



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

“MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL PARA FORTALECER LOS PROCESOS DE CRÉDITOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC RUNA LTDA. AGENCIA PELILEO PARA EL PERIODO MAYO – OCTUBRE 2015”

AUTORA:

MARIANA GABRIELA MOYA CHUGCHO

Riobamba – Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, cumple con todas las normas de investigación requeridas y una vez revisado en su totalidad queda autorizada su publicación.

Ing. Juan Carlos Vinueza Calderón
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Hernán Vinicio Villa Sánchez
MIEMBRO TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, Mariana Gabriela Moya Chugcho, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en el presente trabajo de titulación son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Mariana Gabriela Moya Chugcho

180416893-6

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser la razón de mi existir y superación por regalarme la oportunidad de vivir por permanecer conmigo en cada paso que doy por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres porque han sido el ejemplo de fortaleza y progreso en la vida, luchadores y pilares fundamentales de mi familia. Son quienes me han dado una mano en todo momento de mi vida y me ha inculcado sus principios y valores de igual manera a mis hermanos y cuñado quienes me han aconsejado, protegido y me dieron el aliento necesario para no desmayar.

Todos ellos han hecho posible que logre alcanzar uno de mis objetivos profesionales anhelados, aportando con su grano de arena en este logro

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, por su infinito amor y porque en todo momento me diste la fortaleza necesaria para seguir adelante, superar obstáculos y poder alcanzar mi meta.

A mi padre en especial a mí querida madre quienes me han apoyado y motivado durante mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

A mi tutor Ing. Juan Carlos Vinueza por su apoyo y confianza por tenerme paciencia por guiarme en cada paso de este proyecto.

Al Ing. Hernán Villa miembro del trabajo de titulación que ha estado ahí en todo momento, brindándome todos sus conocimientos durante todo este periodo.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Mushuc Ltda. Agencia Pelileo por permitirse hacer uso de su información.

Finalmente, mis agradecimientos a mis amigos amigas y a todas las personas que me incentivaron y me motivaron para seguir adelante con los objetivos de este propósito.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de gráficos.....	xiii
Índice De Anexos.....	xiv
Resumen Ejecutivo	xv
Summary.....	xvi
Introducción	1
Capitulo i: el problema	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Delimitación del problema	2
1.5 Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo general	4
1.5.2 Objetivos específicos	4
CAPITULO II: MARCO TEORICO	5
2.1 Antecedente investigativo.....	5
2.2 Antecedente histórico	5
2.2.1 Historia del cooperativismo en el ecuador.....	5
2.2.2 Historia de la cooperativa de ahorro y crédito mushuc runa ltda	5
2.3 Fundamentación teórico.....	8
2.3.1 La importancia de la gestión del conocimiento y su impacto en la competitividad de las empresas.....	8
2.3.2 Fses del modelo	8
2.3.3 Modelo de gestión.....	9
2.3.4 Modelos de gestión	9
2.3.4.1 Modelo de gestión de administrativo.....	10
2.3.4.2 Administración.....	10

2.3.4.4	El sistema financiero ecuatoriano	18
2.3.4.5	Entidades financieras que operan dentro del sistema financiero ecuatoriano .	19
2.3.4.6	Cooperativas existentes en el ecuador	19
2.3.6	Modelos de gestión empresarial	21
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO		25
3.1	Modalidad	25
3.2	Tipos de investigación	26
3.3	Métodos técnicas e instrumentos de investigación	27
3.3.1	Métodos	27
3.3.2	Técnicas	27
3.3.3	Instrumentos.....	28
3.4	Oblación y muestra	28
3.5	Resultados	29
3.5.1	Encuestas a socios de la cooperativa mushuc runa ltda. Agencia pelileo.....	29
3.5.2	Encuestas a los funcionarios de la cooperativa mushuc runa ltda., con modelo de gestión comercial enfocado a fortalecer los procesos de crédito y atención al cliente	36
3.5.3	encuestas a la población del cantón pelileo	43
3.6	Hallazgos	46
3.7	Verificación de idea a defender	48
CAPITULO IV MARCO PROPOSITIVO.....		47
4.1	Modelo de gestión.....	50
4.1.1	Factibilidad	50
4.2	Marco legal	51
4.2.1	Diagnóstico de planificación.....	51
5.2	Organigramas estructural y funcional.....	52
5.2.1	Organigrama estructural de la cooperativa de ahorro y crédito“mushuc runa” ltda.	52
4.3.2.	Organigrama funcional de la agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “mushuc runa”ltda.	53
7.2	Manual de funciones para el personal.....	54
7.3	Matriz axiológica de valores.....	60
4.5.1	Direccionamiento estratégico	61
4.5.2	Definición del negocio.....	61

4.5.3	Filosofía corporativa	62
4.6	Matriz axiológica de principios	62
4.6.1	Servicio de calidad.....	62
4.6.2	Mejoramiento continuo.....	62
4.6.3	Transparencia en todas las acciones.....	63
4.6.4	Compromiso institucional.....	63
4.6.5	Matriz axiológica de los principios.....	63
4.6.6	Adn de la misión	65
4.6.7.10.	Adn de la visión	66
4.7	Propuestas de valor por cada perspectiva	67
4.7.1	Perspectiva financiera	67
4.7.2	Perspectiva de cliente.....	68
4.7.3	Perspectiva interna.....	69
4.7.4	Perspectiva de comercialización	70
4.8	Tiempos de los objetivos estratégicos claves	71
4.8.1	Tiempo de los objetivos estratégicos claves financiero y cliente.	71
4.8.2	Tiempo de los objetivos estratégicos claves administrativo y comercialización	73
4.8.3	Estrategias y planes de acción	74
4.8.4	Estrategias financieras	75
4.8.5	Plan de acción financiero	75
4.8.6	Estrategias del cliente	78
4.8.7	Plan de acción del cliente.....	78
4.8.8	Estrategias administrativas	80
4.8.9	Plan de acción administrativo	80
4.8.10	Estrategias de comercialización.....	83
4.8.11	Plan de acción de comercialización	83
4.9	Presupuesto detallado para la ejecución del modelo de gestión comercial para la cooperativa de ahorro y crédito mushuc runa ltda. Agencia pelileo.....	86
4.10	Presupuesto para la ejecución del modelo de gestión comercial para la cooperativa de ahorro y credito mushuc runa ltda. Agencia pelileo.....	94
	CONCLUSIONES	99
	RECOMENDACIONES.....	100
	BIBLIOGRAFÍA	101

ANEXO	104
-------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Población y socios del cantón Pelileo.....	28
Tabla 2:	Cuenta la Cooperativa con una infraestructura adecuada y comfortable....	29
Tabla 3:	Como considera usted los intereses que paga en la Cooperativa.....	30
Tabla 4:	De Enero a Julio del 2015 cuantos creditos ha obtenido en la Cooperativa.	31
Tabla 5:	En la actualidad usted necesita un crédito para que necesidad.....	32
Tabla 6:	Como usted considera la atención del asesor de Créditos en la Cooperativa.....	33
Tabla 7:	Conoce los diferentes servicios que presta su entidad financiera al socio...	34
Tabla 8:	Considera usted que la Cooperativa, le brinda atención a sus requerimientos en los tiempos adecuados.....	36
Tabla 9:	Posee la Cooperativa un modelo de gestión comercial enfocado a fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.	37
Tabla 10:	Usted ha recibido capacitaciones, seminarios por parte de la Cooperativa.....	38
Tabla 11:	Han recibido capacitaciones los funcionarios de la Cooperativa de ahorro y Crédito Mushuc Runa.	38
Tabla 12:	Se ha definido en la cooperativa estrategias enfocadas a la fidelización de los socios.....	39
Tabla 13:	Las habilidades y desempeño de los funcionarios son valoradas en la cooperativa con incentivos económicos, condecoraciones.....	41
Tabla 14:	Se realizan reuniones periódicas para analizar el desempeño de la Cooperativa.....	42
Tabla 15:	Existe una relación cordial entre la gerencia y los empleados en la Cooperativa.....	42
Tabla 16:	Posee cuenta en una Cooperativa.....	43
Tabla 17:	En que Cooperativa confía usted sus créditos.....	44
Tabla 18:	Por que trabaja con su Cooperativa	46
Tabla 19:	Manual de funciones para el personal.....	54
Tabla 20:	Nivel ejecutivo	55
Tabla 21:	Nivel operativo.....	56

Tabla 22: Nivel de apoyo	58
Tabla 23: Descripciones cargo guardia	59
Tabla 24: Matriz axiológica de valores	60
Tabla 25: Definición de negocio	61
Tabla 26: Matriz axiológica de los principios	63
Tabla 27: Elaboración de la misión.....	64
Tabla 28: ADN de la misión	65
Tabla 29: De elaboración de la visión.....	66
Tabla 30: ADN de la visión	66
Tabla 31: Perspectiva Financiera	67
Tabla 32: Perspectiva del cliente.....	68
Tabla 33: Perspectiva interna	69
Tabla 34: Perspectiva de comercialización	70
Tabla 35: Tiempo de los objetivos estratégicos claves financiero y cliente	71
Tabla 36: Tiempo de los objetivos estratégicos administrativo y comercialización...	73
Tabla 37: Estrategias Financieras.....	75
Tabla 38: Plan de acción financiero	75
Tabla 39: Estrategias del plan de acción financiero.....	77
Tabla 40: Estrategias del cliente	78
Tabla 41: Plan de acción del cliente.....	78
Tabla 42: Estrategias del plan de acción del cliente	79
Tabla 43: Estrategias administrativas.....	80
Tabla 44: Plan de acción administrativo	80
Tabla 45: Estrategias del plan de acción administrativo.....	82
Tabla 46 : Estrategias de comercialización.....	83
Tabla 47: Plan de acción comercialización.....	83
Tabla 48: Estrategias del plan de acción comercialización.....	85
Tabla 49: Análisis de mercado	86
Tabla 50: Manual crediticio reduciendo los requisitos que no sean tan relevantes	87
Tabla 51: Capacitación para difundir los manuales crediticios y de procedimientos	87
Tabla 52: Campaña de visitas a las comunidades y grupos de producción	88
Tabla 53: Proyecto de difusión para que nuestros clientes conozcan nuestras agencias y cajeros automáticos.....	88
Tabla 54: Auspicio y financiamiento de proyectos de emprendimiento y desarrollo ..	89

Tabla 55: Contratación de un seguro para la cooperativa, recursos materiales y económicos	89
Tabla 56: Diseño de plan estratégico	89
Tabla 57: Buscar instituciones crediticias y proyectos de financiamiento local.....	90
Tabla 58: Capacitación al personal para difundir los manuales de funcionamiento	90
Tabla 59: Negociar la tasa de captación de ahorro a plazo fijo.....	91
Tabla 60: Plan de comercialización de productos financieros para su difusión y posicionamiento de marca	92
Tabla 61: Realizar un estudio para una mejor ubicación de la cooperativa de acuerdo a las necesidades del sector.....	92
Tabla 62: Plantear un plan de mejoras de infraestructura para un mejor funcionamiento	93
Tabla 63: Diseñar un plan de marketing con las 4ps	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Cuenta con infraestructura adecuada y confortable	30
Gráfico 2:	Como considera usted los intereses que paga en la Cooperativa.....	31
Gráfico 3:	De Enero a Julio del 2015 cuantos creditos ha obtenido en la Cooperativa.	32
Gráfico 4:	En la actualidad usted necesita un crédito para que necesidad.....	33
Gráfico 5:	Como usted considera la atención del asesor de Créditos en la Cooperativa.	34
Gráfico 6:	Conoce los diferentes servicios que presta su entidad financiera al socio...	35
Gráfico 7:	Considera usted que la Cooperativa, le brinda atención a sus requerimientos en los tiempos adecuados	36
Gráfico 8:	Posee la Cooperativa un modelo de gestión comercial enfocado a fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.	37
Gráfico 9:	Usted ha recibido capacitaciones, seminarios por parte de la Cooperativa.	38
Gráfico 10:	Capitaciones que han recibido los funcionarios de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa.....	39
Gráfico 11:	Se ha definido en la Cooperativa estrategias enfocadas a la fidelización de los socios.....	40
Gráfico 12:	Las habilidades y desempeño de los funcionarios son valoradas en la Cooperativa con incentivos económicos, condecoraciones	41
Gráfico 13:	Se realizan reuniones periódicas para analizar el desempeño de la Cooperativa.....	...42
Gráfico 14:	Existe una relación cordial entre la gerencia y los empleados en la Cooperativa.....	43
Gráfico 15:	Posee cuenta en una cooperativa.....	44
Gráfico 16:	En que cooperativa confía usted sus créditos	45
Gráfico 17:	Por qué trabaja con su cooperativa	46

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevista al jefe de agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.	104
Anexo 2: Encuesta a los funcionarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.	105
Anexo 3: Encuesta a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.....	107
Anexo 4: Encuesta a la población del Cantón Pelileo	109
Anexo 5: Fotografías realizadas a los socios y funcionarios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo y la población de Pelileo.	110

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de investigación es el “Modelo de gestión comercial para fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente de la Cooperativa de ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo para el periodo mayo – octubre 2015” el objetivo social es satisfacer las necesidades financieras de sus socios y clientes, que se lo realizara con la finalidad de mejorar los procesos de créditos y atención al cliente y lograr un crecimiento oportuno. Se ha seleccionado una muestra de la población, socios y funcionarios, a quienes fueron aplicados los cuestionarios respectivos y en base a ellos se pudo obtener un diagnóstico certero de las condiciones actuales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.en referencia a su gestión comercial, con la cual se pudo determinar que la cooperativa no tiene una infraestructura adecuada para brindar una atención eficaz a su socio, la falta de capacitaciones para los funcionarios, la competencia directa que tiene con otras instituciones, no plantean estrategias para el mejoramiento de la cooperativa, falta de comunicación que existe hacia los socios sobre los servicios que ofrecen dentro de la cooperativa, con la información adquirida se efectuó los respectivos hallazgos de la investigación. Se formuló la propuesta desarrollando las estrategias, puntualmente mediante las matrices lógicas que van las cuatro perspectivas, el plan de acción, en base a los resultado logrados con la aplicación de la encuesta para determinar las necesidades de los socios.

Palabras claves: Modelo de gestión, créditos, estrategias, matrices lógicas.

Ing. Juan Carlos Vinueza Calderón
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

SUMMARY

This research work is the business management model to strengthen the process of credit and attention to the client of the Cooperative de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltd. Agency Pelileo for the period June –October 2015. The social objective is to meet the financial needs of its partners and customers that it will do in order to improve the processes of credit and customer service and achieve a timely growth. It has selected a sample of population, partners and staff to whom the respective questionnaires were applied and on the basis they could get an accurate diagnosis of the current conditions of the cooperative of Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltd. In reference to its business management, with which it could be determined that the cooperative does not have adequate infrastructure to provide effective care for their partners, the lack of communication that exists toward members of the services offered within the cooperative, with the information gained was the respective findings of the research. The proposal was made by developing strategies promptly by means of matrix logic going through four prospects, the plan of action, based on the results achieved with the implementation of the survey to determine the needs of partners.

INTRODUCCIÓN

La cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa. Agencia Pelileo, es una entidad financiera que brinda productos de captación de créditos los cuales son productivos, vivienda, consumo los microcréditos tenemos productivo, comercio especial, emergentes y solidario.

Actualmente con sus 13 años al servicio del Cantón Pelileo le ha permitido entender sus necesidades y ofrecer alternativas adecuadas a su realidad económica, la cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo a pesar de su crecimiento que ha tenido la misma el indicador financiero de procesos de créditos no refleja un crecimiento dinámico se podría decir más bien lento, es por ello que la presente investigación tiene como finalidad fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.

Para ello se desarrollara un modelo de Gestión Comercial que ayude a fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente y pueda incrementar en un gran porcentaje y que los socios obtengan su crédito sin ningún obstáculo, este modelo permitirá conocer la falencias que tiene la entidad en cuanto a la captación de créditos atención al cliente ya sean en las estrategias, políticas comerciales incluso en el reglamento interno de la cooperativa que será de gran ayuda para la misma.

Con la presente investigación la cooperativa se beneficiara, ya que el modelo de gestión comercial no solo ayudara a fortalecer los procesos de créditos sino también a la satisfacción de los socios y a la vez al cumplimiento de los objetivos planteados a través de una excelente gestión este modelo actualmente permitirán incrementar la participación en el mercado y ser la primera en llenar todas la expectativas de sus socios es lo que busca toda entidad priva y más aún una entidad financiera.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La cooperativa de ahorro y crédito hoy en día son participes significativas en los mercados financieros nacionales de grandes economías industrializadas y en vías de desarrollo. La cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Agencia Pelileo al igual que otras cooperativas deben contar con un manejo apropiado para facilitar los créditos muchas veces se encuentra limitadas en la movilización de ahorros, por lo cual es necesario mejorar en el tiempo la otorgación de créditos según las necesidades de sus clientes, en vista que han crecido a un ritmo presuroso los servicios cooperativos que en un contexto de creciente competencia tratando de incrementar la eficiencia y a su vez la eficacia de sus modelos de gestión comercial.

También cabe recalcar que el departamento de créditos requiere una sustancial mejora en los procesos de dichos créditos paralelamente a la expansión de los servicios comerciales para cumplir con los objetivos de avance y crecimiento de la cooperativa de ahorro y crédito.

Es necesario entonces realizar un Modelo de Gestión comercial para fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Mushuc Runa” Ltda Agencia Pelileo. La cooperativa desea alcanzar sus logros en un tiempo determinado guardando coherencia con la misión y visión de la identidad.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Un modelo de Gestión Comercial fortalecerá los procesos de Créditos y atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo en el periodo Mayo – octubre 2015?

1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La presente investigación tendrá la siguiente delimitación:

Área: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Mushuc Runa Ltda”

Campo: Financiero – Comercial

Aspecto: Modelo de Gestión Comercial para fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo para el periodo Mayo – octubre 2015

Delimitación espacial:

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Delimitación temporal:

Mayo – Octubre 2015

1.4 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es una alternativa que permite mejorar los procesos de créditos, y una excelente atención al cliente, como es conocido que las cooperativas al otorgar préstamos debe recurrir a un modelo de gestión adecuado que permitirá establecer lineamientos acertados para mantener la fidelidad de los usuarios proteger sus utilidades, evaluar y tomar las decisiones oportunas.

Falta de procesos inadecuados de otorgamiento de préstamos, no existe seguimiento adecuado de los préstamos, falta de cobros oportunos, incumplimiento de la información que requiere la cooperativa por parte de los clientes, son los problemas que afectan a las cooperativas.

Crear un modelo Gestión Comercial para la cooperativa “Mushuc Runa” Agencia Pelileo a fin de que se consolide un servicio en los procesos de créditos en el mercado financiero nacional.

En aspecto académico es muy importante aplicar los conocimientos adquiridos durante largos años del estudio en la ESPOCH dichos conocimientos verán reflejados como beneficio para la organización es un reto de cumplir satisfactorio al personal.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Realizar un modelo de gestión comercial para fortalecer los procesos de créditos atención al cliente de la Cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo para el periodo Mayo – Octubre 2015

1.5.2 Objetivos específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer la realidad de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa de otorgar los créditos.
- ✓ Establecer las acciones de mejora a los procesos de tal manera que sean eficientes y eficaces.
- ✓ Plantear estrategias para mejorar la gestión comercial de la cooperativa ahorro y crédito

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTE INVESTIGATIVO

Con la finalidad de fundamentar el presente trabajo investigativo se realizara un modelo de gestión comercial para fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente. Dentro de la modalidad se ha podido obtener información para realizar este tipo de investigación en la cual se recolecta, analiza y vincula los datos cuantitativos y cualitativos nos permitirá complementar información útil para realizar un trabajo de titulación.

2.2 ANTECEDENTE HISTÓRICO

2.2.1 Historia del Cooperativismo en el Ecuador

Existió alrededor de un siglo de historia de cooperativismo en el mundo antes del arribo de su mensaje solidario al Ecuador. Un producto institución de la sociedad industrial europea que sufrió importantes modificaciones, en su adaptaciones medio agrario ecuatoriano, de incipiente desarrollo urbano industrial y ubicado en un contexto cultural propio del “lugar más lejano del mundo”, cuando su internacional escenario mundial era débil. Debido a este fenómeno, es necesario destacar los antecedentes de cómo se forjaron unos principios doctrinarios que cambiarían el destino de una parte significativa de la humanidad, con el fin de determinar la conformación del actor cooperativo nacional en un siglo de historia cooperativa. (Miño,W.2013),

2.2.2 Historia de la Cooperativa de Ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda

Cuando a los pueblos indígenas se les consideraba aptos solo para la agricultura, ganadería y otras actividades relacionadas al campo, nadie pensaba que podíamos administrar una institución financiera, más aún cuando las instituciones financieras tradicionales calificaban a los indígenas al igual que a los sectores urbano-marginales como sujetos de crédito de alto riesgo, poco confiables o no rentables, nace Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa; que significa HOMBRE NUEVO.

Con 38 jóvenes indígenas y campesinos de Pilahuin, Chibuleo y Quisapincha en la Provincia de Tungurahua crearon Mushuc Runa, logrando el 17 de Diciembre de 1997 el reconocimiento oficial a través del acuerdo del Ministerio de Bienestar Social N.1820.

Se estableció una oficina propia en la ciudad de Ambato; poco a poco con el respaldo y la confianza de los nuevos socios en un periodo corto de diez años se ha logrado convertir a Mushuc Runa en un referente del cooperativismo a nivel nacional e internacional, está presente en las ciudades de Ambato, Pelileo, Pillaro en Tungurahua, Riobamba en Chimborazo, Latacunga en Cotopaxi, Machachi en Pichincha, Guaranda en Bolívar y Puyo en Pastaza. El compromiso de Mushuc Runa es mejorar la calidad de vida de sus socios.

La cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. agencia Pelileo fue creada el 17 de Julio del 2002 la cual es controlada por la SEPS. (Usulle, A.2012)

9 Tipos de créditos

Los tipos de créditos existentes son:

1. Productivo: Se entiende por créditos productivos, todo aquello otorgado a sujetos a créditos que registren ventas anuales iguales o superiores a USD 100.000,00 y cuyo financiamiento este dirigido a las diversas actividades productivas
 2. Productivo PYMES: son aquellas operaciones de crédito cuyo monto por operación y saldo adecuado en créditos productivos a la Cooperativa sea menor o igual a USD200.000,00 otorgadas a personas naturales o jurídicas que cumplan los parámetros de definición del crédito productivo.
 3. Productivo empresarial: son aquellas operaciones d créditos, cuyo monto ´por operación y saldo adeudado en créditos productivos a la cooperativa sea superior a USD 200.000,00; hasta USD 1.000.000,00; otorgadas a personas naturales o jurídicas que cumplen los parámetros de definición del crédito productivo.
 4. Productivo Corporativo: son aquellas operaciones de crédito superiores a USD 1.000.000,00; otorgadas a personas naturales o jurídicas que cumplen los parámetros de definición del crédito productivo. Cuando el saldo adeudado del prestatario en créditos productivos con la institución financiera supere los USD 1.000.000,00; indiferentemente del monto la operación pertenecerá al segmento productivo corporativo.
 5. Consumo: destinadas a satisfacer las necesidades inmediatas de los socios, como: salud, compra de electrodomésticos u otra necesidad.
- Para vehículos

- Estudiantil
- Viajes

6. Microcrédito

- Productivo: financia proyectos de inversión para micro y medianas empresas, principalmente en actividades de agricultura, ganadería, manufacturas, crianza de animales menores, artesanías, etc.
 - Comercio especial: para incremento de capital de trabajo
 - Emergentes: por calamidad doméstica o necesidad urgente
 - Solidario: créditos asociativos, para grupos organizados y con proyectos productivos
- Financiamiento para viajes con contratos de trabajo

7. microcrédito minorista: son aquellas operaciones cuyo monto por operación y saldo adeudado en microcréditos a la cooperativa sea menor o igual a USD 3.000.00; otorgadas a microempresarios que registran un nivel de ventas anuales inferior a USD 100.000,00; a trabajadores por cuenta propia, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria.

8. Microcrédito de acumulación simple: son aquellas operaciones de crédito, cuyo monto por operación y saldo adeudado en micro créditos sea superior a USD 3000.00;

9. Vivienda: para compra o construcción de vivienda, también para remodelación de construcción ya existente.

9.1 Principios de Crediticios

- Levantamiento In Situ de la información (inspecciones)
- Análisis integral del negocio y la unidad familiar
- Garantías
- Relación con el socio
- Principio de crecimiento
- Seguimiento de cartera
- Diversificación de cartera
- Objetivo social
- Integración del sector urbano y rural

Política Crediticia

- Requisitos
- Instrumentación
- Solicitud de crédito
- Documentación de soporte

- Fuente de los ingresos
- Entrevista personal
- Inspección
- Análisis y evaluación

Cinco “C” de créditos

- Carácter
- Capacidad de pago
- Capital
- Condiciones
- Colateral

Aprobación de los créditos

- Analista de créditos
- Jefatura de crédito
- Comité de crédito
- Liquidación de crédito

2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO

2.3.1 La importancia de la gestión del conocimiento y su impacto en la competitividad de las empresas

En el entorno actual de alta competitividad, globalización, desarrollo tecnológico, reducción de vida de los productos y de crisis mundial, resulta clave la gestión del conocimiento para lograr el éxito sostenible de la empresa. En este contexto resulta realmente crítico desarrollar las habilidades de la empresa para adquirir información, transformarla en conocimiento, incorporarlo a la empresa como aprendizaje, compartirlo rápidamente y ponerlo en práctica. Ruiz de Arriega (2013),

Esto es muy importante ya que existe una correlación entre gestión del conocimiento y éxito para la cooperativa Mushuk Runa, entre gestión del conocimiento y adaptabilidad de la empresa al entorno cambiante y desafiante, donde las amenazas se puedan convertir en oportunidades

2.3.2 Fases del modelo

Primera Fase:

Aquí se establece la constitución de la empresa misma, donde se determina sus objetivos, metas, estrategias, desarrollo de planes y organización administrativa.

Segunda Fase:

Asegurar a la empresa en una organización de vanguardia, creativa e innovadora, capaz de consolidar su presencia en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, destacando sus ventajas competitivas y calidad de sus productos basados en la diferenciación.

Tercera Fase:

Se determina la difusión del modelo, a través de sus resultados, beneficiando a las organizaciones involucradas e incentivar el interés por la preservación de los recursos naturales.

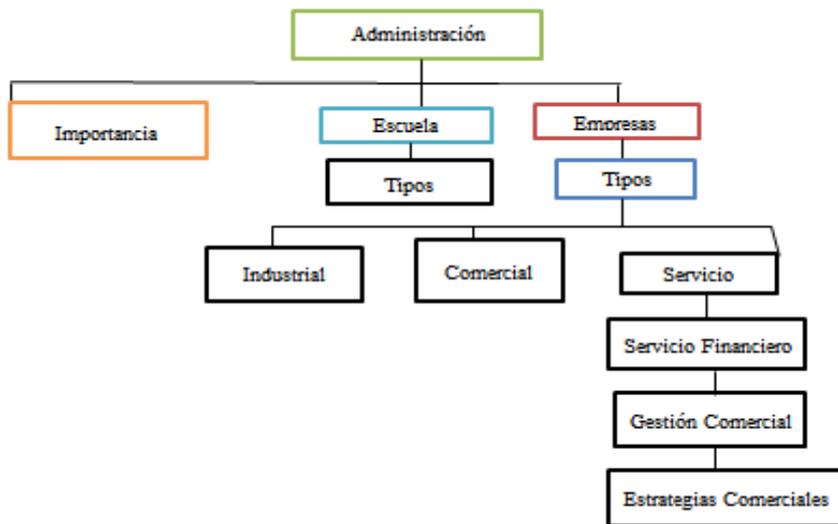
Estas fases requieren de tiempo y conocimientos que deben estar reflejados en la obtención de objetivos, los cuales se los obtiene en forma paulatinamente, cubriendo cada una de las expectativas en forma positiva y definida. (Chiavenato,I. 2002),

2.3.3 Modelo de Gestión

Según (Pacheco,C.2002), afirma que “Gestión de una empresa es el conjunto de los procesos puestos en marcha orientados por la adopción de decisiones que determinen la actividad de una empresa”. La gestión debe estar siempre al servicio de una estrategia y diferencia la planificación estratégica, orientada por los objetivos a largo plazo, de la planificación operativa, orientada por los objetivos a corto plazo. En esta perspectiva, la gestión empresarial no se agota en la coordinación y la administración de una empresa dados unos objetivos de producción y competencia, sino que involucra en un todo dinámico unos objetivos y un direccionamiento estratégico, forma crucial de adaptación al entorno, una estructura y unas prácticas directivas, y la cultura y la personalidad en que se basa la organización.

2.3.4 MODELOS DE GESTIÓN

2.3.4.1 Modelo de gestión de administrativo.



FUENTE: Modelo de gestión administrativo

ELABORA POR: Gabriela Moya

2.3.4.2 Administración

Según lo mencionan el autor. Coulter M (2005) la administración “Es hacer a través de otros y con otros”. Se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en la que las personas, trabajando en equipo alcancen con eficiencia y eficacia metas seleccionadas en la organización. Es necesario ampliar esta definición básica:

- 1.- Como administradores las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, dirección y control.
- 2.- La administración se aplica a todo tipo de organizaciones.
- 3.- Es aplicables por los administradores en todos los niveles organizacionales.
- 4.- La meta de todo administrador es la misma. Crear un superávit.
- 5.- La administración se aplica en productividad, esto implica eficacia y eficiencia.

El ser humano por su propia naturaleza administra, ésta es una conducta que en ocasiones es inconsistente y que siempre la realizamos automáticamente orientados por un propósito.

Somos entes con propósitos, siempre estamos en busca de conseguir algo, buscando orientar nuestros esfuerzos al alcance de un fin.

Se ha comprobado que la mayor parte de los fracasos de los negocios se deben a una deficiente administración, es decir, la alta dirección carece de la habilidad necesaria para encontrar las soluciones requeridas, planear, organizar, dirigir y controlar su empresa.

Características de la administración

De acuerdo a Chiavenato, I.(2005), existen algunas características de la administración entre las principales se tiene:

- 1.- **Universalidad.**- El fenómeno administrativo está en todo quehacer cotidiano, usted administra su tiempo (cuánto le dedica al deporte, al estudio, a ver televisión, etc.), su dinero (cuánto gastará en diciembre o cuánto dinero dejará para mayo), en un equipo de tenis (cuál será su estrategia o cuánto entrenará), en una organización religiosa (administra los diezmos), etc. En consecuencia, el fenómeno administrativo se da donde quiera que exista un organismo social, es universal.
- 2.- **Especificidad.**- Al momento de administrar existen fenómenos que van a la par con esta función, tales como, fenómenos jurídicos, ventas, producción. Personas especializadas en estas áreas cumplen estos objetivos. La administración es de carácter específico, por lo tanto, debe ser ejecutada por personas especializadas en estos campos. Ejemplo: un abogado puede ser excelente jurista pero un pésimo administrador.
- 3.- **Unidad Temporal.**- El administrador puede prestar atención a otros procesos administrativos, sin perder la facultad de ejercer el cargo principal dentro de la organización. En otras palabras, el administrador supervisa las actividades de otras personas concernientes a las ventas o la producción, no obstante sigue ejerciendo su cargo.
- 4.- **Unidad Jerárquica.**- Si nos imaginamos una compañía, el presidente tiene un mayor grado administrativo que un gerente y este a su vez un mayor grado de responsabilidad que un secretario y podemos seguir sucesivamente hasta el joven que hace los mandados, todos se desenvuelven en niveles jerárquicos, pero participan del mismo cuerpo administrativo. Por lo tanto, en un organismo social todas las personas que tienen funciones administrativas participan de la misma administración en distintas modalidades o grados.
- 5.- **Plan de remuneraciones y salarios.**- Parte del hecho que todo trabajador bien remunerado producirá más y mejor. Aunque en la práctica el empleador no asimila

esta teoría. Ejemplo Henry Ford duplicó los salarios con el fin de motivar a sus trabajadores elevando el nivel de productividad.

6.- Equidad.- Este es uno de los principios más importantes, todos los miembros entre sí de una organización deben sentirse con iguales derechos de acuerdo a un trato justo, sin abusos, segregación racial y la migración de los puestos por la condición social.

7.- Estabilidad laboral.- Los administradores están en la obligación de dar seguridad a su personal en su puesto de trabajo. Por una parte, los empleados se sentirán satisfechos y por otra, el empleador estará seguro de su producción.

Las particularidades de la administración son aplicables en toda organización, son la parte esencial de todo proceso.

La empresa

Es un conjunto de factores humanos, materiales, financieros, y técnicos organizados e impulsados por la dirección, que trata de alcanzar unos objetivos acordes con la finalidad asignada de forma previa.

“Desde la economía positiva se entiende por empresa la institución que realiza la combinación de factores con el fin de obtener productos y servicios en las mejores condiciones de racionalidad económica de forma que satisfaga las necesidades de los clientes de forma eficiente. Desde la economía se entiende; la institución que integra los entornos competitivos de la empresa a través de su filosofía, cultura y estrategia empresarial, a través de su capacidad directiva, buscando la mayor eficiencia económico-social, tanto interna como externamente. Esto es, a través de la institución y de la capacidad directiva realiza el proceso de combinación de factores.(García, S. 1994),

Las empresas, como si se tratara de algún organismo vivo, nacen, se desarrollan y eventualmente mueren. Desde el punto de vista tradicional, una primera definición de carácter económico sería considerar a la empresa como una entidad que organiza con eficiencia los factores económicos, produciendo bienes o servicios para satisfacer las necesidades del mercado y con ánimo de alcanzar ciertos objetivos, entre ellos el lucro.

Clasificación de las empresas

En general, las empresas se pueden clasificar según su tamaño en:

- **Microempresa**

“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se

suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación”.(Alvarez, M., & Durán, J. 2009)

“La Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 100 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”

Algunas características de la microempresa son:

Organización de tipo familiar.

Gran flexibilidad operativa.

Aunque tiene problemas estructurales, su capacidad de subsistencia es muy grande.

El dueño es quien proporciona el capital y quien dirige y organiza el negocio.

El mercado que abastece es pequeño.

Su producción no está autoestimada.

Cuenta con poco personal.

- **Pequeña empresa**

La pequeña empresa tiene determinadas características que la distinguen de otros tipos de empresa (micro, mediana o grande empresa). Según las características principales de la pequeña empresa son las siguientes:

Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.

Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.

Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.

Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.

Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).

Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

- **Mediana empresa**

La mediana empresa, es aquella que ocupa hasta 250 personas (varía según el criterio local). Algunas características de las medianas empresas son:

El número de trabajadores empleados va de 101 a 250 personas.

Aunque los dueños del negocio dirigen la empresa, contratan administradores profesionales para que los auxilien.

Son empresas que cuentan con más maquinarias y equipo que las pequeñas.

Se preocupan por participar en forma más extensa, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Se siguen desarrollando y mediante fusiones o alianzas, pretenden ser grandes.

- **Gran Empresa**

Considera a las empresas grandes y gigantes a los establecimientos que ocupan más de 250 personas (lo que varía según el país).

El número de trabajadores empleados es superior a 250 personas.

La propiedad de la empresa son grandes inversionistas y accionistas, que no están ligados directamente con las actividades administrativas de la empresa.

Estas empresas poseen un cuerpo de gerentes y administradores altamente capacitados que gestionan el funcionamiento de la empresa, tanto en el campo de la producción como de sus finanzas.

Son empresas que cuentan con la tecnología, la organización y la investigación y el desarrollo más avanzado en el mercado.

Pueden actuar en el ámbito local, donde conforman grandes oligopolios o monopolios.

Pero también participan de forma exitosa en los mercados internacionales.

Viven un proceso continuo de innovación y desarrollo en todas sus áreas. Y se siguen desarrollando mediante fusiones, adquisiciones o alianzas estratégicas.

Clasificación de las empresas por su rama de actividad

Se pueden clasificar en tres tipos: industriales, comerciales y de servicios.

- **Empresas Industriales**

A la industria se le define como el conjunto de actividades productivas que el hombre realiza de un modo organizado, con el apoyo de máquinas y herramientas. (García 1994), La principal función de la empresa industrial es la producción de bienes a través de la transformación o extracción de materias primas.

La empresa industrial es una asociación de personas que unen sus capitales o industrias, es decir, su dinero, la fuerza de trabajo y capacidad personal de los socios. Emprenden operaciones mercantiles y tienen participación de sus capitales a través de la venta de sus productos.

Características de la empresa industrial

Forma parte del sector económico más importante de un país, como es el de la producción de bienes y prestación de servicios.

Parte de sus funciones, es el de transformar u obtener un producto nuevo.

Contribuye al desarrollo socioeconómico del país, creando recursos y fuentes de empleo.

A través de sus productos brinda satisfacción de acuerdo a lo que el consumidor requiere.

Una empresa industrial se concentra en tres áreas básicamente:

Planta Industrial. Debe existir un lugar físico donde se transforme la materia prima en el nuevo producto. También se le conoce como fábrica o taller.

Administración. Todo negocio o empresa requiere de organización en sus áreas físicas, en la económica, en la producción y comercialización con el fin de obtener los resultados que se desean.

Comercialización. Es la venta de los productos que elabora la empresa industrial.

• Empresas Comerciales

Son intermediarios entre el productor y el consumidor, y su función principal, es la compra y venta de productos terminados. García (1994),

Pueden ser de tres tipos:

Mayoristas: son empresas que efectúan ventas a gran escala y que distribuyen el producto directamente al consumidor.

Minoristas o detallistas: son los que venden productos al menudeo, con cantidades al consumidor.

Comisionistas: se dedican a vender mercancías que los productores les dan, a consignación percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

• Empresas de servicios

Se denominan empresas de servicios a aquellas que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades (de recreación, de capacitación, de medicina, de asesoramiento, de construcción, de turismo, de televisión por cable, de organización de una fiesta, de luz, gas etcétera) a cambio de un precio. Pueden ser públicas o privadas.

El producto que ofrecen es intangible (no puede percibirse con los sentidos), aunque sí se puede observar que se ha creado toda una red de personal y equipamiento que permiten llevar a cabo su cometido. Por ejemplo, en el servicio de transporte existen chóferes, vehículos, oficinas de atención al público, etcétera, pero lo que se vende es el transporte como servicio en sí mismo, el traslado de un lugar a otro, el resto son medios para alcanzar el objetivo. En estas empresas, no se compra un producto ya hecho, como ocurre con un par de zapatos, sino que la prestación que se contrata consiste en un hacer y no en un dar.

- **Empresa de servicio financiero**

El sector de los servicios financieros, denominado sector financiero, corresponde a una actividad comercial, prestadora de servicios de intermediación relacionados al ámbito de la generación de valor a través del dinero.(Santillán, A. 2010),

Desde el punto tributario, son actividades que están clasificadas en el comercio. Tributan en la 1º Categoría, sobre la base de rentas efectivas. Las actividades que incluye este sector de los servicios financieros son principalmente:

Bancos e instituciones financieras: Bancos internacionales y extranjeros, representaciones.

Oferta y contratación de seguros: Empresas de seguros generales, de vida, de crédito, corredores.

Administradoras de fondos: Generales, de pensiones, mutuos, para la vivienda, de inversión.

Mercado de valores: Bolsas de comercio y de valores, corredores.

Otros servicios financieros: Factoraje, arrendamiento financiero, casas de cambio.

La bolsa de valores o de comercio, es una inversión a largo plazo de los 144 países miembros de ésta, los cuales tienen la facilidad de negociaciones de compra-venta.(comercio).

Gestión Comercial

La Gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto. El contacto entre fabricante y consumidor final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial entre medio. Porque se sabe que es necesario tener registradas todas las acciones comerciales, obtener listados y explotar datos.

La definición de Gestión comercial dentro de una organización se aplica tanto a la política y los niveles de transacción. Las políticas comerciales se refieren a las reglas o prácticas que definen cómo las empresas se llevarán a cabo y las condiciones generales bajo las cuales las relaciones externas se llevarán a cabo. Muchas de estas políticas se reflejan en

los términos de cualquier contrato en el que la organización se compromete. A nivel de transacciones, gestión comercial se aplica a través de la supervisión de las relaciones comerciales para garantizar su cumplimiento con los objetivos empresariales o políticas y de entender o manejar las consecuencias financieras y el riesgo de cualquier variación. (Certo, S 2001).

Estrategia

Las estrategias ayudan a una empresa a recabar, organizar y analizar información. Vigilan la industria y las tendencias competitivas, desarrollan el análisis de escenarios y los modelos para el pronóstico, evalúan el desempeño de la dirección y de las divisiones, detectan nuevas oportunidades de mercado, identifican las amenazas para la empresa y elaboran planes de acción creativos. (Valdés. 1991)

Estrategias Comerciales

La Estrategia Comercial es el plan para llevar los productos al mercado y sobrevivir en el tiempo. Sin un plan, fácilmente se puede perder el rumbo y perder el negocio.

Esta estrategia comercial o estrategia de marketing, es una combinación de herramientas que le permitirán llegar al mercado que usted busca. Estas herramientas se resumen en las "5 P" del marketing: Al elaborar esta estrategia, se supone que están definidos los temas más amplios y prioritarios: la razón de ser del negocio, los objetivos generales y de largo plazo que se espera alcanzar, etc. (Certo S, 2001)

Para la presente investigación se aplicará un modelo basado en 4 etapas:

Diagnóstico: Análisis interno y externo (FODA)

Diseño: Definir la estrategia (5P)

Implementación: Hacer realidad las decisiones tomadas

Medición de resultados: Control de gestión para evaluar el éxito de la estrategia.

2.3.4.3. Etapas del Modelo:

1. Análisis interno y externo (FODA): Siempre la primera etapa para definir una estrategia, debe ser diagnosticar la empresa y el entorno para saber con qué se cuenta y que es lo que se debe mejorar.

2. Definición de la estrategia: Teniendo claro las fortalezas y oportunidades, así como las debilidades y las amenazas, se está en condiciones de definir el "mix comercial", es

decir, las combinaciones de características del producto, precio, promoción, post-venta y distribución.

3. Implementación: En esta etapa se organizan las acciones concretas que se debe seguir para que la estrategia se haga realidad. Hay que considerar siempre hacer un plan de trabajo con las actividades más urgentes al principio. Para cada actividad se debe fijar plazos razonables y anotarlos. Además, cada actividad debe tener un objetivo, que será el resultado esperado.

4. Medición: Se debe saber si el negocio marcha en el camino correcto acorde a la estrategia. Para saberlo, en esta etapa se hacen controles usando indicadores de gestión, los que ayudaran a medir en forma objetiva si la estrategia es un aporte para el negocio.

El sistema financiero

Un sistema financiero es el conjunto de instituciones que tiene como objetivo canalizar el ahorro de las personas. Esta canalización de recursos permite el desarrollo de la actividad económica (producir y consumir) haciendo que los fondos lleguen desde las personas que tienen recursos monetarios excedentes hacia las personas que necesitan estos recursos

2.3.4.4 El Sistema Financiero Ecuatoriano

En nuestro país el Sistema Financiero Ecuatoriano se encuentra constituido por sociedades financieras que ayudan a mecanizar, organizar y captar el ahorro de las personas y empresas de manera formal y además ofrecen varios tipos de servicios financieros, que ayudan a las personas a mejora su estilo de vida y a satisfacer sus necesidades de dinero, ahorro e inversión.

Los intermediarios financieros crediticios se encargan de captar depósitos del público y, por otro, prestarlo a los demandantes de recursos. El sistema financiero ecuatoriano se encuentra compuesto por instituciones financieras privadas (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas); instituciones financieras públicas; instituciones de servicios financieros, compañías de seguros y compañías auxiliares del sistema financiero, entidades que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos, constituyéndose los bancos en el mayor y más importante participante del mercado con más del 90% de las operaciones del total del sistema. (Compañías, 2012)

2.3.4.5 Entidades Financieras que operan dentro del Sistema Financiero Ecuatoriano

Dentro de las instituciones que tiene el Sistema Financiero Ecuatoriano se puede detallar las siguientes según el sector al que enfocan su operación

- **Banco:** Es una institución que por un lado se encarga de cuidar el dinero que es entregado por los clientes y por el otro utiliza parte del dinero entregado para dar préstamos cobrando una tasa de interés.
- **Sociedad Financiera:** Institución que tiene como objetivo fundamental intervenir en el mercado de capitales y otorgar créditos para financiar la producción, la construcción, la adquisición y la venta de bienes a mediano y largo plazo.
- **Mutualistas:** La unión de personas que tienen como fin el apoyarse los unos a los otros para solventar las necesidades financieras. Generalmente las mutualistas invierten en el mercado inmobiliario. Al igual que las cooperativas de ahorro y crédito están formadas por socios. (SBS, 2012)
- **Cooperativas de Ahorro y Crédito:** Es la unión de un grupo de personas que tienen como finalidad ayudarse los unos a los otros, para alcanzar sus necesidades financieras. La cooperativa no está formada por clientes sino por socios, ya que cada persona posee una pequeña participación dentro de esta.

2.3.4.6 Cooperativas existentes en el Ecuador

Hugo Jácome, superintendente de Economía Popular y Solidaria (SEPS), informó que el 55,7% está concentrado en el área de servicio y el 27,6% en ahorro y crédito. En Ecuador existen actualmente cerca de 3.255 cooperativas, de las cuales 945 son de ahorro y crédito. (Jácome H, 2015).

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria asumirá los controles a partir de este mes. Solo en Tungurahua existen 402 entidades, entre cooperativas, corporaciones y cajas de crédito. (Revista)

En el cantón Pelileo en la actualidad existen 20 Cooperativas de ahorro y crédito, las que se consideran competencia directa para la Cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. Son los siguientes:

- Cooperativa de ahorro y Crédito Oscus
- Cooperativa de ahorro y Crédito San Fran Cisco
- Cooperativa de ahorro y Crédito Kullki Wasi

- Cooperativa de ahorro y Crédito Cámara de Comercio

2.3.5 Modelo De Gestión Por Procesos



FUENTE: Modelo de gestión por procesos
ELABORADO POR: Gabriela Moya

BPM

BPM - Mejora continua de Procesos

BPM – Business Procesos Management

Productos de modelado de procesos

Productos de ejecución de procesos

El actual escenario económico y la gran competitividad en los negocios, demanda una mayor agilidad por parte de las empresas para afrontar los cambios. Frecuentemente, esta agilidad se ve frenada por la estructura de sistemas y aplicaciones de las organizaciones, entornos poco flexibles que limitan la capacidad de adaptación al cambio. Esta rigidez hace que cualquier necesidad de negocio requiera implementar un desarrollo técnico, instalar una nueva solución, etc. Las organizaciones demandan soluciones fiables y que a su vez les doten de la suficiente flexibilidad para hacer frente a un mercado tan cambiante como el actual, haciéndolas ms competitivas.

• **La Gestión por Procesos BPM**

El modelo de gestión por procesos está dirigido a sacarle el máximo rendimiento a los procesos de la organización, dotándoles de capacidad para reaccionar de manera autónoma a los cambios mediante la mejora continua y la flexibilidad de la arquitectura.

Business Procesos Management (BPM) es la solución tecnológica que, a través de un marco de trabajo fiable y robusto, permite articular este modelo de gestión dando respuesta a las necesidades de deseear, controlar y medir los procesos.

Agilidad, flexibilidad, trazabilidad, mejora continua de procesos, todo esto suena bien. Pero... por qué no todas las organizaciones abordan una iniciativa de gestión por procesos Este tipo de proyectos no consiste únicamente en instalar una solución BPM determinada. Una iniciativa de gestión por procesos requiere de una fuerte implicación de la Organización y de que exista una estrategia bien definida del proyecto. (Yépez,M. 2009)

2.3.6 Modelos De Gestión Empresarial



- **Sensibilización**

Antes de enfrentarse a un proceso de implantación de cualquier tipo de modelo, metodología o herramienta, es necesario que todas las personas que intervienen en el proceso entiendan sus ventajas e inconvenientes, así como la relación esfuerzo beneficio que se espera obtener. Por eso diseñamos sesiones de sensibilización y dinámicas específicas para cada colectivo implicado, desde el Comité de Dirección hasta la última persona en la escala jerárquica.

- **Diagnostico**

Una vez asumidos y conocidos por la Dirección los fundamentos básicos de la metodología a implantar, realizamos un diagnóstico de situación de la organización, con el nivel de detalle necesario para poder tomar decisiones sobre qué tipo de implantación se debe llevar a cabo. Este diagnóstico suele incluir también la priorización de las áreas de mejora identificadas en el diagnóstico.

- **Formación**

Para facilitar la implantación, diseñamos el programa formativo que se necesite, a medida y en función de los diferentes colectivos implicados, con la garantía de nuestra experiencia en Formación de Empresarios, Formación de Directivos, Formación de Formadores, y otros programas formativos desarrollados junto a nuestros partners.

- **Planificación**

La probabilidad de éxito de un proyecto de implantación es directamente proporcional al nivel de excelencia de su planificación. Por eso ayudamos no sólo a definir los planes de acción y recursos necesarios, sino también a identificar y gestionar los riesgos de todo tipo que podrían ocurrir.

- **Implantación y Seguimiento**

Una planificación excelente no garantiza por si sola el éxito de un proyecto, sino que debe ir acompañada siempre de una adecuada dirección de implantación, así como de los mecanismos de seguimiento y mejora necesarios. Por eso ayudamos a la organización en esta fase al nivel que se necesite. (Emmanuel-Casbarr.2012).

A partir de nuestro modelo de servicios ofrecemos soluciones en diferentes áreas de la gestión empresarial como:

- ✓ Excelencia en la Gestión
- ✓ Gestión por Procesos
- ✓ Modelo EFQM de Excelencia
- ✓ Excelencia en la Gestión
- ✓ Gestión de la Innovación
- ✓ Relación con Grupos de Interés
- ✓ Liderazgo y Dirección de Equipos
- ✓ Equipos de Alto Rendimiento
- ✓ Desarrollo Estratégico
- ✓ Cuadro de Mando Integral

En la presente investigación se analizó tres modelos de gestión, la cual se optó por el modelo de gestión empresarial, en el cual está enfocado en la toma de decisiones, experiencia, planificación y una adecuada dirección de implantación y seguimiento, ya que esta información recopilada nos permitirá fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.

Según (Flores,J.2004) Manifiesta La gestión empresarial es administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones, realizar el seguimiento y control de la recaudación de los ingresos, del

manejo de las cuentas por cobrar, de las existencias, etc. Dentro de la gestión se incluye la planeación, organización, dirección y control. La planeación, se aplica para aclarar, ampliar y determinar los objetivos y los cursos de acción que deban tomarse; para la previsión; establecer condiciones y suposiciones; seleccionar e indicar las áreas para el logro de los objetivos; establecer un plan de logros; establecer políticas, procedimientos, estándares y métodos de logros; anticipar los problemas futuros posibles; modificar los planes y los resultados del control.

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.

Puntos críticos y determinantes de la competitividad a diferentes niveles:

Nivel Micro:

- Capacidad de gestión
- Estrategias empresariales
- Gestión de innovación
- Prácticas en el ciclo de producción
- Capacidad de integración en redes de cooperación tecnológica
- Logística empresarial

Nivel Macro:

- Política de infraestructura fiscal
- Política educacional
- Política tecnológica
- Política de infraestructura industrial
- Política ambiental
- Política regional
- Política de comercio exterior

2.3.6.1. Clasificación de la gestión empresarial según sus diferentes técnicas:

Gestión empresarial es un término que abarca un conjunto de técnicas que se aplican a la administración de una empresa y dependiendo del tamaño de la empresa, dependerá la dificultad de la gestión del empresario o productor. El objetivo fundamental de la gestión

del empresario es mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad, asegurando la viabilidad de la empresa en el largo plazo.

A continuación las técnicas de gestión empresarial:

- **Análisis Estratégico:** diagnosticar el escenario identificar los escenarios político, económico y social internacionales y nacionales más probables, analizar los agentes empresariales exógenos a la empresa.
- **Gestión Organizacional o Proceso Administrativo:** planificar la anticipación del que hacer futuro de la empresa y la fijación de la estrategia y las metas u objetivos a cumplir por la empresa; organizar, determinar las funciones y estructura necesarias para lograr el objetivo estableciendo la autoridad y asignado responsabilidad a las personas que tendrán a su cargo estas funciones.
- **Gestión de la Tecnología de Información:** aplicar los sistemas de información y comunicación entra y extra empresa a todas las áreas de la empresa, para tomar decisiones adecuadas en conjunto con el uso de internet.
- **Gestión Financiera:** obtener dinero y crédito al menos costo posible, así como asignar, controlar y evaluar el uso de recursos financieros de la empresa, para lograr máximos rendimientos, llevando un adecuado registro contable.
- **Gestión de Recursos Humanos:** buscar utilizar la fuerza de trabajo en la forma más eficiente posible preocupándose del proceso de obtención, mantención y desarrollo del personal. León, (2007)

2.4 IDEA A DEFENDER

La elaboración del modelo de Gestión Comercial fortalecerá los procesos de Créditos y atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo.

2.5 VARIABLES

Independiente

Modelo de Gestión Comercial

Dependiente

Fortalecer los procesos de créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad

La modalidad que se empleara para la realización de la presente investigación será un enfoque mixto de investigación; el cual es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento de un problema. Se usan métodos de los enfoques cualitativos y cuantitativos y pueden involucrar la conversión de los datos entre sí, el enfoque mixto puede utilizar los dos enfoques para romper distintas preguntas de

investigación de un planteamiento de un problema. (Hernández Sampieri , Fernández Collado, & Baptista , 2006).

3.2 Tipos de investigación

Los tipos de investigación que vamos a utilizar en la elaboración del modelo de gestión comercial son:

3.2.1. Investigación de campo:

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad de donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que todo hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.(Martins & Palella, 2013).

La investigación de campo nos ayudará a la recolección de información necesaria para la elaboración del proyecto a través de las encuestas que se realizarán a los funcionarios y socios de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo.

Se realizara encuestas al asesor de créditos para conocer la caracterización de los créditos es decir requisitos para otorgar procesos de evaluación, montos aspectos relacionados a créditos vencidos

3.2.2 Investigación descriptiva:

La investigación descriptiva reseña las características de un fenómeno existente. Los censos nacionales son investigaciones descriptivas, lo mismo que cualquier encuesta que evalúe la situación actual de cualquier aspecto. (Salkind, N. 1998).

A través de esta investigación llegaremos a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción de las actividades que realizan las personas que obtuvieron los créditos.

3.3 MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Métodos

Método analítico:

Según (Lara, E. 2011), es el procedimiento mediante el cual se divide un todo en partes, las cuales son estudiadas con atención para llegar a un juicio, que sirve para el todo una vez reconstruido.

Se utilizará este método para realizar un análisis más profundo de los procesos de crédito y atención al cliente.

Método inductivo:

Con este tipo se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a las conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones. (Muñoz, 2011).

Este tipo de investigación permitirá obtener una información clara de un modelo de gestión comercial.

3.3.2 Técnicas

Entrevista:

La entrevista es un proceso de interacción dinámica de comunicación entre dos personas, entrevistador y entrevistado bajo el control del primero, la finalidad es conseguir información lo más profunda posible, sobre el objeto de análisis que se plantea.

Esta técnica se utilizara con el jefe de agencia para obtener información referente a los procesos que se realizan para la otorgación de créditos y atención al cliente.

Encuesta:

Es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a un número de personas con el fin de obtener la información necesaria para una investigación. (Escudero, M.2011).

Para el desarrollo de la investigación se realizará encuestas a los socios de la Cooperativa que realicen créditos, y a los funcionarios que desempeñan actividades en la institución.

Observación:

Es aplicar atentamente los sentidos a un objeto o a una situación con el fin de estudiarlos tal como se presentan en la realidad.(Landeau,R.2007).

La presente investigación será necesario que la investigadora realice visitas a la cooperativa con el fin de verificar personalmente los procedimientos comerciales, cobros de créditos.

3.3.3 Instrumentos

Diseño del cuestionario:

Es un marco formalizado que consta de un conjunto de preguntas y escalas diseñadas para generar datos primarios. La elaboración de cuestionarios supone tomar los conjuntos de mediciones establecidos de una escala y darles forma en un instrumento para recabar datos de los entrevistados. (Hair Jr, Bush y Ortinau, 2009).

El presente cuestionario nos permitirá hacer un levantamiento de información con el fin de obtener los resultados esperados dentro de la cooperativa Mushuc Runa. Ltda Agencia Pelileo.

El presente cuestionario nos permitirá realizar

Guía de observación:

Consiste en mirar y registrar sistemáticamente las pautas de conducta de personas, funcionamiento de las cosas, sucesos y otros fenómenos. (Castro,J.2015).

Nos permitirá conocer cuáles son las necesidades de los socios al momento de realizar los créditos.

3.4 Población y muestra

Por un lado el universo de estudio de esta investigación la constituye la población Económicamente Activa (PEA) del cantón Pelileo, que está integrada por 56.600 habitantes. Instituto Nacional de Estadística y Censos, (2010) dicha población forma parte del mercado potencial de la cooperativa de Ahorro y Crédito; y por otro lado el universo conformado por la totalidad de socios de la cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo los cuales representan el mercado o demanda real existente para la organización, dicha población de socios ascienden a 9300.

La muestra se calculara con la siguiente formula

Tabla 1: Población y socios del cantón Pelileo.

POBLACIÓN DE PELILEO	SOCIOS
-----------------------------	---------------

$n = \frac{Z^2 pq N}{e^{2(N-1)} + Z^2 pq}$ $\frac{1.96^2 0.5 * 0.5 * 56600}{0.05^2 (56600 - 1) + 1.96^2 0.5 * 0.5}$ $n = \frac{54358,64}{142,46}$ <p>n=382</p>	$n = \frac{Z^2 pq N}{e^{2(N-1)} + Z^2 pq}$ $n = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5 * 9300}{0.05^2 (9300 - 1) + 1.96^2 0.5 * 0.5}$ $n = \frac{8931,72}{27,71}$ <p>n=322</p>
---	---

FUENTE: La muestra calculada
REALIZADO POR: Gabriela Moya

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

P= probabilidad de éxito

Q= probabilidad de fracaso

E= error de estimación

Z= valor estandarizado que resulta dependiendo de (e=1.96)

3.5 RESULTADOS

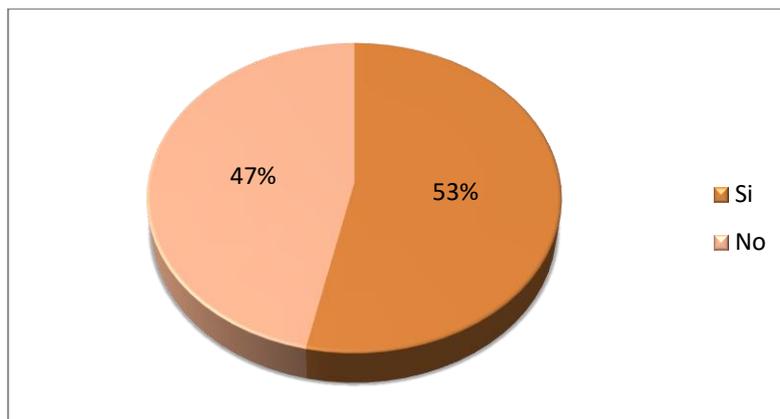
3.5.1 Encuestas a socios de la cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo

1. ¿Considera usted que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. cuenta con infraestructura adecuada y confortable?

Tabla 2: Cuenta la Cooperativa con una infraestructura adecuada y confortable.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	172	53%
No	150	47%
Total	322	100%

Gráfico 1: Cuenta con infraestructura adecuada y confortable



FUENTE: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo.

ELABORADO POR: Gabriela moya

ANÁLISIS:

De los socios encuestados el 53% responden que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Si tiene una adecuada infraestructura, y el 47 % de los socios responden que no tiene una infraestructura lo que deberían tomar en cuenta para que los socios se encuentren en un ambiente confortable.

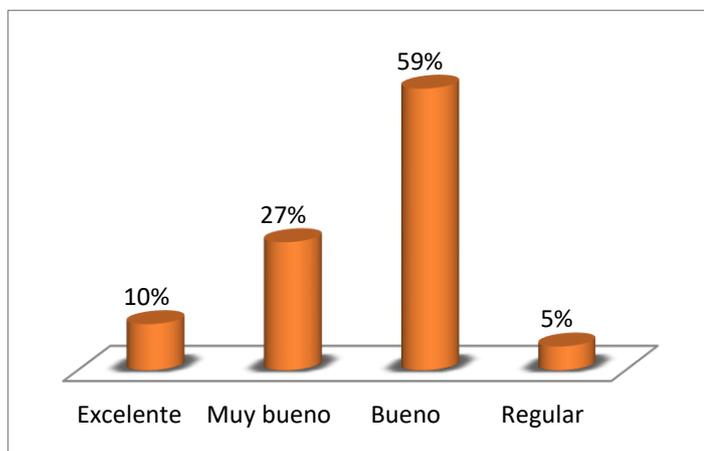
- 1. Los intereses que se pagan al momento de haber recibido el préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. como los considera usted?**

Tabla 3: Como considera usted los intereses que paga en la Cooperativa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	31	10%
Muy bueno	86	27%

Bueno	189	59%
Regular	16	5%
Total	322	100%

Gráfico 2: Como considera usted los intereses que paga en la Cooperativa



FUENTE: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo.

ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

El 59% de los socios encuestados responden que es bueno los intereses que cobran en la cooperativa, mientras que el 27% consideran que es muy bueno, el 10% es excelente y en cambio el 5% de los encuestados opinan que es regular.

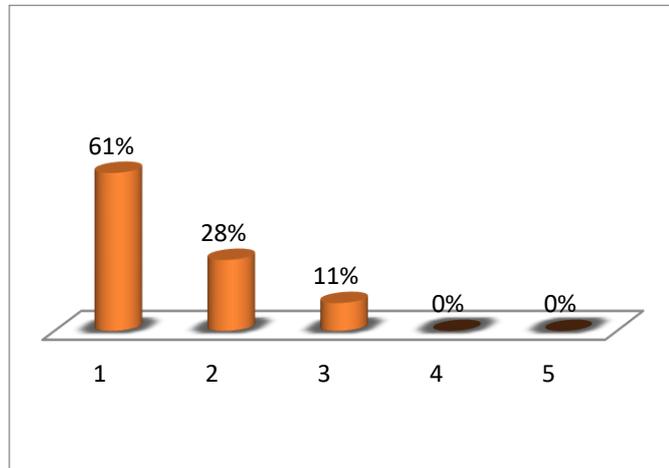
2. En el periodo Enero – Julio 2015 cuantos créditos ha obtenido en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.

Tabla 4: De Enero a Julio del 2015 cuantos creditos ha obtenido en la Cooperativa.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	198	61%
2	89	28%
3	35	11%

4	0	0%
5	0	0%
Total	322	100%

Gráfico 3: De Enero a Julio del 2015 cuantos creditos ha obtenido en la Cooperativa.



FUENTE: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo.
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

Al observar la gráfica podemos darnos cuenta que el 61% de los socios han realizado un crédito, el 28% de los encuestados han realizado 2 créditos durante los meses de Enero a Julio y solo el 11% de los socios han realizado 3 créditos.

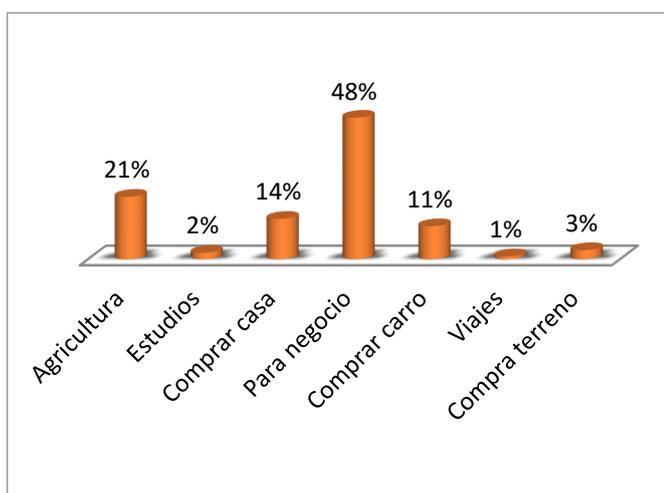
3. ¿En la actualidad usted necesita un crédito?¿Para qué necesidad? Señale los siguientes ítems.

Tabla 5: En la actualidad usted necesita un crédito para que necesidad.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	68	21%
Estudio	7	2%
Comprar casa	44	14%
Para negocio	154	48%

Comprar carro	36	11%
Viajes	3	1%
Compra de terreno	10	3%
Total	322	100%

Gráfico 4: En la actualidad usted necesita un crédito para que necesidad.



FUENTE: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

De las encuestas realizadas a socios de la cooperativa tenemos que el 48% de los socios necesitan un crédito para poner en marcha un negocio, como para utilizar en el negocio ya establecido en la compra de maquinaria y materia prima etc., en cambio el 21% lo necesitan para la agricultura, el 14% lo utilizan para adquirir una vivienda, el 11% solicitan un crédito para comprarse un vehículo, el 3% de los encuestados es para comprar un terreno, el 2% es para estudios y el 1% es para viajes.

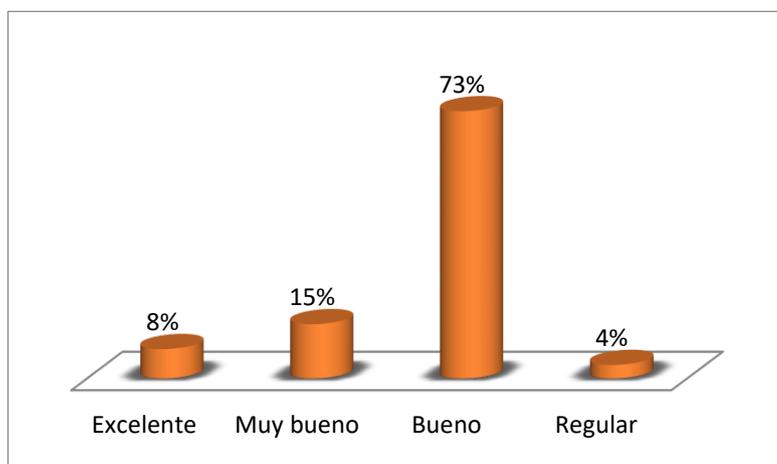
4. ¿Cómo usted considera la atención del asesor de créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda?

Tabla 6: Como usted considera la atención del asesor de Créditos en la Cooperativa.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
---------	------------	------------

Excelente	26	8%
Muy bueno	48	15%
Bueno	236	73%
Regular	12	4%
Total	322	100%

Gráfico 5: Como usted considera la atención del asesor de Créditos en la Cooperativa.



FUENTE: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

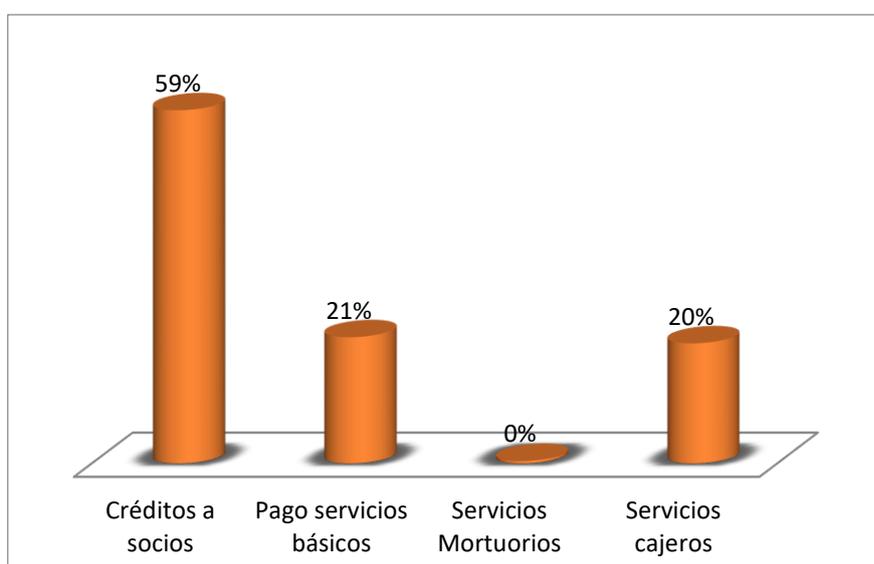
Al revisar las encuestas realizadas a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda, respecto a la atención que se realizó al asesor de créditos podemos ver que el 73% de los socios responden que es bueno, un 15% dicen que la atención del asesor es muy bueno, el 8% considera que es excelente su atención y solo el 4% comentan que es regular.

**6.¿Conoce los diferentes servicios que presta su entidad financiera al socio?
 ¿Cuáles?**

Tabla 7: Conoce los diferentes servicios que presta su entidad financiera al socio.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Créditos a socios	289	59%
Pago servicios básicos	103	21%
Servicios Mortuorios	2	0%
Servicios cajeros	98	20%
Total	492	100%

Gráfico 6: Conoce los diferentes servicios que presta su entidad financiera al socio



FUENTE: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

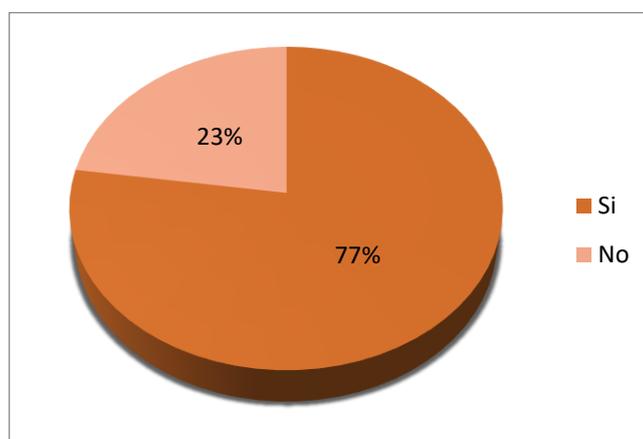
De las encuestas realizadas a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Respondieron que de los servicios que presta esta entidad un 59% conocen sobre los créditos a socios que presta la cooperativa, el 21% de los socios conocen sobre el pago de servicios básicos, y 20% sabe de la existencia de los cajeros.

7¿Considera usted que la Cooperativa, le brinda atención a sus requerimientos en los tiempos adecuados?

Tabla 8: Considera usted que la Cooperativa, le brinda atención a sus requerimientos en los tiempos adecuados

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	249	77%
No	73	23%
Total	322	100%

Gráfico 7: Considera usted que la Cooperativa, le brinda atención a sus requerimientos en los tiempos adecuados



FUENTE: Encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

Podemos ver que el 77% de los socios responden que la atención que brinda la cooperativa si es bueno, en cambio un 23% dicen que la atención que brinda no es muy adecuada para sus socios.

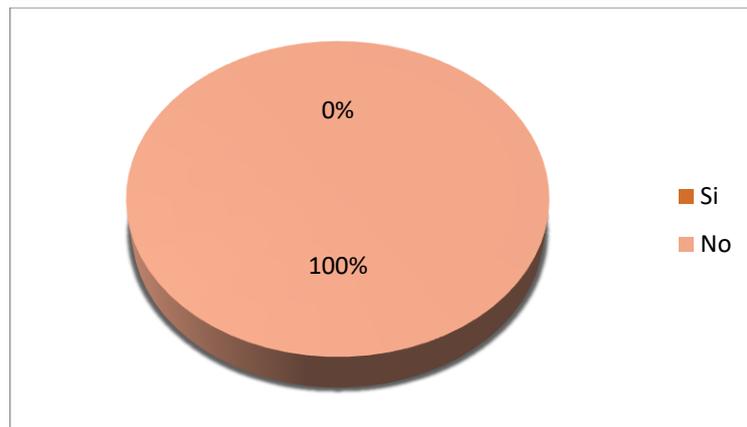
3.5.2 Encuestas a los funcionarios de la cooperativa Mushuc Runa Ltda., con Modelo de Gestión Comercial enfocado a fortalecer los procesos de crédito y atención al cliente

1. ¿Posee la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., un modelo de gestión comercial enfocado a fortalecer los procesos de crédito y atención al cliente?

Tabla 9: Posee la Cooperativa un modelo de gestión comercial enfocado a fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	9	100%
Total	9	100%

Gráfico 8: Posee la Cooperativa un modelo de gestión comercial enfocado a fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.



FUENTE: Encuesta realizada a los funcionarios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS

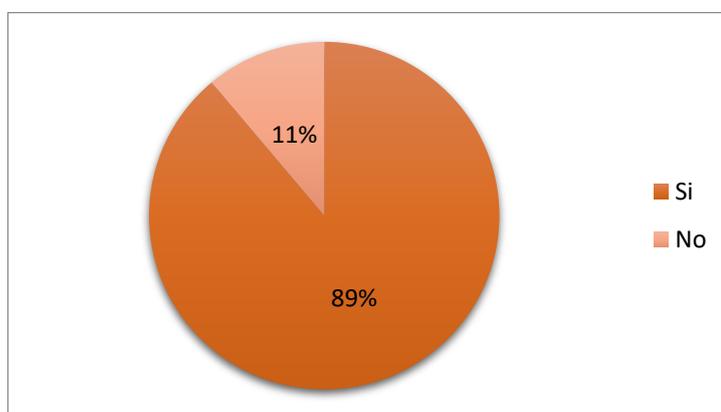
Al observar la gráfica podemos darnos cuenta que el 100% de los encuestados responden que la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda., no cuenta con un modelo de gestión comercial para fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.

2. ¿Usted ha recibido capacitaciones, seminarios por parte de la cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda ?

Tabla 10: Usted ha recibido capacitaciones, seminarios por parte de la Cooperativa.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	89%
No	1	11%
Total	9	100%

Gráfico 9: Usted ha recibido capacitaciones, seminarios por parte de la Cooperativa.



FUENTE: Encuesta realizada a los funcionarios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo

ELABORADO POR: Gabriela moya

ANÁLISIS:

El 89% de los encuestados responden que si han recibido capacitaciones por parte de la cooperativa, y el 11% no han recibido las capacitaciones pertinentes.

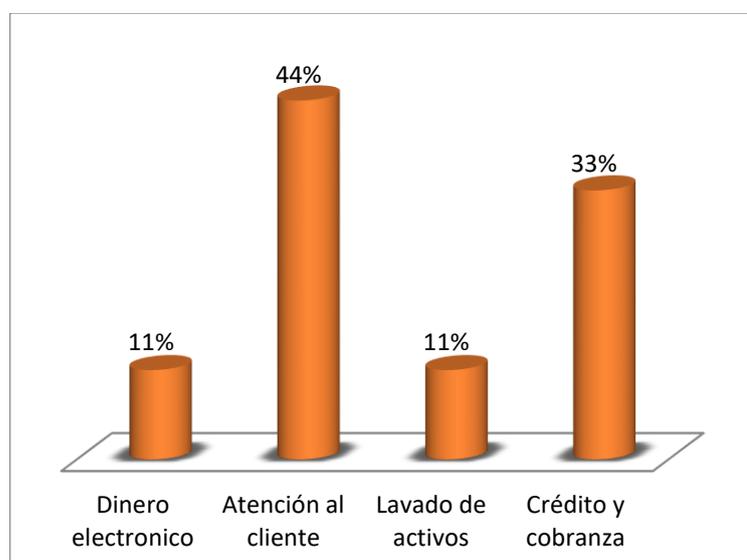
¿Usted ha recibido capacitaciones, seminarios por parte de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. Cuáles?

Tabla 11: Han recibido capacitaciones los funcionarios de la Cooperativa de ahorro y Crédito Mushuc Runa.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Dinero electrónico	1	11%

Atención al cliente	4	44%
Lavado de activos	1	11%
Crédito y cobranza	3	33%
Total	9	100%

Gráfico 10: Capacitaciones que han recibido los funcionarios de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa.



FUENTE: Encuesta realizada a los funcionarios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

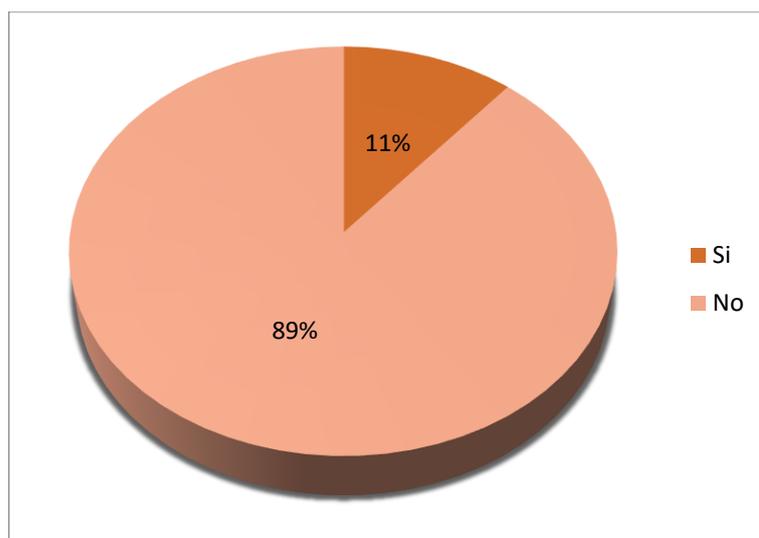
Al observar la gráfica podemos decir que el 44% de los funcionarios han recibido capacitaciones para su buen desempeño en su área de trabajo, el 33% han recibido un seminario de créditos y cobranza, el 11% han recibido una capacitación de dinero electrónico, y 11% en lavados de activos

¿Se han definido en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., estrategias enfocadas a la fidelización de los socios?

Tabla 12: Se ha definido en la cooperativa estrategias enfocadas a la fidelización de los socios.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	11%
No	8	89%
Total	9	100%

Gráfico 11: Se ha definido en la Cooperativa estrategias enfocadas a la fidelización de los socios.



FUENTE: Encuesta realizada a los funcionarios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

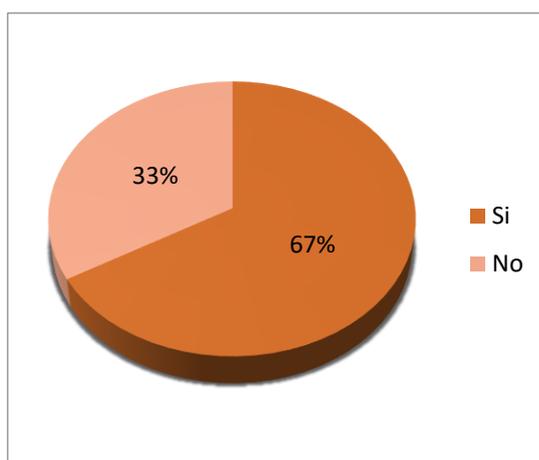
De las encuestas realizadas a los funcionarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., respondieron en un porcentaje del 89% que no han realizado ningunas estrategias para la fidelización de los socios, y el 11% de los encuestados respondieron que si han realizado estrategia.

3. ¿Las habilidades y el buen desempeño son valoradas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. a través de incentivos económicos, condecoraciones u otros al personal?

Tabla 13: Las habilidades y desempeño de los funcionarios son valoradas en la cooperativa con incentivos económicos, condecoraciones

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	67%
No	3	33%
Total	9	100%

Gráfico 12: Las habilidades y desempeño de los funcionarios son valoradas en la Cooperativa con incentivos económicos, condecoraciones



FUENTE: Encuesta realizada a los funcionarios de la cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

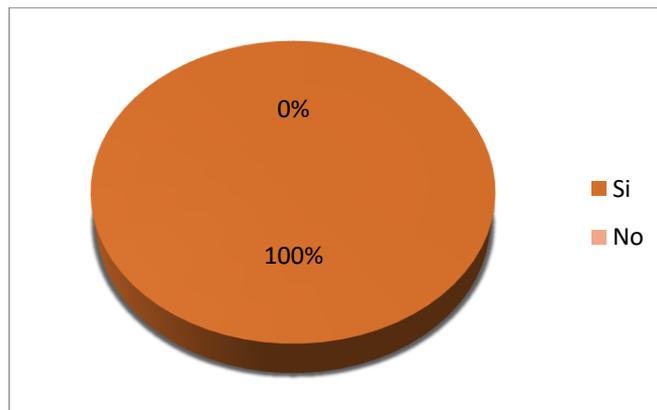
Una vez realizado las encuestas a los funcionarios el 67% responde que si han recibido incentivo económico y el 33% respondieron que no han recibido dichos beneficios, por lo que manifiesto en forma general que la cooperativa debería incentivar a los funcionarios para su mejor desempeño.

¿Se realizan reuniones periódicas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Para analizar el desempeño de la Cooperativa?

Tabla 14: Se realizan reuniones periódicas para analizar el desempeño de la Cooperativa.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
Total	9	100%

Gráfico 13: Se realizan reuniones periódicas para analizar el desempeño de la Cooperativa.



FUENTE: Encuesta realizada a los funcionarios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

De los funcionarios encuestados de la Cooperativa de ahorro y Crédito Mushu Runa Ltda., el 100% responden que si realizan reuniones para el bienestar de la cooperativa.

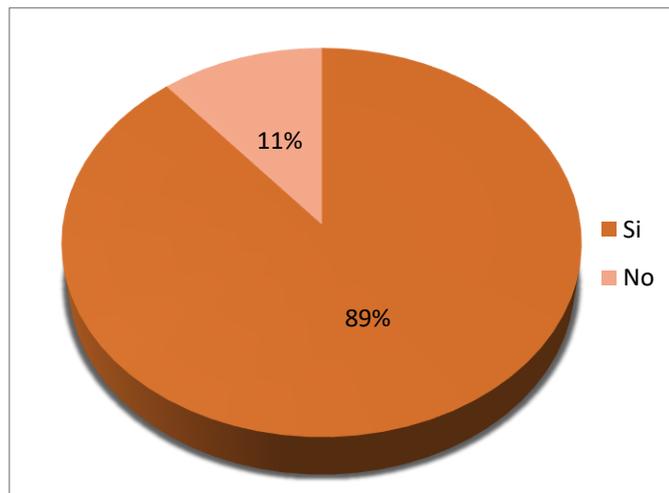
4. ¿Existe una relación cordial entre la gerencia y los empleados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda?

Tabla 15: Existe una relación cordial entre la gerencia y los empleados en la Cooperativa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
---------	------------	------------

Si	8	89%
No	1	11%
Total	9	100%

Gráfico 14: Existe una relación cordial entre la gerencia y los empleados en la Cooperativa



FUENTE: Encuesta realizada a los funcionarios de la cooperativa Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo .
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

El 89% de las encuestas realizadas a los funcionarios responden que si existen una relación cordial entre la gerencia y los empleados, y el 11% no mantiene una relación adecuada.

3.5.3 Encuestas a la población del cantón Pelileo

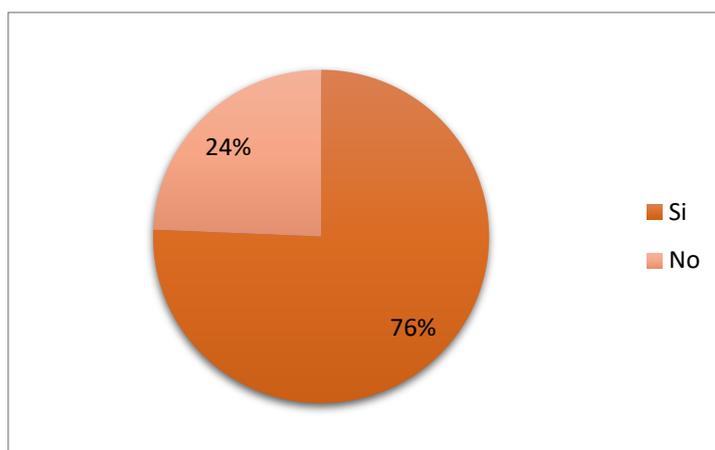
1. Posee cuenta en una Cooperativa

Tabla 16: Posee cuenta en una Cooperativa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
---------	------------	------------

Si	289	76%
No	93	24%
TOTAL	382	100%

Gráfico 15: Posee cuenta en una cooperativa



FUENTE: Encuesta realizada a la población del cantón Pelileo
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

El 76% de la población del cantón Pelileo si posee cuenta en las cooperativas en cambio solo el 24% no tiene cuenta en las cooperativas.

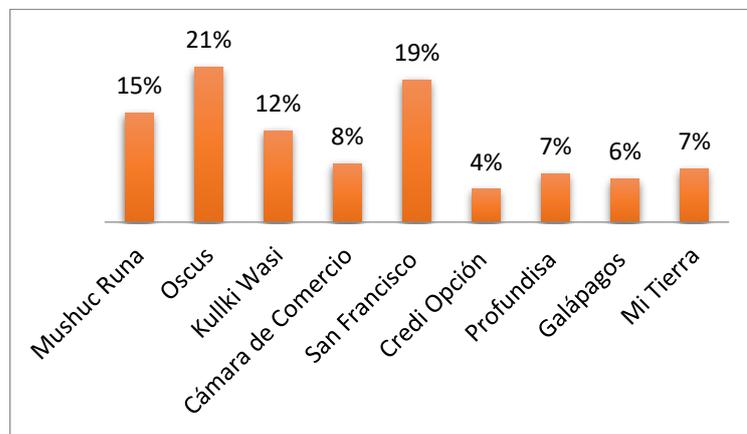
2. En qué Cooperativa usted confía sus ahorros y realiza créditos.

Tabla 17: En que Cooperativa confía usted sus créditos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mushuc Runa	43	15%
Oscus	61	21%

Kullki Wasi	36	12%
Cámara de Comercio	23	8%
San Francisco	56	19%
Credi Opción	13	4%
Produfinsa	19	7%
Galápagos	17	6%
Mi Tierra	21	7%
TOTAL	289	100%

Gráfico 16: En que cooperativa confía usted sus créditos



FUENTE: Encuesta realizada a la población del cantón Pelileo
ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

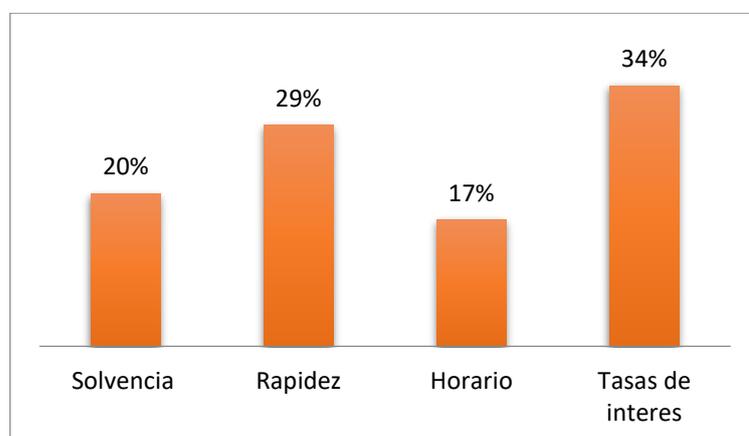
De las encuestas realizadas a la población de Pelileo el 21% nos dicen que realizan créditos y confían sus ahorros en la cooperativa de ahorro y crédito Oscus, como podemos observar el 19% de la población encuestada realizan créditos en la cooperativa San Francisco, mientras que el 15% de la población tienen créditos en la cooperativa Mushuc Runa, el 12% de la población confía sus ahorro en la cooperativa Kullki Wasi, podemos ver que solo el 8% de los encuestados realizan créditos y confían su dinero en la cooperativa Cámara de Comercio, entre los más bajos se encuentra las cooperativas Credi Opción, Produfinsa, Galápagos, Mi Tierra, de la población encuestada del Cantón Pelileo nos comenta que prefieren sacar sus créditos y confiar su dinero en cooperativas que tengas mayor trayectoria.

3. Por qué trabaja con su cooperativa

Tabla 18: Por que trabaja con su Cooperativa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Solvencia	58	20%
Rapidez	84	29%
Horario	48	17%
Tasas de interés	99	34%
TOTAL	289	100%

Gráfico 17: Por qué trabaja con su cooperativa



FUENTE: Encuesta realizada a la población del cantón Pelileo

ELABORADO POR: Gabriela Moya

ANÁLISIS:

El 34% de la población encuestada realiza sus créditos en las cooperativas por la tasa de interés que sea conveniente, en cambio el 29% de los encuestados nos comentan por la rapidez que brindan que no exigen mucho pepelo para sacar un crédito, como se puede observar en la en grafico el 20% de la población lo realizan por solvencia, y el 17% por el horario.

3.6 Hallazgos

- ✓ La cooperativa de ahorro y crédito Mushu Runa Ltda. no cuenta con una infraestructura adecuada, los socios no se sienten cómodos al momento de realizar algún retiro o pago por lo que debera tomar en cuenta el jefe de agencia para que los socios se encuentren en un habiente comfortable.

- ✓ Los socios consideran que son buenos los intereses que se pagan en la cooperativa, y otros manifiestan que son muy buenos para alcanzar la excelencia en créditos deberán enfocarse en la comodidad de sus socios.
- ✓ En el mes de Enero a Julio los socios han adquirido de dos a tres créditos durante este periodo
- ✓ La mayor parte de los socios necesitan un crédito para poner en marcha un negocio, o para utilizar en uno ya establecido, la otra parte de los socios necesitan un crédito para la agricultura, compra de una vivienda, de un vehículo, estudio.
- ✓ La atención que presta el asesor de créditos de la cooperativa es el 73% de los socios es considerada bueno,
- ✓ Los socios no tienen conocimiento de todos los servicios que ofrece la cooperativa Mushuc Runa Ltda la mayor parte de los socios solo conocen el servicio de créditos a socios, pagos servicios básicos.
- ✓ La atención que reciben los socios dentro de la cooperativa si es buena solo un menor porcentaje comenta que no es buena.
- ✓ La cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda, agencia Pelileo no cuenta con un modelo de gestión comercial para fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente.
- ✓ No todos los funcionarios de la cooperativa han recibido capacitaciones correspondientes de acuerdo a su área.
- ✓ Las capacitaciones que más han recibido los funcionarios son atención al cliente, crédito y cobranzas, dinero electrónico, lavado de activo.
- ✓ La cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa no cuenta con estrategias establecidas para la fidelización de los socios.
- ✓ Las habilidades y desempeño de los funcionarios si son valoradas por parte de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa con incentivos económicos, condecoraciones.
- ✓ La cooperativa si realiza reuniones periódicas para medir su desempeño
- ✓ Si existe una buena relación entre la gerencia y empleados porque el trabajo en equipo es lo primordial para el bienestar en la cooperativa.
- ✓ La mayoría de la población si tienen cuenta en las cooperativas pero la que más representativa es la Oscus en segundo lugar se encuentra la cooperativa San Francisco, la cooperativa Mushuc Runa se encuentra en tercer lugar.

- ✓ Lo que más toman en cuenta un socio en una cooperativa para sacar un crédito es la tasa de interés, rapidez

3.7 Verificación de idea a defender

A través de las encuestas realizadas a los socios y funcionarios se pudo observar que la cooperativa necesita realizar cambios, no cuenta con un Modelo de Gestión Comercial para fortalecer los procesos de créditos y atención al cliente por esta razón he visto la necesidad de plantear un modelo que ayude a la cooperativa a la mejora de su establecimiento tanto interno como externo.

A través del estudio técnico se pudo realizar el FODA en las cuales se pudo ver cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas que tiene la cooperativa, se realizó matrices axiológicas que servirá de guía para formular la escala de valores de esta forma diagnosticar a futuro cabe recalcar que la cooperativa no tiene valores y principios bien definidos. Se ha realizado matrices lógicas del KPI (Indicadores claves para el desempeño) son indicadores que permiten medir el desempeño de la institución, hemos realizado matrices lógicas para determinar las estrategias cuatro perspectivas con las que hemos trabajado la financiera, cliente, interna, comercialización, cada uno de ellos tiene un objetivo muy importante que servirá de gran valor para el mejoramiento de la cooperativa.

Dentro de las estrategias y planes de acción que se ha propuesto, como puedo alcanzar los objetivos o cómo puedo llegar a los resultados esperados, mediante estos cuadros se puede ver cuáles son los pasos seguir el responsable de cada área los plazos en los que se llevara a cabo para el cumplimiento de la propuesta y los recursos necesarios que necesitara para llevar a cabo el proyecto.

Las matrices lógicas son de mayor importancia para el cumplimiento de la mejora de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Muschu Runa Ltda. Agencia Pelileo mediante los hallazgos he detectado algunas falencias que no ha permitido estar en el primer lugar porque existen competencia con otras instituciones debido a que no todos los funcionarios reciben capacitaciones como se debe, para ofrecer a los socios una atención adecuada, es de gran satisfacción plantear las cuatro ejes se puede determinar que si se llevara a cabo el proyecto, se ha realizado un presupuesto para la ejecución del modelo de gestión comercial, en la cual cada área tiene su proyecto de actividad y los recursos que necesitara la institución para brindar de mejor manera el otorgamiento de créditos y una excelente atención al cliente.

4. CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

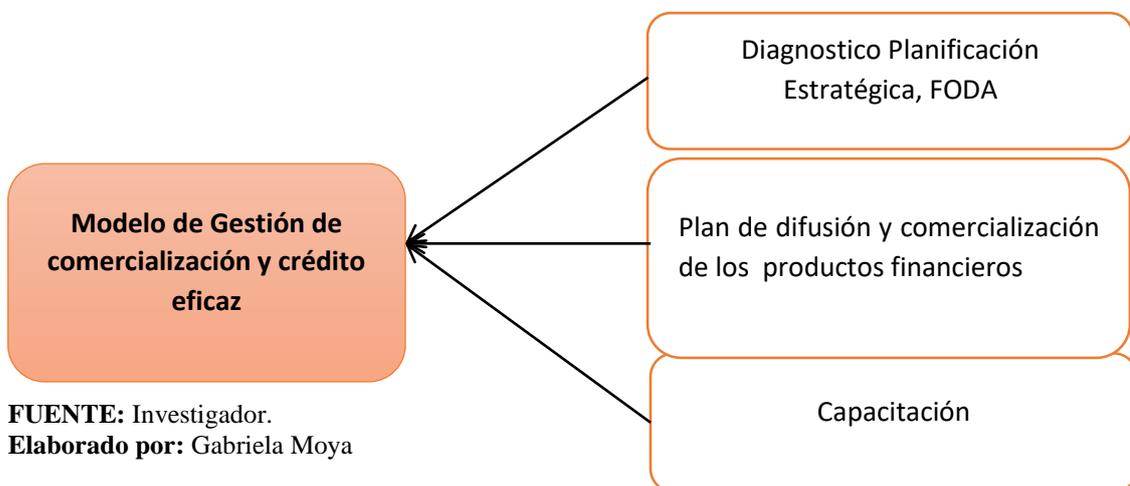
Modelo de Gestión Comercial para fortalecer los procesos de Créditos y atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo para el periodo Mayo – Octubre 2015

De acuerdo a la política que actualmente el gobierno establece, mediante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, preestablece claramente la postura de guardar a buen recaudo los recursos de las cuentas de los habientes.

Es por eso que al planificar y plantear un modelo de gestión comercial en la cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo, se da la oportunidad a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, mediante la tesista Gabriela Moya en calidad de investigadora y previo a la obtención del título de ingeniero comercial; se trata de dar una propuesta clara y específica para tratar de reducir el riesgo de morosidad y al mismo tiempo revisar los manuales de funciones y verificar si se los cumple o hacer hincapié en la capacitación para la difusión y cumplimiento de los mismos.

El planteamiento de estrategias de marketing y comercialización, previo a un estudio de mercado permitirá delinear políticas de difusión y un plan de comercialización para captar nuevos socios, y al mismo tiempo enfocar los nichos de producción y el tipo de crédito que realmente necesita el cantón Pelileo.

4.1 MODELO DE GESTIÓN



4.1.1 Factibilidad

El actual trabajo que se va a proponer tiene como fin el proponer un modelo que ayude a difundir las bondades financieras que la actual entidad crediticia denominada Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo posee, al mismo tiempo esta propuesta tendrá la capacidad de determinar cuál es el tipo de crédito y la tasa crediticia más proclive del mercado.

También se trata de plantear estrategias de marketing mismas que se pondrán en funcionamiento posterior a presentar este proyecto, sus principales beneficiarios será sus socios al poseer la mayor cantidad de información y con una atención rápida y efectiva, el personal que labore en la agencia estará capacitado y al mismo tiempo aplicara técnicas eficaces para la atención a sus socios y prestación de un buen servicio

4.2 Marco Legal

Según Usulle (2013), todas las disposiciones establecidas en el presente Manual de Crédito se han elaborado considerando los aspectos legales según:

- El Estatuto de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. agencia Pelileo.
- Ley y Reglamento General de Cooperativas.
- Código Civil y Procedimiento Civil
- Código de Comercio.
- Ley de Régimen Tributario Interno

4.2.1 Diagnóstico de Planificación

Misión

Brindar en forma integral productos y servicios financieros de calidad, bajo principios de prudencia financiera y de riesgos, manteniendo la identidad y los valores culturales, buscando y promoviendo el sumak kawsay de nuestros socios y clientes y protegiendo la pacha mama.

Visión

Ser una Institución de reconocido prestigio, solvente, competitiva, líder y modelo en la prestación de productos y servicios financieros a nivel nacional, manteniendo y promoviendo la identidad y los valores culturales.

5 Principios

La cooperativa, en el ejercicio de sus actividades, además de los principios constantes en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y

Solidario y las prácticas de buen gobierno cooperativo que constarán en el Reglamento Interno, cumplirá con los siguientes principios universales del cooperativismo:

- ✓ Servicio de calidad
- ✓ Mejoramiento continuo
- ✓ Transparencia en todas las acciones
- ✓ Compromiso con la institución confianza

Valores corporativos

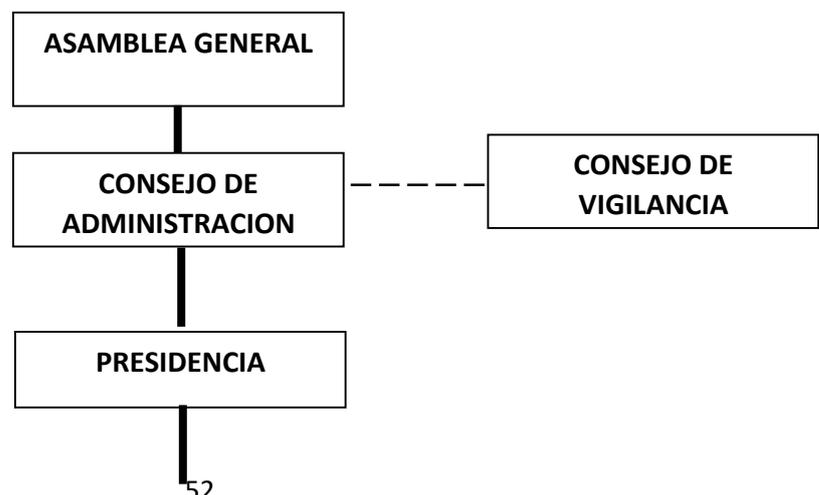
Los valores demuestran la responsabilidad ética y social en el desarrollo de las labores del negocio.

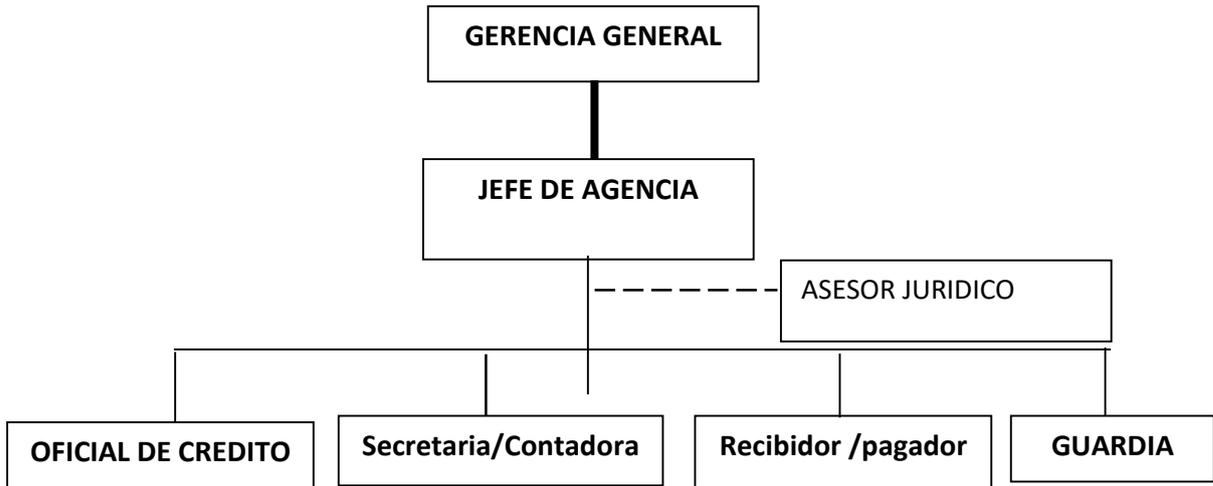
La cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo hace uso de los siguientes valores en toda la organización.

- ✓ Honestidad. Manejar correctamente los ahorros que reciben, protegiendo los intereses de los socios.
- ✓ Responsabilidad. Comprometerse en trabajar adecuada y oportunamente para cumplir con las expectativas de los socios.
- ✓ Solidaridad. Brindar asistencia a los interrogantes de la cooperativa con el fin de buscar el desarrollo integral de los socios
- ✓ Puntualidad. Entregar oportunamente todos los servicios e información que requieran tanto autoridades como los socios.

5.2 Organigramas estructural y funcional

5.2.1 Organigrama Estructural de la Cooperativa de Ahorro y Crédito“Mushuc Runa” Ltda.

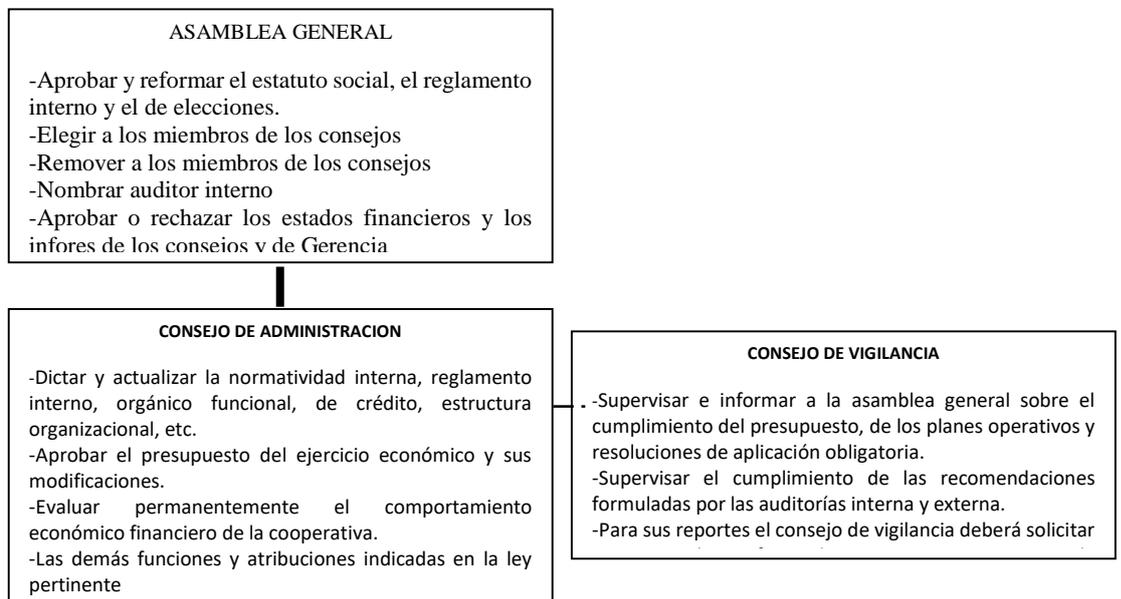




FUENTE: Manual de procesos organigrama estructural de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda, agencia Pelileo

ELABORADO POR: La Cooperativa Mushuc Runa agencia Pelileo.

4.3.2. Organigrama Funcional de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Mushuc Runa”Ltda.



ASAMBLEA GENERAL

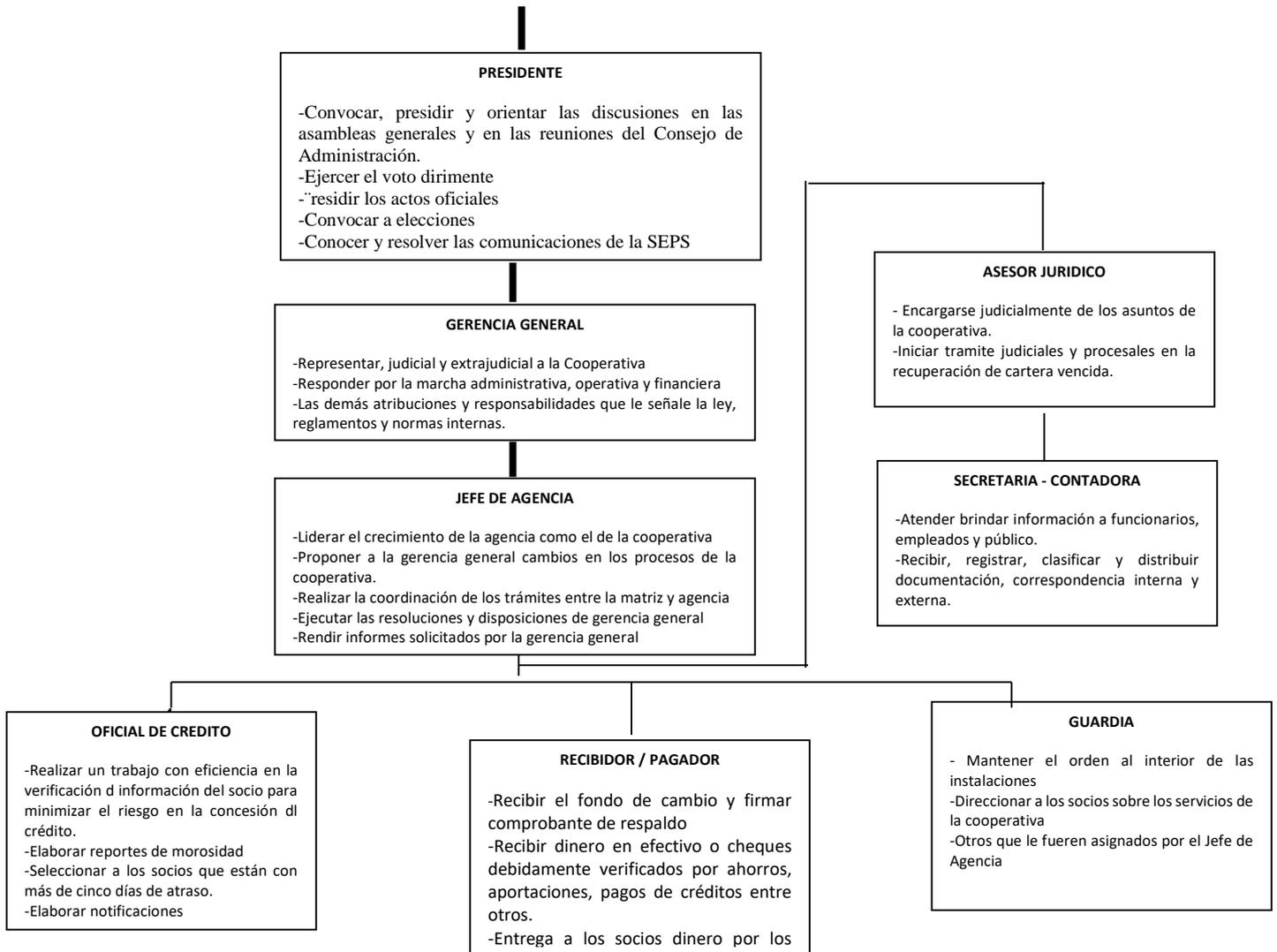
- Aprobar y reformar el estatuto social, el reglamento interno y el de elecciones.
- Elegir a los miembros de los consejos
- Remover a los miembros de los consejos
- Nombrar auditor interno
- Aprobar o rechazar los estados financieros y los informes de los consejos y de Gerencia

CONSEJO DE ADMINISTRACION

- Dictar y actualizar la normatividad interna, reglamento interno, orgánico funcional, de crédito, estructura organizacional, etc.
- Aprobar el presupuesto del ejercicio económico y sus modificaciones.
- Evaluar permanentemente el comportamiento económico financiero de la cooperativa.
- Las demás funciones y atribuciones indicadas en la ley pertinente

CONSEJO DE VIGILANCIA

- Supervisar e informar a la asamblea general sobre el cumplimiento del presupuesto, de los planes operativos y resoluciones de aplicación obligatoria.
- Supervisar el cumplimiento de las recomendaciones formuladas por las auditorías interna y externa.
- Para sus reportes el consejo de vigilancia deberá solicitar



7.2 MANUAL DE FUNCIONES PARA EL PERSONAL

FUENTE: Manual de procesos organigrama funcional de la Cooperativa de Ahora y Crédito Mushuc Runa Ltda agencia Pelileo

ELABORADO POR: la Cooperativa Mushuc Runa agencia Pelileo

Manual de funciones para el personal

NIVEL ASESOR

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

PUESTO:	Asesor Jurídico	LUGAR:	Agencia
REPORTA:	Gerente General	AREA:	Asesoría

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Tiene como objeto el asesoramiento en materia legal, en cualquiera de las ramas del Derecho para ayudar a dilucidar y resolver asuntos muy complicados por el carácter de subordinación y dependencia que ejercen unas leyes sobre otras.

Asesora a la cooperativa en todo lo que tiene que ver con el aspecto jurídico y legal, para buscar la mejor solución alineada con los intereses de la misma.

De acuerdo a las necesidades que se presente en la Cooperativa se contratará al Asesor Jurídico para que realicen acciones legales específicas por un período de tiempo determinado.

PERFIL Y EXPERIENCIA ACADÉMICA

Título Profesional de Abogado o Doctor en Jurisprudencia. De 1 a 3 años en instituciones y posiciones similares

FUNCIONES DEL PUESTO

Brindar asesoría cuando sea requerida para la Asamblea General de Socios, Consejos, Comités y Administración en General.

Cuando sea solicitado por la Gerencia General tramitar la defensa de litigios que se proponen por parte de la cooperativa o en contra de ella, ya sean civiles, penales, etc.

Asesorar cuando sea requerido en la interpretación de las leyes y reglamentos inherentes a la Cooperativa a fin de establecer la correcta aplicación, minimizando el riesgo legal que se presente.

Investigar las reformas legales que afecten a la cooperativa.

Todas las actividades de aspecto jurídico que sean solicitadas por la Gerencia General.

Encargarse judicialmente de los asuntos legales de la caja, recuperación de cartera vencida.

FUENTE: Manual de funciones de los empleados de la cooperativa Mushuc Runa Ltda agencia Pelileo
ELABORADO POR: la cooperativa Mushuc Runa Ltda.

Tabla 20: Nivel ejecutivo

NIVEL EJECUTIVO			
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		C001
PUESTO:	Jefe de Agencia	LUGAR:	Agencia
REPORTA:	Gerente General	AREA:	Administrativa
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Planificar, coordinar, dirigir y monitorear los procesos operativos que se desarrollan en la sección de recaudaciones y desembolsos de la oficina operativa y supervisar cercanamente las actividades del personal a su cargo.			
PERFIL Y EXPERIENCIA ACADÉMICA			

Título Profesional en Administración de Empresas o Egresados en Economía y Finanzas o carreras afines. De 1 a 3 años en instituciones y posiciones similares.
FUNCIONES DEL PUESTO
<p>Mantener un adecuado nivel del fondo de cambio de acuerdo a políticas y reglamentos vigentes.</p> <p>Preparar el depósito para envío a las entidades bancarias.</p> <p>Realizar las cargas de nómina y otros procesos masivos de acreditación a socios que deban ser realizados de manera manual.</p> <p>Receptar y procesar las solicitudes de transferencias entre cuentas de ahorros de la institución, solicitadas por los socios.</p> <p>Controlar los índices de morosidad y liquidez de la oficina.</p> <p>Registrar en el formato correspondiente el monto entregado al cajero.</p> <p>Receptar del departamento de tesorería los cheques protestados, captados por ventanillas para ahorros y préstamos.</p> <p>Mantener el control y la custodia de pagarés y demás documentos que respalden las operaciones de crédito, depósitos a plazo fijo y transacciones de caja (inventarios físicos).</p> <p>Ejecutar desbloques de valores encajados siempre en observancia con las disposiciones y políticas internas y realizar controles periódicos de encajes.</p> <p>Efectuar el control y mantenimiento de las claves de acceso a la bóveda.</p> <p>Mantener un nivel de captaciones de la oficina de acuerdo a los parámetros de crecimiento establecidos en el presupuesto de la institución.</p> <p>Velar por la buena marcha administrativa y financiera de la agencia.</p> <p>Revisar, analizar, recomendar y aprobar créditos de cada uno de las oficinas entregadas.</p> <p>Revisar y controlar morosidad y liquidez que se encuentren dentro de lo presupuestado.</p> <p>Velar por la atención que brinda su personal a cargo y en el caso de presentar observaciones por los socios serán reportados al departamento de Atención al socio en el respectivo formulario RQSP si los casos son manejables enviar un informe de lo actuado y la solución emitida.</p>

FUENTE: Manual de funciones de los empleados de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo
ELABORADO POR: La Cooperativa Mushuc Runa Ltda.

Tabla 21: Nivel operativo

NIVEL OPERATIVO			
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		C002
PUESTO:	Oficial de Crédito	LUGAR:	Agencia
REPORTA:	Jefe de Agencia	AREA:	Negocios
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Receptar las carpetas de crédito, identificando la viabilidad de la entrega de las operaciones crediticias			
PERFIL Y EXPERIENCIA ACADÉMICA			
Estudios superiores, egresado o título profesional de tercer nivel en Contabilidad, Auditoría, Administración de Empresas o carreras afines y conocimientos sobre la Institución. Un año en posiciones similares			
FUNCIONES DEL PUESTO			
<p>Recibir a socios con amabilidad y educación.</p> <p>Instrumentar las carpetas de los socios con los documentos necesarios para obtener un crédito.</p> <p>Revisar las carpetas de los créditos y solicitar documentación que faltare (cuando aplique)</p> <p>Revisar e imprimir los pagos de las cuotas realizadas, de los créditos otorgados. (cuando tenga historial en la Cooperativa).</p> <p>Imprimir el historial del socio de la base de datos del modelo experto que mantiene la Cooperativa.</p> <p>Imprimir el historial de los garantes (central de riesgos)</p> <p>Imprimir el historial judicial del socio y los garantes.</p> <p>Ingresar los datos o creación de personas del socio y los garantes en el sistema informático FITCOOP, tomando como referencia información proporcionada en documentos y también a través de la entrevista que se efectuara al momento de la entrega de la file.</p>			

NIVEL OPERATIVO			
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		C003
PUESTO:	Recibidor – Pagador	LUGAR:	Agencias

REPORTA:	Jefe de Agencia	AREA:	Negocios
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Mantener disponibilidad de dinero en efectivo para atender los requerimientos de los socios y procurar su entera satisfacción.			
PERFIL Y EXPERIENCIA ACADÉMICA			
Cursando Estudios Universitarios en Contabilidad y Auditoría, Banca y Finanzas, Economía o carreras afines. De 0 a 6 meses en puestos similares.			
FUNCIONES DEL PUESTO			
<p>Verificar el monto de fondo de cambio recibido.</p> <p>Atender en ventanilla el requerimiento del socio y realizar la transacción correspondiente; retiro-depósito; previa revisión de requisitos de transacción (verificación de cantidades y de firmas).</p> <p>Consultar, recibir y registrar el pago de cuota vencida o anticipada por parte del socio deudor de un crédito.</p> <p>Registrar la transacción realizada. (input sistema informático)</p> <p>Solicitar, al Jefe de Agencia o Jefe de Cajas (matriz o agencias), los incrementos del fondo de cambio o disminuir el monto de efectivo de su caja (depósito a bóveda), según el déficit o exceso de efectivo presente en la misma.</p> <p>Efectuar, al final de su jornada laboral, el cuadro de caja respectivo (legalizar el resumen de transacciones y la tirilla de cuadro) y reportar su resultado al Jefe de Agencia o Jefe de Cajas (matriz o agencias).</p> <p>Responsabilizarse por faltantes de dinero, que resultaren de las operaciones al final del su jornada.</p>			

FUENTE: Manual de funciones de los empleados de la cooperativa Mushuc Runa Ltda agencia Pelileo
ELABORADO POR: la cooperativa Mushuc Runa Ltda.

Tabla 22: Nivel de apoyo

NIVEL APOYO			
	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		C004
PUESTO:	Secretaria Contadora	LUGAR:	Agencia
REPORTA:	Jefe de Agencia	AREA:	Negocios
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Ejecutar las actividades de apoyo necesarias y dar soporte secretarial para el Jefe de Agencia			
PERFIL Y EXPERIENCIA ACADÉMICA			

Técnico o Tecnólogo en Secretariado Ejecutivo en español y/o Secretariado Ejecutivo Bilingüe, Cursando Estudios en Contabilidad y Auditoría o carreras afines. De 1 a 3 años en posiciones similares.
FUNCIONES DEL PUESTO
Atender llamadas telefónicas direccionadas hacia la gerencia y realizar llamadas telefónicas solicitadas por los socios internos que lo requieran.
Manejar diariamente la agenda del Jefe de agencia y coordinar la secuencia de citas y reuniones, así como preparar el material necesario para las mismas.
Realizar actividades relacionadas con la logística de viajes, comprar pasajes, realizar reservaciones para el alojamiento de los ejecutivos y coordinar actividades antes, durante y después del viaje.
Manejar correspondencia, recibir y tramitar la correspondencia de y hacia el Jefe de agencia, elaborar cartas y oficios, archivar y custodiar la misma.
Manejar las comunicaciones internas y externas, en el sistema informático diseñado para el efecto.
Manejar la caja chica de la oficina.
Resolver las inquietudes y consultas de los socios internos y externos.
Realizar todas las actividades pertinentes delegadas por su jefe inmediato.

FUENTE: Manual de funciones de los empleados de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo
ELABORADO POR: la Cooperativa Mushuc Runa Ltda.

Tabla 23: Descripciones cargo guardia

	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		C005
PUESTO:	Guardia	LUGAR:	Agencia
REPORTA:	Jefe de Agencia	AREA:	Administrativa
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Mantener el orden interno de la Agencia Operativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa, así como también direccionar a los usuarios a los diferentes servicios corporativos e individuales que ofrece la institución.			
PERFIL Y EXPERIENCIA ACADÉMICA			
Bachiller en Ciencias Sociales y/o Administrativas. De 1 a 3 años en instituciones y posiciones similares.			
FUNCIONES DEL PUESTO			

Mantener un adecuado orden al interior de la Agencia Operativa
Receptar la correspondencia y comunicaciones externas.
Direccionar a los usuarios a los servicios que ofrece la cooperativa
Resguardar la integridad de los bienes y equipos de la institución
Resguardar la integridad de los funcionarios de la Agencia Operativa
Colaborar con la limpieza de los lugares de acceso al público, motivante y desafiante
Generar un clima laboral positivo
Otros que le fueren asignados

FUENTE: Manual de funciones de los empleados de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. agencia Pelileo
ELABORADO POR: La Cooperativa Mushuc Runa Ltda.

7.3 Matriz axiológica de valores

La matriz axiológica sirve como guía para formular la escala de valores de una organización y sirve para diagnosticar a futuro.

Tabla 24: Matriz axiológica de valores

Grupo de referencia valores	Empleados	Socios	Inversionistas	Mercado
honestidad	x	x	x	x
responsabilidad	x	x	x	x
solidaridad	x	x	x	-
puntualidad	x	x	x	-

FUENTE: Matriz axiológica de valores

ELABORADO POR: Gabriela Moya

De acuerdo a la tabla elaborada los valores que se van a implementar o desarrollar en la cooperativa de ahorro y crédito son: la honestidad, responsabilidad solidaridad y la puntualidad.

4.5.1 Direccionamiento estratégico

El direccionamiento estratégico se enfoca en los aspectos comunes de la empresa que admite unificar criterios para ser efectivos al mismo tiempo determina el poder aprovechar las oportunidades que el mercado oferta en el futuro apoyándose en el razonamiento y experiencia.

La dos partes más importantes de este análisis la definición del negocio y la filosofía corporativa

4.5.2 Definición del negocio

Es la descripción de la perspectiva actual de la empresa y cuál debe ser la naturaleza del negocio para definir el negocio es importante responder a interrogantes y factores de definición

Tabla 25: Definición de negocio

Interrogantes básicas	Factores de definición	Cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda Agencia Pelileo.
Cuál es nuestro negocio	Que necesidades satisfacemos	Otorgar créditos y captar ahorro de nuestros socios satisfaciendo las necesidades que el mercado financiero determina
Cual será nuestro negocio en el futuro	Cuál es el mercado objetivo	La mayor cantidad de habitantes del cantón Pelileo y sus alrededores
Cuál debería ser nuestro negocio	Nuestras ventajas competitivas	Ofertar productos financieros de forma eficaz y eficiente para nuestro cliente habitual y el sector productivo

FUENTE: Definición del negocio

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Definición:

Cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda agencia Pelileo

Otorgar créditos y captar ahorros de forma responsable para satisfacer las necesidades que el mercado financiero determina, captando la mayor cantidad de habitantes del cantón Pelileo, de forma eficaz y eficiente.

4.5.3 Filosofía corporativa

La filosofía corporativa comprende los lineamientos globales que una organización establece para cumplir los objetivos de la compañía. Son los principios básicos de la organización: las creencias valores y pauta de conducta que se podrán en práctica para ejecutar los objetivos planteados. Por ello decimos que la filosofía corporativa representa hacia dónde quiere llegar la empresa

4.6 Matriz axiológica de principios

Elementos éticos aplicados que guían las decisiones de la empresa y define el liderazgo de la misma.

Cabe mencionar que la cooperativa no cuenta con principios definidos pero se están manejando bajo un criterio de ética y responsabilidad en cada uno de las actividades crediticias que realizan, porque esperan que exista un desarrollo del pueblo y de la comunidad basados en la honestidad que ofrece la cooperativa.

Cabe mencionar que la Cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo está en constante cambio y por ende está implementando los principios que son la guía de decisión de las empresas. Es por esta razón que se han organizado reuniones que permitan seleccionar los principios acorde a las perspectivas de los empleados y socios. (Koontz, 2011).

4.6.1 Servicio de calidad

Entiéndase como el pilar del negocio siendo así un servicio que está enfocada a una atención personaliza generada por un ambiente de confianza, tanto para los empleados y socios.

4.6.2 Mejoramiento continuo

La cooperativa busca el mejoramiento continuo en todo el proceso de ahorro y crédito siendo así eficiente y competitiva manteniéndonos en el mercado financiero.

4.6.3 Transparencia en todas las acciones

Por ser una institución financiera sin fines de lucro, todas las acciones crediticias y de ahorro son transparentes, lo cual nos permita dar a conocer a los socios como estamos utilizando su dinero y cuáles son los beneficios que ellos obtienen al formar parte de la cooperativa.

4.6.4 Compromiso institucional

La cooperativa fomenta una cultura de valores y compromiso institucional en todos los niveles de la organización para mejorar e incentivar los niveles de calidad laboral y organizacional.

Matriz axiológica

La matriz axiológica sirve como guía para formular la escala de valores de una organización y sirve para diagnosticar a futuro.

4.6.5 Matriz axiológica de los principios

Tabla 26: Matriz axiológica de los principios

Grupo de referencia principios	Empleados	Socios	inversionistas	Mercado
Servicio de calidad	x	x	x	x
Mejoramiento continuo	x	x	x	x
Trasparencia en todas las acciones	x	-	x	x
Compromiso con la institución	x	x	x	-
confianza	x	x	x	x

FUENTE: Matriz axiológica de principios

ELABORADO POR: Gabriela Moya

De acuerdo a nuestra matriz axiológica la cooperativa de ahorro y crédito se enfocara en desarrollar los principios de acuerdo al tipo de acciones que se planteo

Principios:

Servicio de calidad, mejoramiento continuo, transparencia en todas sus acciones y confianza

Misión actual

Brindar en forma integral productos y servicios financieros de calidad, bajo principios de prudencia financiera y de riesgos, manteniendo la identidad y los valores culturales, buscando y promoviendo el sumak kawsay de nuestros socios y clientes y protegiendo la pacha mama.

Misión propuesta

Para realizar este trabajo tenemos que evaluar las siguientes coordenadas

Tabla 27: Elaboración de la misión

Preguntas	Elementos	Cooperativa Mushuc Runa agencia Pelileo
¿Qué?	Razón del negocio	Nos dedicamos al otorgamiento de créditos y captación de ahorros satisfaciendo las necesidades de nuestros socios
¿Cómo?	Estrategia que marca la diferencia	Con productos y servicios acordes al medio de forma honesta justa y responsable
¿Con quién?	Personal del que se dispone	Personal altamente calificado
¿Para qué?	A quien va a satisfacer	A los socios de nuestro sector
¿Por qué?	Explica y justifica su presencia	Aportando al desarrollo del sector productivo
¿Dónde?	Lugar o ubicación	Cantón Pelileo

FUENTE: Elaboración de la misión

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Misión

Somos una cooperativa de ahorro y crédito dedicados al otorgamiento de créditos y captación de ahorros, satisfaciendo las necesidades de nuestros socios ofreciendo productos acordes al medio de forma honesta y responsable porque contamos con un personal altamente calificada de esta forma podemos satisfacer a todos los socios a portando al desarrollo del sector productivo del cantón Pelileo.

4.6.6 ADN de la misión

Tabla 28: ADN de la misión

Orden	VARIABLES DE ANÁLISIS	KPI
1	Otorgamientos de créditos y captación de ahorro acordes al medio	Margen operacional
2	Necesidad de los socios	Nivel de satisfacción
3	Servicio de forma honesta y responsable	Cumplimiento de los procesos de forma efectiva información correcta y efectiva en la colocación y capitación de productos.

FUENTE: Elaboración del ADN de la Misión

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Visión actual

Ser una Institución de reconocido prestigio, solvente, competitiva, líder y modelo en la prestación de productos y servicios financieros a nivel Nacional, manteniendo y promoviendo la identidad y los valores culturales.

Visión propuesta

Para realizar este trabajo tenemos que evaluar las siguientes coordenadas

Tabla 29: De elaboración de la visión

Preguntas	Elementos	Cooperativa Mushuc Runa agencia Pelileo
¿Cuánto?	Para cuantos años	2015- 2016
¿Qué?	A que se dedica primordialmente	Al otorgamiento de créditos y captación de ahorros
¿Cómo?	Qué estrategia principal le servirá de guía	Otorgamiento de productos acorde al medio de forma honesta y responsable
¿Con quién?	Que competencia tendrá	Socios
¿Para qué?	Cuál es la filosofía de su presencia en el mercado	Personal altamente calificado
¿Por qué?	Cuál es su razón de su permanencia	Desarrollo del sector productivo
¿Dónde?	El lugar	Cantón pelileo

FUENTE: Elaboración de la tabla de la visión

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Visión

Ser la cooperativa líder que se dedica al otorgamiento de créditos y captación de ahorros, brindando productos acorde al medio de forma honesta y responsable que cuenta con personal altamente calificado para el desarrollo del sector productivo del Cantón Pelileo

4.6.7.10. ADN de la visión

Tabla 30: ADN de la visión

Orden	Variables de análisis	KPI
1	Cooperativa líder en el otorgamiento de créditos y captación de ahorros	Niveles de participación en el mercado

2	Funcionamiento de forma honesta y responsable	Información veraz y oportuna
3	Personal altamente calificado	Efectividad en todos los procesos y procedimientos
4	Responsabilidad hacia el sector productivo.	Niveles de satisfacción del cliente

FUENTE: Elaboración de la tabla de ADN de la visión

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.7 Propuestas de valor por cada perspectiva

La propuesta es una promesa integrada para la cooperativa en cuento a los objetivos que se han planteado en este caso tendremos cuatro perspectivas como temas estratégicos las áreas en las que vamos a trabajar son:

Financiera

Clientes

Interna

Comercialización

4.7.1 Perspectiva financiera

La propuesta financiera integrara a cada una de las áreas estratégicas de la empresa para cumplir los objetivos

Tabla 31: Perspectiva Financiera

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "MUSHUC RUNA LTDA AGENCIA PELILEO		
PERSPECTIVA FINANCIERA		
FODA	DEPARTAMENTO FINANCIERO	VALOR PROPUESTA

F	Diversificación de crédito	Gestión financiera	Diseñar y proponer créditos de acuerdo a las necesidades del sector y el mercado enfocados al crecimiento económico
O	Alta demanda de crédito no entendido por la banca tradicional	Crecimiento	Otorgar créditos sin poner trabas ni obstáculos para el otorgamiento de historial crediticio
D	Riesgo de crédito por incremento de crédito y alta morosidad	Financiera	Difundir y capacitar al personal para la aplicabilidad para la ejecución del manual de cobranza y recuperación de cartera
A	Situación política del país puede afectarla	Crecimiento	Financiar proyectos que ayuden a los sectores productivos de acuerdo a la matriz que propone el gobierno.

FUENTE: Elaboración perspectiva del departamento financiero FODA

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.7.2 Perspectiva de cliente

La propuesta de clientes integrara cada una de las áreas estratégicas de la empresa para cumplir los objetivos.

Tabla 32: Perspectiva del cliente

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "MUSHUC RUNA LTDA AGENCIA PELILEO				
PERSPECTIVA DEL CLIENTE				
FODA	ATRIBUTO	COMPETITIVO	DIFERENTE	PROPUESTA DE VALOR

F	Cobertura de red bancaria a nivel provincial	x		Facilidad operativa de accesibilidad al cliente
F	conocimiento y experiencia en áreas de negocios		x	Apoyar a proyectos de desarrollo local
A	segmento de mercado a contingencia climática y alto riesgo crediticio		x	Desarrollo de plan de contingencia y contratación de seguros para enfrentar a cambios climáticos y geofísicos

FUENTE: Elaboración perspectiva del departamento del cliente FODA

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.7.3 Perspectiva interna

Se determinara los objetivos acorde a los procesos para el éxito de la cooperativa, y serán dados para satisfacer las necesidades de los asociados.

Tabla 33: Perspectiva interna

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "MUSHUC RUNA LTDA AGENCIA PELILEO		
PERSPECTIVA INTERNA		
FODA	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	VALOR PROPUESTA

D	Ausencia de plan operativo y planificación estratégica	Gestión estratégica	Diseñar un plan estratégico a partir del diagnóstico que me permita lograr conciencia directiva y este enfocada al mejoramiento continuo.
D	Carencia de objetivos estratégicos	Alianzas estratégicas	Implementar alianzas estratégicas creando nuevos vínculos con instituciones financieras
D	Procedimientos	Proceso	Consensuar los manuales de procedimientos para delegar funciones y responsabilidades a cada uno de los socios.
A	Proveedores	Redes de cooperación	Fomentar la relación con los proveedores a largo plazo.

FUENTE: Elaboración perspectiva del departamento interna FODA

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.7.4 PERSPECTIVA DE COMERCIALIZACIÓN

La perspectiva de comercialización va enfocada a incrementar al número de socios y al mismo tiempo los procesos, sin dejar de lado los niveles de satisfacción y fidelización de nuestros clientes.

Tabla 34: Perspectiva de comercialización

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "MUSHUC RUNA LTDA AGENCIA PELILEO		
PERSPECTIVA DE COMERCIALIZACIÓN		
FODA	DEPARTAMENTO COMERCIALIZACIÓN	VALOR PROPUESTA

F	Posicionamiento en el mercado	Gestión financiera	Realizar un plan de mejoras en el área comercial, con un diseño de mercadeo para posicionar la marca
D	Mala ubicación	Gestión administrativa	Buscar un local con mejor ubicación para un mejor acceso de nuestros socios
D	No tiene infraestructura adecuada	Departamento comercialización	Diseñar un plan de mejoras dentro de la infraestructura para un mejor desempeño laboral
A	Existencia de mercado altamente competitivo	Departamento comercialización	Desarrollar estrategias para analizar la competencia y proponer y superar las expectativas de los clientes

FUENTE: Elaboración perspectiva de departamento de comercialización FODA

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8 TIEMPOS DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CALVES

El marco estratégico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., determinar los objetivos estratégicos de las cuatros perspectivas.

4.8.1 Tiempo de los objetivos estratégicos claves financiero y cliente.

Tabla 35: Tiempo de los objetivos estratégicos claves financiero y cliente

PERS	EJES	PROPUESTA VALOR	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
	Gestión financiera	Diversificación de crédito	1 Diseñar y proponer créditos de acuerdo a las necesidades del sector y el

FINANCIERO				mercado enfocados al crecimiento económico
	Crecimiento	Alta demanda de crédito no entendido por la banca tradicional	2	Otorgar créditos sin poner trabas ni obstáculos para el otorgamiento de historial crediticio
	Financiero	Riesgo de crédito por incremento de crédito y alta morosidad	3	Difundir y capacitar al personal para la aplicabilidad para la ejecución del manual de cobranza y recuperación de cartera
	Crecimiento	Situación política del país puede afectar la economía y sus clientes	4	Financiar proyectos que ayuden a los sectores productivos de acuerdo a la matriz que propone el gobierno
CLIENTES	Comercialización	Cobertura de red bancaria a nivel provincial	5	Facilidad operativa de accesibilidad al cliente
	Comercialización	Cono conocimiento y experiencia en áreas de negocios	6	Desarrollo de plan de contingencia y contratación de seguros para enfrentar a cambios climáticos y geofísicos
	Comercialización	segmento de mercado a contingencia climática y alto riesgo crediticio	7	Desarrollo de plan de contingencia y contratación de seguros para enfrentar a cambios climáticos y geofísicos

FUENTE: Tiempo de los objetivos estratégicos claves financiero y clientes

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.2 Tiempo de los objetivos estratégicos claves Administrativo y comercialización

Tabla 36: Tiempo de los objetivos estratégicos administrativo y comercialización

PERS	EJES	PROPUESTA VALOR	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	MEDIOS		
				corto	medio	Largo
	Gestión	Ausencia de plan operativo y planificación estratégica	1 Diseñar un plan estratégico a partir del diagnóstico que me permita lograr a conciencia directiva y este enfocada al mejoramiento continuo		x	
	Alianzas estratégicas	Carencia de objetivos estratégicos	2 Implementar Alianzas estratégicas creando nuevos vínculos con instituciones financieras	x		
	Proceso	Carencia de objetivos estratégicos	3 Consensuar los manuales de procedimientos para delegar funciones y responsabilidades a	x		

ADMINISTRATIVO				cada uno de los socios			
	Redes de cooperación	Proveedores	4	Fomentar la relación con los clientes a largo plazo	x		
COMERCIALIZACIÓN	Comercialización	Posicionamiento en el mercado	5	Realizar un plan de mejoras en el área comercial, con un diseño de mercadeo para posicionar la marca	x		
	Gestión administrativa	Mala ubicación	6	Buscar un local con mejor ubicación para un mejor acceso de nuestros socios	x		
	Gestión administrativa	No tiene infraestructura adecuada	7	Diseñar un plan de mejoras dentro de la infraestructura para un mejor desempeño laboral	x		
	Departamento comercialización	Existencia de mercado altamente competitivo	8	Desarrollar estrategias para analizar la competencia y proponer y superar las expectativas de los clientes	X		

FUENTE: Tiempo de los objetivos estratégicos claves administrativo y comercialización

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.3 Estrategias y Planes de Acción

¿Cómo puedo alcanzar los objetivos o cómo puedo llegar a los resultados esperados?

Estrategias:

Las estrategias son directrices que ayudan a elegir las acciones adecuadas para alcanzar las metas de la organización. Permiten la definición de las metas, los programas y planes de acción y la base las prioridades en la asignación de recursos.

Las estrategias proporcionan una base para la toma de decisiones respecto de los recursos de acción propuestos, tal como puede apreciarse en el cuadro que sigue:

4.8.4 Estrategias financieras

Tabla 37: Estrategias Financieras

Objetivo estratégico	Estrategias
<p>Objetivo estratégico 1</p> <p>Diversificación de crédito</p>	<p>1. Diseñar y proponer créditos de acuerdo a las necesidades del sector y el mercado enfocados al crecimiento económico</p>
<p>Objetivo estratégico 2</p> <p>Alta demanda de crédito no entendido por la banca tradicional</p>	<p>2. Otorgar créditos sin poner trabas ni obstáculos para el otorgamiento de historial crediticio</p>
<p>Objetivo estratégico 3</p> <p>Riesgo de crédito por incremento de crédito y alta morosidad</p>	<p>3. Difundir y capacitar al personal para que se aplique y ejecute el manual de créditos.</p>
<p>Objetivo estratégico 4</p> <p>Situación política del país puede afectar la economía y sus clientes</p>	<p>4. Financiar proyectos que ayuden a los sectores productivos de acuerdo a la matriz que propone el gobierno.</p>

FUENTE: Cuadro de estrategias financieras
ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.5 Plan de acción financiero

Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo

Tabla 38: Plan de acción financiero

<p>Misión:</p> <p>Somos una cooperativa de ahorro y crédito dedicados al otorgamiento de créditos y captación de ahorros, solventando las necesidades de nuestros socios ofreciendo productos acordes al medio de forma honesta y responsable porque contamos con un personal altamente calificada de esta forma podemos satisfacer a todos los socios aportando al desarrollo del sector productivo del cantón Pelileo.</p>

Objetivos estratégicos:

Objetivo estratégico 1

Diversificación de crédito

Objetivo estratégico 2

Alta demanda de crédito no entendido por la banca tradicional

Objetivo estratégico 3

Riesgo de crédito por incremento de crédito y alta morosidad

Objetivo estratégico 4

Situación política del país puede afectar la economía y sus clientes

Estrategias :

1. Diseñar y proponer créditos de acuerdo a las necesidades del sector y el mercado enfocados al crecimiento económico
2. Otorgar créditos sin poner trabas ni obstáculos para el otorgamiento de historial crediticio
3. Difundir y capacitar al personal para la aplicabilidad para la ejecución del manual de créditos
4. Financiar proyectos que ayuden a los sectores productivos de acuerdo a la matriz que propone el gobierno.

FUENTE: Cuadro de plan de acción financiero

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Tabla 39: Estrategias del plan de acción financiero

Pasos a seguir	Responsable	Plazos	Recursos necesarios
Análisis de mercado	Departamento crediticio	01-02-2016 Hasta 02-02-2016	Material didáctico Viáticos Movilización
Realizar un manual crediticio reduciendo los requisitos que no sean tan relevantes	Departamento financiero Comité de vigilancia	02-01-2016 hasta el 28-02-2016	Recurso humano material de oficina
Realizar capacitación para difundir los manuales crediticios y de procedimientos	Gerente Departamento de talento humano	02-01-2016 hasta 09-01-2016	Capacitadores Recurso humano Material didáctico de capacitación.
Realizar una campaña de visitas a las comunidades y grupos de producción	Departamento crediticio Departamento de talento humano	01-03-2016 hasta 31-03-2016	Movilización Viáticos Material didáctico de capacitación

FUENTE: Cuadro de los pasos del plan de acción

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.6 Estrategias del cliente

Tabla 40: Estrategias del cliente

Objetivo estratégico	Estrategias
<p>Objetivo estratégico 1</p> <p>Cobertura de red bancaria a nivel provincial</p>	<p>1. Facilidad operativa de accesibilidad al cliente</p>
<p>Objetivo estratégico 2</p> <p>conocimiento y experiencia en áreas de negocios</p>	<p>2. Apoyar a proyectos de desarrollo local</p>
<p>Objetivo estratégico 3</p> <p>segmento de mercado a contingencia climática y alto riesgo crediticio</p>	<p>3. Desarrollo de plan de contingencia y contratación de seguros para enfrentar a cambios climáticos y geofísicos</p>

FUENTE: Cuadro de estrategias del cliente

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.7 Plan de acción del cliente

Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo

Tabla 41: Plan de acción del cliente

<p>Misión: somos una cooperativa de ahorro y crédito dedicados al otorgamiento de créditos y captación de ahorros, solventando las necesidades de nuestros socios ofreciendo productos acordes al medio de forma honesta y responsable porque contamos con un personal altamente calificada de esta forma podemos satisfacer a todos los socios a portando al desarrollo del sector productivo del cantón Pelileo.</p> <p>Objetivos estratégicos:</p> <p>Objetivo estratégico 1</p> <p>Cobertura de red bancaria a nivel provincial</p> <p>Objetivo estratégico 2</p>

<p>Cono conocimiento y experiencia en áreas de negocios</p> <p>Objetivo estratégico 3</p> <p>segmento de mercado a contingencia climática y alto riesgo crediticio</p> <p>Estrategias :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facilidad operativa de accesibilidad al cliente 2. Apoyar a proyectos de desarrollo local 3. Desarrollo de plan de contingencia y contratación de seguros para enfrentar a cambios climáticos y geofísicos

FUENTE: Cuadro de estrategias del cliente

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Tabla 42: Estrategias del plan de acción del cliente

Pasos a seguir	Responsable	Plazos	Recursos necesarios
Proyecto de difusión para que nuestros clientes conozcan nuestras agencias y cajeros automáticos	Departamento crediticio	01-02-1016 hasta 31-12 -2016	Material publicitario Campaña radial
Auspicio y financiamiento de proyectos de emprendimiento y desarrollo	Departamento crediticio Departamento financiero	01-02-1016 hasta 31-12 -2016	Recurso humano Material de auspicio Material de publicidad
Contratación de un seguro para la cooperativa, recursos materiales y económico	Departamento financiero	01-02-1016 hasta 31-12 -2016	Contrato de póliza de seguros

FUENTE: Cuadro de los pasos del plan de acción cliente

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.8 Estrategias administrativas

Tabla 43: Estrategias administrativas

Objetivo estratégico	Estrategias
Objetivo estratégico 1 Ausencia de plan operativo y planificación estratégica	1. Diseñar un plan estratégico partir del diagnóstico que me permita lograra conciencia directiva y este enfocada al mejoramiento continuo
Objetivo estratégico 2 Carencia de objetivos estratégicos	2. Implementar alianzas estratégicas creando nuevos vínculos con instituciones financieras
Objetivo estratégico 3 Carencia de objetivos estratégicos	3. Consensuar los manuales de procedimientos para delegar funciones y responsabilidades a cada uno de los socios
Objetivo estratégico 4 Proveedores	4. Fomentar la relación con los clientes a largo plazo

FUENTE: Cuadro estrategias administrativas

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.9 Plan de acción administrativo

Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo

Tabla 44: Plan de acción administrativo

<p>Misión : Somos una cooperativa de ahorro y crédito dedicados al otorgamiento de créditos y captación de ahorros, solventando las necesidades de nuestros socios ofreciendo productos acordes al medio de forma honesta y responsable porque contamos con un personal altamente calificada de esta forma podemos satisfacer a todos los socios aportando al desarrollo del sector productivo del cantón Pelileo.</p> <p>Objetivos estratégicos:</p>
--

Objetivo estratégico 1

Ausencia de plan operativo y planificación estratégica

Objetivo estratégico 2

Carencia de objetivos estratégicos

Objetivo estratégico 3

Carencia de objetivos estratégicos

Objetivo estratégico 4

Proveedores

Estrategias :

1. Diseñar un plan estratégico partir del diagnóstico que me permita lograra conciencia directiva y este enfocada al mejoramiento continuo

2. Implementar alianzas estratégicas creando nuevos vínculos con instituciones financieras

3. Consensuar los manuales

de procedimientos para delegar funciones y responsabilidades a cada uno de los socios

4. Fomentar la relación con los clientes a largo plazo

FUENTE: Cuadro de plan de acción administrativo

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Tabla 45: Estrategias del plan de acción administrativo

Pasos a seguir	Responsable	Plazos	Recursos necesarios
Diseño de plan estratégico	Gerente	01-02-2016 Hasta 02-02-2016	Recurso humano Material de oficina
Buscar instituciones crediticias y proyectos de financiamiento local	Gerente Departamento crediticio	02-01-2016 hasta el 28-02-2016	Recurso humano Material de difusión promocional
Capacitación al personal para difundir los manuales de funcionamiento y dar seguimiento constante de sus actividades	Gerente y talento humano	15-02- 2016 hasta 21-02- 2016	Capacitador Material didáctico Refrigerios
Negociar la tasa de captación de ahorro a plazo fijo	Gerente Departamento crediticio Departamento de vigilancia	01-03-2016 hasta 31-03-2016	Movilización Recurso humano Material didáctico

FUENTE: Cuadro de los pasos del plan de acción administrativo.

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.10 Estrategias de comercialización

Tabla 46 : Estrategias de comercialización

Objetivo estratégico	Estrategias
<p>Objetivo estratégico 1</p> <p>Posicionamiento en el mercado</p>	<p>1. Realizar un plan de mejoras en el área comercial, con un diseño de mercadeo para posicionar la marca</p>
<p>Objetivo estratégico 2</p> <p>Mala ubicación</p>	<p>2. Buscar un local con mejor ubicación para un mejor acceso de nuestros socios</p>
<p>Objetivo estratégica</p> <p>No tiene infraestructura adecuada</p>	<p>3. Diseñar un plan de mejoras dentro de la infraestructura para un mejor desempeño laboral</p>
<p>Objetivo estratégico 4</p> <p>Existencia de mercado altamente competitivo</p>	<p>4. Desarrollar estrategias para analizar la competencia y proponer y superar las expectativas de los clientes</p>

FUENTE: Cuadro estrategias de comercialización.

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.8.11 Plan de acción de comercialización

Cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda agencia Pelileo

Tabla 47: Plan de acción comercialización

<p>Misión: Somos una cooperativa de ahorro y crédito dedicados al otorgamiento de créditos y captación de ahorros, solventando las necesidades de nuestros socios ofreciendo productos acordes al medio de forma honesta y responsable porque contamos con un personal altamente calificada de esta forma podemos satisfacer a todos los socios a portando al desarrollo del sector productivo del cantón Pelileo.</p> <p>Objetivos estratégicos:</p>
--

Objetivo estratégico 1

Posicionamiento en el mercado

Objetivo estratégico 2

Mala ubicación

Objetivo estratégica

No tiene infraestructura adecuada

Objetivo estratégico 4

Existencia de mercado altamente competitivo

Estrategias :

- 1 Realizar un plan de mejoras en el área comercial, con un diseño de mercadeo para posicionar la marca
2. Buscar un local con mejor ubicación para un mejor acceso de nuestros socios
3. Diseñar un plan de mejoras dentro de la infraestructura para un mejor desempeño laboral
4. Desarrollar estrategias para analizar la competencia y proponer y superar las expectativas de los clientes

FUENTE: Cuadro de plan de acción de comercialización.

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Tabla 48: Estrategias del plan de acción comercialización

Pasos a seguir	Responsable	Plazos	Recursos necesarios
Diseñar el plan de comercialización de productos financieros para su difusión y posicionamiento de marca	Departamento de comercialización	10-03-2016 hasta el 31-03-2016	Recurso humano Ferias de difusión y comercialización Material de promoción Promoción radial y televisiva
Realizar un estudio para una mejor ubicación de la cooperativa de acuerdo a las necesidades del sector	Gerente Departamento administrativo	02-01-2016 hasta 31-01-2016	Recurso humano
Plantear un plan de mejoras de infraestructura para un mejor funcionamiento	Gerente Departamento administrativo	02-01-2016 hasta 31-01-2016	Presupuesto para realizar las mejoras físicas y infraestructura
Diseñar un plan de marketing con las 4p	Departamento de comercialización	02-01-2016 hasta 31-01-2016	Recurso humano Viáticos Movilización presupuesto para estudio de mercado

			Material promocional Material de oficina
--	--	--	--

FUENTE: Cuadro de los pasos del plan de acción comercialización.

ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.9 Presupuesto detallado para la ejecución del modelo de gestión comercial para la cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo.

Actividad 1: Análisis de mercado

Tabla 49: Análisis de mercado

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 material didáctico	Diseño de encuestas	70
	Esferos	10
	Identificaciones para el personal investigativo	50
	Carpetas	20
1.2 viáticos	Viáticos Para dos personas	300
1.3 movilización	Movilización para dos personas	100
	Total actividad	550

FUENTE: Cuadro análisis de mercado

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 2: Realizar un manual crediticio reduciendo los requisitos que no sean tan relevantes

Tabla 50: Manual crediticio reduciendo los requisitos que no sean tan relevantes

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 Material de oficina	Hojas de papel	20
	Internet	10
	Tinta de impresora	20
	Total actividad	50

FUENTE: Cuadro manual crediticio
ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 3 Realizar capacitación para difundir loa manuales crediticios y de procedimientos

Tabla 51: Capacitación para difundir los manuales crediticios y de procedimientos

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 contratación capacitadores	Contratación de un capacitador experto en manuales y procedimientos crediticios (8 horas)	400
1.2 material didáctico de capacitación	Impresión de manuales	55
	Esferos	10
	Hojas de papel	10
	carpetas	5
	Breakes	20
	Total de actividad	500

FUENTE: Cuadro para capacitación para difundir loa manuales crediticios y de procedimientos
ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 4: Realizar una campaña de visitas a las comunidades y grupos de producción

Tabla 52: Campaña de visitas a las comunidades y grupos de producción

Ítem	Gastos	Valor \$
material didáctico	Esferos	10
	Hojas de papel	10
	Carpetas	5
	Dípticos	125
1.2 viáticos	Viáticos para cuatro personas	300
1.3 movilización	Movilización para cuatro personas	200
	Total de actividad	650

FUENTE: Cuadro para campaña de visitas a las comunidades y grupos de producción

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 5: Proyecto de difusión para que nuestros clientes conozcan nuestras agencias y cajeros automáticos

Tabla 53: Proyecto de difusión para que nuestros clientes conozcan nuestras agencias y cajeros automáticos

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 material publicitario	Dípticos	60
	Trípticos	60
	Hojas volantes	20
1.2 campaña radial	Contratación de spot publicitario radio Fantasma	350
	Total de actividad	500

FUENTE: Cuadro Proyecto de difusión para que nuestros clientes conozcan nuestras agencias

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 6: Auspicio y financiamiento de proyectos de emprendimiento y desarrollo

Tabla 54: Auspicio y financiamiento de proyectos de emprendimiento y desarrollo

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 material de auspicio	Camisetas	98
	Gorras	98
1.2 material de publicidad	Vallas publicitarias	190
	Banners	64
	Total de actividades	450

FUENTE: Auspicio y financiamiento de proyectos de emprendimiento y desarrollo
ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 7: Contratación de un seguro para la cooperativa, recursos materiales y económicos

Tabla 55: Contratación de un seguro para la cooperativa, recursos materiales y económicos

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 Póliza de contratación	Contratación de póliza de seguros (bolívar)	5000
	Total de actividades	5000

FUENTE: Contratación de un seguro para la cooperativa, recursos materiales económicos
ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 8: Diseño de plan estratégico

Tabla 56: Diseño de plan estratégico

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 Material de oficina	Hojas de papel	20
	Internet	10
	Impresiones	20

	Total de actividades	50
--	-----------------------------	-----------

FUENTE: Diseño del plan estratégico
ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 9: Buscar instituciones crediticias y proyectos de financiamiento local

Tabla 57: Buscar instituciones crediticias y proyectos de financiamiento local

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 material de difusión promocional	Dípticos y trípticos con información financiera de la cooperativa	150
	Total de actividades	150

FUENTE: Diseño del plan estratégico
ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 10: Capacitación al personal para difundir los manuales de funcionamiento y dar seguimiento constante de sus actividades

Tabla 58: Capacitación al personal para difundir los manuales de funcionamiento

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 Capacitador	Un capacitador de logística empresarial y manejo de manuales de funcionamiento Ing. Gabriel Pilaguano	400
1.2 Material didáctico	Folletos y manuales de función	100

1.3 Refrigerios	Refrigerio para 9 trabajadores	100
	Total de actividades	600

FUENTE: Capacitación al personal para difundir los manuales de funcionamiento

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 11: Negociar la tasa de captación de ahorro a plazo fijo

Tabla 59: Negociar la tasa de captación de ahorro a plazo fijo

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 Movilización	Movilización para dos personas	100
1.3 material didáctico	Material de difusión de los productos financieros de la cooperativa	150
	Total de actividades	250

FUENTE: Negociar la tasa de captación de ahorro a plazo fijo

ELABORADO POR: Gabriela Moya

12: Diseñar el plan de comercialización de productos financieros para su difusión y posicionamiento de marca

Tabla 60: Plan de comercialización de productos financieros para su difusión y posicionamiento de marca

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 Ferias de difusión y comercialización	Carpas	600
	Parlante de amplificación	300
	Mesas de trabajo	100
	Ropa para el personal con logos de la cooperativa	200
	Globos inflables	300
1.2 material de promoción	Dípticos y trípticos	50
	Hojas de solicitud	50
1.3 promoción radial de televisa	Spot publicitario	350
	Campaña publicitaria	
	Total de actividad	1950

FUENTE: Diseñar el plan de comercialización de productos financieros

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 13: Realizar un estudio para una mejor ubicación de la cooperativa de acuerdo a las necesidades del sector

Tabla 61: Realizar un estudio para una mejor ubicación de la cooperativa de acuerdo a las necesidades del sector

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 viáticos	Pago al personal de logística	50
	Total de actividad	50

FUENTE: Realizar un estudio para una mejor ubicación de la cooperativa

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 14: Plantear un plan de mejoras de infraestructura para un mejor funcionamiento

Tabla 62: Plantear un plan de mejoras de infraestructura para un mejor funcionamiento

Ítem	Gastos	Valor \$
1.1 Presupuesto para realizar las mejoras físicas y infraestructura (cielo razo, jypsum, material eléctrico, lámparas, aluminio vidrio)	Diseño de modulares y atención al cliente	1500
	Muebles	1000
	Trabajo de paredes en jypsum	1500
	Trabajo en aluminio	1000
	Total de actividad	5000

FUENTE: Plantear un plan de mejoras de infraestructura para un mejor funcionamiento

ELABORADO POR: Gabriela Moya

Actividad 15: Diseñar un plan de marketing con las 4ps

Tabla 63: Diseñar un plan de marketing con las 4ps

Ítem	Gastos	Valor \$
------	--------	----------

1.1 Viáticos	Viáticos para el personal de marketing	150
1.2 Movilización presupuesto para estudio de mercado	Movilización del personal del departamento de marketing	200
1.3 Material promocional	Hojas Carpetas Esferos Impresiones	250
1.4 Material de oficina	Impresiones	50
	Total de actividades	650

FUENTE: Diseñar un plan de marketing con las 4ps
ELABORADO POR: Gabriela Moya

4.10 Presupuesto para la ejecución del modelo de gestión comercial para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo.

Proyectos o actividades	Recursos	Presupuestos
Análisis de mercado	Material didáctico	150
	Viáticos	300
	Movilización	100
	Total	550
Realizar un manual crediticio	Recurso humano	0
		50

reduciendo los requisitos que no sean tan relevantes	material de oficina total	 50
Realizar capacitación para difundir los manuales crediticios y de procedimientos	Capacitadores Recurso humano Material didáctico de capacitación Total	400 0 100 500
Realizar una campaña de visitas a las comunidades y grupos de producción	Movilización Viáticos Material didáctico de capacitación Total	200 300 150 650
Actividad financiera	Total	1750
Proyecto de difusión para que nuestros clientes conozcan nuestras agencias	Material publicitario Campaña radial Total	150 350 500

y cajeros automáticos		
Auspicio y financiamiento de proyectos de emprendimiento y desarrollo	Recurso humano Material de auspicio Material de publicidad Total	0 300 150 450
Contratación de un seguro para la cooperativa, recursos materiales y económico	Contrato de póliza de seguros Total	5000 5000
Actividad de clientes	Total	5950
Diseño de plan estratégico	Recurso humano Material de oficina Total	0 50 50
Buscar instituciones crediticias y proyectos de	Recurso humano Material de difusión promocional	0 150 150

financiamiento local	Total	
Capacitación al personal para difundir los manuales de funcionamiento y dar seguimiento constante de sus actividades	Capacitador Material didáctico Refrigerios Total	400 100 100 600
Negociar la tasa de captación de ahorro a plazo fijo	Movilización Recurso humano Material didáctico Total	100 0 50 150
Actividades administrativo	Total	950
Diseñar el plan de comercialización de productos financieros para su difusión y posicionamiento de marca	Recurso humano Ferias de difusión y comercialización. Material de promoción Promoción radial y televisiva Total	0 1500 100 350 1950
Realizar un estudio para una mejor ubicación	Recurso humano Viáticos	0 50

de la cooperativa de acuerdo a las necesidades del sector	Total	50
Plantear un plan de mejoras de infraestructura para un mejor funcionamiento	Presupuesto para realizarlas mejoras físicas y infraestructura (cielo raso, jypsum, material eléctrico, lámparas, aluminio vidrio) Total	5000 5000
Diseñar un plan de marketing con las 4p	Recurso humano Viáticos Movilización presupuesto para estudio de mercado Material promocional Material de oficina Total	0 150 200 250 50 650
Actividades comercialización y marketing	Total	7650
	Total presupuesto	16300,00

FUENTE: Presupuesto para la ejecución del modelo de gestión comercial

CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo al objetivo general la presente investigación se realizó un diagnóstico situacional que permitió ver cuál es el entorno de la institución, en qué condiciones se encuentra y de qué manera se puede tomar decisiones para el mejoramiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., determinando en la investigación, que esta institución se encuentra en buenas condiciones y con mucha aceptación., a pesar que debe mejorar y fortalecer los procesos de créditos.
- ✓ No existe comunicación adecuada entre la áreas de las Cooperativa, el ambiente laboral en el que se desempeñan cada uno de los empleados, no es el mejor para la comodidad de socio.
- ✓ Dentro del proceso se recolecto la información en la cual se revelan algunas debilidades ausencia de plan operativo y planificación estratégica, no cuenta con una infraestructura adecuada para el mejor desempeño del personal.
- ✓ No han planteado estrategias claves que permita de mejor manera al socio el otorgamiento de crédito sin poner trabas ni obstáculo, mediante las estrategias y planes de acción para ser más eficiente y competitivo.

RECOMENDACIONES

- ✓ La cooperativa a pesar de encontrarse en buenas condiciones para lograr su excelencia, aún le falta mejorar y fortalecer los procesos de crédito y atención al cliente tomando en cuenta los aspectos más relevantes como son los valores corporativos, manuales de funciones, reglamentos y procedimientos que regulen este tipo de actividad los cuales son aplicables a las entidades cooperativas.
- ✓ Fortalecer la comunicación interna y externa entre el personal de la institución comenzando por el nivel directivo de la cooperativa, con el único fin de que se imparta a los clientes externos la información necesaria que satisfaga sus necesidades
- ✓ Se recomienda implementar el Modelo de Gestión Comercial en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., para de esta manera contribuir en la toma de decisiones de los directivos y lograr cumplir las metas y objetivos trazados
- ✓ Brindar un mejor servicio al cliente y socio en el momento que tiene contacto directo con el mismo, dando la información pertinente de los servicios financieros y no financieros que presta la cooperativa mediante la capacitación a todo el personal, en especial en las áreas de atención al cliente, créditos y operaciones

pues las áreas mencionadas mantienen comunicación personalizada con los clientes y socios.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, M. et al (2009). En *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Castro, J . (2009). *Investigacion integral de mercados* . Bogotá: 4a ed.
- Chiavenato, I. (2006). *Introduccion a la teoria general de la administracion*. 3a ed. México:McGraw- Hill.
- Chiavenato, I. (2005). En *Administración teoría y práctica*. 3a ed. Bogotá: McGraw-Hill.
- Escudero, J. (2011). *Gestión Comercial Y Servicio de Atención al Cliente*.Madrid: Paraninfo.
- García, S . (1994). *Teoría Económica de la Empresa*. Madrid: Díaz de Santos.
- Hair, J. et al. (2010). *Investigación de Mercados*. 4a ed. México : McGraw - Hill
- Hernández, R. et al. (2010). *Metodología de la investigación*: México: Mc Graw Hill.
- Koontz, H. et al (2012.). *Admistracion: una perspectiva global empresarial 4a ed.* Mexico: Mc graw Hill.

- Landeau, R. (2007). *Elaboracion de trabajos de investigacion*. Caracas : Editorial Alfa.
- Lara, E . (2011). *Fundamentos de investigacion: Un enfoque por competencia*. México: Alfa Omega.
- Miño, W . (2013). *Historia del cooperativismo*. Quito:Febrero 2013.
- Pacheco, J. et al (2002). *Indicadores integrales de gestión*. Bogota: Mc Graw - Hill.
- Robins, et al. (2005) *Administración*. 10a ed México: Prentice Hall.
- Usulle, A. (2013) *Manuales de funciones*. Cooperativa de Ahorro y Crédito Pelileo: Mushuc Runa Ltda.
- Usulle, A . (2012). *historia de la cooperativa*. Pelileo: Mushuc Runa Ltda.
- Yépez, M . (2009). *Modelo de gestion de procesos*. 3a ed.

WEBGRAFÍA

- Cooperativa de ahorro y crédito. *Conceptos de las cooperativas*. Recuperado el martes 2 de agosto de 2015. Obtenido de <http://www.extra.ec/ediciones/2013/01/11/especial/en-tungurahua-hay--cooperativas-de-ahorro--como-piedras-en-el-rio/>
- Emmanuel-casbarr. (2012).*Modelo de Gestion Empresarial*. Recuperado el 15 de Julio 2015 de <http://fundacion.emmanuel-casbarri.org/fec.php?p=220>
- Compañías,S.d.(2012).*Sistema financiero ecuatoriano* Recuperado el de septiembre de 2012, de Superintendencia de Compañías:Bancos.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Poblacion economicamente activa INEC*. Recuperado Agosto de 2015.Obtenido de http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807_SAN%20PEDRO%20DE%20PELILEO_TUNGURAHUA.pdf

- Jácome, H. (2015). Cooperativas existentes en el Ecuador. Recuperado el 22 de Agosto de 2015, <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/las-cooperativas-manegan-cerca-de-6-000-millones-en-activos.html>
- Martins, F. & Palella, S. (2013). *Planificación de Proyectos*. Obtenido de http://emilicoiranplanificaciondeproyectos.blogspot.com/2013/04/tipos-de-investigacion-y-diseno-de-la_22.htm

ANEXO

Anexo 1: Entrevista al jefe de agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.

GUÍA DE PREGUNTAS

¿Cuál es su nombre?

Andrés Usulle

¿Qué cargo ocupa en la agencia Pelileo?

Jefe de agencia

¿Cuándo fue creado como agencia la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda?

Fue creada el 17 de Julio del 2002 la cual es controlada por la SEPS

¿Cuántos funcionarios trabajan en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda?

Son nueve personas quienes trabajan en la cooperativa

¿Con cuántos socios cuenta actualmente la cooperativa?

La cooperativa actualmente cuenta con 9480 socios

¿Cuántos socios han recibido créditos durante este año?

9300 socios han recibido los créditos

¿Qué tipos de créditos brinda la cooperativa?

Productivo, Productivo PYMES, Productivo empresarial, Consumo, Microcrédito, microcrédito minorista, Microcrédito de acumulación simple, Vivienda:

Anexo 2: Encuesta a los funcionarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA EN MARKETING
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS FUNCIONARIOS DE LA “COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “MUSHUC RUNA LTDA, AGENCIA PELIPELO.

Objetivo.- Determinar información de interés sobre el manejo del área comercial enfocada a fortalecer los procesos de crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Mushuc Runa Ltda.

1.¿Posee la Cooperativa de Ahorro y Crédito MushuC Runa Ltda., un modelo de gestión comercial enfocado a fortalecer los procesos de crédito y atención al cliente?

SI		NO	
----	--	----	--

EN CASO DE SI EXPLIQUE:

.....
.....

2.¿Usted ha recibido capacitaciones, seminarios por parte de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda ?

SI		NO	
----	--	----	--

EN CASO DE SI EXPLIQUE:

.....
.....

3. Se han definido en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., estrategias enfocadas a la fidelización de los socios?

SI		NO	
----	--	----	--

EN CASO DE SI EXPLIQUE:

.....
.....

4. ¿Las habilidades y el buen desempeño son valoradas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda a través de incentivos económicos, condecoraciones u otros al personal?

SI		NO	
----	--	----	--

EN CASO DE SI EXPLIQUE:

.....
.....

5. ¿Se realizan reuniones periódicas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda para analizar el desempeño de la Cooperativa?

SI		NO	
----	--	----	--

EN CASO DE SI EXPLIQUE:

.....
.....

6. ¿Existe una relación cordial entre la gerencia y los empleados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda?

SI		NO	
----	--	----	--

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3: Encuesta a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC RUNA LTDA .ANGENCIA PELILEO.

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la información sobre la percepción que tiene el socio del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Mushuc Runa Ltda.

- 1. ¿Considera usted que La Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda., cuenta con infraestructura adecuada y confortable?**

SI		NO	
----	--	----	--

- 2. Los intereses que se pagan al momento de haber recibido el préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda como los considera usted?**

EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR

- 3. En el periodo Enero – Julio 2015 cuantos créditos ha obtenido en la cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda.**

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

- 4. ¿En la actualidad usted necesita un crédito? ¿Para qué necesidad? Señale los siguientes ítems.**

Par la Agricultura.	Para estudios	Comprar una casa.	Para un negocio.

Otros . Explique

5. Como usted considera la atención del asesor de créditos en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Runa Ltda?

EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR

**6. ¿Conoce los diferentes servicios que presta su entidad financiera al socio?
¿Cuáles?**

Créditos socios.	Pago de servicios BASICOS.	Fondos Mortuorios.	Servicios de cajeros.

7. ¿Considera usted que la Cooperativa, le brinda atención a sus requerimientos en los tiempos adecuados?

SI		NO	
----	--	----	--

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4: Encuesta a la población del Cantón Pelileo



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA EN MARKETING
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ENUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE PELILEO

Objetivo: Determinar la participación de mercado de las Cooperativas de ahorro y Crédito existente en la Cantón de Pelileo.

1. Posee cuenta en alguna cooperativa

- SI
- No

2. En qué Cooperativa usted confía sus ahorros y realiza créditos.

- Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda
- Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco

Otras

Indique.....

3. Por qué trabaja con su cooperativa

- Solvencia
- Horario

- Rapidez
- Porcentaje de interés

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5: Fotografías realizadas a los socios y funcionarios de la Cooperativa Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo y la población de Pelileo.



FUENTE: socios de la Coop. Mushuc Runa Ltda.



FUENTE: socios de la Coop. Mushuc Runa Ltda.



FUENTE: Funcionarios Mushuc Runa Ltda



FUENTE: Funcionarios de la Cooperativa



FUENTE: Población del cantón



FUENTE: Población del cantón Pelileo