



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCION DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

Título:

Factores que Inciden en la Colocación de Créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, Agencia Pujilí periodo 2018-2021.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas

Autor
Ing. Caluña Sisa Nancy Rocío

Tutor
Dr. Gabriel Ramírez Torres

LATACUNGA- ECUADOR

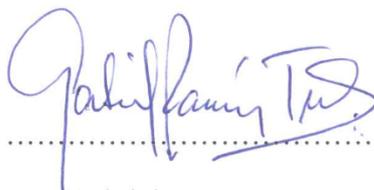
APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Factores que Inciden en la Colocación de Créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, Agencia Pujilí periodo 2018-2021”. Presentado por Caluña Sisa Nancy Rocío, para optar por el Título Magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal de Lectores que se designe.

Latacunga, 27 de abril del 2022



Dr. Gabriel Ramírez Torres

CC.: 175860900-0

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: “Factores que Inciden en la Colocación de Créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, Agencia Pujilí periodo 2018-2021”, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del Título de Magíster en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Latacunga, 17 de mayo del 2022

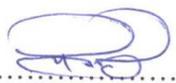


.....

Dr. Guido Patricio Santamaria Quishpe

050184822-0

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....

Mg.C Renato Pérez López

175917364-2

LECTOR 2



.....

Mg.C Roberto Carlos Arias Figueroa

050212373-0

LECTOR 3

DEDICATORIA

Esta dedicatoria lo realizo a mis hijos quien han sido pilares muy fundamentales para seguir adelante, a mi esposo y a mi familia que con cada palabra de afecto y cariño me han hecho saber que todo es posible.

A mis padres por haberme forjado como una persona humilde y sobre todo fuerte que a pesar de todo los obstáculos me han enseñado a seguir adelante, a Dios por darme tanta riqueza y sabiduría para culminar bien este proyecto.

Este nuevo logro es en gran parte gracias a cada uno de ustedes; he logrado concluir con éxito esta nueva etapa de mi vida que en un principio me parecía que no iba a ser posible sin embargo hoy me encuentro aquí con la satisfacción de haber culminado con éxito todo este proceso.

Gracias a cada una de las personas que hicieron que esto fuese posible compañeros, amigos y familiares.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en mi primera instancia a Dios por condescenderme tener buenas experiencias en mi vida, así como a la Universidad Técnica de Cotopaxi quien nuevamente me ha permitido culminar una etapa muy importante de mi vida profesional, gracias cada uno de los docentes que hicieron que mi formación académica sea de gratas experiencias, que ha dejado como fruto nuevas personas profesionales en la República del Ecuador.

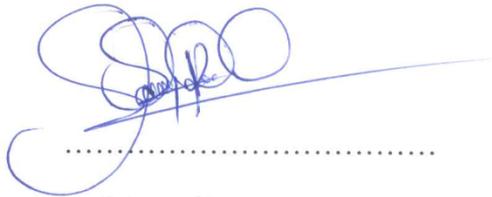
Agradezco a mi tutor de tesis Dr. Gabriel Ramírez por haberme brindado la oportunidad de compartir sus capacidades y conocimientos para culminar bien mi trabajo de tesis con paciencia y sabiduría de la misma manera a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo a través de su Gerente Msc. Rodrigo Llambo gran líder Cooperativista quien siempre ha dado la oportunidad a cada personal de la Institución a seguir formándonos como grandes profesionales.

Y para finalizar agradezco a mis hijos, esposo, hermanos y padres por su paciencia durante esta etapa de mi vida un Dios le pague.

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, 17 de mayo del 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

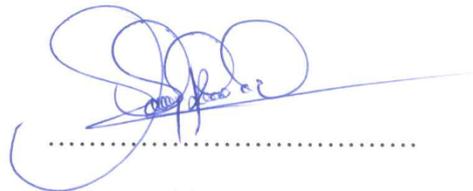
.....
Caluña Sisa Nancy Rocío

CI. 180481361-4

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, 17 de mayo del 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right. Below the signature is a horizontal dotted line.

Caluña Sisa Nancy Rocío

CI. 180481361-4

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: “Factores que Inciden en la Colocación de Créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, Agencia Pujilí periodo 2018-2021”, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, 17 de mayo del 2022



Dr. Dr. Guido Patricio Santamaria Quishpe

CC.: 050184822-0

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO: “Factores que Inciden en la Colocación de Créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, Agencia Pujilí periodo 2018-2021”,

AUTOR: Caluña Sisa Nancy Rocío

TUTOR: Dr. Gabriel Ramírez

RESUMEN

Este proyecto tuvo el objetivo de determinar los factores que inciden en la colocación de créditos de la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. durante los años 2018-2021, para lo cual, se establecieron los conceptos y enfoques teóricos referente a las variables. Se identificaron los factores que intervienen en el otorgamiento de créditos de la entidad y se diseñaron estrategias que contribuyen a incrementar la colocación de créditos. Se usó el enfoque cuantitativo asociado a la lógica deductiva, se trató de un modelo económico de regresión múltiple mediante un modelo de mínimos cuadrados ordinarios, en base al análisis de la base de datos de la agencia sobre la colocación de 596 créditos hasta el corte del primer semestre del año 2021. Ha sido determinado que, las variables que más relación tienen son: edad, género y tipo de garantía. Se planteó un modelo de colocación de créditos que incluyen las siguientes estrategias: segmentación para conocer mejor a los socios, fidelización y prevención de desvinculación de socios, venta cruzada y la captación de nuevos socios.

PALABRAS CLAVE: Colocación de créditos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Regresión Múltiple.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITLE: Factors that Affect to the Credits-Granting in the Chibuleo Savings and Credit Cooperative, Pujili Agency period 2018-2021,

AUTHOR: Caluña Sisa Nancy Rocío

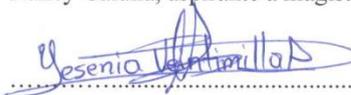
TUTHOR: Gabriel Ramirez Torres

ABSTRACT

This project had the aim of determining the factors that affect to the credits-granting of the Chibuleo Savings and Credit Cooperative in the Pujili agency from 2018 to 2021, for which, it was established concepts and theoretical approaches which refer to the variables. It was identified factors that affect to the credits-granting of the bank, and it was designed strategies that contribute to increase the credits-granting. It was used the quantitative approach which was associated to the deductive logic; it was addressed a multiple regression economic model trough an ordinary least squares model, based on the analysis of the agency's data base about the bestowal of 596 credits until the cut-off of the first semester in 2021. It has been determined that the variables that are more related are: age, genre and type of guarantee. It was set out a credit-granting model that include the following strategies: segmentation in order to know much better to the partners, loyalty and prevention of disconnection of partners, cross-selling and recruitment of new partners

KEY WORDS: Credits-granting, Savings and Credit Cooperatives, Multiple Regression.

Carmen Yesenia Veintimilla Amores con cédula de identidad número: 0503125882 Licenciado en Ciencias de la Educación Mención Inglés con número de registro de la SENESCYT: 1031-2018-2010793; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: El comportamiento organizacional como estrategia de mejora del desempeño laboral en las organizaciones. Caso de estudio: Factores que Inciden en la Colocación de Créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, Agencia Pujilí periodo 2018-2021 de: Nancy Caluña, aspirante a magister en Administración de Empresas.


.....

Lic. Carmen Yesenia Veintimilla

CC.: 0503125882

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	vi
RENUNCIA DE DERECHOS.....	vii
AVAL DEL VEEDOR.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1. Antecedentes	8
1.2. Fundamentación Epistemológica.....	9
1.2.1. El sistema financiero nacional	10
1.2.2. Comportamiento del sistema financiero nacional en el 2021	11
1.2.3 Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Ecuador	13
1.2.4. El crédito en instituciones financieras.....	17
1.2.5. Factores que inciden en la colocación de créditos	22
1.2.6 Metodología para determinar los factores relevantes que inciden en la colocación de créditos en EPS	26

1.3. Fundamentación del estado del arte	28
1.4. Conclusiones Capítulo I	29
CAPÍTULO II. PROPUESTA	30
2.1 Título de la propuesta.....	30
2.2 Objetivos	30
2.2.1 Objetivo general	30
2.2.2 Objetivos específicos	30
2.3 Justificación.....	30
2.4 Desarrollo de la propuesta.....	42
2.4.1 Elementos que la conforman.....	43
2.4.2 Explicación de la propuesta	54
2.4.3 Premisas para su implementación	55
2.5 Conclusiones Capítulo II.....	56
CAPÍTULO III. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA	58
3.1 Evaluación de expertos	58
3.2 Conclusiones del Capítulo III.....	61
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES	62
Conclusiones	62
Recomendaciones.....	63
Bibliografía	64
ANEXOS	68
Anexo 1. Tasas de interés.....	68
Anexo 2. Tabla de base de datos	69
Anexo 3. Organigrama de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.....	81
Anexo 4. Tarjeta Mastercard de débito y Seguro de Tarjeta Protegida	82

Anexo 5. Servicio Médico.....	84
Anexo 6. Validaciones de la propuesta	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos.....	4
Tabla 2 Datos institucionales	16
Tabla 3 Cartera de créditos de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo (años 2019-2021)	16
Tabla 4 Tipos de créditos	17
Tabla 5 Tipos de crédito, número de créditos y suma del saldo al 30 de junio del 2021.....	21
Tabla 6 Tabla de calificación de cartera	24
Tabla 7 Tasas de interés	25
Tabla 8 Variable Edad.....	32
Tabla 9 Variable Género	33
Tabla 10 Variable Tipo de Préstamo.....	34
Tabla 11 Variable Número de Cuotas.....	35
Tabla 12 Variable Tipo de Crédito.....	36
Tabla 13 Variable Ciclos.....	37
Tabla 14 Variable Zona.....	38
Tabla 15 Variable Garantía	39
Tabla 16 Estadística de la regresión.....	40
Tabla 17 Análisis de varianza	41
Tabla 18 Resultados del nuevo cálculo aplicado	42
Tabla 19 Plan de acción para la segmentación de mercado	46
Tabla 20 Presupuesto de la adjudicación de las tarjetas de crédito y débito.....	48
Tabla 21 Datos de los especialistas	58
Tabla 22 Criterios de evaluación.....	59

Tabla 23 Escala de Likert para la evaluación de la importancia de la propuesta..	60
Tabla 24 Resultados cuantitativos de la validación	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Número de Cooperativas S1, S2 y S3 en el Ecuador.....	13
Figura 2. Proceso de la colocación de créditos en la COAC Chibuelo.....	22
Figura 3 Modelo de colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.....	44

INTRODUCCIÓN

El proyecto que se presenta a continuación, tiene concordancia con la línea de investigación del programa de Maestría de la Universidad Técnica de Cotopaxi: Administración y Economía para el desarrollo humano y social, sub – línea: Entorno Económico para los negocios e Innovación y Emprendimiento.

También, se relaciona con el Objetivo 9 de Desarrollo Sostenible: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación” (ONU, 2018), establecido por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para que se cumpla hasta el 2030 en América Latina y el Caribe.

Dicho objetivo es afín a lo establecido en el Art. 283 de la Constitución del Ecuador (2008):

El sistema económico es social y solidario: reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y, tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (p. 39)

Lo que indica la voluntad del Estado para incentivar el crecimiento económico que contribuya a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, dentro de lo cual, juegan un papel fundamental las entidades financieras.

Por lo tanto, el planteamiento del problema de este proyecto considera que el sector de las micro finanzas tiene una importancia trascendental para el Ecuador, no sólo porque atiende a amplios segmentos de la población que no tienen acceso a los productos y servicios que ofrece el sistema bancario privado, sino porque las cooperativas de ahorro y crédito se han ganado la confianza en la población del país (Tobar & Solano, 2014).

Esto se demuestra en el número de Cooperativas de Ahorro y Crédito que están dispuestas a nivel nacional, así, existen 3.110 organizaciones de este tipo activas registradas hasta junio de 2020, ubicadas sobre todo en cantones en los que prevalece la población rural y la pobreza (Cooperativas de las Américas, 2021). Lo

que representa una estrategia para reactivar la economía de los sectores populares, al ofrecer líneas de crédito productivo y de consumo.

Así, en el año 2020, las entidades del sector financiero de la economía popular y solidaria que incluye a las cooperativas de ahorro y crédito, reportaron activos mayores a USD17 mil millones, depósitos por más de USD14 mil millones y más de USD12 mil millones en su cartera de crédito. El nivel de liquidez se ubicó en el 29% y de solvencia en el 20%, lo que indica un crecimiento de 6 y 4 puntos porcentuales respecto al año 2019 (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2021).

En cuanto a la cartera de crédito, en el año 2020, el 50% correspondió a créditos de consumo, el 37% a microcrédito, el 11% a vivienda y el 2% a comercial, beneficiando a más de 1,7 millones de socios, a quienes se otorgó más de USD1.8 millones (SEPS, 2021).

El Sector Financiero Popular y Solidario (SFPS), compuesto por cooperativas de ahorro y crédito (COAC), mutualistas, cajas y bancos comunales, agrupan a cerca de ocho millones de personas, quienes apoyan al desarrollo de las de micro, pequeña y medianas empresas (MIPYMES), las que generan aproximadamente el 80% del empleo en Ecuador. Estas entidades cuentan con 3.726 puntos de atención a nivel nacional, ubicadas sobre todo en Pichincha, Azuay, Guayas y Tungurahua (SEPS, 2021) lo que indica la importancia que tiene este sector en la economía del país.

En términos de densidad geográfica, las cooperativas de ahorro y crédito se concentran mayoritariamente en las provincias de la región Sierra centro (Tungurahua, Bolívar, Cotopaxi y Chimborazo) con más de 12 organizaciones por cada cien mil habitantes, seguidas por Zamora, Azuay y Pastaza (con más de 7 cooperativas por cada cien mil habitantes) (SEPS, 2021).

La provincia de Cotopaxi situada en el centro del país, es una zona en la que prevalecen actividades asociadas con el comercio, la ganadería, la industria y la agricultura, por lo que cuenta con varias sucursales de cooperativas de ahorro y crédito a lo largo de su territorio, dentro de las que sobresalen: Cooperativa de

Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Cotopaxi Ltda. (CACPECO); Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario, Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushc Runa, Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, entre otras.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., nace el 17 de enero de 2003, fruto del trabajo de 27 jóvenes indígenas que aunaron esfuerzos en la búsqueda de un rumbo que favoreciera a los menos privilegiados del Ecuador. Con los años, esta cooperativa logró posicionarse en el sistema financiero como una institución sólida, lo que le permite contar con 21 agencias al servicio de la población a nivel nacional.

Por lo expuesto en los párrafos anteriores, la formulación del problema de este proyecto se traduce en la interrogante: ¿Qué factores influyen en la colocación de créditos en la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. entre el 2018 y 2021?

La delimitación del objeto de investigación, corresponde a:

Campo:	Auditoría
Área:	Auditoría de Gestión
Aspecto:	Control
Interno Espacial:	Instalaciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., Agencia Pujili.
Temporal:	Años 2018-2021.

El objetivo general de este proyecto es: Determinar los factores que inciden en la colocación de créditos de la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. durante los años 2018-2021.

Para el efecto, se establecen como objetivos específicos:

- Establecer los conceptos y enfoques teóricos que contribuyan a la construcción de la fundamentación epistemológica referente a los factores que inciden en la colocación de créditos en entidades financieras.
- Identificar los factores que intervienen en el otorgamiento de créditos de la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

- Diseñar estrategias que contribuyan al incremento de la colocación de créditos en la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

La consecución de los objetivos se logra a través del cumplimiento de las tareas que se sintetizan en la tabla 1:

Tabla 1 Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos

Objetivo	Actividad (tareas)
1. Objetivo específico 1: Establecer los conceptos y enfoques teóricos que contribuyan a la construcción de la fundamentación epistemológica referente a los factores que inciden en la colocación de créditos en entidades financieras.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar fuentes de información que contribuyan a la definición de los factores que intervienen en el otorgamiento de créditos. 2. Verificar con el área directiva de la agencia Pujilí de la Cooperativa Chibuleo Ltda. los factores que intervienen para otorgar créditos. 3. Exponer los factores que se consideran en la Cooperativa Chibuleo Ltda. en la agencia Pujilí para otorgar los créditos.
2. Objetivo específico 2: Analizar los factores que inciden en la colocación de créditos en la agencia Pujilí de la Cooperativa Chibuleo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estipular los factores que inciden en la colocación de créditos. 2. Aplicar el modelo de mínimos cuadrados ordinarios a la base de datos de los créditos. 3. Exponer los resultados.
3. Objetivo específico 3: Diseñar estrategias que contribuyan al incremento de la colocación de créditos en la agencia Pujilí de la Cooperativa Chibuleo Ltda.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar el macro y micro entorno para identificar las amenazas y oportunidades en relación a la otorgación de créditos. 2. Identificar las fortalezas y debilidades en torno a los factores que inciden en la otorgación de créditos en la agencia para generar estrategias.

La justificación de este proyecto se precisa a partir de que resulta provechoso para el área administrativa de la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. porque proveerá de información importante relacionada con los factores que inciden en la colocación de créditos para generar una propuesta que mejore esta gestión.

Al tomar en cuenta que la otorgación de créditos se involucran varios factores que resultan importantes analizar para ampliar la cartera de socios a los que se llega

con los productos de la cartera de créditos existente y contribuir de esta forma a la sostenibilidad de la cooperativa.

Al considerar que el crecimiento y sostenibilidad de las entidades financieras se relacionan en gran forma con la captación de dinero y con la colocación de créditos (Cevallos et al., 2020). Por otro lado, el financiamiento que otorgan beneficia a la dinamización de la economía local, lo que favorece a su desarrollo.

En el ámbito práctico, este proyecto se justifica porque se podrán identificar los aspectos que intervienen en la gestión de colocación de crédito que mantienen la agencia Pujilí de la Cooperativa Chibuleo Ltda. para definir estrategias que amplíen las posibilidades de incrementar la cartera de socios que acceden a líneas de crédito, lo que mejorará la posición competitiva de la entidad en la localidad.

También, este estudio es importante socialmente porque los datos que se recopilen servirán de soporte para la generación de acciones para incrementar la cartera de socios y la colocación de créditos; lo que, a la par, favorecerá a la población, al implantarse dichas acciones se beneficiará el desarrollo y sostenibilidad de las MIPYMES locales, ya que se relaciona directamente con la capacidad que tienen para acceder a financiamiento. Por otro lado, las estrategias que se generen mejorarán la gestión administrativa de la cooperativa y como consecuencia, la agencia contará con colaboradores comprometidos y deseosos de otorgar un mejor servicio a sus socios.

Mejorar la gestión de colocación de créditos, generará una apreciación positiva por parte de los socios sobre la cooperativa, lo que dará paso a que se atiendan sus requerimientos en tiempos mínimos, ahorrando recursos y contribuyendo a que la entidad cuente con ventajas competitivas que sean reconocidas por la sociedad.

También, tiene implicaciones teóricas, porque dará a conocer cuáles son los factores que inciden en la colocación de créditos, lo que servirá de sustento para la formulación de estrategias que saquen provecho las fortalezas y oportunidades que se identifiquen, para minimizar las amenazas y debilidades existentes, basándose en lo expuesto por estudios afines al tema en cuestión.

Este proyecto está justificado porque el área gerencial de la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. está abierta a proveer la

información que se requiera para cumplir con el objetivo estipulado, además que las estrategias identificadas serán propuestas para poner en práctica en la institución

De esta manera la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., podrá ser más competitiva al ofertar productos financieros de calidad para convertirse en un modelo a seguir por las entidades financieras de economía popular y solidaria de la provincia de Cotopaxi y del país.

El tipo de investigación que se usó en este proyecto correspondió a la básica y aplicada. Aplicada porque se caracterizó por originarse a partir del marco teórico, en este sentido el objetivo fue incrementar el conocimiento científico alrededor del tema estipulado; por otra parte, fue aplicada porque se utilizaron los conocimientos adquiridos (Muntané, 2010) en este proyecto para la construcción de la propuesta.

En cuanto al nivel de investigación, se optó por el exploratorio, descriptivo y explicativo. La investigación exploratoria se usa cuando se estudia un problema que no está bien definido, por lo tanto, se aplicó para comprenderlo de mejor forma; es descriptiva, cuando se puntualizan las características del objeto de estudio, en este caso, permitió analizar los índices de socios que acceden a un préstamo en la agencia, para explicar los factores que inciden en la colocación de créditos; es explicativa, cuando se presenta una relación causal, va más allá de la descripción, por consiguiente, se intentó encontrar las causas de la problemática planteada (Namakforoosh, 2005).

En cuanto al enfoque, el cuantitativo porque se asocia a la lógica deductiva, a partir de la cual, se establecieron los procedimientos para el análisis de datos con el uso de técnicas estadísticas, sirvió para recopilar y analizar datos numéricos, establecer tendencias y comprobar relaciones (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Asimismo, el estudio también fue cuantitativo ya que se trató de un modelo económico para identificar los factores que afectan la colocación de crédito mediante un modelo de mínimos cuadrados ordinarios.

Se usó como técnica de la investigación la observación de los informes emitidos por la agencia Pujilí de la Cooperativa Chibuleo Ltda. sobre la colocación de 596 créditos hasta el corte del primer semestre del año 2021 y de los procesos que se

llevan a cabo para el efecto. Por lo tanto, se consideró como población a la base de datos mencionada, es decir a los 596 créditos.

La hipótesis que se planteó en este estudio fue: los factores (edad, género, número de cuotas, tasa de interés, ciclos, zona de residencia, tipo de garantía y tipo de préstamo) sí inciden en la colocación de créditos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, Agencia Pujilí.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Este proyecto presenta como antecedentes el trabajo de investigación “Factores que influyen en la colocación de créditos comerciales en las micro y pequeñas empresas de parte de las entidades financieras del Perú: caso Mibanco - Casma, 2016” presentado por Alcedo (2017) que tuvo el objetivo de describir los factores que influyen en la colocación de créditos comerciales en las micro y pequeñas empresas por parte de entidades financieras del Perú, para el efecto, se usó la metodología cualitativa, diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico y de caso, como técnica la revisión bibliográfica y la entrevista, que le permitió concluir que los factores destacados para colocar créditos a este grupo de organizaciones son la competencia de las micro financieras, la atención, el tiempo del proceso de evaluación, la informalidad y las políticas crediticias. Las entidades financieras que más colocan créditos se caracterizan por ofertarlos con pocos requisitos, dar más facilidades de desembolso y en un menor tiempo.

También, se encuentra el estudio “Factores determinantes para la concesión de crédito por parte de las entidades financieras a las MIPYMES” de autoría de Rocca, Pérez y Duréndez (2018) para lo que, desarrollan un estudio empírico realizado a 73 analistas de riesgos de entidades financieras, los resultados indican que dentro de los factores más importantes están: el conocimiento del sector que tiene el empresario, su honestidad e integridad, la cartera de clientes con la que cuenta, la calificación del personal de la empresa; por otro lado, valoran el ratio de liquidez y endeudamiento, para lo que es preciso que cuenten con algún sistema de costos que sea fiable y que no tenga registros de deudas impagas.

Además, se considera el estudio “Factores determinantes de la rentabilidad de las instituciones microfinancieras”, de Gómez, Poma y Mejía (2020) cuyo objetivo fue determinar los factores que influyen en la rentabilidad de estas instituciones, se usó el método cualitativo y cuantitativo basado en el modelo de datos de panel y se encontró que dentro de los factores que inciden en la rentabilidad de las entidades financieras, se encuentra la otorgación del microcréditos dirigidos a personas sin posibilidades de acceso a créditos formales.

También, se encuentra la investigación “Factores relevantes en el otorgamiento de crédito a personas naturales: estudio de caso para una empresa no financiera”, de Jaramillo (2020) que tuvo el objetivo de valorar los determinantes más significativos al momento de asignar un crédito, a partir de la estimación de variables, con el uso de un método de jerarquización (modelo AHP) que sirvió para generar una matriz de juicio. Los resultados de este estudio demostraron que los factores de demanda son los más importantes al momento de asignar un crédito. La principal limitación de este estudio fue que el modelo estadístico que se presenta para definir los factores, solo se puede utilizar en la empresa participante en el estudio, sin embargo, la implementación de dicho modelo le ayudará a que se obtenga un nuevo nicho de mercado y se logre la expansión de la empresa.

Como se observa en los estudios que se refieren en los párrafos que anteceden los estudios que abordan temas similares al que se presenta en este proyecto usan el enfoque metodológico mixto, de tipo descriptivo, no experimental y bibliográfico, con el apoyo de la encuesta, la entrevista para la recolección de datos, así, como métodos estadísticos, lo que sirve de referente para este proyecto.

1.2.Fundamentación Epistemológica

La fundamentación epistemológica parte de la revisión bibliográfica que sirve de sustento teórico al proyecto, al considerar las perspectivas de diferentes autores que contribuyen a adoptar una posición teórica respecto al tema que se aborda.

1.2.1. El sistema financiero nacional

El sistema financiero ecuatoriano está formado de entidades públicas, privadas y de economía popular y solidaria (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas) que captan ahorros y colocan los fondos por medio de créditos, con la finalidad de tener rendimientos financieros que apoyen a su crecimiento y al de sus clientes o socios (Ordóñez, Narváez, & Erazo, 2020).

En la actualidad, el sistema financiero del Ecuador está compuesto por cuatro instituciones públicas: Banco del Desarrollo del Ecuador, BanEcuador, Corporación Financiera Nacional y Banco del IESS (Biess); 23 bancos, que tienen una participación en el mercado financiero que supera el 90% (Superintendencia de Bancos, 2021), son las entidades financieras que mayor captación de dinero y colocación de créditos tienen, dentro de este grupo lideran los bancos: del Pichincha, Pacífico, Guayaquil, Produbanco y Bolivariano; y, las 593 Organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario, de las cuales, más del 90% corresponden a Cooperativas de Ahorro y Crédito, registrando a más de 6.9 millones de socios (SEPS, 2021).

Los bancos son instituciones financieras que tienen la función principal de captar fondos o depósitos de personas que cuentan con este para prestarlos a quienes lo necesiten. Es decir que son intermediarios entre depositantes y prestatarios (Gobat, 2012). Al respecto, el artículo 2 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero (2012), señala que los bancos y las sociedades financieras son instituciones financieras privadas que se caracterizan por ser:

Intermediarios entre el mercado financiero, en el cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los recursos así obtenidos, total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión. (p. 2)

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito, son sociedades de personas que se unen sin fines de lucro, con aportaciones económicas para satisfacer sus necesidades económicas, en este caso, no está formada por clientes sino por socios, porque cada

uno de quienes la conforman tienen una pequeña participación dentro de la entidad (SEPS, 2021).

Las Mutualistas, son sociedades de personas que tienen como objetivo apoyarse mutuamente con el fin de solventar las necesidades financieras. Estas entidades generalmente invierten en el sector inmobiliario (Romero, 2021).

Todas las entidades financieras ofrecen créditos a sus clientes o socios, que se contribuyen al progreso del país, en este sentido, estas instituciones actúan como mediadoras entre quienes tienen excedentes de dinero y quienes no lo tienen y lo necesitan para financiar sus actividades, lo que, contribuye a incrementar la riqueza de los implicados (Romero, 2021).

El sector financiero público y privado está vigilado por la Superintendencia de Bancos y el sector financiero popular y solidario por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Estas entidades se encargan de controlar que las entidades financieras cumplan con la normativa vigente y se genere confianza entre los usuarios.

1.2.2. Comportamiento del sistema financiero nacional en el 2021

Entre diciembre del 2020 y agosto del 2021 la banca privada y pública, así como las entidades del Sistema Financiero Popular y Solidario que incluye a cooperativas y mutualistas presentaron un ligero crecimiento gracias a los depósitos, sin embargo, de que se presentó una desaceleración de las colocaciones y la recuperación de la cartera provocada por la reducción de las actividades económicas por el confinamiento producto de la pandemia del COVID-19. También, se incrementó sustancialmente su saldo acumulado por intereses de la cartera por cobrar, lo que se produjo por las medidas que se tomaron por parte de la Junta Monetaria y Financiera para aliviar los efectos de la pandemia del COVID-19 (Red de Instituciones Financieras de Desarrollo, 2021).

Los depósitos en el sistema financiero nacional, en el 2020 presentan una tendencia creciente, así, en diciembre se registraron USD 35.412 millones, lo que representa el 11.5% más que en el mismo mes del 2019. Entre enero y febrero del 2020 este rubro se incrementó en el 12%; entre marzo y septiembre este crecimiento se redujo dos puntos porcentuales, para octubre y diciembre se volvieron a

recuperar, presentándose una tasa de crecimiento del 12% nuevamente en estos meses. Por su parte, si bien las cooperativas de ahorro y crédito y mutualistas, si bien muestran un crecimiento promedio superior a la banca, del 13.86%, su evolución anual pasó de una tasa del 18% en enero, al 14% en diciembre, lo que muestra una ligera reducción la captación de dinero (RFD, 2021).

En cuanto a la colocación de créditos la banca privada como pública en el 2020 presentó una tendencia de la tasa de crecimiento anual de su cartera de crédito decreciente, ubicándose en promedio en el 5%. En tanto, las cooperativas de ahorro y crédito y mutualistas presentaron un crecimiento promedio del 11%, pero, su evolución en este año presenta una reducción de ocho puntos porcentuales entre enero (17%) y diciembre (9%), lo que indica que existió una desaceleración en el crecimiento de las colocaciones, provocada por la pandemia del COVID-19. Dentro de la cartera de crédito, el que mayor reducción presenta a diciembre del 2020 fue el comercial y consumo, al compararlo con el mismo mes del año 2019. Así, el comercial disminuyó en USD 1.216 millones y el consumo en USD 44 millones. No obstante, al evaluar únicamente a las entidades financieras de la Economía Popular y Solidaria, todos los segmentos de crédito se incrementaron en diciembre del 2020 al compararlos con el mismo mes del 2019, sobre todo el microcrédito y el de consumo que se ubicaron en USD 346 y USD 210 millones correspondientemente (RFD, 2021).

Los créditos que se colocaron en el año 2020 se destinaron sobre todo a segmentos productivos relacionados con el comercio, agricultura, manufactura y construcción. Si bien el mes de abril se presentó una caída radical en el número de operaciones de crédito, por el confinamiento provocado por la pandemia, a medida que las actividades se reactivaron, la colocación de créditos se recuperó, así, en diciembre del 2020 se llegaron a niveles similares a los presentes antes de la pandemia (RFD, 2021).

En definitiva, la pandemia marcó un cambio sustancial en el comportamiento económico y financiero del país, no obstante, se espera que los cambios positivos que se presentan gracias a la reactivación de las actividades económicas se

mantengan y se logre tener una tendencia creciente en la evolución de la economía nacional.

1.2.3 Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Ecuador

Según el artículo 3 de la Ley de la Economía Popular y Solidaria (2011) las Cooperativas de Ahorro y Crédito son organizaciones que forman parte de la economía popular y solidaria y se caracterizan porque buscan satisfacer las necesidades comunes y sobre todo las relacionadas con el autoempleo y la subsistencia; mantienen un compromiso con la comunidad; no tienen fines de lucro; trabajan bajo principios de equidad, sin dar privilegios a ninguno de sus socios; mantienen la autogestión democrática y participativa; dan más importancia a la responsabilidad social que la económica, establecen relaciones de cooperación y reciprocidad.

Según el catastro de la SEPS (2021) en la actualidad el número de cooperativas en el Ecuador ha crecido, sin embargo, no todas logran cumplir con lo que exige la ley y por la falta de experiencia o capacidad económica para sostenerse cierran, como se expone en la siguiente figura:

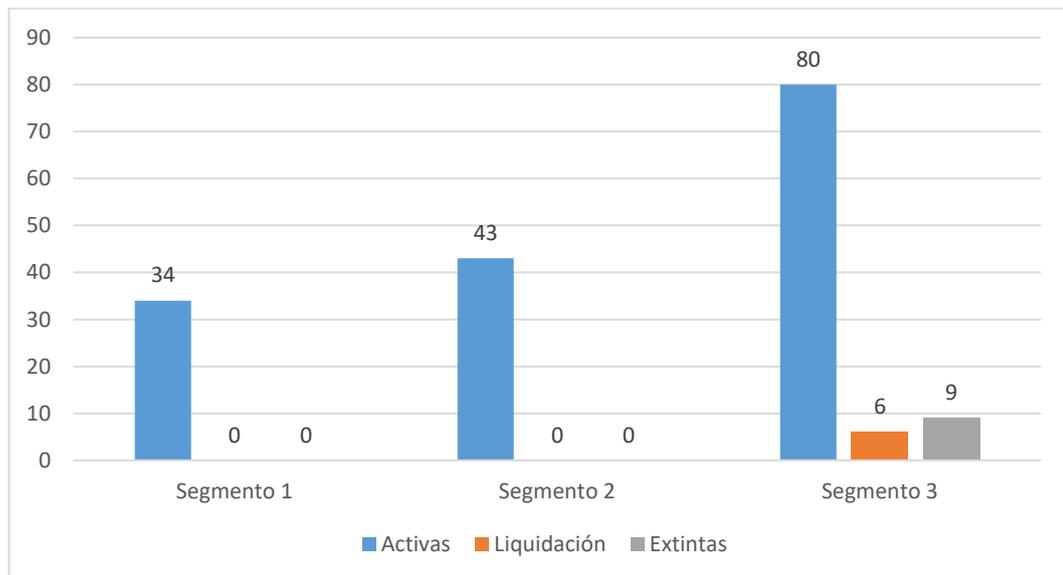


Figura 1. Número de Cooperativas S1, S2 y S3 en el Ecuador

Nota: Tomado del Catastro de la SEPS (2021).

Como se puede observar en la figura 1, en el Ecuador existen 34 cooperativas que corresponden al Segmento 1 y están activas; en el Segmento 2 hay 43; y, en el Segmento 3, constan 80. Se puede observar que en el Segmento 3 existen 6 que están en liquidación y 9 que están extintas (SEPS, 2021). Cabe señalar que las cooperativas pueden subir de nivel al cumplir ciertos requisitos que incluyen: el número de accionistas, el monto de capital y el tiempo de vida; por lo tanto, las instituciones que forman parte del Segmento 1 y 2 son las que mayor solidez y liquidez presentan.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 se reconocen como actores que cada día tienen más importancia dentro del sistema financiero, se caracterizan por presentar altas tasas de crecimiento en depósitos y créditos en los últimos cinco años, lo que refleja que el número de socios con los que cuentan crece, porque buscan en estas instituciones acceder a créditos a tasas de interés más convenientes.

El 60% de las cooperativas en el Segmento 1 están asentadas en Tungurahua y Pichincha; en tanto, que la mayoría en el Segmento 2 están en Azuay (28%); y, en el Segmento 3, la mayoría está en Pichincha (23%). En cuanto a cartera total, en el Segmento 1 entre el año 2016 y 2019 presentan en promedio un incremento del 24,66%; la cartera por vencer se encontró entre el 95% y 97% (SEPS, 2021), lo que indica que existen índices de morosidad se han mantenido, sin embargo, de que se evidencia un crecimiento en la colocación de créditos en este periodo.

En el periodo analizado, los créditos que más incremento tuvieron correspondieron a los destinados a educación (62%) y vivienda (64%); además, los créditos de consumo y los microcréditos presentaron un crecimiento del 12% y 24% respectivamente, siendo los que mayor participación tienen en la cartera (84%). En el territorio nacional, se evidenciaron más colocaciones de créditos en Pichincha, Tungurahua y Azuay, los más ofertados fueron microcréditos. Por su parte, en la región Costa prevalece la colocación de créditos de consumo (SEPS, 2021).

Es preciso indicar que el índice de morosidad en el 2020 se incrementó en un 52% en comparación con el 2019, lo que muestra que en ese año las cooperativas

tuvieron dificultades para recuperar la cartera, lo que se asocia con las restricciones de movilización que se presentaron por la pandemia de la COVID-19.

Sin embargo, el Segmento 1 reportó una cartera de crédito que superó los ocho millones de dólares en junio del 2019, lo que representó el 28% del total colocado por las instituciones financieras privadas en el país. Así mismo, este segmento presentó depósitos por más de USD8.200 lo que equivale al 26.6% (SEPS, 2021).

1.2.3.1 Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. se encuentra dentro del Segmento 1, se trata de una institución que se fundó en el año 2003 en Tungurahua, actualmente cuenta con una red de 13 oficinas que ofrece servicios de ahorro y crédito. Su área de intervención incluye zonas rurales, semi urbanas y urbanas del país. Su financiamiento lo obtiene de los ahorros que se captan de sus socios. A junio del 2019 reportó que cuenta con 102.970 socios, una cartera bruta de USD132.8 millones y 20.840 prestatarios activos. Está bajo el control de la SEPS (Informe de Calificación de Riesgo con Estados Financieros al 30 de junio de 2019, 2019).

De acuerdo a los indicadores de desempeño que presenta la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ltda. Chibuleo, se encuentra en calificación de riesgo BBB, lo que indica que tiene buen crédito, sin embargo, de que presente ciertos obstáculos menores que no son serios y que pueden manejarse en el corto plazo (SEPS, 2021).

Se trata de una entidad financiera que presenta niveles de rentabilidad y sostenibilidad moderados crecientes. El rendimiento de su cartera muestra una tendencia positiva, lo que le permite cubrir sus costos operativos y contar con un margen positivo para solventar sus necesidades. Cuenta con una eficiencia operativa, calidad de cartera y cobertura de riesgo de crédito adecuadas (Informe de Calificación de Riesgo con Estados Financieros al 30 de junio de 2019, 2019). A continuación, se presentan los últimos datos institucionales publicados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.:

Tabla 2 Datos institucionales

Datos institucionales	2019	2020	Oct 2021
Socios	79.054	95.220	102.970
Cartera de crédito	141.723.433,55	159.433.883,33	194.338.991,54
Patrimonio	19.071.675	24.556.529,11	27.502.513,82
Activos	176.535	280.712.922,16	262.544.340,38

Fuente: (COAC Chibuleo Ltda., 2021)

Como se puede observar en la tabla que antecede, COAC Chibuleo muestra niveles de rentabilidad, tiene una tendencia creciente y una concentración del activo adecuada y un rendimiento de cartera que presenta también una tendencia creciente, lo que indica que cubre los costos y puede contar con un margen positivo para enfrentar las amenazas que se presenten en el entorno externo.

Por otro lado, la cartera de créditos otorgados por la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo presentan los saldos expuestos en la siguiente tabla.

Tabla 3 Cartera de créditos de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo (años 2018-2021)

Año	Total Cuenta N.º cliente	Total suma de saldo
2018	57	\$ 276.276,14
2019	79	\$1.227.214,99
2020	166	\$1.323.969,00
2021	294	\$2.487.810,16
Total general	596	\$5.315.270,29

Fuente: (COAC Chibuleo Ltda., 2021)

De acuerdo a los datos registrados en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo la calificación del 4,62% de la cartera de créditos que sobresale en el año 2018 se ubicó en un nivel E de riesgo considerado como pérdida porque superó los 180 días de morosidad, en el año 2019 el mayor porcentaje dado por el 9,41% se encontró en el nivel A3 o riesgo normal que indica que existió una morosidad de 31 a 60 días, en el año 2020 el 4,42% de créditos se ubicó en la misma categoría; y, en el

2021 el 4,23% en la categoría A2 también considerado dentro del riesgo normal con una morosidad de 6 a 30 días.

1.2.4. El crédito en instituciones financieras

Se conoce como crédito al uso del capital de otros por un tiempo específico a cambio del pago de una cantidad de dinero o interés. También, es la obtención de recursos financieros en el momento sin necesidad de efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el plazo convenido bajo las condiciones previamente definidas (Superintendencia de Bancos, 2018).

Crédito bancario es un contrato a través del cual, una entidad financiera pone a disposición del cliente una cantidad de dinero, el que deberá ser devuelto con intereses y comisiones de acuerdo a los plazos convenidos (Superintendencia de Bancos, 2018).

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (2015), en el artículo 1 de las Normas que regulan la segmentación de la cartera de crédito de las entidades financieras del sistema financiero nacional establece los siguientes tipos de créditos:

Tabla 4 Tipos de créditos

Tipo de crédito	Características	Sub tipos
Crédito productivo	Dirigido a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o personas jurídicas.	Préstamo Corporativo. Para personas jurídicas con ventas mayores a USD5 millones.
	Financiación de proyectos productivos.	Préstamo Empresarial. Para personas jurídicas que registren ventas anuales entre USD1 millón y USD 5 millones.
	Por lo menos el 90% sea para compra de bienes de capital, terrenos, construcción de infraestructura y compra de derechos de propiedad industrial.	Productivo PYMES, para personas naturales obligadas a llevar contabilidad o personas jurídicas que registren ventas anuales entre USD100 mil y USD1 millón.
	Plazo más de un año.	

Crédito Comercial Ordinario	Dirigido a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o personas jurídicas cuyas ventas superen los USD100 mil. Para adquirir o comercializar vehículos livianos.	
Crédito Comercial Prioritario	Destinado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o personas jurídicas cuyas ventas superen los USD100 mil. Para compra de bienes y servicios.	Comercial prioritario corporativo para quienes registren ventas anuales mayores a USD5 millones. Comercial prioritario empresarial, para quienes registren ventas anuales entre USD1 millón y USD 5 millones. Comercial prioritario PYMES, para quienes registren ventas anuales que estén entre los USD100 mil y USD1 millón.
Crédito de consumo ordinario	Dirigido a personas naturales que tengan garantía prendaria o fiduciaria.	
Crédito de consumo prioritario	Dirigido a personas naturales para que adquieran bienes, servicios o gastos no relacionados con actividades productivas.	
Crédito educativo	Destinado a personas naturales o jurídicas que destinen el dinero a la formación y capacitación profesional.	
Crédito de vivienda de interés público	Destinado a personas naturales. Garantía hipotecaria. Para compra o construcción de una vivienda única y de primer uso que cueste	

	menos o llegue a los USD70 mil.	
Crédito inmobiliario	Destinado a personas naturales. Garantía hipotecaria. Para construcción, reparación, remodelación, mejora o compra de terreno para construcción de vivienda propia.	
Microcrédito	Destinado a personas naturales o jurídicas que tengan ventas al año menores o iguales a USD100 mil. Destinado a grupo de prestatarios con garantía solidaria que usen el dinero para financiar actividades productivas a pequeña escala.	Microcrédito minorista, para quienes tengan un saldo adeudado menor o igual a USD 1.000, incluyendo el monto que se solicita. Microcrédito de acumulación simple, para quienes tengan un saldo por cubrir de deudas entre los USD1.000 y los USD10.000. Microcrédito de acumulación ampliada, para quienes tengan un saldo adeudado en microcréditos que supere los USD10.000, incluido el monto de la operación que se solicita.
Crédito de inversión pública	Para financiamiento de programas, proyectos, obras y servicios estatales.	

Fuente: Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (2015)

Como se menciona en los párrafos que anteceden, existe una diversidad de tipos de créditos que el sistema financiero nacional pone a disposición de sus clientes o usuarios ajustándose a las necesidades de las personas naturales y jurídicas.

1.2.4.1 El crédito en la Cooperativa Chibuleo

La metodología del crédito que usa la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. es individual y cuenta con un portafolio de 22 productos de crédito:

Microcrédito:

1. Microcrédito Ordinario, para adquisición de bienes, servicios y gastos relacionados para actividades productivas.
2. Microcrédito Creo en Ti, para unificación de deudas y/o pago de obligaciones.
3. Crediamigo Transportista, para cambio de unidad, mantenimiento vehicular, pago de obligaciones, arreglo de vivienda, compra de terreno, gastos legales, otros que puedan ser validados de acuerdo a la política de crédito.
4. Crediamigo agrícola-ganadero, para inicio de siembra, compra de insumos, construcción o mantenimiento de invernaderos, compra de animales, engordes, producción de leche.
5. Credi amigo empresario, para el financiamiento de capital de trabajo, costos de producción, gastos operacionales, pago proveedores.
6. Crediamigo artesano, para el financiamiento del capital de trabajo para producción o compra de maquinaria.
7. Crediamigo PAFS, para el financiamiento del capital de trabajo para el cumplimiento del contrato con alguna institución pública.
8. Crediamigo Directivo, para la adquisición de bienes, servicios y gastos relacionados para actividades productivas.
9. Crediamigo Emergente, para la adquisición de bienes y servicios o gastos no relacionados para actividades productivas.
10. Crediamigo Levántate, para el financiamiento de capital de trabajo, reactivación económica.
11. Crediamigo Efectivo, para dar liquidez inmediata para actividades económicas.
12. Crediamigo VIP, para solventar todas las necesidades personales del socio.

13. Crediamigo Caserita, para el financiamiento de capital de trabajo, para actividades de comercio de giro inmediato.
14. Crediamigo Recurrente, para la adquisición de bienes, servicios y gastos relacionados para actividades productivas.
15. Chibuleo Mi Vivienda, para la construcción, reparación, remodelación y mejora de inmuebles propios; para la adquisición de terrenos.

Créditos de consumo:

16. Crédito Consumo Prioritario, para adquisición de bienes y servicios o gastos no relacionados para actividades productivas.
17. Crédito Consumo Creo en ti, para la unificación de obligaciones o pago de deudas.
18. Crediamigo Nómina, para solventar todas las necesidades personales del socio.
19. Crediamigo Directivo.
20. Crediamigo Nómina empleado.
21. Crediamigo recurrente.
22. Crediamigo Vehicular, para adquirir todo tipo de vehículo.

A continuación, se muestra el número de créditos, el tipo de crédito y la suma del saldo con corte al 30 de junio del 2021 que se registran en la Agencia Pujilí de la Cooperativa Chibuleo Ltda.

Tabla 5 Tipos de crédito, número de créditos y suma del saldo al 30 de junio del 2021

Tipo de crédito	Número de créditos	Suma de Saldo
Consumo	113	1.006.818,95
Crediamigo Caserita	3	4.944,89
Crediamigo Emergente	64	178.665,48
Crediamigo Empresario	5	283.031,34
Crediamigo Levántate	53	140.250,37
Crediamigo Mi Primer Sueño	2	23.000,00
Crediamigo Nomina	2	5.536,72
Crediamigo Recurrente Consumo	7	54.130,53
Crediamigo Recurrente Microcrédito	9	41.596,43
Crediamigo Sembrador	1	756,56
Crediamigo Transportista	45	1.598.638,73
Crediamigo Vehicular	2	53.000,00

Crediamigo Vip Consumo	9	155.641,25
Crediamigo Vip Microcrédito	20	241.443,35
Creo En Ti Consumo	2	4.368,31
Creo En Ti Microcrédito	4	25.720,46
DPF	14	88.454,24
Dpf Vencimiento	11	92.130,00
Fusión Kausay Pakñan	16	16,00
Microcrédito	214	1.317.126,68
Total general	596	5.315.270,29

Como se observa en la tabla 5 los créditos que más se colocan en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. son el microcrédito y el de consumo.

1.2.4.2 Proceso para la colocación de créditos en la COAC Chibuleo

En la COAC Chibuleo se sigue el siguiente proceso en la colocación de créditos:

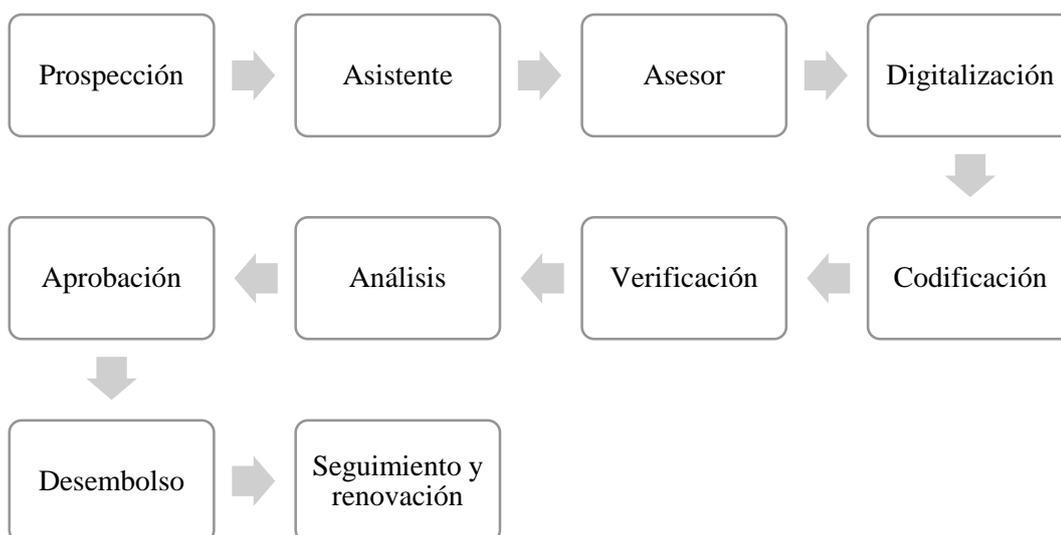


Figura 2. Proceso de la colocación de créditos en la COAC Chibuleo

Fuente: Investigación de campo

1.2.5. Factores que inciden en la colocación de créditos

1.2.5.1 Cuantía

Toda entidad financiera tiene el propósito de obtener un beneficio al momento de colocar un crédito, por lo que, asume los riesgos implícitos y considera que podrá satisfacer las necesidades económicas del solicitante, ganar su lealtad, incrementar

sus ingresos financieros y cumplir con las metas propuestas por la entidad al captar y ampliar su cartera de clientes (Velástegui, 2014).

Para otorgar un crédito, las instituciones financieras determinan la capacidad de pago del cliente o socio en función del monto requerido, de acuerdo al flujo de caja que presente; sus referencias crediticias; el tipo de garantías para respaldar lo solicitado; su patrimonio neto; el importe y el valor de las cuotas mensuales de las diferentes obligaciones pendientes; y, la clasificación en el buró de crédito (Alcedo, 2017).

En el Ecuador, el buró de crédito antes denominado Central de Riesgos, es el referente para que una persona obtenga un crédito. Así, las entidades financieras revisan el historial crediticio del sujeto y pueden conocer cuál ha sido su comportamiento de pago. El cálculo ubica a la persona en un rango de puntuación considerando la información histórica crediticia de los últimos seis años. Los rangos que se usan para el efecto son los estipulados por la Superintendencia de Bancos (2018):

- Rojo: 1-175 que indica un mayor riesgo de morosidad.
- Amarillo: 376-910
- Verde: 911-999 que indica menor riesgo de morosidad.

Por lo tanto, para que las entidades financieras identifiquen que una persona es sujeto de crédito, es preciso que esta mantenga un puntaje alto.

En el caso de la COAC Chibuleo Ltda. la cuantía del crédito que se otorga depende del patrimonio técnico del solicitante, pudiendo ser el monto máximo del 1% al cierre del ejercicio anterior al año que se solicita, considerando como monto mínimo USD 200.

La tabla de calificación de cartera en el país considera los siguientes niveles de riesgo:

Tabla 6 Tabla de calificación de cartera

Nivel de riesgo	Categoría	Productivo	Consumo, microcrédito, educativo	Inmobiliario, vivienda de interés social y público
			Días de morosidad	
Riesgo normal	A1	De 0 hasta 5	De 0 hasta 5	De 0 hasta 5
	A2	De 6 hasta 30	De 6 hasta 30	De 6 hasta 45
	A3	De 31 hasta 60	De 31 hasta 60	De 46 hasta 90
Riesgo potencial	B1	De 61 hasta 75	De 61 hasta 75	De 91 hasta 150
	B2	De 76 hasta 90	De 76 hasta 90	De 151 hasta 210
Riesgo deficiente	C1	De 91 hasta 120	De 91 hasta 120	De 211 hasta 270
	C2	De 121 hasta 180	De 121 hasta 150	De 271 hasta 360
Dudoso recaudo	D	De 181 hasta 360	De 151 hasta 180	De 361 hasta 450
Pérdida	E	Mayor a 360	Mayor a 180	Mayor a 450

Fuente: (COAC Chibuleo Ltda., 2021)

1.2.5.2 Edad

Al revisar los requisitos para obtener créditos estipulados por las entidades financieras a nivel nacional sean bancos o COAC, en la mayoría de los casos se presenta que la edad debe ser entre 21 y 65 años. La nacionalidad puede ser ecuatoriana o extranjera con residencia legal en el país y tener estabilidad laboral comprobada mínima de un año para trabajadores privados y de tres para públicos.

1.2.5.3 Género

Para acceder a un crédito en el Ecuador el género no es un limitante, sin embargo, un estudio presentado por el Banco Interamericano de Desarrollo indica que en el Ecuador existen brechas de género al acceder a créditos sobre todo hipotecarios (Calahorrano & al., 2021).

1.2.5.4 Número de cuotas o plazo del crédito

La forma periódica en que se paga un crédito, depende del monto otorgado, el destino que se dé al dinero (comercial, productiva, vivienda o servicios), pudiendo ser mensual, bimensual, trimestral, anual o al vencimiento (Superintendencia de Bancos, 2018).

Cuando se conviene el pago mensual, se realiza cada mes y se fija un valor específico; si es bimensual, el pago se hará cada dos meses; si es trimestral, cada tres meses; si es semestral, cada seis meses; anual, cada 365 días; y, al vencimiento de acuerdo a la fecha límite que se convenga para su pago.

1.2.5.5 Tipos de crédito y tasas de interés

En Ecuador las tasas de interés que cobran las instituciones financieras son variables dependiendo del tipo de crédito, sin embargo, de que sean revisadas por el Banco Central del Ecuador. Así, en general la tasa de interés anual por un crédito productivo a partir de enero del 2022 se fijó en el 10,21%, en créditos de consumo en 16,77% y en créditos productivos para pymes en 11,26% (Banco Central del Ecuador, 2021). Las tasas de interés activas efectivas vigentes a marzo del 2022 para el sector financiero privado, público, y popular y solidario se presentan en el anexo 1.

A continuación, se presentan las tasas de interés que cobra la COAC Chibuleo:

Tabla 7 Tasas de interés

TIPO PRESTAMO	CODIGO	TASA DE INTERES
Fusión Kausay Pakñan	0	22
Creo En Ti Microcrédito	1	22
Microcrédito	2	22
Consumo	3	15
Crediamigo Transportista	4	16,5
Dpf	5	15
Crediamigo Nomina	6	15
Crediamigo Vip Consumo	7	15
Crediamigo Empresario	8	18
Dpf Vencimiento	9	15
Crediamigo Caserita	10	22
Crediamigo Vip Microcrédito	11	19
Crediamigo Sembrador	12	22
Crediamigo Levantate	13	22
Creo En Ti Consumo	14	15
Crediamigo Emergente	15	22
Crediamigo Recurrente Microcrédito	16	22
Crediamigo Recurrente Consumo	17	15
Crediamigo Vehicular	18	19
Crediamigo Mi Primer Sueño	19	22

1.2.5.6 Tipo de garantía

Según Alcedo (2017) en cuanto a las garantías, estas son documentos que respaldan al prestamista, en estos se establecen las condiciones que garantizan el pago del dinero prestado, de acuerdo a lo que se acepte y firme en el contenido del contrato. Existen garantías:

- Reales, en las que una tercera persona compromete un bien para garantizar el pago del dinero prestado.
- Firma de pagarés, en las que la entidad o sujeto emisor emite un pagaré como garantía de que el deudor pagará su deuda en el plazo convenido.
- Hipoteca, asegura el cumplimiento de una obligación y confiere al titular un derecho de realización del valor de un bien que, aunque esté gravado permanece en poder del propietario y en caso de que la deuda que se garantiza con dicho bien no se cumpla en el plazo convenido, el acreedor puede promover la venta forzosa para cobrar lo adeudado.
- Garantía personal, en la que una tercera persona demuestra su solvencia económica para cubrir el préstamo en el plazo convenido, para lo cual sirve de garante y es el responsable del pago en caso de que el deudor no lo haga. También, se puede presentar la figura de garantía personal cuando no existen garantías reales que respalden la recuperación del dinero prestado, sino que solo la firma del deudor y por su patrimonio personal se respalda el pago.

1.2.6 Metodología para determinar los factores relevantes que inciden en la colocación de créditos en EPS

1.2.6.1 Modelo de regresión múltiple

Según Leben y Rubin (2004) este modelo hace referencia al proceso estadístico mediante el que se usan varias variables para predecir otra, de esta forma se incrementa la precisión de la estimación. Este modelo resulta ventajoso porque permite usar mayor información disponible para estimar la variable dependiente. Para el efecto, se procede a realizar tres pasos:

- Describir la ecuación de regresión múltiple.

- Examinar el error estándar de regresión múltiple de la estimación.
- Utilización del análisis de correlación múltiple para definir si la ecuación usada describe los datos observados.

Por su parte, Arroyo (2021) señala que este modelo sirve para analizar la relación de una sola variable dependiente con distintas variables independientes, para usar regresores que permitan predecir el comportamiento de la variable dependiente.

Por otro lado, la regresión múltiple permite observar cada una de las variables independientes y probar si estas colaboran de forma significativa a la forma en que la regresión describe los datos. Para calcular la ecuación de regresión múltiple por conveniencia se usan las variables independientes identificadas, en el caso de estudio, se consideran los factores que inciden en la colocación de créditos.

En este problema X son las variables independientes (edad, género, número de cuotas, tasa de interés, ciclos, zona de estancia, tipo de garantía, tipo de préstamo). La variable dependiente Y, corresponde a la deuda inicial. Para el efecto, se usa la siguiente fórmula:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + c_3 X_3 + d_4X_4 + e_5X_5 + f_6X_6 + g_7X_7 + h_8X_8$$

En donde:

Y = Valor estimado correspondiente a la variable dependiente.

a = ordenada Y.

X = a los valores de las variables independientes.

b = pendientes asociadas con (X) las variables independientes respectivamente.

Esta ecuación se puede usar en el tiempo que se crea conveniente para estimar cuáles son las variables que más se relacionan con la colocación de créditos. En otras palabras, la regresión múltiple permite revelar cuál de las variables independientes que se seleccionaron tiene mayor influencia sobre la variable dependiente. Por consiguiente, al iniciar con este análisis es fundamental que se determine el impacto que cada una de las variables independientes tienen sobre el modelo para usar los coeficientes de regresión estandarizados (Arroyo, 2021).

1.3.Fundamentación del estado del arte

El estudio que observa las tendencias sobre los factores que inciden en el proceso de colocación de créditos en una microfinanciera, publicado por Berrios, Caliz, Romero y Valdivia (2019) quienes usaron la entrevista al gerente general, por medio de lo cual, pudieron identificar que la tecnología y el proceso son fundamentales para el otorgamiento de líneas de crédito, por lo que, propusieron un plan de expansión y cobertura de la cartera de clientes; así como, capacitaciones para motivar al personal de ventas para desarrollar procesos de mejora institucional que favorezca al desarrollo de la microfinanciera. Por su parte, Gómez, Mena y Beltrán (2016) en su investigación determinaron que los factores que influyen en el crecimiento de las cajas municipales del Perú, se asocian con las variables depósitos, tasa de interés, morosidad, crecimiento económico y edad. Siendo los que más influyen los depósitos que aportan al desarrollo de estas entidades.

Al respecto, Rocca, García y Duréndez (2018) realizaron un estudio empírico para analizar los principales criterios que toman en cuenta las instituciones financieras para colocar un crédito a Mipymes, considerando a 73 analistas de riesgos de entidades financieras del Perú. A partir de lo que encontraron que sobresalen la personalidad y experiencia de los empresarios, las características de los productos o servicios que ofrecen, el mercado en el que se encuentra, la estrategia, la organización con la que cuenta la entidad y la información contable. Dentro de estos factores se destacan la honestidad del empresario, la cartera de clientes de la empresa y la calificación que otorga el personal que labora en la entidad. En relación a la información económica, se consideran las ratios de liquidez y endeudamiento.

Por último, se considera el estudio presentado por Álvarez (2020) quien usa el estimador de mínimos cuadrados ordinarios en una inferencia con datos de series de tiempo y señala que este tipo de modelo permite solucionar varios problemas con la toma de decisiones, ya que permite conocer el comportamiento de un grupo de variables en un tiempo determinado. Este modelo resulta favorable cuando se utiliza correctamente en una muestra previamente seleccionada porque da resultados confiables.

En el ámbito financiero se consideran estudios como el presentado por Aparicio y Moreno (2011) quienes analizaron la calidad de la cartera de crédito considerando el gasto en provisiones bancarias en el periodo comprendido entre 2001 y 2011, para lo que, usaron modelos econométricos que sirvieron para definir cuáles son las variables macroeconómicas que se relacionan con las provisiones, a partir de lo cual se identificó que existe una correlación entre los gastos de las provisiones y las actividades económicas que se desarrollan. Por su parte, Jiménez (2013) realizó un estudio que abordó la economía del desarrollo humano y el micro financiamiento que involucró a varios países europeos, considerando el modelo de regresión múltiple para determinar las variables del desarrollo humano que se relacionan con el impacto del micro crédito.

Así mismo, Arroyo (2021) realizó un estudio que usó el modelo econométrico para determinar el comportamiento de la cartera de microcrédito de los bancos ecuatorianos, a partir de lo que concluyó que la regresión lineal múltiple y el análisis de componentes contribuyen con información que puede ser analizada y permite obtener resultados más firmes.

1.4. Conclusiones Capítulo I

- El sistema financiero nacional en el Ecuador está constituido por entidades privadas, públicas y de EPS, que dentro de sus principales funciones tienen la colocación de créditos.
- La mayoría de las COAC del Segmento 1 se localizan en Tungurahua y Pichincha. En cuanto a cartera total, entre el año 2016 y 2021 presentan en promedio un incremento del 24%; la cartera por vencer está entre el 95% y 97%, lo que indica que existen índices de morosidad que se han mantenido, sin embargo, de que se evidencia un crecimiento en la colocación de créditos en este periodo.
- Los estudios que se asocian con el que se presenta en este proyecto como el presentado por Berrios, Caliz, Romero y Valdivia (2019), Gómez, Mena y Beltrán (2016) muestran que dentro de los factores que inciden en la colocación de créditos están: el monto, las características personales de los solicitantes, los plazos, los tipos de créditos, las garantías.

CAPÍTULO II. PROPUESTA

2.1 Título de la propuesta

Estrategias para la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general

Diseñar estrategias para impulsar la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.

2.2.2 Objetivos específicos

- Identificar las variables que son más significativas en la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. a través de la aplicación del modelo econométrico de regresión múltiple.
- Establecer las estrategias alineadas a las variables de mayor relevancia en el cálculo de mínimos cuadrados.
- Definir la viabilidad para la implementación de las estrategias diseñadas.

2.3 Justificación

El modelo propuesto se basa en los resultados alcanzados en el diagnóstico realizado a través del método de mínimos cuadrados ordinarios, el que se usó para identificar cuáles las variables que más significativas en la colocación de créditos.

Para la aplicación del modelo de mínimos cuadrados ordinarios se definieron las variables independientes y dependiente que se usaron en la base de datos para la aplicación de la fórmula correspondiente.

- La variable dependiente (Y): deuda inicial.

- Las variables independientes (X): edad, género, número de cuotas, tasa de interés, ciclos, zona de estancia, tipo de garantía, tipo de préstamo.

La regresión múltiple se realizó considerando el modelo estipulado en el apartado 1.2.5.1 a partir de la base de datos de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo en el que se toman en cuenta las variables (ver Anexo 2):

- X_1 = Edad
- X_2 = Género
- X_3 = Tipo de préstamo
- X_4 = Número de cuotas
- X_5 = Tasa de interés
- X_6 = Ciclos
- X_7 = Zona
- X_8 = Tipo de garantía

Es preciso indicar que no se consideran los 596 créditos existentes, porque se depuraron los datos y se tomaron en cuenta únicamente los que se encuentran vigentes y al día en sus pagos, por lo tanto, el número de créditos analizados fueron 580.

Las variables que se consideraron en este análisis fueron:

- **X_1 = Edad.** Porque dentro de la base de datos de la agencia esta resulta una variable significativa, ya que se considera como un factor que influye al momento de colocar un crédito de acuerdo con el producto que se ofrece. A continuación, se presenta el promedio de la edad en las colocaciones de los distintos productos.

Tabla 8 Variable Edad

Tipo de crédito	Cuenta de N° Cliente	Tasa Promedio	Plazo Promedio	Edad Promedio
Crediamigo Transportista	45	16,47	65	45
Microcrédito	214	21,41	32	37
Consumo	113	15,00	40	35
Crediamigo Empresario	5	18,00	22	45
Crediamigo Vip Microcrédito	20	20,65	37	43
Crediamigo Emergente	64	14,00	19	37
Crediamigo Vip Consumo	9	15,00	48	46
Crediamigo Levántate	53	15,00	19	38
Dpf Vencimiento	11	15	1	37
Dpf	14	15	21	42
Crediamigo Recurrente Consumo	7	15,00	33	37
Crediamigo Vehicular	2	16,50	54	29
Crediamigo Recurrente Microcrédito	9	22,00	24	38
Creo En Ti Microcrédito	4	20,50	35	38
Crediamigo Mi Primer Sueño	2	17,00	42	30
Crediamigo Nomina	2	15,00	35	38
Crediamigo Caserita	3	22,67	19	44
Creo En Ti Consumo	2	15,00	21	35
Crediamigo Sembrador	1	22,00	15	63
Total general	580	17,8	33	38

Como se puede observar en la tabla 8 la edad de los socios que cuentan con un crédito vigente oscila entre 29 y 63 años, sin embargo, el promedio general es de 38 años.

- **X2 = Género.** Para el cálculo de esta variable se considera el femenino y el masculino. Se encuentra que 362 socios que cuentan con créditos vigentes y al día en los pagos son de género masculino a quienes para el cálculo de la regresión múltiple se le dio el número 1; y, 218 son de género femenino, a quienes se les otorgó el número 0 para el mismo cálculo, los resultados se presentan a continuación:

Tabla 9 Variable Género

Tipo de Crédito	Femenino	Masculino	Total General
Consumo	43	70	113
Crediamigo Caserita	2	1	3
Crediamigo Emergente	30	34	64
Crediamigo Empresario	1	4	5
Crediamigo Levántate	25	28	53
Crediamigo Mi Primer Sueño		2	2
Crediamigo Nomina		2	2
Crediamigo Recurrente Consumo	3	4	7
Crediamigo Recurrente Microcrédito	5	4	9
Crediamigo Sembrador		1	1
Crediamigo Transportista	3	42	45
Crediamigo Vehicular	1	1	2
Crediamigo Vip Consumo	3	6	9
Crediamigo Vip Microcrédito	6	14	20
Creo En Ti Consumo		2	2
Creo En Ti Microcrédito	3	1	4
Dpf	4	10	14
Dpf Vencimiento	10	1	11
Microcrédito	79	135	214
Total General	218	362	580

Como se puede observar en la tabla que antecede, sin importar el tipo de crédito que se coloque en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda., estos están más concentrados en socios de género masculino que en femenino. Existe mayor concentración de microcréditos en socios de género masculino (135), seguido de Créditos de consumo (70) y Crediamigo transportista (42).

- **X3 = Tipo de préstamo.** Se toma en cuenta esta variable para saber en cuál se encuentra concentrado la mayor parte de la cartera de colocación. Es pertinente aclarar que, para efectos del cálculo de regresión múltiple, las colocaciones se consideran como el número de socios que acceden a los diferentes productos.

Como se puede observar en la Tabla 10 existen 19 tipos de créditos, los cuales son:

Tabla 10 Variable Tipo de Préstamo

Tipo Préstamo	Número de socios
1. Creo En Ti Microcrédito	4
2. Microcrédito	214
3. Consumo	113
4. Crediamigo Transportista	45
5. Dpf	14
6. Crediamigo Nomina	2
7. Crediamigo Vip Consumo	9
8. Crediamigo Empresario	5
9. Dpf Vencimiento	11
10. Crediamigo Caserita	3
11. Crediamigo Vip Microcrédito	20
12. Crediamigo Sembrador	1
13. Crediamigo Levántate	53
14. Creo En Ti Consumo	2
15. Crediamigo Emergente	64
16. Crediamigo Recurrente Microcrédito	9
17. Crediamigo Recurrente Consumo	7
18. Crediamigo Vehicular	2
19. Crediamigo Mi Primer Sueño	2
TOTAL	580

Como se puede observar en la Tabla 10, los productos que más acogida tienen entre los socios de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. son: Microcrédito con 214 socios, Consumo con 113 socios, Crediamigo emergente con 64 socios, Crediamigo Levántate con 53 socios y Crediamigo Transportista con 45 socios.

- **X4 = Número de cuotas.** Se considera como una variable que permite conocer cuál es el mayor tiempo de colocación con base al promedio de cada producto.

Tabla 11 Variable Número de Cuotas

Tipo de Crédito	Cuenta de N° Cliente	Promedio de Número
Consumo	113	40
Crediamigo Caserita	3	19
Crediamigo Emergente	64	19
Crediamigo Empresario	5	22
Crediamigo Levántate	53	19
Crediamigo Mi Primer Sueño	2	42
Crediamigo Nomina	2	35
Crediamigo Recurrente Consumo	7	33
Crediamigo Recurrente Microcrédito	9	24
Crediamigo Sembrador	1	15
Crediamigo Transportista	45	65
Crediamigo Vehicular	2	54
Crediamigo Vip Consumo	9	48
Crediamigo Vip Microcrédito	20	37
Creo En Ti Consumo	2	21
Creo En Ti Microcrédito	4	35
Dpf	14	21
Dpf Vencimiento	11	1
Microcrédito	214	32
Total general	580	33

Como se puede observar en la Tabla 11 se el promedio general del número de cuotas es de 33. El producto Crediamigo Transportista presenta el promedio más alto de número de cuotas (65) y el promedio más bajo de número de cuotas es el de DPF Vencimiento (1).

- **X5 = Tasa de Interés.** Esta variable permite conocer el promedio general de la tasa de interés al que se colocan los créditos en la entidad.

Tabla 12 Variable Tipo de Crédito

Tipo de Crédito	Cuenta de N° Cliente	Promedio de tasa de interés
Consumo	113	15
Crediamigo Caserita	3	23
Crediamigo Emergente	64	14
Crediamigo Empresario	5	18
Crediamigo Levántate	53	15
Crediamigo Mi Primer Sueño	2	17
Crediamigo Nomina	2	15
Crediamigo Recurrente Consumo	7	15
Crediamigo Recurrente Microcrédito	9	22
Crediamigo Sembrador	1	22
Crediamigo Transportista	45	16
Crediamigo Vehicular	2	17
Crediamigo Vip Consumo	9	15
Crediamigo Vip Microcrédito	20	21
Creo En Ti Consumo	2	15
Creo En Ti Microcrédito	4	21
Dpf	14	15
Dpf Vencimiento	11	15
Microcrédito	214	21
Total general	580	18

Como se puede observar en la Tabla 12 la tasa de interés oscila entre 14% y 23%, sin embargo, el promedio general es de 18%. La mayor tasa de interés (23%) corresponde al Crediamigo Caserita y la menor (14%) al Crediamigo Emergente.

- **X6 = Ciclos.** Esta variable permite conocer el número de créditos que realiza cada socio en la Cooperativa. Para el análisis se saca un promedio según cada producto.

Tabla 13 Variable Ciclos

Tipo de Crédito	Cuenta De N° Cliente	Promedio De Ciclos
Consumo	113	2
Crediamigo Caserita	3	1
Crediamigo Emergente	64	2
Crediamigo Empresario	5	2
Crediamigo Levántate	53	2
Crediamigo Mi Primer Sueño	2	2
Crediamigo Nomina	2	2
Crediamigo Recurrente Consumo	7	3
Crediamigo Recurrente Microcrédito	9	3
Crediamigo Sembrador	1	1
Crediamigo Transportista	45	2
Crediamigo Vehicular	2	1
Crediamigo Vip Consumo	9	2
Crediamigo Vip Microcrédito	20	2
Creo En Ti Consumo	2	4
Creo En Ti Microcrédito	4	2
Dpf	14	3
Dpf Vencimiento	11	3
Microcrédito	214	1
Total General	580	2

En la Tabla 13 se puede observar que el crédito que más ciclos presenta es el de Creo en ti Consumo (4), seguido del Crediamigo Recurrente Consumo y Microcrédito (3). En promedio el número de ciclos es de dos.

- **X7 = Zona.** Esta variable permite conocer en dónde se encuentra concentrado la mayor parte de la cartera de colocación de créditos.

Tabla 14 Variable Zona

Tipo de Crédito	Rural	Urbana	Total general
Consumo	13	100	113
Crediamigo Caserita		3	3
Crediamigo Emergente	11	53	64
Crediamigo Empresario		5	5
Crediamigo Levántate	10	43	53
Crediamigo Mi Primer Sueño		2	2
Crediamigo Nómina	1	1	2
Crediamigo Recurrente Consumo		7	7
Crediamigo Recurrente Microcrédito	1	8	9
Crediamigo Sembrador		1	1
Crediamigo Transportista	6	39	45
Crediamigo Vehicular	2		2
Crediamigo Vip Consumo	1	8	9
Crediamigo Vip Microcrédito	4	16	20
Creo En Ti Consumo		2	2
Creo En Ti Microcrédito		4	4
Dpf	2	12	14
Dpf Vencimiento	2	9	11
Microcrédito	42	172	214
Total general	95	485	580

De acuerdo al análisis realizado se encuentra que en la zona urbana es donde se colocan más créditos (485), sin embargo, de la ubicación de los socios, se destaca el Microcrédito con 172 socios radicados en la zona urbana y 42 en la zona rural, por otro lado, el crédito que menor acogida tiene entre los socios sin importar la zona en la que se encuentren es el Crediamigo Nómina (1), como se presenta en la Tabla 14.

- **X8 = Garantía.** Esta variable permite conocer qué tipo de garantía prevalece en la colocación de créditos de la entidad. Es pertinente aclarar que las variables nivel de ingresos y capacidad de pago se hallan implícitas dentro de esta porque para otorgar un crédito se deben tomar en cuenta las 5 C de crédito:
 - Carácter (voluntad de pago).
 - Capacidad de pago (de acuerdo a los ingresos).
 - Condición (características del producto).

- Colateral (tipo de garantía).
- Capital o patrimonio (activos que garantizan la obligación).

Tabla 15 Variable Garantía

Tipo de Crédito	Quirografaria	Plazo fijo	Hipotecaria	Personal	Prendaria	Total general
Consumo	32		2	79		113
Crediamigo Caserita	3					3
Crediamigo Emergente	49			15		64
Crediamigo Empresario			1	4		5
Crediamigo Levántate	40			13		53
Crediamigo Mi Primer Sueño				2		2
Crediamigo Nomina	1			1		2
Crediamigo Recurrente Consumo	2			5		7
Crediamigo Recurrente Microcrédito	6			3		9
Crediamigo Sembrador	1					1
Crediamigo Transportista	8			31	6	45
Crediamigo Vehicular					2	2
Crediamigo Vip Consumo	6			3		9
Crediamigo Vip Microcrédito	14			5	1	20
Creo En Ti Consumo	1			1		2
Creo En Ti Microcrédito				4		4
Dpf		14				14
Dpf Vencimiento		11				11
Microcrédito	68		3	134	9	214
Total general	231	25	6	300	18	580

En la Tabla 15 se puede observar que el tipo de garantía que prevalece en la colocación de créditos es la personal (300). Además, este tipo de garantía sobresale en la colocación de Microcréditos; en el crédito de Consumo predomina la garantía quirografaria. El tipo de garantía menos usada es la hipotecaria (6), la que prevalece en los microcréditos.

Una vez que se consideró la aplicación del modelo a la base de datos de la Agencia Pujilí COAC Chibuleo de los años 2018,2019,2020 y 2021 se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 16 Estadística de la regresión

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0,44212199
Coefficiente de determinación R ²	0,19547186
R ² ajustado	0,19128161
Error típico	16773,515
Observaciones	580

Tabla 17 Análisis de varianza

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
				63,3070	
Regresión	8	9,4683E+10	1,1835E+10	639	7,74108E-74
Residuos	571	1,0675E+11	186951802		
Total	579	2,0143E+11			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Intercepción	-13230,6827	5301,7754	-2,49551928	0,01285843	-23644,04424	-2817,32122	-23644,0442	2817,32122
EDAD	139,540957	52,2652312	2,66986205	0,00780429*	36,88539284	242,196522	36,8853928	242,196522
GENERO CC	2392,15301	1204,74053	1,98561678	0,04755374	25,88930769	4758,41671	25,8893077	4758,41671
TIPO PRESTAMO ESTAD NUMERO	137,437321	140,222199	0,98013954	0,32743233	-137,9769195	412,851562	-137,97692	412,851562
CUOTAS TASA	601,956825	37,9126708	15,8774576	2,7386E-47	527,4915151	676,422134	527,491515	676,422134
INTERES	-333,024168	205,857274	-1,61774302	0,10627023	-737,354048	71,3057129	-737,354048	71,3057129
CICLOS	35,9836922	367,30973	0,09796553	0,92199404	-685,4593553	757,42674	-685,459355	757,42674
ZONA EST	2934,09461	1546,36265	1,89741689	0,05827714	-103,1583987	5971,34762	-103,158399	5971,34762
TIPO GAR. EST	983,470222	477,821052	2,05823962	0,04002038*	44,96887547	1921,97157	44,9688755	1921,97157

Una vez que se obtuvieron estos resultados, se procedió a calcular nuevamente el modelo de regresión obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 18 Resultados del nuevo cálculo aplicado

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95,0%	Superior 95,0%
Intercepción	12679,37	2726,20	-4,65	0,00	18033,89	-7324,86	-18033,89	-7324,86
EDAD	348,34*	61,16	5,70	0,00	228,22	468,46	228,22	468,46
GENERO								
CC	5493,14*	1453,34	3,78	0,00	2638,63	8347,64	2638,63	8347,64
TIPO GAR.								
EST	4861,60*	480,26	10,12	0,00	3918,33	5804,87	3918,33	5804,87

Dado que las variables que resaltaron significativamente en su valor “p” (probabilidad) fue menor al 5%, se establecen como variables significativas: edad, género y tipo de garantía.

En la Agencia de la COAC Chibuleo Ltda. entre los años 2018 y 2021 al asociar la edad con la deuda inicial, se encontró que se incrementa en un año la edad de un socio y a la par, el monto de la deuda se incrementa en un valor de 348.33.

Por otra parte, en cuanto a la relación que existe entre la variable género y la deuda inicial, en la Agencia Pujilí de la COACH Chibuleo Ltda. entre los años 2018 y 2021 se encontró que por cada colocación realizada a socias de género femenino existe una reducción de cartera, mientras que por cada colocación a socios de género masculino por cada colocación se produce un incremento de 5.493.13.

Así mismo, al relacionar la variable deuda inicial con la variable tipo de garantía, se encontró que en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. en el periodo 2018-2021 por cada garantía existe un incremento de 4.861 en monto colocado.

2.4 Desarrollo de la propuesta

La propuesta se diseña en base a los resultados que se obtuvieron en el análisis de regresión múltiple, por lo tanto, se consideran estrategias para las variables significativas identificadas: edad, género y tipo de garantía. Por lo tanto, se consideró el promedio de edad de 38 años, género masculino y garantía personal.

2.4.1 Elementos que la conforman

2.4.1.1 Factores que inciden en la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.

A partir de los resultados alcanzados en el análisis realizado, los factores identificados en este estudio corresponden a las variables edad, género y tipo de garantía, los mínimos tienen una relación significativa con la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. Estos resultados coinciden con la evidencia empírica, así, Jaramillo y Restrepo (2020) señalan que dentro de los factores que más se relacionan con la colocación de créditos está la edad, la que se asocia con el nivel de estudios, los ingresos, el tipo de contrato de trabajo, el tipo de vivienda, la cantidad de dinero adeudado, el patrimonio y la calificación de riesgo.

Con respecto al género, estudios realizados por el Banco Mundial señalan que pese a que las leyes hablan de inclusión financiera y consideran que todas las personas sin distinción de ninguna clase tienen igualdad de oportunidades para acceder a créditos, en el Ecuador se observa desigualdad, se discrimina sobre todo a las mujeres, lo que hace que tengan menos oportunidades de obtener financiamiento. Según el Banco Central del Ecuador, esto se debe a que las mujeres tienen menos posibilidades de contar con un empleo estable (Brito, 2021).

En cuanto al tipo de garantía Pérez y Titelman (2018) señalan que el propósito de la garantía crediticia es precisamente ampliar la oferta de recursos para MIPYMES, ya que esta modalidad contribuye a que se superen los obstáculos que limitan el acceso a financiamiento.

2.4.1.2 Elementos del modelo de colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.

El modelo de colocación de créditos propuesto se resume en la siguiente figura:

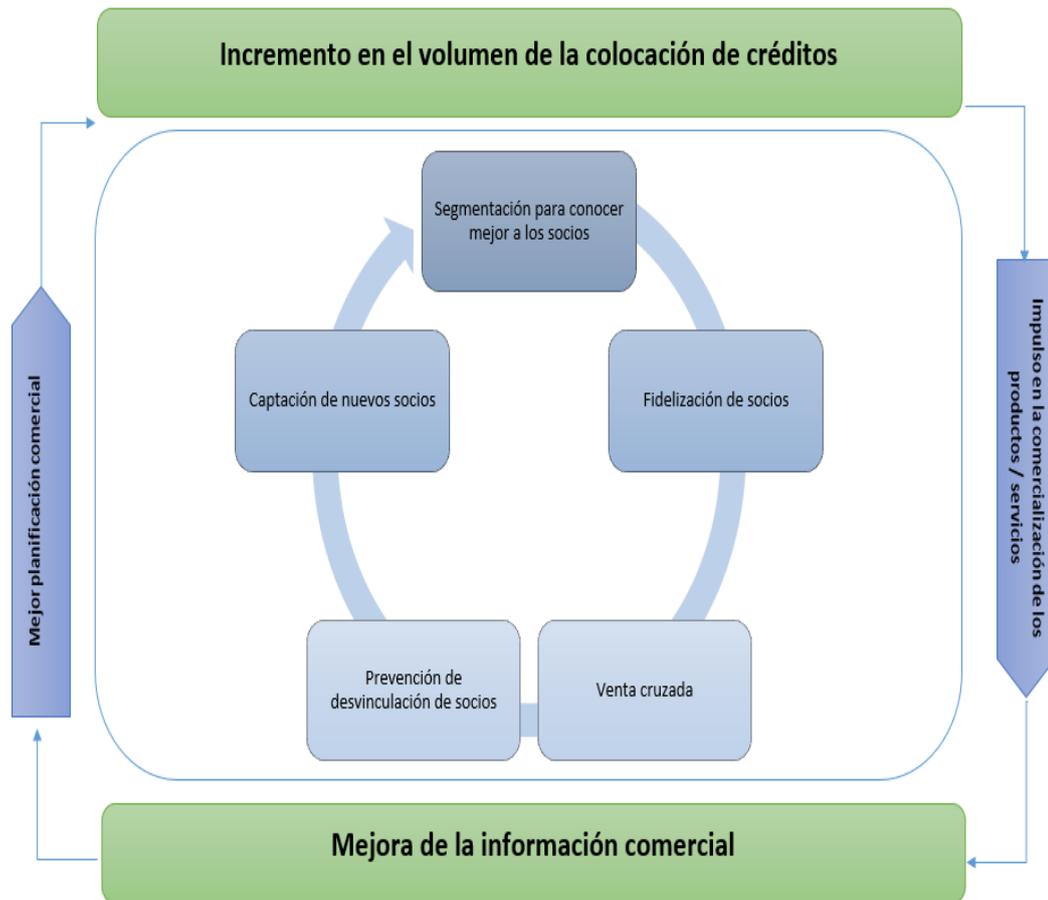


Figura 3 Modelo de colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.

Este modelo se fundamenta en la mejora continua de la información comercial para llegar al público objetivo de manera eficaz y darle a conocer los beneficios que obtiene al acceder a un crédito dentro de la entidad, lo que incidirá favorablemente en el volumen de la colocación de créditos que presente la agencia de la cooperativa.

Además, presenta como pilar del modelo el mejoramiento de la planificación comercial que busca impulsar la comercialización de los productos y servicios que ofrece la entidad.

Para el efecto, se consideran como elementos clave, las variables significativas: género, edad y tipo de garantía, para lo cual se proponen las siguientes estrategias:

- Segmentación para conocer mejor a los socios según el género y la edad.
- Prevención de desvinculación de socios de acuerdo a su género.

- Captación de nuevos socios jóvenes.
- Fidelización de socios que cuentan con garantías personales.
- Venta cruzada a los socios que cuentan con garantías personales.

A continuación, se desarrollan las estrategias antes referidas:

ESTRATEGIAS DIRIGIDAS PARA LA VARIABLE GÉNERO

Las estrategias para la variable género se definen a continuación:

Segmentación para conocer mejor a los socios según su género.

La segmentación del mercado permitirá dividir el listado de los socios en grupos homogéneos según su género que compartan gustos y necesidades en común para aplicar estrategias comerciales diferenciadas para cada uno de los grupos establecidos.

De esta forma se podrá identificar de forma precisa cuáles son las necesidades y el comportamiento que presentan los diferentes segmentos de mercado, para desarrollar estrategias que contribuyan a ampliar el volumen de la colocación de créditos, esto se traduce en una ventaja competitiva, porque la agencia Pujilí sería reconocida en el mercado por ser una entidad financiera equitativa que otorga créditos tanto a hombres como a mujeres, favoreciendo a las mujeres que han sido quienes menos acceso tienen a financiamiento (Calahorrano & al., 2021).

Para el efecto, se presenta el siguiente plan de acción:

Tabla 19 Plan de acción para la segmentación de mercado

Objetivo: Segmentar el mercado de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. para identificar preferencias y necesidades para impulsar la colocación de créditos.

Actividades	Resultados esperados	Responsable	Recursos	Indicadores
Realizar un estudio que muestre cuáles son los socios actuales de la agencia.	Socios de la agencia identificados.	Departamento de digitalización.	Humanos: Personal capacitado en segmentación de mercado. Tecnológicos: Base de datos de los socios de la agencia.	Grupos de socios identificados de acuerdo a las características demográficas (edad, género, ingresos, ocupación) y conductuales (frecuencia de depósitos, nivel de fidelidad y actitud hacia los productos y servicios)
Elegir el mercado objetivo al que se desea promocionar los productos crediticios.	Mercado objetivo identificado.	Departamento de marketing de la matriz de la COAC Chibuleo Ltda.	Humanos: Personal capacitado en segmentación de mercado. Tecnológicos: Base de datos de los socios de la agencia.	Públicos a los que se puede dirigir la oferta de productos crediticios.
Establecer el perfil del público meta considerando los distintos tipos de créditos que se ofertan	Público meta identificado de acuerdo a los distintos productos crediticios que se ofrecen.	Departamento de marketing de la matriz de la COAC Chibuleo Ltda.	Humanos: Personal capacitado en segmentación de mercado.	Número de socios a los que se dirige la oferta de productos crediticios diferenciados.

			Tecnológicos: Base de datos de los socios de la agencia.	
Crear una estrategia de marketing ideal para el público meta elegido.	Estrategia de marketing diseñada acorde al público meta seleccionado.	Departamento de marketing de la matriz de la COAC Chibuleo Ltda.	Humanos: Personal capacitado en marketing.	Estrategias de marketing diseñadas para la agencia.
Aplicación de las estrategias de marketing.	Estrategias de marketing aplicadas en la agencia.	Asistente, asesor	Humanos: Personal capacitado en atención al cliente y promoción de servicios y productos bancarios. Materiales: material publicitario.	Número de socios que conocen de los productos crediticios que ofrece la agencia.
Medir el desempeño de la publicidad realizada.	Publicidad efectiva que impulsa la colocación de créditos en la agencia.	Jefe de la agencia. Atención al cliente.	Humanos: Personal capacitado en medición de resultados.	Número de créditos colocados.

Una vez que se conozcan los grupos de interés se impulsarán estrategias diferenciadas, así para las socias mujeres:

- Se crearán tarjetas de débito y crédito con un diseño usando colores y figuras que se asocien con la mujer trabajadora y activa.
- Se generará una campaña por el mes de marzo al que se denominará Mes la mujer en el que se den intereses preferenciales a las socias que accedan a créditos en la agencia.
- Se realizarán visitas a las mujeres emprendedoras del cantón para ofrecerles créditos a intereses preferenciales que les permita incrementar su negocio.

Para los socios hombres:

- Se crearán tarjetas de débito y crédito con un diseño sobrio que denote al hombre trabajador.
- Se generará una campaña por el día del trabajador para promocionar en el mes de mayo créditos para emprendimiento o consumo con tasas preferenciales.
- Se realizarán visitas a los hombres emprendedores del cantón para darles a conocer los productos que ofrece la cooperativa y darles la opción de que accedan a un crédito con intereses preferenciales.

El presupuesto anual de la colocación de tarjetas de crédito y débito en la agencia considera las políticas de la institución que señalan que al mes se pueden adjudicar hasta 10 tarjetas de crédito y 15 de débito.

Tabla 20 Presupuesto de la adjudicación de las tarjetas de crédito y débito

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
120	Tarjetas de crédito	4,57	584,40
180	Tarjetas de débito	4,57	822,60
Total			1.407,00

Prevención de desvinculación de socios de acuerdo a su género.

El estudio de segmentación de mercado permitirá conocer el comportamiento de los socios e identificar aquellos que son susceptibles y pudieran desvincularse de la cooperativa, con la finalidad de realizar acciones anticipadas que contribuyan a reducir el impacto de esta situación en la base de socios y, por ende, en la cuenta de resultados.

Dentro de las acciones anticipadas que se deben realizar se cuentan:

- Proveer un servicio rápido, procurando que las socias mujeres en estado de gestación, con bebés en brazos o de la tercera edad espere lo mínimo posible cuando realiza un trámite dentro de la agencia; ofreciéndole respuestas oportunas a sus requerimientos.
- Demostrar preocupación por conocer al socio sea hombre o mujer y darle un buen trato, para el efecto, se sugiere la implementación de un *Customer Relationship Management* (CRM) que sirve para la gestión de las relaciones que se mantienen con los clientes, por lo que, se usa fundamentalmente en el área de comercialización (Elegir CRM, 2021). De esta forma se podrá atender de forma eficiente a los socios, incrementando su satisfacción.
- Personalizar el trato que se le da a cada socio, para lo cual, es fundamental que sea más personalizado y se adapte a cada uno de los socios y clientes de la agencia, para que se sientan especiales y estén satisfechos del trato que reciben.
- A los socios que obtienen un préstamo que registren el pago del 50% o más del número de cuotas, contactarles para ofrecerles una renovación de su crédito con solo su firma y la de su esposo o esposa en caso de que sea casado.

La implantación del CRM estará a cargo del departamento de digitalización y su manejo, será responsabilidad de atención al cliente. Para la ejecución de las demás estrategias se requiere la participación activa de todos los que forman parte de la agencia, su actitud será la clave para que los socios perciban una atención de calidad y calidez.

Adicionalmente, se generan estrategias que contribuyan a mitigar el impacto económico que tuvo la pandemia del COVID-19 y contribuyan a reactivar la economía en el cantón a través de:

- La creación de ferias inclusivas impulsadas por la COAC Chibuleo, en la que los emprendedores socios y no socios del cantón tengan la posibilidad de promocionar sus productos, para el efecto, se gestionará con el Municipio de Pujilí para que colabore con el espacio más adecuado.
- Se ofertarán créditos para emprendedores del cantón a tasas preferenciales y plazos acorde a sus necesidades.
- A los emprendedores que están dentro de los sectores de turismo, transporte y comercio que fueron los más afectados por la pandemia del COVID-19 se les ofrecerá ampliación en los plazos de crédito y flexibilidad en las tasas de interés; así como, la colocación de créditos adicionales para su reactivación.

Los indicadores para medir los resultados de estas estrategias serán:

$$\frac{\text{Número de socios del género masculino activos}}{\text{Total de socios del género masculino en la base de datos}}$$

$$\frac{\text{Número de socios del género femenino activos}}{\text{Total de socios del género femenino en la base de datos}}$$

$$\frac{\text{Número de socios que solicitan créditos}}{\text{Total de socios en la base de datos}}$$

ESTRATEGIAS PARA LA VARIABLE EDAD

A continuación, se presentan las estrategias para la variable edad:

Captación de nuevos socios jóvenes.

De acuerdo con la base de datos de la agencia, los créditos que se ofrecen son más apetecidos por emprendedores y agricultores, entonces, para captar nuevos socios jóvenes (entre los 18 y 38 años de edad) que requieran líneas de crédito dentro de estos sectores será pertinente:

- Dar a conocer los productos crediticios que ofrece la COAC Chibuleo en la ciudad de Pujilí a través de marketing digital (redes sociales) y convencional (folletería, anuncios publicitarios a través de la radio), haciendo hincapié en los beneficios que tiene ser socio de la cooperativa, a través del uso de testimonios de socios satisfechos.
- Acercarse a los potenciales clientes al realizar visitas a los propietarios de los locales comerciales y agricultores del cantón, dando a conocer los productos crediticios que ofrece la COAC Chibuleo y la ubicación de la agencia Pujilí para invitarlos a ser socios de la entidad.
- Lanzar una campaña de captación de socios con estudiantes universitarios.

La implementación de estas estrategias estará a cargo del departamento de atención al cliente. El indicador para verificar sus resultados será:

$$\frac{\text{Número socios entre 18 y 38 años que solicitan un crédito en el semestre}}{\text{Total de nuevos socios en el semestre}}$$

ESTRATEGIAS PARA LA VARIABLE TIPO DE GARANTÍA

A continuación, se presentan las estrategias para la variable tipo de garantía.

Fidelización de socios que cuentan con garantías personales.

Dado que los socios son indispensables para que la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. sea sostenible, es pertinente fidelizarlos, a través del establecimiento de una relación positiva entre la entidad y ellos, para que continúen usando los servicios y accediendo a líneas de crédito.

Para el efecto, quienes conforman la agencia deben procurar mantener con todos los que visitan las instalaciones interacciones satisfactorias para desarrollar una relación de confianza que contribuya a que el público general que utiliza los servicios de la entidad se convierta en socio y los actuales socios se mantengan activos.

Al considerar que resulta provechoso invertir en la fidelización del cliente porque es más rápido y económico vender a los clientes actuales que aplicar estrategias de marketing para captar nuevos clientes (Cotrina, 2019).

De esta forma un socio fidelizado ciertamente solicitará nuevamente un crédito en la agencia de la cooperativa cuando lo requiera, producto de que ha tenido una experiencia positiva con el producto crediticio, entonces, no se arriesgará a buscar en una entidad que no conoce.

Además, se logrará que la entidad sea recomendada entre sus conocidos y familiares, por lo tanto, un socio fidelizado es un potencial vendedor. Así mismo, un socio fidelizado está más dispuesto a dar sus opiniones a los miembros de la agencia, lo que ayuda para mejorar continuamente.

Para fidelizar a los socios hombres y mujeres se usarán las siguientes estrategias:

- Dar un servicio al socio de calidad, al satisfacer todas las dudas y darle la atención que requiere, con la finalidad de diferenciarse de otras entidades similares en términos de servicio, para el efecto, es preciso que los trabajadores de la agencia estén capacitados en atención al cliente. Además, es pertinente ofrecer varios canales de comunicación (teléfono, correo electrónico, redes sociales) para facilitar la interacción, procurando responder a la brevedad posible.
- Personalizar la comunicación, considerando que no todos los socios son iguales, por lo que, se deben usar los datos con los que cuenta la entidad a su favor para mejorar la relación y establecer una relación de confianza.
- Aprender a escuchar. Todos los miembros de la agencia que tienen contacto con los socios deben desarrollar la capacidad de prestar atención y esforzarse por resolver sus dudas, dando respuestas oportunas, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y lograr su retención.
- Crear planes de fidelización, al establecer un sistema para recompensar a los socios que pagan puntualmente sus cuotas, rebajándoles un punto en la tasa de interés en el próximo crédito que soliciten. También, en fechas especiales como el día de su cumpleaños o Navidad se les enviará una tarjeta de felicitación a nombre de la agencia. Al considerar que esto no implicaría

un costo adicional a la entidad porque las tasas de interés son flexibles y van de acuerdo a los fondeos externos que realiza la institución para reactivar la economía.

- Dar seguimiento a los socios tomando en cuenta que la relación no termina cuando se acredita el dinero del crédito en la cuenta del socio. Después de que haya accedido al crédito, se le puede ofrecer un servicio de educación sobre el manejo de finanzas para que aprenda cómo hacer el dinero más productivo y aprovecharlo al máximo.

La implantación de estas estrategias es responsabilidad de todos los que forman parte de la agencia, sin embargo, la capacitación de los miembros de la agencia en temas relacionados con atención al cliente estará a cargo de expertos en la materia, de igual forma, la capacitación a los socios que accedan a créditos y estén dispuestos a recibir capacitación sobre el manejo de finanzas. Entonces, la planificación y los recursos económicos que usen para el efecto estarán a cargo de la Matriz de la COAC Chibuleo Ltda.

El indicador que se usará para medir los resultados de las estrategias será:

$$\frac{\text{Número de socios activos}}{\text{Total de socios en la base de datos de la agencia}}$$

Venta cruzada para socios que cuentan con garantías personales.

Esta estrategia permite vender otros servicios o productos complementarios al que ya tiene el socio para mejorar su experiencia. Para ponerla en práctica será preciso que las personas que atienden a los socios y clientes de la agencia entiendan los deseos de cada socio, para ofrecerles servicios complementarios que aporten valor.

Así, se ofrecerá una tarjeta de débito para que la use en cualquiera de los cajeros dispuestos a nivel nacional de BanRed y el seguro de tarjeta protegida (ver Anexo 4).

A los socios que renueven u obtengan un crédito, se les ofrecerá el servicio médico para él y sus familiares, dándoles a conocer todos sus beneficios (ver Anexo

5). También, de acuerdo a su patrimonio se le ofrecerá la tarjeta de crédito para que cuente con una línea de crédito adicional para consumos.

Además, se crearán grupos de emprendedores para entregar créditos productivos a cada uno que servirán para reactivar la economía, para lo cual, se usarán las garantías cruzadas, es decir, que los unos serán garantes de los otros.

La implantación de esta estrategia estará a cargo de quienes atienden a los socios dentro de la agencia, el indicador para medir los resultados será:

$$\frac{\text{Número de créditos (de acuerdo al tipo) vendidos}}{\text{Total de productos}}$$

Es preciso aclarar que al usar esta estrategia se estará sembrando las bases para que en el futuro los cuenta ahorristas, quienes coloquen dinero a plazos opten por un producto crediticio; y, los prestamistas en lo posterior renueven sus créditos.

2.4.2 Explicación de la propuesta

La implantación del Modelo de colocación de créditos propuesto está dirigida a mejorar el volumen de colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. Para el efecto, se consideran diversas estrategias que contribuirán con este fin. Dado que la segmentación del mercado permitirá que las estrategias se dirijan a distintos grupos para satisfacer sus necesidades, se establecen varias estrategias que contribuirán a que:

- Los socios actuales se sientan identificados con la entidad, al percibir que son tomados en cuenta, porque los conocen, los escuchan y reciben ayuda para resolver sus dudas o problemas, lo que en suma generará en ellos, un sentimiento de pertenencia y fidelidad hacia la cooperativa.
- Contar con socios fieles para que existen más posibilidades de que sean los portavoces de lo que ofrece la cooperativa y contribuyan con publicidad boca en boca, dando a conocer entre sus familiares y conocidos las ventajas que existen cuando se obtiene un crédito en la cooperativa.

- Incrementar los ingresos de la agencia porque se lograrán vender otros productos y servicios que ofrece la cooperativa como son los servicios de salud, tarjeta de débito o crédito, seguro de tarjeta protegida.
- Captar nuevos socios, considerando los segmentos de mercado en los que existe mayores posibilidades de colocar créditos, esto es emprendedores y agricultores, acercando la cooperativa hacia ellos para motivarlos a formar parte de la entidad.
- Se podrán medir los resultados de las estrategias definidas con la aplicación de los indicadores propuestos, lo que ayudará a la toma de decisiones, sea para corregir o potenciar las estrategias definidas.

En definitiva, la implantación del modelo propuesto en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. propuesto contribuirá a que mejore el reconocimiento de la entidad en la ciudadanía pujilense y por consiguiente su posicionamiento, haciéndola más competitiva. Además, impulsará la colocación de créditos en el sector, lo que apoyará a la dinamización de la economía local, mejorando la calidad de vida de los habitantes del lugar.

Para el efecto, se requiere la participación activa de todos los que conforman la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. (ver Anexo 3).

2.4.3 Premisas para su implementación

Las premisas para la implementación del modelo propuesto se basan en la viabilidad legal, técnica y económica como se presenta a continuación:

2.4.3.1 Viabilidad legal

El modelo propuesto es viable legalmente porque contribuye al cumplimiento de lo estipulado en el artículo 304 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) que señala que la política comercial tiene dentro de sus objetivos: “3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales (...) 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.” (p. 143)

Por otro lado, el artículo 3 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011) indica que las entidades que están bajo esta ley deben buscar la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, sobre todo las relacionadas con

autoempleo y subsistencia; además, mantienen un compromiso con la comunidad y su desarrollo. Precisamente lo que se busca con la implantación del modelo de colocación de créditos establecido.

Además, la propuesta es coherente con lo que estipula el Estatuto Social de la COAC Chibuleo Ltda. en el artículo 3 que señala que tiene como objeto social principal, realizar actividades de intermediación financiera y responsabilidad social con sus socios.

2.4.3.1 Viabilidad técnica

El modelo de colocación de créditos propuesto es viable técnicamente porque la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. dispone de los recursos humanos y tecnológicos para ejecutar las estrategias, por otro lado, las autoridades generales de la COAC Chibuleo Ltda. presentan la apertura necesaria para implantar las estrategias, porque están conscientes de que contribuirán notablemente al desarrollo de la entidad, mejorando su rentabilidad.

2.4.3.1 Viabilidad económica

El modelo de colocación de créditos propuesto es factible económicamente porque la inversión que se requiere es mínima, la COAC Chibuleo Ltda. cuenta con los especialistas que se requieren para la ejecución de cada una de las estrategias definidas, esto es: segmentación del mercado, diseño de la publicidad que se utilice para impulsar la agencia Pujilí en el sector; así como, para diseñar e implementar la CRM para mejorar la atención al cliente. Dado que la ejecución de las estrategias se revertirá positivamente en los saldos generales que presente la entidad, lo que beneficia a su desarrollo y sostenibilidad.

2.5 Conclusiones Capítulo II

- A partir de los resultados alcanzados con el método econométrico de mínimos cuadrados ordinarios se definió que los factores que inciden mayoritariamente en la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. son: la edad, el género y el tipo de garantía.
- Los elementos clave que forman parte del Modelo de colocación de créditos propuesto para la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. son

segmentación para conocer mejor a los socios, fidelización de socios, venta cruzada, prevención de desvinculación de socios, captación de nuevos socios que corresponden a estrategias asociadas a las variables más significativas de acuerdo al comportamiento de los factores que inciden en el crédito.

- La implantación del Modelo de colocación de créditos propuesto es viable técnica y legalmente.

CAPÍTULO III. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Evaluación de expertos

Para la evaluación de expertos se tomó en cuenta el criterio de dos profesionales que cuentan con la experiencia suficiente en la administración de Cooperativas de Ahorro y Crédito en el país; además, cuentan con los conocimientos requeridos en el ámbito de la Administración de Empresas y colocación de créditos. Los validadores fueron:

Tabla 21 Datos de los especialistas

Nombres y apellidos	Años de experiencia	Titulación académica	Cargo
Jenny Maricela Masabanda Ugsha C.I. 0503069189	14 años	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría	Jefe de Riesgos COAC Señor del Árbol
Estalin Amador Lema Cuji C.I. 0202125092	7 años	Ingeniero Comercial	Jefe de Crédito COAC Chibuleo

Para el efecto, se les envió una solicitud de validación que incluye los criterios de evaluación:

Tabla 22 Criterios de evaluación

Criterios	Descripción
Impacto	Identifica el alcance que tiene la propuesta para generar valor.
Aplicabilidad	Establece la viabilidad para la implantación de las estrategias definidas en la propuesta.
Relevancia teórica-científica	Define si los componentes de la propuesta están basados en la teoría y los conceptos propios de la Administración de Empresas.
Pertinencia	Define si el contenido de la propuesta es conveniente, coherente y conducen a mejorar la colocación de créditos en la agencia.
Relevancia técnica	Establece si el contenido de la propuesta se alinea con los recursos con los que cuenta la entidad para que se pongan en práctica.
Originalidad	Establece si el contenido de la propuesta resulta innovador y se pueden considerar en los procedimientos que actualmente tiene la entidad promoviendo una nueva gestión.

Los objetivos que se buscan con la validación son:

- Afirmar que las estrategias que se establecen permitirán mejorar la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.
- Aprobar el contenido del Modelo de Colocación de Créditos en la Agencia Pujilí de la COAC Ltda. propuesto para que se implemente en la entidad.
- Redefinir alguno de los componentes del modelo propuesto para que sea pertinente su implantación dentro de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. de acuerdo al criterio de los evaluadores.
- Confirmar si el modelo de colocación de créditos propuesto tiene la posibilidad potencial de aplicarse en la entidad.

Al considerar los criterios de evaluación expuestos en la Tabla 22 se establece la escala cualitativa-cuantitativa que se muestra a continuación, tomando en cuenta la escala de Likert que se expone en la Tabla 23.

Tabla 23 Escala de Likert para la evaluación de la importancia de la propuesta

Criterios	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
Impacto					
Aplicabilidad					
Relevancia teórica-científica					
Pertinencia					
Relevancia técnica					
Originalidad					

El nivel de importancia y aplicabilidad de la propuesta se mide de 1 a 5 considerándose como totalmente en desacuerdo a 1 y como totalmente de acuerdo a 5 por cada uno de los criterios establecidos. La sumatoria de dichos criterios indica la calificación del nivel de cumplimiento.

Resultados de la validación

En la Tabla 24 se muestran los resultados de la opinión de los expertos consultados sobre las estrategias presentadas:

Tabla 24 Resultados cuantitativos de la validación

Criterios	Jenny Maricela Masabanda	Estalin Amador Lema Cuji	Total
Impacto	5	5	10
Aplicabilidad	5	5	10
Relevancia teórica-científica	4	4	8
Pertinencia	4	4	8
Relevancia Técnica	5	5	10
Originalidad	5	5	10
TOTAL	28	28	56

Para obtener el resultado global de la calificación que dan los expertos a la propuesta se divide el total del puntaje (28) por el número de criterios (6), a partir de lo que, se obtiene que tanto el Ing. Masabanda como la Ing. Lema le otorgan una

calificación de 4.66/5 al modelo propuesto. En los criterios impacto, aplicabilidad, relevancia técnica y originalidad los dos especialistas coincidieron y dieron una calificación de 5/5; en los criterios relevancia teórica-científica y pertinencia calificaron 4/5.

Es decir que la propuesta tiene el alcance suficiente para generar valor, la implantación de las estrategias definidas es viable, cuenta con relevancia teórica científica porque sus componentes están basados en la teoría y conceptos propios de la Administración de Empresas, es pertinente porque el contenido es conveniente, coherente y conduce a mejorar la colocación de crédito en la agencia, se alinea con los recursos de la entidad para ponerse en práctica y resulta innovadora.

Las validaciones de cada especialista se presentan en el Anexo 6 de este documento.

3.2 Conclusiones del Capítulo III

- Los validadores de la propuesta son profesionales de amplia experiencia que trabajan en entidades financieras de Economía Popular y Solidaria, conocen de cerca la gestión que realizan este tipo de instituciones por lo que son idóneos para dar su criterio sobre el modelo de colocación de créditos de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.
- Para la validación se consideraron los criterios: impacto, aplicabilidad, relevancia teórica-científica, pertinencia, relevancia técnica y originalidad en base a la escala de Likert y las calificaciones: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4) y totalmente de acuerdo (5).
- La calificación global de la propuesta otorgada por los validadores fue de 4.66/5, por lo que se recomienda su implantación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

Conclusiones

Las conclusiones dan respuesta a los objetivos específicos planteados en la introducción de este proyecto, por lo tanto, se concluye que:

El sistema financiero nacional en el Ecuador está compuesto por entidades privadas, públicas y de EPS, como la COAC Chibuleo Ltda. que dentro de sus principales funciones tienen la colocación de créditos. Los resultados de distintos estudios señalan que los factores que se asocian con la colocación de créditos están: el monto, las características personales de los solicitantes, los plazos, los tipos de créditos, las garantías.

Los principales factores que intervienen en el otorgamiento de créditos de la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. son la edad, el género y el tipo de garantía. Dado que las variables que resaltaron significativamente en su valor “p” (probabilidad) fue menor al 5%, en el cálculo de regresión múltiple.

Se establecen como estrategias para incrementar la colocación de créditos en la agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. la creación de tarjetas de débito y crédito con un diseño exclusivo para hombres y mujeres, la implantación de una campaña por el mes de marzo para las mujeres y el mes de mayo para los hombres que impulse la colocación de créditos a tasas preferenciales; las visitas personalizadas a emprendedores hombres y mujeres para ofrecerles créditos a intereses atractivos. Además, se propone prevenir la desvinculación de los socios al proveerles un servicio rápido y oportuno a las mujeres en estado de gestación, con bebés en brazos o de la tercera edad; demostrándoles preocupación por conocer al socio sea hombre o mujer y darle un buen trato, con la implementación de un CRM; la personalización en el trato que se le da a cada socio.

Para captar nuevos socios jóvenes (18-38 años) se propone dar a conocer los productos crediticios que ofrece la COAC Chibuleo en la ciudad de Pujilí a través de marketing digital y convencional; hacer visitas a los propietarios de los locales comerciales y agricultores del cantón.

Para fidelizar a los socios que tienen créditos vigentes con garantías personales se propone que se dé un servicio de calidad, ofrecer varios canales de comunicación para facilitar la interacción, personalizar la comunicación, aprender a escuchar, crear planes de fidelización, dar seguimiento después de que haya accedido al crédito. Además, se establece la venta cruzada al ofrecerles una tarjeta de débito o crédito, el uso de los cajeros dispuestos a nivel nacional de BanRed y el seguro de tarjeta protegida; y, el servicio médico para el socio y sus familiares.

Los expertos que participaron como validadores de la propuesta otorgaron una puntuación promedio de 4.66/5.

Recomendaciones

Socializar la propuesta con los colaboradores de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. para que conozcan la importancia que tiene de su accionar en la atención al cliente, para lograr fidelizar a los socios con los que cuenta la entidad.

Potenciar las capacidades de todos los que forman la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda. porque son los principales promotores de los productos crediticios que se ofrecen, por lo que es indispensable que estén capacitados en atención al cliente, resolución de conflictos para lograr que mejoren continuamente y aporten al desarrollo de la entidad.

Impulsar el marketing digital y convencional para dar a conocer al público objetivo los diferentes productos crediticios con los que cuenta la COAC Chibuleo Ltda. así como, las oportunidades que se ofrecen a mujeres emprendedoras y hombres trabajadores de mejorar su condición económica a través de líneas de crédito a tasas preferenciales.

Ejecutar cada una de las estrategias definidas para lograr la fidelización de los socios, lograr vender más productos y servicios; y, captar nuevos clientes.

Bibliografía

- Aguirre, J., Garro, L., & Alcalde, E. (2020). Evaluación de un crédito en las microfinanzas: cartografía conceptual desde la socioformación. *Revista Espacios Vol. 41 (32)* , 264-279.
- Alcedo, W. (2017). *Factores que influyen en la colocación de créditos comerciales en las micro y pequeñas empresas de parte de las entidades financieras del Perú: caso Mibanco-Casma, 2016*. Casma: Universidad Católica de los Ángeles Chimbote.
- Álvarez, R. (2020). Uso del estimador de mínimos cuadrados ordinarios en la inferencia con datos de series de tiempo en modelos lineales. *Revista Uni Ciencia 9 (1)*.
- Aparicio, C., & Moreno, H. (2011). Calidad de la cartera crediticia bancaria y el ciclo económico. *Documentos de trabajo* .
- Arroyo, I. (2021). *Modelo econométrico aplicado para determinar el comportamiento de la cartera de microcrédito de los bancos privados del Ecuador especializados en microcrédito en el periodo 2007-2019*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial 449.
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Tasas de interés desde enero del 2022*. Quito: BCE.
- Berrios, J., Caliz, M., Romero, I., & Valdivia, N. (2019). *Factores que influyen en el proceso de otorgamiento de la línea de crédito tecnológica en la Microfinanciera "Unión Comercial de Servicios" (UNICOSERVI S.A), de la ciudad de Estelí en el primer semestre de 2018*. Managua: UNAM-Managua.
- Brito, M. (2021). Inclusión financiera del crédito con perspectiva de género en el Ecuador. *Revista electrónica Yuracomplexus*.

- Calahorrano, K., & al., e. (2021). *¿Existen brechas de género en el acceso a crédito para vivienda?* BID.
- COAC Chibuleo Ltda. (2021). *Carta Corporativa*. Ambato: COAC Chibuleo.
- Cooperativa Chibuleo. (2021). *Portafolio de productos y servicios*.
- Cooperativas de las Américas. (2021). *Mapeo cooperativo: Datos estadísticos. Informe regional: Ecuador*. Obtenido de <https://www.coops4dev.coop/sites/default/files/2020-09/Informe%20de%20Mapeo%20Cooperativo%20Ecuador.pdf>
- Cotrina, E. (2019). *Marketing relacional y la fidelización de clientes de la zona altoandina en la empresa Grupo Yelek S.R.L.* Huancayo: Universidad Continental.
- Elegir CRM. (2021). *¿Qué es un CRM?* Obtenido de <https://www.elegircrm.com/crm/que-es-un-crm>
- Gobat, J. (2012). *¿Qué es un banco?* *Revista Finanzas y Desarrollo* 14(1), 38-42.
- Gómez, E., Poma, G., & Mejía, H. (2020). Factores determinantes de la rentabilidad de las instituciones microfinancieras del Perú. *Revista espacios* Vol. 41 N° 25, 348-361.
- Gómez, G., Mena, A., & Beltrán, R. (2016). *Estudio de los factores determinantes del crecimiento de las cajas municipales de ahorro y crédito del Perú*. Piura: Universidad Nacional de Piura.
- Hedian, M. (2019). *Informe de Calificación de Riesgo con Estados Financieros al 30 de junio de 2019*. MFR.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Jaramillo, J., & Restrepo, L. (2020). *Factores relevantes en el otorgamiento de crédito a personas naturales: estudio de caso para una empresa no financiera*. Medellín: Tecnológico dAntioquia Institución Universitaria.
- Jiménez, M. (2013). *Economía para el desarrollo humano y microfinanciación*. Universidad de Sevilla.

- Junta de Regulación Monetaria y Financiera. (2015). *Normas que regulan la segmentación de la cartera de crédito de las entidades financieras del sistema financiero nacional*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/ResolucionNo042015F.pdf/2de5ce4e-34c9-4a8d-963f-23ca345c49e1>
- Levin, R., & Rubin, D. (2004). *Estadística para administración y economía*. Ciudad de México: Pearson.
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Revista Revisiones temáticas RAPD on line Vol. 33*, 221-228.
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa.
- Ocerin, J. (2005). *Econometría: Modelos econométricos y series temporales*. Barcelona: Editorial Reverté.
- ONU. (2018). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ordóñez, E., Narváez, C., & Erazo, J. (2020). El sistema financiero en Ecuador. Herramientas innovadoras y nuevos modelos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA Año V. Vol V. N°10*, 195-225.
- Pérez, E., & Titelman, D. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca en el desarrollo*. ONU-CEPAL.
- Presidencia de la República. (2011). *Ley de Economía Popular y Solidaria*. Quito: Registro Oficial 444.
- Presidencia de la República. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito.
- Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. (2021). *El sistema financiero nacional durante el 2020*. Obtenido de <http://rfd.org.ec/docs/estadisticas/BolEsp/BoletinEspecializado-Agosto-2022.pdf>

- Rocca, E., García, D., & Duréndez, A. (2018). Factores determinantes para la concesión de crédito por parte de las entidades financieras a las Mipymes. *Técnica Empresarial* 12 (1).
- Rocca, E., Pérez, D., & Duréndez, A. (2018). Factores determinantes para la concesión de crédito por parte de las entidades financieras a las MIPYMES. *Tec Empresarial Vol. 12, N° 1*, 19-30.
- Romero, B. (2021). *La estructura del sistema financiero ecuatoriano*. Obtenido de Programa de educación financiera: <https://tusfinanzas.ec/la-estructura-del-sistema-financiero-ecuatoriano/>
- SEPS. (2021). *Estadísticas*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/estadistica?boletines-financieros-mensuales>
- Superintendencia de Bancos. (2018). *Glosario*. Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/glosario-de-terminos/>
- Superintendencia de Bancos. (2018). *Sistema de datos crediticios*. Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/registro-de-datos-crediticios/>
- Superintendencia de Bancos. (2021). *Estadísticas del sistema financiero*. Obtenido de https://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/?page_id=1826
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2021). *SEPS presenta informe de rendición de cuentas 2020*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/noticia?seps-presenta-informe-de-rendicion-de-cuentas-2020>
- Tobar, L., & Solano, S. (2014). *Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el contexto del sistema financiero ecuatoriano*. Obtenido de <https://aeca.es/wp-content/uploads/2014/05/65w2.pdf>
- Velástegui, K. (2014). *La cartera de crédito y la liquidez de la Cooperativa Produfinsa, agencia Pillaro*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

ANEXOS

Anexo 1. Tasas de interés

Tasas de Interés			
Marzo 2022			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas*	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.23	Productivo Corporativo	8.86
Productivo Empresarial	9.04	Productivo Empresarial	9.89
Productivo PYMES	9.94	Productivo PYMES	11.26
Consumo	15.98	Consumo	16.77
Educativo	8.58	Educativo	9.50
Educativo Social	5.49	Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Vivienda de Interés Social	4.98	Vivienda de Interés Social	4.99
Inmobiliario	9.34	Inmobiliario	10.40
Microcrédito Minorista	19.81	Microcrédito Minorista	28.23
Microcrédito de Acumulación Simple	20.38	Microcrédito de Acumulación Simple	24.89
Microcrédito de Acumulación Ampliada	19.76	Microcrédito de Acumulación Ampliada	22.05
Inversión Pública	8.28	Inversión Pública	9.33
<small>De acuerdo a la Resolución 603-2020-F, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. De acuerdo a la Resolución JPRF-F-2021-004, de la Junta de Política y Regulación Financiera</small>			

Anexo 2. Tabla de base de datos

Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
DEUDA INICIAL	EDAD	GENERO CC	TIPO PRESTAMO ESTAD	NUMERO CUOTAS	TASA INTERES	CICLOS	ZONA EST	TIPO GAR. EST
3340	45	0	1	24	22	2	1	3
3000	47	1	2	24	22	1	1	0
5000	36	1	2	44	22	1	0	3
6000	60	1	2	48	22	1	1	3
10000	35	1	2	45	22	1	1	3
5000	39	0	2	36	22	1	1	3
15000	42	1	2	41	19	1	1	3
1170	33	0	1	15	22	2	1	3
10000	33	0	3	45	15	1	0	3
20000	67	0	2	73	19	1	1	3
20000	44	1	2	52	19	1	1	3
5000	32	1	2	39	22	1	1	3
70000	30	1	4	97	16,5	1	1	3
10000	27	0	3	39	15	1	1	3
7000	33	0	3	40	15	1	1	3
7000	34	1	2	63	22	1	1	3
20000	38	1	3	60	15	1	1	3
25000	34	1	2	64	19	1	1	3
20000	27	1	2	66	19	1	1	3
5000	28	0	2	38	22	1	1	3
20000	44	1	2	65	19	1	1	3
26300	65	1	2	69	19	1	0	4
6000	27	1	2	50	22	1	0	3
60000	53	1	4	84	16,5	2	1	3
20000	26	1	2	51	19	1	1	3
5000	37	0	3	39	15	1	1	3
5000	50	1	4	38	16,5	1	1	0
10000	34	1	3	39	15	1	1	3
20000	57	1	2	75	19	1	1	3
40000	55	1	4	63	16,5	2	1	3
80000	49	1	4	70	16,5	5	1	3
8000	29	1	2	46	22	1	1	3
70000	42	1	4	96	16,5	2	1	3
10000	32	1	3	36	15	1	1	3
40000	51	1	4	44	16,5	1	1	3
10000	28	0	2	36	22	1	1	3
10000	29	0	2	38	22	1	0	3
110000	38	1	4	92	16,5	1	1	0
15000	39	1	3	38	15	1	1	3
20000	42	1	3	48	15	1	1	3
50000	36	1	4	69	16,5	2	1	3
110000	40	1	4	90	16,5	1	1	4
5000	30	1	3	40	15	2	1	3
80000	35	0	4	69	16,5	2	1	3

70000	38	1	4	69	16,5	1	1	3
15000	36	1	3	92	15	1	0	3
15000	31	0	2	51	19	4	1	3
7000	35	1	3	40	15	1	1	0
5000	31	1	3	36	15	1	1	0
10000	36	1	3	54	15	1	1	0
15000	31	1	3	36	15	1	1	3
18000	32	1	5	50	15	5	1	1
4500	25	1	2	34	22	2	1	3
10000	56	0	2	40	22	1	1	3
6000	39	1	3	38	15	1	1	0
10000	41	1	4	40	16,5	1	1	0
7800	39	1	3	53	15	1	0	0
13000	52	1	3	58	15	1	0	3
60000	56	1	4	66	16,5	1	1	3
25000	36	1	2	65	19	3	1	3
45000	42	1	4	40	16,5	1	1	3
8000	49	1	2	39	22	1	1	3
7000	39	1	3	42	15	1	1	0
7000	32	0	3	39	15	1	0	0
15000	38	0	3	50	15	1	1	3
20000	37	0	3	56	15	1	1	3
100000	38	1	4	93	16,5	1	1	3
25000	38	0	3	68	15	1	1	3
25000	39	1	3	67	15	1	1	3
10000	42	1	3	49	15	1	1	0
20000	50	0	2	53	19	1	1	3
26000	43	1	3	64	15	1	1	3
5000	40	1	3	40	15	1	1	0
10000	35	1	4	40	16,5	1	1	0
5000	42	1	6	34	15	1	0	0
40000	45	1	4	53	16,5	1	1	3
90000	36	1	4	52	16,5	1	1	3
60000	62	1	4	79	16,5	1	1	3
15000	28	1	2	36	19	1	1	3
6000	30	0	2	40	22	1	1	3
25000	52	1	2	68	19	2	0	3
3000	56	0	2	28	22	1	1	0
3000	34	1	3	28	15	1	1	3
30000	40	0	3	65	15	1	1	3
7500	29	0	2	51	22	1	1	3
5000	20	0	2	34	22	2	1	3
17000	43	1	3	53	15	1	1	2
16000	33	1	3	40	15	1	0	3
15000	45	0	3	48	15	1	1	3
10000	33	1	7	40	15	3	1	0
10000	24	0	2	61	22	1	1	3
10000	33	1	3	38	15	2	1	3
14500	45	0	1	48	19	2	1	3
30000	32	0	3	60	15	1	1	3

110000	43	1	4	85	16,5	1	1	3
75000	40	1	4	68	16,5	1	1	3
30000	38	0	3	63	15	1	1	3
10000	33	1	6	36	15	2	1	3
85000	46	1	4	68	16,5	1	1	3
20000	29	1	3	53	15	1	1	3
15000	29	0	4	40	16,5	1	1	3
35000	41	0	2	67	19	1	0	2
50000	31	0	8	39	18	1	1	3
110000	53	1	8	64	18	1	1	3
10000	27	0	3	40	15	2	1	3
10000	41	1	3	36	15	6	1	3
43000	40	1	4	87	16,5	2	1	3
40000	67	0	4	58	16,5	1	1	4
25000	37	1	3	69	15	2	1	3
3000	28	0	2	24	22	1	1	3
6000	28	1	2	38	22	2	1	3
10000	32	0	3	33	15	1	1	3
5000	33	1	2	38	22	1	1	0
60000	49	1	4	84	16,5	1	0	3
4000	37	1	2	27	22	2	1	3
5000	28	1	2	33	22	1	1	3
7000	23	1	3	48	15	1	1	3
2000	22	0	2	22	22	1	1	3
50000	52	1	8	3	18	2	1	3
20000	37	1	3	51	15	2	1	3
2500	65	1	2	21	22	1	1	0
5000	28	1	3	33	15	1	1	3
10000	42	1	2	31	22	1	1	3
5000	31	1	2	27	22	3	1	0
13500	29	1	1	51	19	3	1	3
3500	46	1	2	18	22	1	1	0
13000	36	1	3	48	15	3	1	3
4000	36	1	9	1	15	3	1	1
10000	60	1	2	38	22	3	1	3
10000	33	0	3	38	15	1	1	0
3000	65	0	10	20	22	1	1	0
35000	41	1	7	48	15	1	1	3
3000	27	1	2	20	22	1	1	3
20000	28	1	3	70	15	2	1	3
20000	60	1	11	51	19	1	1	0
2000	24	1	2	23	22	2	1	3
2500	37	0	2	22	22	2	1	0
6000	39	1	7	33	15	1	0	0
40000	37	0	7	79	15	4	1	3
10000	63	1	11	36	22	2	1	0
12000	29	0	2	36	19	2	1	3
2900	40	0	9	1	15	2	1	1
15000	32	0	3	48	15	1	1	3
7000	61	1	7	36	15	2	1	0

20000	40	1	3	24	15	1	0	3
3000	54	1	2	24	22	2	1	0
5000	26	1	2	33	22	1	1	0
4000	35	1	3	30	15	1	1	0
3000	30	1	2	24	22	2	1	0
24300	41	1	2	60	19	1	0	4
2000	45	0	2	12	22	2	1	0
2000	42	1	2	18	22	2	1	0
3000	58	1	2	24	22	3	0	0
3000	31	1	2	24	22	1	1	0
15000	48	0	7	48	15	2	1	0
25000	39	1	11	65	19	2	0	3
12000	25	1	3	38	15	1	1	3
5000	32	1	2	36	22	2	1	0
5000	29	0	3	24	15	1	1	0
1500	56	1	2	18	22	1	1	0
10000	26	0	3	36	15	1	1	3
4200	25	1	2	30	22	2	1	3
15000	35	1	2	36	19	2	0	3
20000	30	0	2	48	19	1	0	3
3000	28	0	3	24	15	4	1	3
5000	29	0	3	18	15	2	1	0
5000	35	1	2	30	22	1	1	3
5000	29	1	2	24	22	2	1	3
20000	28	1	3	55	15	1	1	3
15000	25	0	2	48	19	1	1	3
5000	25	0	3	30	15	1	1	3
15000	46	0	2	40	19	1	0	4
55000	33	1	4	60	16,5	3	0	4
6000	57	1	3	30	15	1	1	3
2000	22	1	2	18	22	1	0	3
1000	44	1	2	12	24	1	1	0
3000	40	0	2	24	22	1	1	0
3000	38	1	2	24	22	1	1	0
17000	28	0	3	48	15	2	1	3
20000	30	0	2	55	19	1	1	4
2000	42	0	2	18	22	1	1	3
5000	51	0	2	24	22	3	1	3
8500	26	0	2	36	22	1	1	3
15000	34	0	2	36	19	1	1	3
3000	24	1	3	14	15	1	1	3
3000	33	0	2	24	22	1	1	3
9000	28	1	2	36	22	2	0	3
11000	61	1	11	36	19	2	1	0
20000	32	0	3	48	15	4	1	3
1000	21	1	2	12	24	1	1	3
15000	36	0	3	48	15	2	1	3
8000	26	1	2	36	22	1	1	3
3000	46	0	2	24	22	1	1	0
5000	24	1	2	24	22	1	1	3

10000	26	1	3	36	15	1	1	3
1000	33	0	9	1	15	4	1	1
7000	35	1	3	30	15	1	1	0
3000	29	1	3	24	15	1	1	3
10000	24	0	2	36	22	1	1	3
15000	37	0	3	48	15	1	1	3
1500	63	1	12	15	22	1	1	0
5000	20	0	3	36	15	1	1	3
5000	34	0	2	24	22	1	1	0
16000	53	1	2	48	19	2	0	3
3000	22	1	2	24	22	1	1	3
5000	28	0	3	36	15	1	1	3
900	19	0	9	1	15	1	1	1
2000	55	1	2	18	22	1	1	0
2500	36	0	3	18	15	1	1	3
3000	41	1	2	24	22	2	1	0
2000	59	1	2	18	22	1	1	0
2500	47	1	2	24	22	1	1	0
3000	29	1	3	18	15	1	1	0
2000	22	1	2	18	22	1	1	3
3000	23	0	2	24	22	1	1	3
1500	26	0	2	15	22	1	1	0
3000	20	0	2	24	22	1	1	3
5500	50	1	5	24	15	1	1	1
1000	25	0	2	12	24	3	1	3
7000	37	0	3	36	15	1	1	3
1200	30	0	3	12	15	3	1	0
3000	23	0	2	24	22	1	1	3
25000	36	1	2	60	19	1	1	4
3000	39	1	2	24	22	1	1	0
3600	23	1	5	7	15	2	0	1
5000	33	0	2	24	22	1	1	0
7000	32	0	3	36	15	2	1	3
8000	37	1	2	36	22	1	1	3
10000	49	0	7	36	15	2	1	0
2500	41	0	2	10	22	1	1	0
3000	31	0	2	24	22	1	1	3
2500	35	1	2	18	22	4	1	0
1600	45	1	5	9	15	4	1	1
3000	24	0	2	24	22	2	1	3
12000	27	1	2	36	19	1	0	3
15000	36	1	2	48	19	2	0	3
8730	48	0	9	1	15	3	0	1
28800	48	0	9	1	15	3	0	1
8000	34	0	2	30	22	1	0	3
27000	54	1	5	36	15	5	1	1
3000	33	0	2	24	22	1	1	3
3000	56	1	2	18	22	2	0	0
3000	37	0	2	18	22	1	1	0
2000	26	0	2	12	22	2	1	0

15000	45	1	2	36	19	1	1	3
3000	42	0	2	24	22	3	1	3
2000	20	1	2	15	22	1	1	3
3000	22	0	2	24	22	3	1	3
60000	34	1	3	60	15	3	1	2
15000	26	1	2	48	19	2	1	3
2700	36	0	5	24	15	4	1	1
27000	52	0	9	1	15	2	1	1
2500	23	0	2	18	22	1	1	0
1500	26	1	2	7	22	1	1	0
3000	31	0	2	18	22	5	1	0
50000	55	1	7	60	15	1	1	3
1300	69	1	13	12	15	1	1	0
120000	32	1	4	48	16,5	2	1	3
1500	34	1	2	12	22	1	1	0
1000	43	1	2	12	24	1	1	0
6000	59	1	11	12	22	2	1	0
9000	27	1	3	36	15	1	1	3
18000	67	0	2	48	19	1	0	3
5000	50	1	2	10	22	1	0	0
10000	50	1	2	36	22	2	1	3
1000	26	0	9	1	15	3	1	1
30000	29	1	3	60	15	2	1	3
3000	40	0	2	24	22	1	1	3
2500	54	1	13	24	15	1	0	0
20000	47	0	2	48	19	2	1	4
5000	42	0	13	8	15	1	1	0
1500	56	0	2	12	22	1	0	0
4000	35	1	2	24	22	3	0	0
10000	65	0	2	24	22	1	1	3
2000	29	0	13	18	15	1	1	0
20000	30	1	4	48	16,5	1	0	4
16900	37	1	11	48	19	1	0	4
10200	50	0	11	24	19	1	1	0
1500	32	0	13	12	15	1	1	0
10250	27	1	2	48	19	2	0	3
14390	57	0	2	48	19	3	1	3
2430	39	1	14	24	15	5	1	0
5000	23	1	13	24	15	2	1	3
2500	21	1	13	18	15	1	1	0
5000	27	1	2	36	22	1	1	3
30000	50	1	4	36	16,5	2	1	0
49000	60	1	4	84	16,5	2	0	3
3000	36	0	13	24	15	1	1	3
2000	67	1	13	8	15	1	0	0
3000	24	0	2	24	22	1	1	3
2000	45	1	13	18	15	1	1	0
10000	28	0	3	36	15	1	1	3
15000	47	1	3	48	15	1	1	3
10500	56	0	2	36	19	1	1	3

10500	29	1	2	36	19	1	1	3
5000	30	0	13	24	15	1	1	3
3000	23	0	13	24	15	1	1	3
10000	23	1	2	36	22	1	1	3
3000	63	0	13	24	15	9	1	0
5000	47	1	13	24	15	2	0	0
13000	48	1	2	48	19	1	0	3
2440	31	1	14	18	15	2	1	3
5000	38	0	13	30	15	1	0	0
3000	39	1	13	24	15	1	0	0
1500	28	0	13	12	15	1	1	0
11800	35	1	3	36	15	2	0	3
2000	32	1	13	18	15	1	0	0
1500	46	0	13	18	15	1	1	0
20000	25	1	2	60	19	1	1	4
2500	27	0	13	18	15	2	1	0
9200	23	0	2	40	22	2	0	3
1000	20	1	13	7	15	1	1	0
3000	34	1	13	24	15	1	1	0
20000	43	1	2	60	19	2	0	3
3000	53	0	13	24	15	1	1	0
39000	46	1	2	72	19	2	0	2
1500	21	0	13	12	15	1	1	0
3000	52	1	13	24	15	1	1	0
15000	54	1	2	48	19	2	1	4
1500	35	0	13	15	15	1	1	3
3000	21	1	2	24	22	1	1	3
5000	37	1	13	24	15	1	1	0
5000	26	0	2	36	22	1	1	3
1500	30	1	13	15	15	1	1	0
74000	35	1	4	84	16,5	2	1	3
73000	44	1	4	84	16,5	3	1	3
5000	26	1	13	24	15	1	1	3
5000	37	1	13	24	15	3	1	0
47000	59	1	2	72	19	2	1	2
4000	41	0	3	24	15	3	1	0
114500	36	1	4	84	16,5	2	1	3
10000	30	1	2	36	22	2	1	3
20000	32	1	11	24	19	2	1	3
10000	27	1	2	20	22	1	1	3
3000	45	0	13	12	15	1	1	3
1500	21	1	3	12	15	1	1	0
1500	57	1	13	15	15	1	0	0
3000	33	0	13	18	15	5	1	0
3000	44	0	13	24	15	1	0	0
4000	41	1	2	24	22	2	1	0
5000	43	1	13	24	15	1	1	0
17700	39	1	2	48	19	5	1	3
5000	39	0	13	30	15	1	1	0
10000	53	1	11	42	22	1	1	0

3000	47	0	13	24	15	3	0	0
1200	60	1	13	12	15	2	1	0
8000	48	1	2	36	22	1	1	3
12000	60	1	2	48	19	3	1	3
5000	30	1	13	10	15	1	1	3
10000	40	0	2	36	22	3	1	3
3000	65	1	13	18	15	3	1	3
7000	36	1	2	24	22	1	0	3
3000	69	1	5	24	15	2	1	1
5000	37	0	13	30	15	2	1	0
5000	33	1	3	18	15	3	1	0
5000	48	1	13	4	15	1	1	0
3000	22	1	13	9	15	1	0	3
2000	26	1	15	18	14	1	0	0
5000	47	1	13	30	15	1	1	0
6000	61	0	2	24	22	3	1	0
20000	28	1	3	48	15	2	1	3
5000	38	1	15	24	14	2	0	0
4000	29	0	15	18	14	2	1	3
1500	57	0	5	12	15	3	1	1
5000	26	1	3	24	15	1	1	3
3000	22	1	15	24	14	1	1	3
2000	21	0	15	18	14	1	1	3
20000	35	1	11	48	19	2	1	3
20000	48	1	2	60	19	2	1	3
3000	61	1	15	24	14	1	1	0
5000	29	0	15	24	14	1	1	0
3000	25	1	15	18	14	1	1	0
3000	55	1	15	24	14	1	0	3
1500	25	1	15	12	14	2	1	0
3000	41	0	15	24	14	3	1	0
3000	40	0	15	24	14	3	1	0
3000	28	1	15	18	14	1	1	0
3000	57	0	15	24	14	2	0	0
5000	28	0	15	24	14	1	1	0
7000	27	1	2	12	22	1	1	3
3000	41	1	15	24	14	1	0	0
20000	34	1	3	48	15	10	1	3
2000	29	0	15	18	14	1	1	3
5000	34	0	15	24	14	1	1	0
5000	31	1	15	30	14	1	1	0
5000	41	0	15	24	14	1	1	0
3000	19	0	15	24	14	1	1	0
3000	51	0	15	24	14	11	0	0
5000	53	0	15	24	14	2	1	0
5000	58	0	15	24	14	1	1	0
5000	32	0	15	30	14	1	1	3
73000	65	1	4	84	16,5	2	1	3
3000	36	1	13	8	15	2	1	0
2000	19	0	13	18	15	1	1	3

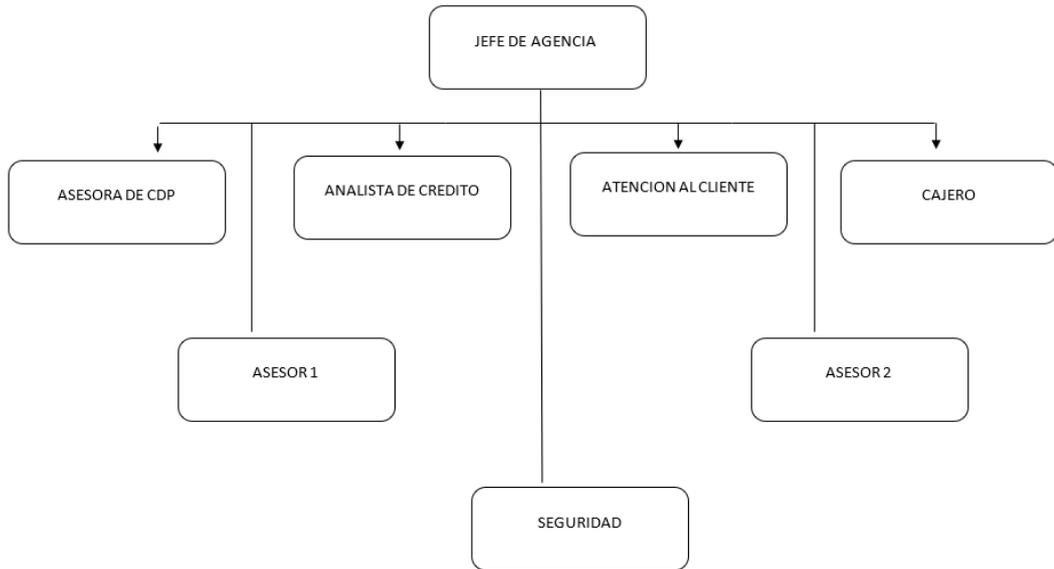
20000	33	1	3	48	15	2	1	3
6000	49	1	11	36	22	2	0	0
10000	41	1	11	30	22	2	1	0
2000	21	0	13	18	15	1	1	0
5000	26	0	13	24	15	1	1	0
15000	41	1	3	48	15	2	1	3
20000	33	1	3	60	15	1	0	3
5000	30	0	13	24	15	2	1	0
5000	24	1	13	24	15	1	1	3
3000	27	0	13	18	15	1	1	3
3000	57	1	13	24	15	24	1	0
5000	62	1	3	18	15	1	1	0
13000	55	1	4	36	15	2	1	3
1400	30	1	13	15	15	1	1	0
1800	30	1	5	18	15	2	1	1
1500	18	0	15	4	14	1	0	3
3000	24	1	15	24	14	1	1	3
1000	43	1	15	4	14	1	1	0
1000	25	1	15	12	14	2	1	3
30000	42	1	4	60	16,5	1	1	0
7000	48	1	2	36	22	2	1	3
5000	49	1	3	30	15	1	1	0
2500	26	0	15	18	14	2	1	0
61000	49	1	4	84	16,5	5	1	4
5000	39	0	15	24	14	2	1	0
25000	43	1	2	36	18	3	1	3
2000	33	0	9	1	15	4	1	1
13000	42	0	2	48	19	3	1	3
15000	28	1	3	48	15	1	1	3
3000	34	1	15	15	14	2	1	0
1000	22	0	15	12	14	1	1	0
5000	31	1	3	24	15	2	1	0
5000	36	1	2	24	22	1	1	3
5000	36	0	15	24	14	1	1	0
3000	46	0	15	4	14	1	0	3
22500	55	1	4	60	16,5	1	0	4
39000	53	1	4	60	16,5	2	1	3
8000	21	0	3	30	15	1	1	3
1800	27	0	9	1	15	3	1	1
1000	35	1	15	12	14	1	1	0
15000	37	0	3	48	15	3	0	3
20000	39	1	2	60	19	1	1	3
10000	51	1	4	24	16,5	1	0	0
3000	21	1	15	18	14	1	1	3
3000	30	0	15	24	14	1	1	0
3000	46	1	15	24	14	4	1	0
30000	34	0	11	60	19	1	1	3
5300	28	1	2	24	22	2	1	3
1500	24	1	15	12	14	1	1	3
3000	29	0	15	24	14	1	1	0

10000	39	1	2	36	22	1	1	3
18000	31	0	2	48	19	1	1	3
5000	53	1	15	30	14	1	1	0
12000	33	1	2	42	19	1	1	3
530	29	1	2	6	24	2	1	3
2500	29	1	15	12	14	1	1	0
1000	39	0	2	12	24	1	1	0
1000	23	0	15	12	14	1	1	0
3000	37	0	15	1	14	1	1	0
470	21	1	5	7	15	1	1	1
3000	36	0	3	24	15	4	0	0
1000	65	1	2	12	24	1	1	0
3000	19	0	2	24	22	1	0	3
2000	20	0	2	18	22	1	1	0
10000	26	0	3	36	15	5	1	3
22000	40	1	2	48	19	1	1	3
20000	29	0	11	48	19	1	1	3
3000	35	0	3	24	15	2	1	0
25000	35	1	5	60	15	1	1	1
15000	30	1	3	48	15	3	1	3
2000	48	0	16	15	22	3	1	0
1000	32	0	2	12	24	1	1	0
1500	44	0	3	12	15	13	1	0
10000	28	1	17	36	15	2	1	3
5000	25	1	2	24	22	1	1	0
3000	29	0	2	24	22	1	1	3
10000	21	1	2	36	22	1	1	3
5000	23	1	2	24	22	1	1	3
3000	58	1	2	24	22	3	1	0
10000	45	1	3	36	15	2	1	0
3000	63	0	2	24	22	2	0	3
2500	24	1	16	18	22	3	1	0
3000	56	1	2	24	22	1	1	0
5000	25	1	3	30	15	1	1	3
10000	40	0	16	36	22	3	1	3
14000	46	0	9	1	15	1	1	1
8000	27	1	17	24	15	3	1	3
7000	28	1	17	36	15	3	1	3
13000	27	1	2	48	19	2	1	3
8000	21	0	2	36	22	1	1	3
2000	38	0	3	18	15	2	1	0
30000	31	1	3	48	15	1	1	3
3000	37	0	3	1	15	4	1	0
5000	56	0	17	24	15	2	1	0
8000	50	1	11	12	22	3	1	0
10000	27	0	11	36	22	3	0	0
3000	54	1	2	24	22	3	1	0
700	20	1	2	10	24	2	0	0
1000	23	0	10	12	24	1	1	0
3000	22	0	2	18	22	2	0	3

2000	22	1	2	15	22	1	0	3
15000	31	0	17	48	15	4	1	3
12000	36	1	3	42	15	2	1	3
50000	52	1	8	2	18	2	1	3
140000	39	1	8	2	18	2	1	2
10000	35	1	3	36	15	3	1	3
1000	42	1	3	12	15	6	1	0
7000	56	1	2	36	22	2	0	0
5000	22	1	2	24	22	1	0	3
1500	43	1	2	15	22	1	0	0
2000	44	0	2	6	22	1	1	0
3000	45	1	10	24	22	1	1	0
1000	30	0	2	12	24	2	1	0
1500	22	1	2	12	22	1	1	3
500	23	0	2	6	24	1	1	0
3000	35	1	16	24	22	3	1	0
7000	35	1	17	36	15	5	1	3
5000	33	1	15	24	14	2	1	0
2000	38	1	15	18	14	4	1	0
3000	59	0	15	24	14	2	1	0
3000	53	1	15	18	14	3	1	0
3000	20	1	15	24	14	1	1	3
1500	44	1	3	12	15	2	0	0
20000	40	0	3	60	15	2	1	3
1500	47	1	15	15	14	5	1	0
2000	38	0	15	18	14	5	0	3
3000	19	1	15	18	14	1	1	0
500	64	1	2	6	24	1	1	0
3000	54	1	15	15	14	1	1	0
3000	40	1	15	18	14	1	1	0
3000	35	0	15	24	14	1	1	0
10000	25	1	2	36	22	1	0	3
3000	27	1	15	24	14	1	0	3
1500	57	1	15	12	14	1	0	0
2000	54	1	15	15	14	10	1	0
1500	62	1	15	12	14	1	1	0
3000	34	0	15	18	14	1	1	0
3000	34	0	15	24	14	1	1	0
7000	28	1	16	36	22	2	1	3
4000	50	1	15	15	14	1	1	0
1500	31	1	15	6	14	1	1	0
30000	59	1	3	72	15	3	1	3
10500	50	1	4	60	16,5	2	1	3
13000	24	0	18	48	16,5	1	0	4
40000	33	1	18	60	16,5	1	0	4
25000	32	1	4	60	16,5	1	1	3
3000	42	0	16	24	22	4	1	0
10000	31	1	11	36	22	4	1	0
15000	46	1	4	36	16,5	2	1	0
1500	19	0	2	15	22	2	1	0

3000	51	0	17	24	15	5	1	0
15000	47	0	2	48	19	3	0	4
1000	46	1	2	12	24	1	1	0
1000	22	1	2	12	24	1	0	3
3000	35	0	2	18	22	1	0	3
7000	22	1	2	36	22	1	1	3
10000	35	0	16	36	22	2	1	0
3000	64	1	2	24	22	1	1	3
3000	20	1	2	18	22	1	0	0
2500	36	0	16	12	22	2	0	3
3000	25	1	2	24	22	1	1	0
20000	38	1	3	48	15	1	1	3
2000	55	1	16	18	22	2	1	0
6000	57	1	2	24	22	1	1	0
6000	52	0	11	36	22	1	1	0
12000	47	1	7	48	15	1	1	0
1500	55	1	5	12	15	1	1	1
10000	35	1	11	36	22	1	1	0
3000	27	0	3	24	15	2	1	0
3000	29	0	2	24	22	1	1	0
3000	23	1	2	24	22	2	1	3
3000	28	1	2	24	22	1	1	3
4800	27	0	11	30	22	4	1	0
3000	58	1	2	24	22	1	0	0
3000	31	1	3	24	15	1	1	0
3000	29	1	2	24	22	1	1	0
1300	24	0	2	15	22	1	1	3
3000	28	1	19	24	17	1	1	3
9000	40	0	5	4	15	1	1	1
20000	31	1	19	60	17	2	1	3
2300	25	1	2	24	22	3	1	3
1000	28	1	2	6	24	1	1	3
3000	22	1	2	24	22	1	1	0
5400	37	0	5	1	15	3	0	1
3000	43	1	2	6	22	3	1	0
10000	28	1	3	24	15	2	0	3

Anexo 3. Organigrama de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.



Anexo 4. Tarjeta Mastercard de débito y Seguro de Tarjeta Protegida



Tarjeta de Débito
CHIBULEO Mastercard.

Es un medio de pago asociado a una cuenta de ahorros que permite adquirir bienes, servicios y realizar retiros de dinero través de cajeros automáticos.

TIPO DE VINCULACIÓN
Contrato

TIPO DE CLIENTE
Personas Naturales

COSTO SOCIO: \$4.37
COSTO CLIENTE: \$4.89

BENEFICIOS

- Retiros de efectivo y consulta en nuestros cajeros sin costo.
- Retiros de efectivo y consultas a nivel nacional e internacional en la red **Coonecta, Banred y Cirrus.**
- Compras sin necesidad de llevar efectivo, con débito inmediato de la cuenta.
- Compras vía on line.
- Ampliación de cupos para retiros y compras de manera inmediata.
- Consumos nacionales e internacionales en más de **34 millones** de establecimientos y todos los afiliados a **Mastercard.**
- Disponibilidad de fondos en cualquier momento y desde cualquier lugar del mundo las **24 horas**, los **7 días** a la semana, los **365 días** del año.
- Notificaciones mediante sms de todas las compras y retiros realizados con la tarjeta de débito **MASTERCARD.**
- Seguridad y confianza al momento de realizar compras y retiros a nivel mundial.

REQUISITOS

- Copia de cédula de identidad y certificado de votación.
- Copia de cédula de identidad o pasaporte en caso de ser extranjero. (Cuenta Básica).

RESTRICCIONES

- Cupo de compras hasta **\$1.000 diarios** y hasta **\$3.000 mensuales.**
- Cupo de retiros de **\$200** hasta **\$1.000 diarios.**
- Máximo de 10 transacciones diarias.
- En caso de ampliación de cupos se lo realizará únicamente en Servicio al Cliente.
- No realizar compras en páginas web sin seguridad.



Póliza de seguro que protege las tarjetas de débito contra robo/hurto.

<p>REQUISITOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cédula y papeleta de votación del titular. 	<p>RESTRICCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No debe sobrepasar los 70 años de edad. 	<p>COSTO: 0.70 Cts.</p>
---	---	--------------------------------

CONDICIONES PARTICULARES

COBERTURA Y VALORES ASEGURADOS	VALORES ASEGURADOS	
Muerte o desmembración accidental ambulancia terrestre por accidente tarjeta blindada.	Servicio Servicio	
COBERTURA	Límite por evento	Límite agregado anual
Uso fraudulento por robo o pérdida de la tarjeta, falsificación (clonación) o adulteración de la banda magnética, skimming.	USD. 900	USD. 1200
Atraco en cajero, cada 24 horas.	USD. 400	USD. 1200
Reembolso en caso de pérdida de documentos.	USD. 100	USD. 100
Compras por internet.	USD. 400	USD. 400
Reembolso en caso de pérdida de bolso o cartera.	USD. 50	USD. 50
Asesoría Jurídica Telefónica.	ILIMITADO	
Orientación Sicológica Telefónica.	ILIMITADO	

Anexo 5. Servicio Médico



Servicio Médico

Es un conjunto de servicios médicos que se proporciona a las personas para prevenir, diagnosticar alguna afección.

TIPO DE VINCULACIÓN
Contrato

TIPO DE CLIENTE
Personas Naturales.

DEPÓSITO INICIAL MÍNIMO: \$0.00
COSTO: \$ 1.00 Servicio Individual.
\$ 2.20 Servicio Familiar.

-- **BENEFICIOS**

- Consultas ilimitadas en las especialidades de Medicina General, Ginecología, Pediatría, cobertura al 100%.
- Entrega de medicina genérica derivados de las consultas médicas (Vademécum propio) cobertura al 100%.
- Cobertura Asistencia Dental en Examen Clínico y Diagnóstico, Higiene Dental, Profilaxis, Limpieza Dental profunda, Rayos X Periapical, Restauraciones en Resina Simple, Restauraciones en Resina Compuesta, Restauraciones en Resina Compleja, Extracciones Simples (2 procedimientos al mes)*

-- **REQUISITOS**

- Copia de Cédula y certificado de votación del titular.
- Copia de Cédula de los dependientes.

- **RESTRICCIONES**

- El socio/cliente no podrá superar los **65 años** al igual que su cónyuge.
- Los dependientes un máximo de tres y no superan los **23 años**.
- En caso de que un afiliado al momento de solicitar el servicio se encuentre con pagos pendientes, no tendrá acceso al servicio médico.
- A los **60 días de morosidad**, perderá los beneficios sin derecho a reclamo alguno.

Anexo 6. Validaciones de la propuesta

FICHA DE VALIDACION DE LA PROPUESTA (1)

1) Información propuesta de investigación

Autor/a: Caluña Sisa Nancy Rocio

Título: Estrategias para la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

2) Identificación del evaluador

Apellidos y Nombres: Lema Cuji Estalin Amador

Número de cédula: 0202125092

Título: Ingeniero Comercial

Número de Registro Senecyt: 1017-14-1317801

Institución laboral: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

Cargo: Jefe de Crédito

Teléfono: 0999611983

Correo Electrónico: estalinlema91@gmail.com

3) Instrucciones:

Para la revisión del experto evaluador se consideran los siguientes criterios que se detallan en la siguiente tabla:

Criterios	Descripción
Impacto	Identifica el alcance que tiene la propuesta para generar valor.
Aplicabilidad	Establece la viabilidad para la implantación de las estrategias definidas en la propuesta.
Relevancia teórico-científica	Define si los componentes de la propuesta están basados en la teoría y los conceptos propios de la Administración de Empresas.
Pertinencia	Define si el contenido de la propuesta es conveniente, coherente y conducen a mejorar la colocación de créditos en la agencia.
Relevancia técnica	Establece si el contenido de la propuesta se alinea con los recursos con los que cuenta la entidad para que se pongan en práctica.

Originalidad	Establece si el contenido de la propuesta resulta innovador y se pueden considerar en los procedimientos que actualmente tiene la entidad promoviendo una nueva gestión.
--------------	--

Una vez que haya revisado la propuesta se solicita que califique cada uno de los criterios según su experticia:

1 = muy baja

2 = baja

3 = media

4 = alta

5 = muy alta

Criterios	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
Impacto					X
Aplicabilidad					X
Relevancia teórico-científica				X	
Pertinencia				X	
Relevancia técnica					X
Originalidad					X

Además, se solicita emita su criterio en relación con los siguientes aspectos:

Temporalidad. ¿el modelo de colocación de créditos para la agencia Pujilí propuesto permitirá mejorar la cartera de créditos a corto y mediano plazo?

El modelo propuesto considera estrategias que sin duda contribuirán a impulsar la colocación de créditos a corto y mediano plazo, lo que beneficiará a la COAC Chibuleo Ltda.

Estructura del modelo. ¿El contenido del modelo propuesto está estructurado de forma coherente y utiliza un lenguaje sencillo y comprensible para quienes lo usarán como referente en la institución?

El modelo propuesto define claramente lo que se desea alcanzar, plantea acciones y estrategias que pueden ser implantadas y se asocian con la realidad de la entidad.

Aporte. ¿El modelo propuesto se puede considerar como un aporte válido y significativo para el área directiva de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.?

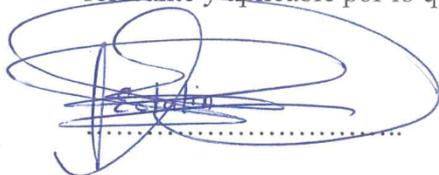
El modelo propuesto es sin duda un aporte válido que servirá para mejorar la colocación de créditos en la agencia, por lo que es recomendable su implantación.

Impacto. ¿El impacto del modelo propuesto sería en el ámbito local, regional, nacional o internacional?

El impacto de la propuesta podría tener un impacto a nivel nacional, además se podría aplicar en otras instituciones financieras de similares características a la que se analiza en este estudio.

Comentarios generales del validador:

El contenido del modelo de colocación de créditos propuesto es coherente, relevante y aplicable por lo que se recomienda su ejecución.



Ing. Estalin Amador Lema

CC.: 020212509-2

FICHA DE VALIDACION DE LA PROPUESTA (2)

1) Información propuesta de investigación

Autor/a: Caluña Sisa Nancy Rocio

Título: Estrategias para la colocación de créditos en la Agencia Pujilí de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

1) Identificación del evaluador

Apellidos y Nombres: Masabanda Ugsha Jenny Maricela

Número de cédula: 0503069189

Título: Ingeniera en Contabilidad y Auditoria

Número de Registro Senecyt: 1020-2020-2245561

Institución laboral: Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor del Árbol Ltda.

Cargo: Jefe Financiera

Teléfono: 0987901019

Correo Electrónico: mari_jenny@hotmail.es

2) Instrucciones:

Para la revisión del experto evaluador se consideran los siguientes criterios que se detallan en la siguiente tabla:

Criterios	Descripción
Impacto	Identifica el alcance que tiene la propuesta para generar valor.
Aplicabilidad	Establece la viabilidad para la implantación de las estrategias definidas en la propuesta.
Relevancia teórico-científica	Define si los componentes de la propuesta están basados en la teoría y los conceptos propios de la Administración de Empresas.
Pertinencia	Define si el contenido de la propuesta es conveniente, coherente y conducen a mejorar la colocación de créditos en la agencia.
Relevancia técnica	Establece si el contenido de la propuesta se alinea con los recursos con los que cuenta la entidad para que se pongan en práctica.
Originalidad	Establece si el contenido de la propuesta resulta innovador y se pueden considerar en los procedimientos que actualmente tiene la entidad promoviendo una nueva gestión.

Una vez que haya revisado la propuesta se solicita que califique cada uno de los criterios según su experticia:

1 = muy baja

2 = baja

3 = media

4 = alta

5 = muy alta

Criterios	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
Impacto					X
Aplicabilidad					X
Relevancia teórico-científica				X	
Pertinencia				X	
Relevancia técnica					X
Originalidad					X

Además, se solicita emita su criterio en relación con los siguientes aspectos:

Temporalidad. ¿el modelo de colocación de créditos para la agencia Pujilí propuesto permitirá mejorar la cartera de créditos a corto y mediano plazo?

La propuesta por supuesto que permitirá impulsar la colocación de créditos en la agencia, las estrategias están dirigidas a las variables que mayor incidencia tienen en este rubro, por lo que, están alineadas a lograr un mejor rendimiento de la entidad en esta zona del país.

Estructura del modelo. ¿El contenido del modelo propuesto está estructurado de forma coherente y utiliza un lenguaje sencillo y comprensible para quienes lo usarán como referente en la institución?

La propuesta está redactada con un lenguaje sencillo y claro, lo que permitirá que los ejecutivos a cargo de la agencia puedan implementar las estrategias definidas.

Aporte. ¿El modelo propuesto se puede considerar como un aporte válido y significativo para el área directiva de la Agencia Pujilí de la COAC Chibuleo Ltda.?

El aporte de la propuesta para la agencia es significativo porque está dirigida a los socios que forman parte de la institución, lo que sin duda ayudará a los directivos a tomar las mejores decisiones en función de impulsar el desarrollo de la agencia.

Impacto. ¿El impacto del modelo propuesto sería en el ámbito local, regional, nacional o internacional?

El impacto de la propuesta sería nacional y se podría replicar en otras COAC.

Comentarios generales del validador:

El modelo de colocación de créditos propuesto es pertinente y aplicable por lo que se recomienda su implantación.



.....

Ing. Masabanda Ugsha Jenny Maricela

CC.: 050306918-9