UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

"FORTALECIMIENTO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VALLES DEL LIRIO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024 -2029."

AUTORES:

WIDINSON ALEXANDER GAVILANES CAIZA

JEFFERSON DAVID ZAVALA CAPUS

DIRECTOR	**PARES ACADÉMICOS**
ING. JORGE GOYES NOBOA	ING. IVÁN YACCHIREMA TARAGUAY
	ING. CHARLES VISCARRA ARMIJOS

GUARANDA – ECUADOR
2025

TEMA

"FORTALECIMIENTO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VALLES DEL LIRIO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024 -2029."

AGRADECIMIENTO

Primero, doy gracias a dios por estar presente en cada objetivo de mi vida, por fortalecer e iluminar mi mente, para cada día ser mejor que ayer. A mis padres, por inculcarme sus valores y principios y por su apoyo incondicional que me incentivó a seguir con mis estudios, su deseo de verme convertido en un profesional ha sido fundamental para que esto sea posible, a los magníficos docentes que han sabido orientarme y conducirme para culminar este trabajo.

Gavilanes Caiza Widinson Gavilanes

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que, de una u otra manera, hicieron posible la realización de esta tesis, en primer lugar, a Dios, por darme la fuerza, salud y sabiduría necesarias para afrontar este desafío académico.

A mis padres**,** Francisco Zavala y María Juana Capus, quienes, con su amor incondicional, sacrificios y apoyo constante, me han impulsado a alcanzar mis metas. Este logro también es de ustedes.

A mi director y Pares Académicos, por su paciencia, guía y valiosos aportes durante todo este proceso. Sus conocimientos y experiencia han sido esenciales para el desarrollo de este trabajo.

A mis compañeros y amigos, quienes me brindaron apoyo moral y motivación en los momentos más difíciles. Su compañía ha sido un pilar importante en mi vida universitaria, a todos ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Zavala Capus Jefferson David

DEDICATORIA

A mi padre Señor Jaime Gavilanes y Gloria Caiza quienes han sido ejemplo de trabajo, honradez y superación quien es el eje principal para alcanzar todos mis objetivos.

A mi hermano quien con su apoyo han sido inspiración para seguir adelante.

A mis docentes quienes a lo largo de mi carrera educativa supieron guiarme hacia el camino del conocimiento. A todas estas personas dedico el presente trabajo fruto de mi esfuerzo y dedicación que toda persona debe buscar para beneficio propio y de los demás.

Gavilanes Caiza Widinson Gavilanes

A mis amados padres, Francisco Zavala, María Juana Capus, dedico esta tesis a ustedes, quienes han sido un pilar fundamental en mi vida y un apoyo incondicional a lo largo de esta importante etapa.

A mi padre, Francisco Zavala por ser un ejemplo de esfuerzo, integridad y perseverancia, enseñándome que los sueños se alcanzan con dedicación y trabajo arduo.

A mi madre, María Juana Capus, por tu amor incondicional, tus palabras de aliento y tu fe constante en mis capacidades, siendo siempre mi refugio y mi fuerza en los momentos difíciles, este logro es el fruto de sus enseñanzas, sacrificios y valores que me han guiado a ser quien soy hoy. Cada página de esta tesis lleva consigo el amor y la dedicación que ustedes han puesto en mi formación, no solo como profesional, sino también como persona, con todo mi cariño y gratitud.

Zavala Capus Jefferson David

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

"Ing. Goyes Noboa Jorge Estuardo, Ing. Viscarra Armijos Charles Paul e Ing. Yacchirema Taraguay Iván Marcelo", en su orden Director y Pares Académico del Trabajo de Titulación "FORTALECIMIENTO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VALLES DEL LIRIO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024 - 2029." desarrollado por los señores Zavala Capus Jefferson David y Gavilanes Caiza Widinson Alexander.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresas.**

Guaranda, abril del 2025

Ing. Goyes Noboa Jorge Estuardo
Director

Ing. Viscarra Armijos Charles Paul
Par Académico

Ing. Yacchirema Taraguay Iván Marcelo
Par Académico

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **WIDINSON ALEXANDER GAVILANES CAIZA Y JEFFERSON DAVID ZAVALA CAPUS** portadores de la Cédula de Identidad **1751799360 y 1850560218** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **FORTALECIMIENTO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VALLES DEL LIRIO, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024–2029**, 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, 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.

Los autores declaran 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.



Widinson Alexander Gavilanes Caiza



Jefferson David Zavala Capus

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN II
AGRADECIMIENTO III
DEDICATORIA IV
ÍNDICE DE CONTENIDO VII
INDICE DE TABLAS XI
ÍNDICE DE FIGURAS XIII
INTRODUCCION 1
1. CAPÍTULO I 4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 4
1.1. Descripción del Problema 4
1.2. Formulación del Problema 5
1.3. Preguntas de Investigación 6
1.4. Justificación 6
1.5. Objetivos 7
1.5.1. General 7
1.5.2. Específicos 7
1.6. Idea a defender 7
1.7. Operacionalización de la Variable 8
2. CAPÍTULO II 9
MARCO TEÓRICO 9
2.1. Antecedentes 9
2.2. Científico 13
2.2.1. Fortalecimiento institucional 13
2.2.2. Gestión Administrativa 14

2.2.3. Matriz PESTEL 14
2.2.4. Matriz FODA 14
2.2.5. Estrategias 15
2.2.6. Gestión de mercadotecnia 15
2.2.7. Innovación 15
2.2.8. Gestión de Talento humano 16
2.2.9. Comunicación y Participación 16
2.2.10. Satisfacción de Socios 17
2.3. Conceptual 17
2.3.1. Administración 17
2.3.2. Análisis externo 17
2.3.3. Análisis interno 17
2.3.4. Competitividad 18
2.3.5. Cooperativas de ahorro 18
2.3.6. Decisiones financieras 18
2.3.7. Diagnostico situacional 18
2.3.8. Diversificación 19
2.3.9. Evaluación y Ajuste 19
2.3.10. Eficiencia administrativa 19
2.3.11. Fidelidad 19
2.3.12. Gestión empresarial 19
2.3.13. Marketing 20
2.3.14. Mercado 20
2.3.15. Productos financieros 20
2.3.16. Productividad 20
2.3.17. Sostenibilidad 21

2.4. Legal 22
2.5. Georreferencial 26
3. CAPITULO III 27
METODOLOGÍA 27
3.1. Tipo de Investigación 27
3.1.1. Histórico 27
3.1.2. Analítico 27
3.1.3. Descriptiva 28
3.1.4. Bibliográfica 28
3.2. Enfoque de la investigación 29
3.2.1. Investigación cuantitativa 29
3.2.2. Investigación cualitativa 30
3.3. Métodos de Investigación 30
3.3.1. Método deductivo 30
3.3.2. Método inductivo 31
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 31
3.4.1. Encuesta 31
3.4.2. Observación 31
3.5. Universo, Población y Muestra 32
3.6. Procesamiento de la Información 32
CAPITULO IV 33
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 33
3.7. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 33
3.8. Análisis General de las encuestas 62
3.9. Análisis general de los objetivos 65
4. CAPITULO V 66

PROPUESTA 66
4.1. Tema 66
4.2. Introducción 66
4.3. Justificación de la propuesta 67
4.4. Objetivo General 68
4.5. Objetivos específicos 68
4.6. Desarrollo de la propuesta 68
4.6.1. Matriz PESTEL 70
4.6.2. Análisis PESTEL 73
4.6.3. Matriz FODA 74
4.6.4. Matriz de priorización FODA 76
4.6.5. Matriz FODA cruzado 79
4.6.6. Análisis FODA 81
4.6.7. Propuesta de estrategias de fortalecimiento 82
CONCLUSIONES 104
RECOMENDACIONES 105
REFERENCIAS 106
ANEXOS 110

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable dependiente 8
Tabla 2. Objetivos en su misión y visión 33
Tabla 3. Evaluación de los procesos internos 35
Tabla 4. Dispone de herramientas tecnológicas para el trabajo 36
Tabla 5. Gestión que necesita mejorar eficientemente 38
Tabla 6. Nivel de Satisfacción de la asignación de tareas 39
Tabla 7. Capacitación en los últimos 12 meses 40
Tabla 8. Evaluaciones de desempeño del personal 41
Tabla 9. Ambiente laboral positivo entre compañeros 42
Tabla 10. Consideran su opinión y sugerencias por los mandos altos 43
Tabla 11. Socialización sobre la planificación de metas a los empleados 44
Tabla 12. Promover los productos y servicios entre los socios y comunidad 45
Tabla 13. Información sobre las promociones y productos 47
Tabla 14. Existen programas de incentivos a los empleados 48
Tabla 15. Los planes y estrategias de la cooperativa son compartidos 49
Tabla 16. Como evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites 50
Tabla 17. Facilidad de información clara y trasparente 51
Tabla 18. Campañas publicitarias de mercadotecnia de la Cooperativa 52
Tabla 19. Personal es suficiente para atender de forma eficiente 53
Tabla 20. Como se enteró de los productos y servicios 54
Tabla 21. Participación en las promociones de la Cooperativa 56
Tabla 22. Comunicación de los productos y servicios adecuados 57
Tabla 23. Nivel de satisfacción dentro de la promociones y ofertas 58
Tabla 24. Confianza y seguridad de los ahorros y datos 59
Tabla 25. Ampliación de la oferta de productos o servicios 60
Tabla 26. Incentivos a los socios por parte de la Cooperativa 61
Tabla 27. Desarrollo Matriz PESTEL 70
Tabla 28. Análisis PESTEL 73
Tabla 29. Matriz FODA 74
Tabla 30. Desarrollo Matriz de priorización FODA 76

Tabla 31. Desarrollo Matriz FODA cruzado..... 79
Tabla 32. Estrategia No.1 de la propuesta..... 82
Tabla 32. Cronograma de capacitación personal 84
Tabla 34. Presupuesto capacitación personal..... 86
Tabla 35. Estrategia No.2 de la propuesta..... 88
Tabla 36. Programas de retención y capacitación de socios 89
Tabla 37. Presupuesto del programa de retención y capacitación de socios..... 90
Tabla 38. Estrategia No.3 de la propuesta..... 93
Tabla 39. Cronograma de actividades de la campaña publicitaria..... 94
Tabla 40. Presupuesto cronograma de actividades de la campaña publicitaria ... 96
Tabla 41. Estrategia No.4 de la propuesta..... 97
Tabla 42. Planificación de actividades – jefe de agencia..... 100
Tabla 43. Cronograma de actividades..... 110
Tabla 38. Presupuesto ejecutada 112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Georreferencial nivel Micro – Cantón Guaranda 26
Figura 2. Objetivos en su misión y visión..... 33
Figura 2. Evaluación de los procesos internos..... 35
Figura 4. Dispone de herramientas tecnológicas para el trabajo..... 36
Figura 5. Gestión que necesita mejorar eficientemente 38
Figura 6. Nivel de Satisfacción de la asignación de tareas 39
Figura 7. Capacitación en los últimos 12 meses 40
Figura 8. Evaluaciones de desempeño del personal..... 41
Figura 4. Ambiente laboral positivo entre compañeros 42
Figura 10. Consideran su opinión y sugerencias por los mandos altos..... 43
Figura 11. Socialización sobre la planificación de metas a los empleados..... 44
Figura 12. Promover los productos y servicios entre los socios y comunidad 45
Figura 13. Información sobre las promociones y productos..... 47
Figura 14. Existen programas de incentivos a los empleados..... 48
Figura 15. Los planes y estrategias de la cooperativa son compartidos 49
Figura 16. Como evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites 50
Figura 17. Facilidad de información clara y trasparente..... 51
Figura 18. Campañas publicitarias de mercadotecnia de la Cooperativa 52
Figura 19. Personal es suficiente para atender de forma eficiente..... 53
Figura 20. Como se enteró de los productos y servicios..... 54
Figura 21. Participación en las promociones de la Cooperativa..... 56
Figura 22. Comunicación de los productos y servicios adecuados..... 57
Figura 23. Nivel de satisfacción dentro de la promociones y ofertas 58
Figura 24. Confianza y seguridad de los ahorros y datos 59
Figura 25. Ampliación de la oferta de productos o servicios..... 60
Figura 26. Incentivos a los socios por parte de la Cooperativa 61

INTRODUCCION

Destacamos que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, ubicada en Guaranda, su participación en el sector financiero es clave dentro den entorno que han desarrollado proporcionando servicios financieros, dentro del sistema económico, resaltamos que por otra parte el entorno competitivo, enfrenta desafíos como la falta de innovación de equipo, para mejorar los tiempos de respuesta la insuficiente gestión administrativa y del talento humano dando un panorama inadecuado de estrategias que limitan su capacidad de competencia ante otras entidades del sector local.

Su impacto en el ámbito socioeconómico destaca un papel de alto impacto particularmente en las zonas rurales dando énfasis en la autogestión de los socios y usuarios, por otra parte, para mantenerse competitivas y sostenibles, estas cooperativas acoplarse a los cambios del entorno, fortaleciendo su gestión administrativa y operativa y ofreciendo productos o servicios innovadores que respondan a las demandas de los socios detonando un interés particular. Dentro de la Cooperativa radica un problema de capacidad limitada dentro de sus operaciones las captaciones de socios a través de una gestión eficiente la falta de incentivos, la capacitación insuficiente del personal y las estrategias poco efectivas en la toma de decisiones han impactado negativamente.

La Cooperativa debe adaptarse a un mercado rápido y agresivo donde los factores claves del éxito determinara acorde al nivel de respuesta o necesidades que exigen los socios, en este contexto buscar soluciones proactivas para adaptarse a los cambios, mejorar su estructura interna y responder mejor a las necesidades locales, con un ambiente de trabajo de comunicación optima, fortaleciendo su gestión administrativa, su capacidad de innovación y el desarrollo del talento humano fomentando sostenibilidad y posicionarse de manera más efectiva en el entorno competitivo actual.

RESUMEN

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, ubicada dentro del Cantón Guaranda, enfrenta desafíos significativos que limitan su capacidad para competir eficientemente limitando sus operaciones en el entorno financiero, entre aquellos desafíos destacan la inadecuada gestión administrativa y del talento humano que desfavorecen el entorno de trabajo la comunicación interna y los tiempos de respuesta hacia los socios o usuarios dando como resultado ineficiencia en el desempeño de las actividades, la falta de motivación o incentivos impiden que la cooperativa maximice su potencial y se mantenga competitiva frente a otras instituciones financieras, la falta de estrategias de publicidad limitan su capacidad para atraer y retener socios, lo que repercute de manera directa en su viabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Este estudio busca establecer soluciones que aborden estos problemas, como estrategias de fortalecimiento que ayuden a las distintas actividades promoviendo el fortalecimiento de la gestión administrativa y operativa, así como el desarrollo del talento humano, centrándonos en mejorar en estos ámbitos permitirá a la cooperativa adaptarse mejor a las necesidades del entorno local, ofrecer productos y servicios de mayor calidad e incentivos que llamen la atención del socio mejorar la competitividad, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del sector siendo clave para su éxito y sostenibilidad.

Palabras clave: Fortalecimiento, estratégicas, gestión administrativa, talento humano, publicidad, optimización, análisis, Cooperativa, sostenibilidad, competencia.

ABSTRACT

The Valles del Lirio Savings and Credit Cooperative, located within the Guaranda Canton, faces significant challenges that limit its ability to compete efficiently, limiting its operations in the financial environment. Among these challenges are inadequate administrative and human talent management, which undermine the work environment, internal communication, and response times to members or users, resulting in inefficiency in the performance of activities. The lack of motivation or incentives prevents the cooperative from maximizing its potential and remaining competitive against other financial institutions. The lack of advertising strategies limits its ability to attract and retain members, which directly impacts its long-term viability and sustainability. This study seeks to establish solutions that address these problems, such as strengthening strategies that help the different activities by promoting the strengthening of administrative and operational management, as well as the development of human talent, focusing on improving in these areas will allow the cooperative to better adapt to the needs of the local environment, offer higher quality products and services and incentives that attract the attention of the partner, improve competitiveness, contributing to the socioeconomic development of the sector, being key to its success and sustainability.

Keywords: Strengthening, strategic, administrative management, human talent, advertising, optimization, analysis, Cooperative, sustainability, competition**.**

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

A nivel mundial, el fortalecimiento de las instituciones se ha convertido en una base importante para la economía dentro de los países, desde tiempo las instituciones han formado un eje dentro de la sociedad como una alternativa más humana a la feroz competencia del mercado. En este ámbito el fortalecimiento direcciona a las cooperativas de ahorro y crédito, adaptarse a los cambios en sus operaciones, las estratégicas incluyen un enfoque integral que tiene en cuenta el entorno interno de la misma, como diversificación de productos y servicios, orientadas con una gestión administrativa con mayor capacidad de capitalización. Dando un enfoque a la competitividad de las cooperativas, de manera que satisface la sostenibilidad e impacto positivo en la economía. En un entorno cambiante, el éxito de las cooperativas dependerá de su capacidad para acoplarse eficazmente estrategias para el mejor desempeño institucional.

En Ecuador, el rol es crucial al incluir a grupos vulnerables en el sistema financiero y actuar como agentes de dinamismo económico con un impacto social, destacándose en la vocación económica, empresarial y social, haciendo énfasis especialmente en las áreas rurales, sus principales objetivos son la autoayuda, auto gerencia y autorresponsabilidad de los socios, también promueven el compromiso de los socios, permitiendo ser parte de la organización , esto subraya la necesidad de una regulación y supervisión adecuada de la cooperativa que opera distintas áreas geográficas limitadas, lo que les permite destacar las distintas necesidades de poder conocer bien los usuarios y socios conocer la situación local, invirtiendo en proyectos productivos en la región (Banco Central del Ecuador, 2022).

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, localizada en la ciudad de Guaranda, enfrenta varias problemática que limitan su capacidad a nivel operativo, de crecimiento y desarrollo sostenible, la falta de innovación dentro de sus equipos y servicios ofrecidos limita la capacidad de satisfacer las distintas necesidades, por ende cual surge la necesidad de mejorar la eficiencia operativa administrativa, lo cual genera afectación dentro de su cartera de clientes, las inadecuadas estrategias, limitando la actividad operativa necesaria para la competitividad, frente a otras instituciones con mayor capacidad de capital en el mercado, además la gestión del talento humano es destacable para el éxito de la instrucción lo que implica la correcta capacitación, motivación y desarrollo de los trabajadores que son el impulso de las distintas operaciones de la cooperativa de ahorro y crédito, sin embargo la inadecuada motivación y la falta de incentivos afecta esencialmente a la calidad del servicio en la capacidad de adaptarse al mercado.

El bajo desempeño de la gestión administrativa contrasta la falla de planificación dirección y control del recurso de la empresa, obstaculizando la creatividad frente a la toma de decisiones asertivas disminuyendo la forma competitiva de la cooperativa, reduciendo las buenas prácticas profesionales y financieras siendo vulnerable en el mercado. En este contexto el fortalecimiento es importante dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, Permite identificar oportunidades y amenazas, mejora la competitividad mediante la diversificación para la cartera de productos, mejorando los procesos, conjuntamente con una gestión administrativa óptima de calidad, impulsando el desarrollo económico local con accesibilidad y sostenibilidad a largo plazo de la cooperativa y su compromiso con el bienestar de los clientes y socios.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo fortalecer el desempeño de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar, periodo 2024 -2029?”

1.3. Preguntas de Investigación

¿Cómo las estrategias ayudan al fortalecimiento de la gestión administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio?

¿Como la gestión del talento humano ayuda a mejorar el desempeño de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio?

¿Qué estrategias de mercadotecnia pueden ayudar a fortalecer la imagen y la gestión de las cooperativas de ahorro y crédito?

1.4. Justificación

El presente trabajo se llevará a cabo para el fortalecimiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Vall del Lirio, acoplando a la situación actual del mercado, mediante el análisis económico, sociedad, tecnología y la gestión administrativa deficiente lo que afecta directamente a la capacidad para atraer y retener socios. Es relevante el fortalecimiento para definir, orientar la mejora operativa con propósitos y metas establecidas, destacando sobre la competitividad de la institución, incrementando la cartera de socios sostenibles, enfrentando desafíos que garantizaran la sostenibilidad y fortalecimiento, conviene subrayar la adecuada gestión administrativa es un componente fundamental, influyendo en las habilidades, capacidades y destrezas de los directivos o empleados a actuar de forma eficiente de manera asertiva implementando estrategias políticas, imagen, optimización y retroalimentación para mantenerse en las condiciones del entorno, ajustándose a procesos claros y medibles, además los recursos humanos son esenciales para el éxito de la Cooperativa, trabajadores motivados son el motor de la operaciones conjuntamente con las capacitaciones, guías que permitan delimitar sus funciones operativas dentro del desarrollo empresarial, fomentando un ambiente de buenas relaciones interpersonales, impulsando la productividad, creatividad que beneficien a la Institución de forma oportuna, con la adecuada planificación, dirección, control y seguimiento de las actividad planteadas, identificando oportunidades con un enfoque proactivo, permitiendo adaptarse y diversificar en el mercado cambiante, impactando una experiencia visible y positiva sobre los usuarios y socios.

El trabajo aportará a la Economía Popular y Solidaria al fortalecer la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, promoviendo el desarrollo socioeconómico, la correcta gestión administrativa y del talento humano conjuntamente con el desempeño operativo con unas bunas estrategias de mercado que ayudará a posicionar a la institución en un segmento de mercado, reteniendo y fidelizando usuarios y socios en el Cantón Guaranda.

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Fortalecer la gestión administrativa, operativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, Cantón Guaranda.

1.5.2. Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la gestión administrativa, operativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.
- Identificar las estrategias para fortalecimiento de la cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio
- Proponer estrategias enfocadas en la optimización de la gestión administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

1.6. Idea a defender

Una adecuada Gestión Administrativa permitirá el fortalecimiento de la Gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, mejorando la eficiencia institucional fomentando la confianza y lealtad de los usuarios y socios respondiendo de manera ágil a las necesidades locales, contribuyendo al desarrollo e imagen de la Cooperativa en la cuidad de Guaranda.

1.7 Variable dependiente

Fortalecimiento de la gestión administrativa.

1.7. Operacionalización de la Variable

Tabla 1. *Variable dependiente*

Variable Dependiente	Definición	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumentos
Fortalecimiento de la gestión administrativa.	Basarse principalmente en la mejora de los procesos, estructurados y prácticas para optimizar la eficiencia, toma de decisiones, cumplimiento de estrategias a nivel funcional de la cooperativa.	Gestión Administrativa	Eficiencia en los procesos Toma de decisiones Control de desempeño	Encuesta	Cuestionario
		Gestión de talento humano	Satisfacción de los empleados Capacitación de los empleados Evaluación de desempeño	Entrevista semiestructurada	Entrevista
		Gestión de mercadotecnia	Captación de nuevos socios Diversificación de productos/ servicios Campañas publicitarias	Encuesta	Cuestionario

Nota: Variable dependiente (Fortalecimiento de la gestión administrativa).
Elaborado por: Widinson Gavilanes, Jefferson Zavala.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En cuanto a Garófalo & Yangol, (2023) con el tema: "LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUAN PÍO DE MORA LTDA., DEL CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023"; cabe resaltar el siguiente objetivo general: "Determinar la incidencia de la GA en el cumplimiento de los objetivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora Ltda., en el año 2023" (p .8), a modo de cierre "Mediante los resultados obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los encuestados se encuentran medianamente de acuerdo con la actual Gestión Administrativa, presuntamente por la falta de coordinación entre todas las áreas de la entidad financiera y por su débil trabajo en equipo" (p .87). Con la entrevista realizada al Gerente PHD; Pedro Pablo Lucio Quintana, se corroboró información proveniente de la encuesta, de allí también se concluye que aplica un liderazgo Laissez- Faire, en donde se faculta al personal tomar sus propias decisiones, lo que resulta en una baja autoridad. Así mismo, según los datos a los que tiene acceso mencionó que, la cooperativa tiene un alto índice de morosidad la cual está sobre el 9% frente al porcentaje esperado en su planificación estratégica y el más adecuado para las cooperativas de ahorro y crédito (Garófalo & Yangol, 2023).

Según Mejía, (2023) con el tema “LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉ DITO VICENTINA MANUEL ESTEBAN GODOY ORTEGA LTDA., AGENCIA LATACUNGA”; en el cual plantea el siguiente objetivo general: Analizar la influencia de la gestión del talento humano en el desempeño laboral de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina “Manuel Esteban Godoy Ortega” Ltda., agencia Latacunga (p. 16), concluyendo: El inapropiado desempeño laboral en la cooperativa es el resultante de la suma de varios aspectos que influyen directamente como: el no contar con un control periódico del cumplimiento de las tareas desarrolladas por los trabajadores, la escaza orientación de los procesos y el inadecuado ambiente organizacional, la mayor parte de los trabajadores de la COOPMEGO afirman que el ambiente laboral en el que se desempeñan no es el adecuado para explotar al máximo sus habilidades personales y en equipo. Por lo tanto, es evidente la necesidad de desarrollar capacitaciones periódicas a los trabajadores en torno al ambiente labora (p. 68).

En cuanto a Cazar (2020) con el tema “PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ALIANZA MINASLTDA., AGENCIA COTOCOLLAO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”; en el cual plantea el siguiente objetivo general: Diseñar un plan de marketing para la Cooperativa de ahorro y crédito Alianza Minas Ltda., Agencia Cotocollao con la finalidad de incrementar su participación en el mercado (p. 5) en conclusión en el análisis del entorno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza Minas Ltda., Agencia Cotocollao se pudo identificar los factores positivos y negativos que afectan a la organización, con la investigación de mercado se evidenció que en la actualidad las Cooperativas de Ahorro y Crédito son las instituciones financieras en las que las personas más confían, además se resalta la necesidad de ampliar el portafolio de productos y/o servicios e implementar nuevos canales de distribución principalmente el acceso a cooperativa en línea.

Esto considerando el incremento en el uso de la tecnología y medios electrónicos; Se evaluó un escenario donde el costo beneficio obtenido es de 13 ctvs., lo que quiere decir que por cada dólar invertido la COAC va a ganar 13 centavos de dólar lo que hace viable al proyecto, así mismo se calculó el retorno de la inversión donde se evidencio que el ROI es de 13.07% lo que indica que es positiva la inversión además de segura y estable(p. 81).

Según Almendariz & Cambo (2023) con el tema: "PLAN ESTRATÉGICO PARA "EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CAMPESINO AGENCIA SAN PABLO DE ATENAS, CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, PERÍODO 2023 – 2027"; con el objetivo principal: "Determinar la incidencia de la GA en el cumplimiento de los objetivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora Ltda., en el año 2023" (p. 10), para concluir, la elaboración del Plan Estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Campesino en la Agencia San Pablo de Atenas, abarcando el periodo 2023-2027. Esta sólida base de conocimiento no solo ha sido la columna vertebral del proceso, sino que ha proporcionado una comprensión integral de los principios, las tendencias y las mejores prácticas en la planificación estratégica, el resultado ha sido un plan estratégico riguroso, adaptable y profundamente informado, capaz de fusionar de manera precisa y armoniosa la teoría y la práctica (p.128).

El proceso de identificación de estrategias aplicables ha sido enfocado a las necesidades y metas específicas de la cooperativa. A través de un análisis meticuloso de los resultados del diagnóstico, se han perfilado estrategias claras, pragmáticas y enfocadas en fortalecer áreas vitales como la gestión financiera, la expansión de la base de clientes, la mejora en el servicio al cliente y la adopción de tecnologías innovadoras (Almendariz & Cambo, 2023).

En cuanto a Guamán (2021) con el tema: “PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NIZAG LTDA. DEL CANTÓN ALAUSÍ PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL PERIODO 2021-2025”; en el que menciona que conviene subrayar el objetivo general que es: “Diseñar un plan estratégico que permita el mejoramiento de productos y servicios financieros de la cooperativa de ahorro y crédito Nizag Ltda. del cantón Alausi provincia de Chimborazo para el periodo 2021-2025” (p. 5), finalmente, el análisis situacional externo de la cooperativa se realizó en una etapa dura en materia de salud como economía tanto a nivel nacional como internacional en donde se evidencio la importancia del uso de la tecnología como un factor determinante para el desarrollo de la economía popular y solidaria, el diagnóstico situacional ha permitido identificar las fortalezas y debilidades de la cooperativa y las amenazas y oportunidades que se presentan en el contexto externo de la organización estos factores son claves para definir estrategias que permitirá el crecimiento de la institución (p.92), la planificación estratégica en la Cooperativa de ahorro y crédito Nizag Ltda. Permitió definir estrategias que ayudan a establecer de manera clara la dirección de cada uno de los actores de la cooperativa (Guamán, 2021).

En el año 2007, se reúnen un grupo de jóvenes dirigentes y líderes pertenecientes a varias comunidades e Iglesias Evangélicas de zona alta de Pilahuin AICEP, al raíz del alto índice de migración de nuestros compañeros; y por otra parte las instituciones financieras tradicionales calificaban a la zona de Pilahuin como sujetos de crédito de alto riesgo (zona roja), nace la idea de crear una Cooperativa de Ahorro y Crédito “VALLES DEL LIRIO” Ltda., con la perspectivas de buscar el desarrollo social económico y disminuir la pobreza con facilidad de acceso a créditos, en las comunidades de Pilahuin; durante varios años de lucha y perseverancia contra la burocracia que presenta el MBS para la legalización de la cooperativa.

El 12 de julio de 2009 que esta idea se convierte en un sueño hecho realidad, para que toda la sociedad, entidades financieras y ONG´S tengan la seguridad de que bajo el sistema cooperativista se encuentren hermanados para solucionar los problemas emergentes con verdaderos sentido de solidaridad humana (Coopvallesdelirio).

Desde nuestro punto vista, se ha considerado la relevancia de los autores y la influencia de las cooperativas de ahorro y crédito como pilares del desarrollo económico y social, particularmente en el entorno tradiciones que se implementan, destacamos que el plan estratégico es una herramienta fundamental dentro del fortalecimiento, con estratégicas adecuadas identificando debilidades y amenazas, así como fortalezas y oportunidades que nos faciliten tomar acciones con decisiones favorables para afrontar desafíos como el aumento de la competencia y la necesidad de diversificar los servicios de la institución, logrando la accesibilidad y sostenibilidad a largo plazo, centrándose en la adaptación y gestión administrativa promoviendo el crecimiento, mejorando la eficiencia operativa, contribuyendo al bienestar colectivo.

2.2. Científico

2.2.1. Fortalecimiento institucional

El fortalecimiento pretendido de este sistema es un proceso de intención política, un proceso de fortalecimiento de vínculos con el entorno social, político y económico en el que operan las organizaciones de la sociedad civil, es importante que se establezcan vínculos con una estrategia organizacional clara, donde la gestión, los conflictos, la planificación la evaluación y el seguimiento de las tareas completadas conduzcan a un uso óptimo de los recursos (Banco de Desarrollo del Ecuador, 2021).

Asimismo, la forma de aplicar el fortalecimiento depende completamente de la optimización de las capacidades conjuntamente con una base sólida de la organización, enfrentando posibles desafíos futuros que impliquen una gestión interna de mayor sostenibilidad, calidad permitiendo un impacto positivo dentro de las actividades.

2.2.2. Gestión Administrativa

Para Cevallos (2020), los cambios en el entorno empresarial requieren que las organizaciones evalúen constantemente sus estrategias para lograr el éxito, el proceso de gestión administrativa ayuda a la organización a evaluar la situación actual, implementar estrategias y analizar la efectividad de las misma atreves del fortalecimiento de la gestión, contar con un modelo de gestión administrativo para sentar las bases para la consecución de sus objetivos y metas institucionales, manteniendo al día su gestión con el avance tecnológico y los cambios del mercado, donde clientes y socios obtengan servicios de calidad acorde a las necesidades (p. 13).

Destacamos la gestión administrativa como un eje principal dentro de las actividades de la institución, para la optimización de recursos, la toma de decisiones, asegurando la ejecución eficiente de estrategias claves, adaptándose al mercado con un cambio constante que demandan los clientes y socios

2.2.3. Matriz PESTEL

Para comenzar PESTEL nos que permite analizar el entorno externo de la organización, evaluar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que pueden incidir dentro de las operaciones efectuadas, es esencial comprender cómo estos factores influyen en las decisiones estratégicas de la empresa

2.2.4. Matriz FODA

Los autores Noboa et al. (2022) mencionan mediante la matriz FODA, se determina el estado actual de la empresa constructora realizando un análisis interno y externo, para cada área, por lo tanto, explorar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se tendrá como resultado los objetivos, que permita determinar las estrategias para optimizar la gestión administrativa de la empresa (p. 67).

Análisis del entorno: Es decir, analizar el entorno de una empresa es una herramienta particularmente útil en la formulación de cualquier estrategia de marketing, ya que ayuda a determinar la probabilidad de crecimiento real al examinar varios factores que influyen en él.

Este estudio, incluyendo el contexto interno y externo, determinará también cuáles son sus debilidades, aspectos negativos que pueden dificultar el logro de los objetivos marcados (Universidad Internacional de La Rioja, 2022).

Enfatizamos que es necesario comprender lo que está sucediendo en nuestro entorno que nos rodea, gestionado estrategias que apoyen y favorezcan el plan estratégico, identificar factores políticos, económicos, legales y tecnológicos que afectan las actividades, tomar un accionar oportuno para maximizar las distintas actividades de manera eficiente.

2.2.5. Estrategias

Una estrategia es un plan que se implementa para alcanzar o conseguir un objetivo. También nos dice que la estrategia es un plan para coordinar y dirigir actividades que están claramente definidas de antemano y se utilizan para llevar a cabo procedimientos que conducen a mayores beneficios la persona responsable de desarrollar estos planes de acción tiene el rol de liderar un grupo de personas (Giani, 2022).

2.2.6. Gestión de mercadotecnia

"La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes" (Kotler, 2001).

2.2.7. Innovación

Innovación como herramienta hacia cambio, pero también permite crear innovación ya sea un cambio radical en la forma en que pensamos, operamos o un cambio incremental, productos y servicios o implementar procesos de gestión en la empresa cooperativa.

Consideramos que la innovación es fundamental dentro del plan estratégico de fortalecimiento, en cuestión de mejorar la gestión, sino que se fomenta la competitividad y sostenibilidad en un periodo, dando nuevas oportunidades donde se responda mejor a las necesidades manteniendo un entorno dinámico.

2.2.8. Gestión de Talento humano

Según (Chiavenato, 2009) en la era del conocimiento surgen los equipos de gestión del talento humano, que sustituyen a los departamentos de recursos humanos, las prácticas de RH se delegan a los gerentes de línea de toda la organización y ellos se convierten en administradores de recursos humanos, mientras que las tareas operativas y burocráticas no esenciales se transfieren a terceros por medio de subcontratación (outsourcing), los equipos de gestión de talento humano se libran de las actividades operativas y se ocupan de proporcionar asesoría interna para que el área asuma las actividades estratégicas de orientación global, de frente al futuro y al destino de la organización y de sus miembros (p. 42).

Además, la aparición de equipos de gestión del talento ha sustituido al departamento de recursos humanos, y los recursos humanos se delegan en directivos de toda la organización, que se convierten en directores de recursos humanos.

2.2.9. Comunicación y Participación

Según, De Micheli (2021), la comunicación es una herramienta estratégica para el posicionamiento y desarrollo organizacional en los últimos años la implementación ha cobrado mucha importancia tanto para las empresas como para las instituciones, el progreso tecnológico, el uso de las redes sociales, la socialización de los medios y la disponibilidad de información son características actuales. destaca que la participación de los socios contribuye honestamente a la formación de su capital social y lo administran democráticamente, o al menos una parte de dicho capital es propiedad común de la cooperativa, como condición para participar, los participantes generalmente recibirán una compensación limitada, si corresponde, basada en el capital suscrito (p. 2).

Consideramos a la comunicación y participación clave dentro de la investigación como una herramienta estratégica que ayuda el flujo de información precisa, promoviendo la participación activa de los miembros que lo conforman, al tomar decisiones democráticas o colectivas que mejoren su posicionamiento al atraer y mantener clientes.

2.2.10. Satisfacción de Socios

La satisfacción de socios en una cooperativa se refiere al nivel de cumplimiento de las expectativas y necesidades de los miembros en cuanto a servicios, atención, y beneficios recibidos, fomentando su lealtad y participación activa.

Desde nuestro punto de vista los socios, son un pilar fundamental dentro de la cooperativa, al alinear el plan con las expectativas y necesidades, mejorando la atención, servicios, promoviendo un entorno de confianza y fidelidad.

2.3. Conceptual

2.3.1. Administración

Es importante señalar que Escudero (2020) menciona la racionalidad administrativa es "el uso óptimo de los recursos humanos, materiales y financieros disponibles para los departamentos y unidades estructurales del sector público con el objetivo de aumentar la eficiencia de la prestación de servicios públicos y el nivel de producción de bienes y servicios"(p .23).

2.3.2. Análisis externo

El análisis externo es una evaluación objetiva de los cambios que se están produciendo en todo el mundo, lo que proporciona una mejor comprensión del entorno en el que opera la empresa, el ecosistema que rodea a la organización, el impacto proviene del hecho de que la empresa no es una entidad aislada que forma parte de un universo complejo (Pérez, 2021).

2.3.3. Análisis interno

El análisis interno de la empresa implica la evaluación de los recursos, habilidades y competencias de la empresa con el fin de utilizar las herramientas estratégicas adecuadas para alcanzar el mejor nivel de resultados, en otras palabras, es una prueba completa de la capacidad de la empresa para triunfar en la competencia. Por tanto, adaptarse a las dificultades del mercado, aprovechar las oportunidades, enfatizar las fortalezas y mejorar las debilidades es una forma de desarrollo (kyocera, 2020).

2.3.4. Competitividad

Es la capacidad de una empresa para lograr resultados superiores a sus competidores, utilizando ventajas que le permitan alcanzar, mantener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico, la competitividad tiene muchos factores, desde factores internos de la empresa hasta factores políticos y sociales (Crepib, 2022).

2.3.5. Cooperativas de ahorro

Una cooperativa de ahorro y crédito es una institución financiera sin fines de lucro que acepta depósitos, hace préstamos y proporciona una variedad de otros productos y servicios financieros. Los depósitos están protegidos por el Fondo Nacional de Seguro de Depósitos de Cooperativas de Ahorro y Crédito, administrado por la Administración Nacional de Cooperativas de Crédito, también conocida como NCUA (Mycreditunion, 2019).

2.3.6. Decisiones financieras

Las decisiones financieras implican elegir cómo gestionar el dinero y los recursos económicos, abarcando desde la asignación de presupuesto hasta la planificación de inversiones y deudas. Estas decisiones requieren un análisis detallado, tomando en cuenta el riesgo, la rentabilidad, el tiempo y las metas a largo plazo.

2.3.7. Diagnostico situacional

Según Huilcapi & Gallegos (2020) el diagnóstico situacional, determina la adecuada combinación de recursos para afrontar la solución de un problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible. Define la dirección correcta que debe tomar la organización y el conjunto de transformaciones que se deben realizar al interior de ésta para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado. Herramienta para la toma de decisiones, la acción, el cambio y el desarrollo institucional (p. 12).

2.3.8. Diversificación

Se centra en las introducciones de nuevos productos o servicios, con un enfoque de un algo ya existente, explorar nuevos segmentos de consumidores con distintas necesidades emergentes que den respuesta a sus deseos.

2.3.9. Evaluación y Ajuste

"Muestran los resultados de eficiencia en promedio por año, se confirma la necesidad de realizar ajustes en las variables Costos Operacionales y Fondos Irrecuperables, cualquier esfuerzo realizado en las variables de salida, no alteran los resultados de eficiencia" (Campoverde et al., 2018).

Los resultados dentro de la investigación señalaran la necesidad que tiene la cooperativa, evaluando y ajustándose a las distintas variables que surjan, minimizar riesgos, enfocándose en las mejoras de sostenibilidad operativa.

2.3.10. Eficiencia administrativa

Es cuando se alcanza un objetivo con la menor cantidad de recursos disponibles o el conseguir varios objetivos usando la misma cantidad de recursos. Para mejorar este indicador, se pueden revisar e introducir cambios en los procesos de producción, organización, horarios, maquinaria, logística, embalaje, capacitación del personal (UNIR, 2023)**.**

2.3.11. Fidelidad

La fidelización del cliente implica construir una conexión emocional que inspire compras repetidas a través de experiencias positivas, este proceso genera confianza y genera referencias que ayudan a reducir los costos de adquisición y maximizar el retorno de la inversión, la importancia de conseguir clientes fieles es que aumentan los gastos de la empresa (Zendesk, 2024).

2.3.12. Gestión empresarial

La gestión empresarial es la capacidad que tiene un líder o directivo de organizar, dirigir y administrar todos los recursos de la empresa para lograr los objetivos financieros, productivos y de crecimiento, considerando a los socios comerciales como uno de los elementos más importantes, todos estos aspectos se tienen en

cuenta en los negocios. la gestión, independientemente de las emergencias, puede mejorar el rendimiento gestionando un plan priorizado para todos los problemas que se deben abordar (Clavijo, 2023).

2.3.13. Marketing

Para los autores Lalama et al. (2018) mencionan que el marketing es el flujo comunicacional constante entre empresas y clientes de tal forma que éstos últimos informen acerca de sus preferencias, demandas, usos y gratificaciones de los productos o servicios ofrecidos por los primeras, los cambios de consumo, los nuevos requerimientos e innovaciones (p. 25).

2.3.14. Mercado

Para Mixeles (2019) mercado es un conjunto de "transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, este no hace referencia al lucro de las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones, pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas" (p. 1).

2.3.15. Productos financieros

Un producto financiero es un instrumento que obtiene un rendimiento de su dinero a través de ahorros e inversiones, generalmente emitido por una institución financiera o bancaria te ayudan a gestionar tus ingresos y ahorrar un determinado porcentaje para evitar la tentación en lugar de gastar todo tu dinero (BBVA, 2022).

2.3.16. Productividad

Resulta relevante mencionar que la productividad es una medida de la eficiencia de los recursos como el tiempo, materiales dentro de una determinada producción, se refiere a la relación entre la cantidad producida y los implementos dentro de la misma.

2.3.17. Sostenibilidad

El desarrollo sostenible se entiende como un principio que pretende satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro las necesidades de las generaciones futuras, asegurando un equilibrio entre los tres pilares fundamentales:

La protección del medio ambiente, el desarrollo, el bienestar social y el crecimiento económico no son inagotables, por lo tanto, su protección y el crecimiento económico su uso racional es esencial, para asegurar el bienestar de las generaciones futuras (Ferrovial, 2023).

2.4. Legal

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Cabe resaltar;

El Título VI, capítulo primero de la Constitución de la República del Ecuador establece los principios generales del régimen de desarrollo. En el Artículo 275 se define el régimen de desarrollo como un sistema organizado, sostenible y dinámico que abarca los aspectos económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, buscando asegurar el buen vivir o sumak kawsay. El Estado tiene la responsabilidad de planificar el desarrollo del país para garantizar la aplicación de los derechos, el logro de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios fundamentales establecidos en la Constitución. Esta planificación debe fomentar la equidad social y territorial, impulsar la concertación y ser participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

TÍTULO VI RÉGIMEN DE DESARROLLO;

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.

Es importante señalar que la "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.

Art. 311.- El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA DEL SISTEMA FINANCIERO

ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

VALORES Y PRINCIPIOS

Art.- 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN OBJETO

Art.- 7.- La presente Ley tiene por objeto reconocer, fomentar, fortalecer, promover, proteger, acompañar, regular y controlar la constitución, estructura y funcionamiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria y otras formas de la economía popular; además, normar las funciones de las entidades públicas responsables de la aplicación de la presente ley.

Art. 145.- Regulación diferenciada.- Las regulaciones serán expedidas en forma diferenciada tanto para las personas y organizaciones que conforman la Economía Popular y Solidaria, como el Sector Financiero Popular y Solidario y se referirán a la protección, promoción e incentivos, funcionamiento y control de las actividades económicas de las personas y organizaciones a las que se refiere esta Ley, en coherencia con las regulaciones que emitan otras instituciones del Estado en orden a proteger los derechos de los usuarios y consumidores.

La regulación respeto de las cooperativas de ahorro y crédito que forman parte del Sector Financiero Popular y Solidario, se establecerá además acorde a los segmentos en que se ubiquen dichas organizaciones.

TÍTULO QUINTO
DE LAS ORGANIZACIONES ECONÓMICAS DEL SECTOR COOPERATIVO CAPÍTULO PRIMERO GENERALIDADES

CLASIFICACIÓN DE LAS COOPERATIVAS

Art.- 35.- Las cooperativas, por su actividad económica, podrán pertenecer a uno de los siguientes grupos: producción, ahorro y crédito, vivienda, consumo, seguros, servicios o multiactivas, de conformidad con las definiciones que constarán en el Reglamento General de la presente Ley. Por la actividad de los socios en la cooperativa, podrán ser de trabajo asociado, de proveedores o de usuarios, según los socios trabajen, comercialicen, consuman sus productos, o usen sus servicios.

LEY DE COOPERATIVAS, CODIFICACION. Codificación 000, Registro Oficial 400 de 29 de agosto del 2001.

Naturaleza y Fines

Art. 1.- Son cooperativas las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

Art. 2.- Los derechos, obligaciones y actividades de las cooperativas y de sus socios se regirán por las normas establecidas en esta Ley, en el Reglamento General, en los reglamentos especiales y en los estatutos, y por los principios universales del cooperativismo.

TITULO III De los Socios

Art. 11.- Siempre que llenen los requisitos establecidos en el Reglamento General y en el Estatuto, pueden ser socios en una cooperativa: a) Quienes tengan capacidad civil para contratar y obligarse;

b) Los menores de 18 años y cuantos se hallen bajo tutela o curaduría, que lo hagan por medio de su representante legal;

LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA DEL SISTEMA FINANCIERO

Concordancias:

CODIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1462, 1463

Art. 32.- Estructura Interna. - Las cooperativas contarán con una Asamblea General de socios o de Representantes, un Consejo de Administración, un Consejo de Vigilancia y una gerencia, cuyas atribuciones y deberes, además de las señaladas en esta Ley, constarán en su Reglamento y en el estatuto social de la cooperativa. En la designación de los miembros de estas instancias se cuidará de no incurrir en conflictos de intereses.

Art. 39.- El Consejo de Vigilancia es el organismo fiscalizador y controlador de las actividades del Consejo de Administración, de la Gerencia, de los administradores, de los jefes y demás empleados de la cooperativa.

Que, el artículo 311 de la misma Constitución señala que el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria;

Sección III. De las organizaciones del sector cooperativo

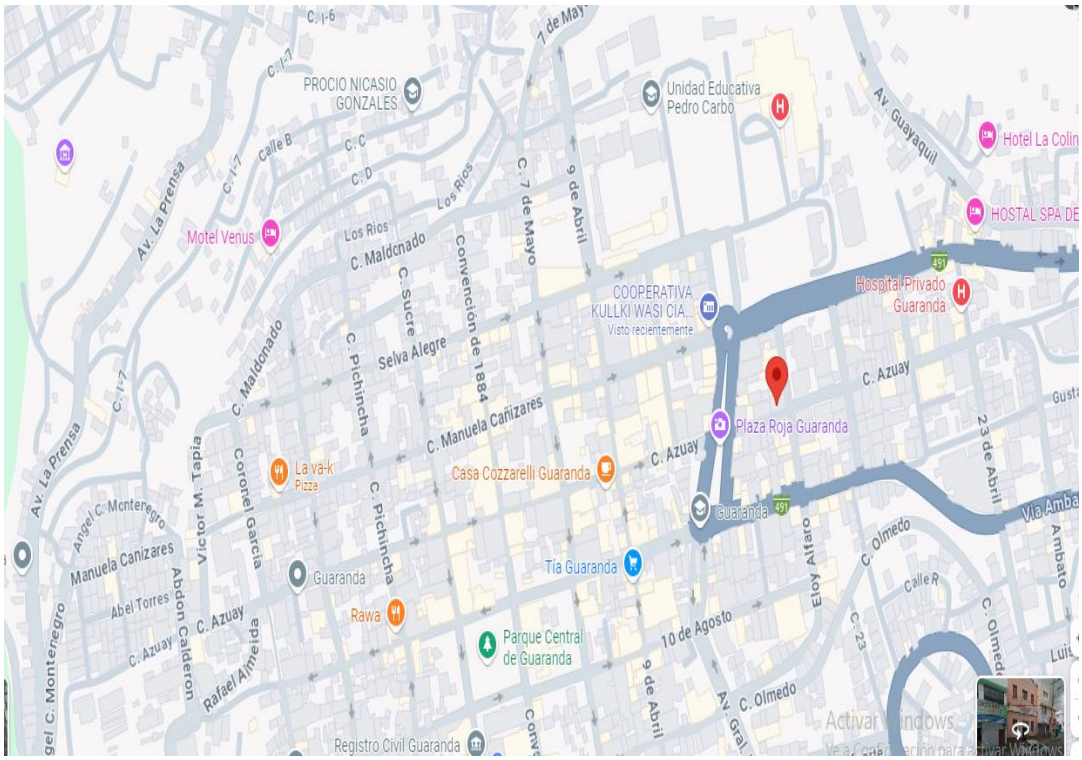
Art. 21.- Sector Cooperativo. - Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social. Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

2.5. Georreferencial

Micro

La Cooperativa Valles del Lirio está ubicada diagonal a la plaza Roja en las calles García Moreno y General Enríquez.

Figura 1. *Georreferencial nivel Micro – Cantón Guaranda*



Nota. Ubicación de la Cooperativa. Fuente: Google maps

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Histórico

Según (Vega & Trujillo, 2020) citando a (Simiand, 2003) menciona que el método llamado histórico es el proceso de conocimiento experimental indirecto, es decir, de un conocimiento de hecho obtenido por intermediación de otro espíritu; dicho conocimiento puede ser indirecto en el espacio o indirecto en el tiempo: el proceso lógico es el mismo en los dos casos.

Además, este método se refiere poder analizar la historia de la Cooperativa para entender como afrontaron los desafíos existentes a lo largo del tiempo y se han incrementado.

Es relevante señalar que al usar el método histórico, entendimos cómo la Cooperativa Valles del Lirio ha superado sus desafíos y ha crecido a lo largo del tiempo. Esto me ha ayudado a proponer ideas para que siga mejorando en los próximos años ayudando con estrategias de fortalecimiento y para el crecimiento sostenible de la Cooperativa.

3.1.2. Analítico

Según Garcia, (2018) es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, un hecho en particular o un tema de investigación dividiendo en múltiples partes con el fin, de poder estudiar cada parte detenidamente, para observar las causas la naturaleza, comportamientos y efectos de cada una de las partes que se han dividido, el análisis de manera particular es conveniente cuando se desea conocer más del objeto de estudio a profundidad. Es un camino para llegar a un resultado que abarque un mayor entendimiento (p. 1).

El método analítico será muy útil en nuestra investigación futura sobre la Cooperativa Valles del Lirio. Nos ayudará a separar las distintas áreas de la cooperativa para estudiarlas por separado, lo que facilitará identificar problemas y entender mejor cómo afectan su funcionamiento. Así, podremos tener una visión más clara de los aspectos que influyen en su crecimiento y podremos proponer soluciones efectivas que contribuyan a fortalecer la cooperativa en el futuro.

3.1.3. Descriptiva

Tal como lo indica los autores Guevara et al. (2020) la investigación descriptiva se realiza cuando se desea describir todos los componentes importantes de la realidad. La investigación explicativa es el estudio de causas y efectos, busca no sólo describir o resolver un problema, sino también esclarecer sus causas. Puede utilizar diseños tanto experimentales como no experimentales. La investigación experimental se centra en el uso del razonamiento hipotético-deductivo para controlar el fenómeno en estudio. Utiliza muestras representativas, diseños experimentales como estrategias de control y métodos cuantitativos para el análisis de datos (p. 165).

La investigación descriptiva en la Cooperativa Valles del Lirio se enfocará en explicar cómo funciona y en identificar qué aspectos son importantes, sin intentar resolver problemas específicos. Este método ayudará a entender la cooperativa en un momento determinado, ofreciendo una visión clara de su situación. Para ello, se utilizarán diferentes formas de recolectar información, como observaciones directas y otros métodos simples.

3.1.4. Bibliográfica

Destacamos que la investigación bibliográfica como una etapa de la investigación científica en la que se estudian resultados académicos sobre un tema determinado. Implica una serie de pasos destinados a encontrar documentos relacionados con un tema o autor específico, nos permite comprender los últimos avances en el campo que estamos estudiando y por tanto, es el punto de partida sobre el que debe basarse cualquier investigación científica, la proliferación de información en Internet debido a los avances tecnológicos ha creado la necesidad de seleccionar y evaluar información localizada según estrictos estándares de calidad, para ello, debemos

seguir y completar ciertas fases para poder realizar una investigación exhaustiva y profunda que ayude a mejorar la calidad de nuestro trabajo (Universidad de la República, 2020).

La investigación bibliográfica en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio será clave para entender el contexto y los avances del sector. Este método nos permitirá revisar estudios previos, lo que nos ayudará a identificar las buenas prácticas de otras cooperativas. Al buscar y analizar información de calidad, podremos crear una base sólida para nuestra investigación, asegurando que las recomendaciones que hagamos estén bien explicadas y respaldadas.

3.2. Enfoque de la investigación

3.2.1. Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa se utiliza para comprender frecuencias, patrones, promedios y correlaciones, comprender relaciones de causa y efecto, hacer generalizaciones y probar o confirmar teorías, hipótesis o suposiciones mediante análisis estadístico, de esta forma, los resultados se pueden expresar numérica o gráficamente; Encuestas o cuestionarios: las encuestas o los cuestionarios que se emplean plantean una misma serie de preguntas cerradas a un gran número de participantes o utilizan escalas para medir datos numéricos (Santander Universidades, 2021).

La investigación cuantitativa será fundamental para recoger datos clave sobre el funcionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio. Se realizarán encuestas a los socios para evaluar su satisfacción y conocer sus opiniones sobre los servicios. Con los análisis realizados, se visualizará la información de manera clara, lo que facilitará la toma de decisiones.

3.2.2. Investigación cualitativa

La investigación cualitativa implica la recopilación y el análisis de datos no cuantitativos para comprender conceptos, ideas o experiencias, así como datos sobre experiencias de vida, sentimientos o comportamientos y el significado que las personas les atribuyen y, por lo tanto, los resultados se expresan con palabras, este tipo de investigación se basa en el criterio del investigador, por lo que debe pensar detenidamente sobre sus elecciones y suposiciones, una técnica comúnmente utilizada en campos como la antropología, la sociología, la educación o la historia, porque les ayuda. conceptos, interacciones sociales o fenómenos culturales (Santander Universidades, 2021).

La investigación cualitativa será muy útil para entender mejor las experiencias y sentimientos de los socios y empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio. A través de entrevistas, podremos conocer sus opiniones y necesidades de manera más completa. Este enfoque nos ayudará a identificar problemas y oportunidades que no se verían con otros métodos. Además, al analizar las respuestas, podremos hacer recomendaciones más claras y ajustadas a lo que realmente necesita la cooperativa.

3.3. Métodos de Investigación

3.3.1. Método deductivo

En cuanto a Cabrera, (2010) la deducción permite afirmar que una situación (teniendo en cuenta el contexto) producirá determinado resultado; por ello es primordial para la administración, ya que uno de los requerimientos básicos que la sociedad realiza a un profesional de ciencias económicas es la predicción de la evolución de la situación (económica o de la empresa) que esté considerando (p. 175).

El método deductivo será útil para tomar decisiones más informadas y hacer predicciones sobre cómo podría evolucionar la situación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio. Al partir de ideas generales, podremos entender mejor los posibles resultados en función del contexto específico de la cooperativa.

3.3.2. Método inductivo

Según, Cabrera, (2010) se refiere al primer vistazo con el que se asume un problema objeto de estudio, una situación, un hecho o un fenómeno que por sus características o importancia despierta el interés del investigador. Por otra parte, deducir significa ir de lo abstracto a lo concreto, o sea lo contrario a la inducción (p. 175).

El método inductivo será muy útil para observar problemas y situaciones específicas que enfrente la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio. A partir de esas observaciones, podremos llegar a conclusiones más generales sobre sus necesidades y oportunidades. Este enfoque nos permitirá entender mejor la realidad de la cooperativa y ajustar nuestras recomendaciones de acuerdo.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

3.4.1. Encuesta

Implementamos las encuestas como un instrumento de recolección de datos de mayor alcance, están se presentan a los socios dentro de la Cooperativa para obtener una base de datos sobre sus criterios, opiniones, creencias u comportamientos que tenga dentro de la misma.

3.4.2. Observación

Destacamos que la observación es una herramienta para ver el comportamiento, recolectando información sobre las opiniones, comportamientos de las personas que pueden ver su conformidad u desconformidad dentro de la Cooperativa.

3.5. Universo, Población y Muestra

Muestra finita

Universo	Instrumentos
400 socios	Encuesta

Willian Courch

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Tamaño de la población (400 socios)
- z = Valor del nivel de confianza (1.96 para 95%)
- p = Proporción esperada (0.5)
- e = Margen de error deseado (0.05)

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

$$n = \frac{400 \cdot (1.96)2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5}{(0.05)^2 \cdot (400 - 1) + (1.96)2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{400 \cdot 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.0025 \cdot 399 + 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = \frac{400 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0.9975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{384.16}{1.9579}$$

$$n = \mathbf{196}.$$

3.6. Procesamiento de la Información

Es importante que la información que se obtiene y recopila de fuentes directas, se organiza y presenta de manera lógica y manejable a los resultados obtenidos, se utilizan herramientas de Excel para formularlos en tablas y gráficos, utilizando tablas o gráficos estadísticos, ya que el procesamiento de datos consiste en registrar los datos y Word para poder redactar los textos y las interpretaciones de manera clara y coherente.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.7. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Encuestas realizadas a los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

1. ¿Conoce los objetivos que persigue la cooperativa en su misión y visión?

Tabla 2. *Objetivos en su misión y visión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	100,0	100,0	100,0
	No	0	0,0	0,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. **Fuente**: Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 2. *Objetivos en su misión y visión*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los resultados en esta pregunta nos indican que en su totalidad los trabajadores encuestados demuestran conocimiento de la misión y visión de la cooperativa. Esto evidencia una comunicación interna positiva y un alto nivel de compromiso de los empleados con la institución.

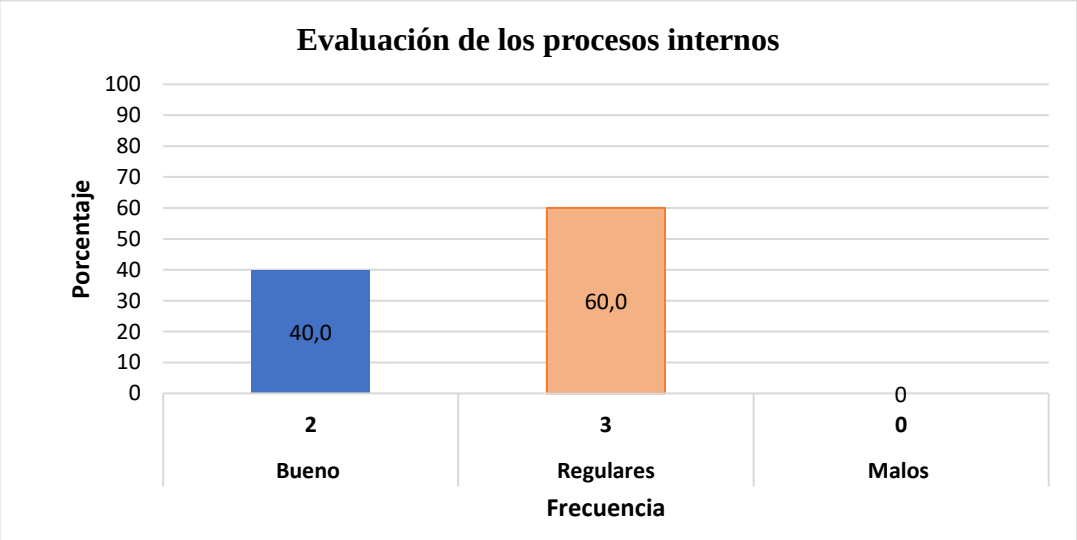
2. ¿Cómo evaluaría la claridad de los procesos administrativos internos de la cooperativa?

Tabla 3. *Evaluación de los procesos internos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	40,0	40,0	40,0
	Regulares	3	60,0	60,0	100,0
	Malos	0	0	0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 3. *Evaluación de los procesos internos*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los resultados de la segunda pregunta revelan que una parte del personal percibe los procesos administrativos de la cooperativa de manera positiva, mientras que otros consideran que existe margen de mejora. Esto indica que hay cosas que ajustar para que sean más fáciles y eficientes; se sugiere simplificar los procesos, dar más capacitación a los empleados y escucharlos para entender de mejor manera qué se puede cambiar

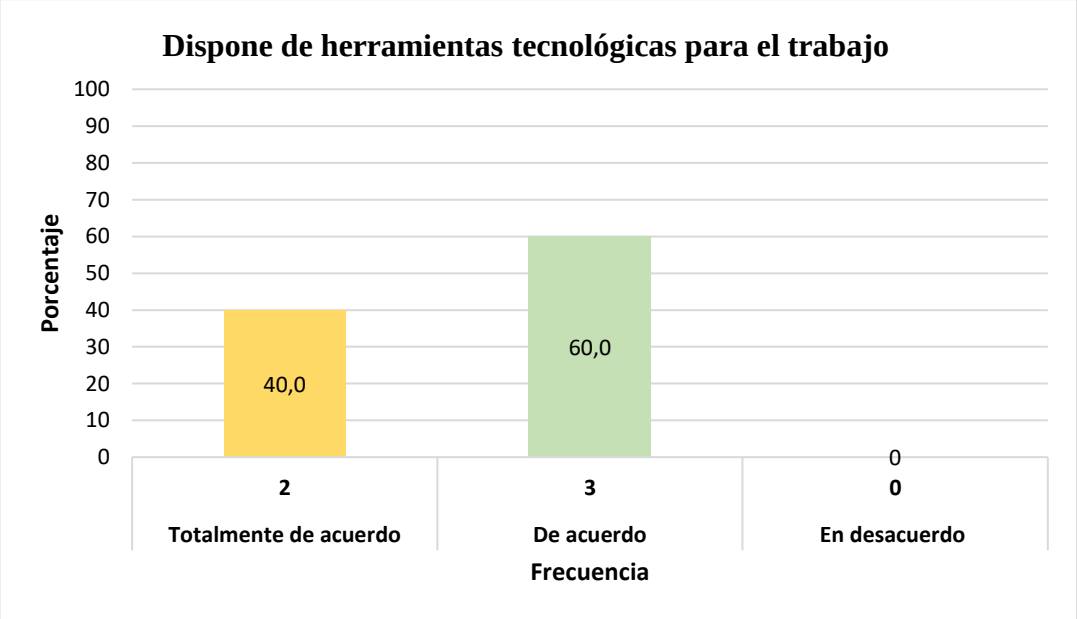
3. ¿Considera que dispone de las herramientas tecnológicas necesarias para realizar eficientemente su trabajo?

Tabla 4. *Dispone de herramientas tecnológicas para el trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	2	40,0	40,0	40,0
	De acuerdo	3	60,0	60,0	100,0
	En desacuerdo	0	0	0	100,0
	Total	**5**	**100%**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 4. *Dispone de herramientas tecnológicas para el trabajo*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

A partir de los datos obtenidos, se puede afirmar que todos los trabajadores coinciden en que disponen de las herramientas tecnológicas necesarias para desempeñar sus funciones de manera eficiente. Esto muestra que las herramientas son adecuadas, aunque sería útil considerar mejoras o actualizaciones para hacer el trabajo aún más fácil.

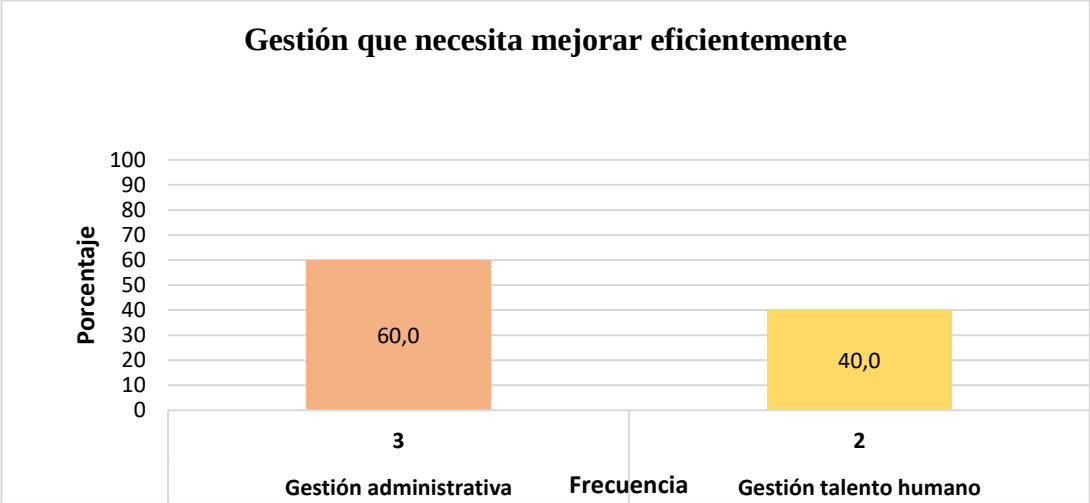
4. ¿Qué gestión cree que necesitan mejorar para ser más eficientes?

Tabla 5. *Gestión que necesita mejorar eficientemente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gestión administrativa	3	60,0	60,0	60,0
	Gestión talento humano	2	40,0	40,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 5. *Gestión que necesita mejorar eficientemente*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

La mayoría de encuestados identifica la gestión administrativa como el área que más necesita mejorar para aumentar la eficiencia. Sin embargo, también hay quienes consideran importante enfocarse en la gestión del talento humano; esto sugiere que es prioritario trabajar en los procesos administrativos, sin descuidar el fortalecimiento de la gestión de los empleados para lograr un equilibrio que impulse el desempeño general.

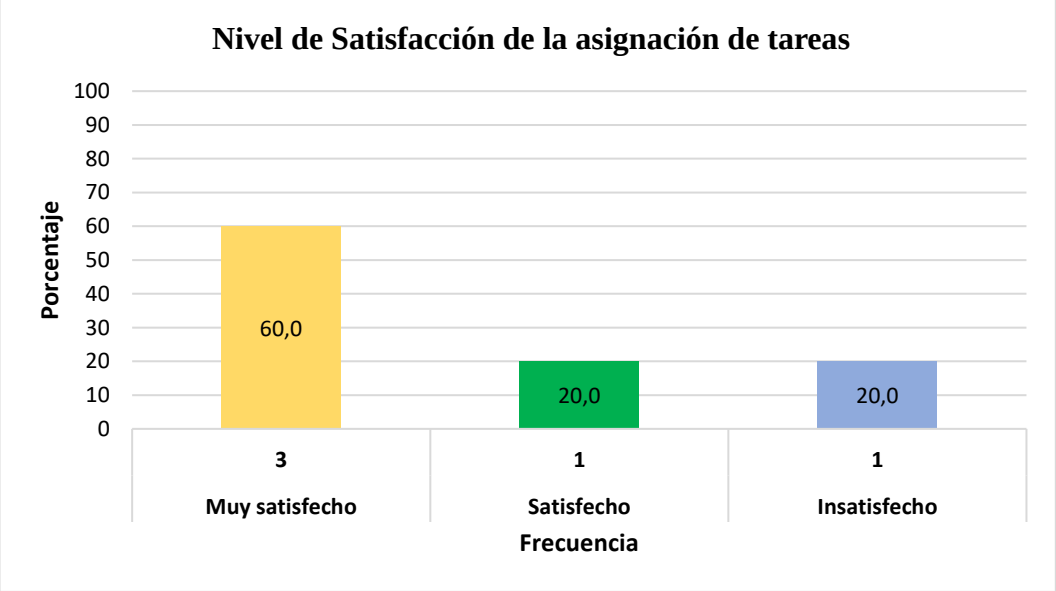
5. ¿Qué tan satisfecho está con la organización de las tareas y la asignación de responsabilidades dentro de la cooperativa?

Tabla 6. *Nivel de Satisfacción de la asignación de tareas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfecho	3	60,0	60,0	60,0
	Satisfecho	1	20,0	20,0	80,0
	Insatisfecho	1	20,0	20,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 6. *Nivel de Satisfacción de la asignación de tareas*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Un alto porcentaje de encuestados, indica que están muy satisfechos con la organización de las tareas y la asignación de responsabilidades, aunque una parte considera que hay aspectos que se pueden mejorar. Esto revela que el sistema actual funciona bien para muchos, sería útil analizar las inquietudes de quienes están menos satisfechos para hacer ajustes que beneficien a todos.

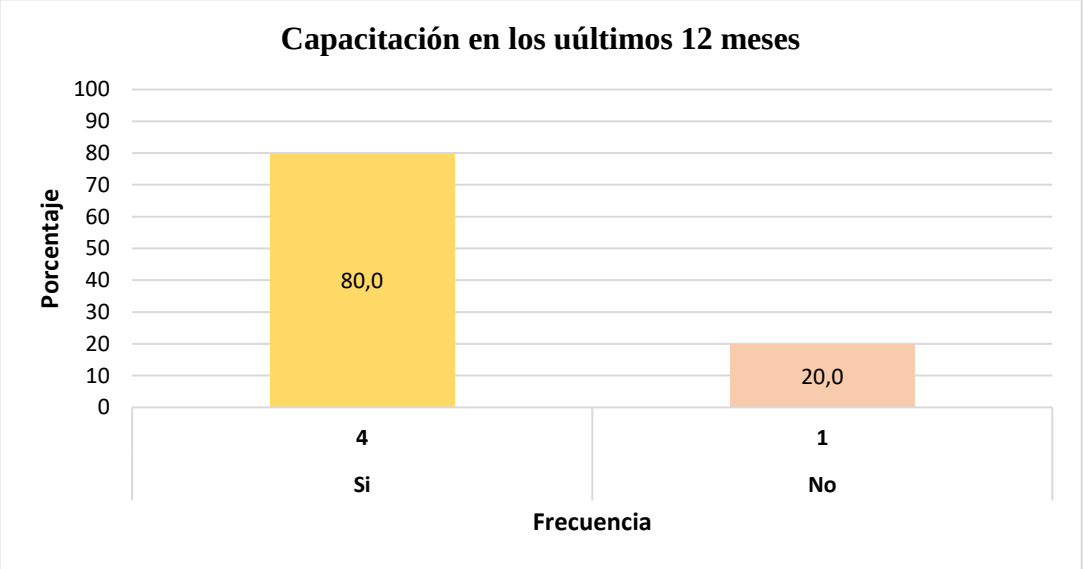
6. ¿Ha recibido capacitaciones en los últimos 12 meses para mejorar su desempeño en el puesto?

Tabla 7. *Capacitación en los últimos 12 meses*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	80,0	80,0	80,0
	No	1	20,0	20,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 7. *Capacitación en los últimos 12 meses*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

De acuerdo con la información recolectada, la mayoría de los trabajadores han recibido capacitaciones en el último año, lo cual es positivo porque ayuda a mejorar sus habilidades en el trabajo. No obstante, hay algunos que no han tenido acceso a estas capacitaciones, por lo que sería bueno asegurarse de que todos tengan la oportunidad de participar.

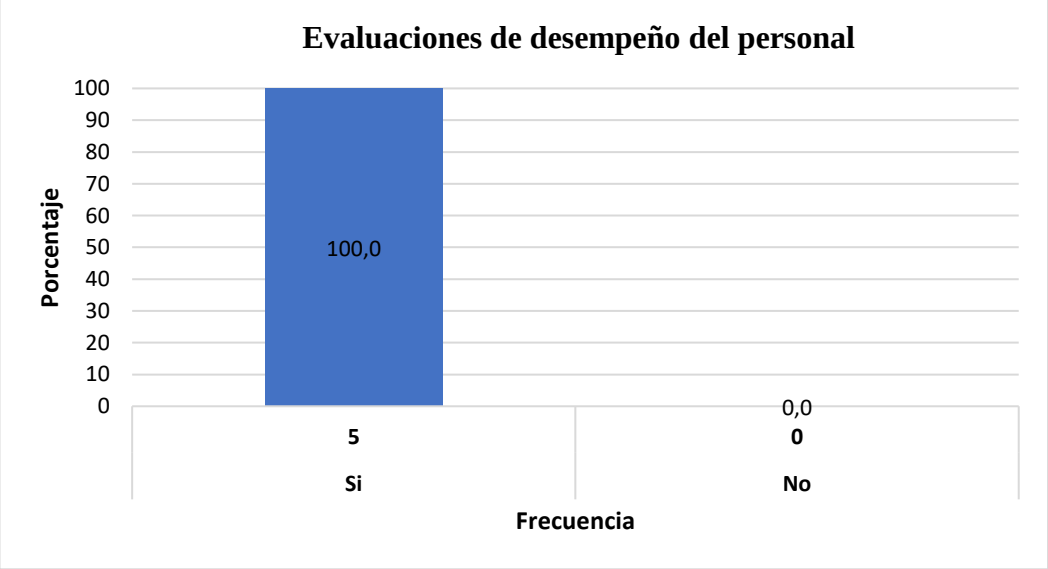
7. ¿Considera que las evaluaciones de desempeño muestran bien el trabajo y esfuerzo del personal?

Tabla 8. *Evaluaciones de desempeño del personal*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	100,0	100,0	100,0
	No	0	0,0	0,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 8. *Evaluaciones de desempeño del personal*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Un alto porcentaje de los encuestados nos muestra que los trabajadores piensan que las evaluaciones de desempeño reflejan de manera justa su trabajo y esfuerzo. Esto apunta que las evaluaciones son vistas como una forma correcta de medir el rendimiento, lo que ayuda a crear un ambiente de trabajo transparente y motivador.

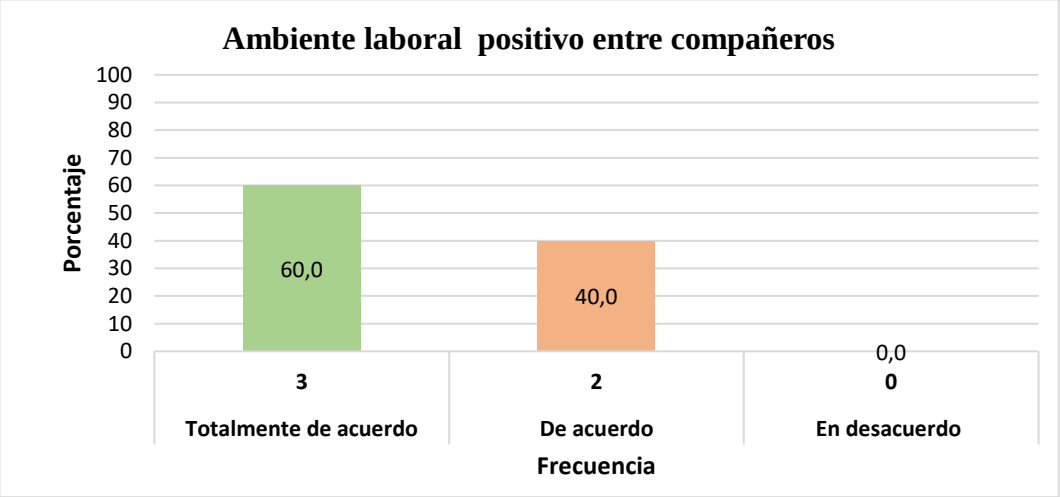
8. ¿Considera que el ambiente laboral en la cooperativa es positivo y fomenta la colaboración entre los compañeros?

Tabla 9. *Ambiente laboral positivo entre compañeros*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	3	60,0	60,0	60,0
	De acuerdo	2	40,0	40,0	100,0
	En desacuerdo	0	0,0	0,0	100,0
	Total	**5**		**100,0**	**100,0**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 9. *Ambiente laboral positivo entre compañeros*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los datos reflejados en la tabla indican que la mayoría de los encuestados percibe el ambiente laboral en la cooperativa como positivo, destacando su contribución para fomentar la colaboración entre los empleados. Este resultado evidencia que, en términos generales, el entorno de trabajo es propicio para fortalecer el trabajo en equipo, sin que se hayan registrado opiniones en sentido contrario.

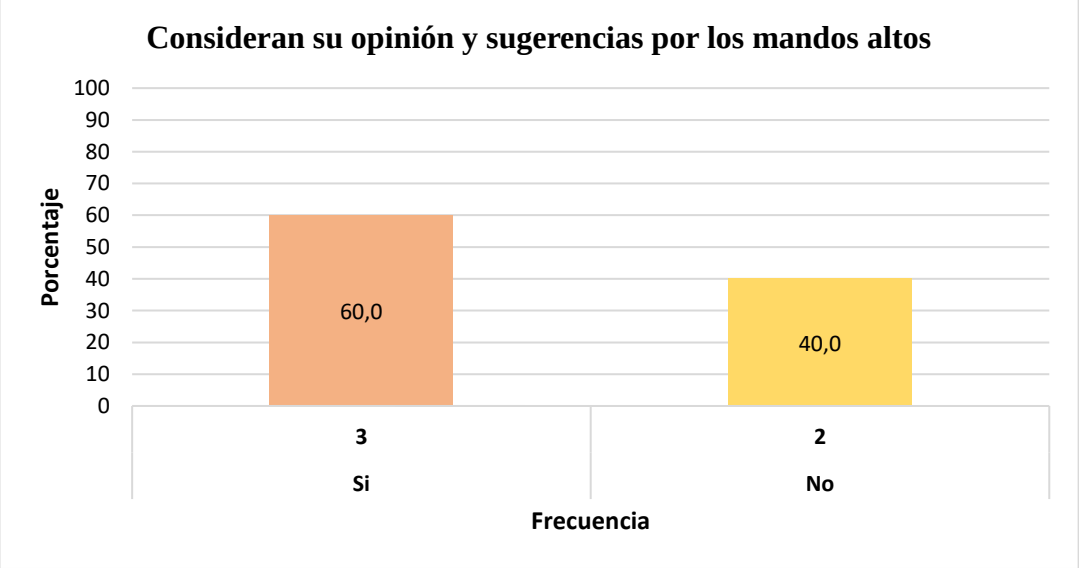
9. ¿Considera que su opinión y sugerencias son valoradas por los directivos de la cooperativa?

Tabla 10. *Consideran su opinión y sugerencias por los mandos altos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	3	60,0	60,0	60,0
	No	2	40,0	40,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 10. *Consideran su opinión y sugerencias por los mandos altos*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los datos muestran que la mayoría de los trabajadores perciben que sus opiniones y sugerencias son valoradas por los directivos de la cooperativa. Sin embargo, se identifica un grupo que considera que sus aportes no son escuchados, lo cual pone de manifiesto la necesidad de fortalecer los canales de comunicación y promover un reconocimiento más inclusivo de las contribuciones de todos los empleados.

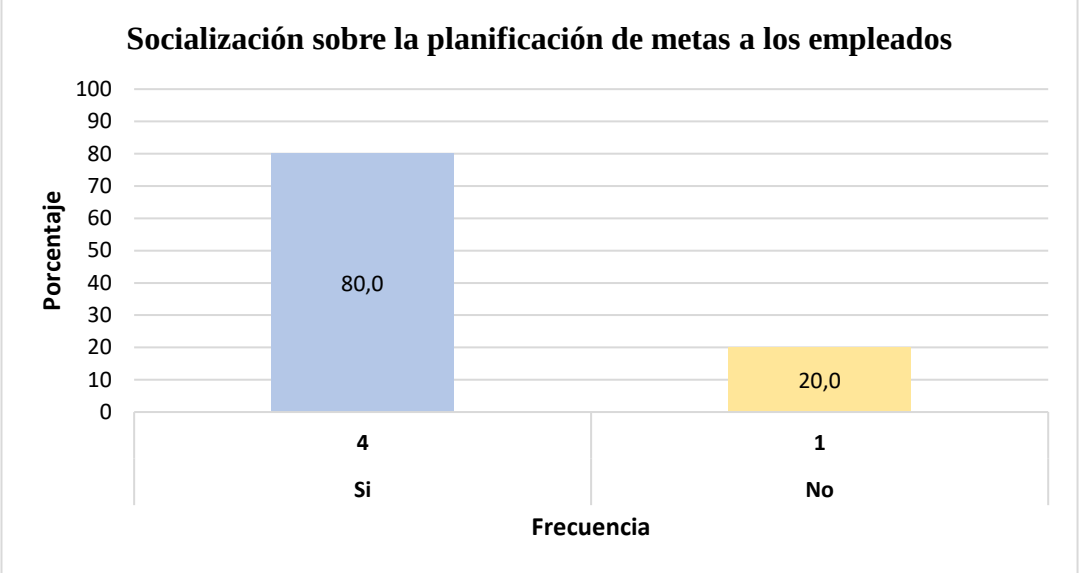
10. ¿La cooperativa realiza actividades de socialización para informar sobre la planificación y metas a los empleados?

Tabla 11. *Socialización sobre la planificación de metas a los empleados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4	80,0	80,0	80,0
	No	1	20,0	20,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 11. *Socialización sobre la planificación de metas a los empleados*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los resultados en esta pregunta, señalo que la mayoría de los trabajadores está al tanto de las actividades de socialización realizadas por la cooperativa para informar sobre la planificación y metas. No obstante, un pequeño grupo considera que estas actividades no se llevan a cabo, lo que sugiere que es necesario asegurar que todos los empleados estén completamente informados sobre los planes y objetivos de la cooperativa.

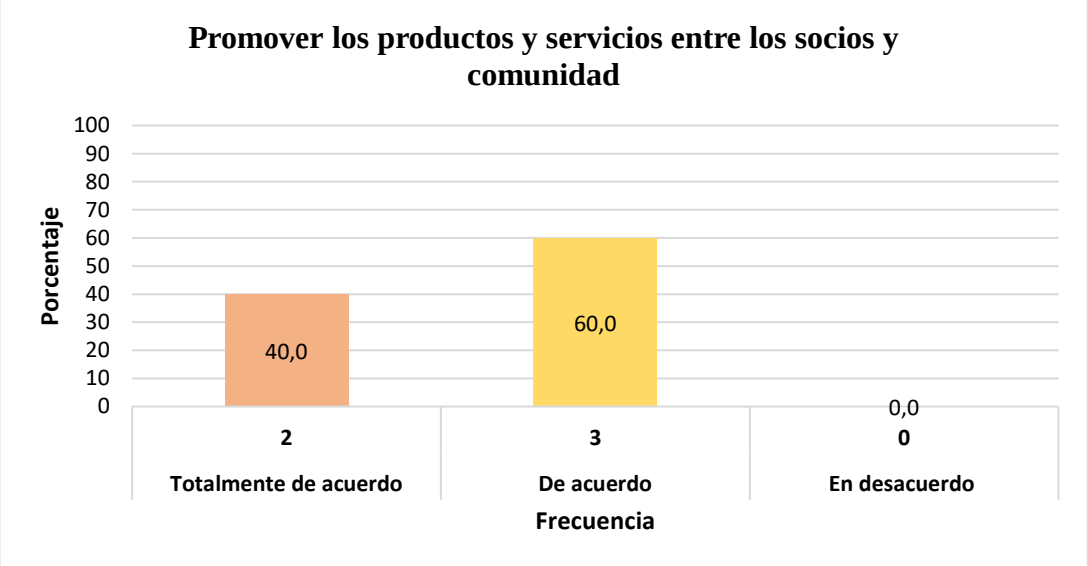
11. ¿Considera que la cooperativa realiza esfuerzos para promover sus productos y servicios entre los socios y la comunidad?

Tabla 12. *Promover los productos y servicios entre los socios y comunidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	2	40,0	40,0	40,0
	De acuerdo	3	60,0	60,0	100,0
	En desacuerdo	0	0,0	0,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 12. *Promover los productos y servicios entre los socios y comunidad*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Con base a la información recolectada, la mayoría de los trabajadores considera que la cooperativa realiza un buen esfuerzo significativo para promover sus productos y servicios tanto entre los socios como en la comunidad. No hay opiniones en contra, lo que indica que en general, los empleados ven positivamente las acciones de promoción llevadas a cabo por la cooperativa.

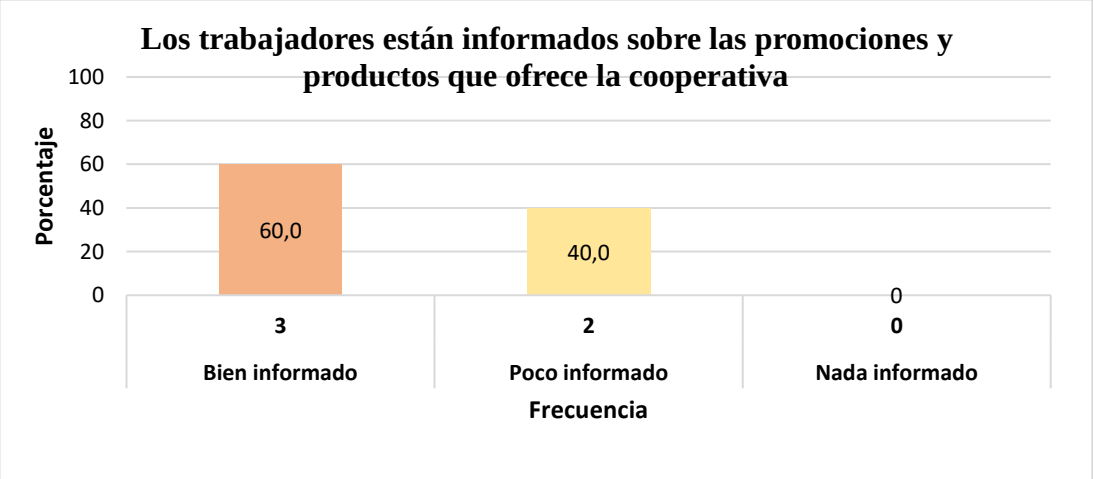
12. ¿Qué tan bien considera que el personal está informado sobre las promociones y productos que ofrece la cooperativa?

Tabla 13. *Información sobre las promociones y productos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bien informado	3	60,0	60,0	60,0
	Poco informado	2	40,0	40,0	100,0
	Nada informado	0	0	0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 13. *Información sobre las promociones y productos*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los resultados reflejan que la mayoría de los trabajadores considera estar bien informada sobre las promociones y productos de la cooperativa, evidenciando un nivel general adecuado de conocimiento interno. Sin embargo, un grupo reducido manifiesta sentirse insuficientemente informado, lo que sugiere la necesidad de reforzar los canales de comunicación interna y garantizar que todos los empleados tengan acceso a información detallada sobre la oferta de la cooperativa.

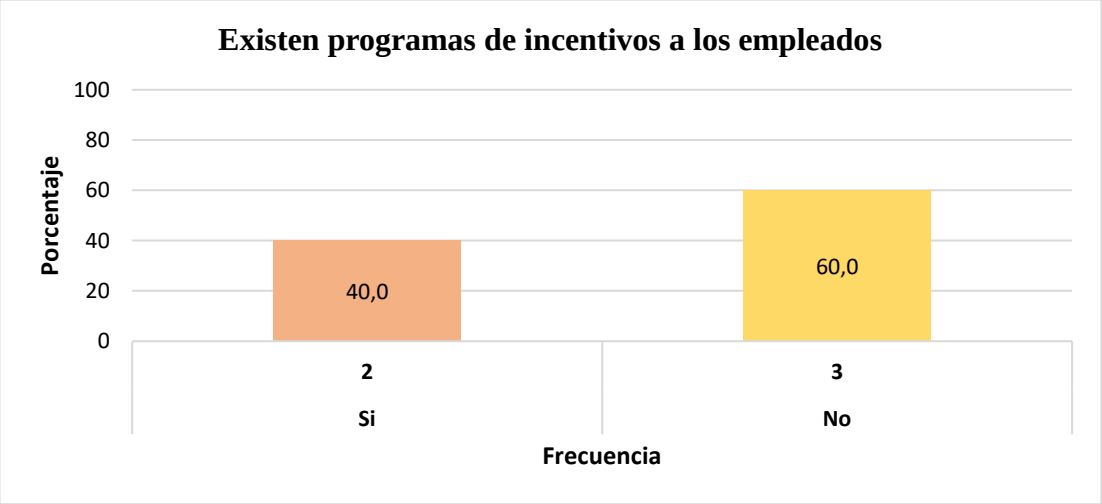
13. ¿Existen programas de incentivos en la cooperativa para motivar a los empleados?

Tabla 14. *Existen programas de incentivos a los empleados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	2	40,0	40,0	40,0
	No	3	60,0	60,0	100,0
	Total	**5**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 14. *Existen programas de incentivos a los empleados*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

De acuerdo con la información recopilada, se puede observar que una parte de los trabajadores cree que existen programas de incentivos para motivar a los empleados y fomentar una competencia sana, pero la mayoría considera que no hay este tipo de iniciativas. Esto sugiere que hay una oportunidad para la cooperativa de implementar programas de incentivos que mejoren la motivación, satisfacción y compromiso de los empleados.

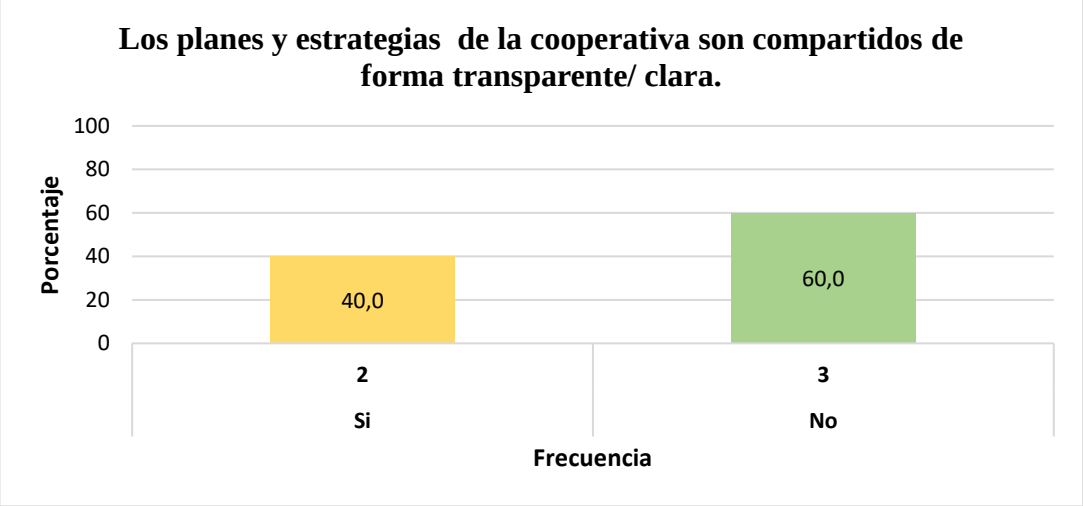
14. ¿Cree que los planes y estrategias de la cooperativa son compartidos de manera transparente y clara?

Tabla 15. *Los planes y estrategias de la cooperativa son compartidos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	2	40,0	40,0	40,0
	No	3	60,0	60,0	100,0
	Total	**5**	**100%**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 15. *Los planes y estrategias de la cooperativa son compartidos*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

A partir de la información analizada de los datos obtenidos, se puede deducir que la mayoría de los trabajadores sienten que la comunicación sobre los planes y estrategias de la cooperativa podría mejorar. Aunque una parte de los empleados cree que se comparten de forma clara y transparente, la mayoría considera que no es así, lo que indica la necesidad de fortalecer la comunicación interna para que todos tengan una visión más clara y comprensible de los objetivos y planes de la cooperativa.

Encuestas realizadas a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

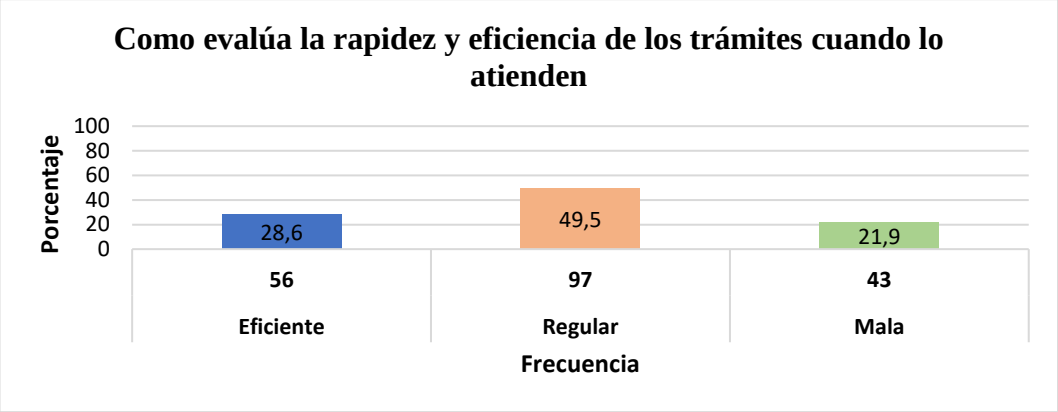
1. ¿Cómo evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites en la cooperativa cuando lo atienden?

Tabla 16. *Como evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Eficiente	56	28,6	28,6	28,6
	Regular	97	49,5	49,5	78,1
	Mala	43	21,9	21,9	100,0
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 16. *Como evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

A partir de los datos obtenidos, se observa que una fracción de los socios percibe los trámites en la cooperativa como adecuados y eficientes. No obstante, un grupo pequeño considera que mantiene una postura neutral o negativa, lo que indica la existencia de oportunidades de mejora. Este panorama sugiere que, si bien existen aspectos positivos, es necesario implementar optimizaciones en los procesos para mejorar la experiencia de los socios y generar una percepción más favorable respecto a la gestión de trámites.

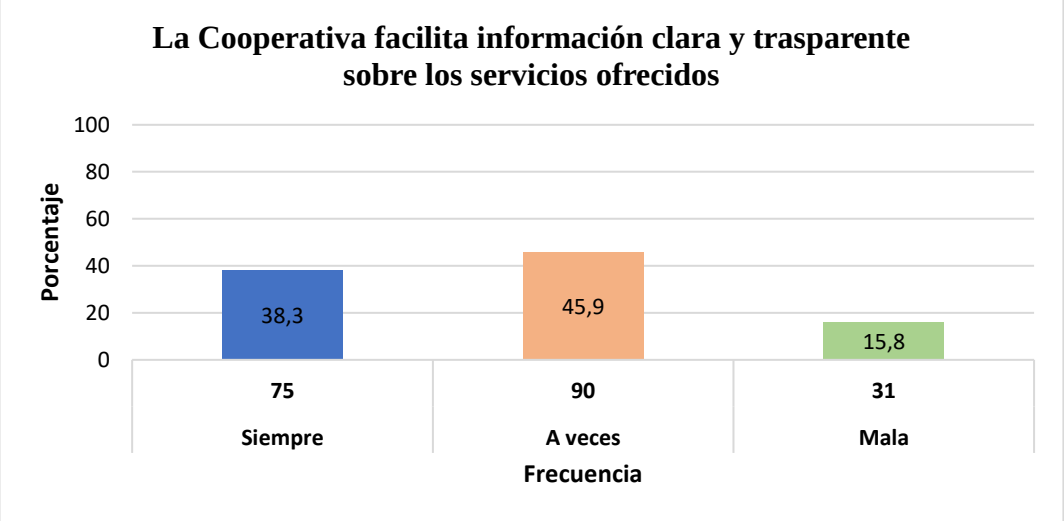
2. ¿Considera que la cooperativa facilita información clara y transparente sobre los servicios que ofrece?

Tabla 17. *Facilidad de información clara y trasparente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	75	38,3	38,3	38,3
	A veces	90	45,9	45,9	84,2
	Mala	31	15,8	15,8	100,0
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 17. *Facilidad de información clara y trasparente*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

De acuerdo con la encuesta realizada visualizamos, que algunos socios ven los trámites en la cooperativa como buenos y eficientes. Pero muchos tienen una opinión regular y negativa, lo que muestra que hay cosas por mejorar en rapidez y eficiencia; esto indica que, aunque hay puntos positivos, es importante hacer cambios para que los socios estén más satisfechos con los trámites y los vean de manera más favorable.

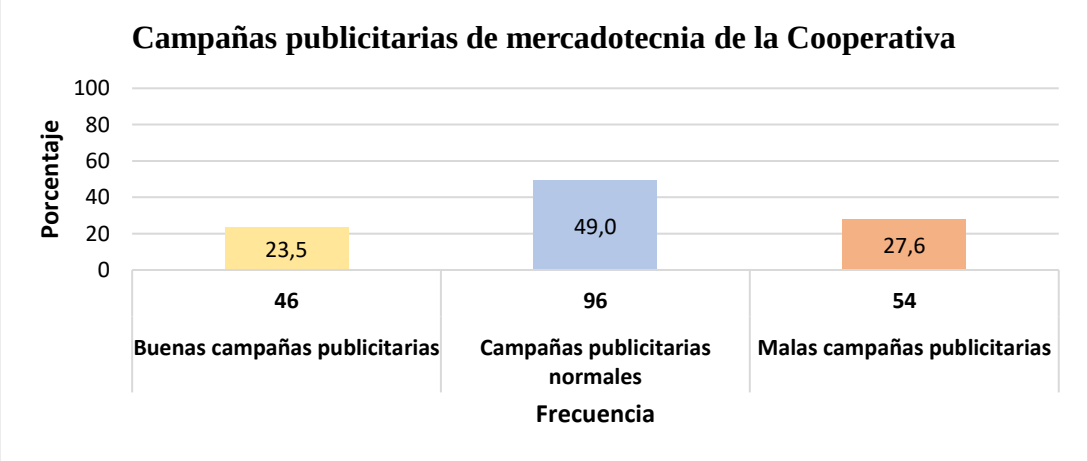
3. ¿Qué piensa sobre las campañas publicitarias de mercadotecnia de la Cooperativa?

Tabla 18. *Campañas publicitarias de mercadotecnia de la Cooperativa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buenas campañas publicitarias	46	23,5	23,5	23,5
	Campañas publicitarias normales	96	49,0	49,0	72,4
	Malas campañas publicitarias	54	27,6	27,6	100,0
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 18. *Campañas publicitarias de mercadotecnia de la Cooperativa*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

A partir de la información recopilada, se puede concluir que algunos socios ven las campañas publicitarias de la cooperativa como buenas, pero muchos piensan que son regulares o malas. Este resultado sugiere que las estrategias de comunicación actuales no están logrando generar un impacto suficiente ni transmitir un mensaje claro; por eso sería importante mejorarlas para que sean más atractivas y efectivas, ayudando a captar la atención de más personas y a atraer nuevos socios.

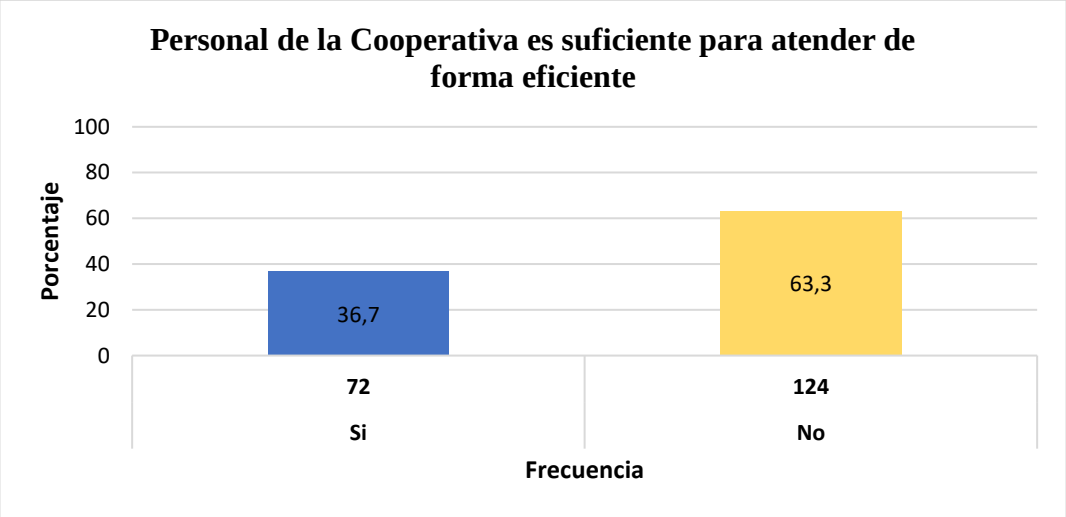
4 ¿Considera que el personal de la cooperativa es suficiente para atender de manera rápida y eficiente a todos los socios?

Tabla 19. *Personal es suficiente para atender de forma eficiente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	72	36,7	36,7	36,7
	No	124	63,3	63,3	100,0
	Total	**196**	**100%**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 19. *Personal es suficiente para atender de forma eficiente*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Al revisar la información en la tabla, se entiende que algunos socios consideran que el personal de la cooperativa es suficiente para atender de manera rápida. Pero la mayoría cree que no es así; esto muestra que podría ser necesario aumentar el número de empleados o mejorar la organización interna para garantizar una atención más ágil y eficiente para todos los socios.

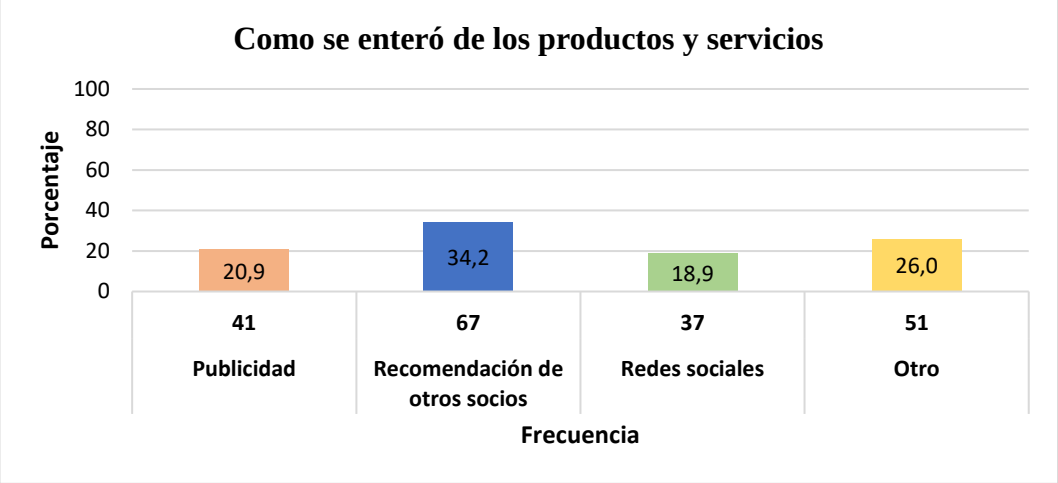
5. ¿Cómo se enteró de los productos y servicios de la Cooperativa?

Tabla 20. *Como se enteró de los productos y servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Publicidad	41	20,9	20,9	20,9
	Recomendación de otros socios	67	34,2	34,2	55,1
	Redes sociales	37	18,9	18,9	74,0
	Otro	51	26,0	26,0	100,0
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 20. *Como se enteró de los productos y servicios*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

A partir de la información recopilada podemos decir que la mayoría de los socios se entera de los productos y servicios de la cooperativa porque alguien se los recomienda. También son importantes la publicidad y las redes sociales, aunque podrían mejorarse para llegar a más personas; esto nos indica que es importante fortalecer las estrategias en publicidad y redes para atraer más socios y dar a conocer mejor los servicios.

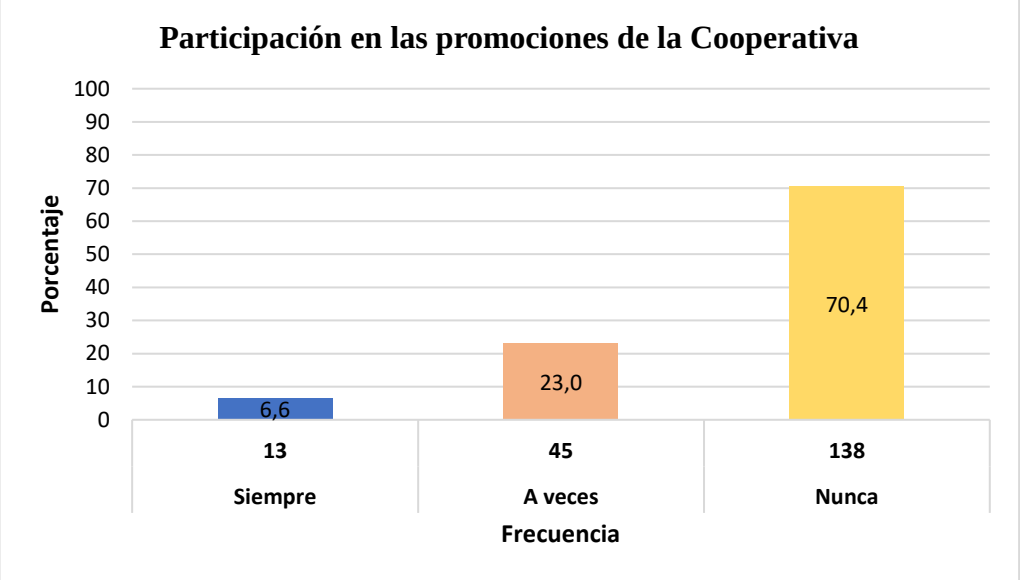
6. ¿Con qué frecuencia participa en las promociones o eventos organizados por la Cooperativa?

Tabla 21. *Participación en las promociones de la Cooperativa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	13	6,6	6,6	6,6
	A veces	45	23,0	23,0	29,6
	Nunca	138	70,4	70,4	100,0
	Total	**196**	**100%**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 21. *Participación en las promociones de la Cooperativa*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

La Mayoría de los encuestados indica, que no participa en las promociones o eventos de la cooperativa, principalmente porque viven en zonas rurales lejos de la ciudad. Esto indica que la cooperativa debería mejorar la manera de comunicarse y hacer que los eventos sean más accesibles para que más socios se animen a participar.

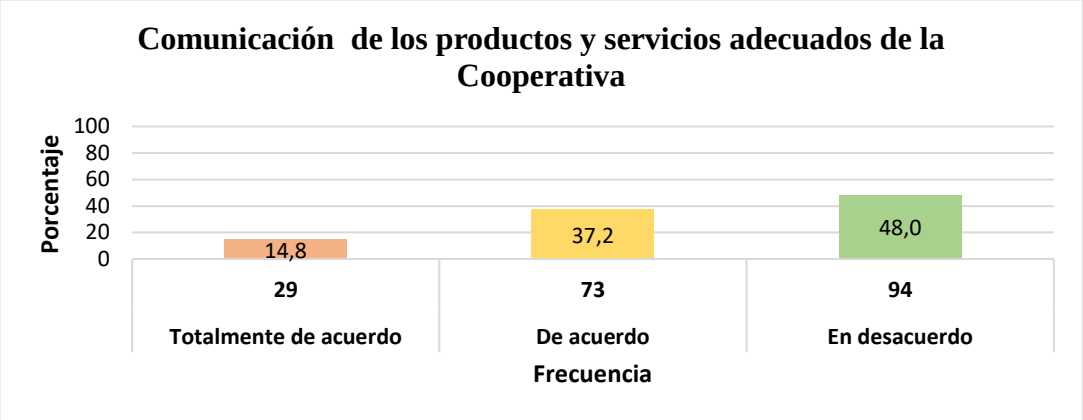
7. ¿Considera que la cooperativa comunica adecuadamente sus productos y servicios a través de los canales de comunicación disponibles (redes sociales, sitio web, etc.)?

Tabla 22. *Comunicación de los productos y servicios adecuados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	29	14,8	14,8	14,8
	De acuerdo	73	37,2	37,2	52,0
	En desacuerdo	94	48,0	48,0	100,0
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 22. *Comunicación de los productos y servicios adecuados*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los resultados nos muestran que, la mayoría de los socios no está completamente satisfecha con la forma en que la cooperativa comunica sus productos y servicios. Aunque algunos están de acuerdo con la comunicación, la mayor parte piensa que no se está comunicando lo suficientemente bien; esto indica que la cooperativa debería mejorar su manera de informar a los socios sobre lo que ofrece, para lograr una mejor comprensión y mayor interés hacia la institución.

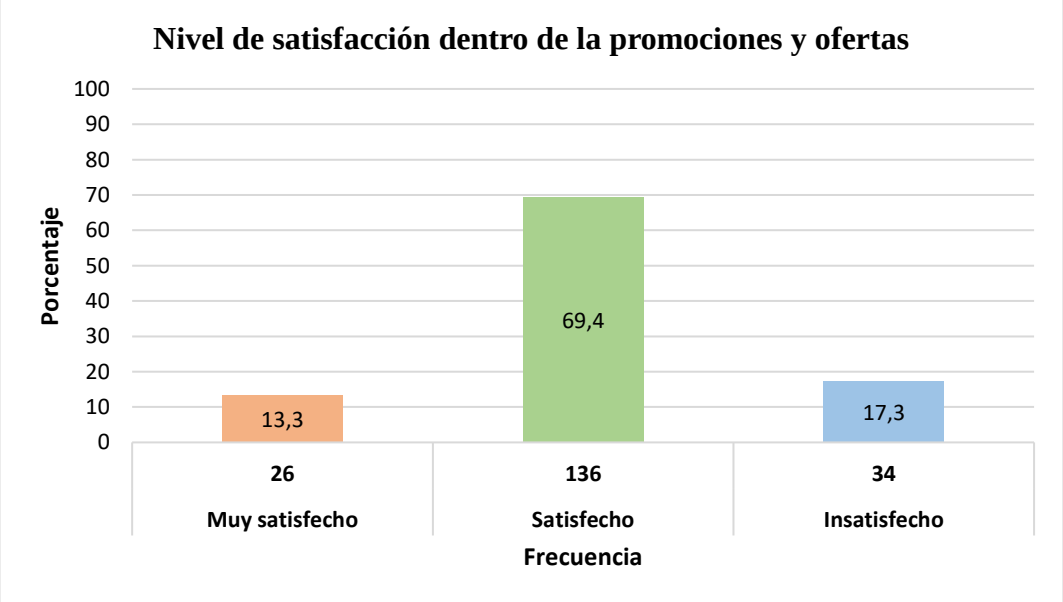
8. ¿Qué tan satisfecho está con las promociones y ofertas especiales que realiza la cooperativa para sus socios?

Tabla 23. *Nivel de satisfacción dentro de la promociones y ofertas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfecho	26	13,3	13,3	13,3
	Satisfecho	136	69,4	69,4	82,7
	Insatisfecho	34	17,3	17,3	100,0
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 23. *Nivel de satisfacción dentro de la promociones y ofertas*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Un alto porcentaje de los encuestados indica, que la mayoría de los socios está satisfecha con las promociones y ofertas de la cooperativa, aunque hay un pequeño grupo que no está satisfecho. Esto muestra que, aunque las promociones funcionan bien, sería bueno hacer algunos ajustes para que todos los socios queden más satisfechos.

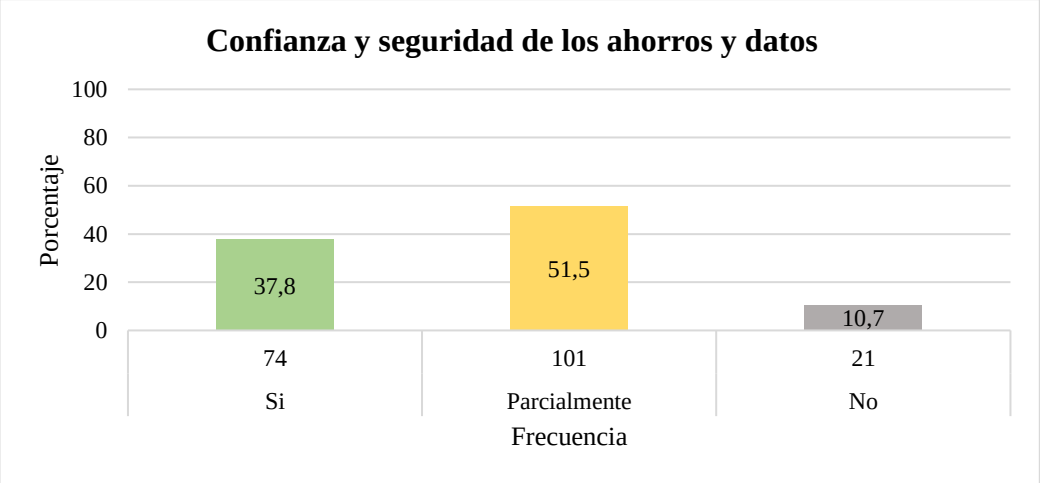
9. ¿Como socio confía en la seguridad de sus ahorros y datos dentro en la Cooperativa?

Tabla 24. *Confianza y seguridad de los ahorros y datos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	74	37,8	37,8	37,8
	Parcialmente	101	51,5	51,5	89,3
	No	21	10,7	10,7	100
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 24. *Confianza y seguridad de los ahorros y datos*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que la mayoría de los socios tiene algo de confianza en la seguridad de sus ahorros y datos en la cooperativa. A pesar de ello, hay un grupo importante que tiene dudas o no confía del todo; esto muestra que sería importante reforzar las medidas de seguridad y comunicar mejor a los socios cómo se protegen sus ahorros y datos, para aumentar su confianza.

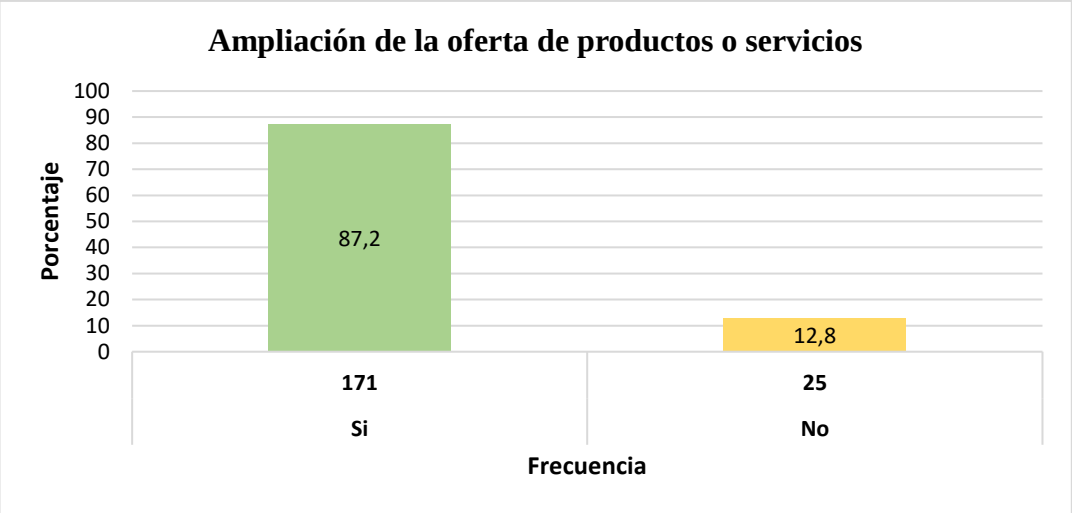
10. ¿Considera que la Cooperativa ampliara su oferta de productos o servicios?

Tabla 25. *Ampliación de la oferta de productos o servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	171	87,2	87,2	87,2
	No	25	12,8	12,8	100,0
	Total	**196**	**100,0**	**100,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 25. *Ampliación de la oferta de productos o servicios*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

La información obtenida nos revela, que la mayoría de los socios piensa que la cooperativa seguirá creciendo y ofrecerá más productos o servicios. Sin embargo, hay un pequeño grupo que no lo cree; esto refleja que, en general, los socios tienen una opinión positiva sobre el futuro de la cooperativa.

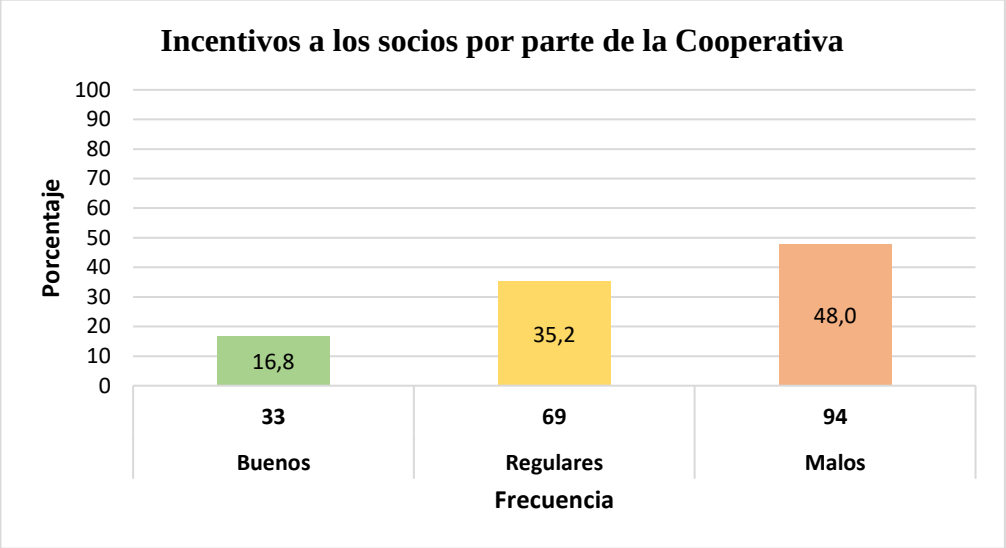
11. ¿Usted como socio cómo evalúa los incentivos ofrecidos por parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles de Lirio?

Tabla 26. *Incentivos a los socios por parte de la Cooperativa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buenos	33	16,8	16,8	16,8
	Regulares	69	35,2	35,2	52,0
	Malos	94	48,0	48,0	100,0
	Total	**196**	**0,0**	**0,0**	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Figura 26. *Incentivos a los socios por parte de la Cooperativa*



Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis e interpretación

Se puede observar en la tabla, que una pequeña parte de los socios considera que los incentivos ofrecidos por la cooperativa son buenos, los ve como regulares y la mayor parte los considera malos. Esto nos indica que una gran parte de los socios no está satisfecha con los incentivos actuales, lo que indica una posible área de mejora para la cooperativa.

3.8. Análisis General de las encuestas

En general los resultados muestran que la Cooperativa Valles Del Lirio cuenta con fortalezas clave, como un ambiente laboral positivo que fomenta la colaboración entre los empleados y un nivel aceptable de confianza en la seguridad de los ahorros y datos de los socios. Estas áreas representan una base sólida para el desarrollo organizacional. Sin embargo, también se identificaron aspectos críticos que requieren atención inmediata para mejorar la percepción y la satisfacción de socios y empleados.

Entre las principales áreas de mejora destacan la rapidez y eficiencia de los trámites administrativos, que son percibidos como regulares o deficientes por una parte importante de los socios. Esto indica la necesidad de revisar y optimizar los procesos para garantizar una experiencia más ágil y efectiva. Asimismo, las campañas publicitarias, aunque valoradas positivamente por algunos socios, no logran ser suficientemente claras y atractivas para el público en general, lo que sugiere un replanteamiento estratégico para captar mayor atención y atraer nuevos socios.

En cuanto a la comunicación interna y externa, si bien existen esfuerzos por informar sobre planes, estrategias y promociones, un segmento significativo de socios y empleados percibe deficiencias en la claridad y accesibilidad de la información. Esto pone de manifiesto la necesidad de fortalecer los canales de comunicación para garantizar que todos los actores tengan una comprensión clara y alineada de los objetivos y servicios de la cooperativa.

Por otro lado, aunque la mayoría de los empleados ha recibido capacitación, hay quienes no han tenido acceso a estas oportunidades, lo que evidencia desigualdad en el desarrollo de competencias. Implementar programas inclusivos y continuos de formación contribuirá a elevar el desempeño general del personal y su satisfacción.

Finalmente, aunque la percepción de seguridad en los ahorros y datos es moderadamente positiva, la existencia de dudas en una proporción considerable de socios sugiere la necesidad de reforzar los sistemas de protección y comunicar de manera más efectiva las medidas adoptadas para garantizar su tranquilidad.

Aunque la cooperativa cuenta con fortalezas importantes, atender las áreas críticas identificadas mediante procesos de optimización, estrategias de comunicación más efectivas y un enfoque inclusivo en la formación del personal resultará esencial para consolidar su posicionamiento, mejorar la satisfacción general y garantizar un crecimiento sostenible.

PREGUNTAS AL GERENTE

1. **¿Qué tan satisfecho está con el ambiente de trabajo actual en la cooperativa?**

El gerente destaca, que súper bien porque ellos me colaboran, debido que sin ellos no hay una buena atención para la operación de la Cooperativa, me siento satisfecho con ellos.

2. **¿Se manejan con algún proyecto de capacitación para los empleados dentro del entorno de la cooperativa?**

Si ¿Cómo que capacitaciones? Como atención de clientes, sobre créditos y fundamentalmente a la inversión.

3. **¿Existe algún plan de gestión estratégica desarrollada o en ejecución?**

Sí existe un plan estratégico que está en ejecución como a donde se va a llegar la visión de la cooperativa a futuro nos centramos en eso.

4. **¿Dentro de ellos que áreas considera que debería mejorar?**

Consideramos que las áreas que debemos mejorar es principalmente la atención al cliente que creemos que es fundamental por hoy en día, en comparación a otras instituciones financieras.

5. **¿Qué cambios haría para mejorarlos?**

Dar tallares y capacidades en distintas áreas.

6. **¿Realizan campañas publicarías dentro de la cooperativa?**

Si realizamos campañas publicitarias dentro del matiz.

7. **¿Cree que ayuda a una mejor imagen de la cooperativa?**

Claro, la campaña publicitaria es fundamental para poder atraer a los socios y ganar clientes.

8. **¿Cada cuanto evalúa el desempeño laboral de los trabajadores?**

Cada el inicio del mes evaluamos a los empleados

9. **¿Cómo piensa que la cooperativa podría mejorar sus procesos para ser más competitiva y atraer a más personas?**

Primero sería la atención al cliente y segundo seria la publicidad que hacemos Conjuntamente con la rapidez de agilidad, calidad que da la institución.

10. **¿Dentro de la agencia existen algún departamento de marketing que le ayuda a desarrollar estrategias o investigaciones de mercado?**

Si, si existe, nosotros tenemos planificada estrategias de marketing cada semana en diferentes ciudades o cantones dónde que haya clientes y socios.

11. **¿Considera que un área de marketing contribuirá a atraer a más socios?**

Si claro, más socios.

12. **¿Cómo evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites en la cooperativa cuando lo atienden?**

    Un ejemplo sería los créditos entregar otorgar en menos de 24 horas y la rapidez que tenemos.

3.9. Análisis general de los objetivos

Destacamos que estos objetivos permitirán que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, no solo mejorara sus operaciones internas, sino que también brindara un interés por parte de los socios fortaleciendo su posicionamiento en el mercado ante la competencia de otras entidades, esto redundará en beneficios tanto para los socios como para el entorno socioeconómico del Cantón Guaranda, promoviendo la sostenibilidad y el desarrollo local.

CAPITULO V

PROPUESTA

4.1. Tema

"Estrategias enfocadas en la optimización de la gestión administrativa"

4.2. Introducción

Dentro de un entorno competitivo financiero las estrategias de fortalecimiento para la Cooperativa son de extrema importancia para el desarrollo implementando estrategias con un enfoque interno orientada al cliente ofreciendo un servicio de calidad y gestiones administrativa. En este contexto, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, ubicada en Guaranda, provincia de Bolívar, enfrenta desafíos significativos relacionados con la falta de campañas publicitarias de forma eficiente, el uso limitado de herramientas tecnológicas e inadecuada capacidad del personal en distintas tareas asignadas, estos aspectos limitan la eficiencia operativa de la Institución financiera, la satisfacción laboral de sus colaboradores y la confianza de sus clientes.

La ausencia de programas de capacitación para los socios en educación financiera genera desconfianza para poner sus ahorros e invertir dando énfasis a un mercado migrante a otras cooperativas o bancos de mayor reconocimiento, la falta de evaluación de desempeño, y un ambiente laboral poco optimizado afectan el compromiso y la productividad del equipo de trabajo. Asimismo, la falta de una gestión administrativa adecuada y estrategias de talento humano restringen la capacidad de la cooperativa para adaptarse a los cambios del mercado y responder eficazmente a las necesidades socios y usuarios. Desde la perspectiva del socio la falta de atención en implementar campañas de marketing que atraigan la atención, promociones e incentivos alineados con las características de sus productos, estas medidas no solo mejoran la percepción de la cooperativa, sino que también confianza y fidelidad entre los socios.

En la presente propuesta de investigación se busca contribuir al desarrollo por medio de estrategia de fortalecimiento que contribuirán a la Cooperativa Valles del Lirio consolidarse como una entidad financiera confiable y eficiente.

4.3. Justificación de la propuesta

La elaboración de la propuesta surge por la necesidad de fortalecer de manera eficiente las necesidades de las capacidades internas y externas de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, ubicada en Guaranda, provincia de Bolívar, generado por la creciente competencia de entidades financieras, lo que implica que las cooperativas no solo sean eficientes dentro de su gestión administrativa, sino también que brinden servicios de alta calidad rapidez y experiencias satisfactorias para sus clientes y usuarios.

Dentro del proceso de evaluaciones de desempeño el ambiente laboral juega un papel crucial para la inadecuada productividad y compromiso de trabajadores, debilitando la estructura organizacional damos énfasis los planes de capacitación adecuados diseñados pueden mejorar el desempeño laboral de los servidores al permitirles actualizar sus conocimientos, la educación financiera para los socios para poder generar confianza, así mismo que pueden invertir de forma más práctica, aprendiendo nuevas habilidades, y destrezas, de la misma forma un personal bien capacitado ayuda a mejorar los procesos de forma más la eficiencia del ambiente laboral ayudando a mejorar la calidad de los servicios a los socios.

La presente propuesta se centra en la implementación plan de capacitación, estrategias de marketing, herramientas tecnológicas y evaluaciones de desempeño respondiendo a las expectativas de sus socios y clientes, generando valor tanto para la organización como para la Guaranda, garantizando ser una Cooperativa de gestión eficiente y competitiva a nivel financiero local.

4.4. Objetivo General

Desarrollar una propuesta de optimización de la gestión administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

4.5. Objetivos específicos

- Investigar internamente el ambiente laboral dentro de la cooperativa
- Determinar que estrategias de marketing implementa la cooperativa
- Analizar las estrategias de la gestión administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

4.6. Desarrollo de la propuesta

Destacamos que el fortalecimiento de la Cooperativa Valles del Lirio requiere un enfoque integral que combine estrategias innovadoras y prácticas administrativas eficientes para enfrentar los desafíos del sector financiero cooperativo. En un contexto donde predominan la desconfianza hacia las entidades financieras y la migración de socios a otras instituciones, es fundamental implementar acciones que refuercen la confianza, la lealtad y el compromiso de los socios.

La optimización de la gestión administrativa es clave, ya que permitirá una planificación más eficiente de los recursos y procesos internos, reduciendo la rotación de personal y mejorando el desempeño operativo. Esto incluye la adquisición de tecnologías modernas para agilizar las actividades, establecer sistemas de evaluación de desempeño, y promover una comunicación interna más efectiva.

Por otro lado, las estrategias deben enfocarse en la capacitación continua del personal, proporcionando herramientas y conocimientos que les permitan adaptarse a las demandas del mercado y mejorar la atención al cliente. Además, la implementación de campañas de educación financiera será esencial para fortalecer la cultura de ahorro y promover una gestión financiera responsable entre los socios.

El uso de nuevas tecnologías en marketing digital y tradicional permitirá desarrollar estrategias atractivas para captar y fidelizar a los socios. Estas iniciativas pueden

complementarse con incentivos como sorteos y beneficios exclusivos, fomentando su participación activa y su permanencia en la cooperativa.

Finalmente, el entorno externo también juega un papel importante. Aprovechar oportunidades como el crecimiento del mercado rural, la adopción de tecnologías innovadoras y las políticas de apoyo al emprendimiento permitirá a la cooperativa posicionarse como líder en su segmento. De igual manera, es necesario mitigar amenazas como la competencia agresiva y los riesgos económicos mediante una planificación estratégica que garantice la sostenibilidad a largo plazo.

4.6.1. Matriz PESTEL

Tabla 27. *Desarrollo Matriz PESTEL*

	N°	DIMENSIÓN POLÍTICA	VARIABLE	NIVEL DE IMPACTO	POSIBILIDAD DE OCURRENCIA	AMENAZA /OPORTUNIDAD
P	1	Políticas	Inestabilidad política gubernamental	ALTO	ALTO	AMENAZA
	2	Políticas	Estabilidad regional	MEDIO	ALTO	OPORTUNIDAD
	3	Políticas	Políticas apoyo a la inversión y el emprendimiento	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	4	Políticas	Estabilidad Política	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	5	Políticas	Política fiscal	ALTO	ALTO	AMENAZA
	6	Políticas	Cambios en las políticas y regulaciones	ALTO	MEDIO	AMENAZA
	7	Políticas	Corrupción	ALTO	ALTO	AMENAZA
	8	Políticas	Defensa a la libre competencia	ALTO	MEDIO	AMENAZA
	9	Políticas	Seguridad y orden interno	MEDIO	ALTO	OPORTUNIDAD
	10	Políticas	Respeto a los derechos humanos y laborables	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	N°	DIMENSIÓN ECONÓMICA	VARIABLE	NIVEL DE IMPACTO	POSIBILIDAD DE OCURRENCIA	AMENAZA /OPORTUNIDAD
E	1	Económica	Riesgo sector	MEDIO	ALTO	AMENAZA
	2	Económica	Disminución del desempleo	ALTO	MEDIO	OPORTUNIDAD
	3	Económica	Tasa de inflación en disminución	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	4	Económica	Tasa de desempleo	MEDIO	MEDIO	AMENAZA
	5	Económica	Incremento en la morosidad debido situación.	ALTO	MEDIO	AMENAZA
	6	Económica	Disminución del riesgo país	ALTO	MEDIO	OPORTUNIDAD

	7	Económica	Falta de oferta de la competencia	ALTO	MEDIO	OPORTUNIDAD
	8	Económica	Endeudamiento en los hogares	MEDIO	ALTO	AMENAZA
	9	Económica	Costo de vida	MEDIO	ALTO	AMENAZA
	10	Económica	Incremento del coste energético y estabilidad.	MEDIO	ALTA	AMENAZA
	N°	DIMENSIÓN SOCIAL	VARIABLE	NIVEL DE IMPACTO	POSIBILIDAD DE OCURRENCIA	AMENAZA /OPORTUNIDAD
S	1	Social	Enfoque de educación financiera	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	2	Social	Migración de socios	ALTO	ALTO	AMENAZA
	3	Social	Nivel de pobreza	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	4	Social	Cultura de ahorro/ Fidelización	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	5	Social	Mercado en crecimiento rápido y agresivo	ALTO	ALTO	AMENAZA
	6	Social	Conflictos religiosos y éticos	ALTO	ALTO	AMENAZA
	7	Social	Rotación del personal	MEDIO	ALTO	AMENAZA
	8	Social	Capacitaciones a los trabajadores	MEDIO	ALTO	OPORTUNIDAD
	9	Social	Evaluación de seguimiento y desempeño	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	10	Social	Desconfianza en el sector financiero cooperativo	MEDIO	ALTO	AMENAZA
	N°	DIMENSIÓN TECNOLÓGICA	VARIABLE	NIVEL DE IMPACTO	POSIBILIDAD DE OCURRENCIA	AMENAZA /OPORTUNIDAD
T	1	Tecnológica	Inversión en nuevas tecnologías e innovación	MEDIO	ALTO	OPORTUNIDAD
	2	Tecnológica	Desarrollo de marketing	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	3	Tecnológica	Avances tecnológicos que facilitan el trabajo	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	4	Tecnológica	No Automatización	ALTO	ALTO	AMENAZA
	5	Tecnológica	Redes sociales para fortalecer la captación	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD

	6	Tecnológica	Velocidad de transferencias tecnológicas	ALTO	MEDIO	OPORTUNIDAD
	7	Tecnológica	Ciberseguridad	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	8	Tecnológica	Conectividad rural	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	9	Tecnológica	Manejo de programas informáticos	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	10	Tecnológica	Alianzas	ALTO	ALTO	AMENAZA
	N°	DIMENSIÓN ECOLÓGICA	VARIABLE	NIVEL DE IMPACTO	POSIBILIDAD DE OCURRENCIA	AMENAZA /OPORTUNIDAD
E	1	Ecológica	Políticas medio ambientales	ALTO	BAJO	AMENAZA
	2	Ecológica	Certificaciones ambientales	MEDIO	ALTO	AMENAZA
	3	Ecológica	Consumo de energía	ALTO	ALTO	AMENAZA
	4	Ecológica	Protección del medio ambiente	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	5	Ecológica	Cambio climático	ALTO	ALTO	AMENAZA
	6	Ecológica	Apoyo a proyectos verdes	ALTO	MEDIO	OPORTUNIDAD
	7	Ecológica	Amenazas de enfermedades epidemias	ALTO	ALTO	AMENAZA
	8	Ecológica	Desastres naturales	ALTO	ALTO	AMENAZA
	9	Ecológica	Cultura	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	10	Ecológica	Educación ambiental	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	N°	DIMENSIÓN LEGAL	VARIABLE	NIVEL DE IMPACTO	POSIBILIDAD DE OCURRENCIA	AMENAZA /OPORTUNIDAD
L	1	Legal	Legislación laboral	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	2	Legal	Cumplimientos de leyes tributarias	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	3	Legal	Legislación de bienestar	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	4	Legal	Normas legales	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD

	5	Legal	Normativas de competencia	ALTO	ALTO	AMENAZA
	6	Legal	Constitución de la republica	MEDIO	ALTO	OPORTUNIDAD
	7	Legal	Auditorías obligatorias	ALTO	ALTO	AMENAZA
	8	Legal	Protección de datos	ALTO	ALTO	OPORTUNIDAD
	9	Legal	Certificaciones nacionales	MEDIO	ALTO	OPORTUNIDAD
	10	Legal	Salario mínimo	MEDIO	ALTO	OPORTUNIDAD

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

4.6.2. Análisis PESTEL

Tabla 28. *Análisis PESTEL*

	P		*E*		*S*		*T*		*E*		*L*		*TOTAL*	
OPORTUNIDAD	5	15%	4	12%	5	15%	8	24%	4	12%	8	24%	34	100%
AMENAZA	5	19%	6	23%	5	19%	2	8%	6	23%	2	8%	26	100%
TOTAL	10	17%	10	17%	10	17%	10	17%	10	17%	10	17%	60	100%

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

Análisis

El medio externo para la Cooperativa de ahorro y crédito Valles del Lirio, puesto que destacan un entorno desafiante, marcado por riesgos políticos, económicos y ecológicos, como la inestabilidad gubernamental, el endeudamiento y el cambio climático. Sin embargo, existen oportunidades clave en políticas de apoyo al emprendimiento, disminución del desempleo, avances tecnológicos y valores sociales como la cultura del ahorro la cooperativa debe enfocarse en mitigar amenazas y aprovechar estas oportunidades.

4.6.3. Matriz FODA

Tabla 29. *Matriz FODA*

	F	FORTALEZAS	D	DEBILIDADES
INTERNAS	1	CONOCIMIENTO EN LOS MERCADOS RURALES Y AGRICOLAS	1	INADECUADA GESTIÓN ADMINISTRATIVA
	2	BAJA MOROSIDAD	2	BAJA COMUNICACIÓN INTERNA
	3	INFRAESTRUCTURA ADECUADA	3	ESCAZA TEGNOLOGIA
	4	BUEN CUMPLIMIENTO DE REGULACIONES DE SEPS.	4	MEJORAR AMBIENTE LABORAL
	5	FLEXIBILIDAD EN LOS PLAZOS	5	BAJA CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE DECISIONES
	6	EXPERIENCIA EN EL SECTOR CAMPESINO	6	PROCESOS ADMINISTRATIVOS DESORGANIZADOS
	7	MOTIVACIÓN PARA MEJORES RESULTADOS OPERATIVOS	7	ESCAZO PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN
	8	GESTIÓN DEMOCÁTICA	8	BAJA INVERSIÓN EN MARKETING Y PUBLICIDAD
	9	AHORROS CON RENDIMIENTOS EFECTIVOS	9	DEPENDENCIA DE CRÉDITOS AGRÍCOLAS
	10	COMPROMISO CON LOS VALORES COOPERATIVOS	10	DEFICIENCIA ADAPTABILIDAD FRENTE A CAMBIOS REGULATORIOS

	O	OPORTUNIDAD	A	AMENAZAS
EXTERNAS	1	ENFOQUE DE EDUCACIÓN FINANCIERA	1	MERCADO EN CRECIMIENTO RÁPIDO Y AGRESIVO
	2	REDES SOCIALES PARA FORTALECER LA CAPTACIÓN DE SOCIOS	2	ROTACIÓN DEL PERSONAL
	3	EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO Y DESEMPEÑO	3	CAMBIOS EN LAS POLÍTICAS Y REGULACIONES
	4	FALTA DE OFERTA DE LA COMPETENCIA	4	INCREMENTO DE LA MOROSIDAD DEBIDO SITUACIÓN ACTUAL DE LOS SOCIOS
	5	CAPACITACIONES MENSUAL A LOS TRABAJADORES	5	GRAN VARIEDAD DE COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL
	6	POLÍTICAS DE GÉNERO CON ENFOQUE A LA MUJER EMPRENDEDORA	6	DESCONFIANZA EN EL SECTOR FINANCIERO COOPERATIVO
	7	DESARROLLO DE MARKETING	7	COSTO DE VIDA
	8	FIDELIZACIÓN SOCIOS O USUARIO	8	CAMBIOS EN POLÍTICAS GOBERNAMENTALES
	9	COOPERATIVA EVANGELICA	9	NO ADAPTARSE A LA MAYORIA DE EXIGENCIAS DE LOS CLIENTES
	10	CULTURA DE AHORRO FIDELIZACIÓN	10	MIGRACIÓN DE SOCIOS A OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS

4.6.4. Matriz de priorización FODA

Tabla 30. *Desarrollo Matriz de priorización FODA*

PRIORIZACIÓN FODA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VALLES DEL LIRIO				
N	**FORTALEZAS**	**PESO**	**CALIFICACIÓN**	RESULTADO
1	CONOCIMIENTO EN LOS MERCADOS RURALES Y AGRICOLAS	0,10	5	0,5
2	BAJA MOROSIDAD	0,10	3	0,3
3	INFRAESTRUCTURA ADECUADA	0,10	3	0,3
4	BUEN CUMPLIMIENTO DE REGULACIONES DE SEPS.	0,10	3	0,3
5	FLEXIBILIDAD EN LOS PLAZOS	0,10	3	0,3
6	EXPERIENCIA EN EL SECTOR CAMPESINO	0,10	5	0,5
7	MOTIVACIÓN PARA MEJORES RESULTADOS OPERATIVOS	0,10	5	0,5
8	GESTIÓN DEMOCÁTICA	0,10	3	0,3
9	AHORROS CON RENDIMIENTOS EFECTIVOS	0,10	5	0,5
10	COMPROMISO CON LOS VALORES COOPERATIVOS	0,10		0,3
TOTAL		1,00	3	3,8
N	**OPORTUNIDADES**	**PESO**	**CALIFICACIÓN**	RESULTADO
1	ENFOQUE DE EDUCACIÓN FINANCIERA	0,10	5	0,5
2	REDES SOCIALES PARA FORTALECER LA CAPTACIÓN DE SOCIOS	0,10	3	0,3
3	EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO Y DESEMPEÑO	0,10	5	0,5
4	FALTA DE OFERTA DE LA COMPETENCIA	0,10	3	0,3
5	CAPACITACIONES MENSUAL A LOS TRABAJADORES	0,10	5	0,5

6	POLÍTICAS DE GÉNERO CON ENFOQUE A LA MUJER EMPRENDEDORA	0,10	3	0,3
7	NUEVAS TECNÓLOGIAS PARA EL DESARROLLO DE MARKETING	0,10	5	0,5
8	FIDELIZACIÓN SOCIOS O USUARIO	0,10	5	0,5
9	COOPERATIVA EVANGELICA	0,10	3	0,3
10	DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS O PRODUCTOS OFRECIDOS	0,10	3	0,3
TOTAL		1,00		4
N	**DEBILIDADES**	**PESO**	**CALIFICACIÓN**	RESULTADO
1	INADECUADA GESTIÓN ADMINISTRATIVA	0,10	5	0,5
2	BAJA COMUNICACIÓN INTERNA	0,10	3	0,3
3	ESCAZA TEGNOLOGIA	0,10	5	0,5
4	MEJORAR AMBIENTE LABORAL	0,10	3	0,3
5	BAJA CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE DECISIONES	0,10	5	0,5
6	PROCESOS ADMINISTRATIVOS DESORGANIZADOS	0,10	3	0,3
7	ESCAZO PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN	0,10	3	0,3
8	BAJA INVERSIÓN EN MARKETING Y PUBLICIDAD	0,10	5	0,5
9	ROTACIÓN DEL PERSONAL	0,10	3	0,3
10	DEFICIENCIA ADAPTABILIDAD FRENTE A CAMBIOS REGULATORIOS	0,10	3	0,3
TOTAL		1,00		3,8
N	**AMENAZAS**	**PESO**	**CALIFICACIÓN**	RESULTADO
1	MERCADO EN CRECIMIENTO RÁPIDO Y AGRESIVO	0,10	5	0,5
2	DEPENDENCIA DE CRÉDITOS AGRÍCOLAS	0,10	5	0,5
3	CAMBIOS EN LAS POLÍTICAS Y REGULACIONES	0,10	3	0,3
4	INCREMENTO DE LA MOROSIDAD	0,10	3	0,3

5	GRAN VARIEDAD DE COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL	0,10	3	0,3
6	DESCONFIANZA EN EL SECTOR FINANCIERO COOPERATIVO	0,10	5	0,5
7	COSTO DE VIDA	0,10	5	0,5
8	CAMBIOS EN POLÍTICAS GOBERNAMENTALES	0,10	3	0,3
9	NO ADAPTARSE A LA MAYORIA DE EXIGENCIAS DE LOS CLIENTES	0,10	3	0,3
10	MIGRACIÓN DE SOCIOS A OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS	0,10	5	0,5
TOTAL		1,00		4

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala. ***Fuente:*** Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.

4.6.5. Matriz FODA cruzado

Tabla 31. *Desarrollo Matriz FODA cruzado*

<table>
<tr><td rowspan="6">FODA</td><td colspan="2">OPORTUNIDADES</td><td>AMENAZAS</td></tr>
<tr><td>1</td><td>ENFOQUE DE EDUCACIÓN FINANCIERA</td><td>MERCADO EN CRECIMIENTO RÁPIDO Y AGRESIVO</td></tr>
<tr><td>2</td><td>EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO Y DESEMPEÑO</td><td>COSTO DE VIDA</td></tr>
<tr><td>3</td><td>CAPACITACIONES MENSUAL A LOS TRABAJADORES</td><td>DESCONFIANZA EN EL SECTOR FINANCIERO COOPERATIVO</td></tr>
<tr><td>4</td><td>NUEVAS TECNÓLOGIAS PARA EL DESARROLLO DE MARKETING</td><td>DEPENDENCIA DE CRÉDITOS AGRÍCOLAS</td></tr>
<tr><td>5</td><td>FIDELIZACIÓN SOCIOS O USUARIO</td><td>MIGRACIÓN DE SOCIOS A OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS</td></tr>
<tr><td>FORTALEZAS</td><td colspan="2">ESTRATEGIAS OFENSIVAS</td><td>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS</td></tr>
<tr><td>CONOCIMIENTO EN LOS MERCADOS RURALES Y AGRICOLAS</td><td>1</td><td rowspan="2">(F1; F2; O1; O2; O3) Aprovechar los mercados rurales para crear capacitaciones de educación financiera dentro de sector agrícola de alta demanda potenciando la confianza, seguridad de los ahorros a planes futuros dando un seguimiento para el desempeño y sostenibilidad</td><td rowspan="2">(F1; F3;A2;A3) Mitigar los riesgos con una adecuada gestión administrativa con planificación la rotación del personal, digiriendo los procesos con supervisión y seguimiento para mejores resultados operativos</td></tr>
<tr><td>EXPERIENCIA EN EL SECTOR CAMPESINO</td><td>2</td></tr>
</table>

MOTIVACIÓN PARA MEJORES RESULTADOS OPERATIVOS	3	(F3; F4; O4; O5) Fomentar campañas atractivas de marketing despertando el interés del usuario o socio para la fidelización utilizando los rendimientos efectivos en ahorros para motivas e incentivas de manera atractiva.	(F2, F4; A1; A4;A5) Implementar incentivos, sorteos, para los socios que fortalezcan su retención dentro de la agencia Guaranda de manera participativa evitando que migren a otras entidades financieras
AHORROS CON RENDIMIENTOS EFECTIVOS	4		
DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN**		**ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIAS**
INADECUADA GESTIÓN ADMINISTRATIVA	1	(D1; D2; D3; O3; O4; O5) Adquirir equipos tecnológicos modernos para el mejor desempeño de los trabajadores mejorando sus capacidades y destrezas para el control de asignamiento de actividades para el desarrollo	(D1; D2; A1; A2; A3) Conocer las habilidades, capacidades del personal ayudara a mejorar un entorno optimo enfocándose a la gestión de manera eficiente evaluando su desempeño con estrategias de gestión para resistir el impacto de la competencia.
BAJA COMUNICACIÓN INTERNA	2		
GROTACIÓN DEL PERSONAL	3	(D4; O1; O2) Implementar estrategias de marketing publicidad tradicional y digital que impacte al usuario con una comunicación entendible.	(D3; D4; A4; A5) Implementación de una estrategia de cumplimiento de actividades para mejorar la gestión
BAJA INVERSIÓN EN MARKETING Y PUBLICIDAD	4		

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

4.6.6. Análisis FODA

La matriz FODA muestra un análisis de la Cooperativa, destacando aspectos positivos como su conocimiento en mercados rurales y agrícolas, motivando hacia mejores resultados operativos con los rendimientos efectivos de los ahorros, dichas fortalezas permiten plantear estrategias enfocadas en capacitar a los usuarios y modernizar la infraestructura con apoyo tecnológico que ayude a gestionar la eficiencia administrativa, cabe destacar que las oportunidades como la innovación tecnológica y el interés por la educación financiera representan un gran potencial para expandirse de manera que generen interés, la contra parte nos indica que la baja comunicación interna, escasa capacitación en toma de decisiones y limitada inversión en marketing y publicidad; frente a oportunidades como el enfoque en educación financiera, capacitaciones constantes, y la implementación de nuevas tecnologías en marketing, se plantean estrategias ofensivas y de reorientación, aprovechando estas ventajas para desarrollar programas de formación, mejorar el rendimiento y fidelizar a los socios; por otro lado, las amenazas, como la rotación de personal y la desconfianza en el sector, demandan estrategias defensivas y de supervivencia que permitan fortalecer la retención de socios mediante incentivos y sorteos, además de gestionar adecuadamente el desempeño y habilidades del personal, mitigando riesgos mediante una planificación eficiente que facilite la sostenibilidad financiera con la confianza del cliente.

4.6.7. Propuesta de estrategias de fortalecimiento

4.6.7.1. Estrategia 1

Tabla 32. *Estrategia No.1 de la propuesta*

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA	**CAPACITACIÓN DEL PERSONAL**
DESCRIPCIÓN	Esta estrategia sirve para implementar un Programa de Capacitación interna, orientando a fortalecer la formación del personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio.
OBJETIVO	Fortalecer las competencias del personal para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción de los socios.
BENEFICIARIOS	Publico Interno Publico Externo
ACCIONES	Capacitaciones Trimestrales: • Atención al Cliente • Información de Productos • Manejo de conflictos y trabajo en equipo • Refuerzo de todos los módulos
PRESUPUESTO	**Total $ 5.500 anual**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Diagnostico

La capacitación se compone de tres etapas que son muy importantes para abarcar las necesidades identificadas en la Cooperativa Valles Del Lirio.

- **Atención al cliente:** Técnicas de comunicación, manejo y control de quejas de clientes de la cooperativa y orientación.
- **Información de Productos:** Identificación de las características, beneficios y requisitos de los servicios ofrecidos.
- **Conflictos y Trabajo en Equipo:** Estrategias para el buen desarrollo del trabajo en equipo y tácticas para resolver discrepancias de manera constructiva.

Tabla 33. *Cronograma de capacitación personal*

CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL									
TRIMESTRE	MES	DÍA	HORA	ÁREA	ACTIVIDAD	LUNES	MIÉRCOLES	VIERNES	RESPONSABLE
Primer Trimestre	Marzo	Miércoles	09H00 - 11H00	**Atención al cliente**	Taller sobre las técnicas de comunicación		**X**		**ING.DAVID YANZAPANTA CAPACITADOR EXTERNO**
		Viernes	09H00 - 11H00		Capacitación del manejo y control de quejas de clientes de la cooperativa y orientación.	**X**			
Segundo Trimestre	Junio	Lunes	09H00 - 11H00	**Información de productos**	Capacitación sobre las características y beneficios de los productos financieros.	**X**			**ING.DAVID YANZAPANTA CAPACITADOR EXTERNO**

		Miércoles	09H00 - 11H00		Taller sobre la diferenciación y ventajas competitivas		**X**		
Tercer trimestre	Agosto	Lunes	09H00 - 11H00	**Capacitación en manejo de conflictos y trabajo en equipo**	Taller sobre técnicas de resolución de conflictos y negociación laboral.	**X**			**ING.DAVID ZAVALA CAPACITADOR EXTERNO**
		Miércoles	09H00 - 11H00		Actividades grupales para fomentar la cohesión y la colaboración en equipo.		**X**		
Cuarto Trimestre	Noviembre	Viernes	09H00 - 16H00	**Refuerzo de todos los módulos**	Atención al Cliente, Información de Productos, Conflictos y Trabajo en Equipo			**X**	**ING.DAVID YANZAPANTA CAPACITADOR EXTERNO**

Presupuesto

Tabla 34. *Presupuesto capacitación personal*

CUADRO DE PRESUPUESTO					
AGENCIA	**TRIMESTRE**	**CONCEPTO**	**MODALIDAD**	**CANTIDAD DE PARTICIPANTES**	**COSTO ESTIMADO**
Guaranda	Primer trimestre	Atención al cliente	Presencial	7	1.200
Guaranda	Segundo trimestre	Información de productos	Presencial	7	1.500
Guaranda	Tercer trimestre	Capacitación en manejo de conflictos	Presencial	7	1.300
Guaranda	Cuarto trimestre	Refuerzo de todos los módulos	Presencial	7	1.500
TOTAL					**5.500**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Producto Final

- Mayor satisfacción de los socios
- Incremento de captación de socios
- Mayor conocimiento de productos
- Mejor manejo del personal

Esta estrategia ayuda de mejor manera al desarrollo de los empleados para mejorar sus funciones con beneficios directos en la calidad de servicios, el ambiente laboral y el incremento de socios. Esta inversión representa a la sostenibilidad de los resultados a largo plazo.

Evidencia 1

VALLES DE LIRIO®
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Jehová es mi fortaleza

Guaranda, 22 de agosto del 2024

Comunicado Interno
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VALLES DEL LIRIO

Ing. Antonio Quilligana

A todos los colaboradores de la Cooperativa:

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo y fortalecimiento de las competencias laborales dentro de la Cooperativa, me complace anunciar que se llevarán a cabo una serie de capacitaciones dirigidas a todo el personal, con el objetivo de mejorar el desempeño en nuestras actividades diarias y garantizar un mejor servicio a nuestros socios.

Módulo de la capacitación:

- **Atención al cliente**

La participación en estas capacitaciones es de carácter obligatorio para todos los colaboradores, ya que son una herramienta clave para nuestro crecimiento profesional y el éxito de la Cooperativa.

Agradezco su compromiso y disposición para participar en estas actividades que fortalecerán nuestro equipo de trabajo.

Atentamente,

Ing. Antonio Quilligana
Gerente General
Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles Del Lirio

4.6.7.2. Estrategia 2

Tabla 35. *Estrategia No.2 de la propuesta*

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA	**PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN PARA LOS SOCIOS**
DESCRIPCIÓN	Este programa busca mejorar la relación con los socios de la Cooperativa a través de estrategias personalizadas buscando incrementar la lealtad y su satisfacción con los servicios financieros ofrecidos.
OBJETIVO	Fortalecer la relación con los socios a través de implementación de programas de incentivos y experiencias personalizadas que refuercen su conexión con la cooperativa.
BENEFICIARIOS	Publico interno Publico externo
ACCIONES	Programa de retención de socios Programa de capacitación de socios
PRESUPUESTO	**$ 2.400 anual**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Diagnostico

Programa de Retención de Socios:

Recompensas por Antigüedad: Implementar un sistema de puntos que los socios puedan canjear por premios o descuentos basados en su antigüedad y uso de servicios.

Identificar socios que trabajen más de 5 años con la cooperativa, brindar bonificaciones o premios físicos.

Bonificaciones o incentivos por lealtad: Ofrecer incentivos como créditos a menor tasa de interés.

Programa de Captación de Socios:

Bonificaciones de Ingreso: Ofrecer bonificaciones o beneficios inmediatos para nuevos socios al abrir una cuenta o suscribirse a productos de ahorro o crédito.

Tabla 36. Programas de retención y capacitación de socios

PROGRAMAS DE RETENCIÓN Y CAPTACIÓN DE SOCIOS					
PROGRAMA	**OBJETIVO**	**ACTIVIDADES**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS NECESARIOS**	**PLAZO**
Programa de retención de socios	Fortalecer la lealtad de los socios actuales mediante incentivos y asesorías personales.	Crear un sistema de recompensas de acumulación de puntos.	Departamento de Marketing	Presupuesto para premios.	**PERMANENTE**
		Recompensa por antigüedad			
		Implementar asesoría personalizada.			
Programa de Captación de Socios	Mayor incremento de socios mediante estrategias de promoción y participación en eventos comunitarias	Brindar incentivos a nuevos socios.	Departamento de Marketing	Presupuesto para publicidad, eventos comunitarios, y recompensas para socios nuevos.	**PERMANENTE**
		Organizar actividades comunitarias como ferias y talleres.			

Tabla 37. Presupuesto del programa de retención y capacitación de socios

Presupuesto				
Agencia	**Actividad**	**Cantidad Estimada**	**Costo Unitario (USD)**	**Costo Total (USD)**
Guaranda	**Sistema de Recompensas por Puntos**	0	0	0
Guaranda	**Recompensas por Antigüedad**	20 socios leales	20	400
Guaranda	**Asesorías Personalizadas**	20 socios mensuales	0	0
Guaranda	**Incentivos para Nuevos Socios**	50 nuevos socios	20	1000
Guaranda	**Organización de Ferias Comunitarias**	10 ferias anuales	100	1000
TOTAL				**2400**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Producto final

- Mayor compromiso de los socios con la cooperativa.
- Incremento de la cartera
- Incremento de nuevos socios
- Mayor posicionamiento frente otras cooperativas.

Estas estrategias incrementan la atracción de nuevos socios, ayudan a un mayor uso de productos y servicios financieros lo que incrementa los ingresos dentro de la institución, además fomenta la lealtad de los socios y permitirá posicionar a la cooperativa como una institución sólida, innovadora y comprometida con el bienestar de sus clientes.

Evidencia 2


VALLES DE Lirio
COOPERATIVA DE


VALLES DE LIRIO®
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
Jehová es la fortaleza
Ahorros • Créditos • Inversiones • Servicios • Remesas
AMBATO
LATACUNGA
GUARANDA


VALLES DE LIRIO®
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
Ahorros • Créditos • Inversiones
COAC VALLES DE LIRIO
www.vallesdelirio.com


VALLES DEL LIRIO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VALLES DEL LIRIO
CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO
Otorgado al socio/a
Por haber completado satisfactoriamente la capacitación en "financiamiento e inversión en desarrollo" desarrollada en la provincia Bolívar bajo la modalidad presencial.
Ecuador
WILLIAN QUILLIGANA
Director General
ALEXANDER CAIZA
Coordinador DM.


VALLES DE LIRIO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
SOLUCIONES

4.6.7.3. Estrategia 3

Tabla 38. Estrategia No.3 de la propuesta

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA	**CAMPAÑA PUBLICITARIA MARKETING**
DESCRIPCIÓN	La campaña publicitaria está enfocada en la captación de nuevos socios y a fortalecer la imagen de la cooperativa. Utilización de medios digitales y tradicionales.
OBJETIVO	Aumentar la visibilidad de la cooperativa y captar nuevos socios
BENEFICIARIOS	Publico externo
ACCIONES	Publicidad en redes Crear de Afiches Participación en zonas rurales y urbanas Carteles en lugares estratégicos
PRESUPUESTO	**$ 2.140 anual**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Diagnostico

Un impacto negativo de la cooperativa es que es una institución pequeña no muy reconocida para ello se utilizara estrategias de publicidad tradicional que sean accesibles y efectivas.

- **Carteles en lugares estratégicos:** esto nos ayudara a un mayor impacto al colocar carteles en puntos claves de la población, como mercados, supermercados y parques.
- **Participación en ferias locales:** en este tipo de eventos se pueden atraer nuevos socios y ayuda con un impacto positivo la imagen de la institución.
- **Participación en eventos en las zonas rurales:** Participar en eventos y ferias de la comunidad proporciona un mayor reconocimiento de la cooperativa promocionando su imagen al ser más reconocida.
- **Redes sociales:** Publicar regularmente contenido en plataformas como Facebook, Instagram y X sobre los servicios y productos que ofrecen.

Tabla 39. Cronograma de actividades de la campaña publicitaria

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA						
ACTIVIDAD	**OBJETIVO**	**DESCRIPCIÓN**	**MES**	**FECHA DE EJECUCIÓN**	**RESPONSABLE**	**INDICADORES DE ÉXITO**
CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES	Aumentar la visibilidad y el alcance de la cooperativa a través de estrategias digitales	Publicar regularmente contenido en plataformas como Facebook, Instagram y X sobre los servicios y productos q ofrecen	Enero - Diciembre	1ra y 2da Semana de cada mes	Departamento de marketing	Aumento de seguidores en las páginas oficiales de la Cooperativa.
PUBLICIDAD EN RADIO LOCAL	Incrementar la presencia y el reconocimiento de la cooperativa en la comunidad mediante anuncios radiales	Emitir anuncios radiales en estaciones locales para aumentar la visibilidad de la cooperativa en la comunidad.	Enero - Diciembre	4 veces por semana	Departamento de Marketing	Incremento en solicitudes de información.

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE AFICHES	Informar a la comunidad sobre los servicios de la cooperativa mediante la creación y distribución de material impreso atractivo y educativo.	Diseño de afiche, con la información sobre la cooperativa.	Enero - Diciembre	1ra Semana de cada mes	Departamento de Marketing	Aumento de contacto con la cooperativa
PARTICIPACIÓN EN EVENTOS EN LAS ZONAS RURALES Y URBANAS	Ampliar la base de socios y promover los servicios de la cooperativa participando activamente en eventos y actividades comunitarias tanto en áreas rurales como urbanas.	Montar un stand y participar en ferias locales, actividades comunitarias y eventos para captar nuevos socios y promocionar los servicios de la cooperativa.	Enero - Diciembre	10 veces al año	Departamento de Marketing	Asistencia a eventos, fortalece la imagen de la cooperativa y atrae nuevos socios registrados.

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Tabla 40. Presupuesto cronograma de actividades de la campaña publicitaria

PRESUPUESTO			
AGENCIA	**ACTIVIDAD**	**DESCRIPCIÓN**	**COSTO ESTIMADO**
Guaranda	**Campañas en Redes Sociales**	Publicidad pagada	240 anual
Guaranda	**Publicidad en Radio Local**	Contratación de tiempo de publicidad en emisoras locales	600 anual
Guaranda	**Diseño y Distribución de Afiches**	Diseño de afiche y distribución en puntos clave	300 anual
Guaranda	**Participación en Eventos en Zonas Rurales y Urbanas**	Organización y participación en ferias, talleres, y eventos comunitarios	1000 anual
total			**2140**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

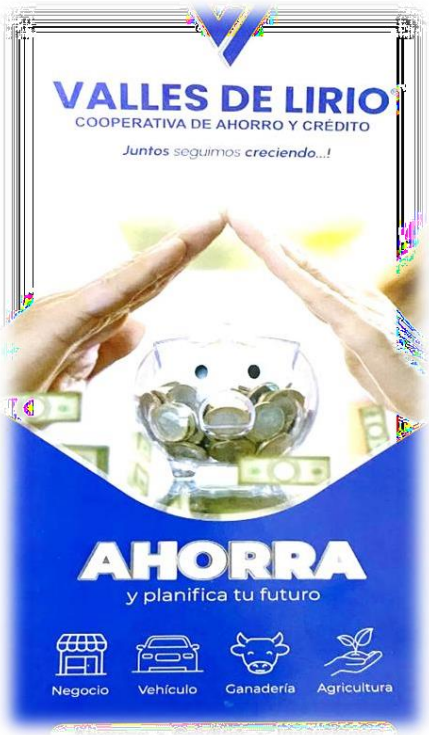
PRODUCTO FINAL

- Incremento de socios
- Mayor interacción en los sitios webs
- Mayor uso del producto
- Fortalecimiento de la imagen institucional
- Aumento de confianza lealtad de los socios

Implementar estas estrategias de marketing permitirá a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio aumentar su imagen institucional y ser más reconocida mejorando su posicionamiento frente a la competencia. Además, atraerá nuevos socios gracias a las campañas de marketing al mejorar la calidad de servicios de comunicación se incrementará el uso de productos financieros dando así un plus positivo para fortalecer su imagen institucional y garantizar su sostenibilidad a largo plazo

Evidencia 3


17 años
VALLES DE LIRIO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
Matriz Ambato-Izamba-Yatzaputzan-Latacunga-Guaranda
Ing. Antonio Quilligana / Gerente General
Juntos seguimos creciendo...!
COAC Valles del Lirio
3 mil Me gusta • 4 mil seguidores
WhatsApp
Mensaje
Me gusta
INVIERTE
11%


VALLES DE LIRIO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
Juntos seguimos creciendo...!
AHORRA
y planifica tu futuro
Negocio
Vehículo
Ganadería
Agricultura





Nota. *Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.*

4.1.1.1. Estrategia 4

Tabla 41. Estrategia No.4 de la propuesta

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA	PLANIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES
DESCRIPCIÓN	Planificación de actividades para organizar tareas y optimizar recursos en la cooperativa, asegurando el cumplimiento de objetivos estratégicos.
OBJETIVO	Garantizar la eficiencia operativa y mejorar la colaboración del público interno para alcanzar las metas institucionales
BENEFICIARIOS	Público interno
ACCIONES	Planificación de actividades • Jefe de agencia • Atención al cliente • Asesor de negocio • Asesor de inversión • Asesor de captación • Caja
PRESUPUESTO	**Total: $00,00**

Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Diagnostico

Cada una de estas áreas juega un papel fundamental en la labor general de la cooperativa, asegurando no solo la eficiencia operativa, sino también la satisfacción de los socios:

- **Jefe de Agencia**: Se encarga de dirigir la agencia, asegurándose de que todo funcione bien y que se cumplan con todos los objetivos establecidos.
- **Atención al Cliente**: Ayuda a los socios con sus dudas y problemas.
- **Asesor de Negocio**: Ofrece productos financieros para incrementar la cartera financiera de la cooperativa.
- **Asesor de Inversión**: Aconseja a los socios sobre cómo invertir su dinero de la mejor forma para obtener más ganancias.

- **Asesor de Captación**: Se enfoca en atraer nuevos socios y ofrecerles productos para crecimiento personal y financiero.
- **Caja**: Maneja las transacciones diarias, asegurándose de que los depósitos y retiros se hagan de manera rápida y segura.

Tabla 42. Planificación de actividades – jefe de agencia

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES - JEFE DE AGENCIA		
Horario	**Lunes a viernes**	**Responsable**
8:00 a. m.	Apertura de la agencia	Jefe de Agencia
8:30 a. m.	Reunión breve con el equipo (organización)	Jefe de Agencia
9:00 a. m.	Revisión de indicadores de gestión	Jefe de Agencia
10:30 a. m.	Supervisión de operaciones diarias	Jefe de Agencia
12:00 p. m.	Resolución de incidencias	Jefe de Agencia
1:00 p. m.	**Almuerzo**	
2:00 p. m.	Seguimiento de reportes y desempeño	Jefe de Agencia
3:30 p. m.	Evaluación de procesos administrativos	Jefe de Agencia
5:00 p. m.	Revisión final de incidencias del día	Jefe de Agencia
6:00 p. m.	Cierre de agencia	Jefe de Agencia

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES - ASESOR DE NEGOCIOS		
Horario	**Lunes a viernes**	**Responsable**
8:00 a.m. **9:00 a.m.**	Verificación de hoja de ruta	Asesor de Negocios
Salida de la cooperativa		
09:15 a.m. 16:00 p.m.	Búsqueda de nuevos socios	Asesor de Negocios
	Visitas a clientes	
	Gestión de solicitudes de crédito	
	Almuerzo	

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES - ASESOR DE INVERSION		
Horario	**Lunes a viernes**	**Responsable**
8:00 a.m. **9:00 a.m.**	Verificación de hoja de ruta	Asesor de inversión
Salida de la cooperativa		
09:15 a.m. 16:00 p.m.	Captación de clientes para inversiones Presentación de productos de inversión	Asesor de inversión
	Análisis de nicho de mercado (Jubilados)	
	Almuerzo	
	Reunión con presuntos inversionistas	
Ingreso a la cooperativa		
5:00 p. m.	Elaboración de reportes diarios	Asesor de inversión
	Seguimiento a cartera vencida	
	Evaluación y análisis de créditos	
Ingreso a la cooperativa		
5:00 p. m.	Elaboración de reportes diarios	Asesor de Negocios

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES - ASESOR DE CAPATACIONES		
Horario	**Lunes a viernes**	**Responsable**
8:00 a.m. 9:00 a.m.	Verificación de hoja de ruta	Asesor de captaciones
Salida de la cooperativa		
09:15 a.m. 16:00 p.m.	Recaudación Búsqueda para apertura de cuenta	Asesor de captaciones
	Almuerzo	
	Búsqueda de créditos	
Ingreso a la cooperativa		
5:00 p. m.	Elaboración de reportes diarios	Asesor de captaciones

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES – CAJA		
Horario	**Lunes a viernes**	**Responsable**
8:00 a.m. 18:00 p.m.	Apertura de caja	Cajero
	Atención al cliente	
	Atención de transacciones de clientes	
	Atención de reclamos se socios	
	Almuerzo	
	Recepción de pagos y depósitos	
	Elaboración de reportes de socios de la cooperativa	
	Cierre de caja y cuadratura	

Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES - ATENCIÓN AL CLIENTE		
Horario	**Lunes a viernes**	**Responsable**
8:00 a.m. 18:00 a.m.	Recepción y bienvenida a los socios	Atención al Cliente
	Información de Productos	
	Actualización de información	
	Resolución de dudas y consultas	
	Almuerzo	
	Atención de solicitudes y reclamos	
	Encuestas de satisfacción	
	Reporte diario de atenciones	

Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

CONCLUSIONES

El presente estudio presenta una propuesta que nos permite establecer estrategias para optimizar la gestión administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio al insertarse estrategias administrativas, operativas de talento humano y de Marketing lo que facilitara mejorar el desempeño de la institución. Por el cual se llegó a las siguientes conclusiones:

- El ambiente laboral presenta en la cooperativa el resultado del estudio dar como consecuencia que existe un ambiente negativo, debido a poca comunicación en el personal y el nivel directivo, escasa participación en la toma de decisiones, así como en la planificación lo que redunda en el desempeño final y la percepción que tiene el personal sobre la cooperativa y dirigentes de la misma.
- Según los resultados de la encuesta las estrategias de marketing implementadas por la cooperativa no surten el efecto deseado lo que se ve reflejado en el bajo número de socios que confían en la institución teniendo una tendencia negativa y decreciente constante dado el hecho de que no se puede captar nuevos socios por el desconocimiento que tienen de la existencia de la institución financiera.
- Los resultados del estudio se pueden intuir que las estrategias aplicadas son deficientes dando como resultado una gestión más lenta, la poca aplicación de incipientes planes existentes, poca promoción del personal, inexistencia de capacitación del personal, baja captación del mercado y poca participación de la cooperativa con el mercado.

RECOMENDACIONES

En base a la información recolectada a lo largo de este proyecto de investigación, se ha sugerido las siguientes recomendaciones:

- Mejorar el ambiente laboral a través de la implementación de las estrategias que se han planteado en este estudio las cuales son:
- Las estrategias de marketing recomendada para mejorar la percepción del público y la captación de futuros socios se determinan las siguientes lo cual redundara en una mejora en el rendimiento general de la cooperativa.
- Mejorar el desempeño laboral, administrativo a través de la implementación de la propuesta del plan estratégico que se adjunta donde se establecen objetivos estratégicos y generales lo cual va a beneficiar en el desempeño general de la cooperativa.

REFERENCIAS

Acosta, P. C. (2021). *La comunicación en las Cooperativas de Trabajo [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional De Santiago Del Estero]*. Repositorio institucional. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/161503

Almendariz, C. E., & Cambo, A. E. (2023). *Plan estratégico para el fortalecimiento de la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Campesino Agencia San Pablo de Atenas, cantón San Miguel, provincia Bolívar, período 2023 - 2027.* dspace.ueb.edu.ec: https://dspace.ueb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/75733a27-e18a-4cb1-be06-298c478db70b/content

Banco Central del Ecuador. (2022). *Todo lo que no sabías sobre las cooperativas en Ecuador.* BCE fin: https://www.bce.fin.ec/educacion-financiera/articulos/todo-lo-que-no-sabias-sobre-las-cooperativas-en-ecuador

Banco de Desarrollo del Ecuador. (2021). *Fortalecimiento Institucional.* BDE: https://bde.fin.ec/fortalecimiento-institucional/#:~:text=El%20fortalecimiento%20institucional%20consiste%20fundamentalmente,organizacional%2C%20desarrollo%20institucional%20y%20financiamiento.

Basantes, R. A., & Mejia, C. P. (2023). *La gestión del talento humano y el desempeño laboral en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina "Manuel Esteban Godoy Ortega" Ltda; Agencia Latacunga [Tesis de ingeniería, Universidad Nacional de Chimborazo]*. Repositorio institucional. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10298

BBVA. (2022). *¿Qué son los productos financieros y cuáles son?* BBVA: https://www.bbva.mx/personas/productos/sostenibilidad/que-son-los-productos-financieros-y-sus-beneficios.html

Cabrera, D. R. (2010). *Ventajas y desventajas del uso de un método deductivo/inductivo en la investigación en administración de negocios.* Expeditiorepositorio utadeo: http://hdl.handle.net/20.500.12010/34145

Campoverde, J., Romero, C., y Borenstein, D. (2018). Evaluación de eficiencia de cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador: aplicación del modelo Análisis Envolvente de Datos DEA. *Contaduría y Administración, 64*(1), 16. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1449

Cazar, J. E. (2020). *Propuesta de plan de marketing para la cooperativa de ahorro y crédito Alianza Minas LTDA., agencia Cotocollao en el Distrito Metropolitano de Quito [Tesis de ingeniería, Universidad Metropolitana]*. Repositorio institucional. https://repositorio.umet.edu.ec/handle/67000/440

Cevallos, D. (2020). *Modelo de Gestión Administrativo para la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Servidores de la Universidad Técnica de Machala".* Biblioteca uteg: http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/handle/123456789/1218

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano.* The McGraw-Hill Companies. https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/411a2cf692b9cf71fcd1e983948aa0de.pdf

Clavijo, C. (2023). *Qué es la gestión empresarial: características, importancia y ejemplos.* Blog hubspot: https://blog.hubspot.es/sales/gestion-empresarial#que

Concur. (2022). *¿Qué es la planeación estratégica, cuáles son sus fases y cómo implementarla?* Concur: https://www.concur.com.mx/blog/article/planeacion-estrategica-mx

Coopvallesdelirio. (s.f.). *Reseña Histórica.* Coopvallesdelirio: https://coopvallesdelirio.com/nuestra-institucion/resena-historica.html

Crepib. (2022). *Gestión de la competitividad*. Crepib org: https://www.crepib.org.co/gestion-de-la-competitividad/#:~:text=Es%20la%20capacidad%20de%20la,posici%C3%B3n%20en%20el%20entorno%20socioecon%C3%B3mico.

Escobar, M. J. (2011). *Plan de marketing estrategico y operativo para la Coopertiva Cerrada de Ahorro y Credito Politecnica Limitada [Tesis de magister, Escuela Politécnica Nacional]*. Repositorio institucional. http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/7693

Escudero, I. (2020). *Administración eficiente de los recursos públicos asociados a la contratación pública en el marco de la gestión de resultados para el desarrollo [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]*. Repositorio institucional. http://hdl.handle.net/10644/7324

Ferrovial. (2023). *Definición de Sostenibilidad*. Ferrovial: https://www.ferrovial.com/es/recursos/definicion-de-sostenibilidad/

Garcia, J. F. (2018). *El Método Analítico.* Scribd: https://es.scribd.com/document/371894467/El-Metodo-Analitico

Garófalo, N., & Yangol, J. (2023). *"La gestión administrativa y su incidencia en el cumplimiento de objetivos de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora Ltda., del Cantón San Miguel, Provincia Bolívar, año 2023".* dspace.ueb.edu.ec: https://dspace.ueb.edu.ec/items/cce7c0fd-3f9b-456c-8f99-66d16494c5c8

Giani, C. (24 de Febrero de 2022). *Estrategias.* Enciclopedia de ejemplos: https://www.ejemplos.co/estrategias/#:~:text=Las%20estrategias%20son%20p

Guamán, Á. F. (2021). *Plan estratégico para el mejoramiento de productos y servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro de Crédito Nizag Ltda. del cantón Alausí provincia de Chimborazo para el periodo 2021-2025 [Tesis de licenciatura, ESPOCH]*. Repositorio institucional. http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/16210

Guevara, G. P., Verdesoto, A. E., & Castro, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO, 4*(3), 163-173. https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Huilcapi, S., & Gallegos, D. (2020). Importancia del diagnóstico situacional de la empresa. *Revista Espacios, 41*(40). https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf

Kotler, P. (2001). *Direción de Mercadotecnia , Análisis, Planeación, Implementación y Control.* (Vol. 8). Person Educación. https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-

content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf

kyocera. (2020). *Análisis interno de una empresa*. kyocera Document Solutions: https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/insights-hub/articles/analisis-interno-de-una-empresa.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20an%C3%A1lisis%20interno,un%20nivel%20de%20resultados%20%C3%B3ptimo.

Lalama, J., Recalde, T., Salazar, A., Paucar, L., Borja, Y., y López, P. (2018). Administración aplicada al marketing. *Mawil*, 147. https://doi.org/978-9942-787-69-9

Millingalli, J. M. (2018). *Identificación de los factores internos que inciden en el desempeño competitivo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sierra Centro de la ciudad de Latacunga [Tesis de ingeniería, Universidad Técnica de Cotopaxi]*. Repositorio institucional. http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/4491

Mixeles. (2019). *Concepto de mercado*. Scribd: https://es.scribd.com/document/412966392/Concepto-de-Mercado

Mycreditunion. (2019). *¿Qué es una cooperativa de ahorro y crédito?* Espanol mycreditunion : https://espanol.mycreditunion.gov/about-credit-unions/credit-union-different-than-a-bank#:~:text=Una%20cooperativa%20de%20ahorro%20y%20cr%C3%A9dito%20es%20una%20instituci%C3%B3n%20financiera,otros%20productos%20y%20servicios%20financieros.

Noboa, J., Vergara, A., Zamora, S., & Navarrete, A. (2022). Estrategias para la optimizacion de la gestión administrativa en un a empresa constructora usando el Balanced Scorecard. *RES NON VERBA REVISTA CIENTÍFICA, 12*(1), 56–73. https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i1.623

Peña, T., & Pirella, J. (2019). *virtual.funlam.edu.co.* http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/repositorioarchivos/2009/11/10a

Pérez, A. (2021). *Análisis externo de una empresa: formas de plantearlo.* OBS Business school: https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo#:~:text=Un%20an%C3%A1lisis%20externo%20es%20una,tanto%20amenazas%20potenciales%20como%20oportunidades.

Robledo, F. J. (2017). *Plan de Marketing Estratégico "Sabino Papelería" [Tesis de licenciatura, Universidad Siglo 21]*. Repositorio institucional. https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/16458

Santander Universidades. (2021). *Investigación cualitativa y cuantitativa: características, ventajas y limitaciones.* Santanderopenacademy: https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html

UNIR. (2023). *Eficiencia y Eficacia en Administración: Concepto y Ejemplos.* Unir La Universidad en Internet: https://mexico.unir.net/noticias/economia/eficiencia-y-eficacia-administracion/#:~:text=La%20eficiencia%20en%20administraci%C3%B3n%20es,la%20misma%20cantidad%20de%20recursos.

Universidad de la República. (2020). *ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.* Fenf: https://www.fenf.edu.uy/wp-content/uploads/2020/12/14dediciembrede2020Etapasdela-investigacionbibliografica-1.pdf

Universidad Internacional de La Rioja. (2022). *El análisis del entorno de una empresa y su importancia*. Unir La Universidad en Internet: https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/analisis-del-entorno-empresa/

Vega, A., & Trujillo, J. A. (2020). El Método Histórico Crítico en el estudio de movimientos sociales: La ideología cubana en el panorama social mexicano. *Espacio Abierto, 29*(3), 164-183. https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/34468

Zendesk. (2024). *5 consejos para conseguir la fidelidad del cliente.* Zendesk: https://www.zendesk.com.mx/blog/fidelidad-del-cliente/

ANEXOS

Cronograma (Gantt)

Tabla 43. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																																
	ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
N.º		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S17	S18	S19	S20	S17	S18	S19	S20	S17	S18	S19	S20
1	**Formulación general del proyecto**																																
2	Tema																																
3	Descripción del problema																																
4	Formulación del problema																																
5	Preguntas de investigación																																
6	Justificación																																
7	Objetivos; General y Específicos																																
8	Idea a defender																																
9	Operacionalización de las variables																																
10	**MARCO TEORICO**																																
11	Antecedentes																																
12	Científico																																
13	Conceptual																																
14	Legal																																
15	Georreferencial																																
16	**METODOLOGIA**																																
17	Tipo de investigación																																
18	Enfoque de la investigación																																
19	Método de investigación																																

20	Técnica e instrumentos de recopilación de datos																																	
21	Universo																																	
22	Población																																	
23	Muestra																																	
24	Procesamiento de la información																																	
25	Análisis, interpretación y discusión de resultados																																	
26	Propuesta																																	
27	Conclusiones																																	
28	Recomendaciones																																	
29	Anexos																																	
30	Entrega del proyecto																																	

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Tabla 44. Presupuesto ejecutado

Tabla

Actividades	**Costo en dólares**
Internet	50
Levantamiento de la información	110
Carpetas	30
Impresión	150
Hojas	20
Hospedaje	80
Alimentación	60
Flash memory	25
Pasajes	100
Oficios	8
Esferos gráficos	2
Computador	500
Luz	60
Móvil	60
TOTAL	**1.255**

Nota. Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala.

Anexo 3: Oficio de autorización para la aplicación del tema de investigación

VALLES DE LIRIO®
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Jehová es la fortaleza

Guaranda, 23 de agosto del 2024

Ing. Gina Alarcón

Coordinadora de Titulación e integración Curricular

Universidad Estatal de Bolívar

Reciba un cordial saludo,

El motivo de la presente es brindar respuesta a su requerimiento, mediante el cual solicita el permiso para realizar, un Proyecto de Investigación al Sr. **Jefferson David Zavala Capus,** con cedula de ciudadanía N.**1850560218,** y al Sr. **Widinson Alexander Gavilanes Caiza**, con cedula de ciudadanía N.**1751799360** en relación con ello debemos proceder que se otorga el debido permiso para realizar dicho trabajo, en el cual deberá acatarse alas indicaciones dadas el día que se empezará con dicho trabajo.

No siendo más, quedamos a su disposición y esperamos su pronta respuesta.

Atentamente

Ing. Antonio Quilligana

VALLES
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Gerente de la Cooperativa Valles del Lirio

www.vallesdelirio.com

AMBATO
Yatzaputzan
Telf: (03) 3 064816

LATACUNGA
Av. 5 Junio y Antonia vela
Telf: (03) 2 807438

GUARANDA
García Moreno y Gral. Enriquez
Telf: (03) 2 551775

Anexo 5:







PREGUNTAS AL GERENTE

13. **¿Qué tan satisfecho está con el ambiente de trabajo actual en la cooperativa?**
14. **¿Se manejan con algún proyecto de capacitación para los empleados dentro del entorno de la cooperativa?**
15. **¿Existe algún plan de gestión estratégica desarrollada o en ejecución?**
16. **¿Dentro de ellos que áreas considera que debería mejorar?**
17. **¿Qué cambios haría para mejorarlos?**
18. **¿Realizan campañas publicarías dentro de la cooperativa?**
19. **¿Cree que ayuda a una mejor imagen de la cooperativa?**
20. **¿Cada cuanto evalúa el desempeño laboral de los trabajadores?**
21. **¿Cómo piensa que la cooperativa podría mejorar sus procesos para ser más competitiva y atraer a más personas?**
22. **¿Dentro de la agencia existen algún departamento de marketing que le ayuda a desarrollar estrategias o investigaciones de mercado?**
23. **¿Considera que un área de marketing contribuirá a atraer a más socios?**
24. **¿Cómo evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites en la cooperativa cuando lo atienden?**

CUESTIONARIO PARA LOS TRABAJADORES

“Fortalecimiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar, periodo 2024 -2029.”

El objetivo del presente cuestionario es recopilar información sobre las distintas experiencias de los trabajadores dentro de la Cooperativa, para atender de manera más eficiente la gestión del desempeño laboral. Agradecemos su participación dentro de la encuesta comprender sus necesidades para responder a su interés, optimizando el desempeño como equipo.

1. **¿Conoce los objetivos que persigue la cooperativa en su misión y visión?**

a) Sí
b) No

2. **¿Cómo evaluaría la claridad de los procesos administrativos internos de la cooperativa?**

a) Buenos
b) Regulares
c) Malos

3. **¿Considera que dispone de las herramientas tecnológicas necesarias para realizar eficientemente su trabajo?**

a) Totalmente de acuerdo
b) De acuerdo
c) En desacuerdo

4. **¿Qué gestión cree que necesitan mejorar para ser más eficientes?**

a) Gestión administrativa
b) Gestión Talento humano

5. **¿Qué tan satisfecho está con la organización de las tareas y la asignación de responsabilidades dentro de la cooperativa?**

a) Muy satisfecho
b) Satisfecho
c) Insatisfecho

6. **¿Ha recibido capacitaciones en los últimos 12 meses para mejorar su desempeño en el puesto?**

a) Sí
b) No

7. ¿Considera que las evaluaciones de desempeño muestran bien el trabajo y esfuerzo del personal?

a) Si
b) No

8. ¿Considera que el ambiente laboral en la cooperativa es positivo y fomenta la colaboración entre los compañeros?

a) Totalmente de acuerdo
b) De acuerdo
c) En desacuerdo

9. ¿Considera que su opinión y sugerencias son valoradas por los directivos de la cooperativa?

a) Sí
b) No

10. ¿La cooperativa realiza actividades de socialización para informar sobre la planificación y metas a los empleados?

a) Sí
b) No

11. ¿Considera que la cooperativa realiza esfuerzos para promover sus productos y servicios entre los socios y la comunidad?

a) Totalmente de acuerdo
b) De acuerdo
c) En desacuerdo

12. ¿Qué tan bien considera que el personal está informado sobre las promociones y productos que ofrece la cooperativa?

a) Bien informado
b) Poco informado
c) Nada informado

13. **¿Existen programas de incentivos en la cooperativa para motivar a los empleados?**

a) Sí

b) No

14. **¿Cree que los planes y estrategias de la cooperativa son compartidos de manera transparente y clara?**

a) Sí

b) No

PREGUNTAS A LOS SOCIOS

Preguntas a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles de Lirio

El objetivo del presente cuestionario es recopilar información sobre las distintas experiencias de los socios dentro de la Cooperativa, para atender de manera más eficiente y satisfactoria de los productos y servicios. Agradecemos su participación dentro de la encuesta comprender sus necesidades para responder a su interés.

1. **¿Cómo evalúa la rapidez y eficiencia de los trámites en la cooperativa cuando lo atienden?**
    a) Eficiente
    b) Regular
    c) Mala
2. **¿Considera que la cooperativa facilita información clara y transparente sobre los servicios que ofrece?**
    a) Siempre
    b) A veces
    c) Nunca
3. **¿Qué piensa sobre las campañas publicitarias de mercadotecnia de la Cooperativa?**
    a) Buenas
    b) Regulares
    c) Malas
4. **¿Considera que el personal de la cooperativa es suficiente para atender de manera rápida y eficiente a todos los socios?**
    a) Sí
    b) No
5. **¿Cómo se enteró de los productos y servicios de la cooperativa?**
    a) Publicidad
    b) Recomendación de otros socios
    c) Redes sociales

d) Otro

6. **¿Con qué frecuencia participa en las promociones o eventos organizados por la cooperativa?**
    a) Siempre
    b) A veces
    c) Nunca
7. **¿Considera que la cooperativa comunica adecuadamente sus productos y servicios a través de los canales de comunicación disponibles (redes sociales, sitio web, etc.)?**
    a) Totalmente de acuerdo
    b) De acuerdo
    c) En desacuerdo
8. **¿Qué tan satisfecho está con las promociones y ofertas especiales que realiza la cooperativa para sus socios?**
    a) Muy satisfecho
    b) Satisfecho
    c) Insatisfecho

9. **¿Como socio confía en la seguridad de sus ahorros y datos dentro en la Cooperativa?**

a) Si
b) Parcialmente
c) No

10. **¿Considera que la Cooperativa ampliara su oferta de productos o servicios?**
    a) Sí
    b) No
11. **¿Usted como socio cómo evalúa los incentivos ofrecidos por parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles de Lirio?**
    Buenos
    Regulares
    Malos

Anexo 6: Evidencias de la aplicación de la encuesta en la institución











Elaborado por: Widinson Gavilanes, David Zavala**.**

Anexo 7:

VALLES DE LIRIO®
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Jehová es la fortaleza

Guaranda, 23 de agosto del 2024

Ing. Gina Alarcón

Coordinadora de Titulación e integración Curricular

Universidad Estatal de Bolívar

Reciba un cordial saludo,

El motivo de la presente es brindar respuesta a su requerimiento, mediante el cual solicita el permiso para realizar, un Proyecto de Investigación al Sr. **Jefferson David Zavala Capus,** con cedula de ciudadanía N.**1850560218,** y al Sr. **Widinson Alexander Gavilanes Caiza**, con cedula de ciudadanía N.**1751799360** en relación con ello debemos proceder que se otorga el debido permiso para realizar dicho trabajo, en el cual deberá acatarse alas indicaciones dadas el día que se empezará con dicho trabajo.

No siendo más, quedamos a su disposición y esperamos su pronta respuesta.

Atentamente

Ing. Antonio Quilligana

VALLES
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Gerente de la Cooperativa Valles del Lirio

www.vallesdelirio.com

AMBATO
Yatzaputzan
Telf: (03) 3 064816

LATACUNGA
Av. 5 Junio y Antonia vela
Telf: (03) 2 807438

GUARANDA
García Moreno y Gral. Enriquez
Telf: (03) 2 551775

Guaranda, 27 de enero del 2025

CERTIFICADO

A petición de las partes interesadas:

Que, los estudiantes: **Widinson Alexander Gavilanes Caiza, Jefferson David Zavala Capus,** presentaron su Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Fortalecimiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Valles del Lirio, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar, periodo 2024 -2029"**, para el respectivo análisis TURNITIN, el mismo que refleja un **8%** de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente

Ing. Jorge Goyes Noboa
Director

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

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

5% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
7% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Caracteres reemplazados
32 caracteres sospechosos en N.º de páginas
Las letras son intercambiadas por caracteres similares de otro alfabeto.

Texto oculto
745 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

turnitin Página 2 of 149 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::3117:424094040

IVAN Y CHARLES GAVILANES Y ZAVALA

TESIS FORTALECIMIENTO COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VALLES DEL LIRIO - GUARANDA.docx

My Files
My Files
Universidad Estatal de Bolivar

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::3117:424094040

Fecha de entrega
27 ene 2025, 2:44 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
28 ene 2025, 11:40 a.m. GMT-5

Nombre de archivo
TESIS FORTALECIMIENTO COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO VALLES DEL LIRIO - GUARANDA.docx

Tamaño de archivo
3.7 MB

133 Páginas

21,797 Palabras

126,755 Caracteres

0200893956 - 2

turnitin Página 1 of 149 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::3117:424094040