



**UNIVERSIDAD
BOLIVARIANA
DEL ECUADOR**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**UNIVERSIDAD
BOLIVARIANA
DEL ECUADOR**



UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DE ECUADOR

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TEMA

**PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EN LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS FINANCIEROS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
PIJAL.**

MODALIDAD DE TITULACIÓN

PROYECTO DE TITULACIÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

Autor/es:

JORGE LUIS BONILLA CHICAIZA

ECUADOR

2024



RESUMEN

El presente proyecto de investigación se centra en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, que enfrenta desafíos significativos para mantener su competitividad financiera. La propuesta busca optimizar los sistemas de cuentas, préstamos y transacciones, minimizando anomalías y mejorando la rapidez en los servicios. Esto incluye la implementación de tecnología moderna y una atención al cliente eficaz, con el objetivo de reducir costos operativos y expandir los servicios organizacionales. La optimización de sistemas incluye la actualización de los procesos de gestión de cuentas, la automatización de los procedimientos de préstamos y la mejora de las transacciones financieras. Estas acciones están diseñadas para aumentar la precisión y la velocidad de las operaciones, reduciendo así los errores y mejorando la satisfacción del cliente.

Además, la propuesta enfatiza la importancia de un servicio al cliente efectivo. Esto implica capacitar continuamente al personal en habilidades de servicio al cliente y en el uso de nuevas tecnologías. Un personal bien capacitado y motivado es esencial para proporcionar un servicio de alta calidad y mantener la lealtad de los miembros. El servicio al cliente no solo debe ser rápido y eficiente, sino también personalizado y orientado a satisfacer las necesidades específicas de cada miembro.

Palabras clave: Financieras, servicios, estrategias, competitividad, tecnología, innovación.

Aspectos clave:

Diagnóstico de la situación actual: Análisis FODA que identifica fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Eficiencia operativa: Optimización de procesos internos y mejora de la gestión de riesgos.

Innovación financiera: Introducción de nuevos productos y servicios financieros adaptados a las necesidades de los socios.

Transformación digital: Digitalización de procesos de negocio y adopción de plataformas en línea para mejorar la accesibilidad y conveniencia.

Competitividad en el mercado financiero: Estrategias para atraer y retener socios mediante productos financieros competitivos y una sólida relación con la comunidad.



Capacitación continua: Programas de formación para el personal en habilidades tecnológicas y atención al cliente.

Marketing y comunicación: Campañas efectivas que destaquen los beneficios y valores de la cooperativa, utilizando medios digitales y tradicionales

La propuesta también incluye un plan de acción detallado con objetivos específicos, responsables y plazos, así como un sistema de monitoreo y evaluación para medir el progreso y realizar ajustes según sea necesario.



ABSTRACT

The present research project focuses on the Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, which faces significant challenges in maintaining its financial competitiveness. The proposal aims to optimize account, loan, and transaction systems, minimizing anomalies and improving service speed. This includes the implementation of modern technology and effective customer service, with the goal of reducing operational costs and expanding organizational services. System optimization includes updating account management processes, automating loan procedures, and improving financial transactions. These actions are designed to increase the accuracy and speed of operations, thereby reducing errors and improving customer satisfaction. The implementation of advanced technology will not only facilitate these improvements but also enable the cooperative to offer more innovative services tailored to the changing needs of its members.

Additionally, the proposal emphasizes the importance of effective customer service. This involves continuously training staff in customer service skills and the use of new technologies. Well-trained and motivated staff are essential for providing high-quality service and maintaining member loyalty. Customer service should not only be quick and efficient but also personalized and oriented towards meeting the specific needs of each member.

Keywords: Financial, services, strategies, competitiveness, technology, innovation.

Key Aspects:

Diagnosis of the current situation: SWOT analysis identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

Operational efficiency: Optimization of internal processes and improvement of risk management.

Financial innovation: Introduction of new financial products and services tailored to the needs of members.

Digital transformation: Digitization of business processes and adoption of online platforms to improve accessibility and convenience.

Competitiveness in the financial market: Strategies to attract and retain members through competitive financial products and a strong relationship with the community.

Continuous training: Training programs for staff in technological skills and customer service.



Marketing and communication: Effective campaigns highlighting the benefits and values of the cooperative, using both digital and traditional media.

The proposal also includes a detailed action plan with specific objectives, responsibilities, and timelines, as well as a monitoring and evaluation system to measure progress and make necessary adjustments.



ÍNDICE

Introducción	17
Presentación y contextualización	17
Justificación del problema	18
Planteamiento del problema.	19
Precisión del tema.....	20
Formulación del Problema.....	21
Análisis del árbol de problemas	22
Objetivos.....	23
Planteamientos hipotéticos.....	23
Preguntas Científicas:	23
Declaración de variables	24
Variable Independiente:	24
Principales aportes	25
Importancia, necesidad social, novedad y actualidad científica.	26
Descripción breve del contenido de los capítulos.	27
CAPÍTULO I.....	28
1.2. Antecedentes investigativos.....	28
1.3. Fundamentación teórica.....	29
1.3.1. Teorías de Competitividad:	29
1.3.2. Teoría de la Paridad del Poder Adquisitivo	30
1.3.5. Teoría de la Competitividad Sistémica	31
1.3.6. Teoría de la Complejidad	32
1.3.7. Economía de las Cooperativas:	33
1.3.8. Servicios Financieros y Cooperativismo:.....	34
1.3.9. Calidad del servicio cooperativo.	34
1.3.10. Gestión Estratégica en Cooperativas:	35
1.3.11. Satisfacción del cliente	35
1.3.12. Inclusión Financiera:	36
1.3.13. Tecnología Financiera (<i>FinTech</i>):.....	36
1.3.14. Sostenibilidad y Responsabilidad Social:	37
1.4. Bases normativas y legales	39
1.5. Criterios de posición que asume el investigador.....	41



CAPITULO II	43
2. Metodología para el desarrollo de la investigación	43
2.1. Conceptualización y operacionalización de las categorías o variables	43
2.2. Enfoque de la investigación.....	44
2.3. Investigación cuantitativa	44
2.4. Alcance de la investigación.....	47
2.5. Exploratoria:	47
2.6. Descriptiva:.....	47
2.7. Correlacional:	47
2.8. Explicativa:	48
2.9. Declaración y justificación del diseño de investigación	48
2.10. Métodos empleados y sus propósitos en el contexto de investigación.	48
2.11. Encuestas:	48
2.12. Entrevistas en Profundidad:	49
2.13. Observación Participante:.....	49
2.14. Instrumentos derivados de la metodología seleccionada.....	49
2.15. Cuestionarios:	49
2.16. Guías de Entrevista:	49
2.17. Delimitación de la población y la muestra.	50
2.18. Población:	50
2.19. Muestra:.....	50
2.20. Tipo de Muestreo	51
2.21. Representatividad:.....	51
2.22. Precisión:	51
2.23. Eficiencia:	51
2.24. Muestra Sistemática	51
2.25. Población de Socios.....	51
2.26. Punto de inicio muestreo sistemático:	52
2.27. Población de Colaboradores.....	52
2.28. Población de Directivos	52
2.29. Recolección De Información	53
2.30. Presentación de resultados del estudio diagnóstico:	54
2.33. Conclusiones del Diagnóstico	63



3. CAPÍTULO III	65
3.1. Presentación y validación de la propuesta	65
3.2. Propuesta	65
3.3. Título	65
3.4. Fundamentación	65
3.5. Propósitos u objetivos generales y específicos	67
3.6. Objetivo General	67
3.7. Objetivos específicos	67
3.8. Caracterización de la propuesta	68
3.9. Estructura y dinámica de los componentes	74
3.12. Validación de la propuesta/ Proceso de Validación de la Propuesta	82
Conclusiones	91
Recomendaciones	92
Referencias bibliográficas	93



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	53
Tabla 2	54
Tabla 3	67
Tabla 4	75
Tabla 5	76
Tabla 6	79
Tabla 7	81
Tabla 8	84
Tabla 9	85
Tabla 10	86



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	22
Figura 2	52
Figura 3	52
Figura 4	53
Figura 5	55
Figura 6	56
Figura 7	57
Figura 8	58
Figura 9	58
Figura 10	59
Figura 11	60
Figura 12	61



LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1	95
Anexo 2	96
Anexo 3	97
Anexo 4	99



Introducción

Presentación y contextualización

Las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente bajo los principios establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, con el objetivo de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, con clientes o terceros, con sujeción a las regulaciones que emita la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Según la LOES (2011), las cooperativas de ahorro y crédito o como sus siglas en inglés Saving and Credits Cooperative son entidades que tienen como finalidad suplir con las necesidades financieras de un tercero, la organización está conformada por personas naturales o jurídicas que unen sus capitales para formar la cooperativa. En la actualidad se rigen bajo La Superintendencia de la Economía Popular y solidaria y por ende deben sujetarse bajo la presente ley.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se encuentra en un contexto dinámico y altamente competitivo, donde la capacidad para ofrecer servicios financieros de calidad y con valor añadido es fundamental para su sostenibilidad y crecimiento. En un entorno financiero en constante evolución, con avances tecnológicos rápidos y cambios en las preferencias de los clientes, es necesario que la cooperativa implemente estrategias efectivas para mejorar su competitividad.

La propuesta para mejorar la competitividad de los servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se centra en la adopción de teorías contemporáneas de ventajas competitivas, capital social e innovación financiera. Estas teorías proporcionan el marco necesario para desarrollar e implementar acciones que incrementen la eficiencia operativa, fortalezcan las relaciones con los socios y promuevan la adopción de tecnologías avanzadas.

Este documento presenta una síntesis de los fundamentos teóricos que sustentan la propuesta, y una estructura detallada para su desarrollo e implementación. El objetivo es garantizar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal no solo se mantenga relevante en el mercado, sino que también lidere con soluciones innovadoras que respondan a las necesidades y expectativas cambiantes de sus miembros. Al final, se propondrán vías para validar la propuesta, asegurando su efectividad y sostenibilidad a largo plazo.

La relevancia de este estudio radica en su potencial para contribuir al crecimiento sostenible de la cooperativa y al bienestar financiero. A través de una metodología rigurosa, se evaluará

la situación actual de la cooperativa, identificando áreas de mejora y oportunidades de innovación. La investigación se sustenta en un marco teórico que abarca modelos de competitividad y gestión de servicios financieros, así como estudios de caso de instituciones similares que han logrado resultados significativos.

El compromiso con la implementación de las estrategias propuestas y la medición de su impacto permitirá a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal no solo mejorar su posición en el mercado sino también fortalecer su rol como pilar de desarrollo económico y social en su comunidad.

La propuesta para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa De Ahorro y Crédito Pijal, va a ser de suma importancia ya que nos permite identificar, dar un seguimiento, controlar y disminuir el riesgo de la institución, orientando las acciones hacia el desarrollo. La estrategia para lograr el cambio y la modernización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito se desarrolla a través de un proceso continuo de capacitación, lo que permitirá el mejoramiento de las competencias del personal, requisito para alcanzar los cambios reales en la estructura y dinámica en esta institución.

Justificación del problema

Para, Mogrovejo (2012) el cooperativismo es un movimiento social y económico en el mundo que tiene una fuerte presencia en la sociedad por más de 150 años a nivel mundial y 100 años en América Latina. Las cooperativas de ahorro y crédito están estructuradas de acuerdo con las leyes establecidas por cada País. Es fundamental que toda cooperativa deba tener una gama de servicios financieros accesibles para crear oportunidades de negocio a sus socios, cabe recalcar que los socios tienen derecho a postularse para consejo.

El objetivo de las cooperativas de ahorro y crédito es contribuir con personas de los sectores menos favorecidos a prosperar por medio de un préstamo con tasas moderadas y así que ellos implementen un negocio para surgir en su vida personal. Las características de una cooperativa de ahorro y crédito es que sus socios tienen la confianza de poder invertir su dinero estableciendo ideas claras y los objetivos a cumplir en un determinado tiempo, así mismo establecer los beneficios que le corresponde a cada uno.

Para Pérez (2018) en el escenario actual de la economía global, las cooperativas de ahorro y crédito desempeñan un papel crucial en la inclusión financiera y el desarrollo económico local. Sin embargo, la creciente competencia y los avances tecnológicos exigen que estas instituciones adopten estrategias innovadoras para mantener su competitividad. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se encuentra en una encrucijada donde debe equilibrar su misión

social con la necesidad de competir en un mercado financiero dinámico y en constante evolución.

La globalización ha llevado a un aumento de la interconexión entre mercados, lo que significa que las cooperativas no solo compiten con entidades locales sino también con grandes conglomerados financieros internacionales. Esto ha generado nuevos riesgos y oportunidades que requieren un enfoque estratégico y adaptativo. Además, la digitalización de los servicios financieros ha cambiado las expectativas de los consumidores, quienes ahora demandan acceso instantáneo y personalizado a sus finanzas a través de plataformas digitales.

En este contexto, la propuesta para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal busca abordar estos desafíos macroeconómicos y tecnológicos. La investigación se centrará en identificar y aplicar prácticas que puedan mejorar la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la sostenibilidad a largo plazo de la cooperativa.

Planteamiento del problema.

Las Cooperativa de Ahorro y Crédito opera en un sector financiero que está experimentando una transformación significativa debido a la digitalización y a la creciente demanda de servicios financieros inclusivos y accesibles. En este nivel meso, es crucial considerar cómo la cooperativa se compara con otras instituciones similares en su área geográfica y cómo las regulaciones locales y las condiciones económicas afectan su operatividad y servicios.

En el contexto regional, la cooperativa debe navegar por un mercado donde la competencia incluye tanto a bancos tradicionales como a entidades de microfinanzas y fintechs emergentes. Estos competidores ofrecen una variedad de servicios que pueden ser más atractivos para ciertos segmentos del mercado, lo que pone presión sobre la cooperativa para que innove y se diferencie.

Además, la cooperativa debe adaptarse a las políticas y regulaciones financieras que rigen su funcionamiento en este caso a la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria), lo que puede presentar tanto desafíos como oportunidades. Por ejemplo, las regulaciones sobre la inclusión financiera pueden abrir nuevos mercados, mientras que las restricciones en las tasas de interés pueden limitar las opciones de productos financieros que la cooperativa puede ofrecer de manera rentable.

La propuesta para mejorar la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal debe, por lo tanto, abordar estos factores meso, identificando estrategias que permitan a la

cooperativa destacarse en su entorno inmediato y responder de manera efectiva a las necesidades y expectativas de sus miembros y clientes.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se enfrenta a desafíos internos que impactan directamente su capacidad para competir en el mercado de servicios financieros. Estos desafíos incluyen la eficiencia operativa, la calidad del servicio al cliente, la innovación en productos financieros y la gestión de recursos humanos.

Internamente, la cooperativa debe evaluar su estructura organizativa y procesos para identificar ineficiencias y áreas de mejora. La calidad del servicio al cliente es otro factor crítico, ya que una experiencia positiva puede diferenciar a la cooperativa en un mercado saturado. Además, la innovación en productos financieros es esencial para satisfacer las cambiantes necesidades de los miembros y atraer a nuevos clientes. Por último, la gestión de recursos humanos juega un papel vital en la implementación de cualquier estrategia de mejora, ya que el personal capacitado y motivado es fundamental para el éxito de la cooperativa.

La propuesta para mejorar la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal abordará estos aspectos micro, proponiendo soluciones específicas y prácticas para cada uno de los desafíos identificados. Este enfoque permitirá a la cooperativa fortalecer su posición en el mercado y asegurar un futuro sostenible y próspero.

Las cooperativas de ahorro y crédito enfrentan el reto de mantener su competitividad frente a un mercado financiero en constante cambio y altamente tecnificado. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, ubicada en el corazón de una comunidad del mismo nombre, que depende fuertemente de sus servicios, no es la excepción. A pesar de su papel crucial en la inclusión financiera y el desarrollo local, la cooperativa ha observado una disminución en la captación de nuevos socios y una creciente dificultad para retener a los actuales, lo que sugiere la necesidad de una revisión y mejora de sus estrategias competitivas.

Precisión del tema

La digitalización y la creciente demanda de servicios financieros inclusivos y accesibles que no puede ignorarse. Es crucial evaluar cómo nuestra cooperativa se compara con otras en esta área geográfica y cómo las regulaciones locales y las condiciones económicas afectan nuestras operaciones y servicios. Imaginemos un entorno donde la competencia incluye desde bancos tradicionales hasta innovadoras fintech. Estos competidores ofrecen servicios que pueden resultar muy atractivos para ciertos segmentos de mercado, lo que obliga a innovar y diferenciarnos continuamente. Además, debemos adaptarnos a las políticas y regulaciones financieras establecidas por las entidades de la superintendencia de economía popular y

solidaria, (SEPS). Estas regulaciones pueden ser tanto un desafío como oportunidades. Como por ejemplo, las políticas de inclusión financiera pueden abrir nuevos mercados, mientras que las limitaciones en las tasas de interés pueden restringir las operaciones de productos financieros que podemos ofrecer. Nuestra propuesta para mejorar la competitividad, debe abordar los factores identificando estrategias que permitan a la cooperativa destacarse como un entorno a responder de manera efectiva a las necesidades y expectativas de nuestros socios y clientes.

Para mejorar necesitamos evaluar nuestra estructura organizativa y procesos. Identificando deficiencias y áreas de mejora. La calidad del servicio al cliente es crítica, una experiencia positiva puede diferenciarnos en un mercado saturado. Innovar en productos financieros es esencial para satisfacer las cambiantes necesidades de nuestros socios y clientes. La gestión de recursos humanos también juega un papel vital, ya que un personal capacitado y motivado es fundamental para el éxito de la cooperativa de ahorro y crédito Pijal. Esta propuesta aborda aspectos poniendo soluciones específicas y prácticas para cada uno de los desafíos identificados. Este enfoque permitirá a la cooperativa fortalecer su posición en el mercado y asegurar un futuro sostenible y próspero.

Enfrentamos el reto de mantener nuestra competitividad en un mercado financiero en constante cambio y altamente tecnificado. La cooperativa de ahorro y crédito Pijal, ubicada en el centro de la parroquia González Suarez del cantón Otavalo, depende fuertemente de nuestros servicios. A pesar de nuestro papel crucial a la inclusión financiera y el desarrollo local, hemos observado una disminución en la captación de nuevos socios y creciente dificultad para retener a los actuales, pero sugiere la necesidad de revisar y mejorar nuestras estrategias competitivas.

Formulación del Problema

¿De qué manera puede la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal mejorar su competitividad en la prestación de servicios financieros para asegurar su sostenibilidad y crecimiento en el mercado actual?

Esta pregunta guiará la investigación hacia la identificación de las áreas clave que requieren innovación y optimización, con el objetivo de desarrollar una propuesta integral que aborde tanto los desafíos internos como las oportunidades externas.

Este planteamiento y formulación del problema establecen el fundamento para una investigación que busca no solo diagnosticar los desafíos actuales de la cooperativa sino

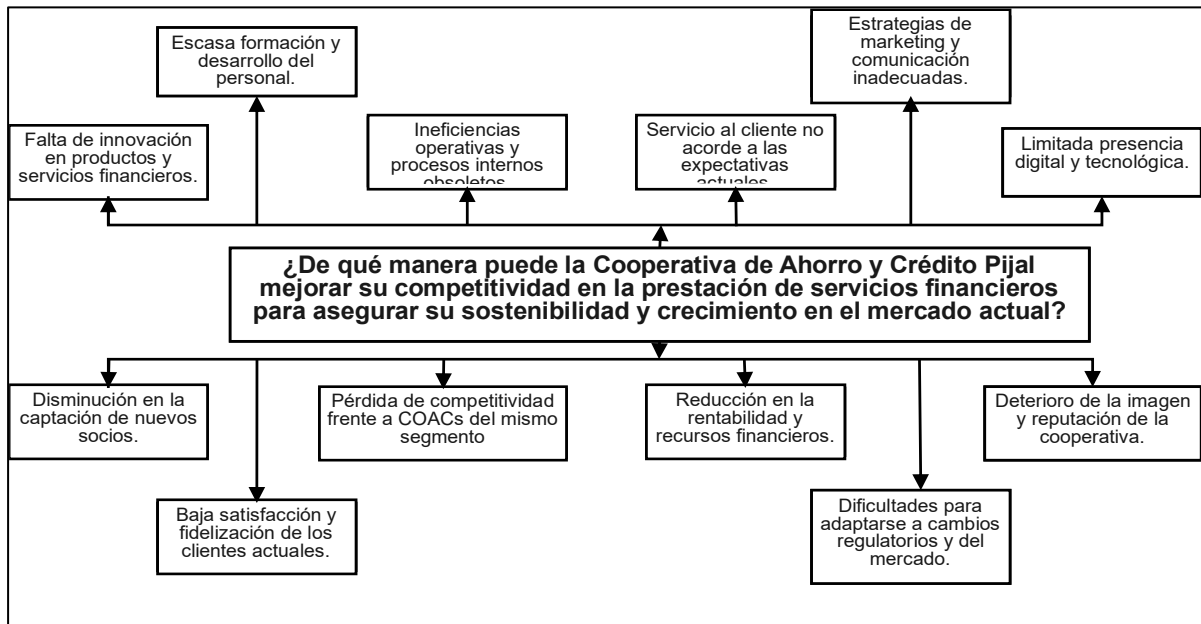
también proponer soluciones prácticas y efectivas para mejorar su posición en el mercado financiero

Análisis del árbol de problemas

Se representa el árbol de problemas en la Figura 1.

Figura 1

Árbol de problemas



Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Las causas primarias incluyen:

- Escasa formación y desarrollo del personal
- Falta de innovación en productos y servicios financieros

Las causas secundarias incluyen:

- Ineficiencias operativas y procesos internos obsoletos
- Estrategias de marketing y comunicación inadecuadas

Las consecuencias primarias incluyen:

- Servicio al cliente no acorde a las expectativas actuales
- Reducción en la rentabilidad y recursos financieros

Las consecuencias secundarias incluyen:

- Limitada presencia digital y tecnológica
- Dificultades para adaptarse a cambios regulatorios y del mercado



Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar una propuesta operativa que mejore la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal en la prestación de servicios financieros, asegurando su sostenibilidad y crecimiento en el mercado actual.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del estado actual de la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal en comparación con otras entidades financieras.
- Formular una estrategia operativa para optimizar la eficiencia y reducir costos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal.
- Crear una estrategia de marketing para mejorar la presencia en línea de la cooperativa y atraer a nuevos socios.
- Desarrollar un plan de capacitación para el personal que promueva un servicio al cliente excepcional y una cultura organizacional orientada al mercado.

Planteamientos hipotéticos

Si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal implementa tecnologías financieras avanzadas, entonces mejorará la eficiencia de sus servicios y conllevará a incrementar un número de socios.

La capacitación del personal para adquirir habilidades en el servicio al cliente y operaciones financieras contribuye a incrementar la satisfacción del cliente y la retención de socios.

Preguntas Científicas:

¿Qué estrategias específicas puede implementar la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal para mejorar la competitividad de sus servicios financieros en el mercado actual?

¿Cuáles son los principales problemas que afectan la gestión operativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal?

¿Cuáles son los lineamientos operativos específicos que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal debería implementar para asegurar la mejora continua de sus servicios financieros?

¿Cómo influye la digitalización de los servicios financieros en la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal?

¿Cómo influye la capacitación del personal en la calidad del servicio y en la fidelización de los clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal?



Declaración de variables

Variable Independiente:

Estrategias de Mejora: Incluye todas las acciones y cambios propuestos para aumentar la competitividad de la cooperativa, como la digitalización de servicios, capacitación del personal, y estrategias de marketing.

Variable Dependiente:

Competitividad de la Cooperativa: Se refiere al éxito de la cooperativa en atraer y retener socios, su eficiencia operativa, y su capacidad para innovar y adaptarse al mercado.

Variables incontrolables

Condiciones del Mercado: Factores externos como la economía local, regulaciones financieras, y la competencia.

Tecnología Disponible: Las tecnologías actuales que la cooperativa puede implementar.

Cultura Organizacional: Las creencias, valores y prácticas existentes dentro de la cooperativa que pueden influir en la implementación de nuevas estrategias.

La presente investigación adopta un enfoque mixto, que integra métodos cuantitativos y cualitativos para un análisis exhaustivo de la competitividad en la provisión de servicios financieros. El alcance del estudio se centra en las cooperativas financieras de la región de Imbabura, con el objetivo de identificar factores clave que influyen en su competitividad.

Identificación de los métodos a emplear

Métodos Empíricos: se plantea realizar encuestas con los socios y empleados de la cooperativa para obtener datos cualitativos sobre la percepción de la competitividad y los servicios actuales.

Análisis comparativo: Utilizar un análisis estadístico para comparar los datos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal con los de otras entidades financieras.

Evaluación de estrategias de marketing: Analiza datos de marketing digital (como tráfico web y conversiones) para medir la efectividad de las campañas y ajustar las estrategias en consecuencia.

Plan de Capacitación: Encuestas de satisfacción, se plantea realizar encuestas antes y después de las capacitaciones para medir su impacto en la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.



Declaración de la población y muestra.

Población: La población de estudio incluirá a todos los miembros activos de la cooperativa, así como a los empleados que interactúan directamente con los servicios financieros. Esto asegura que la investigación abarque una visión completa de las experiencias y percepciones relacionadas con la competitividad y la satisfacción del cliente.

Muestra: La muestra será un subconjunto representativo de la población. Se seleccionará utilizando un muestreo estratificado, donde la población se divide en estratos basados en características relevantes como la edad, el género, el tipo de servicio utilizado y la antigüedad en la cooperativa.

Declaración del tipo de investigación.

Tipo de Investigación: Este estudio se centra en una investigación aplicada, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos. Hemos elegido la investigación aplicada porque queremos resolver problemas específicos y prácticos, como mejorar la competitividad en los servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal.

Utilizaremos el enfoque cuantitativo para recopilar y analizar datos numéricos mediante encuestas y análisis estadísticos. Esto nos dará una visión clara y objetiva del rendimiento actual y de las áreas que necesitan mejoras. Además, el enfoque cualitativo nos permitirá profundizar en las percepciones y experiencias de los miembros y empleados de la cooperativa a través de entrevistas y grupos focales.

Cuantitativos:

Se aplicarán encuestas estructuradas a una muestra representativa de miembros y gestores de las cooperativas, con el fin de obtener datos numéricos sobre aspectos como satisfacción del cliente, eficiencia operativa y rentabilidad.

Cualitativos:

Se realizarán entrevistas a grupos focales con expertos en servicios financieros y miembros de la comunidad, buscando profundizar en las percepciones y experiencias relacionadas con la competitividad de las cooperativas.

Principales aportes

Propuesta de un modelo de competitividad:

Creación de un modelo conceptual basado en los datos recogidos y analizados, que pueda ser utilizado por las cooperativas para evaluar y mejorar su competitividad.



Análisis comparativo:

Evaluación de las diferencias y similitudes en la competitividad entre las cooperativas y otras instituciones financieras, proporcionando una perspectiva única sobre el posicionamiento competitivo de las cooperativas.

Recomendaciones estratégicas:

Ofrecimiento de recomendaciones prácticas y estratégicas para las cooperativas, con el fin de mejorar su oferta de servicios financieros y su eficiencia operativa.

Impacto social y económico:

Análisis del impacto potencial de una mayor competitividad de las cooperativas en la inclusión financiera y el desarrollo económico de la región.

Importancia, necesidad social, novedad y actualidad científica.

Importancia

La investigación es crucial debido a su enfoque en la competitividad de las cooperativas financieras, una piedra angular en el desarrollo económico local y la inclusión financiera. Al mejorar su competitividad, las cooperativas pueden ofrecer mejores servicios a sus miembros, contribuyendo así al bienestar económico y social de la comunidad.

Necesidad Social

Existe una necesidad social imperante de fortalecer las instituciones financieras locales, como las cooperativas, para que sean más resilientes y capaces de satisfacer las necesidades de sus miembros, especialmente en zonas rurales áreas menos atendidas por la banca tradicional. Esto es vital para promover la equidad financiera y el empoderamiento económico de los individuos.

Novedad

La tesis introduce un nuevo modelo de competitividad adaptado específicamente a las cooperativas financieras, lo cual representa un avance significativo en la literatura existente. Este modelo puede servir como referencia para futuras investigaciones y como herramienta práctica para las cooperativas.

Actualidad Científica

El estudio está alineado con las tendencias actuales en el campo de la economía y las finanzas, que buscan soluciones innovadoras para mejorar la eficiencia y la efectividad de los servicios



financieros. Además, responde a la llamada global para una mayor sostenibilidad y responsabilidad social en el sector financiero.

Descripción breve del contenido de los capítulos.

Introducción

Este capítulo establece el contexto de la investigación, presentando la problemática, la justificación de la investigación, y los objetivos tanto generales como específicos. Se concluye con la formulación de las hipótesis y la definición de las variables.

Capítulo 1: Marco Teórico

Se desarrolla un análisis detallado de la literatura existente, definiendo conceptos clave y teorías relacionadas con la competitividad en servicios financieros. Este capítulo también establece el marco conceptual y las bases teóricas que sustentan el estudio.

Capítulo 2: Metodología

Describe el enfoque metodológico, el alcance y el diseño de la investigación, así como los métodos de recolección y análisis de datos. Incluye la operacionalización de variables y la justificación de las técnicas estadísticas utilizadas.

Capítulo 3: Propuesta

Presenta los resultados obtenidos a través de la aplicación de las técnicas estadísticas. Se incluyen tablas, gráficos y una discusión que interpreta los hallazgos en relación con las hipótesis y objetivos planteados.



CAPÍTULO I

1.2. Antecedentes investigativos

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal es una entidad de derecho privado que promueve el desarrollo socioeconómico de sus asociados mediante la prestación de servicios financieros. Estos servicios fomentan el ahorro y la realización de operaciones dentro del marco legal permitido para las cooperativas de ahorro y crédito. Además, la cooperativa propicia la ayuda comunitaria, uno de los principios fundamentales del cooperativismo, sin perder de vista la rentabilidad financiera.

La COAC PIJAL tiene sus raíces en la Asociación Agrícola Rumiñahui, fundada en 1980. En respuesta a la crisis bancaria de la época, los miembros decidieron formar una Caja Común, creando un pequeño fondo con aportes de cada socio. Este fondo tenía el objetivo de otorgar pequeños créditos de forma rotativa a todos los socios y apoyar a la comunidad.

En este contexto, es crucial mejorar la competitividad de la cooperativa para asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo, así como para continuar ofreciendo servicios de alta calidad a sus asociados. El presente marco teórico se enfoca en analizar los conceptos clave, teorías y modelos relevantes que pueden guiar la formulación de estrategias efectivas para mejorar la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal.

En Ecuador, la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria define el acto económico solidario. Según esta ley, las actividades realizadas por las organizaciones mencionadas, en el marco de su objeto social, no se consideran actos comerciales o civiles, sino actos solidarios. Esto significa que las actividades de las organizaciones del sector popular y solidario son reconocidas como actos económicos solidarios.

Algunos expertos, como Dante Cracogna (2022), consideran que el acto cooperativo es un acto jurídico sui generis. Cracogna señala que este tipo de acto no se ajusta a ninguna de las figuras jurídicas tradicionales y, por lo tanto, debe ser visto como un acto jurídico único, con una naturaleza propia que lo distingue de los actos civiles o comerciales. Este acto, denominado “acto cooperativo”, tiene un objetivo particular estrechamente ligado a la intención de los participantes, que es satisfacer sus necesidades a través de una organización basada en los principios y valores de la cooperación. De esta manera, el acto económico solidario en Ecuador, como una evolución del acto cooperativo, surge desde las bases sociales para responder a las necesidades personales de sus miembros, creando una forma económica distinta a la tradicional.

Es importante tener en cuenta que los servicios de intermediación financiera generalmente implican la captación de recursos financieros de terceros por diversos medios, con el compromiso de reembolso, que puede o no incluir el reconocimiento de un rendimiento. Estos recursos se utilizan para satisfacer diversas necesidades de financiamiento.

Según el Código Orgánico Monetario y Financiero, la intermediación financiera es uno de los objetivos de la actividad financiera. Esta actividad se define como el conjunto de operaciones y servicios realizados entre oferentes, demandantes y usuarios para facilitar la circulación de dinero y llevar a cabo la intermediación financiera. Además, estas actividades son consideradas un servicio de orden público, regulado y controlado por el Estado, y pueden ser realizadas por las entidades que conforman el sistema financiero nacional, previa autorización de los organismos de control.

En los últimos años, diversas investigaciones han abordado la competitividad en la prestación de servicios financieros en cooperativas de ahorro y crédito. Estudios previos han identificado factores clave como la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la innovación tecnológica como determinantes cruciales para mejorar la competitividad.

1.3.Fundamentación teórica

1.3.1. Teorías de Competitividad:

1.3.1.1.Ventaja competitiva y ventaja comparativa

Según Porter (1979) “La ventaja competitiva crece fundamentalmente debido al valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación con los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”.

Según Ricardo (2001) menciona que Las teorías de competitividad han sido desarrolladas y discutidas por varios autores a lo largo de los años. Aquí te presento un resumen de algunas de las teorías más influyentes.

Una ventaja competitiva en el sector financiero se fundamenta en la capacidad de una entidad para incrementar el valor percibido por sus clientes. Una institución financiera alcanza la

rentabilidad cuando el valor que crea supera los costos asociados a la producción de sus servicios. En esencia, la estrategia de cualquier empresa financiera debe enfocarse en proporcionar un valor agregado que exceda el costo de sus servicios, priorizando el concepto de valor sobre el de costos en el análisis de su posición competitiva en el mercado.

Para Negron (2017) se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva, cuando ésta obtiene beneficios superiores al promedio de su industria, o dicho de otro modo, para que una empresa pueda competir exitosamente, ésta debe desarrollar ventajas competitivas sostenibles

La teoría de la ventaja comparativa, desarrollada en el contexto del comercio internacional, sostiene que los países pueden obtener ganancias comerciando si se concentran en la producción de aquellos bienes y servicios en los que poseen una desventaja relativa menos significativa. En otras palabras, si una nación puede producir algo con un costo de oportunidad más bajo que sus contrapartes, entonces tiene una ventaja comparativa. Esta teoría es fundamental para comprender las razones detrás de la especialización y el comercio beneficioso entre empresas, individuos y naciones.

1.3.2. Teoría de la Paridad del Poder Adquisitivo

Autores como Cassel (1920) planteó la hipótesis de que la libre circulación de mercancías y un comercio bastante generalizado se traducirían en una Paridad del Poder Adquisitivo (PPA), de las monedas de los distintos países, como lo indican los niveles de precios nacionales. propuso que los tipos de cambio entre monedas se establecen en un nivel que iguala el poder adquisitivo de las monedas en diferentes países. Su recomendación era fijar los tipos de cambio en el nivel correspondiente a la PPA, ya que creía que esto evitaría los desequilibrios comerciales entre las naciones comerciales. Su recomendación era fijar los tipos de cambio en el nivel correspondiente a la PPA, ya que creía que esto evitaría los desequilibrios comerciales entre las naciones comerciales.

El nivel de la Paridad del Poder Adquisitivo para prevenir desequilibrios en el comercio internacional. Esta perspectiva es relevante para la propuesta de fortalecer la competitividad en la oferta de servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, ya que sugiere un enfoque económico que podría influir en la estabilidad financiera y la capacidad competitiva en el mercado global

1.3.3. Modelo de las Cinco Fuerzas

Según Porter (2008): Porter desarrolló el Modelo de las Cinco Fuerzas, es un modelo analítico que ayuda a los profesionales del marketing y directores comerciales a observar el «equilibrio de poder» en un mercado entre diferentes empresas y a analizar el atractivo y la rentabilidad

potencial de un sector empresarial, analiza la competencia en una industria basándose en cinco fuerzas clave: la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores existentes.

Este modelo facilita la comprensión del atractivo y las posibilidades de éxito en un determinado sector, examinando cinco aspectos cruciales: la posibilidad de que ingresen nuevos competidores, la capacidad de influencia de los proveedores, el poder de negociación de los consumidores, el riesgo representado por alternativas al producto y la intensidad de la competencia entre los actores ya establecidos. La aplicación de este modelo puede ser fundamental para la propuesta de incrementar la competitividad en la prestación de servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, proporcionando un marco para identificar y mejorar las áreas clave que impactan en su posición en el mercado.

1.3.4. Diamante de la Competitividad

Para Porter (1987): En su libro “The Competitive Advantage of Nations”, Porter también introdujo el Diamante de la Competitividad, que identifica cuatro determinantes de la ventaja competitiva nacional: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de apoyo, y estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.

Un modelo que destaca cuatro elementos clave que determinan la ventaja competitiva a nivel nacional. Estos elementos son: la dotación de factores, la demanda del mercado, la presencia de sectores industriales conexos y de apoyo, y las políticas empresariales, la organización y la competencia interna. Este marco teórico puede ser aplicado para formular una estrategia que mejore la competitividad en la prestación de servicios financieros por parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, enfocándose en optimizar estos cuatro aspectos críticos.

1.3.5. Teoría de la Competitividad Sistémica

Según Klaus Esser (1995) Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner y Jörg Meyer-Stamer: Esta teoría sugiere que la competitividad de un país depende de la capacidad de su economía para mejorar continuamente y adaptarse a los cambios, lo cual requiere la interacción entre empresas, políticas estatales y el contexto socioeconómico. La competitividad sistémica, examinando los factores que lo determinan y sus interrelaciones. El autor plantea que la competitividad industrial es el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional, que son los siguientes: el nivel micro, de las empresas, las que buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua; el nivel meso,

correspondiente al Estado y los actores sociales, que desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad; el nivel macro, que ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias de desempeño; y, por último, el que en este artículo se llama nivel meta, que se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica. El artículo concluye que la competitividad de una empresa se basa en el patrón organizativo de la sociedad en su conjunto.

Según los autores, la competitividad en la industria emerge de la interacción entre cuatro niveles dentro de un sistema nacional: el nivel micro, que abarca a las empresas enfocadas en lograr eficiencia, calidad, flexibilidad y una respuesta ágil, muchas veces mediante redes colaborativas; el nivel meso, que incluye al Estado y actores sociales que promueven políticas de apoyo y estructuración, así como el aprendizaje colectivo; el nivel macro, que impone demandas de rendimiento a las empresas; y el nivel meta, que comprende estructuras sólidas de organización legal, política y económica, así como la capacidad de organización social y la integración estratégica de los actores. La conclusión es que la competitividad empresarial se asienta en la estructura organizativa de la sociedad en su conjunto, lo cual es crucial para la propuesta de mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal.

1.3.6. Teoría de la Complejidad

Para Krugman (2006), en su crítica a las teorías tradicionales de comercio internacional, argumenta que la competitividad también puede ser entendida a través de la lente de la complejidad económica, que considera factores como la diversificación y la sofisticación de las exportaciones. En un mercado perfectamente competitivo (un mercado en el que existen muchos compradores y vendedores, y ninguno representa una gran proporción del mercado), las empresas son precios aceptantes. Es decir, los vendedores de los productos creen que pueden vender tanto como quieran al precio actual, y que no pueden influir en el precio que reciben por su producto. Por ejemplo, un agricultor puede vender trigo como quiera sin preocuparse de que si intenta vender más reducirá el precio de mercado.

La mejora de la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, resalta la importancia de considerar la complejidad económica en la estrategia competitiva. Krugman argumenta que la competitividad no solo se basa en costos y

precios, sino también en la diversificación y sofisticación de las exportaciones, lo que implica un enfoque más holístico que incluye la calidad y la innovación de los productos y servicios.

En el contexto de un mercado perfectamente competitivo, donde numerosos compradores y vendedores interactúan y ninguno tiene suficiente poder para influir en los precios del mercado, las empresas son tomadoras de precios y deben aceptar el precio de mercado vigente. Esto significa que, por ejemplo, un agricultor puede vender todo el trigo que desee al precio de mercado sin temor a afectar el precio general.

Para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, esto sugiere que, para mejorar su competitividad, debe enfocarse no solo en ser eficiente en costos sino también en diferenciar sus servicios financieros, mejorar la calidad, adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y posiblemente explorar nuevos mercados o segmentos de servicios. La capacidad de adaptarse y ofrecer algo único o superior puede ser una ventaja competitiva en un entorno donde no se puede controlar el precio y donde la diferenciación y la especialización pueden ser claves para el éxito.

1.3.7. Economía de las Cooperativas:

De Oca (2020) menciona que es la asociación autónoma para hacer frente a las necesidades económicas, sociales y culturales de sus miembros a través de una empresa de propiedad conjunta las características esenciales de las cooperativas son la posesión grupal de la empresa por parte de cada miembro y el gobierno horizontal de cada uno de sus socios, lo que repercute en la igualdad de derechos y obligaciones, así como en que las decisiones deben de ser tomadas a razón de un voto igualitario por cada miembro.

Las cooperativas se caracterizan por la propiedad compartida de la empresa entre todos los miembros y un modelo de gobernanza democrática, donde cada socio tiene igualdad de derechos y responsabilidades, y las decisiones se toman mediante un sistema de voto igualitario.

En el contexto de la tesis sobre la mejora de la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, este enfoque cooperativo puede ser un factor distintivo en el mercado financiero. La estructura de propiedad colectiva y la toma de decisiones democrática pueden contribuir a una mayor alineación con las necesidades y expectativas de los miembros, lo que a su vez puede mejorar la lealtad y la satisfacción del cliente. Además, la cooperativa puede aprovechar esta estructura para impulsar la innovación y la adaptabilidad, respondiendo de manera más efectiva a los cambios del mercado y a las tendencias emergentes.

Por lo tanto, la propuesta para mejorar la competitividad podría enfocarse en fortalecer estos aspectos cooperativos, asegurando que la estructura organizativa y la cultura de la cooperativa promuevan la participación de los miembros, la transparencia en la gestión y una respuesta ágil a las necesidades del mercado. Esto podría incluir la implementación de programas de formación para los miembros, el desarrollo de nuevos productos y servicios financieros que reflejen los valores cooperativos, y la adopción de tecnologías que faciliten la colaboración y la comunicación entre los miembros y la administración de la cooperativa.

1.3.8. Servicios Financieros y Cooperativismo:

Para Arzbach (2000) los servicios financieros y el cooperativismo se entrelazan en una relación simbiótica que beneficia a sus miembros y a la comunidad en general. En el contexto de la cooperativa de ahorro y crédito Pijal, la implementación de servicios financieros a través de un modelo cooperativo puede proporcionar ventajas competitivas significativas, enfocándose en fortalecer su modelo cooperativo y expandir su gama de servicios financieros podría ser una estrategia efectiva para mejorar su competitividad en el mercado.

Podemos mencionar algunos servicios que ofrecen las cooperativas, pueden recibir depósitos, realizar transacciones, conceder préstamos, inversiones (DPF), y otros servicios, como asesorías financieras.

1.3.9. Calidad del servicio cooperativo.

Para Parasuraman (1988) se centra así en una premisa: si se logra la implicación de todos los miembros de la organización en la mejora continua de la calidad en cada una de las actividades que realiza, se obtiene la calidad en todo lo relacionado a la organización, es decir, la calidad deja de ser un calificativo exclusivo para un producto y pasa a ser un concepto que envuelve todas las actividades en las que esté inmersa la organización.

Según este modelo, la calidad del servicio se mide por la brecha entre las expectativas de los usuarios y su percepción del servicio que reciben. La calidad, por lo tanto, no es solo una característica inherente a los productos o servicios ofrecidos, sino un resultado de la implicación y el esfuerzo conjunto de todos los miembros de la organización.

Para la Coac Pijal, esto implica que la mejora de la competitividad debe abordar no solo la eficiencia de los servicios financieros ofrecidos, sino también la experiencia completa del cliente. Esto significa que cada empleado, desde la alta dirección hasta el personal de atención al cliente, debe estar comprometido con la mejora continua y la excelencia en su trabajo.

1.3.10. Gestión Estratégica en Cooperativas:

Es el proceso continuo que consiste en adoptar ahora decisiones (asunción de riesgos) empresariales sistemáticamente y con el mayor conocimiento posible de su carácter futuro; en organizar sistemáticamente los esfuerzos necesarios para ejecutar estas decisiones, y en medir los resultados de estas decisiones comparándolos con las expectativas mediante la retroacción sistemática organizada. La planificación estratégica no es una caja de trucos, un manajo de técnicas: Es el pensamiento analítico y el compromiso de los recursos con la acción. La construcción de modelos o la simulación pueden ser útiles (Drucker, 1984)

Este proceso implica no solo la elección y ejecución de acciones basadas en un entendimiento profundo de sus posibles consecuencias futuras, sino también la evaluación continua de los resultados para asegurar que se alineen con los objetivos establecidos. La construcción de modelos y la simulación pueden ser herramientas valiosas en este proceso, ya que permiten prever los efectos de diferentes escenarios y estrategias antes de su implementación. Esto puede ser particularmente útil para una cooperativa como lo es COAC Pijal, que busca mejorar su posición en un sector competitivo y en constante cambio.

1.3.11. Satisfacción del cliente

Según Lane (2006) la satisfacción del cliente, la generación de ingresos, y la calidad en el servicio pueden ser más rentables que las estrategias enfocadas a reducción de costos, ya que un cliente satisfecho deja de lado a la competencia y por lo general, vuelve a adquirir el servicio comunicando a otros posibles clientes sus experiencias positivas. La satisfacción del cliente se refiere a la evaluación subjetiva que realiza un cliente sobre la experiencia que ha tenido al adquirir y utilizar un producto o servicio. Esta evaluación se basa en la percepción del cliente sobre si sus expectativas fueron cumplidas o superadas.

La prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, enfatiza la importancia de la satisfacción del cliente como un pilar central para el éxito y la rentabilidad a largo plazo. Según estos autores, invertir en la calidad del servicio y en la generación de experiencias positivas para el cliente puede ser más beneficioso que centrarse exclusivamente en la reducción de costos.

La razón principal es que un cliente satisfecho tiende a ser leal, eligiendo repetidamente los servicios de la misma entidad y, además, actúa como un promotor al compartir sus experiencias positivas con otros potenciales clientes. Esto puede generar un ciclo virtuoso de retención de clientes y adquisición de nuevos clientes a través de referencias, lo cual es crucial en un sector tan competitivo como el financiero.

1.3.12. Inclusión Financiera:

Para el Banco-mundial, (2022) La inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a diversos productos y servicios financieros útiles y asequibles que atienden sus necesidades transacciones, pagos, ahorro, crédito y seguros y que se prestan de manera responsable y sostenible.

Tener acceso a una cuenta de transacciones es un primer paso hacia una mayor inclusión financiera, ya que permite a las personas guardar dinero, y enviar y recibir pagos. Una cuenta de transacciones también sirve como vía de acceso a otros servicios financieros. Por ello, garantizar que las personas en todo el mundo tengan acceso a una cuenta de transacciones sigue siendo una esfera de interés del Grupo Banco Mundial.

La inclusión financiera se centra en garantizar que individuos y empresas tengan acceso a productos y servicios financieros que sean útiles, asequibles y que satisfagan sus necesidades básicas de transacciones, pagos, ahorro, crédito y seguros, de una manera responsable y sostenible.

Para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, la inclusión financiera puede ser un factor clave para mejorar su competitividad. Esto se debe a que, ampliar el acceso a servicios financieros puede atraer a un segmento más amplio de la población, incluyendo aquellos que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero. Ofrecer cuentas de transacciones facilita la gestión del dinero para los miembros, permitiéndoles realizar pagos y recibir ingresos de manera eficiente, lo cual es un servicio valorado y puede fomentar la lealtad del cliente. Promover servicios financieros responsables y sostenibles puede mejorar la reputación de la cooperativa y fortalecer la confianza en la institución.

1.3.13. Tecnología Financiera (*FinTech*):

Para el Instituto de Innovación Digital (2023) la innovación financiera se refiere a la introducción de nuevas soluciones y tecnologías en el sector financiero, con el objetivo de mejorar la eficiencia, la seguridad y la accesibilidad de los servicios financieros. La innovación financiera puede incluir:

Nuevas formas de procesamiento de transacciones, soluciones nuevas para la gestión de riesgos financieros, nuevas tecnologías para la inversión automatizada y la gestión de cartera y, nuevas soluciones para la gestión de fondos.

La innovación financiera es un proceso continuo y evolutivo, impulsado por la necesidad de mejorar la eficiencia y la seguridad en el sector financiero. A medida que las tecnologías y las necesidades de los clientes cambian, se espera que la innovación financiera siga evolucionando

y transformando el sector financiero. En el presente, no obstante, ya existen empresas punteras que se benefician de la innovación. Las llamadas empresas fintech.

La innovación financiera, tal como se describe en el texto, es un elemento transformador en el sector financiero y juega un papel crucial en la propuesta de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal para mejorar su competitividad. Este proceso evolutivo, que busca incrementar la eficiencia y la seguridad, es especialmente relevante en el contexto de las rápidas transformaciones tecnológicas y las cambiantes demandas de los clientes.

Las empresas fintech, que son pioneras en la adopción de innovaciones financieras, ofrecen un modelo a seguir para instituciones como la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal. Estas empresas utilizan tecnología para ofrecer servicios financieros más accesibles, personalizados y seguros, lo que les permite destacarse en un mercado altamente competitivo.

Para el sitio Hubspot (2024) las fintech, también conocidas como tecnologías financieras, son las técnicas, recursos y aplicaciones que permiten administrar recursos económicos a través de medios digitales. Asimismo, con este nombre se hace referencia a las empresas que ofrecen estos servicios. Hoy en día, existen muchas tecnologías diseñadas para mantener el control financiero tanto para las personas como para las empresas. Todas tienen en común que operan a través de medios digitales, ya sea para la gestión de recursos o la realización de transacciones de forma segura, simple y rápida.

Las fintech proporciona una visión clara de cómo estas tecnologías financieras están remodelando la administración de recursos económicos. Las fintech, que incluyen una variedad de técnicas, recursos y aplicaciones, permiten a individuos y empresas gestionar sus finanzas de manera digital. Este enfoque digital ofrece una gestión segura, sencilla y rápida de los recursos y transacciones financieras.

1.3.14. Sostenibilidad y Responsabilidad Social:

Para el sitio Cavala (2019) menciona que la Comisión Europea define la Responsabilidad Social, en este caso empresarial, como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés. Dentro de esta definición debemos contemplar que las empresas pueden integrarse en las preocupaciones sociales y ambientales de muchas formas diferentes, teniendo en común, de manera resumida, que han de:

Definir quién es su sociedad, ya que no tiene por qué ser toda, identificar qué impactos genera en la sociedad y su entorno y qué impactos quisiera generar atendiendo a los requisitos, en

función de su capacidad, aclarar qué métodos va a utilizar y de qué medios dispone para gestionar sus impactos en la sociedad.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto que puede ser fundamental para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal en su búsqueda de mejorar la competitividad. La RSE implica que las empresas adopten voluntariamente prácticas que consideren las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones y relaciones con los *stakeholders*.

1.3.15. Sostenibilidad

Para Cavala (2019) El concepto de sostenibilidad se ha ligado habitualmente a la sostenibilidad del medio ambiente, enfocado especialmente a las características del desarrollo que aseguren las necesidades del presente sin comprometer las necesidades futuras. Pero se puede aplicar a la sostenibilidad empresarial. Ha de entenderse como que las actividades de la empresa han de llevarla a ser una empresa financiera, ambiental y socialmente sostenible, es decir, que cubra las necesidades económicas, ambientales y sociales sin poner en riesgo esas necesidades futuras.

Esta sostenibilidad puede alcanzarse de diferentes maneras y no existe una regla mágica que nos aporte la solución definitiva, es trabajo de las organizaciones establecer los mecanismos necesarios que la lleven a ser una empresa sostenible.

La sostenibilidad no solo en términos ambientales, sino también en el ámbito empresarial, especialmente en el sector financiero. La sostenibilidad empresarial implica que una organización debe operar de manera que satisfaga las necesidades económicas, ambientales y sociales actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

1.3.16. Desarrollo sostenible

Para (Cavala, 2019) Este concepto se asemeja en gran medida al concepto de sostenibilidad, pero ha de entenderse en un ámbito más amplio, la sostenibilidad es el fin de la responsabilidad social, mientras que el desarrollo sostenible es el proceso para alcanzarlo.

Para definir el desarrollo sostenible se suele extender la definición de sostenibilidad que comentábamos anteriormente, aplicándole el fundamento de la reducción de la pobreza, la inclusión social, reducción de las desigualdades y elevación de los niveles de vida de la sociedad.

Al tener un carácter tan amplio, el desarrollo sostenible pasa a ser responsabilidad de todos los agentes de la sociedad: gobiernos, empresas y el resto de la sociedad, ya que nos afecta a todos.

Y dentro de estos se considera fundamental el papel de los gobiernos pues controlan las reglas que favorecen un desarrollo equilibrado de todos: gobiernos, empresas y sociedad.

El desarrollo sostenible, que se extiende más allá de la sostenibilidad ambiental para incluir la reducción de la pobreza, la inclusión social, la disminución de desigualdades y la mejora de los niveles de vida, es crucial para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal en su esfuerzo por mejorar la competitividad. Este enfoque holístico implica que la sostenibilidad no es solo un objetivo final, sino un proceso continuo que involucra a todos los actores de la sociedad, incluidas las empresas financieras.

1.4. Bases normativas y legales

Desde el año 2012 las cooperativas se encuentran controladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) y se rige a la ley Orgánica Economía Popular y Solidaria. Constitución de la República del Ecuador, Capítulo cuarto. Soberanía económica, sección primera, Sistema y política económicos refiere que el Art. 309 hace referencia al sistema financiero nacional, el cual se compone de los sectores público, privado, y del popular y solidario, así mismo se hace referencia al Art. 311 que describe las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2021, pág. 144)

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria Título I del Sector Financiero Popular y Solidario. Capítulo I De las Organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario Art. 1, 2, 132, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan actividades de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, (LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA, 2018, pág. 4)

De la misma manera se hace énfasis al Código Orgánico Monetario y Financiero, Libro I, mismo que integra los sistemas monetarios y financiero nacional de las entidades responsables de la formulación de las políticas, regulación, implementación, supervisión, control que ejercen actividades monetarias y financieras. En el Art. 3 refiere a los Objetivos: asegurar que el ejercicio de las actividades monetarias, financieras, de valores y seguros sea consistente e integrado; proteger los derechos de los usuarios de los servicios financieros, de valores y seguros. (Asamblea Nacional, p. 3).



La cooperativa también se rige por el Código de Trabajo, Código Civil, Ley de Régimen Tributario y su reglamento de aplicación, Ley del Seguro Social y al Reglamento Administrativo Interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal Ltda.

Dentro del reglamento interno de la entidad en su ARTÍCULO 15.- del derecho de información de los socios, refiere que la información es de conocimiento público y se encuentra disponible para todos los socios y personas en general y se refieren a productos, servicios e información financiera que se publica en los medios de comunicación, información que difunde el organismo de control y otros de similar naturaleza. (COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PIJAL, 2016, pág. 8)

De acuerdo al Plan de Creación de Oportunidades, (2021-2025), en el Objetivo 2 suscribe que Impulsará un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversores y modernización del sistema financiero nacional. Lineamiento territorial. Pol.2.3. E.10. Fomentar emprendimientos que permitan el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad. (Plan de Creación de Oportunidades, 2021, págs. 51,52)

Como se analizó al inicio de este trabajo, las cooperativas de ahorro y crédito, al formar parte del sistema financiero nacional, pueden llevar a cabo actividades financieras como servicios de orden público, siempre que cuenten con la autorización de los órganos de control pertinentes, es decir, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

El Código Orgánico Monetario y Financiero otorga a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria la facultad de autorizar a las cooperativas de ahorro y crédito para realizar actividades financieras. Para proteger la naturaleza jurídica de este sector, se requiere segmentar y verificar el objeto social, la línea de negocio, especialidades y capacidades de estas cooperativas antes de autorizar dichas actividades, de acuerdo con los requisitos y condiciones establecidos por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. En la práctica, esto se lleva a cabo mediante la segmentación cooperativa establecida en la Resolución No. 038-2015-F del 13 de febrero de 2015, aplicando el criterio de que a mayor crecimiento financiero, especialización y capacidad para ejecutar actividades de intermediación financiera, mayor será la probabilidad de obtener las autorizaciones necesarias para prestar los servicios financieros contemplados en la ley.

1.5. Criterios de posición que asume el investigador.

En este estudio, se adopta una postura crítica y reflexiva respecto a las concepciones y puntos de vista de diversos autores sobre la competitividad en la prestación de servicios financieros. Este enfoque permite no solo evaluar las teorías existentes, sino también identificar áreas de mejora y proponer soluciones innovadoras. A continuación, se presentan algunas reflexiones y análisis críticos, así como una propuesta para mejorar la competitividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal:

1.5.1. Análisis de la Competitividad Actual:

Evaluación de Fortalezas y Debilidades: Se realiza un diagnóstico exhaustivo de las fortalezas y debilidades internas de la cooperativa, considerando factores como la calidad del servicio, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

Comparación con Competidores: Se comparan los servicios y productos ofrecidos por la cooperativa con los de sus principales competidores, identificando ventajas competitivas y áreas donde se puede mejorar.

1.5.2. Reflexiones sobre Teorías Existentes:

Revisión de Literatura: Se analizan las teorías y modelos más influyentes sobre la competitividad en el sector financiero, resaltando tanto sus contribuciones significativas como sus posibles limitaciones. Esta investigación permite identificar las fortalezas de cada enfoque teórico y las áreas donde pueden no ser completamente aplicables o eficaces en el contexto actual.

Aplicación Práctica: Se examina la aplicación de estas teorías en el contexto específico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, identificando tanto las discrepancias como las oportunidades de adaptación. Este análisis permite reconocer las áreas donde las teorías pueden no ajustarse completamente a la realidad de la cooperativa y destacar las oportunidades para modificar y adaptar estos enfoques teóricos a fin de mejorar su relevancia y efectividad.

1.5.3. Propuesta de Mejora:

Innovación en Servicios: Se propone la implementación de nuevos servicios financieros que respondan a las necesidades de los socios. Entre estos servicios se incluyen productos de ahorro personalizados, como cuentas de ahorro programados con tasas de interés escalonadas que aumentan con el tiempo para incentivar el ahorro a largo plazo. Además, se sugiere ofrecer opciones de crédito flexibles, como préstamos con plazos ajustables y tasas de interés variables que se adapten a la capacidad de pago de los socios. Por ejemplo, un préstamo para dirigido para mujeres emprendedoras que no requieran una garantía, siendo esta una limitante, con un período de gracia inicial para ayudar a establecerse antes de comenzar a pagar.

Capacitación y Desarrollo: Se propone desarrollar programas de capacitación continua para el personal de la cooperativa, con el objetivo de mejorar tanto la atención al cliente como la gestión de servicios. Estos programas incluirán talleres y cursos sobre habilidades de comunicación, resolución de problemas y manejo de quejas, así como formación en el uso de nuevas tecnologías y procesos operativos eficientes. Además, se implementará un sistema de retroalimentación que permita a los socios evaluar los servicios recibidos y sugerir mejoras. Este sistema podría incluir encuestas periódicas, buzones de sugerencias y reuniones de feedback, asegurando que las opiniones de los socios sean escuchadas y consideradas en la toma de decisiones.

Tecnología y Digitalización: Se recomienda la adopción de tecnologías avanzadas para optimizar los procesos internos y ofrecer servicios digitales que faciliten el acceso y la gestión de productos financieros por parte de los socios. Esto incluye la implementación de sistemas automatizados de gestión que mejoren la eficiencia operativa y minimicen los errores humanos. Además, se sugiere desarrollar una plataforma en línea y una aplicación móvil que permitan a los socios realizar transacciones, consultar saldos, solicitar préstamos y acceder a otros servicios financieros de manera rápida y segura. Por ejemplo, una aplicación móvil con autenticación biométrica y notificaciones en tiempo real puede mejorar significativamente la experiencia del usuario, aumentando la satisfacción y la lealtad de los socios.

CAPITULO II

2. Metodología para el desarrollo de la investigación**2.1. Conceptualización y operacionalización de las categorías o variables****Competitividad:**

En el presente estudio, la competitividad se define como la capacidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal para ofrecer servicios financieros de alta calidad que satisfagan las necesidades de sus socios de manera más efectiva que sus competidores. Esta definición se fundamenta en la premisa de que la competitividad no solo se mide por la eficiencia operativa y la innovación en productos y servicios, sino también por la capacidad de la cooperativa para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y mantener altos niveles de satisfacción entre sus socios.

Para medir la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, se han identificado varios indicadores clave que permiten evaluar de manera objetiva y cuantificable el desempeño de la cooperativa en comparación con sus competidores. Estos indicadores son esenciales para entender cómo la cooperativa puede mejorar y mantener su posición en el mercado.

Satisfacción del Socio:

En el presente estudio, la satisfacción del socio se define como el grado en que los socios están contentos con los servicios recibidos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal. Esta definición se basa en la premisa de que la satisfacción del socio es un indicador crucial de la calidad del servicio y de la capacidad de la cooperativa para cumplir con las expectativas y necesidades de sus miembros.

Para medir la satisfacción del socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, se han identificado varios indicadores clave que permiten evaluar de manera objetiva y cuantificable el grado de satisfacción de los socios con los servicios recibidos. Estos indicadores son esenciales para entender cómo la cooperativa puede mejorar y mantener altos niveles de satisfacción entre sus miembros.

Encuestas de Satisfacción: Instrumentos diseñados para recoger las opiniones y conocimientos de los socios sobre los servicios recibidos.

Análisis de Comentarios y Sugerencias: Revisión sistemática de los comentarios y sugerencias proporcionados por los socios a través de diferentes canales de comunicación.

Tasas de Retención de Socios: Medida del porcentaje de socios que continúan utilizando los servicios de la cooperativa a lo largo del tiempo.

La satisfacción del socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se realiza a través de encuestas de satisfacción, análisis de comentarios y sugerencias, y tasas de retención de socios. Estos indicadores permiten a la cooperativa medir de manera objetiva la satisfacción de sus socios y tomar decisiones informadas para mejorar continuamente la calidad de los servicios ofrecidos.

2.2. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación para el proyecto “Propuesta para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal” será mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos. Esta ruta se asume para obtener una comprensión holística de la situación actual de la cooperativa y las dinámicas que influyen en su competitividad.

Desde la perspectiva cuantitativa, se recogerán datos numéricos sobre indicadores de rendimiento, como la cuota de mercado, la rentabilidad y la eficiencia operativa. Se utilizarán métodos estadísticos para analizar estos datos y probar hipótesis relacionadas con factores que afectan la competitividad.

Por otro lado, el enfoque cualitativo se centrará en entender las percepciones, actitudes y comportamientos de los miembros y empleados de la cooperativa. Se realizarán entrevistas y grupos focales para explorar en profundidad cómo estos factores cualitativos contribuyen a la competitividad de la cooperativa.

La combinación de ambos enfoques permitirá no solo medir y comparar la competitividad de la cooperativa con datos concretos, sino también entender las dinámicas subyacentes y los factores cualitativos que pueden afectarla.

2.3. Investigación cuantitativa

2.3.1.1. Metodología de la investigación cuantitativa;

La metodología de la investigación cuantitativa tiene por objeto explicar mediante una investigación sistémica de los fenómenos observables a través de la recolección de datos digitales, analizados mediante métodos basados en técnicas matemáticas, estadísticas o informáticas. Por tanto, implica la recopilación y el análisis de datos cuantificables, basados en observación empírica y su conexión con la dimensión conceptual de la investigación. Todos los datos cuantitativos son datos en forma numérica, tales como estadísticas, porcentajes, entre otros, obtenidos a través de encuestas, cuestionarios, o mediante la manipulación de datos estadísticos preexistentes.

A diferencia de los estudios descriptivos, correlacionales o experimentales, más que determinar la relación de causa y efectos entre dos o más variables, la investigación cualitativa se interesa más en saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso en que se da el asunto o problema, es decir, tiene un enfoque en estudiar la calidad de las actividades y relaciones en contextos específicos. En el marco de la tesis “Propuesta para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal”, este enfoque cualitativo es relevante para comprender los procesos internos, la dinámica de las relaciones con los miembros y la interacción con el entorno económico y social, para conocer directamente en el cómo y el por qué ocurren ciertos fenómenos, lo que permite obtener una comprensión profunda de los factores que influyen en la competitividad de la institución financiera (Ramírez & Callegas, 2020)

De manera que, es adecuada a la propuesta del trabajo de Titulación, debido a su enfoque en explicar fenómenos observables a través de la recolección y análisis de datos numéricos; autores como Álvarez (2024), afirman que este método está procurando una descripción holística, exhaustiva, con sumo detalle, de un asunto o actividad en particular; con mayor factibilidad para evaluar y acercarnos con claridad y precisión al resultado óptimo al aplicar la propuesta de mejoramiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, además de identificar patrones que no son evidentes superficialmente, como el comportamiento de los clientes, elecciones emergentes, modificaciones en el mercado, lo que facilita anticipar y adaptar los servicios financieros de manera íntegra para mejorar la atención con los clientes generando mejoría en la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal.

En la metodología cuantitativa, se aplican diferentes herramientas para mejorar la competitividad financiera; las herramientas fundamentales a aplicar son software para encuestas en línea: Google forms, Qualtrics, Typeform, Alchemer, facilitando el un análisis avanzado, personalizado y fácil; ya que el socio o empleador, podrá realizar desde su dispositivo móvil, Tablet o computador, generar una respuesta en un tiempo oportuno, optimizando el tiempo, procesos y acciones a efectuar (Cole, 2023; Rodríguez et al., 2024; Velykoivanenko, et al., 2024)

En efecto, se debe considerar, el análisis estadístico, con la aplicación de software como: Statistical Package for the social sciences, conocido por sus siglas como (SPSS), permite un análisis descriptivo e inferencial; a su vez el Statistical Analysis System (SAS), una herramienta para análisis de datos complejos; Microsoft Excel, esta herramienta comumente utilizada pero muy útil al momento de efectuar gráficos, tablas, matrices, para una correcta descripción de los resultados; para la presentación de datos existen herramientas como Tableau,

aplicada en financieras para la visualización de datos; Power BI, similar al anterior con un plus al integrar plataformas de Microsoft, generando informes con datos relevantes, alcanzando optimización toma de decisiones y finalmente Google Data Studio, capaz de generar informes y datos visuales de forma ágil (Vega-Cauch, 2019; Vírseda et al., 2019)

Con la aplicación del método cualitativo, tendremos datos numéricos precisos de variables claves como: la satisfacción del cliente, eficacia en las operaciones financieras y el rendimiento, generando claridad la magnitud de las problemáticas y las áreas a mejorar, se evidencia si la aplicación de los nuevos productos financieros, tecnología avanzada, se logra cumplir el objetivo operativo y satisfacción del cliente, con todo esto podemos tomar decisiones objetivas, concreta y fundamentadas con base sólida para la planificación de estrategias y políticas (He, 2022).

2.3.2. Metodología de la investigación cualitativa

Este tipo de metodología tiene la finalidad de conocer el contexto, basado en actitudes, acciones y comportamientos de los individuos, todo esto en relación a los servicios, productos que interactúan directamente con el equipo financiero, socios y su entorno.

Al aplicar el método cualitativo, se toman en cuenta diferentes herramientas y técnicas para enfrentar la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal; para empezar de desarrolla entrevistas: de forma que, conozcamos la perspectivas y vivencias de los individuos clave de la institución, como autoridades Parroquiales, comunitarias y grupos sociales relevantes, así también de los clientes y empleadores, detectando las problemáticas a mejorar; efectuar capacitaciones y distinguir posturas a explorar relacionados con el servicio, productos, las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades de la organización.

Continuando, es muy importante comprender la modalidad de trabajo y su compromiso con la misión y visión de la institución, por lo que, acorde a la planificación y situaciones eventuales, extraordinarias, establecer reuniones, eventos que permitan la interacción con el personal y con los procesos laborales de la institución; así mismo, un responsable estará al tanto de verificar que la documentación, servicios, actividades se lleven al día acorde al cronograma previamente establecido, con esto, se evidencia la calidad, satisfacción, y buen desempeño, asegurando mínimas anomalías.

En la misma línea contextual, los diarios de campo, o registros, nos permiten captar datos e ideas importantes a considerar para la mejoría y satisfacción del cliente; las encuestas también

permiten la exploración de percepción de los clientes y todos aquellos que estén relacionados con la institución, acerca de los servicios futuros.

2.4. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, considerando un enfoque mixto.

2.5. Exploratoria:

Esta fase se centraría en identificar las áreas clave que afectan la competitividad en los servicios financieros. Se realizarían encuestas y análisis de datos existentes para descubrir tendencias y patrones.

Por tanto, el propósito de la investigación exploratoria en este estudio no dará a conocer eventualidades, situaciones no comunes, que estén intercediendo en el avance de la institución, como retrocesos de procesos, atención al cliente y entrega de productos o servicios.

Es así que, la información se obtendrá a partir, de la observación directa, (registro de eventos in-situ, test, entrevistas); indirecta (encuestas, cuestionarios) que en su momento se evalúan para llegar al punto clave de anomalías, ejemplo; no registrar a tiempo, la información de un evento de la institución.

2.6. Descriptiva:

Basándose en los hallazgos exploratorios, se describirían con precisión las características de los servicios financieros actuales, las expectativas de los clientes y las prácticas de sostenibilidad.

Al obtener datos del anterior alcance, procedemos a detallar, el porqué, cómo y para de las eventualidades, aquí se puede identificar tal vez, falta de planificación, organización, distribución de tiempos, que para mejorar la competitividad, debe existir nueva modalidad de organización a fin de cumplir con prontitud a los procesos financieros.

2.7. Correlacional:

Se investigaría la relación entre la satisfacción del cliente, la innovación en servicios financieros y la inclusión financiera. Se utilizarían métodos estadísticos para evaluar la fuerza y dirección de estas relaciones.

Es así que, podemos tener claridad de las acciones y los resultados de los dos contextos, tanto de, los empleadores y los clientes, puesto que, se evidencia la interacción entre las dos variables.

2.8.Explicativa:

Se profundizaría en las causas subyacentes de las correlaciones encontradas, utilizando modelos predictivos para entender cómo diferentes factores impactan en la competitividad.

El desarrollo de investigación se acerca, a los resultados, prácticamente la problemática, estos son presentados en matrices, figuras, organizadores gráficos, que define, el origen de las situaciones, para de esta forma establecer la propuesta.

2.9.Declaración y justificación del diseño de investigación

Se adoptará un diseño mixto, que combina métodos cuantitativos y cualitativos. La parte cuantitativa empleará un diseño no experimental transversal para recoger datos sobre la situación actual de la cooperativa. La parte cualitativa utilizará estudios de caso para obtener una comprensión profunda de las experiencias y percepciones de los miembros y empleados.

El diseño mixto permite una comprensión más completa al combinar la objetividad de los datos cuantitativos con la riqueza de los datos cualitativos, facilita la adaptación a los hallazgos emergentes, permitiendo ajustes en la metodología si es necesario.

Los estudios de caso cualitativos proporcionan un contexto detallado y una comprensión de los factores subyacentes que influyen en la competitividad y satisfacción del cliente.

Mientras que los datos cuantitativos ofrecen la posibilidad de generalizar los resultados, los cualitativos aportan especificidad y detalle a esos hallazgos generales. Este diseño es particularmente adecuado para abordar las complejidades de la innovación financiera y la inclusión, temas que son multifacéticos y requieren una exploración tanto en la amplitud como en la profundidad para generar estrategias efectivas de mejora.

2.10. Métodos empleados y sus propósitos en el contexto de investigación.**2.11. Encuestas:**

Las encuestas de satisfacción y otros instrumentos de recolección de datos cuantitativos se utilizan para obtener información detallada sobre las preferencias y comportamientos de los socios. El propósito de estas herramientas es proporcionar una visión general y cuantificable de la satisfacción de los socios y la demanda de servicios financieros. A través de estas encuestas, se pueden identificar patrones y tendencias que permiten a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal ajustar y mejorar sus servicios para satisfacer mejor las necesidades de sus socios.

2.12. Entrevistas en Profundidad:

Las entrevistas y grupos focales se emplean para obtener información cualitativa detallada de los miembros y empleados de la cooperativa. El propósito de estas técnicas es explorar las actitudes, percepciones y experiencias personales que no se capturan a través de métodos cuantitativos. Estas herramientas permiten profundizar en aspectos subjetivos y contextuales, proporcionando una comprensión más rica y matizada de las dinámicas internas y las necesidades de los socios. A través de estas interacciones, se pueden identificar áreas de mejora y oportunidades para fortalecer la relación entre la cooperativa y sus socios.

2.13. Observación Participante:

Este método implica una inmersión profunda en el entorno de la cooperativa para observar de cerca las operaciones y las interacciones cotidianas. El propósito es identificar prácticas operativas y puntos de contacto con el cliente que pueden influir en la competitividad y la satisfacción de los socios. A través de la observación directa, se pueden detectar ineficiencias, oportunidades de mejora y aspectos positivos que contribuyen a una experiencia satisfactoria para los socios. Este enfoque permite obtener una comprensión integral y contextualizada de cómo se desarrollan las actividades diarias y cómo estas impactan en la percepción y satisfacción de los socios.

2.14. Instrumentos derivados de la metodología seleccionada**2.15. Cuestionarios:**

Las encuestas están diseñadas para recoger datos cuantitativos de manera estructurada. Se desarrollarán preguntas cerradas y escalas de valoración para medir variables clave como la satisfacción del cliente y la frecuencia de uso de los servicios financieros. Estas preguntas permitirán obtener respuestas específicas y comparables, facilitando el análisis estadístico de los datos. Por ejemplo, se incluirán preguntas sobre la calidad del servicio, la rapidez en la atención, y la accesibilidad de los productos financieros, utilizando escalas de Likert para evaluar el grado de satisfacción de los socios. Además, se medirán la frecuencia con la que los socios utilizan diferentes servicios financieros, lo que proporcionará una visión clara de sus hábitos y preferencias.

2.16. Guías de Entrevista:

Para las entrevistas en profundidad, se desarrollarán guías detalladas que incluyan preguntas abiertas diseñadas para explorar a fondo las experiencias y opiniones de los miembros y empleados de la cooperativa. Estas guías permitirán obtener información cualitativa rica y

matizada, abordando temas como la satisfacción con los servicios, las percepciones sobre la eficiencia operativa, y las sugerencias para mejoras. Las preguntas abiertas facilitarán una conversación fluida y permitirán a los entrevistados expresar sus pensamientos y sentimientos de manera libre y detallada. Por ejemplo, se podrían incluir preguntas como: “¿Puede describir una experiencia positiva que haya tenido con nuestros servicios?”, “¿Qué aspectos de la cooperativa cree que podrían mejorarse?”, y “¿Cómo percibe la atención al cliente en comparación con otras instituciones financieras?”.

2.17. Delimitación de la población y la muestra.

2.18. Población:

La población de estudio incluirá a todos los socios activos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, así como a los empleados que interactúan directamente con los servicios financieros y directivos de la institución. Esta selección asegura que la investigación abarque una visión integral de las experiencias y percepciones relacionadas con la competitividad y la satisfacción del cliente. Al incluir tanto a los socios como al personal, se obtiene una perspectiva completa que permite identificar fortalezas y áreas de mejora desde diferentes ángulos. Esto es crucial para desarrollar estrategias efectivas que mejoren la competitividad y la satisfacción de los socios, basadas en una comprensión profunda y holística de las necesidades y expectativas de todos los involucrados.

2.19. Muestra:

La muestra será un subconjunto representativo de la población total de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal. Para asegurar la representatividad, se utilizará un muestreo estratificado. Este método implica dividir la población en estratos basados en características relevantes como la edad, el género, el tipo de servicio utilizado y la antigüedad en la cooperativa. Cada estrato será representado proporcionalmente en la muestra, lo que permitirá obtener una visión equilibrada y precisa de las experiencias y percepciones de los diferentes grupos dentro de la cooperativa. Este enfoque garantiza que los resultados de la investigación sean generalizables y reflejen adecuadamente la diversidad de la población estudiada.



2.20. Tipo de Muestreo

2.21. Representatividad:

El muestreo estratificado asegura que todos los segmentos importantes de la población estén representados en la muestra.

2.22. Precisión:

Reduce el error de muestreo al comparar los estratos dentro de la población, lo que es crucial para la validez de los resultados.

2.23. Eficiencia:

Permite un análisis más detallado de subgrupos específicos, lo que puede ser útil para identificar necesidades y oportunidades de mejora.

2.24. Muestra Sistemática

El muestreo sistemático es un procedimiento en el cual se seleccionan elementos de una población a intervalos constantes. Este proceso se inicia con la elección aleatoria de un punto de partida dentro de la población. Posteriormente, se seleccionan elementos a intervalos regulares, determinados por el tamaño de la muestra y la población total. Este método es particularmente útil cuando la población está ordenada de alguna manera, ya que permite una cobertura uniforme y evita sesgos que podrían surgir en otros métodos de muestreo.

En esta investigación, se ha decidido utilizar un método de muestreo probabilístico conocido como muestreo sistemático. Este método se caracteriza por la selección de elementos de una población a intervalos regulares, comenzando desde un punto de inicio elegido al azar. A continuación, se detallan los pasos y justificaciones para la elección de este método:

2.25. Población de Socios

Tamaño de la Población (N): 3000

Tamaño de la Muestra Deseada (n): 25 socios.

Intervalo de Muestreo:

Figura 2*Intervalo De Muestreo Socios*

$$k = \frac{3000}{25} = 120$$

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

2.26. Punto de inicio muestreo sistemático:

Numero de Socio; 30, 150, 270, 390, 510, 630, 750, 870, 990, 1110, 1230, 1350, 1470, 1590, 1710, 1830, 1950, 2070, 2190, 2310, 2430, 2550, 2670, 2790, 2910.

2.27. Población de Colaboradores

Tamaño de la Población (N): 10

Tamaño de la Muestra Deseada (n): 5 colaboradores.

Intervalo de Muestreo:

Figura 3*Intervalo De Muestreo Colaboradores*

$$k = \frac{10}{5} = 2$$

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Punto de Inicio:

Colaboradores 2, 4, 6, 8, 10.

Tamaño de la Población: 11

Tamaño de la Muestra Deseada: Supongamos que deseas una muestra de 5 colaboradores.

2.28. Población de Directivos

Tamaño de la Población (N): 8

Tamaño de la Muestra Deseada (n): 2 directivos.

Intervalo de Muestreo:

Figura 4*Intervalo De Muestreo Directivos*

$$k = \frac{8}{2} = 4$$

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Punto de Inicio:

Directivos 1, 4.

En la investigación se realiza un muestreo sistemático detallando la muestra de acuerdo con el nivel jerárquico de la institución, esto debido a que se realiza una división en tres campos de muestra, socios, colaboradores, directivos. A continuación, se detalla a cada uno de ellos en la Tabla 1.

Tabla 1*Muestra Nivel Jerárquico*

Institución	Nivel jerárquico	Muestra
Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal	Socios	25
	Directivos	2
	Colaboradores	5

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

2.29. Recolección De Información

La recolección de información capta todas las variables y temáticas indispensables para el presente estudio, relacionado con la mejora de la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, por lo cual se ha recurrido a páginas web, leyes y artículos relacionados principalmente con la mejora continua y los procesos crediticios. Estas fuentes servirán de referencia para desarrollar el presente trabajo de investigación. Podemos visualizar la información en la tabla 2.

Tabla 2*Recolección De Información*

FUENTE	DESCRIPCIÓN
Páginas web	Sitios en línea especializados en servicios financieros, cooperativismo y competitividad.
Leyes	Legislación vigente relacionada con cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador y regulaciones financieras.
Artículos académicos	Estudios y publicaciones académicas sobre mejora continua y procesos crediticios.
Informes de instituciones	Reportes de entidades financieras y organismos de control sobre la situación del sector cooperativo.
Entrevistas y encuestas	Datos cualitativos y cuantitativos recogidos directamente de los socios y empleados de la cooperativa.

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

2.30. Presentación de resultados del estudio diagnóstico:

El aporte de los actores sociales, clientes, equipo de trabajo y todos aquellos directamente relacionados con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal proporciona una perspectiva amplia y detallada del posicionamiento actual de la institución. A través de las encuestas de satisfacción, satisfacción laboral y visión estratégica, se han abordado diversos aspectos clave que permiten evaluar y mejorar continuamente los servicios y la gestión de la cooperativa.

En las encuestas de satisfacción, se han considerado factores como la calidad del servicio, la atención al cliente, y la eficiencia en la resolución de problemas. Estos aspectos son fundamentales para entender cómo perciben los clientes la cooperativa y qué áreas requieren mejoras.

La satisfacción laboral, por otro lado, se centra en el bienestar y la motivación del equipo de trabajo. Se han evaluado elementos como el ambiente laboral, las oportunidades de desarrollo profesional, y la comunicación interna. Un equipo de trabajo satisfecho y motivado es esencial para el éxito y la sostenibilidad de la cooperativa.

Finalmente, la visión estratégica se ha analizado para asegurar que la cooperativa esté alineada con sus objetivos a largo plazo y pueda adaptarse a los cambios del entorno financiero. Se han

revisado las estrategias de crecimiento, la innovación en productos y servicios, y la capacidad de respuesta ante desafíos económicos.

Estos aspectos se presentan de manera detallada en la tabla y el gráfico de la Figura 5, proporcionando una visión clara y comprensiva de los resultados obtenidos y las áreas de enfoque para futuras mejoras.

Figura 5

Análisis Resultados Encuesta De Satisfacción

E. Satisfacción	E. Satisfacción Laboral	Visión Estratégica
<ul style="list-style-type: none"> •Respecto de los servicios que oferta. •Respecto a facilidad de uso de los servicios. •Sugerencia de mejoras. •Conocimiento de herramientas tecnológicas por parte de los clientes como la web transaccional. •Información sobre las decisiones adoptadas en la COAC Pijal. 	<ul style="list-style-type: none"> •Respecto al trabajo que realiza en la cooperativa. •Respecto a oportunidades de crecimiento personal dentro de la COAC Pijal. •Respecto a la información que recibe sobre sus funciones. •Participación sobre las decisiones que se toman en la COAC Pijal. •Satisfacción respecto a las herramientas utilizadas en el trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> •Respecto a la visión que tiene la COAC Pijal. •Respecto a la toma de decisiones eficientes y efectivos. •Satisfacción con el nivel de innovación tecnológica de la COAC Pijal. •Medidas que deben implementarse. •Estado de la comunicación interna de la COAC Pijal.

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Para recopilar opiniones y sugerencias que permitan mejorar la competitividad y los servicios ofrecidos por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, se llevaron a cabo 32 encuestas. Estas encuestas se dirigieron a una muestra representativa que incluyó a los socios de la cooperativa, así como a sus colaboradores, tanto administrativos como operativos, y a los directivos de la institución.

El objetivo principal de estas encuestas fue obtener una visión integral de las percepciones y expectativas de todos los actores involucrados. Los resultados obtenidos proporcionan información valiosa sobre diversos aspectos de la cooperativa, permitiendo identificar áreas de mejora y fortalecer aquellos aspectos que ya son bien valorados.

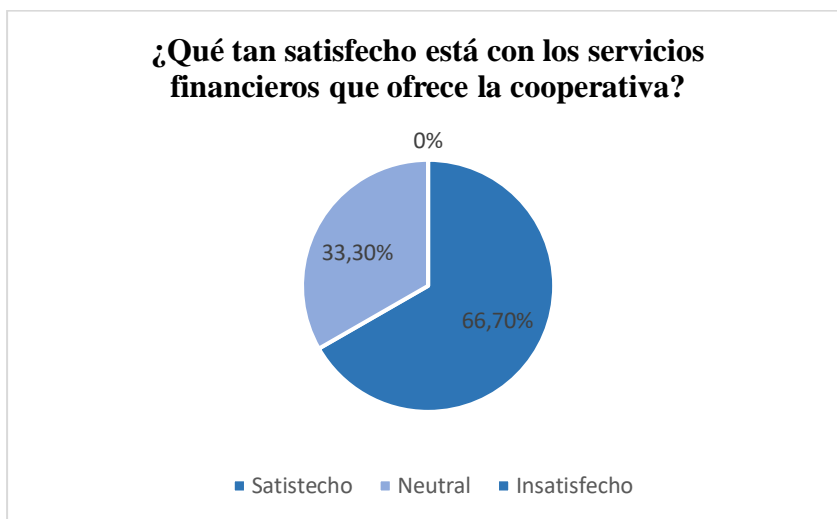
En cuanto a la satisfacción laboral, los resultados indican que el 66.7% de los colaboradores se sienten satisfechos con su trabajo en la cooperativa. Este dato es significativo, ya que refleja un alto nivel de satisfacción entre los empleados, lo cual es crucial para el buen funcionamiento y la eficiencia de la institución. Por otro lado, un 33.3% de los encuestados se mostró neutral

respecto a su satisfacción laboral, lo que sugiere que hay oportunidades para mejorar ciertos aspectos del ambiente de trabajo y las condiciones laborales.

Estos resultados se ilustran en la Figura 6, donde se puede observar la distribución de las respuestas de los colaboradores. La información recopilada a través de estas encuestas será fundamental para desarrollar estrategias que promuevan un mayor compromiso y satisfacción entre los empleados, así como para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los socios de la cooperativa.

Figura 6

Satisfacción De Servicios Financieros

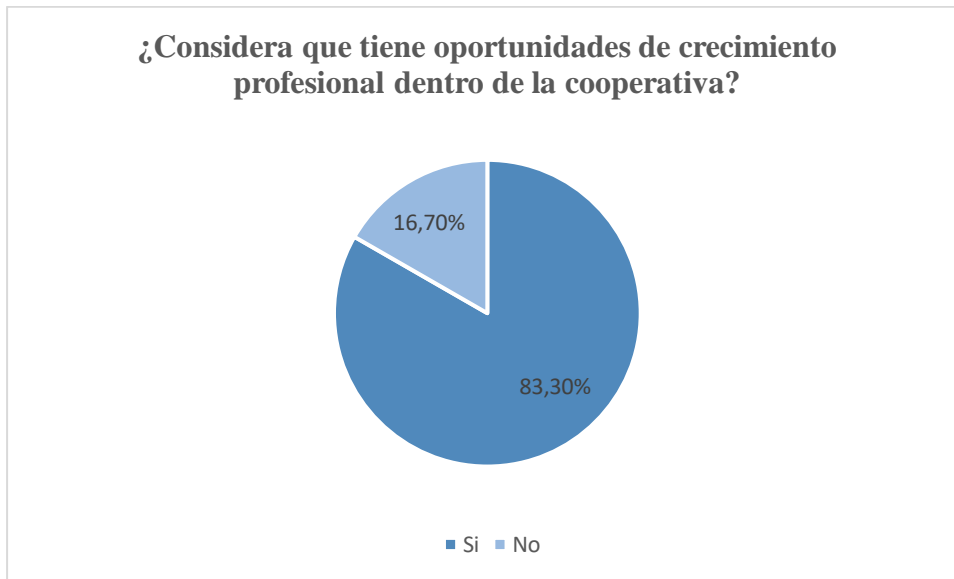


Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Estos resultados indican que, en general, los colaboradores tienen una percepción positiva de su entorno laboral. Sin embargo, el hecho de que un tercio de los encuestados se sienta neutral sugiere que hay áreas que podrían mejorarse para aumentar la satisfacción general. En lo que se refiere a la Percepción de Oportunidades de Crecimiento Profesional, la mayoría de los colaboradores, representando un 83.3%, considera que tienen oportunidades de crecimiento profesional dentro de la cooperativa. Un 16.7% de los encuestados no percibe oportunidades de crecimiento profesional, así como se muestra en la Figura 7.

Figura 7

Oportunidades De Crecimiento Profesional



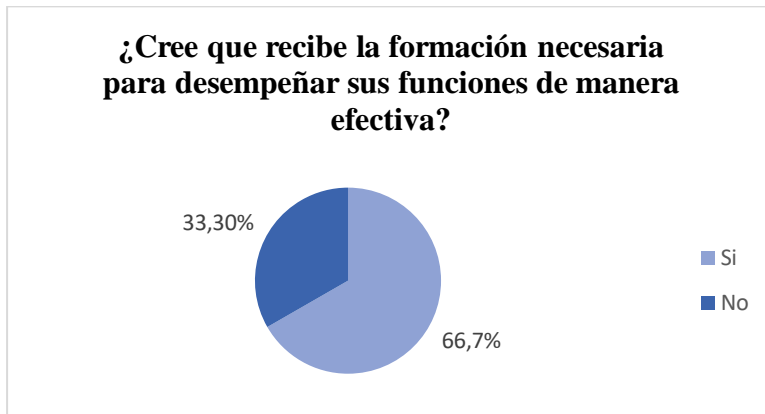
Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Estos resultados indican que la gran mayoría de los colaboradores siente que la cooperativa ofrece posibilidades para su desarrollo profesional, lo cual es un aspecto positivo para la retención y motivación del personal. Sin embargo, el hecho de que un pequeño porcentaje no vea estas oportunidades sugiere que hay margen para mejorar la comunicación y la implementación de programas de desarrollo profesional.

La mayoría de los colaboradores, representando un 66.7%, considera que recibe la formación necesaria para desempeñar sus funciones de manera efectiva. Un 33.3% de los encuestados no cree que reciba la formación adecuada para realizar su trabajo de manera efectiva. Así se muestra en la figura 8.

Figura 8

Formación Para Desempeño De Funciones



Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Estos resultados indican que, aunque una mayoría significativa de los colaboradores se siente adecuadamente capacitada, existe una proporción considerable que no está satisfecha con la formación recibida. Esto sugiere la necesidad de revisar y posiblemente mejorar los programas de capacitación actuales.

La mitad de los colaboradores, representando un 50%, considera que está bien informada sobre las decisiones y cambios importantes en la cooperativa. La otra mitad, también un 50%, no se siente bien informada sobre estos aspectos, como se puede apreciar en la Figura 9.

Figura 9

Satisfacción De Información



Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Estos resultados indican una división clara en la percepción de la comunicación interna dentro de la cooperativa. Mientras que algunos colaboradores sienten que reciben la información

necesaria, otros consideran que hay una falta de comunicación efectiva sobre decisiones y cambios importantes.

En lo referente a la Percepción de las Herramientas Tecnológicas un 33.3% de los colaboradores se siente satisfecho con las herramientas tecnológicas que utiliza en su trabajo diario. Y, por otra parte, un 66.7% de los encuestados no está satisfecho con las herramientas tecnológicas disponibles, tal como se puede apreciar en la Figura 10.

Figura 10

Satisfacción Tecnológica



Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Estos resultados indican que una mayoría significativa de los colaboradores no está satisfecha con las herramientas tecnológicas que utilizan en su trabajo diario. Esto sugiere que hay una necesidad urgente de revisar y mejorar las tecnologías disponibles para asegurar que los colaboradores puedan desempeñar sus funciones de manera eficiente y efectiva.

2.31. Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a colaboradores

La alta tasa de satisfacción refleja que los colaboradores valoran aspectos como el ambiente de trabajo, las condiciones laborales y posiblemente las oportunidades de desarrollo profesional dentro de la cooperativa, se está proporcionando un entorno favorable para el desarrollo de sus colaboradores. Esto puede incluir programas de capacitación, promociones internas y un ambiente que fomenta el aprendizaje continuo.

Los colaboradores sienten que la formación proporcionada es suficiente para cumplir con sus responsabilidades laborales, lo cual es un indicador positivo de los esfuerzos de la cooperativa en este ámbito.

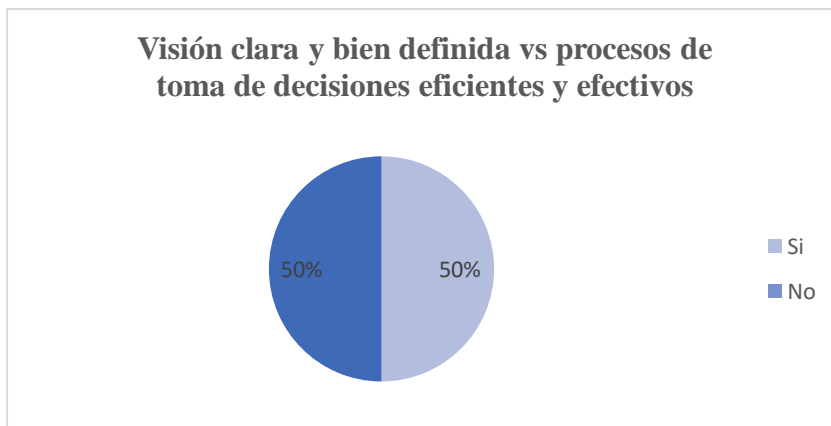
Existen áreas de mejora respecto a comunicación en el proceso de toma de decisiones, lo que podría estar relacionado con la falta de transparencia, la ineficacia de los canales de comunicación actuales, o la falta de regularidad en la difusión de información importante. Se debe mejorar las herramientas tecnológicas y planificar capacitaciones continuas para los colaboradores.

La implementación de recursos tecnológicos agiliza y minimiza la carga laboral, permitiendo el desarrollo oportuno de más actividades en corto tiempo; considerando también las pausas activas para reducir el estrés laboral, emocional y social; otra variable importante a considerar es la implementación de guías de riesgo y seguridad, contemplando diferentes peligros físicos, naturales o antropogénicos, de forma, que se sientan seguros y cuenten con el entusiasmo de laborar.

La percepción de la Visión a Futuro es considerada por el 100% de los directivos como clara y bien definida, lo mismo ocurre con Percepción de los Procesos de Toma de Decisiones. Todos los directivos encuestados, representando un 100%, consideran que los procesos de toma de decisiones en la cooperativa son eficientes y efectivos, así se muestra en la Figura 11.

Figura 11

Visión Procesos



Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Estos resultados indican una fuerte unanimidad entre los directivos respecto a la claridad y definición de la visión de futuro de la cooperativa. Esta percepción positiva es crucial para el liderazgo y la dirección estratégica de la organización. Se indica una fuerte unanimidad entre los directivos respecto a la eficiencia y efectividad de los procesos de toma de decisiones dentro

de la cooperativa. Esta percepción positiva es crucial para la gestión y el liderazgo organizacional, ya que asegura que las decisiones se toman de manera oportuna y adecuada.

Respecto a la Percepción de la Innovación Tecnológica: Un 50% de los directivos encuestados no está satisfecho con el nivel de innovación tecnológica implementado en la cooperativa. El otro 50% de los directivos se mostró satisfecho con el nivel de innovación tecnológica como se muestra en la Figura 12.

Figura 12

Satisfacción Innovación Tecnología



Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Estos resultados indican una división en la percepción de la innovación tecnológica dentro de la cooperativa. Mientras que algunos directivos consideran que la cooperativa está avanzando adecuadamente en términos de tecnología, otros sienten que hay áreas que necesitan mejoras.

En la Mejora en la Infraestructura Tecnológica, los resultados muestran que las medidas que deberían implementarse para mejorar la eficiencia operativa de la cooperativa son las siguientes:

Mejora en la Infraestructura Tecnológica:

Actualización de Sistemas: Implementar nuevas tecnologías y actualizar los sistemas existentes para mejorar la eficiencia y la seguridad de las operaciones diarias.

Automatización de Procesos: Introducir herramientas de automatización para reducir el tiempo y los errores en tareas repetitivas, permitiendo que el personal se enfoque en actividades de mayor valor.

Plataformas Digitales: Desarrollar y mejorar plataformas digitales que faciliten la interacción con los socios y la gestión interna, como aplicaciones móviles y portales web.

Capacitación Continua del Personal:

Programas de Formación: Establecer programas de formación continua para el personal, asegurando que estén actualizados con las últimas tendencias y tecnologías en el sector financiero.

Desarrollo de Habilidades: Fomentar el desarrollo de habilidades tanto técnicas como blandas, incluyendo liderazgo, comunicación y gestión del tiempo.

Evaluación y Feedback: Implementar un sistema de evaluación y feedback regular para identificar áreas de mejora y proporcionar apoyo personalizado a los colaboradores.

En lo que respecta a la Percepción de las Oportunidades de Desarrollo Profesional, todos los directivos encuestados, representando un 100%, consideran que la cooperativa ofrece suficientes oportunidades de desarrollo profesional para sus colaboradores.

Estos resultados indican una fuerte unanimidad entre los directivos respecto a la disponibilidad de oportunidades de desarrollo profesional dentro de la cooperativa. Esta percepción positiva es crucial para la retención y motivación del personal, así como para el crecimiento y la competitividad de la organización.

2.32. Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a directivos

Los aspectos positivos que se han obtenido de las encuestas aplicadas a directivos consisten en:

- Unanimidad en la percepción de una visión clara y bien definida sugiere que los directivos están alineados en cuanto a los objetivos y metas a largo plazo de la cooperativa. Esto puede facilitar la implementación de estrategias y la toma de decisiones coherentes.
- Unanimidad en la percepción de eficiencia y efectividad sugiere que los procesos de toma de decisiones están bien estructurados y son transparentes, permitiendo una gestión ágil y coherente.
- Satisfacción de la mitad de los directivos sugiere que hay esfuerzos y avances en la implementación de nuevas tecnologías que están siendo reconocidos.

Las áreas en las que se debe trabajar para mejorar son las siguientes:

- **Evaluar las Necesidades Tecnológicas:** Realizar una evaluación exhaustiva de las necesidades tecnológicas de la cooperativa para identificar áreas específicas que requieren mejoras.
- **Desarrollar una Estrategia de Innovación:** Crear una estrategia clara y bien definida para la innovación tecnológica que incluya objetivos a corto y largo plazo, así como los recursos necesarios para su implementación.
- **Aumentar la Inversión en Tecnología:** Considerar un aumento en la inversión en tecnología para asegurar que la cooperativa pueda mantenerse competitiva y ofrecer servicios de alta calidad a sus socios.
- **Mantener y Ampliar los Programas de Capacitación:** Continuar con los programas de capacitación existentes y considerar la ampliación de estos para cubrir nuevas áreas de interés y necesidad.
- **Promociones Internas:** Fomentar las promociones internas para que los colaboradores vean un camino claro de crecimiento dentro de la cooperativa.
- **Mantener las Buenas Prácticas:** Continuar con las prácticas actuales que han llevado a esta evaluación positiva, asegurando que se mantengan los estándares altos en la gestión de recursos.
- **Evaluación Continua:** Realizar evaluaciones periódicas de la gestión de recursos financieros y humanos para identificar posibles áreas de mejora y asegurar que se mantenga la eficiencia.
- **Capacitación y Desarrollo:** Ofrecer programas de capacitación continua para el personal encargado de la gestión de recursos, asegurando que estén actualizados con las mejores prácticas y tendencias del sector.

2.33. Conclusiones del Diagnóstico

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal ha identificado varias fortalezas significativas que la distinguen en el mercado, tales como su firme compromiso con la comunidad y una amplia gama de productos financieros diseñados para satisfacer diversas necesidades de sus socios. Sin embargo, también enfrenta desafíos importantes que deben ser abordados para asegurar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.



Entre los desafíos más destacados se encuentran las limitaciones en infraestructura tecnológica y la necesidad de una mayor capacitación del personal. La infraestructura tecnológica actual puede no ser suficiente para soportar el crecimiento y la demanda de servicios más avanzados, lo que podría afectar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Asimismo, la capacitación continua del personal es crucial para mantener un alto nivel de servicio y adaptarse a las nuevas tecnologías y procesos.

A pesar de estos desafíos, existen oportunidades prometedoras para mejorar la competitividad de la cooperativa. La adopción de nuevas tecnologías puede optimizar los procesos internos, mejorar la experiencia del cliente y permitir la oferta de servicios innovadores. Además, la expansión de la oferta de servicios financieros puede atraer a nuevos socios y satisfacer mejor las necesidades de los actuales.

No obstante, la cooperativa debe estar atenta a las amenazas externas que podrían impactar su operación. La competencia creciente en el sector financiero y posibles cambios regulatorios son factores que deben ser monitoreados de cerca. La capacidad de la cooperativa para adaptarse rápidamente a estos cambios será crucial para mantener su posición en el mercado.



3. CAPÍTULO III

3.1. Presentación y validación de la propuesta

3.2. Propuesta

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal opera en un entorno financiero dinámico y altamente competitivo. Como entidad dedicada a brindar servicios financieros a sus socios y clientes, enfrenta desafíos constantes para mantenerse a la vanguardia y satisfacer las necesidades en constante progreso de su comunidad.

3.3. Título

Propuesta para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal.

3.4. Fundamentación

La propuesta que se establece a continuación es esencial para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, ya que contribuye significativamente a la planificación futura y al cumplimiento de los objetivos establecidos. La fundamentación de esta propuesta se basa en conceptos clave en el campo de los servicios financieros y la atención al cliente en las cooperativas. Estos conceptos incluyen la eficiencia operativa, la innovación financiera, la transformación digital y la competitividad en el mercado financiero.

Eficiencia Operativa

La eficiencia operativa se refiere a la capacidad de una organización para entregar productos o servicios a sus clientes de la manera más rentable posible. En el contexto de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, esto implica la optimización de los procesos internos, la mejora de la gestión de riesgos y la implementación de tecnologías que permitan operar de manera más eficiente. Por ejemplo, la automatización de procesos y la adopción de sistemas de gestión financiera avanzados pueden reducir costos y mejorar la precisión y rapidez en la prestación de servicios que permitan a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal operar de manera más eficiente.

Innovación Financiera

La innovación financiera es otro pilar fundamental en la fundamentación teórica de esta propuesta. Este concepto abarca la introducción de nuevos productos y servicios financieros que respondan a las necesidades cambiantes de los socios y clientes. Además, implica la adopción de nuevas tecnologías y prácticas comerciales que mejoren la oferta de servicios. La innovación puede manifestarse en la creación de productos de ahorro y crédito más flexibles,

el desarrollo de servicios de asesoría financiera personalizados y la implementación de herramientas de análisis de datos para predecir tendencias y comportamientos del mercado.

Transformación Digital

La transformación digital es un aspecto crucial de la innovación financiera. En el contexto de una cooperativa de ahorro y crédito, esto implica la digitalización de los procesos de negocio, la implementación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la adopción de estrategias de negocio digitales. La transformación digital puede incluir la creación de plataformas en línea para la gestión de cuentas, la solicitud de préstamos y la realización de transacciones. Además, la adopción de tecnologías móviles permite a los socios acceder a los servicios de la cooperativa desde cualquier lugar y en cualquier momento, mejorando así la accesibilidad y conveniencia.

Competitividad en el Mercado Financiero

Para competir eficazmente con otras instituciones financieras, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal debe centrarse en la competitividad en el mercado financiero. Esto implica ofrecer productos y servicios financieros competitivos que atraigan y retengan a los socios y clientes. La construcción de relaciones sólidas con nuestros socios y la comunidad es esencial para fomentar la lealtad y el compromiso. Además, la adopción de estrategias de negocio innovadoras y la mejora continua de la calidad del servicio son fundamentales para mantener una ventaja competitiva. Esto puede incluir la personalización de servicios, la mejora de la experiencia del cliente y la implementación de programas de fidelización.

Implementación y Seguimiento

Para asegurar el éxito de esta propuesta, es crucial desarrollar un plan de acción detallado que incluya objetivos específicos, responsables y plazos para cada estrategia. El monitoreo y la evaluación periódica del progreso permitirán medir el impacto de las estrategias implementadas y realizar ajustes necesarios. Establecer indicadores de desempeño claros y realizar evaluaciones periódicas garantizará que la cooperativa se mantenga en el camino correcto hacia la mejora de su competitividad.

En resumen, esta propuesta busca no solo mejorar la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, sino también fortalecer su compromiso con la comunidad y sus socios. Al enfocarse en la eficiencia operativa, la innovación financiera, la transformación digital y la competitividad en el mercado financiero, la cooperativa podrá asegurar un crecimiento sostenible y una mayor satisfacción de sus clientes

En la siguiente tabla podemos ver la fundamentación teórica de la propuesta. Ver en la tabla 3.

Tabla 3

Matriz De Síntesis Para La Fundamentación Teórica De La Propuesta

Constructo teórico-procedimental	Fundamentos teóricos	Referentes
Competitividad en Servicios Financieros: Refleja la capacidad de la cooperativa para ofrecer servicios financieros que se diferencien y sobresalgan en el mercado.	<p>Teoría de las Ventajas Competitivas: Expone cómo una empresa puede desarrollar y mantener ventajas competitivas sostenibles en su mercado.</p> <p>Teoría del Capital Social: Describe la importancia de la confianza, redes y normas sociales en la creación de valor económico.</p> <p>Teoría de la Innovación Financiera: Aborda cómo la adopción de nuevas tecnologías y productos financieros puede mejorar la competitividad.</p>	<p>Porter, M. E. (1985). "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance."</p> <p>Putnam, R. D. (1993). "Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy."</p> <p>Schumpeter, J. A. (1942). "Capitalism, Socialism and Democracy."</p>

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

3.5. Propósitos u objetivos generales y específicos

3.6. Objetivo General

Mejorar la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal a través de la optimización de sus servicios financieros, incrementando la eficiencia operativa y la satisfacción de los clientes.

3.7. Objetivos específicos

- Implementar sistemas de gestión y plataformas digitales que agilicen la atención al cliente.
- Capacitar continuamente a los funcionarios de la cooperativa en habilidades tecnológicas y atención al cliente.
- Ofertar servicios financieros como microcréditos y cuentas de ahorro personalizadas en base a las necesidades de los clientes y dando cumplimiento con los objetivos de la cooperativa.

3.8. Caracterización de la propuesta

Propuesta para Mejorar la Competitividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal está orientada a la población de Pijal, una zona caracterizada por la presencia de pequeños comerciantes, agricultores y emprendedores. Estos potenciales clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal buscan servicios financieros que les permitan acceder a créditos para financiar sus actividades económicas y mejorar su calidad de vida.

A pesar de la existencia de competencia de otras instituciones financieras más grandes, como; cooperativas de segmentos 1, por mencionar algunas como; Mushuk Runa (segmento 1), Pilahuin Tío (segmento 1), bancos, mutualistas, cooperativas y cajas de ahorros, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal tiene la oportunidad de destacarse ofreciendo servicios personalizados y adaptados a las necesidades específicas de su comunidad de acuerdo a su segmento. La clave para lograr esto radica en establecer los mejores servicios y montos económicos que respondan adecuadamente a las demandas de los clientes.

Mejorar la Accesibilidad a los Servicios Financieros:

En la actualidad, el acceso a créditos y otros servicios financieros se ha convertido en un factor crucial para el desarrollo económico de pequeños comerciantes, agricultores y emprendedores. Estos sectores representan una parte significativa de la economía, y su crecimiento y sostenibilidad dependen en gran medida de la disponibilidad de recursos financieros adecuados.

La facilitación del acceso a créditos permite a estos actores económicos invertir en mejoras productivas, adquirir tecnología avanzada y expandir sus operaciones. Además, los servicios financieros, como seguros y asesorías, proporcionan una red de seguridad y apoyo que es esencial para enfrentar los desafíos del mercado y las inclemencias del entorno económico.

Es fundamental que las políticas instituciones financieras desarrollen programas específicos que atiendan las necesidades particulares de estos grupos. La implementación de tasas de interés accesibles, plazos de pago flexibles y la simplificación de los trámites burocráticos son medidas que pueden contribuir significativamente a mejorar el acceso a estos servicios, facilitar el acceso a créditos y otros servicios financieros no solo impulsa el crecimiento individual de pequeños comerciantes, agricultores y emprendedores, sino que también fortalece la economía en su conjunto, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible.

Optimizar la Eficiencia Operativa:

La eficiencia en los procesos internos es un componente esencial para cualquier organización que busque reducir costos y mejorar la calidad del servicio ofrecido. La implementación de procesos más eficientes no solo optimiza el uso de recursos, sino que también incrementa la productividad y la satisfacción del cliente.

Para lograr esta eficiencia, es crucial realizar un análisis detallado de los procesos actuales, identificando áreas de mejora y eliminando actividades redundantes o innecesarias. La adopción de tecnologías avanzadas y la automatización de tareas repetitivas pueden jugar un papel fundamental en este aspecto, permitiendo a los empleados enfocarse en actividades de mayor valor agregado.

Además, la capacitación continua del personal es vital para asegurar que todos los miembros del equipo estén alineados con los nuevos procesos y puedan utilizarlos de manera efectiva. La comunicación clara y la colaboración entre departamentos también son factores clave para el éxito de estas iniciativas.

Implementación de un Sistema en Línea para la Solicitud y Aprobación de Préstamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito

En el contexto actual, donde la digitalización de servicios financieros es cada vez más relevante, una cooperativa de ahorro y crédito ha decidido implementar un sistema en línea para la solicitud y aprobación de préstamos. Esta iniciativa busca modernizar y optimizar los procesos internos, ofreciendo a los socios una experiencia más ágil y eficiente.

La implementación de este sistema en línea permite a los socios realizar solicitudes de préstamos desde la comodidad de sus hogares, sin necesidad de desplazarse físicamente a las oficinas de la cooperativa. Este cambio no solo reduce los costos operativos asociados con el manejo de solicitudes en papel, sino que también acelera el tiempo de respuesta, mejorando significativamente la calidad del servicio.

El sistema en línea está diseñado para ser intuitivo y fácil de usar, guiando a los socios a través de cada paso del proceso de solicitud. Además, incorpora herramientas de evaluación automatizada que analizan la información proporcionada por los solicitantes, permitiendo una aprobación más rápida y precisa de los préstamos.

La adopción de esta tecnología también contribuye a una mayor transparencia y seguridad en el manejo de datos, ya que toda la información se almacena de manera segura y se procesa de acuerdo con las normativas vigentes de protección de datos.

Fomentar la Innovación Financiera:

En un entorno económico dinámico y en constante evolución, es fundamental que las cooperativas de ahorro y crédito se adapten a las necesidades cambiantes de sus socios y del mercado en general. La introducción de nuevos productos y servicios financieros es una estrategia clave para mantenerse competitivos y relevantes.

Para identificar y desarrollar estos nuevos productos y servicios, es esencial realizar un análisis exhaustivo del mercado y de las tendencias emergentes. Esto incluye la evaluación de las necesidades y expectativas de los socios, así como el monitoreo de los avances tecnológicos y las innovaciones en el sector financiero.

Entre los nuevos productos que pueden ser introducidos se encuentran las cuentas de ahorro con beneficios adicionales como; cada cuenta creada acceda a un seguro de vida o de salud, adicional brindar tasas de interés más atractivas o programas de recompensas. Asimismo, la oferta de préstamos personalizados, adaptados a las diferentes etapas de la vida de los socios, puede mejorar significativamente la satisfacción y lealtad de los clientes.

En cuanto a los servicios, la implementación de plataformas digitales que faciliten la gestión de cuentas y transacciones en línea es crucial. Además, la oferta de asesoría financiera personalizada y programas de educación financiera puede empoderar a los socios, ayudándoles a tomar decisiones informadas y a mejorar su bienestar financiero.

Impulsar la Transformación Digital:

En la era digital actual, la digitalización de los procesos de negocio se ha convertido en una necesidad imperativa para las organizaciones que buscan mejorar la accesibilidad y conveniencia de sus servicios. Este enfoque no solo optimiza la eficiencia operativa, sino que también transforma la experiencia del cliente, haciéndola más ágil y satisfactoria.

La digitalización implica la adopción de tecnologías avanzadas que automatizan y simplifican los procesos internos. Por ejemplo, la implementación de plataformas en línea para la gestión de cuentas y transacciones permite a los clientes acceder a los servicios financieros desde

cualquier lugar y en cualquier momento, eliminando la necesidad de visitas físicas a las oficinas.

Además, la digitalización facilita la integración de servicios adicionales, como la banca móvil y las aplicaciones de pago, que ofrecen a los usuarios una mayor flexibilidad y control sobre sus finanzas. Estas herramientas no solo mejoran la conveniencia, sino que también aumentan la seguridad y la transparencia en las transacciones.

Otro aspecto crucial es la capacidad de las organizaciones para analizar grandes volúmenes de datos generados a través de estos canales digitales. Este análisis permite una mejor comprensión de las necesidades y comportamientos de los clientes, lo que a su vez posibilita la personalización de los servicios y la creación de ofertas más relevantes y atractivas.

Aumentar la Competitividad en el Mercado:

En un mercado financiero altamente competitivo, es esencial que las cooperativas de ahorro y crédito ofrezcan productos y servicios que no solo atraigan a nuevos clientes, sino que también retengan a los existentes. La clave para lograr esto radica en la creación de ofertas que sean tanto atractivas como relevantes para las necesidades y expectativas de los clientes.

Para atraer a nuevos clientes, es fundamental desarrollar productos financieros innovadores que se destaquen en el mercado. Esto puede incluir programas de recompensas que incentiven el uso continuo de los servicios de la cooperativa. Además, la implementación de servicios digitales, como la web transaccional en línea y las aplicaciones móviles, puede mejorar significativamente la accesibilidad y conveniencia para los clientes.

La retención de clientes, por otro lado, requiere un enfoque en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Esto implica ofrecer una atención personalizada, responder rápidamente a las consultas y resolver problemas de manera eficiente. La capacitación continua del personal y el uso de tecnologías avanzadas para gestionar las relaciones con los clientes (CRM) son estrategias efectivas para mantener altos niveles de satisfacción y lealtad.

Además, es importante realizar estudios de mercado y encuestas de satisfacción para entender mejor las necesidades cambiantes de los clientes y adaptar los productos y servicios en consecuencia. La retroalimentación constante permite a la cooperativa ajustar sus ofertas y mantenerse relevante en un entorno dinámico.

Marketing y Comunicación:

Las cooperativas de ahorro y crédito Pijal debe desarrollar campañas de marketing efectivas que destaquen sus beneficios y valores distintivos. Utilizar una combinación de medios digitales y tradicionales permite llegar a un público más amplio y diverso, maximizando el impacto de las campañas.

Las campañas de marketing deben centrarse en comunicar los valores fundamentales de la cooperativa, como la confianza, la transparencia y el compromiso con la comunidad. Estos valores son los que diferencian a las cooperativas de otras instituciones financieras y pueden ser un factor decisivo para atraer y retener a los clientes.

Medios Digitales:

Redes Sociales: Las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para las cooperativas de ahorro y crédito para fortalecer su relación con los socios y la comunidad. Utilizar plataformas como Facebook, Instagram y TikTok permite compartir historias de éxito de los socios, promociones especiales y eventos comunitarios de manera efectiva y atractiva.

Propuesta

Historias de Éxito de los Socios: Compartir historias inspiradoras de los socios que han logrado sus objetivos financieros gracias al apoyo de la cooperativa no solo motiva a otros miembros, sino que también demuestra el impacto positivo de la cooperativa en la vida de las personas. Estas historias pueden presentarse en formato de videos, publicaciones con fotos y testimonios escritos.

Videos: Los videos son una herramienta poderosa para contar historias de éxito de manera visual y emocional. Pueden incluir entrevistas con los socios, mostrando cómo la cooperativa ha contribuido a su éxito financiero. Los videos pueden ser compartidos en las redes sociales, el sitio web de la cooperativa y durante eventos comunitarios, alcanzando una amplia audiencia y generando un mayor impacto.

Publicaciones con Fotos: Las publicaciones con fotos en plataformas como Instagram y Facebook permiten capturar momentos clave del viaje financiero de los socios. Acompañadas de descripciones detalladas, estas publicaciones pueden resaltar los desafíos superados y los logros alcanzados, ofreciendo una narrativa visual que es fácil de compartir y difundir.



Testimonios Escritos: Los testimonios escritos proporcionan una forma más detallada y reflexiva de compartir historias de éxito. Estos pueden ser publicados en boletines informativos, blogs y folletos de la cooperativa. Los testimonios permiten a los socios expresar con sus propias palabras cómo la cooperativa ha influido positivamente en sus vidas, creando una conexión más personal y auténtica con los lectores.

Marketing por Correo Electrónico: Enviar boletines informativos y correos electrónicos personalizados que destaquen los beneficios de los productos y servicios de la cooperativa. Este canal es efectivo para mantener a los socios informados y comprometidos.

Correos Electrónicos Personalizados: Los correos electrónicos personalizados permiten una comunicación más directa y específica con los socios. Al segmentar la base de datos de socios según sus intereses y necesidades, la cooperativa puede enviar mensajes personalizados que resalten los beneficios más relevantes para cada grupo. Por ejemplo, se pueden enviar ofertas especiales de préstamos a aquellos socios que han mostrado interés en productos crediticios, o información sobre nuevas cuentas de ahorro a quienes buscan mejorar su gestión financiera.

Publicidad en Línea: Implementar campañas de publicidad en motores de búsqueda y redes sociales para aumentar la visibilidad de la cooperativa y atraer a nuevos clientes potenciales.

Medios Tradicionales:

Anuncios en Radio y Televisión: Crear anuncios que resalten los valores y beneficios de la cooperativa, llegando a una audiencia más amplia que puede no estar tan presente en los medios digitales.

Material Impreso: Distribuir folletos, carteles y anuncios en periódicos locales que informen sobre los productos y servicios de la cooperativa, así como sobre su impacto positivo en la comunidad.

Eventos Comunitarios: Participar y patrocinar eventos locales para fortalecer la presencia de la cooperativa en la comunidad y construir relaciones directas con los socios actuales y potenciales.

Colaboraciones con Otras Entidades: Establecer alianzas con otras cooperativas y entidades financieras para ofrecer productos complementarios y ampliar la oferta de servicios.



Desarrollo Comunitario: Colaborar con organizaciones locales para promover el desarrollo económico y social de la comunidad, apoyando proyectos que beneficien a los pequeños comerciantes, agricultores y emprendedores.

Esta propuesta busca no solo mejorar la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, sino también fortalecer su compromiso con la comunidad y sus socios. Al enfocarse en la eficiencia operativa, la innovación financiera, la transformación digital y la competitividad en el mercado financiero, la cooperativa podrá asegurar un crecimiento sostenible y una mayor satisfacción de sus clientes. La implementación de estas estrategias permitirá a la cooperativa no solo competir eficazmente con instituciones financieras más grandes, sino también convertirse en un pilar fundamental para el desarrollo económico de la comunidad de Pijal.

3.9. Estructura y dinámica de los componentes

La propuesta para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se estructura en torno a varios componentes clave: Diagnóstico de la situación actual y desarrollo de estrategias y mejoras operativas.

Estructura y Dinámica de los Componentes de la Propuesta

La propuesta para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se estructura en torno a varios componentes clave. Cada componente desempeña un papel crucial en el diagnóstico de la situación actual y en el desarrollo de estrategias y mejoras operativas. A continuación, se detalla la estructura y dinámica de estos componentes:

Diagnóstico de la Situación Actual

Este componente implica un análisis detallado de la situación actual de la cooperativa, incluyendo sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA). Como se muestra en la tabla 4.



Tabla 4

Matriz FODA

Análisis FODA Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal	
Fortalezas	Debilidades
Está comprometida con la comunidad.	Falta de estructura tecnológica para estar en contacto con la comunidad.
Ofrece una diversidad de productos financieros.	Falta de capacitación del personal de la cooperativa.
Se rige por valores como la transparencia y confianza.	Riesgos de la economía de los clientes para cumplir con sus obligaciones.
Oportunidades	Amenazas
Posibilidad de adaptarse a la tecnología.	Competencia de las demás Cooperativas o instituciones financieras.
Expansión de productos financieros acorde a las necesidades de los clientes y de la Cooperativa.	Cambios o implementación reglamentaria o regulatoria por parte de los entes competentes.
Demanda de servicios financieros por parte de clientes para obtener créditos.	Presencia de desastres naturales que afecten el normal funcionamiento de la Cooperativa.

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

3.10. Exigencias/ requisitos

Viabilidad Financiera:

Presupuesto: La presente propuesta incluye un presupuesto exhaustivo que abarca todos los costos asociados. Estos costos comprenden como lo vemos en la tabla 5:



Tabla 5

Presupuesto

Categoría	Descripción	Costo (USD)
Implementación de Nuevas Tecnologías	Equipos y Software	\$10,000
	Instalación y Configuración	\$2,000
Programas de Capacitación	Cursos y Talleres	\$5,000
	Material Didáctico	\$1,000
Campañas de Marketing	Publicidad en Medios Digitales	\$3,000
	Diseño y Producción de Materiales Promocionales	\$2,000
Total Estimado		\$23,000

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Cumplimiento Normativo:

Regulaciones Financieras: Asegurar que todas las estrategias y operaciones cumplan con las regulaciones financieras locales y nacionales. Esto incluye la adherencia a las leyes fiscales, normativas de contabilidad y cualquier otra regulación pertinente que garantice la transparencia y legalidad de las actividades financieras.

Políticas Internas: Alineación con las políticas y procedimientos internos de la cooperativa. Es fundamental que todas las acciones y decisiones se ajusten a las directrices establecidas por la organización, promoviendo así la coherencia y el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Condiciones

Compromiso de Liderazgo: El apoyo y compromiso de la alta dirección son cruciales para el éxito de la propuesta. Los líderes deben estar dispuestos a impulsar los cambios necesarios y proporcionar los recursos adecuados. Su involucramiento activo no solo facilita la implementación de las estrategias, sino que también motiva al equipo, asegurando que todos los miembros estén alineados con los objetivos y metas del proyecto. La alta dirección debe demostrar un liderazgo efectivo, promoviendo una cultura de innovación y mejora continua dentro de la organización.

Visión Estratégica: La alta dirección debe tener una visión clara y estratégica sobre cómo las mejoras propuestas contribuirán al crecimiento y sostenibilidad de la cooperativa. Es esencial que los líderes comprendan y articulen cómo cada iniciativa se alinea con los objetivos a largo plazo de la organización. Esta visión debe ser comunicada de manera efectiva a todos los niveles de la cooperativa para asegurar un entendimiento común y un compromiso colectivo

hacia el éxito. La claridad en la dirección estratégica no solo facilita la implementación de cambios, sino que también fortalece la confianza y el apoyo entre los miembros del equipo.

Participación de los Socios:

Involucramiento Activo: Los socios deben ser involucrados activamente en el proceso de implementación, proporcionando retroalimentación y participando en programas de capacitación y educación financiera. Su participación es fundamental para asegurar que las estrategias propuestas sean efectivas y estén alineadas con las necesidades y expectativas de todos los miembros. Al fomentar un ambiente de colaboración y aprendizaje continuo, se fortalece el compromiso de los socios con los objetivos de la cooperativa, promoviendo una cultura de transparencia y responsabilidad compartida.

Comunicación Transparente: Es fundamental mantener una comunicación abierta y transparente con los socios sobre los cambios y mejoras que se están implementando. Informar regularmente a los socios sobre el progreso y los resultados de las iniciativas no solo fomenta la confianza, sino que también asegura que todos estén al tanto de las novedades y puedan adaptarse a los cambios de manera efectiva. La transparencia en la comunicación permite a los socios sentirse valorados y escuchados, lo que fortalece su compromiso y participación en el desarrollo de la cooperativa.

Criterios

Medición de Resultados: Es crucial establecer indicadores de desempeño claros y realizar evaluaciones periódicas para medir la eficiencia y eficacia de las estrategias implementadas. Estos indicadores deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido (SMART), permitiendo así un seguimiento preciso del progreso. Las evaluaciones periódicas no solo ayudan a identificar áreas de mejora, sino que también aseguran que las estrategias estén alineadas con los objetivos de la cooperativa. Al monitorear y ajustar continuamente las acciones, se puede garantizar un desempeño óptimo y el logro de los resultados esperados.

Optimización de Recursos: Asegurar que los recursos se utilicen de manera óptima para maximizar los beneficios y minimizar los costos es fundamental para el éxito de cualquier estrategia. Esto implica una gestión eficiente de los recursos financieros, humanos y materiales, garantizando que cada inversión genere el mayor retorno posible. La optimización de recursos también requiere una planificación cuidadosa y un monitoreo constante para identificar y corregir cualquier desviación. Al implementar prácticas de gestión eficientes, se puede lograr un equilibrio entre la calidad y el costo, promoviendo la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la cooperativa.

3.11. Formas de aplicación, implementación y evaluación.

3.11.1. Satisfacción del Cliente:

Encuestas de Satisfacción: Realizar encuestas periódicas para medir la satisfacción de los socios y clientes con los servicios ofrecidos es esencial para mantener altos estándares de calidad y mejorar continuamente. Estas encuestas deben ser diseñadas para obtener retroalimentación detallada sobre diversos aspectos del servicio, permitiendo identificar áreas de mejora y reconocer los puntos fuertes. La información recopilada a través de estas encuestas proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas y ajustar las estrategias según las necesidades y expectativas de los socios y clientes. Al priorizar la satisfacción de los usuarios, se fortalece la lealtad y se promueve una relación de confianza y compromiso mutuo.

Mejora Continua: Utilizar la retroalimentación de los socios y clientes para realizar mejoras continuas en los servicios y procesos es fundamental para mantener la relevancia y competitividad de la cooperativa. La retroalimentación proporciona información valiosa sobre las experiencias y expectativas de los usuarios, permitiendo identificar áreas de mejora y oportunidades de innovación. Al integrar esta retroalimentación en el ciclo de mejora continua, se pueden ajustar y optimizar los servicios y procesos de manera proactiva, asegurando que se satisfagan las necesidades cambiantes de los socios y clientes. Este enfoque no solo mejora la calidad del servicio, sino que también fortalece la relación con los usuarios, promoviendo su lealtad y satisfacción a largo plazo.

Innovación y Adaptabilidad:

Adopción de Nuevas Tecnologías: Estar abiertos a la adopción de nuevas tecnologías y prácticas innovadoras que puedan mejorar la competitividad de la cooperativa es esencial en el entorno dinámico actual. La integración de tecnologías avanzadas y métodos innovadores permite optimizar procesos, reducir costos y mejorar la calidad del servicio. Además, mantenerse al día con las tendencias tecnológicas y las mejores prácticas del sector asegura que la cooperativa pueda responder de manera ágil a los cambios del mercado y las necesidades de los socios. Fomentar una cultura de innovación y aprendizaje continuo dentro de la organización es clave para impulsar el crecimiento sostenible y la competitividad a largo plazo.

Flexibilidad: Ser flexibles y adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno financiero y a las necesidades de los socios es crucial para la resiliencia y el éxito de la cooperativa. La capacidad de respuesta ágil permite a la organización enfrentar desafíos imprevistos y aprovechar nuevas oportunidades de manera efectiva. Esto implica no solo ajustar estrategias y procesos internos, sino también estar atentos a las tendencias del mercado y las expectativas



de los socios. Fomentar una cultura de adaptabilidad y proactividad dentro de la cooperativa asegura que se puedan implementar cambios necesarios de manera eficiente, manteniendo la competitividad y la satisfacción de los socios.

Implementación y Seguimiento

Tabla 6

Plan de Acción:

Estrategia	Objetivo	Responsable	Plazo	Acciones
Implementación de Nuevas Tecnologías	Modernizar los procesos actuales	Departamento de TI	3 meses	Evaluar necesidades tecnológicas (1 mes), Adquirir equipos y software (1 mes), Instalar y configurar sistemas (1 mes)
Programas de Capacitación	Capacitar al personal en nuevas tecnologías y metodologías	Departamento de Recursos Humanos	4 meses	Diseñar programas de capacitación (1 mes), Seleccionar proveedores de formación (1 mes), Implementar cursos y talleres (2 meses)
Campañas de Marketing	Aumentar la visibilidad y el alcance del proyecto	Departamento de Marketing	2 meses	Desarrollar plan de marketing (1 mes), Ejecutar campañas publicitarias (1 mes)
Capacidad Operativa	Asegurar disponibilidad de personal capacitado y comprometido	Departamento de Recursos Humanos	Continuo	Reclutar y seleccionar personal (2 meses), Realizar programas de inducción y capacitación continua (Continuo)
Cumplimiento Normativo	Garantizar cumplimiento de regulaciones financieras y políticas internas	Control interno	Continuo	Revisar y actualizar políticas internas (1 mes), Monitorear cumplimiento regulatorio (Continuo)
Involucramiento Activo	Involucrar a los socios en el proceso de implementación	Área de negocios	Continuo	Realizar encuestas y reuniones informativas (Continuo), Implementar programas de educación financiera (Continuo)



Medición de Satisfacción	Medir la satisfacción de los socios y clientes	Jefaturas	Cada 6 meses	Diseñar y distribuir encuestas de satisfacción (1 mes), Analizar resultados y elaborar informes (1 mes)
Optimización de Recursos	Maximizar beneficios y minimizar costos	Jefe administrativo	Continuo	Implementar prácticas de gestión eficiente (Continuo), Monitorear y ajustar el uso de recursos (Continuo)
Adopción de Nuevas Tecnologías y Prácticas Innovadoras	Mejorar la competitividad de la cooperativa	Jefaturas de agencias	Continuo	Investigar y evaluar nuevas tecnologías (Continuo), Implementar prácticas innovadoras (Continuo)
Flexibilidad y Adaptación	Adaptarse rápidamente a cambios en el entorno financiero y necesidades de socios	Gerencia	Continuo	Monitorear el entorno financiero (Continuo), Ajustar estrategias según sea necesario (Continuo)

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

Monitoreo y Evaluación: Establecer un sistema de monitoreo y evaluación continuo para medir el progreso y realizar ajustes según sea necesario es esencial para asegurar el éxito de las estrategias implementadas. Este sistema debe incluir indicadores clave de desempeño (KPIs) que permitan evaluar de manera objetiva el avance hacia los objetivos establecidos. Las evaluaciones periódicas proporcionan información valiosa sobre la efectividad de las acciones y permiten identificar áreas que requieren mejoras. Al realizar ajustes basados en datos concretos, se puede optimizar el uso de recursos y garantizar que las estrategias se mantengan alineadas con las metas de la cooperativa.



Tabla 7

Monitoreo y Evaluación

Estrategia	Indicador de Desempeño (KPI)	Método de Monitoreo	Frecuencia	Responsable
Implementación de Nuevas Tecnologías	% de procesos modernizados	Informes de progreso	Mensual	Departamento de TI
Programas de Capacitación	Número de empleados capacitados	Registros de asistencia y evaluación	Trimestral	Departamento de Recursos Humanos
Campañas de Marketing	Aumento en la visibilidad y alcance (medido en % de crecimiento)	Análisis de métricas de marketing	Mensual	Departamento de Marketing
Capacidad Operativa	Tasa de retención de personal capacitado	Informes de Recursos Humanos	Semestral	Departamento de Recursos Humanos
Cumplimiento Normativo	% de cumplimiento de regulaciones	Auditorías internas	Anual	Control interno
Involucramiento Activo	Nivel de participación de socios (medido en % de participación)	Encuestas y registros de asistencia	Trimestral	Área de negocios
Medición de Satisfacción	Índice de satisfacción de socios y clientes	Encuestas de satisfacción	Semestral	Jefaturas
Optimización de Recursos	% de reducción de costos operativos	Análisis financiero	Trimestral	Jefe administrativo
Adopción de Nuevas Tecnologías y Prácticas Innovadoras	Número de nuevas tecnologías y prácticas implementadas	Informes de innovación	Semestral	Departamento de TI
Flexibilidad y Adaptación	Tiempo de respuesta a cambios en el entorno financiero	Informes de alta dirección	Continuo	Gerencia
Monitoreo y Evaluación	Número de evaluaciones realizadas y ajustes implementados	Informes de monitoreo y evaluación	Trimestral	Jefaturas

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla

3.12. Validación de la propuesta/ Proceso de Validación de la Propuesta

Para validar la factibilidad y viabilidad de la propuesta, se empleó la técnica de encuesta a socios. Se seleccionaron al personal del área administrativa y operativa de la COAC PIJAL para conocer sus opiniones acerca de los servicios financieros y la atención al cliente. Esta retroalimentación permitirá identificar áreas de mejora y asegurar que las estrategias propuestas estén alineadas con las necesidades y expectativas del personal y los socios. Las encuestas proporcionarán información valiosa que contribuirá a la optimización de los procesos y a la mejora continua de la institución.

Se desarrollarán y administrarán encuestas de validación para medir la factibilidad técnica, operacional y económica de la propuesta, así como su viabilidad. Estas encuestas utilizarán la escala de Likert, donde 1 corresponde a “totalmente en desacuerdo” y 5 a “totalmente de acuerdo”, para medir los indicadores relacionados con los aspectos evaluados. La recopilación de datos a través de estas encuestas permitirá obtener una visión cuantitativa de la percepción de los usuarios sobre la propuesta.

Análisis de Datos

Se realizará un análisis de los datos recopilados a través de las entrevistas y encuestas para validar la propuesta y evaluar su impacto potencial en la competitividad de la cooperativa. Este análisis incluirá la identificación de tendencias, patrones y áreas de mejora, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas. Los resultados del análisis ayudarán a ajustar y optimizar las estrategias propuestas, asegurando su alineación con los objetivos de la cooperativa y las necesidades de los socios.

Selección de Participantes: Se selecciona una muestra representativa del personal del área administrativa y operativa de la COAC PIJAL, así como de los socios. Esta muestra incluye a individuos de diferentes niveles y funciones dentro de la cooperativa para asegurar una perspectiva amplia y diversa. La selección se realiza de manera que refleje la composición general de la cooperativa, permitiendo obtener una retroalimentación equilibrada y representativa sobre la propuesta. La participación de una muestra diversa garantiza que las opiniones y necesidades de todos los grupos de interés sean consideradas en el proceso de validación y mejora de las estrategias.

Entrevistas

Se realiza entrevistas a los miembros de la cooperativa para obtener su retroalimentación sobre la propuesta y su impacto potencial en la prestación de servicios financieros. Estas entrevistas permitirán recopilar opiniones

Encuestas de Validación

Medir la factibilidad técnica, operacional y económica de la propuesta, así como su viabilidad, a través de la percepción de los usuarios es fundamental para asegurar el éxito del proyecto. Utilizando encuestas y entrevistas, se recopilarán datos sobre cómo los usuarios perciben la implementación de las estrategias propuestas. Estos datos proporcionarán una visión integral de los posibles desafíos y oportunidades, permitiendo ajustar las estrategias según sea necesario. La percepción de los usuarios es un indicador clave para evaluar la practicidad y efectividad de las propuestas, asegurando que estén alineadas con las necesidades y expectativas de todos los involucrados.

Diseño de la Encuesta: Se desarrollan encuestas estructuradas utilizando la escala de Likert, donde 1 corresponde a “totalmente en desacuerdo” y 5 a “totalmente de acuerdo”. Las encuestas incluirán preguntas específicas sobre los indicadores relacionados con los aspectos evaluados, tales como la factibilidad técnica, operacional y económica de la propuesta, así como su viabilidad. Estas preguntas permitirán obtener una evaluación detallada y cuantitativa de la percepción de los usuarios, proporcionando datos valiosos para el análisis y la toma de decisiones.

Administración de la Encuesta: Las encuestas se distribuirán a una muestra representativa de socios y clientes de la cooperativa. Para asegurar una alta tasa de respuesta, se utilizará el método en línea. Esta estrategia permitirá alcanzar a una mayor cantidad de participantes, considerando sus preferencias y accesibilidad. Las encuestas en línea facilitarán una recopilación rápida y eficiente de datos.



Encuestas de satisfacción

Tabla 8

Satisfacción Socios

¿Qué tan satisfecho está con los servicios financieros que ofrece la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none">• Satisfecho
<ul style="list-style-type: none">• Neutral
<ul style="list-style-type: none">• Insatisfecho
2. Calidad de los Servicios:
¿Qué tan fácil le resulta acceder a los servicios financieros de la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none">• Fácil
<ul style="list-style-type: none">• Neutral
<ul style="list-style-type: none">• Difícil
3. Competitividad:
¿Qué mejoras sugeriría para que la cooperativa sea más competitiva?
<ul style="list-style-type: none">• Implementar nuevas tecnologías y servicios digitales
<ul style="list-style-type: none">• Ofrecer tasas de interés más competitivas
<ul style="list-style-type: none">• Mejorar la comunicación y transparencia con los socios
4. Innovación y Tecnología:
¿Conoce las herramientas tecnológicas (web transaccional) que ofrece la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none">• Si
<ul style="list-style-type: none">• No
5. Confianza y Seguridad:
¿Qué tan seguro se siente al realizar transacciones con la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none">• Seguro
<ul style="list-style-type: none">• Neutral
<ul style="list-style-type: none">• Inseguro
6. Participación y Comunicación:
¿Se siente informado sobre las decisiones y cambios importantes en la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none">• Sí
<ul style="list-style-type: none">• No

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla



Tabla 9

Encuestas A Colaboradores

1. Satisfacción Laboral:
¿Qué tan satisfecho está con su trabajo en la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Satisfecho
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Neutral
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Insatisfecho
2. Desarrollo Profesional:
¿Considera que tiene oportunidades de crecimiento profesional dentro de la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> No
3. Formación y Capacitación:
¿Cree que recibe la formación necesaria para desempeñar sus funciones de manera efectiva?
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> No
4. Ambiente de Trabajo:
¿Cómo describiría el ambiente de trabajo en la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Positivo
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Neutral
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Negativo
5. Comunicación Interna:
¿Se siente bien informado sobre las decisiones y cambios importantes en la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> No
6. Innovación y Tecnología:
¿Está satisfecho con las herramientas tecnológicas que utiliza en su trabajo diario?
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> No

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla



Tabla 10

Encuestas A Directivos De La Institución.

1. Visión Estratégica:
¿Considera que la cooperativa tiene una visión clara y bien definida para el futuro?
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> No
2. Toma de Decisiones:
¿Cree que los procesos de toma de decisiones en la cooperativa son eficientes y efectivos?
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> No
3. Innovación y Tecnología:
¿Está satisfecho con el nivel de innovación tecnológica implementado en la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> No
4. Competitividad:
¿Qué medidas cree que deberían implementarse para mejorar la eficiencia operativa de la cooperativa?
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> Capacitación continua del personal
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> Mejora en la infraestructura tecnológica
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> Fortalecimiento de la comunicación interna
5. Desarrollo del Personal:
¿Cree que la cooperativa ofrece suficientes oportunidades de desarrollo profesional para sus colaboradores?
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> Sí
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/> No
<ul style="list-style-type: none">• <input type="checkbox"/>

Nota: Elaboración Propia Jorge Bonilla



Recolección de Datos: Los datos de las encuestas se recopilan y almacenan de manera segura para su posterior análisis. Se implementarán medidas de seguridad adecuadas para proteger la confidencialidad y la integridad de la información recopilada. Esto incluye el uso de plataformas seguras para las encuestas en línea. La protección de los datos es fundamental para garantizar la confianza de los participantes y la validez de los resultados obtenidos. Una vez recopilados, los datos serán analizados para extraer conclusiones relevantes que informen la toma de decisiones y la mejora continua de las estrategias propuestas.

Análisis de Datos: Se realiza un análisis exhaustivo de los datos recopilados. Este análisis incluye la revisión de las respuestas obtenidas a través de las encuestas y entrevistas, identificando tendencias, patrones y áreas de mejora. Los resultados permiten determinar la factibilidad técnica, operacional y económica de la propuesta, así como su viabilidad. Además, se evalúa cómo las estrategias propuestas pueden contribuir al crecimiento y sostenibilidad de la cooperativa, asegurando que estén alineadas con los objetivos a largo plazo y las necesidades de los socios. Este enfoque integral garantizará que las decisiones tomadas estén basadas en datos concretos y reflejen las expectativas de todos los involucrados.

Transcripción de Entrevistas: Las entrevistas grabadas se transcribirán para facilitar el análisis cualitativo. Las entrevistas grabadas se transcriben para facilitar el análisis cualitativo. Este proceso permitirá convertir las grabaciones de audio en texto escrito, lo que facilitará la revisión y el análisis detallado de las respuestas de los participantes. La transcripción precisa es esencial para asegurar que todas las opiniones y comentarios sean capturados de manera fiel, proporcionando una base sólida para el análisis cualitativo. Esta información será crucial para identificar temas recurrentes, patrones y percepciones clave que informarán la validación de la propuesta y la evaluación de su impacto potencial en la cooperativa

Guía de Entrevista: Se desarrolla una guía de entrevista con preguntas abiertas que aborde aspectos clave de la propuesta, como la eficiencia operativa, la innovación financiera y la satisfacción del cliente. Esta guía permitirá obtener información detallada y cualitativa de los participantes, facilitando una comprensión profunda de sus percepciones y experiencias.



Eficiencia Operativa:

¿Cómo percibe la eficiencia de los procesos actuales en la cooperativa?

¿Qué mejoras operativas considera necesarias para optimizar el rendimiento?

Innovación Financiera:

¿Qué opinión tiene sobre la adopción de nuevas tecnologías en los servicios financieros?

¿Qué innovaciones financieras cree que podrían beneficiar a la cooperativa?

Satisfacción del Cliente:

¿Cómo evalúa la calidad de la atención al socio/cliente en la cooperativa?

¿Qué cambios sugeriría para mejorar la satisfacción de los socios y clientes?

Realización de Entrevistas: Las entrevistas se realizarán de manera presencial, según la disponibilidad de los participantes. Esta flexibilidad permitirá una mayor participación y comodidad para los entrevistados. Cada sesión será grabada, siempre y cuando se cuente con el consentimiento previo de los participantes, con el fin de garantizar la precisión en la recopilación y análisis de los datos obtenidos.

3.13. Resultados de la Validación

La validación de la propuesta de mejora de la competitividad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal se llevó a cabo mediante entrevistas a miembros de la institución, encuestas de validación y un análisis exhaustivo de los datos recopilados. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Resultados:

Satisfacción General: La mayoría de los entrevistados expresó una opinión positiva sobre la propuesta, destacando la importancia de la innovación tecnológica y la capacitación continua.

Eficiencia Operativa: Los entrevistados identificaron la necesidad de optimizar los procesos internos para mejorar la eficiencia y reducir costos.

Financiera: Hubo un consenso sobre la necesidad de introducir nuevos productos y servicios financieros que respondan a las necesidades cambiantes de los socios y clientes.

Transformación Digital: Los participantes valoraron positivamente la digitalización de los procesos de negocio y la implementación de plataformas en línea.

Encuestas de Validación

Propósito: Medir la factibilidad técnica, operacional y económica de la propuesta, así como su viabilidad, a través de la percepción de los usuarios.

Resultados:

Se realizaron 32 encuestas a una muestra representativa de socios, colaboradores y directivos de la cooperativa. Los resultados proporcionan una visión integral de las percepciones y expectativas de los diferentes actores involucrados.

Satisfacción Laboral:

El 66.7% de los colaboradores se sienten satisfechos con su trabajo.

Un 33.3% se mostró neutral, indicando áreas de mejora en el ambiente y condiciones laborales.

Oportunidades de Crecimiento Profesional:

El 83.3% de los colaboradores perciben oportunidades de crecimiento dentro de la cooperativa.

Un 16.7% no ve estas oportunidades, sugiriendo la necesidad de mejorar la comunicación y los programas de desarrollo profesional.

Formación para Desempeño de Funciones:

El 66.7% considera que recibe la formación necesaria.

Un 33.3% no está satisfecho con la formación recibida, indicando la necesidad de revisar los programas de capacitación.

Comunicación Interna:

El 50% de los colaboradores se sienten bien informados sobre decisiones y cambios importantes.

El otro 50% no se siente bien informado, señalando una división en la percepción de la comunicación interna.

Herramientas Tecnológicas:

Solo el 33.3% está satisfecho con las herramientas tecnológicas disponibles.



Un 66.7% no está satisfecho, sugiriendo una necesidad urgente de mejorar las tecnologías utilizadas.

Visión y Procesos de Toma de Decisiones:

El 100% de los directivos considera clara y bien definida la visión de futuro de la cooperativa.

Todos los directivos también consideran eficientes y efectivos los procesos de toma de decisiones.

Innovación Tecnológica:

El 50% de los directivos no está satisfecho con el nivel de innovación tecnológica.

El otro 50% está satisfecho, indicando una división en la percepción de la innovación tecnológica.



Conclusiones

- La innovación financiera y la transformación digital son fundamentales para mejorar la competitividad en la prestación de servicios financieros. La adopción de nuevas tecnologías puede permitir a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal ofrecer servicios más eficientes y accesibles a sus miembros.
- El diagnóstico del estado actual de la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal ha permitido identificar áreas clave para la mejora y el crecimiento.
- La eficiencia operativa es un aspecto clave para mejorar la competitividad. Optimizar los procesos internos y mejorar la gestión de riesgos puede permitir a la cooperativa operar de manera más eficiente y rentable.
- La creación de una estrategia de marketing para mejorar la presencia en línea de la cooperativa y atraer a nuevos socios es crucial para expandir su alcance y aumentar su base de sus socios. La competitividad en el mercado financiero es crucial para el éxito de la cooperativa. La oferta de productos y servicios financieros competitivos y la construcción de relaciones sólidas con los miembros pueden ayudar a la cooperativa a mantenerse competitiva en el mercado.
- La formulación de una estrategia operativa para optimizar la eficiencia y reducir costos es fundamental para mejorar la competitividad de la cooperativa. Esta estrategia permitirá a la cooperativa operar de manera más eficiente y rentable, lo que a su vez contribuirá a su sostenibilidad y crecimiento.



Recomendaciones

- La cooperativa debe considerar la implementación de nuevas tecnologías y prácticas comerciales innovadoras para mejorar la eficiencia y accesibilidad de sus servicios financieros. Esto permitirá ofrecer soluciones más modernas y adaptadas a las necesidades de sus socios.
- Es fundamental que la cooperativa busque formas de optimizar sus procesos internos y mejorar la gestión de riesgos. Estas acciones aumentarán la eficiencia operativa y contribuirán a una operación más rentable y segura.
- La cooperativa debe enfocarse en desarrollar productos y servicios financieros que sean competitivos en el mercado y que satisfagan las necesidades de sus socios. Además, se recomienda promover activamente una estrategia de marketing para mejorar la presencia en línea de la cooperativa y atraer a nuevos socios.
- Trabajar para fortalecer las relaciones con los miembros es crucial para mejorar la competitividad en el mercado. Una relación sólida con los socios puede aumentar la lealtad y satisfacción, lo que a su vez contribuirá al crecimiento y éxito de la cooperativa.



Referencias bibliográficas

Álvarez Jiménez, C. E. (2024). *Importancia de la aplicación de los procesos contables y su impacto en la microempresa Tecnicentro Automotriz Soria* (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2024.).

Arzbach, M. (2000). *Subsidiaridad en sistemas financieros cooperativos*. Costa Rica: Estudio de la DGRV N° 7.bancomundial. (29 de 03 de 2022). *bancomundial.org*. Obtenido de *bancomundial.org*: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview>

Cassel, G. (1920). *Theory of Purchasing Power Parity (PPA)*. Austria: Revista Venezolana de Gerencia.

Cavala, G. (15 de 09 de 2019). *Responsabilidad Corporativa*. Obtenido de Responsabilidad Corporativa: <https://responsabilidad-social-corporativa.com>

Cole, S. M. (2023). Study Protocol: Development of an economic trait prioritization for Tilapia in Nigeria.

Drucker, P. (1984). *Teoría del Planeamiento Estratégico*. Viena: Claremont. Hubspot. (08 de 01 de 2024). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/fintech>

Klaus Esser, W. H.-S. (10 de 08 de 1995). Revista de Cepal. *Competitividad sistémica*. Berlin, Alemania: Instituto para el desarrollo.

Kotler, P. y Lane, K. (16 de 06 de 2006). Dirección de Marketing. *Dirección de Marketing*. México, México, México: Pearson.

KRUGMAN, P. R. (2006). *ECONOMÍA INTERNACIONAL*. Madrid: Pearson Education.

Oca, J. M. (19 de 05 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cooperativa.html>

Parasuraman, Z. Y. (1988). *Fundamentos de la calidad del servicio*. Govender: Empresarial.

Porter, M. (1979). *How competitive forces shape strategy*. New York: Harvard Business Review.

Porter, M. (1987). Ventaja competitiva. En M. Porter, *Ventaja competitiva*. San Juan: Grupo editorial patria.

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas de Porter. En M. Porter, *Las cinco fuerzas de Porter*. New York: Reimpresión R0801E-E.

Profesiones., I. d. (24 de 03 de 2023). *Inesdi.com*. Obtenido de *Inesdi.com*: <https://www.inesdi.com/blog/innovacion-financiera-que-es/>



- Ramirez, J. L. B., & Callegas, P. H. E. (2020). *Investigación y educación superior*. Lulu. com.
- Ricardo, D. (2001). *On the Principles of Political Economy and taxation*. Londres: John Murray, Albemarle-Street: Ontario; Batoche Books.
- Rodríguez, O. C., Hernández, M. E. N., & Salazar, M. S. (2024). Nivel de satisfacción con la disponibilidad de recursos tecnológicos en evaluaciones externas a universidades cubanas (Original). *Roca. Revista científico-educacional de la provincia Granma*, 20(3), 582-607.
- Vega-Cauich, J. I. (2019). El Análisis de Supervivencia como Técnica para la Evaluación de la Validez Predictiva en la Psicología Jurídica. *Anuario de Psicología Jurídica*, 29, 1-10.
- Velykoivanenko, L., Salehzadeh Niksirat, K., Teofanovic, S., Chapuis, B., Mazurek, M. L., & Huguenin, K. (2024, May). Designing a Data-Driven Survey System: Leveraging Participants' Online Data to Personalize Surveys. In *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-22).
- Vírseda, J. A. V., González, A. J., Parra, R. F., & Bernal, P. M. (2019). *Métodos de Data Science aplicados a la Economía ya la Dirección y Administración de Empresas*. Editorial UNED.