



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO/A EN
FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

TEMA:

**LOS CRÉDITOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 15 DE
ABRIL LTDA Y SU APOORTE EN EL SECTOR COMERCIAL DE LA
CIUDAD DE PORTOVIEJO.**

AUTOR:

SÁNCHEZ ZAMBRANO JOSÉ ANDRÉS

TUTOR:

ING. GISSELA BRAVO ROSILLO

PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. Gissela Bravo Rosillo, catedrática de la carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales, de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

CERTIFICA:

Que el egresado Sánchez Zambrano José Andrés, realizó su trabajo de titulación denominado: “Los créditos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. y su aporte en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales, bajo mi dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad.

Ing. Gissela Bravo Rosillo

TUTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

El trabajo de titulación “Los créditos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. y su aporte en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo”, presentado por el egresado Sánchez Zambrano José Andrés, luego de haber sido analizada y revisada por los señores miembros del tribunal en cumplimiento de lo establecido en la Ley, se da por aprobada.

TRIBUNAL

Ing. Mercedes E. Intriago Cedeño
COORDINADOR DE LA CARRERA

Ing. Gissela Bravo Rosillo
TUTOR

Ec. Alex Ramos Mendoza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ec. Francisco Verduga Vélez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de investigación titulado: “Los créditos de la Cooperativa de Ahorro Y Crédito 15 de Abril Ltda. y su aporte en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo”, ideas, resultados y conclusiones es responsabilidad del autor: Sánchez Zambrano José Andrés.

Sánchez Zambrano José Andrés

AUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ante todo por haberme protegido durante todo este camino hasta llegar a mi meta, ayudándome a superar cada obstáculos y dificultades. A mi mamá que gracias a ella aprendí que cuando te propones algo tienes que cumplir no importa que tanto cueste, a toda mi familia que no me dejaron rendir nunca que siempre estuvieron conmigo y sé que todo esto es también triunfo de ellos.

A la Ing. Gissela Bravo que fue mi tutora de tesis, gracias por tenerme mucha paciencia y ese cariño que siempre la caracteriza, también su motivación en no rendirme.

A todos los docentes de la Universidad que cada uno de ellos me ayudaron con su gran aporte y no solo teórico, sino valores en donde me han hecho ver que para uno llegar a cumplir sus sueños también tiene que tener valores para lograrlo.

Agradezco a dos personas muy importantes que Dios me ha dado en este camino Vanessa Caamaño y Pierina Ponce, gracias a ellas estoy donde estoy, por siempre darme el apoyo de no rendirme, siempre estar a mi lado es este proceso en donde la amistad siempre estará pese a todas las circunstancias y que con su amor y sus ganas de verme cumplir este sueño que lo veía muy lejos lo he logrado y mejor dicho lo logramos muchas gracias, también amigos y conocidos que me apoyaron con sus palabras de aliento.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a una persona muy importante en mi vida mi mamá Lorena Zambrano, con su esfuerzo ha llegado a darme la mejor educación y esto es fruto de todo esto.

Dedico esto a toda mi familia que siempre estuvieron conmigo en todo este proceso de cumplir este gran logro.

Dedico esto a Vanessa Caamaño y Pierina Ponce por sus palabras y compañía durante este largo camino universitario.

RESUMEN EJECUTIVO

LOS CRÉDITOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 15 DE ABRIL LTDA. Y SU APORTE EN EL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO

José Andrés Sánchez Zambrano

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la difusión de las líneas de créditos que oferta la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. y su aporte al sector comercial de la ciudad de Portoviejo, considerando la importancia que representa para las empresas o negocios la oportunidad de acceder a un tipo de crédito que beneficie sus intereses con el fin de realizar inversiones, innovaciones, adecuaciones o compras de equipos o materiales, aquello que sea necesario para el desarrollo y crecimiento de las actividades comerciales. Mediante el diseño de un plan de marketing se pretende dar fin al deficiente conocimiento que los socios y clientes de la Cooperativa tienen en relación a los servicios de créditos disponibles, ya sea el monto, la tasa de interés, el acceso y los trámites a seguir para poder cumplir con los requisitos. La Cooperativa tiene la oportunidad de mejorar sus estrategias de publicidad y promoción para lograr mayores captaciones y con ello generar liquidez y mejorar los recursos económicos para la Institución.

PALABRAS CLAVES: Cooperativa de Ahorro y Crédito, comercio, créditos, financiamiento y liquidez.

ABSTRACT**THE CREDITS FROM THE COOPERATIVE OF SAVINGS AND CREDIT
15 DE ABRIL LTDA AND ITS CONTRIBUTION IN THE COMERCIAL
SECTOR OF THE CITY OF PORTOVIEJO.****José Andrés Sánchez Zambrano**

The main objective of this research work is to analyse the dissemination of the credit lines offered by the Savings and Credit Cooperative of April 15 Ltda. and its contribution to the commercial sector of the city of Portoviejo, considering the importance for companies or businesses the opportunity to access a type of credit that benefits their interests in order to make investments, innovations, adaptations or purchases of equipment. The design of a marketing plan aims to put an end to the poor knowledge that the partners and clients of the cooperative have in relation to the available credit services, whether the amount, the interest rate, access and the procedures to be followed in order to meet the requirements. The cooperative has the opportunity to improve its advertising and promotion strategies in order to achieve greater benefits and thereby generate liquidity and improve the financial resources for the institution.

KEYWORDS: Savings and credit cooperative, trade, credit, financing and liquidity.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL AUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR	iii
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I	
1. Aspectos generales	3
1.1. Tema	3
1.2. Problema	3
1.3. Antecedentes del problema	3
1.3.1. Planteamiento del problema	3
1.3.2. Contextualización histórica social del problema	5
1.4. Delimitación del problema	6
1.5. Objetivos	7
1.5.1. Objetivo general	7
1.5.2. Objetivos específicos	7
1.6. Justificación	7

CAPÍTULO II

2. Marco teórico	9
2.1. Antecedentes de la investigación	9
2.2. Fundamentación teórica	12
2.3. Marco conceptual	14
2.4. Fundamentación legal	15
2.5. Hipótesis	17
2.5.1. Hipótesis lógica	17
2.5.2. Hipótesis nula	17
2.5.3. Hipótesis estadística	17
2.6. Señalización de las variables	18
2.6.1. Variable independiente	18
2.6.2. Variable dependiente	18
2.7. Operacionalización de las variables	19
2.7.1. Créditos	19
2.7.2. Sector comercial	20

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico	21
3.1. Tipos de investigación	21
3.1.1. Investigación exploratoria	21
3.1.2. Investigación descriptiva	21
3.1.3. Investigación analítica	21
3.1.4. Investigación sintética	22
3.1.5. Investigación propositiva	22

3.2. Modalidad de la investigación	22
3.2.1. Bibliográfica	22
3.2.2. De campo	22
3.3. Métodos y técnicas	22
3.3.1. Métodos	22
3.3.2. Técnicas	23
3.4. Población y muestra	23
3.5. Recursos	23
3.5.1. Humanos	23
3.5.2. Materiales	24
3.5.3. Tecnológicos	24
3.5.4. Económicos	24
3.6. Fuentes y procesamiento de la información	24
3.7. Presupuesto de gastos	25
3.8. Cronograma	25
CAPÍTULO IV	
4. Créditos	26
4.1. Líneas de crédito	27
4.1.1. Elementos de una línea de crédito	29
4.1.2. Ventajas de una línea de crédito	30
4.1.3. Inconvenientes de una línea de crédito	30
4.2. Trámites	31
4.2.1. Microcréditos	32
4.2.2. Crédito de consumo	33
4.2.3. Crédito de vivienda	34

4.2.4. Credittransportistas	35
4.3. Oferta	35
4.3.1. Análisis de la oferta	36
4.3.2. Importancia	39
4.3.3. Factores	39
CAPÍTULO V	
5. Sector comercial	41
5.1. Recursos económicos	41
5.1.1. Importancia	42
5.1.2. Características	42
5.1.3. Factores de producción	43
5.2. Actividades comerciales	43
5.2.1. Mercado	45
5.2.2. Bienes y servicio	45
5.2.3. Financiamiento	45
5.3. Liquidez	46
5.3.1. Ratios de liquidez	46
5.3.2. Fuentes principales	47
5.3.3. Riesgos de liquidez	48
CONCLUSIONES	49
CAPÍTULO VI	
6. Propuesta	51
6.1. Identificación	51
6.2. Objetivos	51

6.2.1. General	51
6.2.2. Específicos	51
6.3. Beneficiarios	51
6.3.1. Directos	51
6.3.2. Indirectos	52
6.4. Justificación	52
6.5. Descripción de la propuesta	52
6.6. Análisis de la situación actual	53
6.7. Análisis FODA	53
6.8. Marketing Mix	54
6.8.1. Productos y servicios	54
6.8.2. Estrategia de producto	54
6.8.3. Precio	55
6.8.4. Plaza	55
6.8.5. Estrategia de plaza	55
6.8.6. Promoción	56
6.8.7. Estrategia de promoción	56
6.8.8. Personas	57
6.8.9. Estrategia de personas	57
6.8.10. Procesos	57
6.8.11. Posicionamiento	57
6.9. Control	57
6.10. Presupuesto	59
Bibliografía	60
Apéndices	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Línea de crédito de la Cooperativa 15 de Abril	28
Tabla 2: Línea de crédito de la Cooperativa Comercio	37
Tabla 3: línea de crédito de la Cooperativa JEP	38
Tabla 4: línea de crédito de la Cooperativa Progreso	39
Tabla 5: Presupuesto de la propuesta	59

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Créditos	26
Figura 2: Líneas de crédito	29
Figura 3: Trámites	31
Figura 4: Oferta	36
Figura 5: Recursos económicos	41
Figura 6: Actividades comerciales	44

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación consiste en el deficiente conocimiento de las líneas de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. por parte de los socios y clientes, provocando que la cartera de créditos no sea la requerida por la Institución. La investigación pretende dar solución a dicho problema mediante la elaboración de un plan de marketing, con el objetivo de brindarle a los socios y clientes toda la información necesaria en relación a los servicios de créditos que se ofertan, para que puedan solicitar el tipo de crédito que necesiten para mejorar sus intereses y a su vez la Cooperativa genera una mayor liquidez.

El desarrollo del presente trabajo de investigación se encuentra estructurado de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se encuentra el problema, planteamiento del problema, la delimitación del problema en tiempo y espacio, los objetivos y la justificación.

En el Capítulo II, se hace referencia al marco teórico, la fundamentación teórica, el marco conceptual, la fundamentación legal, hipótesis y la identificación de las variables, tanto independiente y dependiente.

En el Capítulo III, se encuentran los tipos de investigación, la modalidad de la investigación fue bibliográfica y de campo, los métodos utilizados, las técnicas fueron las encuestas realizadas a los socios y clientes de la Cooperativa, y la entrevista a la jefe de crédito, además se consideraron los recursos necesarios en la investigación como: humanos, materiales, tecnológicos y económicos, así como el presupuesto de gastos y cronograma.

En el Capítulo IV, se considera un análisis de la variable independiente y en el Capítulo V de la variable dependiente, en ambos capítulos se investigó las categorías e indicadores, tomando en cuenta los resultados de la investigación de campo.

En el Capítulo VI, se elaboró una propuesta, que consiste en un plan de marketing, donde se analizó interna y externamente la Cooperativa.

CAPÍTULO I

1. Aspectos Generales

1.1. Tema

Los créditos de la Cooperativa de Ahorro Y Crédito 15 de Abril Ltda. y su aporte en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

1.2. Problema

Deficiente conocimiento de créditos que otorga la Cooperativa de Ahorro Y Crédito 15 de Abril Ltda. de la ciudad de Portoviejo.

1.3. Antecedentes del problema

1.3.1. Planteamiento del problema

A nivel mundial el sector comercial es considerado una de las principales fuentes económicas para cada país. En muchas ocasiones sean pequeñas, medianas o grandes empresas, las mismas necesitan de financiación ya sea para poner en marcha un proyecto o realizar una mejora en busca de un crecimiento y desarrollo de este, es decir, la disponibilidad de financiación es fundamental para certificar la solidez del sistema de comercio. Hoy en día, hasta el 80% del comercio mundial se apoya en algún tipo de financiación o seguro de crédito.

Las pymes se enfrentan a los mayores obstáculos para acceder a financiación en condiciones asequibles, lo que causa mucha preocupación ya que las pymes son uno de los principales motores del comercio, el empleo y el desarrollo económico. Las pymes enfrentan dichos obstáculos tanto en países desarrollados como los que se encuentran en vías de desarrollo, pero el desafío es mayor en países de ingresos más bajos y de problemas políticos.

El sistema financiero ecuatoriano se conforma principalmente por tres grandes segmentos: banca pública y privada, reguladas por la Superintendencia de Bancos; y las Cooperativas de Ahorro y Crédito, supervisadas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Un elemento fundamental para el desarrollo económico presentado por las cooperativas es el desembolso de créditos de menor cuantía para quienes no pueden acceder a préstamos de la banca privada, por el riesgo que implica. (Lucero, 2020)

En el Ecuador para obtener un crédito se presentan trabas y dificultades que terminan frenando el desarrollo del sector comercial del país, ya sea por los excesivos trámites que solicitan, como lo complicado que resulta encontrar una persona que sirva como garante, se considera también que uno de los problemas principales que tienen las cooperativas para otorgar un crédito, se debe a que en varias ocasiones los solicitantes presentan falencias técnicas en las presentaciones de las solicitudes, ya sea el armado del proyecto, el diseño de una estrategia, así como la capacidad de reunir toda la documentación pertinente.

En Portoviejo, el sector comercial sin duda alguna ha sido uno de los sectores más golpeados en los últimos años, ya sea por el terremoto del año 2016, la falta de reactivación a dicho sector por parte de las autoridades, el covid-19, siendo las principales causas que han afectado a la economía de empresarios y emprendedores. Por tal motivo, se vuelve indispensable la participación de entidades financieras que brinden la oportunidad de obtener créditos para la creación de proyectos e impulsar el crecimiento de los ya existentes.

1.3.2. Contextualización histórica o social del problema

En 1927 se registra la primera Cooperativa De Ahorro y Crédito en Ecuador. Ya en 1959 existían 61 de ellas, número que se multiplicó a gran velocidad en la siguiente década, y en 1969 el número ascendió a 480. De acuerdo con los registros de los organismos de control, el mayor número de cooperativas aparecen en el catastro de 2013, con un total de 947. Al finalizar 2016, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria oficializó que las cooperativas eran 740 como consecuencia de las políticas de supervisión implementadas. (Luque & Peñaherrera, 2021)

LA Cooperativa 15 de Abril surge con la anterior crisis económica, en 1964, 20 jóvenes portovejenses decidieron abrir una cuenta de ahorros en el Banco Nacional de Fomento con 4.500 sucres, con el sueño de crear una Cooperativa de Ahorros que lleva el nombre en honor al día en que depositaron el dinero.

Las Cooperativas De Ahorro y Crédito han tenido un crecimiento significativo durante las últimas décadas. A finales de 2019, 7,6 millones de ecuatorianos eran socios de alguna cooperativa. En la pandemia han sido más resilientes, pues su rentabilidad y sus utilidades cayeron en menor medida que la de los bancos. Una de sus fortalezas, además, es la inclusión financiera, sobre todo en las zonas rurales. (Lucero, 2020)

El manabita por naturaleza es una persona con espíritu innovador, que sea como sea busca e inventa la manera de salir adelante, con el paso del tiempo los negocios han aumentado, aunque muchos no logran mantenerse con el tiempo o posicionarse en el mercado, sea por falta de capital, como la dificultad para acceder a fuentes de financiamiento.

En la actualidad, con la situación crónica mundial que se vive con el covid-19 los negocios han dejado de trabajar en más de una ocasión, ajustándose a nuevas estrategias y métodos con el fin de mejorar sus ventas, por medidas adoptadas por el gobierno con el fin de reducir el número de contagios, lo que ha provocado que las ventas y por ende sus ingresos disminuyan considerablemente. La poca difusión de los créditos que ofrece la cooperativa 15 de abril es un problema para resolver para que así los negocios que han sido afectados se puedan beneficiar e invertir en sus negocios.

1.4. Delimitación del problema

-Campo: Financiero.

-Área: Créditos.

-Aspecto: Sector comercial.

-Problema: Deficiente conocimiento de créditos que otorga la Cooperativa De Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. de la ciudad de Portoviejo.

-Tema: Los Créditos de La Cooperativa De Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. y su aporte en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

-Delimitación espacial: La presente investigación se desarrollará en base a información de la Coop. 15 de Abril y al sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

-Delimitación temporal: La presente investigación se realizará en el período de abril-septiembre 2021.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

-Analizar el aporte de los créditos de la Cooperativa De Ahorro Y Crédito 15 de Abril Ltda. hacia el sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

1.5.2. Objetivos Específicos

-Identificar la difusión de las líneas de créditos que otorga La Cooperativa 15 de Abril en relación con los comerciantes.

-Determinar los trámites para la asignación de créditos en función de las actividades comerciales de los comerciantes.

-Indagar el nivel de oferta de los comerciantes relacionándolo con la liquidez.

-Diseñar una propuesta para la solución del problema planteado.

1.6. Justificación

La investigación surge como una necesidad debido a la deficiencia en la difusión de los créditos que otorga La Cooperativa 15 de Abril, dichos créditos que permitan brindarle al sector comercial de la ciudad de Portoviejo la oportunidad de reactivar su economía, por tal motivo su importancia se basa principalmente en dar a conocer de manera eficaz y eficiente los microcréditos que la cooperativa ofrece y dispone para el desarrollo de la economía.

La Cooperativa 15 de Abril cuenta con 57 años de trayectoria brindando atención y servicio ágil y oportuno a todos sus socios y clientes, además de la seguridad y confianza que tan bien llevan enmarcada como su eslogan principal. Con este antecedente, los resultados del presente trabajo de investigación procuran ser un aporte para la cooperativa y a su vez para quienes pertenezcan al sector comercial y

buscan adquirir microcréditos para impulsar las actividades y responsabilidades que manejan. De igual manera, contribuirá como material de consulta para quienes necesiten información sobre lo que constituye a créditos otorgados por la Cooperativa 15 de Abril y el aporte que pueda significar en las distintas actividades comerciales en busca del desarrollo y crecimiento empresarial.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Como antecedentes de investigación para el presente trabajo se consideraron los siguientes:

En la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, en Perú, se investigó el tema “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de abarrotes-Tayabamba-La Libertad, 2015”, en el año 2017, por el autor Usquiano Paredes Yeralsito Hadlin, quien manifiesta que por el hecho de que la totalidad son formales y se han formado para obtener ganancias, deben procurar acceder a conseguir financiamiento del sistema bancario, que es el sistema que les ofrece menos tasas de interés; pero que sin embargo, les exigen mayores garantías, pero por el hecho de ser formales y se han formado para obtener ganancias, deben hacer todos los esfuerzos para lograrlo.

En la Universidad Nacional del Antiplano, en Perú, se estudió el tema “El crédito financiero y su incidencia en el crecimiento económico de los comerciantes del rubro prendas de vestir del mercado internacional 24 de octubre de Juliaca. Período 2017”, en el año 2019, por la autora Pacori Zapana Sara Lizbeth, quien concluye que el nivel de información del crédito financiero es del 26,3% considerado un nivel bajo según la tabla de valoración porcentual, los mismos que consideran que su nivel de conocimiento es bajo con un 51,3%, debido a la falta de capacitación sobre los temas financieros, y las pocas veces que tuvieron capacitación fue de parte de un analista de crédito 42,1%, es por ello que solo el 47,4% hacen uso del crédito financiero,

dentro de ellos el 77,8% ha presentado un incremento económico debido al incremento de ventas y solo el 22,2% no presentaron cambio alguno.

En la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se realizó la investigación del tema “Préstamo back to back como alternativa de financiamiento a corto plazo para las empresas privadas del sector comercial en Guayaquil”, en el año 2019, por la autora Montoya Sandoval Liliana Elizabeth, quien señala que una vez que analizamos las diferentes operaciones de financiamiento hemos diferenciado los créditos en base a su costo financiero, el préstamo back to back tiene menor tasa de interés, sin embargo debe poseer una garantía invertida en la banca para poder accederlo, en cuanto al crédito corporativo para pymes se basa en un análisis financiero de la empresa y sus posibilidades de aprobación para adquirirlo.

En la Universidad de Guayaquil, quien analizó el tema “Análisis comparativo de los créditos privados vs. públicos en Ecuador 2012-2016. Beneficios y rentabilidad”, en el año 2018, por los autores Quispe Barragán Ermélida Isamar y Tello Grijalva Luis David, quienes consideran que para que se den las condiciones necesarias para el desarrollo de los bancos privados y públicos se pudo proponer estrategias que contrarresten las debilidades y amenazas presentes a nivel nacional con relación al otorgamiento de créditos, con lo que se asegura una redistribución de los créditos y se reduce la incertidumbre de emprendedores con lo que es posible fomentar la demanda de créditos.

En la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se investigó el tema “Análisis del crédito bancario para el sector microempresarial, período 2007-2015”, en el año 2016, por el autor Rubio Lema Ángel Chris, quien concluye que el sistema financiero ecuatoriano ha aumentado sus esfuerzos en la entrega de microcréditos a

las microempresas. Al contrario, con la banca debido a que según los propietarios de las microempresas solo se enfocan en las garantías. No obstante, en la actualidad, el gobierno ecuatoriano promueve el crecimiento y la necesidad de financiamiento para las mipymes. Por tal motivo, se están creando nuevos fondos para que los propietarios de estas empresas puedan aprovechar las oportunidades y lograr un crecimiento exitoso.

En la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, se realizó la investigación del tema “Préstamos financieros como opción para enfrentar la crisis económica del año 2016, en los distribuidores de insumos médicos (pymes) en el D.M.Q.”, en el año 2017, por la autora Collaguazo Granja Ana Cristina, quien considera que los distribuidores de insumos médicos han optado por recurrir al financiamiento externo para contar con los recursos económicos que le permitan seguir contando con un crecimiento institucional. Existe una tasa de interés activa alta del 10,06%, establecido por el Banco Central del Ecuador por esto el estado debería realizar una investigación de la situación económica actual para el establecimiento de las tasas de interés para que las organizaciones puedan realizar los préstamos financieros.

En la Universidad de Guayaquil, se estudió el tema “Estudio del sector comercial y su incidencia en el crecimiento económico del cantón Salitre”, en el año 2017, por las autoras Figueroa Arreaga Wendy Tatiana y Rodríguez Candelario Rocío Stefanía, quienes manifiestan que los propietarios de los establecimientos indicaron que un limitante para mejorar sus negocios es la falta de crédito, por el motivo que no hay instituciones que brinden a los comerciantes la finalidad de adquirir préstamos dentro del cantón.

En la Universidad Internacional SEK, en Ecuador, se investigó el tema “Análisis de las estrategias financieras aplicadas por el sector comercial y su impacto en el desarrollo económico del cantón Portoviejo en los años 2016-2017”, en el año 2019, por la autora Menéndez Mendoza Jéssica Katherine, quien considera que una de las variables más importantes de la aplicación de las estrategias financieras es que se pudo mantener la cultura y naturaleza del comercio en Portoviejo, ya que a pesar de las dificultades y cambios presentados por el terremoto del 16 de abril del 2016 pudieron mantener su actividad productiva y con ello a futuro aportar al desarrollo económico del cantón.

En la Universidad San Gregorio de Portoviejo, se analizó el tema “Los créditos del BanEcuador y su aporte al comercio minorista en la calle Alhajuela de la ciudad de Portoviejo”, en el año 2018, por los autores Álava Saltos Jean Carlos e Intriago Molina Kharolayn Melibeth, quienes sostienen que la facilidad de créditos que otorga el BanEcuador a los comerciantes minoristas de la calle Alhajuela de la ciudad de Portoviejo, ha contribuido a que estos cuenten con recursos suficientes para el desarrollo de los negocios comerciales; como se vio en los resultados de las encuestas el 66% de los comerciantes han financiado su negocio por medio de créditos bancarios, siendo el BanEcuador una institución la cual ha apoyado al desarrollo comercial mediante el otorgamiento de créditos.

2.2. Fundamentación teórica

La fundamentación teórica se basará en la investigación realizada por Gómez Gil Carlos de nacionalidad española quien ha transitado por diferentes caminos y territorios que han forjado una posición personal, vital y profesional que se alimenta de ámbitos diversos: la academia, la investigación, la docencia, la intervención, el

activismo, el asesoramiento técnico y también una cierta dimensión pública.

Actualmente forma parte de RIOS (Red de Investigadores y Observatorio de la Solidaridad) de ámbito internacional, donde justamente la preside.

Entre sus obras principales destacan: Las ONG en España, Las ONG en la globalización, La igualdad en los derechos: claves de la investigación, El dilema de los microcréditos en las políticas de desarrollo, Nuevas vías para el codesarrollo en la cooperación descentralizada, entre otras.

En el Libro, El colapso de los microcréditos en la cooperación al desarrollo, el autor concluye que los microcréditos son, sin ninguna duda, el mayor instrumento que la cooperación al desarrollo mundial ha promovido desde que empezaron a extenderse por todo el mundo, en la década de los ochenta. Nunca ha habido un programa que haya recibido tantos recursos, con mayor incidencia sobre tanta población y con una extensión tan amplia en los países empobrecidos.

Así mismo, la fundamentación teórica de la presente investigación se sustenta en la investigación realizada por los Ingenieros Delgado Delgado Dilmar Danilo y Chávez Granizo Gloria Patricia de nacionalidad ecuatoriana, docentes de la Universidad Agraria del Ecuador, quienes en su investigación que tiene como tema principal “Las pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento”, concluyen que las pymes en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado; por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Además, sostienen que la fuente más común de financiamiento para las pymes en el Ecuador ha sido mediante créditos bancarios o mediante fondos propios. Sin

embargo, un sin número de ellas dejan de crecer y no llegan a más de una década de antigüedad. La causa principal es que muchas de las pymes no alcanzan a cumplir con los altos estándares de garantías y los múltiples requisitos que solicitan las instituciones financieras para el acceso a créditos económicos.

2.3. Marco conceptual

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO. – Son sociedades constituidas con arreglo a la Ley, cuyo objeto social es servir a las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades de crédito.

COMERCIANTE. – Se entiende por comerciante a aquella persona que se dedica de manera oficial a la actividad del comercio. Esto supone que compra y vende diferentes tipos de artículos o servicios con el objetivo de obtener una ganancia por actuar como intermediario entre quien produce el artículo o servicio y quien lo utiliza.

COMERCIO. – Es el intercambio de bienes y servicios ya sea realizado directamente, bajo la forma de trueque, o indirectamente, por medio del dinero.

CRECIMIENTO ECONÓMICO. – El crecimiento alude simplemente al aumento en ciertas magnitudes a través de las cuales se mide el comportamiento global de la economía: ingreso nacional, producto nacional bruto, etc.

CRÉDITO. – Operación económica en la que existe una promesa de pago con algún bien, servicio o dinero en el futuro. La creación de crédito entraña la entrega de recursos de una unidad institucional (el acreedor o prestamista) a otra unidad (el deudor o prestatario). La unidad acreedora adquiere un derecho financiero y la unidad deudora incurre en la obligación de devolver los recursos.

FINANCIAMIENTO. – El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una empresa o persona para utilizar en un proyecto o negocio, es decir, recursos como dinero y crédito para que pueda ejecutar sus planes. En el caso de las compañías, suelen ser préstamos bancarios o recursos aportados por sus inversionistas.

LIQUIDEZ. – Disponibilidad de dinero en efectivo o de activos financieros convertibles en efectivo de manera fácil y rápida.

POLÍTICA MONETARIA. – La política monetaria es la disciplina de la política económica que controla los factores monetarios para garantizar la estabilidad de precios y el crecimiento económico.

PYMES. – Es una iniciativa que busca satisfacer una necesidad a través de la entrega de productos y servicios que dinamizarán la economía de un sector específico.

RIESGO CREDITICIO. – Es la posibilidad de pérdida debido al incumplimiento del prestatario o la contraparte en operaciones directas, indirectas o de derivados que conlleva el no pago, el pago parcial o la falta de oportunidad en el pago de las obligaciones pactadas.

2.4. Fundamentación legal

El trabajo de investigación basa su fundamentación legal en los siguientes artículos:

En el Código Orgánico Monetario y Financiero, de conformidad con la Constitución de la República del Ecuador establece lo siguiente. En el Art. 283 de la Carta Suprema del Estado establece que el sistema económico es social y solidario, reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y

equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; tiene como objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir; y pretende que el sistema económico se integra por las formas de organización económica, pública, privada mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine.

En el Art. 302, numerales 2 y 3 de la Constitución de la República, la política monetaria, crediticia, cambiaria y financiera tendrá, como objetivos establecer niveles de liquidez global que garanticen adecuados márgenes de seguridad financiera y orientar los excedentes de liquidez hacia la inversión requerida para el desarrollo del país, respectivamente.

El Art. 303 de la Carta Política del Estado prescribe que la formulación de las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera es facultad exclusiva de la Función Ejecutiva que se instrumentará a través del Banco Central y que la ejecución de la política crediticia y financiera también se ejercerá a través de la banca pública

El Art. 308 de la Constitución de la República ordena que las actividades financieras sean un servicio de orden público y podrán ejercerse previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley.

El Art. 309 de la Constitución de la República dispone que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario, que intermedien recursos del público y prescribe que cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez.

El Art. 338 de la Constitución de la República, el Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país.

Base Legal y Normativa del Comercio y Comerciante. El Código del Comercio Ecuatoriano. Art. 2, son comerciantes, los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Art. 44, los comerciantes por menor pueden llevar las operaciones de su giro en un solo libro, encuadernado, forrado y foliado, en el que asentarán diariamente, y, en resumen, las compras y ventas que hicieren al contado, y detalladamente, las que hicieren al fiado; los pagos y cobros que hicieren sobre éstas. Al principia sus negocios y al fin de cada año, harán y suscribirán en el mismo libro, el inventario de todos sus bienes, muebles e inmuebles, créditos y débitos. Se considerarán comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis lógica

Los créditos de la Cooperativa De Ahorro Y Crédito 15 de Abril Ltda. aportan significativamente en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

2.5.2. Hipótesis nula

Los créditos de la Cooperativa De Ahorro Y Crédito 15 de Abril Ltda. no aportan significativamente en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

2.5.3. Hipótesis estadística

H1= Hipótesis lógica

H0= Hipótesis nula

A= Créditos

B= Sector comercial

$$H1 = A \geq B$$

$$H0 = A \leq B$$

2.6. Señalización de las variables

2.6.1. Variable Independiente

Los créditos.

2.6.2. Variable dependiente

Sector comercial.

2.7. Operacionalización de las variables

2.7.1. Créditos

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEM BÁSICO	TÉCNICA A UTILIZARCE
El crédito constituye un capítulo sustancial de la actividad cooperativa que hunde raíces en los orígenes mismos del cooperativismo y se proyecta a lo largo de su evolución posterior acompañando la progresiva importancia del crédito en general como nervio motor del quehacer económico. (Cracogna, 2015)	Líneas de crédito	Elementos Ventajas Inconvenientes	¿Cree usted que los comerciantes conocen las líneas de créditos que ofrece la Cooperativa??	Entrevista a jefe de crédito. Encuesta a socios y clientes.
	Trámites	Microcréditos Créditos de consumo Crédito de vivienda Creditransportistas	¿Cómo considera usted los trámites para acceder a los créditos?	Entrevista a jefe de crédito. Encuesta a socios y clientes.
	Oferta	Análisis de la oferta Importancia Factores	¿Considera usted que se debería gestionar más créditos para los comerciantes y así mejorar su oferta?	Entrevista a jefe de crédito. Encuesta a socios y clientes.

2.7.2. Sector comercial

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEM BÁSICO	TÉCNICA A UTILIZARCE
<p>Hoy en día las empresas juegan un papel vital dentro del entorno, éstas satisfacen tanto las necesidades fisiológicas, psicológicas y de autorrealización social, como los modelos de desarrollo tecnológico y económico de los países. De esta manera, las organizaciones a medida que van apareciendo innovaciones tangibles e intangibles, éstas van cambiando sus estrategias comerciales, así como, su forma de trabajo ya sea interno o externo. (Ramírez & Ampudia, 2018)</p>	Recursos económicos	<p>Importancia Características Factores de producción</p>	¿Se comprueba el correcto destino del crédito solicitado por los comerciantes?	<p>Entrevista a jefe de crédito. Encuesta a socios y clientes.</p>
	Actividades comerciales	<p>Mercado Bienes y Servicios Financiamiento</p>	¿Cómo considera usted el impacto de los créditos de la Cooperativa en los comerciantes de la ciudad de Portoviejo?	<p>Entrevista a jefe de crédito. Encuesta a socios y clientes.</p>
	Nivel de liquidez	<p>Ratios de liquidez Fuentes principales Riesgos de liquidez</p>	¿Qué porcentaje de créditos suelen solicitar los comerciantes y con cuánto de capital propio disponen ellos?	<p>Entrevista a jefe de crédito. Encuesta a socios y clientes.</p>

CAPÍTULO III

3. Marco metodológico

3.1. Tipos de investigación

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

3.1.1. Exploratoria

La investigación es exploratoria cuando se detectó el problema y el autor se relacionó con la temática para desarrollar el presente trabajo de investigación, donde se pudo constatar como problemática la deficiente difusión de créditos por parte de la Coop. 15 de Abril.

3.1.2. Descriptiva

La investigación es descriptiva cuando se comparó el problema con la realidad existente. Se identificó que la deficiente difusión de créditos por parte de la Coop. 15 de Abril afecta considerablemente al sector comercial de la ciudad de Portoviejo, de esta manera, se analizaron todas las problemáticas encontradas.

3.1.3. Analítica

La investigación es analítica cuando se hace referencia a los resultados que se obtuvieron mediante la investigación de campo, a través de la entrevista realizada a la Ing. Mariuxy Moreira, jefe de crédito de la Coop. 15 de Abril que brinda información necesaria para analizar correctamente el trabajo de investigación y la encuesta dirigida a los socios y clientes de la cooperativa.

3.1.4. Sintética

La investigación es sintética cuando se analizan las conclusiones generadas en el proceso de la investigación.

3.1.5. Propositiva

La investigación es propositiva cuando se hace referencia a la finalidad de la investigación que consiste en aportar un beneficio tanto a la Coop. 15 de Abril, como a los comerciantes de la ciudad de Portoviejo.

3.2. Modalidad de la investigación

3.2.1. Bibliográfica

La modalidad bibliográfica fue elaborada en base a la recopilación de información que se encontró en textos, revistas, trabajos de investigación, entre otros, brindando así un soporte teórico a la investigación, mediante conocimientos proporcionados por autores para así respaldar las diferentes teorías relacionadas con el trabajo de investigación.

3.2.2. De campo

La modalidad de campo fue desarrollada por parte del trabajo práctico del autor mediante la elaboración de entrevista, que se constituye en fuente primaria de información y que permitió dar un respaldo práctico a la investigación.

3.3. Métodos y técnicas

3.3.1. Métodos

En el trabajo de investigación se utilizaron: el método deductivo, porque parte de los créditos para determinar los factores que aportan en el sector comercial de la ciudad

de Portoviejo, también se desarrolla el método analítico, por medio de las alternativas que se proponen para dar solución a dicha problemática.

De igual manera, el método hipotético, analizando la hipótesis lógica en donde se verificó que los créditos inciden significativamente en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo. El método cualitativo, se lo aplicó mediante la descripción de todos los factores esenciales de los créditos, así se pudo conocer con profundidad el tema de investigación en general y de sus cualidades como un factor importante en el sector comercial.

3.3.2. Técnicas

Las técnicas utilizadas en el trabajo de investigación fueron la entrevista realizada al jefe de crédito y las encuestas a los socios y clientes de la Cooperativa 15 de Abril.

3.4. Población y muestra

Se aplicó el muestro aleatorio no probabilístico durante los días martes 17 y miércoles 18 de agosto del presente año a los socios y clientes que visitaron la Cooperativa 15 de Abril en el transcurso de esos días.

3.5. Recursos

Los recursos utilizados en la investigación fueron los siguientes:

3.5.1. Humanos

- Autor de la investigación
- Tutor de la investigación
- Personal de la Coop. 15 de Abril
- Docentes del Área Empresarial
- Socios y clientes de la Coop. 15 de Abril

3.5.2. Materiales

- Cuaderno
- Esferos
- Carpeta
- Libros

3.5.3. Tecnológicos

- Computadora
- Teléfono móvil
- Internet
- Flash memory
- Cd's

3.5.4. Económicos

Los recursos económicos de la investigación fueron de \$326,55, los mismos fueron financiados por autogestión.

3.6. Fuentes y procesamiento de la información

En la investigación se utilizaron fuentes primarias, con relación a toda la información obtenida por la investigación de campo realizada por el autor, y las fuentes secundarias, que corresponde al material y soporte bibliográfico dentro de libros, revistas, trabajos de investigación, entre otras fuentes que brindaron un soporte teórico.

El procesamiento de la información se la realizó mediante los programas básicos de Microsoft Office; Word para el procesamiento de datos, Excel para los cuadros estadísticos y Power Point para las diapositivas del trabajo de investigación.

3.7. Presupuesto de gastos

RUBROS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuaderno	1	\$1,00	\$1,00
Esferos	2	\$0,25	\$0,50
Carpeta	1	\$0,50	\$0,50
Internet	300 (horas)	\$1,00	\$300,00
Cd's	2	\$2,00	\$4,00
Flash memory	1	\$5,00	\$5,00
Imprevistos	5%		\$15,55
TOTAL DE GASTOS			\$326,55

3.8. Cronograma

UNIDAD DE INTEGRACION CURRICULAR																									
AREA ACADEMICA EMPRESARIAL																									
CRONOGRAMA DE TITULACION: GESTION EMPRESARIAL, AUDITORIA Y CONTABILIDAD; Y,																									
ABRIL - SEPTIEMBRE 2021																									
ACTIVIDADES	ABRIL	MAYO				JUNIO				JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE				OCT	RESPONSABLE
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4				
Metodología de la investigación																							Ec. Alex Ramos		
Aprobación de temas																							Consejo académico de carrera		
Sustención de los 3 primeros capítulos								28 de junio al 02 de julio															Coordinadora, docente de metodología y dos docentes del perfil		
Reunión zoom para realización de carpeta																							Ing. Gina Pin - proceso de graduados Ing. Mercedes Intriago		
Designación de Tutores																							Coordinación de carrera		
Trabajo con tutores																							Docentes tutores Tutor para Finanzas		
Lectores																							Docentes lectores		
Fiscal Revisor																							Ec. Francisco Verduga		
Plagio - Urkund																							Ing. Gina Pin Ing. Mercedes Intriago Cedeño		
Entrega de carpetas																							Ing. Gina Pin Ing. Mercedes Intriago Cedeño		
Sustentación final																							Presidente, miembros del tribunal y secretaria		
Incorporación																						incorporacion	Ing. Gina Pin Ing. Mercedes		
ELABORADO: Ing. Gina Pin Monserrate																									
REVISADO Y APROBADO: Ing. Mercedes Intriago																									

CAPÍTULO IV

4. Créditos

Las instituciones financieras entre sus productos y servicios cuentan con la oferta de créditos, que sirven y son utilizados por los clientes para distintos beneficios, consisten en una cantidad de dinero que la institución financiera pone a disposición del cliente que haya cumplido con todos los requisitos, y a la vez el cliente se compromete a devolver dicha cantidad junto al interés que se haya estipulado antes en el contrato.

1. ¿Ha accedido ud a un crédito de la Cooperativa 15 de ABRIL?

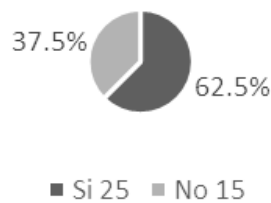


Figura 1: Créditos

Mediante la encuesta realizada a 40 socios y clientes de la Cooperativa 15 de Abril, se tiene como resultado que el 62,5% de ellos han podido acceder a un crédito en la Cooperativa, mientras que el 37,5% aún no han accedido, algunos mencionaron que se encuentran en proceso del mismo, que por el momento no se han visto en la necesidad de solicitar algún tipo de crédito, y otros mencionan que la cooperativa no les permite, al no tener negocios o una fuente de ingresos, al no ser socios, o por el buró de crédito.

En relación a cuál es la opinión que tienen los clientes sobre los créditos otorgados por la Cooperativa, algunos señalan que son rápidos, flexibles, accesibles,

satisfactorios, una gran oportunidad, que ayudan a reactivar y mejorar la economía, los clientes aconsejan a investigar los negocios y la calidad de vida antes de aprobar un crédito.

Por otro lado, no todos los comentarios son positivos, otros mencionan que existen muchas trabas a la hora de acceder a un crédito, no son fáciles acceder a ellos, interés más bajo, mejorar procesos, ha sido un perjuicio para un cliente al haberle cambiado la fecha de pago sin previa consulta, además la atención es pésima y deben ser más educados en las llamadas, son comentarios obtenidos en la investigación de campo realizada.

En la entrevista realizada a la jefa de crédito de la Cooperativa 15 de Abril Ltda., sobre cuáles han sido las mayores dificultades que se han tenido en cuanto a la gestión de créditos, menciona que la situación económica actual afectada por la pandemia (covid-19) sin duda alguna ha sido la mayor dificultad, por lo que se han diseñado productos especiales para beneficio de los socios y que éstos puedan reactivar su economía.

4.1. Líneas de crédito

La línea de crédito consiste en una suma de dinero que las instituciones financieras brindan durante un período de tiempo a los clientes que necesiten de ella y cumplan con todos los requerimientos, el cliente puede ir haciendo uso de ella según las necesidades de cada momento. Es importante mencionar que sólo se pagan los intereses del importe que se haya realizado, aunque generalmente cobran una mínima comisión sobre el saldo no utilizado. (BBVA, 2021)

Las Cooperativas de Créditos se enfocan en ofrecer este tipo de servicios a dichos sectores como particulares o las pymes, que no tienen las mismas posibilidades como

para acceder a algún tipo de crédito bancario, ya sea por los estrictos requisitos que deben presentar y terminan siendo una traba para alcanzar dicha oportunidad.

(Raffino, 2021)

La Cooperativa 15 de Abril dispone entre sus servicios las siguientes líneas de crédito:

Tabla 1

Líneas de créditos

Líneas de Créditos	Concepto
Microcrédito	Crédito destinado para hacer crecer su negocio, destinado a financiar actividades en pequeña escala de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de ventas o ingresos generados por dichas actividades.
Crédito de Consumo	Crédito destinado para todo lo que necesite, cancelación de deudas, gastos de viaje, estudios, bienes de consumo, compra de vehículo, gastos de salud, entre otros.
Crédito de Vivienda	Obtenga las llaves de su vivienda propia junto a nosotros, destinado a financiar a la construcción de vivienda propia; y para la adquisición de vivienda terminada para uso del deudor y su familia, construcción, reparación, remodelación y mejora de inmuebles propios; para la adquisición de terrenos destinados
Credittransportistas	Dirigido a socios de Compañías y Cooperativas de transporte para renovar sus Unidades.

Se consultó sobre el conocimiento por parte de los socios y clientes sobre las líneas

de créditos que ofrece la Cooperativa 15 de Abril

2. ¿En la escala del 1 al 5 qué tanto conoce ud las líneas de crédito que ofrece la Cooperativa 15 de Abril?

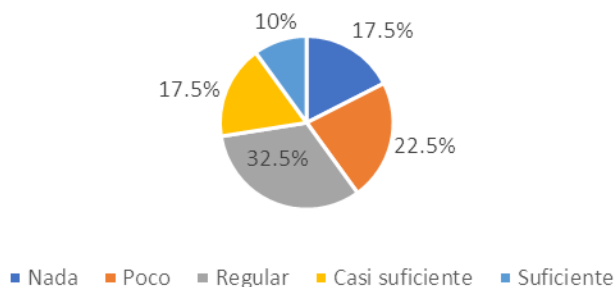


Figura 2: Líneas de créditos

El 17,5% de los encuestados no conocen nada sobre las líneas de crédito que ofrece la cooperativa, 22,5% poco, 32,5% regular, 17,5% casi suficiente y tan solo el 10% conoce suficientemente las líneas de créditos, lo que demuestra que una gran cantidad de socios y clientes no se encuentran familiarizados con los tipos de créditos que se tienen a disposición, ya sea por falta de campañas, publicidades, charlas, por parte de la cooperativa que termina afectando a los intereses de la institución.

La jefe de crédito de la Cooperativa 15 de Abril, considera que los socios y clientes si conocen las líneas de créditos ofertadas, ya que constantemente se realiza publicidad en medios de comunicación, redes sociales, etc.

4.1.1. Elementos de una línea de crédito

Entre los principales elementos que intervienen en una línea de crédito se pueden considerar los siguientes:

- **Cantidad máxima disponible:** Es la suma de dinero límite que el cliente puede solicitar y adquirir.

- Vencimiento: Es el tiempo de finalización que tiene la línea de crédito, misma que por lo general es de un año, pero puede ser mayor siempre y cuando así lo establezca el contrato.
- Tipos de interés y gastos: El principal gasto en el que incurre el cliente corresponde al interés por el dinero adquirido, pueden existir otros gastos dependiendo de lo que estipule el contrato. (Westreicher, 2018)

4.1.2. Ventajas de una línea de crédito

Las principales ventajas de la línea de crédito son: flexibilidad y facilidad.

- Flexibilidad: Se considera que es flexible ya que mientras exista la vigencia del contrato, el cliente puede disponer del dinero cuando lo requiera, siempre y cuando no supere el límite establecido.
- Facilidad: En lo operativo, una línea de crédito es como contar con una cuenta corriente, lo que facilita la gestión y el uso por parte del cliente. Las instituciones financieras depositan el dinero a una cuenta de crédito. (Westreicher, 2018)

4.1.3. Inconvenientes de una línea de crédito

Sin duda alguna las principales desventajas o inconvenientes que presentan las líneas de crédito, se consideran los siguientes gastos:

- Gastos de formalización del contrato: Es un gasto extra para el cliente, suele realizarse ante un notario.
- Comisión de apertura: En caso de aplicarse, suele ser un porcentaje sobre la cantidad total disponible.

- Interés sobre lo dispuesto: Es la base primordial por el que las instituciones financieras ofrecen este tipo de servicios. Hay un tipo de interés por la cantidad usada del cliente.
- Interés sobre lo no dispuesto: Existe un interés por el dinero no utilizado en relación al disponible, será menor que el interés fijado para la cantidad dispuesta.
- Interés sobre lo excedido: Es un interés que se aplica a quienes sobrepasen el límite estipulado en el contrato, suele ser superior al establecido para la cantidad dispuesta. (Westreicher, 2018)

4.2. Trámites

Para conocer los créditos que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril y los requisitos necesarios que se deben cumplir, se realizó una investigación bibliográfica en la página web de la Cooperativa. Existen varios tipos de créditos que ofrece la Cooperativa con el fin de promover la innovación y el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, así como de personas particulares que buscan impulsar un emprendimiento.

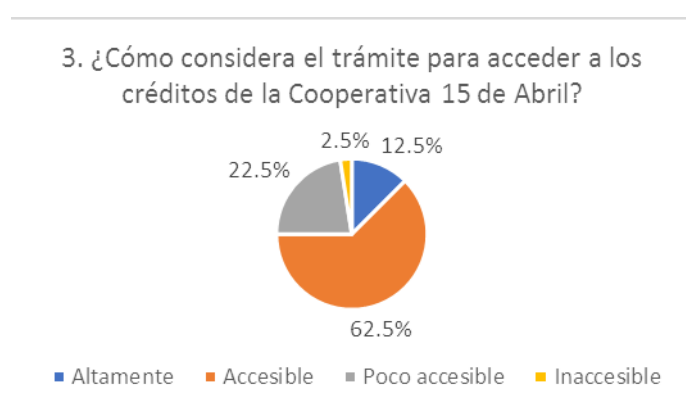


Figura 3: Trámites

El 12,5% de los encuestados consideran que el trámite para acceder a los créditos es altamente accesible, mientras que el 62,5% siendo un porcentaje de gran magnitud manifiestan que son accesibles, el 22,5% que son poco accesibles y tan solo el 2,5% de los encuestados que debido a los trámites es inaccesible acceder a los créditos. Se puede observar que la mayoría de los socios y clientes encuestados concuerdan en que los trámites no son un problema a la hora de acceder a un crédito en la Cooperativa 15 de Abril.

En la entrevista realizada al jefe de crédito señala que los trámites para acceder a los créditos son ágiles, los requisitos son mínimos y se pueden realizar ya sea de manera presencial o por la página web. Ofertando siempre la comodidad y el fácil acceso a los socios. Además de financiamiento para varios destinos de créditos.

4.2.1. Microcréditos

Características:

- Mínimo: \$500.00
- Máximo: \$50,000
- Plazo: 84 meses
- Tasa de interés: 17%
- Tasa de mora: 1.1 veces la tasa pactada de la operación crediticia
- Amortización: mensual
- Seguro desgravamen: Edad mínima 18 años, con cobertura de seguro de desgravamen hasta los 70 años

Requisitos:

- Copia de cédula y certificado de votación

- Copa del Ruc, Rise o Referencial comercial de la actividad económica
- Copa de planilla de servicio básico
- Justificación de patrimonio
- Justificación de ingresos adicionales en caso de tenerlos

4.2.2. Crédito de consumo

Características:

- Máximo: \$50,000
- Mínimo: \$500.00
- Plazo: máximo 84 meses
- Tasa de interés: 15%
- Tasa de mora: 1.1 veces la tasa pactada de la operación crediticia
- Amortización: mensual
- Seguro desgravamen: edad mínima 18 años, con cobertura de seguro de desgravamen hasta los 70 años

Requisitos:

- Copia de cédula y Certificado de votación
- Certificado de sueldo, más tres últimos roles de pago
- Copia de planilla de servicio básico
- Justificación de patrimonio
- Justificación de ingresos adicionales en caso de tenerlos

4.2.3. Crédito de vivienda

Características:

- Monto: máximo \$130,000
- Plazo: máximo 25 años
- Tasa de interés: 10%
- Tasa de mora: 1.1 veces la tasa pactada de la operación crediticia
- Amortización: mensual
- Seguro desgravamen: edad mínima 18 años, con cobertura de seguro de desgravamen hasta los 70 años

Requisitos:

- Copia de cédula y Certificado de votación
- Justificación de los ingresos
- Copia de planilla de servicio básico
- Justificación de patrimonio

Requisitos para la hipoteca:

- Escritura original
- Solvencia del Registro de la Propiedad
- Solvencia del Cuerpo de Bomberos
- Solvencia del Municipio
- Avalúo Municipal
- Certificado del Plan Regulador

Requisitos para construcción:

- Contrato de construcción notariado
- Planos aprobados por el Municipio
- Curriculum vitae del profesional a construir la vivienda
- Cronograma de obra
- Presupuesto de obra
- Permiso de construcción

4.2.4. Credittransportistas**Características:**

- Máximo: \$25,000
- Plazo: máximo 60 meses
- Tasa de interés: 17%
- Garantía: 1 garante

Requisitos:

- Copia de cédula y certificado de votación a color de socio y cónyuge
- Copia de planilla de servicio básicos actualizada
- Copia de matrícula del vehículo del último año del solicitante

4.3. Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que empresas o personas ponen a la venta en el mercado o en un lugar determinado a un precio establecido, con el fin de aumentar sus ingresos y satisfacer las necesidades de los clientes. (Pedrosa, 2015)

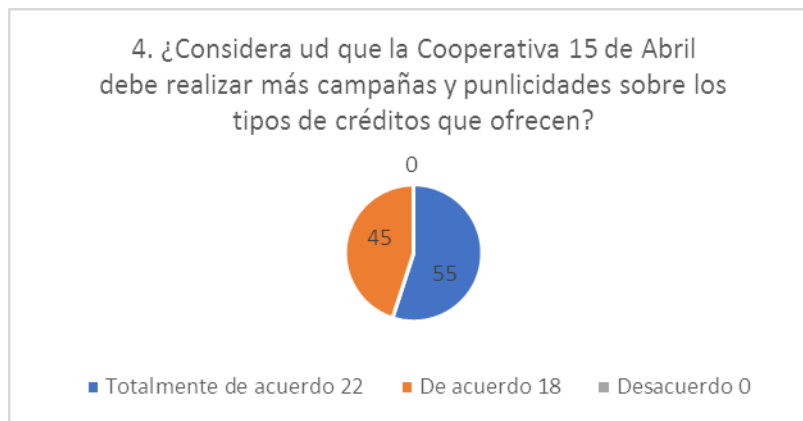


Figura 4: Oferta

Del 100% de las personas encuestadas, el 55% está totalmente de acuerdo en que se deben realizar más campañas y publicidades sobre los tipos de créditos que ofrecen, mientras que el 45% están de acuerdo, y ninguna persona estuvo en desacuerdo. Es indiscutible que los socios y clientes de la Cooperativa consideran que se debe hacer un mayor esfuerzo y más énfasis en la manera en que promocionan y dan a conocer los créditos que ofrecen.

Mediante la entrevista se puede conocer que, si se deben gestionar más créditos para los comerciantes, ya que ellos son fundamentales e importantes en la economía del país, los créditos sin duda alguna dan oportunidad a que los comerciantes hagan crecer sus negocios.

4.3.1. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta permite conocer, identificar y evaluar las fortalezas y debilidades para de esta manera implementar estrategias que permitan mejorar la ventaja competitiva. Es necesario analizar las condiciones con la que se maneja dicha oferta, para disponer así de los elementos mínimos necesarios para establecer las posibilidades que tendrá el bien o servicio en función de la competencia existente en el mercado. (Helmut Sy Corvo, 2021)

Dentro de la oferta la institución tiene dirigidas las líneas de créditos que fueron mencionadas en el 4.1. y la competencia directa tienen otros tipos de líneas de créditos, se realizó la investigación por medio de las páginas web para el conocimiento de las líneas de créditos de la Cooperativa Comercio, Cooperativa JEP y la Cooperativa Progreso

Cooperativa Comercio

Tabla 2

Líneas de crédito de la Cooperativa Comercio

Líneas de Créditos	Concepto
Consumo	Destinados normalmente al pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva, cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor.
Microcréditos	Orientados a solucionar necesidades de financiamiento de actividades en pequeña escala de producción, comercialización, o servicio en Manabí, cuya fuente principal de repago son los ingresos del negocio.
Crédito para vivienda	Destinado para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de la vivienda propia, con garantía hipotecaria.
Comerciales o Pymes	Es un crédito directo, otorgado a personas naturales o jurídicas, destinado a financiar diversas actividades productivas de comercialización, con ingresos por ventas directamente relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización.

Cooperativa JEP

Tabla 3

Líneas de crédito de la Cooperativa JEP

Líneas de Créditos	Concepto
CréditosJEP	Cancelación de deudas, gastos de salud, viajes, consumos, pagos de servicios, compra de vehículo, entre otros.
MicroJEP	Financiar actividades productivas, de comercialización o de servicio cuya fuente principal de pago constituyen las ventas del producto o ingresos generados por dichas actividades.
CrediMIVIVIENDA	Dirigido a nuestros socios que tienen un ingreso estable y sueñan con tener casa propia; es para aquellas parejas jóvenes que quieren dejar de pagar arriendo y que se arriesgan a dar un paso más, apoyados con la seguridad y solvencia que les brinda la Cooperativa.
CrediPYMES	Dirigido a personas naturales o jurídicas que desean financiar diversas actividades productivas y/o comercio a una menor escala que el segmento empresarial, con ingresos por ventas que están directamente relacionados con la actividad productiva y/o comercialización cuya fuente de pago provenga de dicha actividad.

Cooperativa Progreso

Tabla 4

Líneas de crédito de la Cooperativa Progreso

Líneas de Créditos	Beneficios
CrediÁgil	Ágil, accesibilidad, flexibilidad y comodidad.
CrediConsumo	Pago justo, accesibilidad, flexibilidad y comodidad.
MicroÁgil	Ágil, fácil y simple.
MicroProgreso	Pago justo, accesibilidad, flexibilidad y comodidad.

4.3.2. Importancia

La oferta es de vital importancia en la planificación que tiene una empresa, ya sea para ofrecer nuevos productos o servicios o realizar un plan para una nueva empresa, sin duda alguna lo que determina el éxito o fracaso en un mercado son las necesidades actuales y la situación real. Hay que tener en claro que para ofrecer un servicio en el mercado es necesario realizar estudios de mercado, encuestas a clientes, así también como análisis económicos de evolución de los precios.

(Gestión, 2019)

4.3.3. Factores

Como factores que intervienen en la oferta se consideran los siguientes:

- **Precio:** Se debe ser muy cuidadoso y analítico con los precios, ya que hay que conocer la situación económica del mercado, así como de los que maneja

la competencia, de esto dependerá en gran parte el crecimiento y desarrollo de la institución.

- Tecnología: La implementación de la tecnología logra una mayor eficiencia.
- Disponibilidad de insumos y sus precios: Escasez de insumos y aumento de precios en los mismos repercuten en los intereses de la institución.
- Intromisión en el mercado: Leyes o decisiones que tome el Estado puede perjudicar o beneficiar los intereses de las instituciones.
- Competencia: Motiva al desarrollo e innovación de cada una. (Helmut Sy Corvo, 2021)

CAPÍTULO V

5. Sector Comercial

El sector comercial de un país, es uno de los más importantes para el desarrollo económico del mismo, es el sustento del día a día de varias familias ecuatorianas, que ofrecen productos o servicios dentro de un mercado con el fin de poder satisfacer las necesidades de los clientes y de esta manera obtener un ingreso o beneficio que mejore la calidad de vida.

5.1. Recursos económicos

Los recursos económicos consisten en los insumos que se necesitan y utilizan por las empresas, para brindarle fluidez al proceso de producción, ya sea para bienes de consumo o prestación de servicios. Es decir, los recursos económicos son parte de los factores productivos con los que una empresa se basa para poder permanecer en el mercado y ser sustentables con el pasar del tiempo. (Añez, 2020)

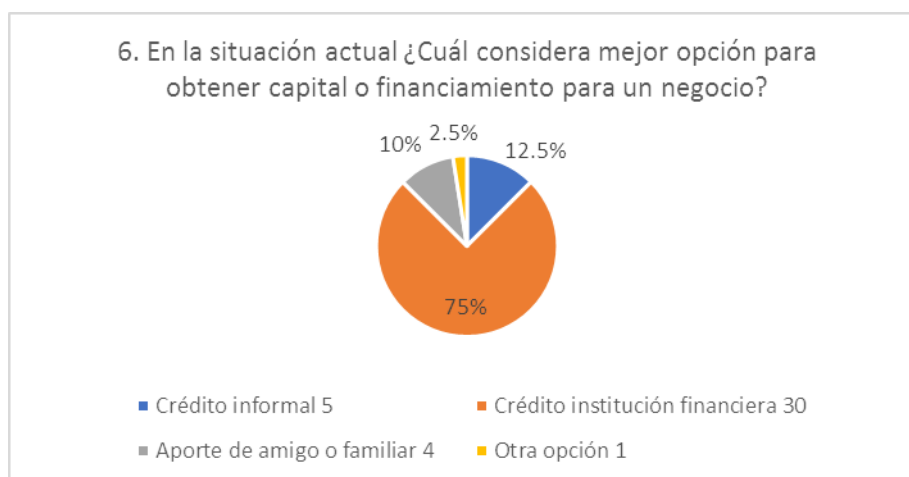


Figura 5: Recursos económicos

Los encuestados manifiestan que la mejor opción para obtener capital o financiamiento para un negocio es por medio de un crédito de una institución

financiera, el 75% lo considera así, el 12,5% por medio de un crédito informal, 10% por un aporte de un amigo o familiar, y tan solo una persona de los encuestados señala que ninguna de las opciones es buena para obtener un financiamiento, equivale al 2,5% del 100% de los encuestados.

La jefe de crédito, considera que en la mayoría de los casos los créditos son destinados para capital de trabajo, compra de equipos, arreglos de local. Por la gran demanda de la cooperativa se hace un muestro aleatorio o por montos para evaluar y conocer el correcto destino del crédito solicitado por los socios.

5.1.1. Importancia

Los recursos económicos son de vital importancia para el desarrollo y crecimiento de las empresas o el comercio en general, es necesario que para poder acceder a los recursos económicos se requiere de invertir dinero y que la misma sea productiva, para de esta manera dichos recursos generen beneficios y así la empresa permanezca en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes. (Ortega, 2019)

5.1.2. Características

Las principales características que se destacan de los recursos económicos son los siguientes:

- Satisfacción económica de la empresa para lograr las metas propuestas.
- Establecer objetivos tomando en cuenta las capacidades.
- Brindar productos y/o servicios que permitan llegar a todas las personas.
- Priorizar los estándares de producción para no quedar sin stock.
- Se combinan con los factores productivos con el fin de dar a conocer los bienes y servicios de la empresa. (Ortega, 2019)

5.1.3. Factores productivos

Se considera que los factores productivos que intervienen en el proceso de producción o prestación de servicios, son los siguientes:

- Tierra: Conformado por el suelo, aguas, minerales, árboles y demás. Este factor es recompensado con la renta.
- Trabajo: Conformado por la mano de obra obrera y fabril. Es recompensado con el salario.
- Capital: Compuesto por talento humano gerencial, administrativo o especializado, así como los recursos materiales y financieros. Es recompensado con el interés.

De igual manera, en la actualidad los economistas consideran la ciencia y tecnología como parte de los factores productivos importantes e indispensables para la actividad productiva. (Añez, 2020)

5.2. Actividades comerciales

La actividad comercial consiste en el proceso de compra y venta de bienes y servicios, en el cual hay que tomar en cuenta desde que el comerciante adquiere la mercancía hasta que la entrega al consumidor final. Todos resultan beneficiados en dicho proceso, el comerciante recibe su ganancia, y el cliente o consumidor satisface sus necesidades. (Enciclopedia Económica, 2017)

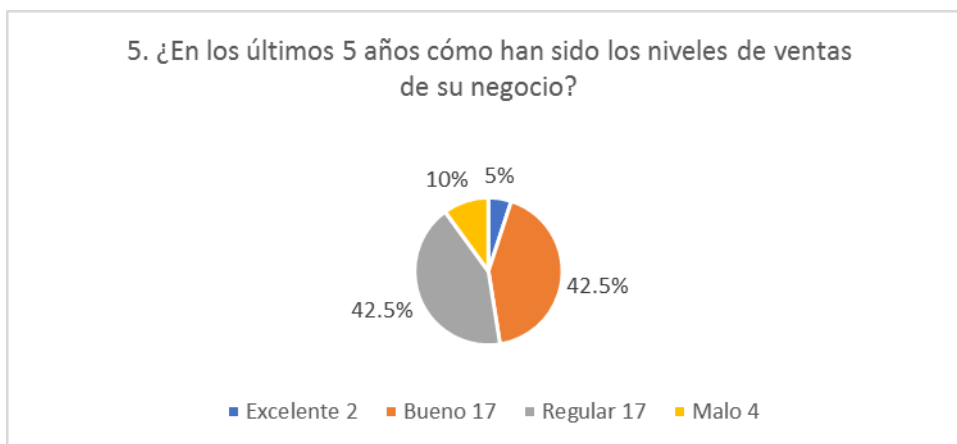


Figura 6: Actividades comerciales

Se determinó que en los últimos 5 años los niveles de ventas de los negocios de los comerciantes han sido bueno y regular con un 42,5% entre cada uno, el 10% manifestó que sus ventas en los últimos años han sido malas, y tan solo el 5% de los encuestados comentaron que a su negocio les ha ido excelente. Hay que considerar que la población ecuatoriana en los últimos 5 años ha vivido varios acontecimientos negativos que afectaron su economía, empezando por el terremoto del año 2016, por el mal manejo del país en el gobierno anterior, con políticas y leyes que perjudicaron a los comerciantes y ciudadanos, a estos acontecimientos sumarle la pandemia mundial que se vive desde el año 2019 y ha significado un golpe duro en la economía del país y sus habitantes.

En relación al impacto que los créditos han generado en los comerciantes, la jefe de crédito manifiesta, que existen varios testimonios de socios en los cuales comentan que sus negocios han crecido significativamente e incluso son parte de las publicidades que la cooperativa maneja, por lo que el aporte ha sido favorable al crecimiento de los comerciantes.

5.2.1. Mercado

El mercado existe desde la prehistoria, desde que el hombre vivía en tribus y se da cuenta que puede obtener productos que necesitan mediante el intercambio con otros hombres y tribus, lo que conocemos como trueque. Con el pasar del tiempo, los mercados fueron perfeccionando sus códigos, formas y transacciones, aparece el dinero en físico, con el que se empieza a mejorar el comercio en cada rincón del mundo, pero en un mundo tan cambiante y cada vez más globalizado por la tecnología, ahora se realizan compras y ventas de bienes y servicios por medio del dinero virtual y transacciones electrónicas. (Ramos, 2015)

En pocas palabras, se considera que el mercado es ese lugar o sistema en el que se realiza el intercambio de bienes y/o servicios con el objetivo de satisfacer necesidades, tanto del comerciante como de los clientes.

5.2.2. Bienes y servicios

Los bienes son aquellos productos que los consumidores adquieren con el fin de satisfacer sus necesidades, estos bienes pueden ser: alimentos, ropas, fabricados o de cultivo. Los servicios consisten en aquella función que una persona realiza por la otra persona, como, por ejemplo: chequeo médico, reparación del auto, entre otros. Tanto los bienes y los servicios son producidos por hombres y maquinarias. (La Bella, 2016)

5.2.3. Financiamiento

El financiamiento consiste en aquel proceso mediante el cual una persona o empresa solicita recursos para así poder realizar distintos tipos de inversiones, que ayuden a solventar bienes o servicios con la finalidad de mejorar los procesos y por ende las actividades que se realizan. (Westreicher G. , 2020)

El impacto del microcrédito y de las microfinanzas ha sido muy significativo. Por una parte, las micro y pequeñas empresas tienen la oportunidad de acceder al crédito formal para poder constituir sus negocios o para llevar el negocio a un nivel de crecimiento que genere mayor empleo y mayor satisfacción de las necesidades a la población a través de la oferta de bienes y servicios. (Beltrán, Sansores, & Gómez, 2020)

5.3. Liquidez

La liquidez de una empresa sirve para medir la capacidad que esta tiene ante las obligaciones de pago más inmediatas o menores a un año, si son superiores a un año son consideradas solvencia. La liquidez se gestiona y controla todos los días, para hacer frente a los desembolsos maneja la tesorería disponible, los flujos de caja que se vayan originando por las operaciones y la financiación obtenida. (Pérez-Carballo, 2015)

Mediante la entrevista realizada a la jefe de crédito de la Cooperativa 15 de Abril, considera que mensualmente se atribuye un gran número de créditos a comerciantes de las diferentes áreas, ya sean de calzado, artículos para el hogar, legumbres, ropa, etc., los cuales manejan un capital diferente en cada caso, es por eso que por lo general solicitan crédito para capital de trabajo o activos.

5.3.1. Ratios de liquidez

Se consideran tres tipos de ratios para medir la liquidez:

- Tesorería: Nos indica que parte del pasivo circulante está cubierto por la liquidez actual de la empresa, deberá estar en torno al 15%.

- **Liquidez inmediata:** Nos indica que parte del pasivo circulante está cubierto por la liquidez actual de la empresa sumado los derechos de cobro que se pueden convertir en dinero de forma inmediata, deberán estar entre un 70% - 100%.
- **Liquidez:** Nos indica que parte del pasivo circulante debe estar cubierto por el activo circulante, sin duda alguna deberá estar situado por encima del 100% pero tampoco sobrepasarse del 140% ya que representaría demasiada liquidez de la empresa y no es conveniente. (Sala, 2015)

5.3.2. Fuentes principales

La liquidez de una empresa puede provenir de cuatro fuentes principales:

- **Liquidez generada a través de los aspectos operativos relacionados con la cuenta de explotación.** Se refiere a la liquidez que se genera como consecuencia de la aplicación de todas las políticas operativas a corto plazo de la empresa y se reflejan en la cuenta de pérdidas y ganancias.
- **Liquidez generada a través de los aspectos operativos relacionados con la gestión del fondo de maniobra operativo de la empresa.**
- **Liquidez generada por la implantación de la política de inversiones de la empresa en activos fijos.**
- **Liquidez generada a través de la política de retribución al capital de la empresa, así como por la política de financiación con recursos propios.**
(Amat, 2018)

5.3.3. Riesgo de liquidez

Se distinguen dos tipos de riesgos de liquidez estrechamente relacionados:

- Riesgo de liquidez de fondos: Es el riesgo de que la entidad no contara o pudiera contar de forma inmediata con los fondos suficientes para hacer frente a sus compromisos.
- Riesgo de liquidez de mercado: El riesgo reside en la imposibilidad de la entidad para deshacer posiciones sin afectar a los precios del mercado.

(Blanco, 2015)

CONCLUSIONES

1. De acuerdo a la investigación realizada a través de las fuentes de información primarias y secundarias, se determinó que la Cooperativa 15 de Abril aplica distintas estrategias publicitarias en diversos medios tales como: prensa, radio y televisión, exterior, página web, redes sociales, mailing y telefónica; con el objetivo de hacer conocer las líneas de crédito disponibles, sin embargo, no se ha obtenido la rentabilidad esperada a través de la inversión en marketing, por lo tanto se considera que se debe mejorar el mensaje o las campañas publicitarias puesto que la gran mayoría no tiene el conocimiento sobre todos los tipos de créditos, requisitos y procedimientos a seguir. Así también es importante resaltar que la mejor opción para obtener capital o financiamiento para el negocio es mediante los créditos que otorgan las instituciones financieras por ser establecimientos legales y están supeditados por entidades de control.
2. Los trámites que se aplican para las solicitudes de créditos en la Cooperativa 15 de Abril son considerados ágiles y de requisitos mínimos, estos créditos pueden ser realizadas de manera presencial o virtual, pensando en la comodidad y facilidad de acceso a los socios y clientes. Sin embargo, a través de la opinión de las encuestas al grupo, objeto de investigación, estos consideran que los tramites son muy engorrosos e ineficientes, ya que existe mucha demora desde el momento de la solicitud hasta el otorgamiento del financiamiento. La línea de crédito más solicitada por los comerciantes es el microcrédito, el cual está destinado hacer crecer las actividades comerciales; su principal requisito consiste en justificar el patrimonio para conocer la

situación económica del negocio y saber si tiene la capacidad para hacer frente a las obligaciones, ya que la principal fuente de pago la constituyen los ingresos generados por dichas actividades.

- 3.** Los niveles de ventas de los negocios de los comerciantes en los últimos 5 años se han visto afectados por distintos factores externos como: el terremoto de abril del 2016, decisiones de quienes han gobernado al país, la pandemia que empezó en el 2020 y aún continúa, siendo las mayores dificultades en relación a la gestión de créditos por parte de la Cooperativa 15 de Abril y a su vez al crecimiento de los negocios. Por tal motivo, es indispensable la realización de campañas, charlas, ferias y publicidades sobre los créditos que se ofrecen, que por lo general son destinados para capital de trabajo, compra de equipos o arreglos del local, lo que han aportado a que los negocios puedan permanecer en el mercado y crecer significativamente.

CAPÍTULO VI

6. Propuesta

6.1. Identificación de la propuesta

Diseño de un Plan de Marketing para dar a conocer los créditos que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda.

6.2. Objetivos

6.2.1. Objetivo General

-Incrementar la captación de la cartera de créditos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda.

6.2.2. Objetivos Específicos

-Dar a conocer las líneas de créditos a través de redes sociales y campañas en parques de la ciudad de Portoviejo para mejorar la cartera de clientes.

-Aumentar un 10% en el primer trimestre del año 2022 mediante estrategias de marketing.

-Gestionar con eficiencia y eficacia todos los procesos de la Cooperativa para mejorar la confianza de los clientes.

6.3. Beneficiarios

6.3.1. Directos

La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. es el beneficiario directo del presente trabajo de investigación, ya que un incremento en la cartera de créditos generará una mejor liquidez.

6.3.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos son los socios y clientes que con el conocimiento oportuno de las líneas de créditos disponibles pueden solicitar la que mejor beneficio les presente.

6.4. Justificación

La propuesta surge como una necesidad para dar solución al problema planteado en el presente trabajo de investigación, que consiste en el deficiente conocimiento de las líneas de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda.; su importancia radica en que mediante el diseño de un plan de marketing se pretende mejorar el nivel de conocimiento sobre los servicios de créditos y por ende los recursos económicos de la Cooperativa.

El plan de marketing permitirá que la Cooperativa cuente con una herramienta que facilite y mejore la promoción y publicidad sobre los servicios de créditos, con el objetivo de que los socios y clientes conozcan los requisitos y los trámites a seguir, para así alcanzar mayores captaciones que reflejen ganancias.

6.5. Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en la elaboración de un plan de marketing para la Cooperativa 15 de Abril que permita lograr un crecimiento en la captación de la cartera de créditos, ya que mediante las encuestas realizadas a socios y clientes se pudo conocer y evidenciar que existe una deficiencia en las estrategias de marketing y por ende la gran mayoría no tiene conocimiento de los servicios que ofrece la Institución, por lo que a través de la propuesta se proporcionará información sobre las líneas de créditos que otorga la Cooperativa en beneficio de la comunidad, generándose nuevos clientes.

Para dar comienzo a la propuesta de manera apropiada se realizará un análisis interno y externo de la Cooperativa para determinar sus necesidades.

6.6. Análisis de la Situación Actual

La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. considerada la más grande e importante en la Provincia de Manabí, lleva 57 años en el mercado. La matriz se encuentra ubicada en la ciudad de Portoviejo, 18 de Octubre 306 entre Córdova y 10 de Agosto, cuenta con una oficina en el Paseo Shopping, Jorge Washington y América, además de una agencia en la ciudad de Manta, en la calle 12 Av. 6 y 7 (Esq).

6.7. Análisis FODA

Fortalezas

- Misión, Visión y Objetivos bien desarrollados
- Constante capacitación y seminarios al personal, socios y clientes
- Créditos adecuados para el segmento

Debilidades

- Débil posicionamiento en el mercado
- Deficiente publicidad
- Falta de recursos humanos

Oportunidades

- Emprendedores requiriendo inversión
- Interés de socios y clientes en solicitar créditos por la calidad del servicio

-Necesidad de créditos en el mercado

Amenazas

-Pandemia

-Competencia existente

-Medidas políticas y económicas

6.8. Marketing Mix

6.8.1. Productos y Servicios

Hay que tener en claro las necesidades que presentan los clientes o consumidores ante el servicio que brinda la Cooperativa 15 de Abril. Los socios y clientes en la mayoría de las ocasiones tienen la necesidad de adquirir préstamos para poder generar un desarrollo o crecimiento en sus ingresos, ya que la falta de recursos limita a los emprendedores a realizar inversiones, innovaciones, adecuaciones.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. brinda la oportunidad de que socios y clientes tengan la posibilidad de acceder al crédito que requieran para su mejor conveniencia, en relación a los comerciantes se encuentran los microcréditos que por lo general son destinados para hacer crecer las actividades comerciales, el monto va desde \$500 hasta \$50,000, para acceder a este tipo de crédito el solicitante debe justificar su patrimonio, ingresos adicionales y demostrar la capacidad del negocio en generar ingresos que puedan hacer frente a sus obligaciones y responsabilidades con la Institución.

6.8.2. Estrategia de producto

La estrategia de producto se basa en realizar un permanente Benchmarking, es decir evaluar y analizar los procesos, productos, servicios y demás aspectos o

características de la competencia para compararlos con los de la Institución, además de poder adaptarlas con el objetivo de darle un valor agregado que la diferencia y así mejorar las expectativas de socios y clientes.

Adicionalmente a los clientes potenciales se les puede ofrecer información y conocimiento veraz de como llevar a cabo la gestión de sus negocios y el mejor uso para el recurso obtenido, para que alcancen los objetivos esperados y no se malgaste la oportunidad.

6.8.3. Precio

El precio es la cantidad monetaria que el cliente o consumidor accede a pagar con el fin de adquirir un producto o servicio.

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. la tasa de interés que se maneja en las líneas de créditos ofertadas van desde el 10% hasta el 18% dependiendo el crédito adquirido. El microcrédito tiene una tasa de interés del 18%.

6.8.4. Plaza

La plaza se refiere al lugar donde se oferta el producto o servicio; La matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda. se encuentra ubicada en la ciudad de Portoviejo, 18 de Octubre 306 entre Córdova y 10 de Agosto, cuenta con una oficina en el Paseo Shopping, Jorge Washington y América, además de una agencia en la ciudad de Manta, en la calle 12 Av. 6 y 7 (Esq).

6.8.5. Estrategia de plaza

La estrategia de plaza que se implementará en el plan de marketing consiste en disponer y ubicar asesores comerciales en las zonas más recorridas de la ciudad de

Portoviejo, sea en los parques, plazas, zona céntrica, con la finalidad de alcanzar una mayor y mejor cobertura de los productos.

6.8.6. Promoción

En la investigación de campo, mediante las encuestas realizadas a socios y clientes se evidenció que existe un gran porcentaje que desconoce las líneas de créditos que se ofertan en la Cooperativa, debido a las limitadas acciones de publicidad y promoción que realiza la Institución.

6.8.7. Estrategia de promoción

Se realizarán varias estrategias de comunicación, en las cuales se darán a conocer los productos que ofrece la Cooperativa 15 de Abril y de esta manera aumentar la captación de socios y clientes del sector comercial, por lo que se establecerá una campaña enfocada al comercio ofreciendo las líneas de créditos disponibles para los comerciantes. La campaña consistirá en la misión y visión de la Institución.

Misión: Somos una institución líder en satisfacer la demanda de servicios financieros adaptándose a los cambios del entorno, que impulsan el desarrollo, respondiendo las necesidades de nuestros socios y clientes con una administración experimentada y abierta al cambio.

Visión: Seguridad, confianza y solidez a través del tiempo, para nuestros clientes.

De igual manera, se implementarán anuncios en El Diario, vallas publicitarias, volantes, con información pertinente sobre las líneas de créditos que ofrece la Cooperativa, además del marketing digital, mediante la promoción en las distintas redes sociales.

6.8.8. Personas

Las actitudes, conocimiento, atención y comportamiento de quienes integran la Cooperativa son de vital importancia, es la principal impresión que se llevan los clientes, ya que son los encargados de transmitir y dar a conocer los productos y servicios que ofrece la Institución.

6.8.9. Estrategias de personas

Se basa en el marketing interno para facilitar los objetivos de la Cooperativa, planteando un objetivo de ventas y servicios de créditos para los funcionarios, mediante herramientas indispensables como la información del servicio a ofrecer, para generar confianza y mayores captaciones de la cartera de créditos.

6.8.10. Procesos

Consiste en organizar recursos humanos, económicos y tecnológicos con el objetivo de cumplir con el desarrollo del plan de marketing.

6.8.11. Posicionamiento

Mediante las estrategias de comunicación y personas, cada funcionario proyectará la filosofía de la institución financiera, de manera que los socios y clientes conozcan que la Cooperativa 15 de Abril dispone de líneas de créditos enfocadas en sus necesidades.

6.9. Control

El plan de marketing se desarrollará en el primer trimestre del presente año 2022 y constará de tres etapas.

Primera etapa

En el mes de enero se llevará a cabo el estudio, desarrollo y ejecución de las actividades, asignando recursos y movilización de los que ejecutarán el plan. Se va a implementar la campaña dirigida a comerciantes de la ciudad de Portoviejo, con anuncios en prensa escrita y digital, así como en vallas publicitarias, además de capacitar a los integrantes de la Cooperativa mediante el marketing interno.

Segunda etapa

En el mes de febrero se consolidarán las actividades de corto y mediano plazo. Los comerciantes que han adquirido créditos serán capacitados para fortalecer la confianza y el compromiso que la Cooperativa busca con cada uno de ellos, de igual manera, se implementarán carpas o stands con la información necesaria en los parques de la ciudad de Portoviejo.

Tercera etapa

En el mes de marzo se ejecutará la propuesta en su totalidad, avanzando con las capacitaciones a los comerciantes y realizando los respectivos análisis sobre lo acontecido, lo que se llevará a cabo mediante tres controles al finalizar cada etapa:

- Control 1: Se realizará al finalizar enero, y se corregirán los obstáculos
- Control 2: Se realizará al finalizar febrero, y se evaluará el estado de alcance de las actividades
- Control 3: Se realizará al finalizar las tres etapas, se procederá a ejecutar el plan de acción en su totalidad

6.10. Presupuesto

Tabla 5

Presupuesto de la propuesta

CANT.	DETALLE	PRECIO	VALOR TOTAL
3	Counter brandeado	\$250	\$750
5.000	Flyers impresos full color	\$300	\$300
300	Bolígrafos	\$0,30	\$90
300	Gorras	\$3	\$900
1	Publicidad en El Diario, radio y televisión	\$3.000	\$3.000
1	Publicidad en redes sociales	\$150	\$150
TOTAL			\$5.190

BIBLIOGRAFÍA

AMAT, E. A. (2018). *Máster en finanzas*. Profit Editorial.

AÑEZ, J. (27 de Enero de 2020). *Recursos económicos (factores, niveles, características, clasificación y ejemplos)*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/recursos-economicos/>

BBVA. (12 de Marzo de 2021). *Diferencias entre un préstamo y una línea de crédito*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/diferencias-entre-un-prestamo-y-un-credito/>

BELTRÁN, R., SANSORES, E., & GÓMEZ, G. (2020). *Reflexiones sobre la gestión de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina*. Ciudad del Sol: Página seis.

BLANCO, E. A. (2015). *Gestión de entidades financieras: Un enfoque práctico de la gestión bancaria actual*. Madrid: Esic Editorial.

CRACOGNA, D. (2015). Relevancia actual del crédito cooperativo. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, 19-29. Obtenido de <https://baidc.revistas.deusto.es/article/view/749/909>

ENCICLOPEDIA ECONÓMICA. (2017). *Actividad comercial*. Obtenido de Enciclopedia económica: <https://enciclopediaeconomica.com/actividad-comercial/>

GESTIÓN. (25 de Noviembre de 2019). *Oferta y demanda: así afectan al mercado*. Obtenido de IONOS: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>

HELMUT SY CORVO. (20 de Febrero de 2021). *Análisis de la oferta*. Obtenido de Liferder: <https://www.liferder.com/analisis-oferta/>

LA BELLA, L. (2016). *¿What are goods and services?* New York: Encyclopaedia Britannica.

LUCERO, K. (19 de Noviembre de 2020). *Gestión Digital*. Obtenido de Revista Gestión: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/las-cooperativas-resistieron-bien-la-pandemia>

LUQUE, A., & PEÑAHERRERA, J. (2021). Cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador: el desafío de ser cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 1-17. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/73870/4564456556694>

ORTEGA, O. (27 de Septiembre de 2019). *Recursos económicos: definición, ejemplos y 5 características*. Obtenido de Trabajo y personal: <https://trabajoypersonal.com/recursos-economicos/>

PEDROSA, S. (9 de Octubre de 2015). *Oferta*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

PÉREZ-CARBALLO, J. (2015). *La gestión financiera de la empresa*. Madrid: Esic Editorial.

RAFFINO, M. (15 de Julio de 2021). *Crédito bancario*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/credito-bancario/>

RAMÍREZ, R., & AMPUDIA, D. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial. *Revista RECITIUTM*, 4(1), 16-32. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2249/Post%20print%2>

0Factores%20de%20Competitividad%20Empresarial%20en%20el%20Sector
%20Comercial.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RAMOS, D. (2015). *Concepto Mercado*. Buenos Aires: Editorial Dunken.

SALA, G. (2015). *Gestión de un pequeño comercio*. Editex.

WESTREICHER. (24 de Mayo de 2018). *Línea de crédito*. Obtenido de

Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/linea-de-credito.html>

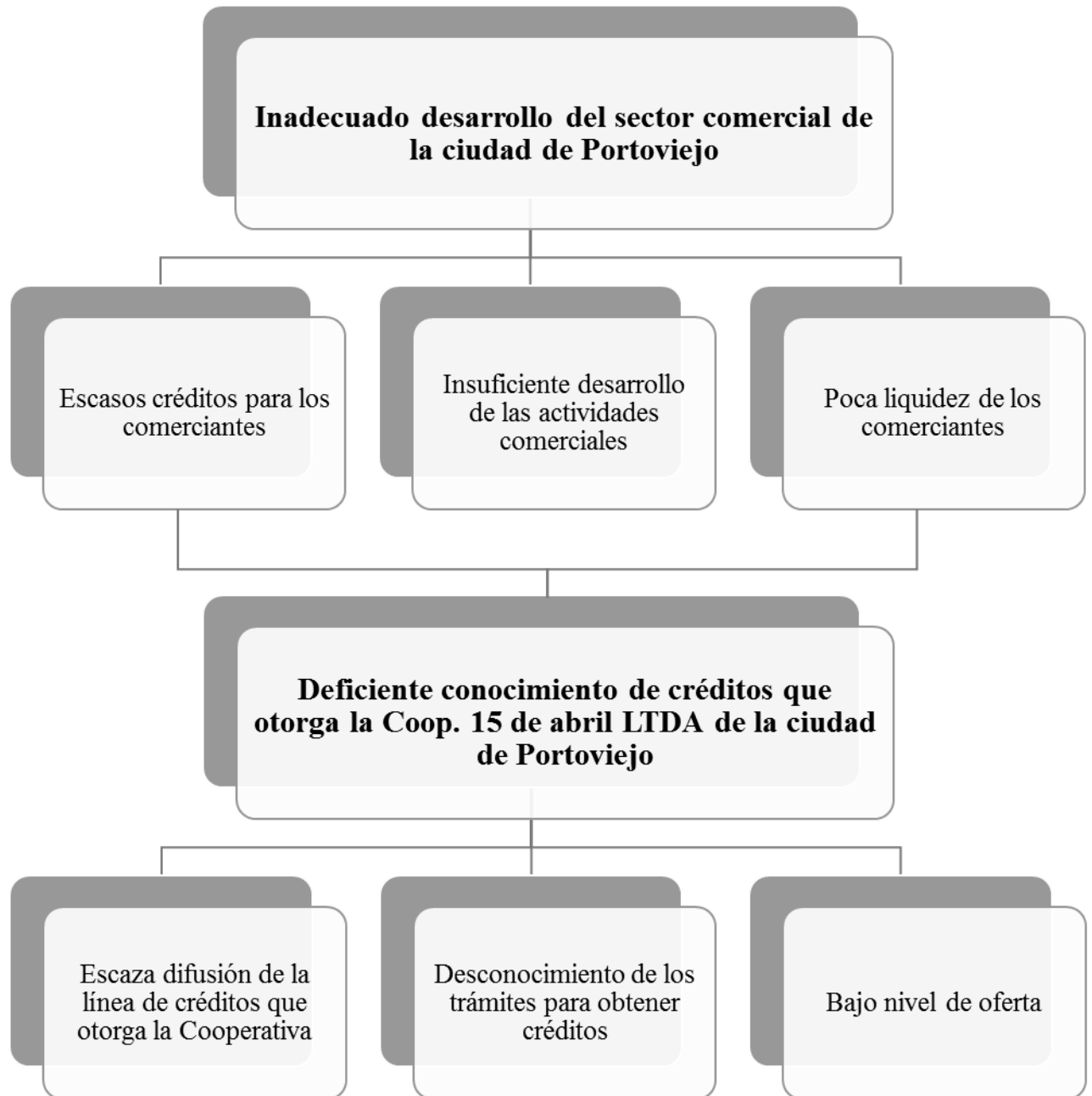
WESTREICHER, G. (25 de Abril de 2020). *Financiación o Financiamiento*.

Obtenido de Economipedia.com:

<https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

ANEXOS

APÉNDICE 1: ÁRBOL DEL PROBLEMA



APÉNDICE 2: MODELO DE ENTREVISTA



Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales

Entrevista dirigida a :Jefe de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril Ltda.

Objetivo: El propósito de esta entrevista es determinar la situación crediticia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril, relacionándolo con el sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

Nota: Esta entrevista es para procesos netamente investigativos, las cuales se relacionan para el proceso de titulación, por lo tanto, solicitamos su aporte en las preguntas que se especifican a continuación:

1. **¿Qué tipo de créditos ofrece la Cooperativa 15 de Abril?**
2. **¿Cree usted que los comerciantes conocen estas líneas de créditos que ofrece la Cooperativa?**
3. **¿En su calidad de Jefa de Crédito cómo considera usted que son los trámites para acceder a los créditos?**
4. **¿Considera usted que se debería gestionar más créditos para los comerciantes y así mejorar su oferta?**
5. **¿Se comprueba el correcto destino del crédito solicitado por los comerciantes?**
6. **¿Cuáles han sido las mayores dificultades que se han tenido en cuenta a la gestión de los créditos?**
7. **¿Qué porcentaje de créditos suelen solicitar los comerciantes y con cuánto de capital propio disponen ellos?**
8. **¿Cómo considera usted el impacto de los créditos de la Cooperativa en los comerciantes de la ciudad de Portoviejo?**

**ENTREVISTA REALIZADA A LA JEFA DE CRÉDITO DE LA
COOPERATIVA 15 DE ABRIL**



APÉNDICE 3: MODELO DE ENCUESTA



Cuestionario de Encuesta

Dirigida a socios y clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril

Objetivo: El propósito de esta encuesta es Analizar la opinión de los socios clientes de la cooperativa sobre los tipos de créditos que la entidad ofrece, relacionándolo con el sector comercial de la ciudad de Portoviejo.

Indicaciones: Marque con una X la respuesta que usted considere desde su punto de vista.

1. ¿Ha accedido usted a un crédito de la Cooperativa 15 de Abril?

Si ()

No () * En caso de responder no, conteste Por qué motivo:

2. ¿En la escala del 1 al 5 qué tanto conoce usted las líneas de crédito que ofrece la Cooperativa 15 de Abril? (1 Nada y 5 Suficiente)

3. ¿Cómo considera el trámite para acceder a los créditos de la Cooperativa 15 de Abril?

Altamente ()

Accesible ()

Poco accesible ()

Inaccesible ()

4. ¿Considera usted que la cooperativa 15 de abril debe realizar más campañas y publicidades sobre los tipos de créditos que ofrecen?

Totalmente de acuerdo ()

De acuerdo ()

Desacuerdo ()

5. ¿En los últimos 5 años cómo han sido los niveles de ventas de su negocio?

Excelente ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

6. En la situación actual ¿cuál considera mejor opción para obtener capital o financiamiento para un negocio?

Crédito informal ()

Crédito institución financiera ()

Aporte de amigo o familiar ()

Otra opción ¿Cuál?

7. Valore en la escala de 1 al 5 los siguientes procesos de los créditos de la Cooperativa 15 de Abril.

1 Malo

2 Regular

3 Bueno

4 Muy bueno

5 Excelente

Opciones

(1) (2) (3) (4) (5)

)

a) Trámites legales () () () () ()

b) Tiempo de duración del trámite () () () () ()

c) Líneas de financiamiento () () () () ()

d) Atención de los asesores de crédito

e) Trámites en línea del crédito

8. ¿Cuál es su opinión sobre los créditos otorgados por la Cooperativa 15 de Abril?

¡Gracias por su atención y colaboración!

ENCUESTAS REALIZADAS A SOCIOS Y CLIENTES DE LA COOPERATIVA 15 DE ABRIL



