencia que el 100% de los encuestado considera que la Cooperativa ha mejorado su capacidad para generar utilidades en comparación con períodos anteriores. Este resultado refleja una percepción positiva sobre el desempeño financiero de la institución, evidenciando avances en la gestión de sus recursos y en la generación de beneficios económicos que contribuyen al fortalecimiento de la situación financiera.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados demuestran que el incremento en la capacidad para generar utilidades constituye un factor favorable para la sostenibilidad de la cooperativa, ya que permite fortalecer su patrimonio, ampliar su capacidad operativa y afrontar de manera eficiente sus compromisos financieros, este hallazgo aporta para sustentar la idea a defender, debido a que una institución financieramente sólida puede desarrollar mejores servicios y beneficios para los socios, fortaleciendo su satisfacción, permanencia y contribuyendo a la estabilidad financiera de la cooperativa.

32. ¿La Cooperativa utiliza eficientemente sus recursos financieros?

Tabla 35 *Utiliza eficientemente sus recursos financieros*

	Datos	Frecuencia	Porcentaje
	Si	5	100%
	No	0	0%
	Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 33 *Eficiencia en los recursos financieros*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

En base a los resultados obtenidos, se evidencia que el 100% del personal administrativo y financiero encuestado considera que la Cooperativa utiliza eficientemente sus recursos financieros. Este hallazgo permite identificar que existe una valoración positiva sobre la gestión de los recursos económicos de la institución, constituyéndose en un indicador relevante para diagnosticar su estabilidad financiera.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados demuestran que la eficiencia en el uso de los recursos financieros representa una fortaleza institucional, este resultado aporta evidencia para sustentar la idea a defender, debido a que una gestión eficiente de los recursos genera condiciones favorables para implementar estrategias de retención de clientes que contribuyan al fortalecimiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

33. ¿Cuáles son los principales servicios que generan más ingresos?

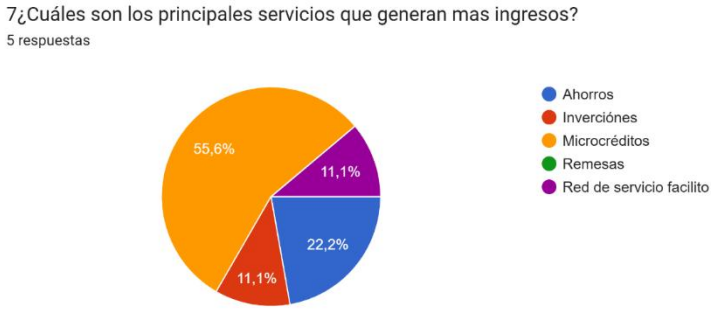
Tabla 36 *Los principales servicios que generan más ingresos*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Ahorros	79	22.20%
Inventarios	40	11.10%
Microcréditos	198	55.60%
Remesas	0	0%
Red de servicio facilito	40	11.10%
Total	**357**	**0.00%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 34 *Servicios que generan más ingresos*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

En los resultados obtenidos, se evidencia que los microcréditos constituyen el principal servicio generador de ingresos, representando el 55,60% de las respuestas. Le siguen los ahorros con el 22,20%, mientras que los servicios de inventarios y la red de servicios Facilito registran un 11,10% cada uno, las remesas no presentan participación dentro de las fuentes de ingresos identificadas. Estos resultados reflejan que la actividad crediticia es el eje fundamental de la generación de recursos económicos de la cooperativa.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados permiten identificar que los microcréditos es una de las principales fortalezas financieras de la institución, debido a su significativa contribución a los ingresos, este hallazgo se relaciona con el objetivo de determinar los factores que influyen en la retención de clientes, ya que el acceso a productos crediticios adaptados a las necesidades de los socios favorece su satisfacción y permanencia. Los resultados aportan para sustentar la idea a defender, puesto que el fortalecimiento de los servicios financieros más demandados

contribuye tanto a la retención de clientes como al mejoramiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

34. ¿La relación activos/ pasivos indica una posición financiera sólida actualmente?

Tabla 37 *Indica una posición financiera sólida actualmente*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 35 *Posición financiera sólida*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

En los resultados obtenidos, se evidencia que el 100% de los encuestados considera que la relación entre activos y pasivos indica una posición financiera sólida. Este resultado refleja una percepción favorable respecto a la capacidad de la institución para respaldar sus obligaciones con los recursos que posee, evidenciando un adecuado equilibrio financiero y una gestión eficiente de sus activos y pasivos.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera los resultados demuestran que la cooperativa mantiene una estructura financiera sólida, lo que le permite afrontar sus obligaciones económicas y garantizar la continuidad de sus operaciones. Este hallazgo aporta para sustentar la idea a defender, debido a que una institución con una posición financiera sólida transmite confianza y seguridad a los socios, favoreciendo su permanencia y fortaleciendo las estrategias de retención de clientes que contribuyen al mejoramiento de la estabilidad financiera.

35. ¿La cooperativa tiene capacidad para asumir deudas?

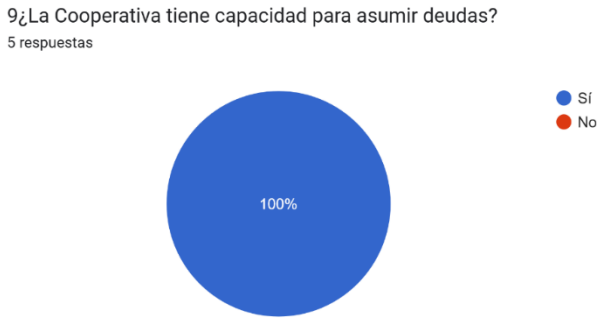
Tabla 38 *Tiene capacidad para asumir deudas*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 36 *Responsabilidad de asumir sus obligaciones*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos se evidencia que el 100% del personal administrativo y financiero encuestado considera que la Cooperativa tiene capacidad para asumir deudas. Este resultado refleja una percepción positiva sobre la solvencia financiera de la institución y su capacidad para responder de manera eficiente a nuevas obligaciones financieras sin comprometer la continuidad de sus operaciones.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados demuestran que la cooperativa cuenta con una situación financiera favorable que le permite acceder a fuentes de financiamiento cuando sea necesario para impulsar su crecimiento y fortalecer sus servicios. Este hallazgo aporta para sustentar la idea a defender, ya que una institución con capacidad de endeudamiento controlada puede invertir en mejoras tecnológicas, innovación y programas orientados a la satisfacción de los socios, contribuyendo a la retención de clientes y al fortalecimiento de la estabilidad financiera**.**

36. ¿Considera que la cooperativa es sostenible a largo plazo?

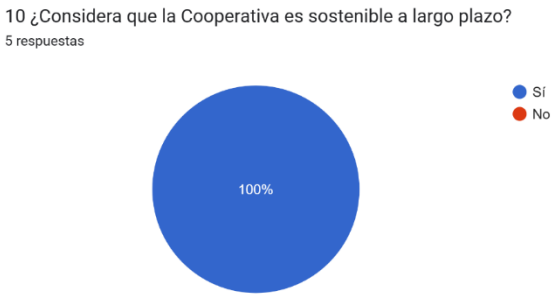
Tabla 39 *Es sostenible a largo plazo*

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	**5**	**100%**

Fuente: COAC Juventud Unida

Nota: Elaboración propia

Figura 37 *Sostenibilidad de la cooperativa*



Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación

Con base en los resultados obtenidos se evidencia que el 100% de los encuestados considera que la Cooperativa es sostenible a largo plazo, este resultado refleja una percepción positiva sobre la capacidad de la institución para mantener sus operaciones, cumplir con sus obligaciones y adaptarse a los cambios del entorno financiero, garantizando su permanencia en el tiempo.

En relación con el objetivo de diagnosticar los indicadores de estabilidad financiera, los resultados demuestran que la cooperativa posee condiciones favorables para asegurar su continuidad y crecimiento institucional. La sostenibilidad a largo plazo está estrechamente vinculada con una adecuada gestión financiera, una eficiente administración de recursos y la capacidad de generar valor para sus socios, este hallazgo aporta evidencia para sustentar la idea a defender, debido a que una institución sostenible puede implementar estrategias efectivas de retención de clientes, fortaleciendo la confianza de los socios y contribuyendo al mejoramiento de la estabilidad financiera.

RESULTADOS GENERAL

Diagnosticar los indicadores con respecto a la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026.

Los resultados obtenidos permitieron identificar que la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida se sustenta en cuatro indicadores principales: liquidez, solvencia, gestión financiera y sostenibilidad financiera. A continuación, se presenta una descripción de cada uno de estos indicadores:

La **liquidez** permite evaluar la capacidad de la institución para cumplir sus obligaciones de corto plazo y los aspectos evaluados en la encuesta fue disponibilidad de recursos económicos, capacidad para atender obligación inmediatos.

La **solvencia** mide la capacidad para responder a obligaciones financieros presentes y futuros. A si mismo los aspectos evaluados en la encuesta fueron cumplimiento oportuno de obligaciones, capacidad para responder a obligación financieros futuros.

La **rentabilidad** analiza la eficiencia en la administración de los recursos económicos y los aspectos evaluados en la encuesta fue uso eficiente de recursos financieros, control financiero y administración institucional.

La **sostenibilidad financiera** determina la capacidad de la cooperativa para mantener su estabilidad y crecimiento institucional en el largo plazo y su aspecto evaluados en la encuesta fue cumplimiento de metas institucionales, permanencia de operaciones, estabilidad financiera general. Estos indicadores constituyen elementos fundamentales para evaluar la situación financiera de la cooperativa y su capacidad para garantizar la continuidad de sus operaciones.

Determinar los factores internos y externos que influyen en la retención de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026.

Los resultados obtenidos permitieron determinar que los principales factores internos que influyen en la retención de clientes son; calidad de atención, confianza institucional, eficiencia operativa, calidad de los servicios financieros, accesibilidad de los servicios. A continuación, se presenta una descripción de cada uno de estos indicadores:

La calidad de atención la cual permite evaluar el nivel de satisfacción de los socios con respecto al servicio recibido por la cooperativa. Este factor fue analizado mediante aspectos como la atención del personal, la amabilidad en el trato y la capacidad para brindar soluciones a los requerimientos de los socios.

Confianza institucional permite medir el nivel de credibilidad y seguridad que los socios perciben en la cooperativa. Para su evaluación se consideraron aspectos relacionados con la confianza depositada en la institución para la administración de sus recursos financieros.

Eficiencia operativa la cual permite evaluar la capacidad de la institución para brindar servicios ágiles y oportunos. Este factor fue analizado a través de aspectos como tiempo de espera en trámites, tiempo de aprobación de créditos, atención oportuna.

Calidad de los servicios financieros la cual permite evaluar la capacidad de los productos y servicios para satisfacer las necesidades de los socios. Este factor fue analizado a través de aspectos como satisfacción con los servicios financieros ofrecidos.

Accesibilidad de los servicios la cual permite evaluar la facilidad para acceder a los productos y servicios de la cooperativa. Este factor fue analizado a través de aspectos como adecuación de requisitos para acceder a los servicios.

Los principales factores externos que influyen en la retención de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida son la competencia del sector financiero, la situación económica del país, los medios de comunicación y difusión, y la transformación digital. A continuación, se presenta una descripción de cada uno de estos factores:

La **competencia del sector financiero** permite evaluar la influencia que ejercen otras cooperativas de ahorro y crédito que prestan servicios similares Este factor fue analizado mediante aspectos relacionados con la competitividad de los servicios ofrecidos por la cooperativa frente a otras instituciones financieras que operan en el mercado.

La **situación económica del país** permite evaluar el impacto de las condiciones económicas externas en el comportamiento financiero de los socios. Este factor fue analizado a través de aspectos relacionados con la capacidad de ahorro de los socios, considerando que variables como la inflación, el costo de vida y las condiciones económicas generales pueden influir en sus decisiones financieras.

Los **medios de comunicación y difusión** permiten evaluar la efectividad de los canales utilizados por la cooperativa para informar y promocionar sus productos y servicios. Este factor fue analizado mediante aspectos relacionados con los medios a través de los cuales los socios conocen la oferta institucional, destacándose plataformas digitales como Facebook y TikTok, así como medios tradicionales como la radio y la página web.

La **transformación digital** permite evaluar la influencia de los avances tecnológicos en las preferencias y hábitos de los socios al momento de acceder a los servicios financieros. Este factor fue analizado considerando aspectos relacionados con la preferencia por realizar trámites de manera virtual o presencial, evidenciando la importancia de incorporar herramientas tecnológicas que faciliten el acceso a los servicios de la cooperativa.

Establecer la relación conceptual entre la retención de clientes y la estabilidad financiera en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad de Guaranda, año 2026.

Los resultados se determinaron que existe una relación conceptual directa y relevante entre la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida y la retención de clientes. La retención de clientes se basa en la lealtad, la confianza, la satisfacción y el compromiso de sus miembros; por su parte, la estabilidad financiera se relaciona con la capacidad de las instituciones para mantener niveles adecuados de liquidez, rentabilidad, solvencia y crecimiento económico sostenible

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según, Rivera Gaspar & Tenelema Barre (2024), coinciden en que la estabilidad económica de las entidades cooperativas depende de la combinación adecuada de indicadores esenciales como la solvencia, la rentabilidad y la liquidez. Estos indicadores permiten un estudio integral del desempeño económico de las organizaciones y su capacidad para mantenerse competitivas en el mercado. En este sentido, los resultados de esta investigación demuestran que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida

mantiene niveles adecuados de liquidez, lo que le permite cumplir puntualmente con sus obligaciones a corto plazo y gestionar eficientemente su flujo de caja. Estos aspectos concuerdan con los argumentos de los autores mencionados, quienes enfatizan que una gestión adecuada de los recursos líquidos es esencial para evitar riesgos de iliquidez y fortalecer las operaciones institucionales. De acuerdo a la investigación, la rentabilidad y solvencia observadas demuestran una estructura financiera equilibrada, lo cual coincide con los argumentos de los autores. Estos indican que contar con el respaldo de capital suficiente para cumplir con las obligaciones y generar beneficios de forma constante son elementos clave para que las instituciones financieras cooperativas crezcan y se mantengan sostenibles a largo plazo.

Los resultados obtenidos permitieron determinar que los principales factores internos que influyen en la retención de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida son la calidad de atención, la confianza institucional, la eficiencia operativa, la calidad de los servicios financieros y la accesibilidad de los servicios. Los socios manifestaron altos niveles de satisfacción respecto a la atención brindada por el personal, la confianza depositada en la institución, la calidad de los productos financieros y la facilidad para acceder a los servicios, evidenciando que estos elementos contribuyen significativamente a su permanencia dentro de la cooperativa.

De igual manera, los hallazgos concuerdan con la investigación desarrollada por Chichande y Vega (2025), titulada “La calidad del servicio al cliente como estrategia de fidelización de los socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito”, quienes concluyeron que existe una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la fidelización de los socios. Además, destacaron que la atención personalizada, la capacitación continua

del personal y la incorporación de herramientas tecnológicas contribuyen a fortalecer el compromiso y la permanencia de los clientes dentro de la institución financiera

En cuanto a los factores externos, los resultados evidenciaron que la competencia del sector financiero, la situación económica del país, los medios de comunicación y la transformación digital influyen en la retención de clientes. Los socios señalaron que las condiciones económicas afectan su capacidad de ahorro, mientras que la utilización de medios digitales y canales de comunicación constituye un elemento importante para mantenerse informados sobre los servicios ofrecidos por la cooperativa. Asimismo, se observó una creciente preferencia por los trámites virtuales, reflejando la influencia de los avances tecnológicos en el comportamiento de los usuarios.

Los hallazgos obtenidos también guardan relación con lo expuesto por Contreras Solaque y Guevara Méndez (2024), quienes sostienen que las organizaciones financieras deben desarrollar estrategias orientadas a fortalecer su competitividad y capacidad de adaptación frente a las condiciones del entorno para mantener relaciones duraderas con sus clientes. De igual forma, coinciden con la investigación de Saltos y Albán (2024), titulada “Estrategias de marketing digital en la captación de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., Agencia Chimbo”, donde se concluye que las herramientas digitales y los canales de comunicación constituyen elementos estratégicos para mejorar la visibilidad institucional, fortalecer la fidelización de los clientes y mantener la competitividad dentro del sector financiero.

Según, Reyes Marin & Tandapilco Matavaca (2025), destacan que la retención de clientes es fundamental para el fortalecimiento financiero de las entidades del sector financiero, ya que permite consolidar recursos, incrementar el consumo de productos y

servicios financieros y fomentar el desarrollo sostenible dentro de la organización. De acuerdo con estas propuestas, los resultados de la presente investigación muestran una conexión directa y relevante entre la estabilidad económica y la retención de clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida. La lealtad, la confianza, el compromiso y la satisfacción de los socios fomentan su permanencia, lo que a su vez permite atraer y retener más recursos financieros. Por otro lado, contribuye adecuada de la rentabilidad, la solvencia y la liquidez fortalece la confianza del cliente y mejora la percepción de seguridad institucional. Estos hallazgos coinciden con la afirmación de los autores de que establecer relaciones estables con los clientes no solo respalda la estabilidad económica de las instituciones financieras, sino que también incrementa su potencial de crecimiento, competitividad y estabilidad a largo plazo.

5 CAPITULO V. PROPUESTA

TEMA DE LA PROPUESTA

Estrategias de retención de clientes orientadas al mejoramiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, agencia Guaranda.

Introducción

La presente propuesta se desarrolla como respuesta a los resultados obtenidos durante la investigación realizada en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en Guaranda, cuyo propósito fue analizar las estrategias de retención de clientes y su incidencia en la estabilidad financiera de la institución. El estudio permitió identificar la percepción de los socios y personal administrativo con respecto a la calidad de los

servicios, los factores internos y externos que influyen en su permanencia, así como los principales indicadores relacionados con la estabilidad financiera de la cooperativa.

A partir del análisis efectuado, se evidencia que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida mantiene una situación financiera favorable caracterizada por niveles adecuados de liquidez, solvencia y sostenibilidad financiera, es decir mantiene fortalezas importantes relacionadas con la confianza de los socios, la calidad de los servicios financieros. El personal administrativo considera que la institución posee una posición financiera sólida, capacidad para asumir deudas y condiciones para mantenerse sostenible a largo plazo. Sin embargo, también se identifican algunas debilidades y oportunidades de mejora, entre ellos los tiempos de espera en la atención y realización de trámites, los plazos de aprobación de créditos, la necesidad de fortalecer la innovación tecnológica frente a la competencia, comunicación y difusión de los productos y servicios el desarrollo de estrategias que aumentarán la competitividad frente a otras instituciones financieras del sector.

La presente propuesta plantea estrategias orientadas a fortalecer la retención de clientes mediante acciones enfocadas en la mejora continua de la calidad del servicio, la optimización de los procesos internos, el fortalecimiento de los canales digitales y la implementación de mecanismos que contribuyan a incrementar la satisfacción y fidelización de los socios. Estas estrategias han sido diseñadas considerando las necesidades identificadas en la investigación y las condiciones actuales de la cooperativa, con el fin de generar beneficios tanto para los socios como para la institución.

La importancia de esta propuesta radica en que la retención de clientes constituye un elemento fundamental para la sostenibilidad y crecimiento de las entidades financieras,

debido a que la permanencia de los socios favorece la estabilidad de los depósitos, incrementa la utilización de los productos y servicios financieros y fortalece la confianza institucional.

Justificación de la propuesta

La presente propuesta es importante porque busca fortalecer la retención de cliente mediante la implementación de estrategias orientadas a mejorar la calidad de los servicios, comunicación y di función de los productos y servicios, optimizar los procesos de atención y fortalecer la relación entre la institución y sus socios. En un entorno financiero cada vez más competitivo, la permanencia de los clientes constituye un factor fundamental para garantizar el crecimiento sostenible y la estabilidad financiera de las organizaciones del sector cooperativo.

La implementación de estrategias permitirá fortalecer la relación con los socios, mejorar la satisfacción, generando mayores niveles de confianza, compromiso y lealtad hacia la institución, favorecerá la permanencia de los socios actuales y contribuir al mejoramiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

Desde la perspectiva financiera, la retención de clientes contribuye directamente al fortalecimiento de la estabilidad económica de la cooperativa, debido a que la permanencia de los socios favorece la conservación de los depósitos, el incremento en la utilización de los productos y servicios financieros y el fortalecimiento de los ingresos institucionales. Además, mantener clientes satisfechos resulta más eficiente que captar nuevos usuarios, permitiendo optimizar recursos y mejorar la rentabilidad de la organización.

La implementación de la presente propuesta generará beneficios tanto para la cooperativa como para sus socios, al promover una atención más eficiente, fortalecer la fidelización de los clientes, fortalecer la competitividad de la cooperativa frente a otras instituciones y contribuir al mejoramiento de la estabilidad financiera institucional. Por ello, su aplicación constituye una alternativa viable y necesaria para impulsar el crecimiento sostenible y la permanencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida en el mercado financiero.

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Diseñar estrategias de retención de clientes orientados al mejoramiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida.

Objetivos específicos

- Identificar los aspectos prioritarios relacionados con la retención de clientes que requieren fortalecimiento dentro de la cooperativa.
- Plantear acciones orientadas a mejorar la satisfacción y fidelización de los socios mediante estrategias de atención, comunicación y valor agregado.
- Estructurar estrategias de retención de clientes que contribuyan al mejoramiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.

Fundamentos de la propuesta

Retención de clientes es la capacidad de una empresa para conservar a sus clientes actuales a lo largo del tiempo, creando un conjunto de acciones y estrategias implementadas

por una organización con el propósito de mantener la permanencia de sus clientes durante un período determinado. Su importancia radica en que conservar a los clientes resulta más rentable que captar nuevos usuarios, además de contribuir a la estabilidad y crecimiento de la institución (Esposito, 2025).

La fidelidad de clientes consiste en generar relaciones sólidas y duraderas entre la organización y sus clientes, promoviendo su satisfacción, confianza y compromiso. Un cliente fidelizado no solo continúa utilizando los servicios de la institución, sino que también la recomienda a otras personas, contribuyendo al fortalecimiento de su imagen y competitividad.

Según, Coba Baño & Vallejo Intriago (2022), la calidad del servicio y la fidelización del cliente son elementos fundamentales para el fortalecimiento y la sostenibilidad de las instituciones financieras. La calidad del servicio se refiere a la capacidad de una organización para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes mediante un servicio eficiente, fiable, oportuno y personalizado, mientras que la fidelización del cliente consiste en desarrollar relaciones duraderas basadas en la satisfacción, la confianza y el compromiso del cliente con la institución. En conjunto, estos factores contribuyen a mejorar la experiencia del cliente, fortalecer la fidelización, aumentar la retención de clientes y fomentar una relación sólida y continua que promueva el crecimiento y la competitividad institucional.

Atención al cliente comprende las actividades orientadas a brindar información, orientación y soluciones a los usuarios de manera cordial, eficiente y oportuna. Una adecuada fortalece la atención la confianza de los socios, mejora su experiencia y favorece la construcción de relaciones de largo plazo con la cooperativa.

La comunicación organizacional constituye un proceso fundamental para mantener informados a los socios sobre los productos, servicios, beneficios y actividades que desarrolla la institución. El uso adecuado de canales de comunicación tradicional y digital permite fortalecer la interacción con los clientes, incrementar su participación y mejorar su nivel de satisfacción.

El Banco Central del Ecuador (2022), la estabilidad financiera puede definirse como la capacidad del sistema de intermediación financiera para funcionar correctamente, resistir crisis y asignar recursos de manera eficiente y sostenible, contribuyendo a la inversión productiva y al consumo responsable. Esta definición subraya que la retención de socios no es un objetivo aislado, sino un mecanismo esencial para mantener depósitos estables, reducir los riesgos de liquidez y garantizar la rentabilidad y solvencia a largo plazo de la cooperativa.

Desarrollo de la propuesta

Estrategia 1. Programa de optimización de los procesos de atención y trámite

	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA	
Nombre de la estrategia	Programa de optimización de los procesos de atención y trámites	
Objetivo de la estrategia	Mejorar la eficiencia de los procesos de atención y realización de trámites en la Cooperativa, mediante la optimización de procedimientos internos y el fortalecimiento de la gestión operativa, con la finalidad de reducir los tiempos de espera, incrementar la satisfacción de los socios y fortalecer su permanencia en la institución.	
Problema que atiende	Los resultados de la investigación permitieron identificar que el principal aspecto de inconformidad de los socios corresponde al tiempo de espera en la realización de trámites, como en este caso la aprobación de créditos tarda mucho, situación que fue señalada por la mayoría de los encuestados. Esta problemática evidencia la existencia de procesos operativos que requieren ser fortalecidos para brindar una atención más eficiente y oportuna. La demora en los trámites puede generar insatisfacción en los socios, afectar la percepción de calidad del servicio e influir en la decisión de continuar utilizando los productos y servicios de la cooperativa. Por esta razón, resulta necesario implementar acciones orientadas a optimizar los procedimientos internos y mejorar la experiencia de los usuarios.	
Descripción de la estrategia	La estrategia consiste en revisar, actualizar y optimizar los procesos de atención al socio y los procedimientos relacionados con los trámites financieros, especialmente aquellos relacionados con la	

	aprobación de créditos, consultas, solicitudes y servicios administrativos. Con este fin, se realizará un análisis de los procedimientos existentes con el propósito de identificar actividades innecesarias, duplicidad de funciones o procesos que generen retrasos. Posteriormente, se establecerán métodos de mejora orientados a facilitar los trámites, mejorar la coordinación entre las áreas involucradas y aprovechar herramientas tecnológicas que permitan agilizar la gestión de solicitudes. Además, se capacitará al personal en atención al cliente y gestión eficiente de procesos para garantizar una respuesta más rápida y efectiva a las necesidades de los socios. La aplicación de esta estrategia permitirá brindar un servicio más eficiente, reducir los tiempos de espera y fortalecer la percepción positiva que los socios tienen de la cooperativa, lo que ayudará a aumentar los niveles de satisfacción y lealtad.	
Actividades	1. Revisar los procedimientos actuales de atención y trámite para identificar las principales causas de demora. 2. Facilitar actividades, eliminar procedimientos innecesarios y establecer flujos de trabajo más eficientes. 3. Establecer tiempos de atención, responsables y mecanismos de control para cada trámite. 4. Desarrollar jornadas de formación sobre atención al cliente, gestión eficiente del tiempo y calidad del servicio. 5. Establecer controles para verificar el cumplimiento de los tiempos de atención y la correcta ejecución de los procedimientos. 6. Realizar evaluaciones periódicas de los resultados obtenidos y aplicar acciones correctivas cuando sea necesario.	
Responsable	Jefe de agencia Personal de atención al cliente Departamento de crédito	
Recursos	Recursos humanos	Jefe de Agencia. Personal administrativo. -Asesores de crédito.

		-Personal de atención al cliente.
	Recursos materiales	-Manuales de procedimientos. -Formularios de control. -Material de capacitación.
	Recursos tecnológicos	-Equipos informáticos. -Sistema de gestión de clientes. -Software de seguimiento de trámites. -Conexión a internet.
	Recursos financieros	Presupuesto para capacitación. Recursos para actualización de sistemas tecnológicos.
Tiempo de ejecución	2 meses	
Indicador	-Reducción del tiempo promedio de atención de trámites. -Porcentaje de socios satisfechos con la atención recibida. -Disminución de reclamos relacionados con tiempos de espera.	
Medio de verificación	Informes de gestión administrativa que contenga; -El tiempo de demora en la realización de tramites -Registros de atención al cliente. -Encuestas de satisfacción de socios. -Actas de capacitación.	
Resultado esperado	Incrementar la satisfacción y permanencia de los socios, fortaleciendo la estabilidad financiera de la cooperativa.	

Estrategia 2; Programa de la comunicación y difusión de los productos y servicios de la cooperativa a través de medios de comunicación y canales digitales.

Nombre de la estrategia	Programa de comunicación y difusión de los productos y servicios de la cooperativa a través de medios de comunicación y canales digitales.
Objetivo de la estrategia	Fortalecer el conocimiento y utilización de los productos y servicios de la Cooperativa mediante la implementación de acciones de comunicación y difusión a través de medios radiales y canales digitales, con el propósito de mejorar el acceso a la información, incrementar la participación de los socios, fortalecer su fidelización y contribuir al mejoramiento de la estabilidad financiera institucional.
Problema que atiende	Los resultados de la investigación permitieron identificar que una parte importante de los socios conoce únicamente los productos tradicionales de la cooperativa, como ahorro, inversión y microcrédito, mientras que existe un conocimiento limitado sobre otros servicios y beneficios que la institución pone a disposición de sus clientes. Asimismo, se evidenció la necesidad de fortalecer los mecanismos de comunicación y difusión institucional para que los socios conozcan de manera clara las características, beneficios y formas de utilización de cada producto y servicio. También se evidenciaron que los principales medios utilizados por los socios para conocer los productos y servicios de la cooperativa son Facebook, TikTok y la radio. Esta situación demuestra la importancia que tienen los medios digitales y tradicionales como herramientas de comunicación con los socios y potenciales clientes.
Descripción de la estrategia	La estrategia consiste en desarrollar un programa integral de comunicación y difusión orientado a promocionar de manera permanente los productos y servicios que ofrece la Cooperativa mediante medios de comunicación radiales y canales digitales. Para ello, se elaborará contenido informativo, educativo y promocional que permita explicar de forma sencilla los beneficios, requisitos y ventajas de cada producto y servicio.

	La promoción Se realizará principalmente a través de redes sociales institucionales como Facebook y TikTok debido a que estos medios fueron señalados por los socios como canales frecuentes de información. De igual manera, se utilizarán espacios radiales dirigidos especialmente a la población rural, permitiendo que la información llegue a sectores donde el acceso a medios digitales puede ser limitado. La estrategia contendrá campañas periódicas para promocionar los productos de ahorro, inversiones, microcréditos y simuladores financieros, así como los servicios de remesas y Red de Servicios Facilito. Se incorporarán videos explicativos, testimonios de socios, cápsulas informativas y contenido educativo que incentiva el uso de los servicios y fortalece la relación entre la cooperativa y sus socios.	
Actividades	-Elaborar un plan de comunicación institucional para la difusión de los productos y servicios de la cooperativa. -Diseñar y publicar contenido informativo y promocional en Facebook, TikTok y página web institucional sobre los productos de ahorro, inversiones, microcréditos y simulador financiero. -Difundir campañas radiales periódicas sobre los beneficios y funcionamiento de los servicios de remesas y Red de Servicios Facilito. -Elaborar videos educativos y testimonios de socios que expliquen las ventajas de utilizar los productos y servicios institucionales. -Implementar un calendario mensual de publicaciones y campañas de comunicación digital. -Realizar evaluaciones periódicas sobre el alcance de las campañas y el nivel de conocimiento de los socios respecto a los productos y servicios ofrecidos.	
Responsable	Gerente de Agencia Departamento de Marketing y Comunicación. Departamento de Atención al Cliente	
Recursos	Recursos humanos	Gerente de Agencia Departamento de Marketing y Comunicación. Personal de atención al cliente

		Asesores de crédito
	Recursos materiales	-Material publicitario institucional. -Folletos informativos. -Equipos de grabación. - Material informativo digital. -Papelería para planificación y seguimiento.
	Recursos tecnológicos	-Computadoras -Internet -Redes sociales institucionales -Software de edición de imágenes y videos.
	Recursos financieros	-Presupuesto para producción de contenido digital. -Presupuesto para publicidad radial. -Recursos para campañas publicitarias en redes sociales.
Tiempo de ejecución	3 meses	
Indicador	-Incremento del nivel de conocimiento de los socios sobre los productos y servicios de la cooperativa. - Número de campañas de comunicación ejecutadas. -Alcance e interacción de las publicaciones en redes sociales. -Incremento en la utilización de productos y servicios financieros.	
Medio de verificación	-Informes de campañas publicitarias. - Estadísticas de redes sociales. - Registros de publicaciones realizadas. -Grabaciones de programas radiales. - Encuestas de satisfacción y conocimiento. - Reportes institucionales de utilización de productos y servicios.	
Resultado esperado	Incrementar el conocimiento y uso de los productos y servicios de la Cooperativa, fortaleciendo la comunicación con los socios, mejorando su nivel de satisfacción y fidelización, promoviendo una mayor participación en los servicios institucionales y contribuyendo al fortalecimiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.	

Estrategias 3; Programa integral de fidelización y retención de socios a través de Incentivos y beneficios para usuarios de Ahorros, Inversiones, Créditos, Remesas y Servicios de Red Facilito

	UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA	
Nombre de la estrategia	Programa integral de fidelización y retención de socios a través de incentivos y beneficios y para usuarios de Ahorros, Inversiones, Créditos, Remesas y Servicios de Red Facilito	
Objetivo de la estrategia	Fortalecer la fidelización y permanencia de los socios de la Cooperativa mediante la implementación de incentivos, beneficios exclusivos y atención preferencial para los usuarios de los productos y servicios institucionales, con la finalidad de incrementar la satisfacción, confianza y compromiso de los socios, contribuyendo al mejoramiento de la estabilidad financiera de la cooperativa.	
Problema que atiende	Los resultados de la investigación demostraron que a pesar de que los socios mantienen altos niveles de confianza y satisfacción con la cooperativa, es fundamental mejorar las estrategias de fidelización y retención para garantizar su permanencia a largo plazo. También, se identificó una gran parte de los socios no participa en promociones, incentivos o programas de beneficios ofrecidos por la institución, lo que limita el fortalecimiento de la relación entre la cooperativa y sus clientes ya que la mayoría son nuevos. Además, la creciente competencia entre entidades financieras exige que las cooperativas implementen mecanismos que generen valor agregado para sus socios. La ausencia de programas estructurados de reconocimiento y beneficios puede ocasionar una menor identificación de los clientes con la institución y aumentar el riesgo de migración hacia	

	otras entidades que ofrecen condiciones similares. Por esta razón, resulta necesario desarrollar acciones orientadas a reconocer la fidelidad de los socios y promover un mayor uso de los productos y servicios institucionales.
Descripción de la estrategia	La estrategia consiste en diseñar e implementar un programa integral de fidelización que premie la permanencia, participación y utilización de los productos y servicios ofrecidos por la cooperativa. El programa estará dirigido a los socios que mantengan cuentas de ahorro, inversiones, microcréditos, utilicen el servicio de remesas y realicen transacciones mediante la Red de Servicios Facilito. El programa contemplará la entrega de incentivos, reconocimientos y beneficios especiales para los socios más activos. Entre los beneficios podrán incluirse sorteos institucionales, campañas de bienvenida para nuevos socios, jornadas informativas sobre los beneficios institucionales, programas de incentivos por permanencia, tasas en determinados productos, reconocimiento a la fidelidad. Asimismo, se desarrollarán campañas de comunicación para informar a los socios sobre los beneficios disponibles y fomentar una mayor participación en los programas de fidelización. Con esta estrategia se busca fortalecer el sentido de pertenencia de los socios hacia la cooperativa, incrementar la utilización de los productos y servicios institucionales y consolidar relaciones duraderas que favorezcan la estabilidad financiera de la organización.
Actividades	1. Diseñar el Programa Integral de Fidelización y Retención de Socios, estableciendo criterios de participación y beneficios. 2. Identificar y clasificar a los socios según el uso de productos y servicios como ahorros, inversiones, microcréditos, remesas y Red de Servicios Facilito. 3. Desarrollo de talleres de educación financiera 4. Implementar incentivos y reconocimientos para socios con mayor permanencia y participación institucional.

	5. Establecer beneficios especiales y atención preferencial para socios frecuentes y clientes con historial positivo. 6. Desarrollar campañas de comunicación para promocionar los beneficios del programa de fidelización. 7. Evaluar periódicamente la participación de los socios y el impacto del programa en la retención de clientes.	
Responsable	-Gerente general -Jefe de Agencia -Departamento de Atención al Cliente. -Departamento de Marketing y Comunicación. -Departamento Financiero. -Asesores Comerciales.	
Recursos	Recursos humanos	-Gerente general -Jefe de Agencia. - Personal de atención al cliente. -Asesores financieros. - Personal de marketing.
	Recursos materiales	-Material promocional institucional. - Certificados o reconocimientos para los socios. -Material de difusión.
	Recursos tecnológicos	-Sistema de registro y seguimiento de socios. -Base de datos institucional. - Redes sociales institucionales. -Plataforma de comunicación digital.
	Recursos financieros	-Presupuesto para incentivos y reconocimientos. -Recursos destinados a campañas promocionales. -Fondos para eventos y actividades de fidelización.
Tiempo de ejecución	3 meses para su implementación inicial y ejecución permanente durante cada periodo anual.	

Indicador	-Porcentaje de socios que participan en los programas de fidelización. -Número de socios que utilizan más de un producto o servicio financiero. -Nivel de satisfacción de los socios. -Incremento en la permanencia de los socios dentro de la cooperativa. -Incremento en el uso de productos de ahorro, inversiones, microcréditos, remesas y servicios de Red Facilito.
Medio de verificación	Informes de utilización de productos y servicios. -Base de datos de socios. -Registros de participación en programas de fidelización. -Encuestas de satisfacción. - Fotografías y actas de eventos realizados.
Resultado esperado	Incrementar la fidelización y permanencia de los socios mediante una mayor participación en los productos y servicios financieros de la cooperativa, fortaleciendo su sentido de pertenencia, satisfacción y confianza institucional contribuir al fortalecimiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa.

Plan de implementación

N°	Actividades principales	Responsable	Recursos	Tiempo
Estrategia 1	-Diagnóstico de procesos internos, Actualización de procedimientos, Capacitación al personal, Implementación de mecanismos de control y seguimiento de trámites,	-Gerente general -Gerente de la Agencia. -Departamento Administrativo -Departamento de Crédito	Recursos: -Humanos -Materiales -Tecnológicos -Financieros	2 meses

	Evaluación de satisfacción de socios.	-Atención al Cliente.		
Estrategia 2	Elaboración del plan de comunicación, diseño de contenido digital, difusión en redes sociales, campañas radiales, promoción de productos y servicios, evaluación del alcance de las campañas.	-Gerente de agencia -Departamento de Marketing y Comunicación, -Atención al Cliente	Recursos: -Humanos -Tecnológicos -Materiales -Financieros.	3 meses
Estrategia 3	Diseño del programa de fidelización, identificación de socios beneficiarios, implementación de incentivos, establecimiento de beneficios preferenciales, campañas de promoción y evaluación de resultados.	-Gerencia General -Jefe de Agencia -Departamento financiero -Marketing y Atención al Cliente.	Recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros.	4 meses

Presupuesto

	Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estrategia 1	Capacitación al personal en atención al cliente y optimización de procesos	2	$100	$200
	Material para capacitaciones (manuales, carpetas y suministros)	10	$5	$50
	Seguimiento y evaluación de procesos	1	100	100
	Valor total			**$350**
Estrategia 2	Contratación de espacios radiales para difusión institucional.	10	$1.50	$15
	Elaboración y publicidad de contenido digital (videos e imágenes promocionales)	12	$25	300
	Servicio de internet y soporte tecnológico para campañas digitales	1	40,00	$40
	Valor total			**$355**
Estrategia 3	Incentivos para socios (sorteos y reconocimientos)	200	$5.00	1000
	Organización de eventos de fidelización	2	$150	$300
	Seguimiento y evaluación de las estrategias	1	$80	$80
	Imprevistos operativos	1	$50	$50
	Valor total			**$1430**
	Total, general de la propuesta			**$2135**

Cronograma

	Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Estrategia 1	Planificación de las estrategias propuestas	X		
	Diagnóstico y revisión de los procesos de atención y trámite	X		
	Diseño y actualización de procedimientos de atención	X	X	
	Capacitación al personal en atención al cliente y gestión de procesos	X	X	
	Implementación de mejoras en los procesos		X	X
	Seguimiento y control de tiempos de atención		X	X
	Evaluación de resultados			X
Estrategia 2	Elaboración de material publicitario y promocional	X	X	
	Diseño del plan de comunicación institucional	X		
	Implementación de campañas informativas en Facebook, TikTok y radio		X	X
	Promoción de productos y servicios financieros de la cooperativa		X	X
	Implementación del programa de bienvenida para nuevos socios		X	X
	Evaluación del alcance de las campañas		X	X
Estrategia 3	Ejecución del programa de fidelización e incentivos para socios	X		
	Identificación de socios beneficiarios	X		
	Implementación de incentivos y beneficios		X	X
	Desarrollo de talleres de educación financiera		X	X
	Aplicación de encuestas de satisfacción y seguimiento			X
	Monitoreo del cumplimiento de las estrategias			X
	Evaluación de resultados y elaboración de informe final			X

Evaluación de la propuesta

Indicador	Descripción	Medio de verificación
Tiempo promedio de atención y trámite y nivel de satisfacción de los socios	Mide el grado de satisfacción de los socios respecto a la atención recibida, los trámites realizados y los servicios ofrecidos por la cooperativa.	Encuestas de satisfacción, informes de atención al cliente.

Incremento de clientes retenidos	Determina el porcentaje de socios que permanecen utilizando los productos y servicios de la cooperativa durante un período determinado.	Base de datos institucional, registros de socios activos.
Reducción de reclamos y quejas	Evalúa la disminución de inconformidades relacionadas con tiempos de atención, trámites y calidad del servicio.	Informes administrativos.
Incremento del uso de productos y servicios	Mide el aumento en la utilización de productos como ahorros, inversiones, microcréditos y servicios como remesas y Red de Servicios Facilito.	Reportes financieros y registros de transacciones, reportes de redes sociales,

Impacto esperado

Impacto en la **cooperativa** la ejecución de las estrategias permitirá mejorar la competitividad institucional, incrementar el uso de los productos y servicios financieros y mejorar la satisfacción de los socios. Además, se espera una mayor permanencia de los clientes, lo que contribuirá a incrementar los niveles de captación de ahorro, colocación de créditos y utilización de servicios como remesas y Red de Servicios Facilito. Esto favorecerá el crecimiento sostenido de la cooperativa y fortalecerá su estabilidad financiera a largo plazo. Por otra parte, en lo que respecta al Impacto en los **directivos** la propuesta ofrecerá herramientas que facilitarán la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la gestión de clientes, calidad del servicio y fortalecimiento institucional. Además, permitirá tener información más exacta sobre las necesidades y expectativas de los socios, favoreciendo la planificación de acciones orientadas al mejoramiento continuo y al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Los **colaboradores** se beneficiarán mediante la capacitación y fortalecimiento de sus competencias en atención al cliente, gestión de procesos y comunicación institucional. La optimización de los procedimientos internos contribuirá a mejorar la eficiencia operativa, reducir cargas de trabajo innecesarias y facilitar el cumplimiento de las funciones asignadas, esto permitirá brindar un servicio más ágil, oportuno y de calidad a los socios. Como resultado de esta mejora interna, Los principales beneficiarios de la propuesta serán los **socios de** la cooperativa quienes podrán acceder a servicios más eficientes, información clara sobre los productos y servicios disponibles y programas de incentivos que reconozcan su fidelidad y permanencia. La reducción de los tiempos de atención, el fortalecimiento de los canales de comunicación y la implementación de beneficios preferenciales contribuirán a mejorar su experiencia como usuarios, incrementando los niveles de satisfacción, confianza y compromiso con la institución.

También la **comunidad** será beneficiada ya que una cooperativa financieramente sólida puede ampliar su capacidad de servicio y contribuir al desarrollo económico local. La difusión de productos financieros, servicios de remesas y canales alternativos como la Red de Servicios Facilito facilitará el acceso de la población a servicios financieros seguros y oportunos, promoviendo la inclusión financiera y fortaleciendo la economía de los sectores urbanos y rurales. Para **concluir** con este análisis la implementación de las estrategias propuestas permitirá fortalecer la retención y fidelización de los socios, mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, incrementar el conocimiento y uso de los productos financieros y optimizar los procesos de atención institucional. Estos beneficios contribuirán directamente al mejoramiento de la estabilidad financiera de la institución,

favoreciendo su crecimiento, sostenibilidad y posicionamiento dentro del sector financiero popular y solidario.

CONCLUSIONES

La presente investigación permitió determinar que las estrategias de retención de clientes constituyen un elemento fundamental para el fortalecimiento de la estabilidad financiera de la Cooperativa, debido a que la satisfacción, confianza y permanencia de los socios influyen directamente en el uso continuo de los productos y servicios financieros que ofrece la institución. Los resultados obtenidos indica que la institución mantiene una posición económica favorable, sustentada en niveles adecuados de liquidez, solvencia, rentabilidad y sostenibilidad, en relación con el diagnóstico de los indicadores de estabilidad financiera, se concluye que la Cooperativa mantiene condiciones favorables para el cumplimiento de sus metas institucionales y obligaciones financieros, lo que refleja una adecuada gestión administrativa y financiera. Estos resultados son importantes porque demuestran que la estabilidad financiera no depende únicamente de factores económicos, sino también de la capacidad institucional para conservar relaciones sólidas y duraderas con sus socios.

Entre los factores internos destacan la atención al cliente, la confianza, la satisfacción con los servicios y la eficiencia de los procesos, mientras que entre los factores externos destacan avances tecnológicos, la competencia del sector financiero y la situación económica. Como consecuencia, si estos factores no son gestionados adecuadamente, podrían afectar la permanencia de los socios y disminuir la capacidad de la cooperativa para fortalecer su posición en el mercado.

De igual manera, se estableció que existe una relación directa entre la retención de clientes y la estabilidad financiera, debido a que los socios fidelizados contribuyen al incremento de los ahorros, inversiones, colocación de créditos y utilización de servicios como remesas y Red de Servicios Facilito. Esta relación implica que las acciones orientadas a fortalecer la fidelización no solo benefician a los clientes, sino que también favorecen el crecimiento institucional, la generación de ingresos y la sostenibilidad financiera de la cooperativa. Los hallazgos obtenidos conducen a la necesidad de implementar estrategias enfocadas en la optimización de los procesos de atención y trámite, el fortalecimiento de la comunicación y difusión de los productos y servicios institucionales, y el desarrollo de programas de fidelización basados en incentivos, beneficios y atención preferencial, estas acciones permitirán mejorar la experiencia de los socios, incrementar su nivel de satisfacción y fortalecer su vínculo con la institución.

Se concluye que la idea a defender planteada en la investigación queda sustentada, al evidenciarse que las estrategias de retención de clientes generan un impacto positivo en la estabilidad financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida. Por tanto, la implementación de las estrategias propuestas contribuirá al fortalecimiento de la permanencia de los socios, al incremento del uso de los productos y servicios financieros y al mejoramiento de la estabilidad financiera institucional, favoreciendo el crecimiento sostenible de la cooperativa en el largo plazo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que futuras investigaciones relacionadas con la retención de clientes y la estabilidad financiera empleen metodologías mixtas que integren enfoques cuantitativos y cualitativos, con la finalidad de obtener una comprensión más amplia y profunda de los factores que influyen en el comportamiento de los socios. Mientras que las encuestas permiten medir tendencias y niveles de satisfacción, técnicas como entrevistas podrían aportar información más detallada sobre las percepciones, expectativas y necesidades de los clientes. Asimismo, se sugiere replicar este estudio en otras cooperativas de ahorro y crédito del sector financiero popular y solidario para comparar resultados, identificar buenas prácticas y generar conocimientos que contribuyan al fortalecimiento de la gestión institucional y financiera de estas organizaciones.

Se recomienda a los estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría continuar desarrollando investigaciones relacionadas con la retención de clientes, fidelización, calidad del servicio, implementación de tecnológica en los servicios y su efecto en la estabilidad financiera, debido a que estos temas poseen una alta relevancia dentro del sector financiero actual. El desarrollo de este tipo de estudios no solo contribuye a la generación de conocimiento científico, sino que también permite a los estudiantes fortalecer sus competencias investigativas y adquirir experiencia sobre problemáticas reales de las organizaciones. Además, estas investigaciones facilitan la aplicación de conocimientos teóricos en escenarios laborales concretos, fortaleciendo la formación profesional y la capacidad de proponer soluciones que aporten al desarrollo y sostenibilidad de las instituciones financieras.

Se recomienda a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida implementar de manera progresiva las estrategias propuestas en la presente investigación, especialmente aquellas orientadas a la optimización de los procesos de atención y trámite, la reducción de los tiempos de aprobación de créditos, el fortalecimiento de la comunicación y difusión de los productos y servicios institucionales, y la ejecución de programas de fidelización para los socios. Asimismo, se sugiere aprovechar de manera más eficiente los medios digitales y radiales para dar a conocer los beneficios de los productos de ahorro, inversiones y microcréditos, así como los servicios de remesas y Red de Servicios Facilito. De igual manera, es importante realizar evaluaciones periódicas mediante encuestas de satisfacción e indicadores de gestión que permitan medir la permanencia de los socios, el uso de los servicios y la atención recibida. La aplicación de estas acciones contribuirá a fortalecer la confianza, satisfacción y fidelización de los clientes, favoreciendo el mejoramiento de la estabilidad financiera y el crecimiento sostenible de la cooperativa.

BIBLIOGRAFÍA

Aucacama, Guasco , A. A., Rizquez, K. M., & Rivera Costales, J. A. (20 de 06 de 2025). *Estrategias de retención de clientes en E-commerce y impacto de los programas de fidelización digitales.* Obtenido de https://doi.org/10.62574/rmpi.v5ieconomica.389

A.p.,Miranda Cruz, M. B., Romer Flores , M. L., Chiriboga Zamora , apia Hermida , L. X., Fuentes Gavilánez , L. S. (27 de Agosto de 2021). *La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing*. doi:https://doi.org/10.23857/dc.v7i4

Abarca Sánchez, Y., Barreto Rivera, U., Barreto Jara, O., & Díaz Ugarte, J. L. (2022). *Fidelización y retención de clientes en una empresa lider de tlecomunicación en peru.* 730.

Aguilar Wilca , L., Salguerro Jurado , B., & Tenorio Navarro, C. (2021). *Optimización de la liquidez mediante el análisis y mejora del ciclo de comverción del efectivo.* Guayaquil: ESPOL.FCSH. Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/55991

Ainaguano Marcalla, M., & Tipan Pazmiño, E. (2023). *Impacto de la covid-19 sobre la cartera de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, sucursal Guaranda, en el año 2021*. Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/4876

Amazon.com. (2023). *Retención de clientes.* Obtenido de https://advertising.amazon.com

Amelia, C. M. (18 de Febrero de 2025). *Estrategias para la captación de fondos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico de la ciudad de Riobamba.* Riobanba : Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de https://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/2670

Banco Central del Ecuador. (Noviembre de 2022). *Estabilidad Financiera* . Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Apuntes/

Banco Central del Ecuador. (2022). *ESTABILIDAD FINANCIERA EN EL ECUADOR: PROPUESTA CONCEPTUAL*.

Banco Central del Ecuador. (2022). *ESTABILIDAD FINANCIERA EN EL ECUADOR: PROPUESTA CONCEPTUAL*. Ecuador: APUNTES DE ECONOMÍA. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Apuntes/ae70.pdf

Banco Pichincha. (27 de enero de 2025). *¿Cómo se calculan las utilidades en Ecuador?* Obtenido de Banco Pichincha: https://www.pichincha.com/blog/como-calcular-utilidades-ecuador

Bold.com. (19 de marzo de 2026). *Indicadores financieros*. Obtenido de Bold.com: https://www.bold.com.ec/blog/indicadores-financieros

Carrasco Sánchez , A. C. (Noviembre de 2022). *Repositorio Digital UNIANDES.* Obtenido de Estrategias de marketing relacional y la fidelización de clientes y socios de la cooperativa la Floresta Ltda.: https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/15227

Castañeda Rivera , A. (2022). *ATENCIÓN PERSONALIZADA COMO ESTRATEGIA DOCENTE DE INCLUSIÓN E INTEGRACIÓN, ANTE LA DIVERSIDAD EN EL AULA EDUCATIVA.* ISSN: 2594-0759. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://revista.ciinsev.com/assets/pdf/revistas/REVISTA10.5/18.pdf

Castillo, M., Torres, S., & Castillo, B. (22 de 07 de 2025). Estrategias de comercialización para la fidelización de sus clientes implementadas por INCAFESA en la ciudad de Estelí en el año 2024. Obtenido de Revista Científica Estelí: https://doi.org/10.5377/esteli.v14i54.20784

Chichandé Quilligana, P. N. (2025). *Investigacion de campo.*

Chichande, P., & Vega, V. (2025). *"LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE LOS SOCIOS DE UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO".* Obtenido de https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/31100795-a9ab-4f4a-8b97-7c1bcf46bbc0/content

Coba Baño, V., & Vallejo Intriago, Y. (2022). *Calidad del servicio y la fidelización de los clientes de las empresas que ofrecen el servicio de internet en el cantón La Maná.* Cotopaxi: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC). Obtenido de http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/8674

Contreras Solaque, D., & Guevara Méndez, R. (2024). *Factores que dificultan la rentabilidad y estabilidad financiera de las Pymes del sector mobiliario en Bogotá.* Universidad de La Salle. Escuela de Negocios. Maestría en Finanzas. Obtenido de https://hdl.handle.net/20.500.14625/28145

Cook, B. (2026). *¿Qué es un desembolso? Cómo funciona, ejemplos y preguntas frecuentes.* Obtenido de https://tipalti.com/resources/learn/disbursement-meaning/

Correa García , J., & Correa Megía , D. (2021). *Importancia del estado de flujo de efectivo para Gestión Financiera Sostenible.* Colombia: Ponteficia Universidad Javiliana. Obtenido de https://hdl.handle.net/10495/25930

Costa, J. (01 de 03 de 2021). *Zenvia*. Obtenido de Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales: https://zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/

Coz Yglecias, A., & Huamán Huanoco, L. (2019). *Rentabilidad Financiera.* Lima: Universidad Peruana Union. Obtenido de https://hdl.handle.net/20.500.12840/2484

Ecommerce.com. (13 de diciembre de 2023). *Estrategias de retención de clientes para prepararse para 2023.* Obtenido de ecommerce.com: https://ecommercefastlane.com

Espinosa Parraga , L. (2025). *Analisis comparativo de la captacion y colocación de recursos en las cooperativas.* Milagro: Grupo AEA. Obtenido de https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n1/159

Esposito, A. (20 de agosto de 2025). *8 estrategias de retención de clientes: Cómo lograr que los clientes regresen.* Obtenido de PandaDoc Blog.: https://www.pandadoc.com/blog/8-customer-retention-strategies/

financiera Programa de educacion. (s.f.). *ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE.* Obtenido de https://www.aprendefinanzas.com.ec/wp-content/uploads/2023/03/Atencion-vs-servicio-al-cliente.pdf

Flores Bautista, P., Jimenez DeLucio , J., Rojo Cisneros, S., & Sánchez Ayala, J. (2023). *Comprendiendo la fidelización de clientes: elementos clave, estadísticas y clasificaciones.* Obtenido de https://doi.org/10.29057/xikua.v11i22.10650

Flores-Bautista, P. A.-D.-C.-A. (05 de 07 de 2023). *Repositorio de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH).* Obtenido de Comprendiendo la fidelización de clientes: elementos clave, estadísticas y clasificaciones.: https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/xikua/article/view/

Fogacho Pillajo, P., & Morejon Tuala, A. (2024). *La gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda. Matriz del cantón chimbo, año 2023.* Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática. Carrera de Contabilidad y Auditoria. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/7319

FSB. (2022). *Principios de alto nivel del G20/OCDE sobre la protección del consumidor financiero.* Obtenido de https://www.fsb.org/2022/12/cos_111104a/

Geoinnova.org. (2021). *ISO 9001.* Obtenido de https://geoinnova.org/blog-territorio/iso-9001/

Getxplor.com. (2023). *¿Qué es el procesamiento de la información?* Obtenido de https://www.getxplor.com/blog/procesamiento-de-la-informacion/

Guasco Aucacama, A., Manzur Rizquez, K., & Rivera Costales, J. (2025). Estrategias de retención de clientes en E-commerce y impacto de los programas de fidelización digitales. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 406. doi:https://doi.org/10.62574/rmpi.v5ieconomica.389

Guasco, A., Rizquez, K., & Costales, J. (2025). Estrategias de retención de clientes en E-commerce y impacto de los programas de fidelización digitales. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas , 5*, 40-4015. doi: https://doi.org/10.62574/rmpi.v5ieconomica.389

Gusmán Llanes , S. (2024). *Diseño de plan estrategico de mercado para la captación y fidelizacion de clientes en el area de ahorro de la cooperativa Financiera.* Colombia : Universidad de Antioquia. Obtenido de https://hdl.handle.net/10495/39101

Hammond, M. (2025). *Qué es la atención al cliente, elementos clave e importancia.* Obtenido de https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente

Hammond, Melissa. (2025). *Incentivo al cliente*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/service/guia-comunicacion-cliente

Jain, N. (15 de Julio de 2023). *¿Qué es la innovación? Definición, tipos, ejemplos y proceso*. Obtenido de Ideascale.com: https://ideascale.com/es/blogs/que-es-la-innovacion/

Lezama Ruiz, N., Villagómez Mendez, J., & Lezama Hernández, L. (2022). Reto de los intermediarios financieros rurales. *Scielo*, 1. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0798-10152024000300049&script=sci_arttext

Llaulle, R. J., & Tayo, M. E. (2023). *Sostenibilidad financiera y estrategias de recaudación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martin de Tisaleo Ltda. año 2024.* Universidad

Estatal de Bolivar. Guaranda: Universidad Estatal de Bolivar Facultad Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e informática Carrera de Contabilidad de Auditoría. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/8783

López Cáceres, E., & Ordóñez Campoverde, B. (2022). *El uso del estado de flujo de efectivo como un instrumento de gestión financiera para la toma de decisiones en las pequeñas y medianas empresas.* Guayaquil: Universidad Politecnica Salesiana . Obtenido de http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22882

López, J. F. (25 de Junio de 2024). *Agente Económico: ¿Qué es y cómo funciona?* Obtenido de Economepedia.com: https://economipedia.com/definiciones/agente-economico.html

Mantilla Falcón, M., Sanchez Rivera, S., & Mantilla Miranda , A. (2023). *Intermediación Financiera.* Tungurahua. Obtenido de https://www.medwave.cl/resumenescongreso/UTA2023/UTA230.html

Mendosa Vargas, M., & Figuerrua Chura, A. (2023). *Capacidad de pago y la morosidad de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Credito San Román.* Chincha: Universidad Autonomas de Ica. Obtenido de http://hdl.handle.net/20.500.14441/2700

Muguira, A. (2023). *Questionpro*. Obtenido de Fidelización del cliente: Qué es, importancia y beneficios: https://www.questionpro.com/blog/es/fidelizacion-del-cliente/

Reyes Marin, M., & Tandapilco Matavaca, M. (2025). *La gestión administrativa y su incidencia en la fidelización de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Unión Popular, agencia Guaranda, provincia Bolívar, ciudad Guaranda, año 2025.* Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar; Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial E Informática, Carrera de Administracion de Empresas. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/8763

Rivera Gaspar, S., & Tenelema Barre, J. (2024). *Indicadores Financieros y su incidencia para la toma de decisiones en la Librería y Papelería Andina de la ciudad de Quinindé, durante el año 2022.* Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática. Carrera Administración de Empresas. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/6560

ROSILLO, W., VIVANCO, I., VILLAVICENCIO, B., & SISALEMA, L. (2024). Factores que operativizan el financiamiento crediticio a las microempresas de Guayaquil, Ecuador. *Scielo*, 1. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0798-10152024000300049&script=sci_arttext

Rumiguano Santillan, Z., & Patin Patin, M. (2024). *Examen especial a los procesos de recuperación de cartera y su incidencia en la liquidez de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Samy, agencia Guaranda, provincia Bolívar en el período. 2022.* Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/6569

Saltos, J. y. (2024). *Estrategia de marketing digital y la captación de clientes de la cooperativa de ahorro y crédito San José Ltda., agencia Chimbo.* Guaranda: Reincisol, 3(6), . Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/7889

Solís Llaulle, R., & Chamba Tayo, M. (2024). *Sostenibilidad financiera y estrategias de recaudación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martin de Tisaleo Ltda. año 2024.* Guaranda: Universidad Estatal de Bolivar. Facultad Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e informática Carrera de Contabilidad de Auditoría. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/8783

Ula García, C. (2024). *PUCE.* Obtenido de Estrategias de fidelización para la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San José Ltda.” Ecuador: Ambato: https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/42880

Vaca, J. L. (2023). *Análisis de la situación financiera de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 3 de la ciudad de Loja, periodos 2019-2022.* Universidad Nacional de Loja, Loja. Obtenido de https://dspace.unl.edu.ec/handle/123456789/27971

VASQUEZ NIETO, J. R. Vásquez-Simbaña, K. A. (2025). *Estrategias de captación y retención del cliente en el sector del consumo.*

Villegas Riera , Juana Consuelo;. (2025). *Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Manproyind S.A., del cantón Guayaquil, provincia del Guayas, año 2024.* Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Ciencias

Administrativas, Gestión Empresarial e Informática. Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas. Obtenido de https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/8003

Vinueza Aizaga, N. (2023). Quito: Innova. doi:https://doi.org/10.62943/bij.v2n1.2023.25

Vinueza Aizaga, N. (2023). *Innovación financiera y su impacto en la estabilidad del sistema financiero global.* Quito: Innova. doi:https://doi.org/10.62943/bij.v2n1.2023.25

Zambrano, K. (2020). *Fidelización en el sector cooperativo de carácter institucional en Ecuador.* Quito, Ecuador: Universidad andina simón Bolivar.

ANEXOS

- **Cronograma tentativo (Gantt)**

Descripción de las actividades	**Enero**	**Febrero**	**Marzo**	**Abril**	**Mayo**	**Junio**
Solicitud de autorización en la COAC Juventud Unida para la realización de la investigación						
Aprobación del tema						
Elaboración del anteproyecto						
Correcciones de anteproyecto						
Trabajo de Integración Curricular						
Capítulo I						
Capítulo II						
Capítulo III						
Avance del capítulo III						
Correcciones de los capítulos						
Revisión Final						
Entrega Final del Trabajo de Integración						

Nota: *Elaboración propia*

- **Presupuesto ejecutado**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Materiales y suministro			
Carpetas	10	$ 0,75	$ 7, 50
Esfero	8	$ 0,50	$ 4, 00
Servicio Tecnológico			
Internet(2meses)	4	$ 20,00	$ 80, 00
Servicios de impresión y copias			
Copias	400	$ 0,05	$ 20, 00
Impresiones, Anexos, Evidencia, encuestas	800	$ 0,10	$ 80, 00
Servicios de transporte	20	$ 2,00	$ 40, 00
Servicios de alimentación	200	$ 2,00	$ 400,00
TOTAL			**$ 631,50**

Nota: *Elaboración propia*

- **Carta de aceptación de la organización donde se aplicará el trabajo de integración**

JUVENTUD UNIDA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

"COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "JUVENTUD UNIDA"

Guaranda, 22 de Enero de 2026

Estimadas señoritas:

Cando Chariguaman Mishell Abigail
Poaquiza Masabanda Blanca Mélida

Presente. –

De mi consideración:

La **"Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Unida"** presenta un cordial saludo a la Universidad Estatal de Bolívar y mediante el presente comunica su aceptación para que las señoritas Cando Chariguaman Mishell Abigail y Poaquiza Masabanda Blanca Mélida realicen su trabajo de titulación, orientado a la Retención de clientes para la estabilidad financiera dentro de nuestra institución.

Nos comprometemos a brindar el apoyo necesario y facilitar la información requerida para el adecuado desarrollo de su proyecto académico.

Atentamente,

Ing. Holger Toalombo
Gerente de Agencia - Guaranda

Guaranda – Ecuador

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
Ing. Holger Toalombo
JEFE DE AGENCIA
GUARANDA
JUVENTUD UNIDA

Calle Convención de 1884 entre García Moreno y Azuay, a media cuadra del Parque Central.

- **Instrumentos de recopilación de datos (cuestionario)**

	Tema: Estrategias de retención de clientes para el mejoramiento de la estabilidad financiera Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida, en la ciudad Guaranda, año 2026.	

Dirigido a: Socios y Personal Administrativo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Unida Agencia Guaranda.

Indicaciones: Marque con "X" la opción que corresponda de acuerdo a su opinión o experiencia. Gracias por su participación, es confidencial.

CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN

1. **¿Cómo califica la atención recibida por parte del personal de la Cooperativa COAC Juventud Unida?**

☐Excelente

☐Bueno

☐Regular

2. **En caso de no estar satisfecho con la atención recibida por parte del personal de la Cooperativa, ¿qué aspectos no le agradan?**

☐ Tiempo de espera en la realización de trámites

☐ Atención al cliente

☐ Ninguna

3. **¿Confía en la Cooperativa COAC Juventud Unida para manejar sus recursos financieros?**

☐Sí

☐No

4. **¿Cuánto tiempo tarda la cooperativa en aprobar un crédito, desde que usted presenta todos los requisitos?**

☐ Menos de 24 horas

☐ Entre 24 y 48 horas

☐ Entre 3 y 5 días

☐ Más de 5 días

5. **¿Recibe soluciones oportunas a sus requerimientos por parte la Cooperativa COAC Juventud Unida?**

☐ Si

☐No

6. **¿Los servicios financieros satisfacen sus expectativas?**

☐ Sí

☐ No

7. **¿Considera que los requisitos para acceder a los servicios de la cooperativa son adecuados?**

☐Sí

☐No

8. **¿La COAC Juventud Unida ofrece servicios competitivos frente a otras cooperativas?**

☐ Sí

☐No

9. ¿Recomendaría los servicios que brinda la Cooperativa COAC Juventud Unida a otras personas?

☐Sí

☐No

10. ¿Considera que la competencia de otras cooperativas de ahorro y crédito que ofrecen servicios similares afecta en la captación y permanencia de socios?

☐Sí

☐No

11. ¿Cuáles de los siguientes factores considera que afecta más la competitividad de la Cooperativa Juventud Unida frente a otras cooperativas?

☐ Tasas de interés

☐ Calidad de servicios al cliente

☐ Uso de tecnología en los servicios

12. ¿Considera que la situación económica del país afecta su capacidad de ahorro en la cooperativa?

☐Sí

☐No

13. ¿La situación económica actual influye en su decisión de solicitar créditos en la cooperativa?

☐Sí

☐No

14. ¿El incremento del costo de vida ha dificultado el cumplimiento de sus obligaciones financieras?

☐Sí

☐No

15. ¿Considera importante que la cooperativa implemente servicios digitales para mejorar la atención al cliente?

☐Sí

☐No

16. ¿Utilizaría aplicaciones móviles o banca virtual ofrecidas por la cooperativa?

☐Sí

☐No

17. ¿Qué medios utiliza con mayor frecuencia para conocer los servicios de la Cooperativa COAC Juventud Unida?

☐ Facebook

☐ Página web

☐ Tik tok

☐ Volantes

☐ Medio de comunicación radio

18. ¿Cómo prefiere realizar sus trámites en la cooperativa, como transacciones, depósitos, pagos de crédito o renovación de pólizas, pago de los servicios básicos?

☐ Presencial

☐ Virtual

19. ¿Cuánto tiempo lleva siendo socio de la Cooperativa COAC Juventud Unida?

☐ Menos de 1 año

☐ De 1 a 3 años

☐ De 3 a 5 años

☐ Más de 5 años

20. ¿La cooperativa ofrece beneficios que le ayudan a mantenerse satisfecho como cliente?

☐Sí

☐No

21. ¿Ha participado en promociones o incentivos?

☐Sí

☐No

22. ¿Usted recibe una comunicación clara y cordial por parte del personal de la cooperativa?

☐Sí

☐No

23. ¿Cuáles de los siguientes servicios que ofrece la Cooperativa COAC Juventud Unida conoce usted?

☐ Ahorros

☐ Inversiones

☐ Microcréditos

☐ Red de servicio facilito

☐ Remesas

24. ¿Tiene intención de continuar utilizando los servicios de la cooperativa?

☐Sí

☐No

25. ¿Considere que la cooperativa dispone de recursos suficientes para atender sus operaciones?

☐Sí

☐No

26. ¿Cómo evalúa el equipo administrativo la eficiencia en el manejo de liquidez para cubrir obligaciones inmediatas?

☐ Muy eficiente

☐ Poco eficiente

☐ Nada eficiente

27. ¿La cooperativa cumple oportunamente con sus obligaciones a largo plazo?

☐ Siempre

☐ A veces

☐ Nunca

28. ¿La cooperativa demuestra estabilidad en sus operaciones?

☐Sí

☐No

29. ¿El personal administrativo monitorea y ajusta el flujo de efectivo?

☐Sí

☐No

30. ¿La cooperativa alcanza las metas establecidas anualmente?

☐ Siempre

☐ A veces

☐ Nunca

31. ¿La cooperativa ha mejorado su capacidad para generar utilidades en comparación con períodos anteriores?

☐Sí

☐No

32. ¿La Cooperativa utiliza eficientemente sus recursos financieros?

☐Sí

☐No

33. ¿Cuáles son los principales servicios que generan más ingresos?

☐ Ahorros

☐ Inventarios

☐ Microcréditos

☐ Remesas

☐ Red de servicio facilito

34. ¿La relación activos/ pasivos indica una posición financiera sólida actualmente?

☐Sí

☐No

35. ¿La cooperativa tiene capacidad para asumir deudas?

☐Sí

☐No

36. ¿Considera que la cooperativa es sostenible a largo plazo?

☐Sí

☐No

“Gracias por su cooperación”

- **Otros que considere relevantes para sustentar su proyecto**

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
"JUVENTUD UNIDA LTDA"

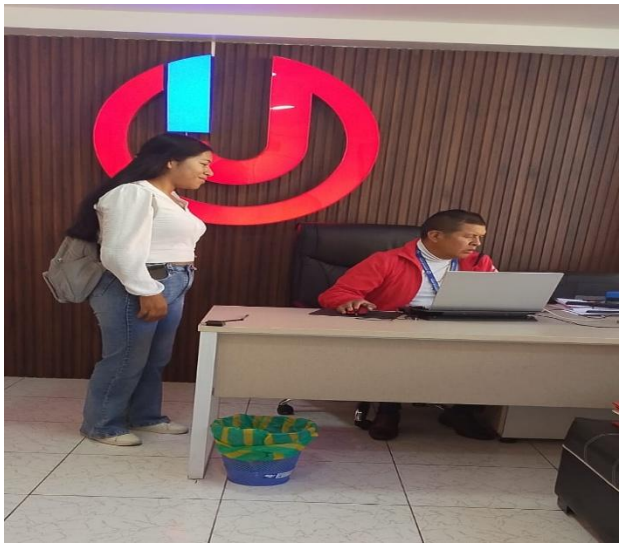
SifizSoft s.a.
Soluciones Informáticas

CUENTAS APERTURADAS

Oficina: GUARANDA **Registros: 5000**

Tipo de Cuenta: CUENTAS DE AHORRO

Cuenta	Cliente	Nombres	Fecha	Valor
0300000622	504249	CHULCO SIGCHA JAIME ISAIAS	05/18/2026	29.00
0300000624	504261	DE LA CRUZ CHIMBORAZO MARIA NATALY	05/20/2026	29.00
0300000626	504262	UQUILLAS GUAMAN ELVIA SUSANA	05/20/2026	29.00
0300000628	504273	LEON MORALES SANDRA VERONICA	05/21/2026	29.00
0300000630	504275	LEON MORALES MARIA ISABEL	05/21/2026	29.00
0300000632	504289	AZOGUE PUNINA JOHNY ALEXANDER	05/26/2026	29.00
0300000634	504295	LEON DUARTE ARIANA ANTONELLA	05/26/2026	29.00
0300000636	504298	SALAS TATUA EDDY DEL CARMEN	05/27/2026	29.00
0300000638	504299	ESCOBAR SALAS DIEGO ANDRES	05/27/2026	29.00
0300000640	504301	TOAPANTA SIGCHA NORMA MARGOTH	05/27/2026	29.00
0300000643	504316	CHIMBO CHIMBORAZO ANGEL MEDARDO	06/01/2026	29.00
0300000645	504323	SANGUCHO CHISAGUANO ROSA MARIA	06/02/2026	29.00
0300000647	502038	CHISAG TIVIANO LUIS ABELARDO	06/08/2026	29.00
0300000650	504366	MUÑOZ VALENCIA MARCOS HUMBERTO	06/12/2026	29.00
0300000652	504376	AZOGUE AZOGUE MIRIAN JANETH	06/17/2026	29.00
0300000655	504391	VERA MURILLO GABRIELA ESTEFANIA	06/20/2026	29.00
0300000657	301134	TIBANLOMBO PUNINA DILMA PIEDAD	06/20/2026	29.00
0300000659	504393	PUNINA AZOGUE ESTEFANIA LEONELA	06/20/2026	29.00









- **Certificado Antiplagio**

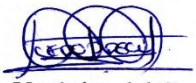
ING. VERÓNICA DEL CARMEN ARGUELLO DELGADO EN CALIDAD DE DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR,

CERTIFICA

Que el trabajo de integración curricular denominado "RETENCIÓN DE CLIENTES PARA LA ESTABILIDAD FINANCIERA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2026" presentado por Cando Chariguaman Mishell Abigail y Poaquiza Masabanda Blanca Melida de la carrera de **Contabilidad y Auditoría** pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta Compilatio Magister+, reflejando un **porcentaje de similitud del 5%**, como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 19 de junio del 2026

Atentamente,



Ing. Verónica del Carmen Arguello Delgado

Directora

Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

CANDO MISHELL - POAQUIZA BLANCA

ID : 5ec0e5beb0138a836c632ded569a18e150a4d6a5

5%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : *TESIS FINAL.MISHELL VS BLANCA..txt*
Tamaño del archivo original : 3,13 MB
Número de palabras : 27.473
Número de caracteres : 205487

Depositante : *DEL CARMEN ARGUELLO DELGADO VERONICA*
Fecha de depósito : 19 de junio de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 19 de junio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes — 5%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Detección de IA — 15%

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.



Idiomas no reconocidos — 2%

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el.texto para evitar ser detectado.



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas — 2%

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

DECANATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Guaranda 6 de mayo del 2025
R.C.D.S. ORD.FCAGEI - No. 8 – 1-05-2025.

Licenciado
CARLOS PEÑA G. MSc.
MIEMBRO DE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
Presente.-

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes doy a conocer a usted, la resolución adoptada por Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática en sesión ordinaria Nro. (12) (PAO I-2025-2025), realizada el **1 de mayo del 2025, referente** al **OCTAVO PUNTO.- ANÁLISIS Y RESOLUCIÓN RESPECTO A LA SOCIALIZACIÓN DE MATRICES PARA LAS GUIAS DE TITULACIÓN, (SEGÚN RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO 15 DE ABRIL DEL 2025).**

En base a la comunicación de fecha 24 de abril del 2025, emitida por el Lic. Carlos Peña G, Docente, miembro del Consejo Directivo de la Facultad, con la cual, se da a conocer el cumplimiento de la Resolución de Consejo Directivo N. 5 de 15 de abril del 2025, una vez socializadas las matrices con los señores (as) Coordinadores de Titulación, acogiendo sugerencias y recomendaciones, **El Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e informática en uso de sus atribuciones RESUELVE: R.C.D. No. 8.) Autorizar la inclusión como anexos a los Proyectos de Investigación de todas las carreras de las matrices que se detallan a continuación:**

- **Matriz 1**.-Para trabajar la parte metodológica
- **Matriz 2.-**Para Trabajar el Marco de antecedentes y el Marco científico
- **Matriz 4.-**Para trabajar el análisis y discusión de resultados (con carácter vinculante).

La **Matriz 1.-** debe constar en el proceso de pre inscripción de estudiantes a titulación, de todas las carreras. (Se anexan matrices).

Atentamente,

Dr. Vladimir Rivera Piñaloza
DECANO

C.C. ARCHIVO
VR/sa.

Matriz 1.

Al finalizar los Proyectos de Investigación en Titulación los estudiantes deberán presentar como anexo la matriz 1 llena en su totalidad, con todos sus componentes.

TEMA:

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODO	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA FECHAS	EVIDENCIAS	RESPONSABLES

Matriz 2.-Para Trabajar el Marco de antecedentes y el Marco científico

TEMA:

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	MÉTODO	TÉCNICAS	INDICE	ITEMS	OPCIONAL
DEPENDIENTE								

Matriz 4.-Para trabajar el análisis y discusión de resultados

No.	TIPO DE FUENTE CONSULTADA	TEMA	AUTORES	AÑO	ASPECTOS DEL DOCUMENTO QUE APORTA A LA INVESTIGACIÓN	TIPO DE CITA	CITACIÓN NORMAS APA	OPCIONAL
DEPENDIENTE								

Atentamente,

Dr. Vladimir Rivera Piñaloza

DECANO

C.C. ARCHIVO/ Srs. COORDINADORES DE TITULACIÓN
VR/sa.

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Verónica del Carmen Arguello Delgado, Ing. Rafael Alejandro Sánchez Macías, e Dr. Juan Manuel Galarza Schoenfeld en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Integración Curricular **"RETENCIÓN DE CLIENTES PARA LA ESTABILIDAD FINANCIERA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUVENTUD UNIDA, EN LA CIUDAD DE GUARANDA, AÑO 2026" ,** desarrollado por las señoritas , Mishell Abigail Cando Chariguaman y Blanca Melida Poaquiza Masabanda

CERTIFICAN

Que, una vez concluido con las correcciones correspondientes a todas las observaciones y sugerencias emitidas por el Director y los Pares Académicos, certificamos que el documento ha sido revisado en su totalidad y cumple con las exigencias académicas establecidas por la Carrera de Contabilidad y Auditoría.

Guaranda, 06 de agosto del 2026

Atentamente,

Ing. Verónica del Carmen Arguello Delgado

Directora

Ing. Rafael Alejandro Sánchez Macías

Par Académico

Dr. Juan Manuel Galarza Schoenfeld

Par Académico

- **Link del repositorio digital de biblioteca donde fue subido el proyecto**