



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA**  
**INDOAMÉRICA**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADOS**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS**  
**ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y**  
**SOLIDARIA**

**TEMA:**

---

**Modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros, que permita afrontar la era covid-19 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina.**

---

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria

**Autor (a)**

Caguana Vargas Edwin Santiago

**Tutor (a)** Ing. Jorge García Guerrero Mg.

**AMBATO-ECUADOR**

**2022**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Edwin Santiago Caguana Vargas, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “MODELO DE INNOVACIÓN BASADO EN LA ANALÍTICA DE DATOS PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS, QUE PERMITA AFRONTAR LA ERA COVID-19 EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO INTERANDINA”, como requisito para optar al grado de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 01 días del mes de Julio de 2022, firmo conforme:

Autor: Edwin Santiago Caguana Vargas



Número de cédula: 1803314200

Dirección: Tungurahua, cantón Ambato, Antonio Clavijo y Sevilla

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “MODELO DE INNOVACIÓN BASADO EN LA ANALÍTICA DE DATOS PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS, QUE PERMITA AFRONTAR LA ERA COVID-19 EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO INTERANDINA” presentado por Edwin Santiago Caguana Vargas, para optar por el Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

### **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 Examinador que se designe.

Ciudad, Ambato, 01 de junio 2022



Firmado electrónicamente por:  
**JORGE EDUARDO  
GARCIA GUERRERO**

---

Ing. Mg. Jorge García Guerrero

C.I: 1802333144

**TUTOR**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ciudad, Ambato, 01 de julio 2022



Edwin Santiago Caguana Vargas

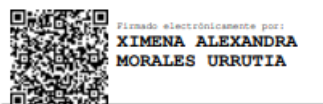
C.I: 1803314200

**AUTOR**

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “MODELO DE INNOVACIÓN BASADO EN LA ANALÍTICA DE DATOS PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS, QUE PERMITA AFRONTAR LA ERA COVID-19 EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO INTERANDINA”, previo a la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ciudad, Ambato, 10 de julio 2022.



Ing. MORALES URRUTIA XIMENA ALEXANDRA PhD

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

C.C. 180313659-5

The text "CHRYSIAM DAVID CELI PORTERO" is written in a bold, sans-serif font. To the right of this text, there is a red digital signature mark. To the right of the signature mark, the text reads: "Firmado digitalmente por CHRYSIAM DAVID CELI PORTERO Fecha: 2022.08.11 09:07:33 -05'00'". A horizontal line is drawn below the text.

CHRYSIAM DAVID CELI PORTERO Firmado digitalmente por CHRYSIAM DAVID CELI PORTERO Fecha: 2022.08.11 09:07:33 -05'00'

Ing. Mg. CELI PORTERO CHRYSIAM DAVID

VOCAL

C.C. 180303954-2

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

## **AGRADECIMIENTO**

En estas líneas quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible esta investigación y que de alguna manera estuvieron conmigo en los momentos difíciles, alegres, y tristes. Estas palabras son para ustedes. A mis padres a mis hijos Anthony, Naomy y Matías por todo su amor, comprensión y apoyo, pero sobre todo gracias infinitas por la paciencia que me han tenido. No tengo palabras para agradecerles las incontables veces que me brindaron su apoyo en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida, unas buenas, otras malas, otras locas.

Gracias por darme la libertad de desenvolverme como ser humano.

## ÍNDICE GENERAL

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN .....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE IMAGENES .....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	16
Justificación.....	17
Planteamiento del problema.....	18
Objetivos .....	18
General .....	18
CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
Antecedentes de la Investigación .....	19
La innovación en las organizaciones.....	19
Innovación y el desarrollo de producto.....	22
Analítica de datos.....	23
Covid-19.....	25
Factores que determinan la satisfacción del socio con respecto al servicio en una Cooperativa .....	28
Productos y servicios financieros.....	29
El Sistema Financiero Formal .....	31



CAPÍTULO II. ....	32
DISEÑO METODOLÓGICO .....	32
Enfoque de la Investigación .....	32
Modalidad o Tipos de Investigación .....	32
Bibliográfica.....	32
De campo .....	33
Tipo de Investigación .....	33
Exploratoria.....	34
Descriptivo .....	34
Población y Muestra.....	34
Plan de recolección de información .....	35
Para el desarrollo del proyecto de investigación se considera dar respuesta a las preguntas siguientes: .....	35
Coeficiente de confiabilidad de <i>alfa de Cronbach</i> .....	35
Resultados del Diagnóstico de la Situación Actual.....	36
Sucursal .....	36
Sexo.....	37
Área en la que trabaja.....	38
CAPÍTULO III. ....	54
PRODUCTO .....	54
Nombre de la Propuesta .....	54
Definición del Tipo de Producto .....	54
Objetivos .....	55
Objetivo general .....	55
Objetivos específicos .....	55
Diagrama de flujo del modelo de innovación .....	55
Explicación de cómo la propuesta contribuye a solucionar las insuficiencias identificadas en el diagnóstico .....	56
Diagnóstico estratégico .....	57
Análisis de factores internos .....	58
Análisis de factores externos.....	63

Análisis de los clústeres existentes de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina.....	67
Producto financiero para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina .....	70
Estructura del Crédito Violeta – BanEcuador .....	70
Evaluación de la propuesta.....	72
ANEXO 1 PUBLICIDAD CREDITO VIOLETA.....	77
ANEXO 2 CONDICIONES DEL CREDITO VIOLETA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.....	77
ANEXO 3 CONDICIONES DEL CREDITO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR .....	78
ANEXO 4 CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	79

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Factores a considerar en la satisfacción del socio .....	29
Cuadro N° 2. Recopilación de los servicios financieros según la información de diferentes cooperativas en la zona centro.....	29
Cuadro N° 3. Plan de recolección de información .....	35
Cuadro N° 4. Contribución del modelo de innovación basado en la analítica de datos .....	57
Cuadro N° 5. Análisis de factores internos .....	58
Cuadro N° 6. Variables clave y de riesgo de los factores internos.....	61
Cuadro N° 7. Desplazamiento de las variables clave y de riesgo de los factores internos.....	63
Cuadro N° 8. Análisis de factores externos.....	63
Cuadro N° 9. Variables clave y de riesgo de los factores externos .....	66

## ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen N° 1. Pentágono del proceso simbiótico de recursos y elementos transaccionales del modelo de negocio .....	20
Imagen N° 2. Proceso de la innovación en la creación de productos .....	22
Imagen N° 3. Objetivos de los datos abiertos del gobierno .....	24
Imagen N° 4. Resumen del campo de datos abiertos .....	25
Imagen N° 5. Efectos económicos de la COVID-19 en América Latina y el Caribe .....	27
Imagen N° 6. Diagrama de flujo del modelo de innovación .....	56
Imagen N° 7. Matriz de influencias directas – factores internos.....	60
Imagen N° 8. Plano de impacto directo – factores internos .....	61
Imagen N° 9. Plano de los desplazamientos de las variables de los factores internos .....	62
Imagen N° 10. Matriz de influencias directas – factores externos.....	65
Imagen N° 11. Plano de impacto directo – factores externos.....	66
Imagen N° 12. Plano de los desplazamientos de las variables de los factores externos .....	67
Imagen N° 13. Calidad del clúster.....	68
Imagen N° 14. Estructura de los clústeres.....	68
Imagen N° 15. Porcentajes de los clústeres.....	69
Imagen N° 16. Histograma de edades de los clústeres.....	69
Imagen N° 17. Indicadores propuestos para el control.....	72

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Valores del rango de confiabilidad del alfa de Cronbach .....	35
Tabla N° 2. Resultado del rango de confiabilidad del alfa de Cronbach .....	36
Tabla N° 3. Sucursal.....	36
Tabla N° 4. Sexo .....	37
Tabla N° 5. Área en la que trabaja .....	38
Tabla N° 6. Tiempo de servicio.....	39
Tabla N° 7. Significado del término de Innovación .....	39
Tabla N° 8. Nuevo servicio financiero.....	40
Tabla N° 9. Tendencias del mercado financiero a la vanguardia .....	40
Tabla N° 10. Implementación de un modelo de innovación .....	41
Tabla N° 11. Valoración de diferentes aspectos de calidad de la cooperativa en% .....	42
Tabla N° 12. Modificar algún proceso para cumplir con los controles que exige SEPS.....	45
Tabla N° 13. Capacitación en innovación .....	45
Tabla N° 14. Servicio y atención al cliente .....	46
Tabla N° 15. Dirección Estratégica .....	46
Tabla N° 16. Coaching .....	47
Tabla N° 17. Caja y Atención al Cliente .....	47
Tabla N° 18. Liderazgo, Comunicación y Trabajo en equipo.....	48
Tabla N° 19. Gestión de Microcrédito .....	49
Tabla N° 20. Importancia que sus clientes le dan a los diferentes factores.....	49
Tabla N° 21. Importancia Impacto favorable de la innovación en los aspectos de los productos financieros.....	51

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS**  
**ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y**  
**SOLIDARIA**

**TEMA: MODELO DE INNOVACIÓN BASADO EN LA ANALÍTICA DE DATOS PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS, QUE PERMITA AFRONTAR LA ERA COVID-19 EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO INTERANDINA.**

**AUTOR: Edwin Santiago Caguana Vargas**

**TUTOR: Ing. Mg. Jorge García Guerrero**

**RESUMEN EJECUTIVO**

Se debe indicar que dentro de la historia todas y cada una de las crisis son el principal incentivo para adoptar cambios y el COVID-19 no es la excepción, dentro de este contexto surge una problemática que tiene que ver con una alta concentración de riesgo para otorgar el crédito en los diferentes sectores productivos del Ecuador. Es por lo cual que en el presente proyecto de investigación el objetivo es el construir un modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros que permita afrontar la era Covid-19 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina. Dentro del documento se aplica una metodología de carácter mixto debido a que se aplican las fortalezas del método cualitativo y cuantitativo en las diferentes fuentes de información y tipos de datos. En referencia a los resultados se debe señalar que se alcanzó un modelo de innovación basado en la analítica de datos el mismo que se encuentra compuesto por cuatro fases que genera un panorama desde la realidad interna de la organización, así como la externa para de esta manera proponer productos financieros que generen valor a la cooperativa y los socios.

**DESCRIPTORES:** modelo, innovación, analítica, productos financieros.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS**  
**ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y**  
**SOLIDARIA**

**THEME: INNOVATION MODEL BASED ON DATA ANALYTICS FOR THE CREATION OF FINANCIAL PRODUCTS, TO ALLOW THE POST COVID-19 AGE IN THE INTERANDINE SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVE**

**AUTHOR: Edwin Santiago Caguana Vargas**

**TUTOR: Ing. Mg. Jorge García Guerrero**

**ABSTRACT**

History has shown that every crisis is the main encouragement to carry out changes, and COVID-19 is no exception. This pandemic has jeopardized the grant of loans in various productive areas of Ecuador. This research aims to build an innovation model based on data analytics for the creation of financial products that allow facing the Covid-19 pandemic at "Interandina" Credit Union. This research used a mixed approach due to the qualitative and quantitative methods applied to different sources of information and types of data. The results showed that an innovation model based on data analytics was achieved, which focused on four phases that create an overview of the internal and external reality of the institution. In conclusion, this proposal focuses on financial products that create value for the Credit Union and its members.

**KEYWORDS:** analytics, financial products, innovation model

## **INTRODUCCIÓN**

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017) establece dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, toda una Vida, la consolidación del sistema económico social / solidario y la necesidad de afianzar la dolarización, de manera que se alcance un sistema económico financiero en el que todas las personas puedan acceder a recursos locales convirtiéndose en actores esenciales en la generación de la riqueza nacional. El presente proyecto de investigación se enmarca en la línea de asociatividad y productividad desde lo social y solidario.

En el momento actual, el mundo se enfrenta a una pandemia con resultados preocupantes para la salud y la economía, donde varios expertos avizoran escenarios complejos en el Ecuador.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito deben reinventarse al encontrar la fuerza en aquellas comunidades y personas a las que sirven, para generar cambios profundos en el modelo de negocio convencional para pasar a ser organizaciones con un alto grado de resiliencia, para de esta manera asegurar la continuidad de las operaciones, debido a que la analítica de datos y la innovación, tienen un alto grado de influencia en todos los aspectos en la operación de una cooperativa.

Muchas cooperativas se encuentran ante la necesidad de redefinir o amoldar sus estrategias de negocio debido a la crisis del covid-19 y el análisis de datos, conjuntamente con la innovación, al ser un aliado imprescindible en la toma de decisiones, para obtener resultados reales sobre las acciones desarrolladas, así como para identificar oportunidades que genera la era Covid-19.



## **Justificación**

FinDev (2020) indica que en un contexto mundial se debe indicar que las instituciones de micro finanzas prestan servicios de ahorro y crédito a 140 millones de personas de bajos ingresos en todo el mundo, según datos de MIX (2020), su cartera de créditos llegó a USD 124 000 millones en 2018. El 80% de sus clientes son mujeres, y el 65% vive en zonas rurales. Estos pertenecen a los segmentos más pobres y vulnerables de muchas sociedades. Si bien las instituciones de microfinanzas desempeñan una función fundamental en el apoyo a las actividades que les permiten generar ingresos a los pobres, estos números subestiman la gama de servicios de crédito de los que dependen las personas que viven en situación de pobreza. Las cooperativas, las empresas de tecnologías financieras y las empresas de pago por uso también juegan un papel importante.

Ahora también, FinDev (2020) establece que, la economía de las micro finanzas requiere altas tasas de reembolso. Un descenso en las tasas de reembolso del 95% a solo el 85% dejaría insolventes a muchas instituciones del sector en menos de un año, y vemos un riesgo importante de que las tasas de reembolso disminuyan más que esto a medida que los prestatarios tienen problemas para llegar a fin de mes ante un brusco descenso de los ingresos. Las crisis pasadas del sector de las micro finanzas dejan una importante lección: bajan rápidamente las tasas de reembolso. Más allá de esto, los modelos de negocios de alto contacto pueden enfrentar desafíos adicionales a medida que se implementa el distanciamiento social.

Es por esto que, si las instituciones de micro finanzas van a sobrevivir a la pandemia, deben tratar a la COVID-19 como la amenaza principal para el sector, como probablemente lo es. Es necesario que cada parte del sector comience a movilizarse para flexibilizar los términos de las deudas que los prestatarios no puedan pagar al paralizarse las economías, lo que mantienen solventes a las instituciones de micro finanzas y preparándose para recapitalizarse de modo que estén en condiciones de volver a otorgar préstamos y desempeñar su función vital en la recuperación una vez que la crisis termine.

## **Planteamiento del problema**

Se debe indicar que dentro de la historia todas y cada una de las crisis son el principal incentivo para adoptar cambios y el COVID-19 no es la excepción, dentro de este contexto surge una problemática que tiene que ver con una alta concentración de riesgo para otorgar el crédito en los diferentes sectores productivos del Ecuador, lo que hace necesario que las cooperativas se reinventen en su modelo de negocio, es aquí donde la analítica de datos, así como la innovación juegan un papel determinante en la supervivencia de una organización.

¿De qué manera Influye el modelo de innovación basado en la analítica de datos en la creación de productos financieros, para afrontar la era COVID-19 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina?

## **Objetivos**

### **General**

Construir el modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros que permita afrontar la era Covid-19 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina.

### **Específicos**

- Establecer los fundamentos teóricos necesarios para establecer el modelo de innovación basado en la analítica de datos.
- Analizar la capacidad tecnológica, humana y de datos, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina, que permita la creación de productos financieros para afrontar la era Covid19.
- Establecer un modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina.

## **CAPÍTULO I.**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes de la Investigación**

##### **La innovación en las organizaciones**

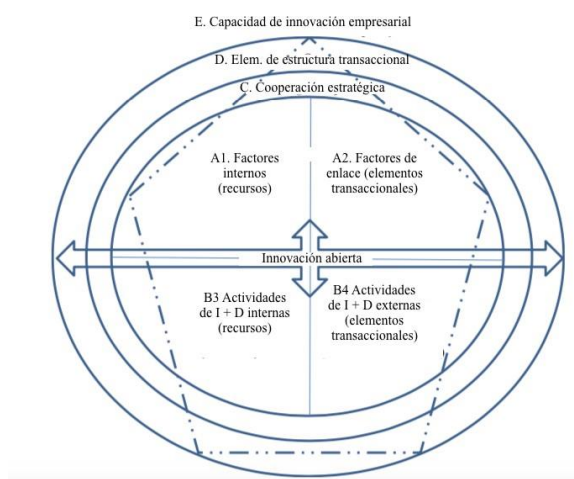
Para iniciar es necesario destacar el criterio del autor Rangone (2020) que indica, con la era digital, el concepto de tecnología ha experimentado cambios poderosos que conducen a una reconsideración de todos los criterios con los que las empresas pueden implementar la innovación. En comparación con el siglo pasado, las herramientas disponibles para la empresa han cambiado ampliamente, pero, sobre todo, las estrategias de gestión que pueden utilizarse para seguir un camino de innovación y desarrollo han cambiado.

Dentro de este aspecto se debe considerar en gran medida el criterio Rangone (2020) sobre la industria 4.0 a la industria 5.0. Aquí se considera que ha pasado aproximadamente una década desde que el término surgió por primera vez gracias a Henning Kagermann, Wolf-Dieter Lukas y Wolfgang Wahlster, y el proceso parece tener un potencial increíblemente alto para el desarrollo. Las configuraciones basadas en la Industria 4.0 están diseñadas principalmente para garantizar estándares de alta calidad, coherencia de procesos y recopilación de datos, en parte al facilitar aquellas funciones en las que la fuerza laboral tiene que realizar tareas repetitivas y pesadas. Hoy, la innovación se enfoca en estructuras inteligentes habilitadas para IoT - *Internet Of Things*, que usan procesamiento cognitivo e interconexión a través de servidores en la nube. Las innovaciones tecnológicas se vuelven cada vez más rápidas y requieren que las compañías tengan un conocimiento específico, de alguna manera quizás demasiado complejo, de las habilidades informáticas que les permitirán idear nuevas formas de negocios,

nuevos servicios y, sobre todo, productos hechos a diario. cada vez más adaptados al usuario.

En cuanto a la innovación se destaca la fuerte influencia en las empresas que deseen diferenciarse, pero en la era COVID-19, se convierte en una necesidad de supervivencia que va allá de una simple estrategia, sino más bien es el hecho de convertir a las organizaciones en resilientes, es por ello que se considera que la innovación abierta (IA) estimula la “capacidad innovadora, acelera la transferencia de conocimiento e intensifica la capacidad de colaboración endógena y exógena de las empresas, para fortalecer así la capacidad competitiva reflejada en el rendimiento, la productividad, la rentabilidad y la participación en el mercado” (Álvarez & Bernal, 2017, p. 66).

Respecto a lo indicado anteriormente el autor Leitao (2019) propone un modelo conceptual para diseñar, identificar y profundizar la naturaleza de la estructura transaccional de los modelos de negocio de innovación abierta, al utilizar factores internos y de enlace, así como capacidad de absorción y relaciones de cooperación, con el fin de fortalecer en última instancia la capacidad innovadora de las empresas, entendido aquí como un mecanismo para crear y capturar valor, con diferentes dimensiones de la capacidad de absorción y considerar dos grupos de factores: internos y enlace. Para lo cual se detalla el pentágono del proceso simbiótico de recursos y elementos transaccionales del modelo de negocio.



**Imagen N° 1. Pentágono del proceso simbiótico de recursos y elementos transaccionales del modelo de negocio**

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Leitao (2019)

En referencia al componente A sobre la capacidad de absorción se debe indicar que Leitao (2019) establece que, los factores internos (A1) referente a los recursos se pueden indicar los siguientes: adquisición de otros conocimientos externos, adquisición de equipos, software y licencias, calificaciones académicas de los empleados, y formación de los empleados para la realización de actividades de innovación. Además, los factores de enlace (A2) pueden ser: vínculos de cooperación con consultores, vínculos de cooperación con universidades, y vínculos de cooperación con laboratorios.

A su vez, el componente B relativo al constructo de innovación abierta Leitao (2019) indica que, está representado por dos variables, a saber, actividades internas de I + D (es decir, recursos) (B3) y actividades externas de I + D (es decir, elementos transaccionales) (B4).

En cuanto al componente C relativo a la cooperación estratégica, Leitao (2019) establece que, está representado por la variable referente a los vínculos de cooperación con otras empresas competidoras (C5).

Con respecto al componente D, Leitao (2019) indica que, representa los elementos críticos de la estructura transaccional (D6), esto resulta de la estimación de un modelo de regresión logística.

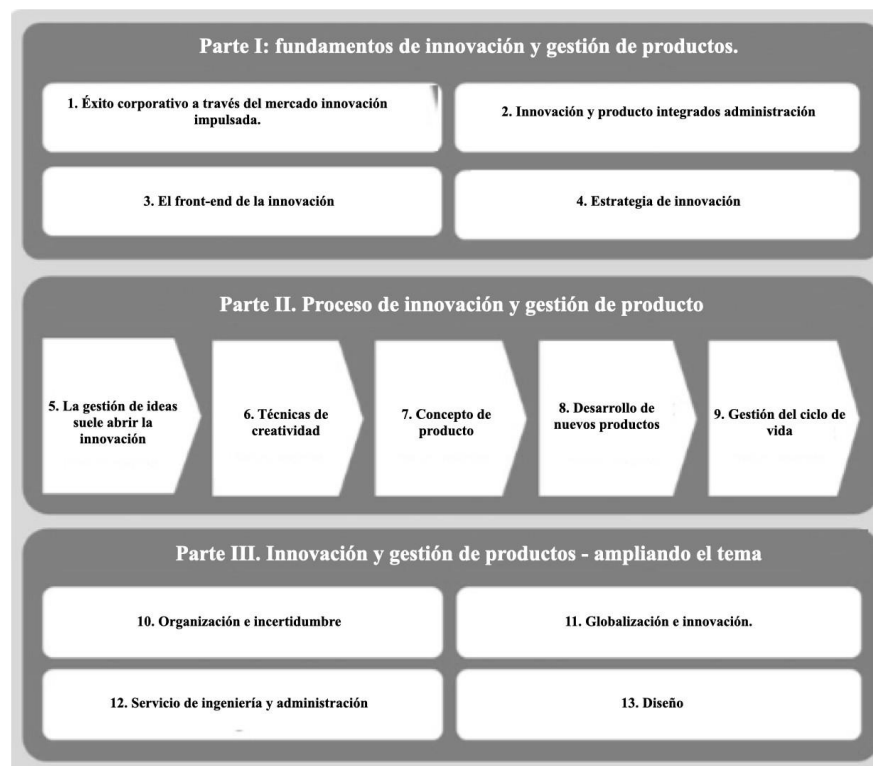
El componente E Leitao (2019) indica que con respecto al constructo de capacidad de innovación empresarial (E7) se representa a través de la variable dependiente (o respuesta) del modelo identificado anteriormente, es decir, innovación de producto / servicio.

Dentro de este aspecto Popkova (2018) establece que la clave para el desarrollo efectivo de una empresa en las condiciones de dominación del paradigma tecnológico es la organización de actividades innovadoras, orientadas al desarrollo de innovaciones únicas y su implementación en el competitivo mercado de las tecnologías. La organización de actividades innovadoras no se basa en procesos aleatorios y no sistémicos de producción de innovaciones, sino que es un modelo estructurado dentro del marco planificado de reglas metodológicas, relacionado con la implementación de ideas, conocimientos y ofertas de proyectos. Muy a

menudo, este modelo de actividades innovadoras incluye los pasos, basados en el desarrollo del producto innovador final.

## Innovación y el desarrollo de producto

Respecto a la innovación y su importancia en la creación de nuevos productos y servicios los autores Gaubinger et al. (2015) indican que la creciente complejidad y dinámica del mercado actual, con la situación del Covid-19, crea un entorno en el que es difícil para las empresas producir innovaciones en los bienes y servicios, para comercializarlas exitosamente. Además, este entorno aumenta dramáticamente la incertidumbre de actividades de innovación una empresa. Para lo cual se presenta una estructura orientada al proceso de la innovación, en la imagen siguiente:



### Imagen N° 2. Proceso de la innovación en la creación de productos

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: Gaubinger et al. (2015)

Es necesario indicar dicho proceso de innovación brinda la oportunidad para para reevaluar los problemas cotidianos dentro del contexto conceptual, así como las consideraciones dentro de la innovación y la gestión de productos. Dicho proceso es aplicable dentro de cualquier sector comercial debido a su adaptabilidad.

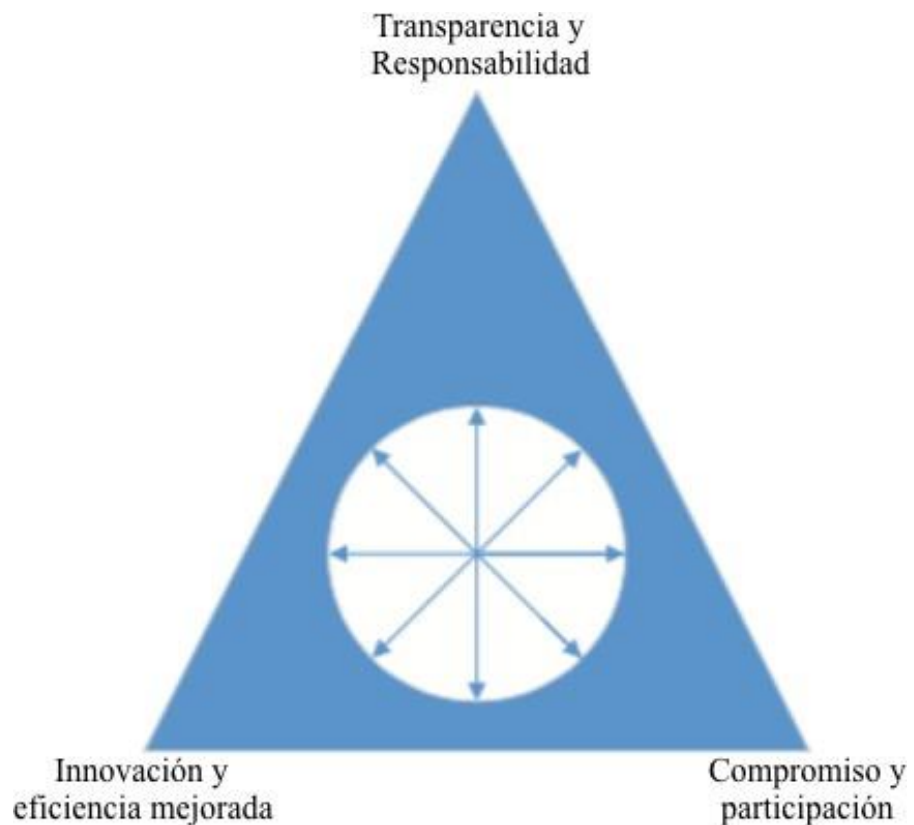
### **Analítica de datos**

Para iniciar es necesario describir lo que indica Filippov et al. (2019) respecto al rápido desarrollo de tecnologías digitales innovadoras a principios del siglo XXI inició una búsqueda activa de su aplicación práctica para aumentar la eficacia y acelerar las tasas de crecimiento y desarrollo en los sistemas socioeconómicos modernos. En la mayoría de los países progresistas del mundo, los programas destinados a la formación de una sociedad de la información y la modernización digital de la economía basada en las tecnologías de avanzada de la Industria 4.0 ya han comenzado. El resultado final de esta modernización digital debería ser el aumento de la competitividad global del emprendimiento interno y las mejoras en el nivel de vida de los ciudadanos. Desde un punto de vista científico, el resultado de la modernización digital de la economía debería ver una transición a un nuevo tipo de sistema económico, que garantizará las ventajas anteriores. Las herramientas que permitirán este proceso aún no están completamente definidas. Las tecnologías de la información y la comunicación, las tecnologías digitales y las tecnologías de la Industria 4.0 (tecnologías cibernéticas) pertenecen a diferentes modos tecnológicos. Es por eso que creemos que la economía digital debería basarse no en información, sino en una sociedad digital.

Charalabidis et al. (2018) indica en su investigación que la apertura de datos ha crecido enormemente en la última década. Cada vez más conjuntos de datos se han abierto al público, las interfaces de programación de aplicaciones (API) han sido diseñadas para permitir al público hacer uso de datos en tiempo real y se han desarrollado nuevas aplicaciones basadas en estos datos. Se han abierto datos sobre la formulación de políticas, código de software (fuentes abiertas), documentos, actas, datos financieros, etc., lo que ha dado como resultado un gran depósito de datos. Sin embargo, el potencial es aún mayor, debido a que la mayoría de los datos

aún están cerrados y no son accesibles directamente al público. Además, cada vez se recopilan más datos y se pueden compartir en palabras de hoy en día impulsadas por *The Internet of Things (IoT)*. El IoT consta de dispositivos que pueden recopilar datos como GPS (ubicación geográfica), brújula, temperatura, movimiento, contaminación, etc. Se espera que los dispositivos que recopilan datos combinados con análisis de datos transformen la sociedad.

En relación a lo antes descrito es se debe establecer de manera clara el objetivo de los datos abiertos, debido a que uno de los principales y el más importante según Charalabidis et al. (2018) es el estimular y permitir la innovación del sector privado y estimular el compromiso y la participación de las partes interesadas, como los ciudadanos y las empresas, para lo cual se presenta la imagen siguiente:



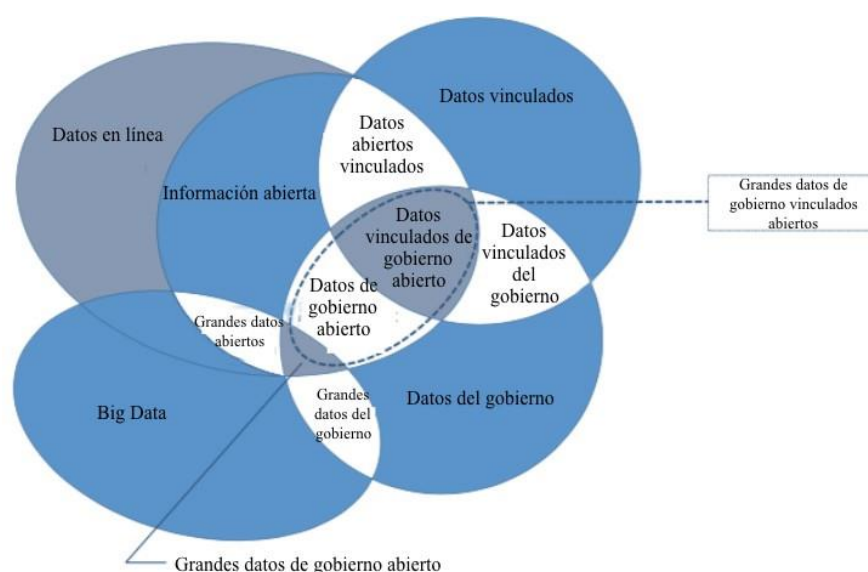
**Imagen N° 3. Objetivos de los datos abiertos del gobierno**

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Charalabidis et al. (2018)



En este aspecto la interrogante de que los datos abiertos y *Big Data*: ¿un mundo aparte?, para lo cual Charalabidis et al. (2018) manifiesta que el campo de datos abiertos consta de las muchas áreas referidas al término datos general. El origen de los datos puede ser el gobierno, las empresas o los ciudadanos. Los datos abiertos se refieren a la situación en que los datos están disponibles, fuera de la propia organización para uso de otros. Idealmente para todos sin restricciones para su uso posterior. Sin embargo, las licencias pueden limitar lo que se puede hacer con los datos. A menudo, los datos pueden no usarse para uso comercial, lo que limita el uso para que las empresas obtengan ganancias de los datos. A continuación, en la imagen 4, se describe el funcionamiento de los datos abiertos, de tal manera que se entienda el contexto de la importancia de generar datos abiertos para las organizaciones.



**Imagen N° 4. Resumen del campo de datos abiertos**

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Charalabidis et al. (2018)

**Covid-19**

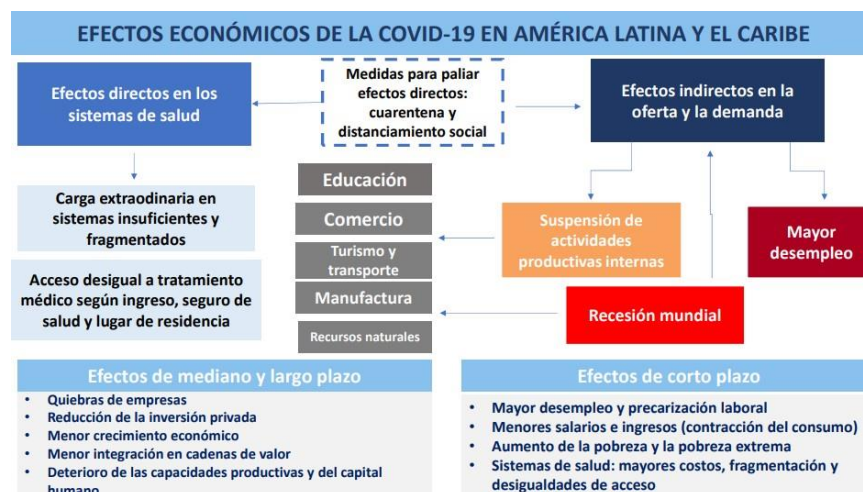
Pardos (2020) indica que desde la crisis del 2008 todos los sectores se han visto forzados a entrar en un proceso de transformación. Este camino iniciado por las organizaciones durante alguno de estos 12 años que han pasado se cristaliza en la adopción de nuevas soluciones con un fuerte componente tecnológico. La

innovación se inspira y ocupa de cómo aplicar y aprovechar al máximo la digitalización en todos los ámbitos de la empresa. El sector financiero muy afectado por la crisis ha sufrido una gran transformación originada por las fusiones, la necesidad de optimizar costes operativos, el cambio de perfil de sus clientes y la obligación a adaptar su oferta. Todos estos factores le han empujado a ser uno de los sectores que más rápido se adapta a un mundo donde el cliente, empoderado por la accesibilidad a la tecnología, exige otra forma de relación. Como respuesta a los diferentes retos que se le han planteado los bancos han digitalizado su relación con los clientes, han aprovechado la Inteligencia Artificial o el *Big Data* para mejorar sus resultados y construir un nuevo ecosistema en el que integrar nuevos *players*, hasta ahora ajenos al sector, para poder ofrecer más servicios a sus usuarios. Al mismo tiempo se analiza detenidamente cuál es la forma más óptima de relacionarse con las *fintech* mientras vigilan la irrupción de los gigantes tecnológicos en su espacio.

Ahora el Instituto Belisario Domínguez (2020) específicamente respecto a la pandemia del COVID-19, indica lo siguiente:

La pandemia de COVID-19 está afectando negativamente a la economía global y parece que sus efectos se mantendrán al menos durante los dos primeros trimestres de 2020. ¿Representa una emergencia para la salud pública e implica un choque económico tanto de oferta como de demanda; es decir, que está afectando tanto a productores como a consumidores. Si bien las políticas para contener la expansión de la pandemia como cuarentenas y cierres temporales son necesarias, ocasionan la reducción del comercio internacional, interrupciones en las cadenas de suministro, menor productividad, contracción de la actividad económica, menor inversión, cierre de negocios y pérdida de empleos. Esta crisis se presenta en un entorno en el que ya se venían observando fricciones comerciales, bajo crecimiento y una deuda abultada en la mayoría de las economías (p. 1).

En lo referente a los efectos económicos del COVID-19, se debe indicar lo siguiente:



### Imagen N° 5. Efectos económicos de la COVID-19 en América Latina y el Caribe

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020)

Como se evidencia en la imagen anterior, los efectos son diversos que golpean a todos los sectores sin ninguna excepción, ello genera que las organizaciones sean más dinámicas e innovadoras en generar una estrategia integral que aporte a sostener por lo menos la actividad comercial de cada empresa.

Para finalizar el autor De Rosa et al. (2020) indica que, en los países afectados, detener el contagio de Covid-19 se ha vuelto una prioridad para las políticas públicas. Desafortunadamente, las medidas que han mostrado ser efectivas para contener la pandemia tienen graves consecuencias de corto, mediano y largo plazo sobre la actividad económica. Esto implica que, al menos una parte de estos daños económicos se mantendrá luego de que la prevalencia de la enfermedad se reduzca y las medidas de prevención se desmantelen. Por ello, las políticas económicas y sociales que se despliegan en el presente pueden contribuir a mitigar el impacto negativo o, por el contrario, exacerbar las desigualdades preexistentes. Como lo demuestran muchos ejemplos en la historia del pensamiento económico, las políticas económicas mal diseñadas pueden aumentar las privaciones y generar un fuerte sufrimiento humano.

## **Factores que determinan la satisfacción del socio con respecto al servicio en una Cooperativa**

Mencionan Loor et al. (2017) que, el servicio también se lo define como un dinamismo, beneficio o satisfacción que recibe el socio por una venta, dado como resultado que el servicio es intangible. El cliente es la persona u organización que adquiere un producto o servicio que necesita o desea para sí mismo, por lo tanto, es el motor principal de cualquier organización que produce, fabrican y comercializan producto o servicios. El servicio al cliente es la ejecución de todos los medios posibles para satisfacer al consumidor por algo adquirido. Un factor clave del servicio al cliente es la actitud de los colaboradores ante el servicio, es necesario brindar una adecuada atención al mismo, proceso en el cual se requiere las siguientes herramientas: motivación, capacitación, eficiencia, eficacia, comunicación efectiva y las relaciones humanas.

La calidad del servicio al cliente es una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor agregado, rápido y oportuno sin subir el precio, toda empresa debe cumplir y adaptarse a las exigencias del socio, sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben demostrar capacidad de atención en el área, al ser esta la primera imagen que el socio se lleva. Las empresas deben capacitar a sus empleados para el trato correcto con sus socios, el empoderamiento es una herramienta que los empresarios deben aplicar en sus colaboradores, esto permite a no depender de la disposición de un jefe o supervisor para realizar sus labores, al aplicar esta estrategia cada empleado es responsable de sus propias acciones, y desempeño, lo que permite ayudar a los procesos y rapidez de atención al socio.

Todo empleado debe sentir que su trabajo afecta la imagen que los socios tienen de la empresa, es importante que cada colaborador se involucre en todas las actividades que la empresa realiza en beneficio a los socios. Es importante resaltar que la calidad de servicios es desempeñada por dos tipos de clientes, es decir clientes internos y clientes externos, debido a que son protagónicos al momento que se da una compra o venta de un producto o servicio desde el punto de vista planteado, las cooperativas deberían aplicar estrategias sobre la calidad de servicio

al socio, al desarrollar un ambiente agradable en sus colaboradores, socios actuales y futuros socios.

En la tabla siguiente, se presentan las dimensiones e indicadores a considerar en lo respecto de la satisfacción del socio con respecto al servicio en una Cooperativa.

**Cuadro N° 1. Factores a considerar en la satisfacción del socio**

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Aspectos tangibles	Comodidad de las áreas de espera Climatización Limpieza
Empatía	Atención, cortesía y calidez de todos los colaboradores en los diferentes departamentos, como son: cajas, asesores de crédito, y atención al socio
Confiabilidad	Disponibilidad de la cooperativa para solucionar los problemas de los socios Compromiso de la cooperativa con los socios Rapidez y atención
Responsabilidad	Comunicación por parte de los empleados (forma de hablar, etc.) Puntualidad en las actividades Informaciones claras y pertinentes Facilidad para obtener información de la cooperativa
Seguridad	Estado de conservación de las agencias Imagen de la cooperativa Conocimiento de las tareas específicas por parte de los empleados

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** modificada de: (Gadotti y Franca, 2009)

### **Productos y servicios financieros**

Se procede a realizar una recopilación de los servicios financieros según la información de diferentes cooperativas en la zona centro como se puede visualizar a continuación:

**Cuadro N° 2. Recopilación de los servicios financieros según la información de diferentes cooperativas en la zona centro**

<b>Servicio financiero</b>	<b>Definición</b>
Ahorros	Son los depósitos a la vista que efectúan los afiliados de las Cooperativas a los cuales se les paga una tasa de interés de acuerdo al saldo y que les permite disponer de recursos o efectivo para solventar las necesidades básicas.
Profuturo o Programados	Es un fondo de inversión cooperativo al cual se le paga una tasa de interés preferencial, superior a la tasa pasiva. Se lo considera también como un ahorro programado que le permite al afiliado o no afiliado de la Cooperativa disponer de su dinero luego de la culminación del contrato correspondiente. Los depósitos que se realizan en este producto son mensuales.
Depósitos a Plazo Fijo	Son los depósitos a corto y mediano plazo que realizan asociados o no asociados a las Cooperativas y a los cuales se paga un interés superior a la tasa pasiva. El tiempo de inversión puede ser de uno, tres y seis meses. Los intereses pueden cobrarse mensualmente o al final de la inversión.
Créditos	Las Cooperativas ofrecen una variedad de créditos a sus asociados, así: <ul style="list-style-type: none"> <li>• De mensualidad.</li> <li>• A profesionales.</li> <li>• Ordinarios.</li> <li>• Sobre Ahorros.</li> <li>• Especiales.</li> <li>• Hipotecarios.</li> <li>• Solidario.</li> <li>• Garantías Cooperativas.</li> </ul>
Seguro de Vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muertes por cualquier causa.</li> <li>• Muerte accidental y/o desmembración.</li> <li>• Incapacidad total y permanente.</li> <li>• Gastos médicos por accidente.</li> <li>• Funeraria.</li> </ul>
Otros servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago de Servicios Básicos.</li> <li>• Mega red Cooperativa.</li> <li>• Cajeros Automáticos.</li> <li>• Pago De Matriculación Vehicular.</li> <li>• Servicio Médico - Odontológico.</li> <li>• Pago de Envíos de Dinero desde el Exterior.</li> <li>• Pago del Bono de Desarrollo Humano.</li> <li>• Pago de Remuneraciones al Sector Público.</li> <li>• Pago de Impuestos.</li> </ul>

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Información de diferentes Cooperativas

## **El Sistema Financiero Formal**

Indica Herrera (2015) que el sistema financiero formal esta normado o regulado por la Ley general de instituciones del sistema financiero a partir de 1994 y sujeta a la supervisión de la Superintendencia de Bancos y Seguros, misma que está compuesta por Bancos privados, instituciones Financieras públicas, compañías de seguro, mutualistas, y en algunos casos a Cooperativas de Ahorro y Crédito. Este sistema ofrece servicios de operaciones activas y pasivas, es decir servicios de Créditos, Cuentas Corrientes, depósitos a plazo y ahorros a la vista. Su política crediticia está ajustada al programa monetario del país, ya que en épocas de crisis puede provocar un encarecimiento en el crédito de manera significativa. Sin embargo, se puede decir que de manera directa o indirecta la banca privada mantiene vínculos con el sistema financiero informal rural, mediante sus relaciones con ONGs y cooperativas de ahorro y crédito que utilizan los servicios bancarios para mejorar sus servicios y de esta manera cumplir con las necesidades de la sociedad.

Dentro del sistema financiero Formal, también se encuentra la banca gubernamental de primer piso que es la principal proveedora de recursos financieros para el sector rural y urbano, uno de estas importantes instituciones es el Banco Nacional de Fomento, quien brinda sus servicios a nivel nacional, aunque cabe recalcar que para mucha gente que necesita acceder a un servicio de crédito para iniciar una actividad productiva y mejorar su situación económica, es difícil, ya que se necesita un sin número de requisitos que en algunos casos es difícil cumplir con todos, por lo tanto se puede decir que no siempre beneficia a sectores que verdaderamente lo necesitan.

## **CAPÍTULO II.**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **Enfoque de la Investigación**

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica un enfoque de carácter mixto debido a que Cedeño (2016) establece que, mediante de los estudios mixtos se alcanza: una perspectiva amplia y profunda del fenómeno sujeto a estudio debido a que en esta se aplican las fortalezas de los métodos cuantitativo y cualitativo, para de esta manera formular el planteamiento del problema. Para ello se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis.

#### **Modalidad o Tipos de Investigación**

Para la modalidad de investigación de detalla las siguientes:

##### **Bibliográfica**

Los autores Gómez et al. (2015) establecen el proceso de investigación bibliográfica se debe contar con material informativo de alta relevancia para lo cual indica que se debe usar libros, revistas de divulgación científica, sitios *Web* y demás información necesaria para iniciar la búsqueda. Se destaca que una búsqueda bibliográfica debe hacerse desde una perspectiva estructurada y profesional de tal manera que aporte con información relevante para establecer una solución eficiente a la problemática. Por supuesto, al iniciar un proceso de búsqueda bibliográfica no se sabe qué material es el más pertinente o relevante, sin embargo, a medida que se avanza la perspectiva mejora y se empiezan a definir los temas que realmente interesan, por lo cual se debe considerar lo siguiente:

- En referencia a los libros se señala que estos son el punto de partida de cualquier investigación bibliográfica, debido a que estos proporcionan una buena base y una visión global del tema elegido.



- Las revistas contienen artículos, los cuales se debe tomar en consideración que deben ser actualizados y especializados en la problemática sujeta al estudio.
- En cuanto a las normas o estándares a nivel nacional o internacional, marcan una pauta o guía a considerar en la ejecución de procedimientos específicos.
- Las tesis son las memorias e informes publicados como resultados de trabajos de investigación de maestría y/o doctorados, estas constituyen una fuente de ideas de actualidad y contienen una serie de valiosas referencias bibliográficas.
- El Internet aparece como una valiosa fuente de información, pero se debe tratar con extrema cautela, pues se pueden perder horas al navegar sin encontrar nada de valor.

Con base a lo antes detallado, se debe destacar que se ocuparon libros, revistas científicas y el internet (*Redalyc, Springer, Scielo*, entre otras), de tal manera que se pueda fundamentar de manera integral el proyecto de investigación, para que aporte valor en futuras líneas.

### **De campo**

Respecto a este apartado el autor McKernan (2015) establece que la investigación de campo conlleva a las acciones, es decir esta tiene la función de aplicar las diferentes estrategias de recolección de información en el mismo lugar donde se desarrolla la problemática.

En referencia a lo que indica el autor se debe indicar que la información se la recabará dentro de la misma organización, así también la encuesta aplicada a los mismos socios de la Cooperativa.

### **Tipo de Investigación**

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se detallan las siguientes:

### **Exploratoria**

Naghi (2015) establece que es captar una perspectiva general del problema, es decir que los estudios aportan a dividir un problema muy grande, en sub problemas, ello tiene el beneficio de llegar a ser más precisos en la forma de expresar las hipótesis. Es necesario resaltar que muchas veces está carece de información precisa para desarrollar buenas hipótesis. Adicional a ello se destaca que se puede aplicar para generar el criterio y dar prioridad a algunos problemas.

### **Descriptivo**

Naghi (2015) dentro de este apartado indica que la investigación descriptiva es una forma de estudio para determinar lo siguiente: quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio. En conclusión, la información obtenida, explica perfectamente toda la problemática que se desarrolle. Por lo tanto, se considera lo siguiente:

- Describir las características de ciertos grupos, es decir explicar de manera clara donde se va a realizar el estudio y sus principales características.
- Calcular de manera científica mediante una fórmula la muestra a la cual se va a ejecutar el estudio.
- Comprobar la hipótesis que se genera en el estudio mediante una prueba estadística.

### **Población y Muestra**

Naghi (2015) indica que es importante definir la población sujeta al estudio. Es necesario indicar que si el total de la población en estudio es pequeño deben estudiar la totalidad para asegurar que los datos sean confiables para dar solución a la problemática, ahora también se debe tomar en cuenta que, si es grande, es conveniente escoger una muestra representativa con base a los cuatro criterios siguientes:

1. Especificar los sujetos de quienes se desea obtener la información, es decir describir de manera detallada las características de los sujetos.
2. El tamaño de la muestra mediante una fórmula estadística que aporte la fiabilidad del estudio.
3. Entrar en contacto con los sujetos, mediante las diferentes herramientas para recolectar la información (encuesta o entrevista).
4. La población sujeta al estudio 80 colaboradores de la Cooperativa con el fin de establecer las bases que tienen para aplicar la estrategia propuesta, es necesario indicar que no se aplica la fórmula de población finita debido a que se realiza el estudio al total de los colaboradores.

### **Plan de recolección de información**

Para el desarrollo del proyecto de investigación se considera dar respuesta a las preguntas siguientes:

### **Cuadro N° 3. Plan de recolección de información**

<b>Preguntas Básicas</b>	<b>Explicación</b>
1. ¿Para qué?	Mejorar la creación de productos financieros.
2. ¿De qué personas u objeto?	De la base de datos de la Cooperativa, así como los socios actuales.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Respecto a la analítica de datos.
4. ¿Quién? ¿Quiénes?	El investigador.
5. ¿Cuándo?	Durante el año 2020.
6. ¿Cómo? ¿Qué técnicas de recolección?	Análisis de la base de datos y encuesta
7. ¿Con qué?	Análítica de datos, cuestionario.

**Elaborado por:** Santiago Caguana

### **Coefficiente de confiabilidad de *alfa de Cronbach***

Los rangos del coeficiente de confiabilidad de *alfa de Cronbach* se presentan en el cuadro 4, donde se puede evidenciar desde los más óptimos hasta los menos deseables, el cuestionario estructurado de veinte y ocho preguntas fue sometido a esta prueba de confiabilidad.

### **Tabla N° 1. Valores del rango de confiabilidad del *alfa de Cronbach***

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

**Elaborado por:** Santiago Caguana

El cuestionario estructurado por veinte y ocho preguntas es sometido a la prueba de confiabilidad, donde los resultados se los puede visualizar en el siguiente cuadro:

**Tabla N° 2. Resultado del rango de confiabilidad del *alfa de Cronbach***

<i>Alfa de Cronbach</i>	<b>N de elementos</b>
0.886	28

**Elaborado por:** Santiago Caguana

### **Plan de procesamiento de la información**

Los pasos a seguir dentro del procesamiento de la información, para alcanzar los objetivos planteados son los siguientes:

- Analizar la estructura de la base de datos de la información de los socios.
- Migrar la información al *software SPSS*, para su respectivo análisis.
- Desarrollo del cuestionario digital para el público objetivo.
- Aplicación piloto del cuestionario digital.
- Aplicación del cuestionario mediante la herramienta *Google forms*.
- Tabulación de los resultados en *SPSS*.
- Presentación de los resultados de manera gráfica y en texto.

### **Resultados del Diagnóstico de la Situación Actual**

Dentro de este apartado es necesario detallar que se aplica el estudio con base a los datos muestrales obtenidos, para lo cual se presentan los resultados en las tablas con el respectivo análisis e interpretación acordes a las preguntas de la encuesta planteada.

### **Sucursal**

**Tabla N° 3. Sucursal**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
Ambato	40	50,0	50,0
Salcedo	5	6,3	56,3
Ibarra	17	21,3	77,5
Quito	18	22,5	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 3, se puede observar que en la matriz Ambato se levantaron 40 encuestas, mientras que en Quito 18 encuestas, en Ibarra 17 encuestas y en Salcedo 5 encuestas.

Si es importante considerar a las personas que laboran, es así que, dentro de la matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina, trabajan 40 personas, debido a que es la Cooperativa Matriz. En el resto de sucursales se podría crecer con más personal siempre que lo amerite.

### **Sexo**

**Tabla N° 4. Sexo**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
Hombre	27	33,8	33,8
Mujer	53	66,3	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 4, se puede observar que en la Cooperativa respondieron 53 mujeres y 27 hombres.

La mayor parte de colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina son mujeres, debido a que es importante valorar la equidad de género.

## Área en la que trabaja

**Tabla N° 5. Área en la que trabaja**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
Administrativo	28	35,0	35,0
Caja	4	5,0	40,0
Captaciones	23	28,8	68,8
Crédito	18	22,5	91,3
Servicio y atención al cliente	7	8,8	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 5, se puede observar que respondieron 28 personas del área administrativa, 23 de captaciones, 18 personas de área crédito, 7 del área servicio y atención al cliente y 4 del área de caja.

Dentro del área administrativa es donde más personas trabajan por todo lo que conlleva cada uno de los procesos referentes al manejo de una Cooperativa y dentro de caja es suficiente por el momento con una persona por ciudad en la que se encuentra la Cooperativa.

## Tiempo de servicio

**Tabla N° 6. Tiempo de servicio**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
De 1 a 3 años	32	40,0	40,0
De 1 a 3 años	1	1,3	41,3
Más de 5 años	8	10,0	51,3
Menos de 1 año	39	48,8	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### Análisis e interpretación

Con base a los resultados presentados en la tabla 6, se puede observar que, del total de los encuestados, en referencia al tiempo de servicio de los colaboradores de menos de 1 año son 39, de 1 a 3 años son 32 personas, más de 5 años son 8 colaboradores y de 3 a 5 años es 1 colaborador.

La gran mayoría de colaboradores forman parte de la Cooperativa están de tiempo de servicio menos de 1 año y de 1 a 3 años.

## ¿Usted conoce el significado del término de Innovación?

**Tabla N° 7. Significado del término de Innovación**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
Sí	31	38,8	38,8
No	46	57,5	96,3
Tal vez	3	3,8	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### Análisis e interpretación

Con base a los resultados presentados en la tabla 7, se puede observar que 46 colaboradores no conocen el término de innovación, 31 si conocen el dicho término y 3 personas tal vez conocen el significado.

La innovación en las empresas, es importante y claro está en este caso en la Cooperativa, por este motivo el criterio de los colaboradores es que la mayoría no conoce a que se refiere específicamente el significado de innovación.

**¿Indique si la Cooperativa dentro del año 2020 ha sacado al mercado un nuevo servicio financiero?**

**Tabla N° 8. Nuevo servicio financiero**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
Sí	34	42,5	42,5
No	33	41,3	83,8
Tal vez	13	16,3	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 8, se puede observar que 34 colaboradores indican que, dentro del año 2020, la Cooperativa si ha sacado al mercado un nuevo servicio financiero, 33 mencionan que no y 13 indican que tal vez. La gran mayoría de encuestados indican que, si ha sacado al mercado un nuevo servicio financiero la Cooperativa dentro del año 2020.

**¿En referencia a las tendencias del mercado financiero usted considera que la Cooperativa se encuentra a la vanguardia?, considerando que 1 es nada y 5 es mucho.**

**Tabla N° 9. Tendencias del mercado financiero a la vanguardia**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
Nada	8	10,0	10,0
Poco	9	11,3	21,3
Ni mucho, Ni poco	31	38,8	60,0
Bastante	28	35,0	95,0
Mucho	4	5,0	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta



### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 9, se observa que 31 encuestados indican que ni mucho ni poco la Cooperativa se encuentra a la vanguardia del mercado financiero, 28 indican que bastante, 9 que poco, 8 que nada y 4 que mucho. La gran mayoría de los encuestados indican que ni mucho, ni poco la Cooperativa se encuentra a la vanguardia con respecto a la tendencia del mercado financiero.

**En la actualidad, ¿Usted considera que se ha implementado en la Cooperativa un modelo de innovación?, tome en cuenta que “Los modelos de innovación nos permiten aplicar una metodología para el desarrollo de una idea, que nos conduce a una oportunidad de negocio”, considerando que 1 es nada y 5 es mucho.**

**Tabla N° 10. Implementación de un modelo de innovación**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
Poco	9	11,3	11,3
Ni mucho, Ni poco	32	40,0	51,3
Bastante	28	35,0	86,3
Mucho	11	13,8	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados de los encuestados, indican que ni mucho, ni poco se ha implementado en la Cooperativa un modelo de innovación, 28 indican que bastante, 11 que mucho y 9 que poco.

La gran mayoría de encuestados mencionan que ni mucho ni poco se ha implementado en la Cooperativa un modelo de innovación, debido a que estos modelos permiten aplicar una metodología para el desarrollo de una idea, que conduce a una oportunidad de negocio.

**Califique entre 1 y 5 donde 1 es nada y 5 es mucho, su acuerdo con las siguientes afirmaciones: Los productos financieros de la Cooperativa tienen igual o mejor calidad que otros del mercado**

**Tabla N° 11. Valoración de diferentes aspectos de calidad de la cooperativa en%**

Opciones	Nada	Poco	Ni mucho, ni poco	Bastante	Mucho
a) Calidad de los servicios de la Cooperativa	0	26,3	32,5	27,5	13,8
b) Los clientes de la cooperativa demandan permanentemente de productos financieros innovadores	1,3	26,3	20,0	33,8	18,8
c) Los productos financieros actuales solucionan los problemas de los socios	6,3	15,0	23,8	18,8	36,3
d) Los clientes de la cooperativa están abiertos a escuchar nuevas ideas	5,0	17,5	22,5	21,3	33,8
e) Los trabajadores de la cooperativa están predispuestos a aportar con nuevas ideas	0,0	11,3	17,5	27,5	43,8
f) Los directivos de la cooperativa están atentos a escuchar nuevas ideas de productos	2,5	8,8	20,0	21,3	47,5
Promedio	2,5	17,50	22,71	25,00	32,29

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

## **Análisis e interpretación**

- a) Con base a los resultados presentados en la tabla 11, se observa que el 32,5% encuestados indican que, ni mucho ni poco los productos financieros de la Cooperativa tienen igual o mejor calidad que otros del mercado, 27,5% indican que bastante, 26,3% que poco y 13,8% que mucho.

La gran mayoría de encuestados indican que ni mucho ni poco, los productos financieros de la Cooperativa tienen igual o mejor calidad que otros del mercado.

- b) Con base a los resultados presentados en la tabla 11, se observa que 18,8% de los encuestados indican que bastante los usuarios de la Cooperativa demandan permanentemente de productos financieros innovadores, 26,3% indican que poco, 20% que ni mucho ni poco, 18,8% que mucho y 1,3% que nada.

La gran mayoría de encuestados indican que bastante los usuarios de la Cooperativa demandan permanentemente de productos financieros innovadores, lo cual es un indicador para implementar un modelo de innovación que aporte a mejorar los servicios de la Cooperativa.

- c) Con base a los resultados presentados en la tabla 11, se observa que 33,8% encuestados indican que mucho los productos financieros actuales solucionan los problemas de los socios, 22,5% que ni mucho ni poco, 21,3% indican que bastante, 17,5% que poco y 5% que nada.

La gran mayoría de encuestados indican que mucho los productos financieros actuales solucionan los problemas de los socios, debido a que como dice el dicho “el que no se endeuda no tiene nada”, es así que los socios prefieren adquirir productos financieros y de una Cooperativa.

- d) Con base a los resultados presentados en la tabla 11, se observa que 33,8% encuestados indican que mucho los productos financieros actuales solucionan los problemas de los socios, 23,8% que ni mucho ni poco, 18,8% indican que bastante, 15% que poco y 6,3% que nada.

La gran mayoría de encuestados indican que mucho los productos financieros actuales solucionan los problemas de los socios, debido a que ayudan de una o de otra manera a la solvencia económica.

- e) Con base a los resultados presentados en la tabla 11, se observa que 43,8% colaboradores están dispuestos a aportar con nuevas ideas, 27,5% personas indican que bastante, 17,5% que ni mucho ni poco y 11,3% personas indican que poco.

Las nuevas ideas son de beneficio para todos quienes de una o de otra manera forman parte de la Cooperativa, tanto para clientes internos como para externos, es por esto que la gran mayoría de colaboradores indican que mucho estarían dispuestos a aportar con nuevas ideas.

- f) Con base a los resultados presentados en la tabla 11, se observa que en el caso que los directivos de la Cooperativa están atentos a escuchar nuevas ideas de productos, indican 47,5% personas que mucho, 21,3% que bastante, 20% que ni mucho ni poco, 8,8% que poco y 2,5% personas indican que nada.

Es importante que los directivos den la oportunidad de escuchar a los demás, especialmente si tienen nuevas ideas, ideas innovadoras que beneficien a la Cooperativa.

En relación a los promedios alcanzados es necesario destacar que la mayoría de los encuestados indican encontrarse en un rango de bastante y mucho, con más de un 57%, debido a que existen varios aspectos de mejora, en los cuales la Cooperativa debe realizarlos mediante un modelo de innovación.

**¿Dentro de su conocimiento de la Cooperativa usted considera que la misma ha tenido que cambiar o modificar algún proceso para cumplir con los controles que exige SEPS?, considerando que 1 es nada y 5 es mucho**

**Tabla N° 12. Modificar algún proceso para cumplir con los controles que exige SEPS**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
Poco	3	3,8	3,8
Ni mucho, Ni poco	24	30,0	33,8
Bastante	31	38,8	72,5
Mucho	22	27,5	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 12, se observa que 31 de los encuestados indican que bastante, 24 que ni mucho ni poco, 22 que mucho y 3 que poco, la Cooperativa ha tenido que cambiar o modificar algún proceso para cumplir con los controles que exige la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

La gran mayoría de encuestados mencionan que bastante ha tenido la Cooperativa que cambiar o modificar algún proceso para cumplir con los controles que exige SEPS, debido a que es una Institución relativamente nueva y debe crecer paulatinamente.

**¿En cuáles de las siguientes temáticas ha recibido capacitación por parte de la Cooperativa? Innovación**

**Tabla N° 13. Capacitación en innovación**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
Sí	34	42,5	42,5
No	46	57,5	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 13, se observa que 46 de los encuestados indican que no y 34 indican que, si han recibido capacitación acerca de la Innovación, por parte de la Cooperativa.

Es importante mantener los capacitados a los colaboradores para que puedan desenvolverse en los diferentes ámbitos y en este caso la Cooperativa si ha logrado capacitar a varios colaboradores en el tema de innovación.

### **Servicio y atención al cliente**

**Tabla N° 14. Servicio y atención al cliente**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
No	15	18,8	18,8
Si	65	81,3	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 14, se observa que 65 de los encuestados indican que sí y 15 indican que no han recibido capacitación acerca de la atención y servicio al cliente, por parte de la Cooperativa.

El servicio y atención hacia los clientes es muy importante en todas las empresas, es así que la gran mayoría de encuestados mencionan que la Cooperativa si se ha preocupado por impartirles capacitación acerca de este tema.

### **Dirección Estratégica**

**Tabla N° 15. Dirección Estratégica**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
No	50	62,5	62,5
Si	30	37,5	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 15, se observa que 50 de los encuestados indican que no y 30 indican que, si han recibido capacitación acerca de la dirección estratégica, por parte de la Cooperativa.

Dentro de la Cooperativa es importante manejar este tema denominado dirección estratégica, es así que la gran mayoría de los colaboradores indican que no les han impartido este tema, pero si se debe enfocarse en capacitarse debido a que es el proceso para presentar estrategias para un mejor desarrollo de la misma.

### **Coaching**

**Tabla N° 16. Coaching**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
No	64	80,0	80,0
Si	16	20,0	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 16, se observa que 64 de los encuestados indican que no y 16 indican que, si han recibido capacitación acerca del tema de coaching, por parte de la Cooperativa.

El coaching empresarial es muy importante, es así que se debe como Cooperativa capacitar a los colaboradores en este tema, debido a que el objetivo principal del mismo es lograr la satisfacción personal de los trabajadores de la misma.

### **Capacitación para Asesores de Caja y Atención al Cliente**

**Tabla N° 17. Caja y Atención al Cliente**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
No	22	27,5	27,5
Si	58	72,5	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 17, se observa que 58 de los encuestados indican que sí y 22 indican que no han recibido capacitación acerca del tema Asesores de Caja y Atención al Cliente, por parte de la Cooperativa.

La gran mayoría de colaboradores indican que, si se ha preocupado la Cooperativa en brindarles capacitación acerca del tema para asesores de caja y atención al cliente, manejo de conflictos, en fin, trato al cliente, debido a que son importantes para el crecimiento de la misma.

### **Liderazgo, Comunicación y Trabajo en equipo**

**Tabla N° 18. Liderazgo, Comunicación y Trabajo en equipo**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>% válido</b>	<b>% acum.</b>
No	26	32,5	32,5
Si	54	67,5	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Con base a los resultados presentados en la tabla 18, se observa que 54 de los encuestados indican que sí y 26 indican que no han recibido capacitación acerca del tema de Liderazgo, Comunicación y Trabajo en equipo, por parte de la Cooperativa.

El Liderazgo, Comunicación y Trabajo en equipo se debe manejar de la mejor manera debido a que son temas bastante relevantes para el manejo de la Cooperativa, es así que la mayoría indica que si les han brindado capacitación en estos temas por parte de la Cooperativa.



## Gestión de Microcrédito

**Tabla N° 19. Gestión de Microcrédito**

Opciones	Frecuencia	% válido	% acum.
No	31	38,8	38,8
Si	49	61,3	100,0
Total	80	100,0	

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### Análisis e interpretación

Con base a los resultados presentados en la tabla 19, se observa que 49 de los encuestados indican que sí y 31 indican que no han recibido capacitación acerca del tema gestión de microcrédito, por parte de la Cooperativa.

Los microcréditos son importantes en una entidad financiera y claro está, dentro de la Cooperativa, debido a que representan un nivel económico o un medio de desarrollo para las personas, es así que la Cooperativa si les han brindado capacitación en este tema, según indican la gran mayoría de colaboradores.

**Califique de 1 a 5 donde 1 es nada y 5 es mucho, la importancia que sus clientes le dan a los siguientes factores: A la innovación de productos y servicios**

**Tabla N° 20. Importancia que sus clientes le dan a los diferentes factores**

Opciones	Bastante	Mucho	Nada	Ni mucho, ni poco	Poco
a) A la innovación de productos y servicios	37,5	11,25	0	47,5	3,75
b) La calidad de productos y servicios financieros	36,25	31,25	0	27,5	5
c) El costo de productos y servicios financieros	46,25	17,5	0	31,25	5
d) Los requisitos para acceder a productos y servicios	45	2,5	31,25	21,25	
e) Variedad de productos y/ o servicios financieros	35	22,5	0	41,25	1,25
Promedio	38,75	25,5	0,5	35,75	7,25

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

- a) Con base a los resultados presentados en la tabla 20, se observa que 47,5% de los encuestados indican que ni mucho ni poco, 37,5% que bastante, 11,3% que mucho y 3,8% indican que poco, según la calificación a la importancia que los clientes le dan a la innovación de productos y servicios.
- b) Con base a los resultados presentados en la tabla 20, se observa que 36,3% de los encuestados indican que bastante, 31,3% que mucho, 27,5% que ni mucho ni poco y 5% indican que poco, según la calificación a la calidad de productos y servicios financieros.
- c) Con base a los resultados presentados en la tabla 20, se observa que 46,3% de los encuestados indican que bastante, 31,3% que ni mucho ni poco, 17,5% que mucho y 5% indican que poco, según la calificación al costo de productos y servicios financieros.
- d) Con base a los resultados presentados en la tabla 20, se observa que 45% de los encuestados indican que bastante, 31,3% que mucho, 5% que ni mucho ni poco y 2,5% indican que nada, según la calificación a los requisitos para acceder a productos y servicios.
- e) Con base a los resultados presentados en la tabla 20, se observa que 41,3% de los encuestados indican que ni mucho, 35% que bastante, 22,5% que mucho y 1,3% indica que poco, según la calificación a la variedad de productos y/o servicios financieros.

La gran mayoría de colaboradores mencionan que la Cooperativa tiene ni mucho ni poca variedad de productos y/o servicios financieros para beneficio de la colectividad.

## Interahorro a la vista

**Tabla N° 21. Importancia Impacto favorable de la innovación en los aspectos de los productos financieros**

Opciones	Bastante	Mucho	Nada	Ni mucho, ni poco	Poco
a) Interahorro a la vista	32,5	25,0	2,5	17,5	22,5
b) Interahorro programado	30,0	28,8		17,5	23,8
c) Interahorro infantil	30,0	37,5		15,0	17,5
d) Interahorro fácil	27,5	35,0		22,5	15,0
e) Depósito a plazo fijo	6,3	20,0	38,8	8,8	26,3
f) Microcrédito	27,5	36,3		10,0	26,3
Promedio	25,6	30,4	20,6	15,2	21,9

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Encuesta

### Análisis e interpretación

- a) Con base a los resultados presentados en la tabla 21, se observa que 32,5% de los encuestados indican que bastante, 25% que mucho, 22,5% que poco, 17,5% que ni mucho ni poco y 2,5% indican que nada, según la calificación al interahorro a la vista.

Respecto al interahorro a la vista la mayoría de los colaboradores indica que es un buen servicio lo cual representa un aspecto interesante en el posicionamiento y crecimiento de la cooperativa en el mercado nacional.

- b) Con base a los resultados presentados en la tabla 21, se observa que 30% de los encuestados indican que bastante, 28,8% que mucho, 23,8% que poco y 17,5% indican que ni mucho ni poco, según la calificación al interahorro programado.

El interahorro programado es un servicio que la gran mayoría indica que aporta en el mejoramiento de la calidad de vida de los socios lo cual con ello cumple la misión de ser de la cooperativa.

- c) Con base a los resultados presentados en la tabla 21, se observa que 28,8% de los encuestados indican que mucho, 30% que bastante, 23,8% que poco

y 17,5 % indican que ni mucho ni poco, según la calificación al interahorro infantil.

Es importante enseñarles a los infantes al ahorro del dinero, es así que la cooperativa brinda este servicio para que puedan depositar los mismos. Es por ello, que se mantiene una tendencia en que se considera que, si existe un buen servicio en el mercado, pero, hay ciertos aspectos que se pueden mejorar para tener un producto altamente competitivo.

- d) Con base a los resultados presentados en la tabla 21, se observa que 37,5% de los encuestados indican que mucho, 30% que bastante, 15% que ni mucho ni poco y 17,5% indican que poco, según la calificación al interahorro fácil.

El producto de interahorro fácil la mayoría es consciente que es un buen producto, pero si existen mejoras que se le pueden realizar al servicio antes mencionado, de tal manera que se pueda generar una innovación en el producto financiero.

- e) Con base a los resultados presentados en la tabla 21, se observa que 38,8% de los encuestados indican que mucho, 26,3% que poco, 20% que bastante, 8,8% que ni mucho ni poco y 6,3% indican que nada, según la calificación al Depósito a plazo fijo.

La cooperativa si tienen muchos clientes que acceden a este servicio del depósito a plazo fijo, debido a que es una manera de invertir el dinero para adquirir ganancias según el tiempo que requieran. Es necesario indicar que los colaboradores indican que, si existe una manera de mejorar el producto a plazo fijo.

- f) Con base a los resultados presentados en la tabla 21, se observa que 36,3% de los encuestados indican que mucho, 27,5% que bastante, 26,3% que poco y 10% indican que ni mucho ni poco, según la calificación al Microcrédito.

Varios de los clientes prefieren utilizar los microcréditos porque es una forma más fácil para poder pagarlos, debido a que son montos pequeños, es

así que la gran mayoría de encuestados indican que la Cooperativa tiene mucho con respecto a los que han accedido a los mismos.

En referencia los resultados antes detallados es necesario concluir que según los promedios en referencia a los impactos favorables de la innovación en los aspectos de los productos financieros es necesario describir que más del 55% de los encuestados indica que están entre bastante y mucho, donde es un indicador donde se evidencia la necesidad de un modelo de innovación que aporte a una mejora continua de los productos financieros que al momento oferta la cooperativa al mercado.

## **CAPÍTULO III.**

### **PRODUCTO**

#### **Nombre de la Propuesta**

Modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros.

#### **Definición del Tipo de Producto**

Es necesario destacar que el modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros, tiene cuatro elementos los cuales se detallan a continuación:

- **Diagnóstico estratégico:** el mismo tiene la finalidad de establecer un lienzo donde se puedan determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene el sector, lo cual aporta a generar una visión que se encuentre pegada a la realidad.
- **Estudio de analítica de datos:** se establece la necesidad de analizar el o los segmentos de mercado a los cuales actualmente la cooperativa direcciona sus servicios financieros, todo ello con la finalidad de establecer servicios que se encuentren ajustados a la realidad del mercado.
- **Dashboard:** se establece la necesidad de que la cooperativa cuente con un control de indicadores, de tal manera que se pueda visualizar el estado de la Cooperativa.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

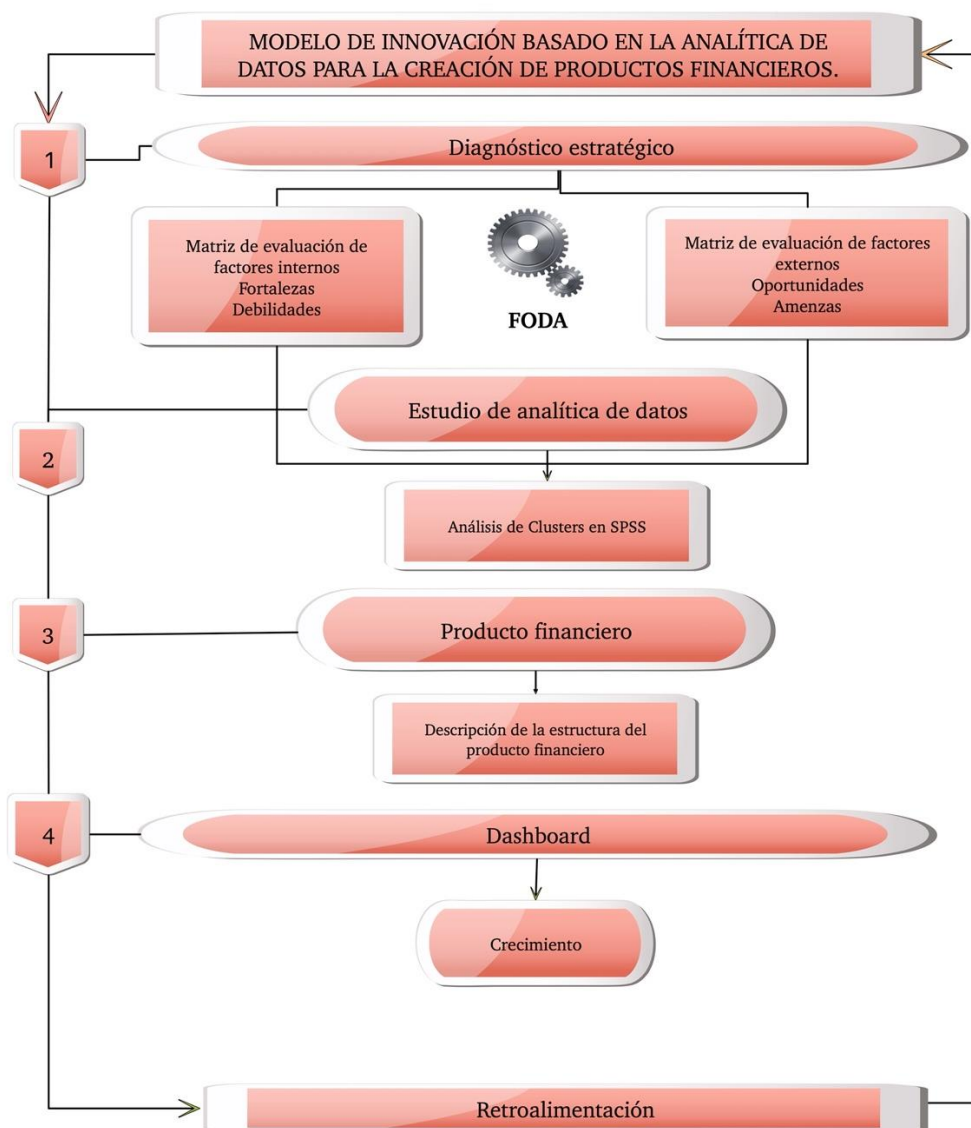
Proponer un modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros.

### **Objetivos específicos**

- Diagnosticar la posición estratégica Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina.
- Analizar los clústeres existentes de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina.
- Proponer el producto financiero, según el modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros.

### **Diagrama de flujo del modelo de innovación**

A continuación, se presenta el diagrama de flujo en el que indica los pasos a seguir para el modelo de innovación, basado en la analítica de datos:



**Imagen N° 6. Diagrama de flujo del modelo de innovación**

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Cooperativa Interandina

**Explicación de cómo la propuesta contribuye a solucionar las insuficiencias identificadas en el diagnóstico**

Se procede a explicar en cómo la propuesta aporta a generar nuevos productos financieros, todo ello con la finalidad que establezca una visión clara de a donde se pretende llegar con el modelo de innovación basado en la analítica de datos, para lo cual es necesario detallar lo siguiente:



**Cuadro N° 4. Contribución del modelo de innovación basado en la analítica de datos**

<b>Proceso</b>	<b>Detalle de como contribuye la propuesta de solución</b>
Diagnóstico estratégico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Determinar de manera clara las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la cooperativa.</li><li>• Identificación de los problemas existentes en la cooperativa.</li><li>• Establecer un conocimiento profundo sobre la institución.</li></ul>
Analítica de datos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Necesidad de contar con estrategias robustas y planes contingentes basados en diferentes escenarios posibles y probables.</li><li>• Análisis en profundidad de los resultados y método de las conjeturas, considerado en dimensiones: económico, demográfico, sociocultural, político legal, tecnológico y ambiental.</li><li>• Disminuir el riesgo de fracaso de al momento de desarrollar un nuevo producto financiero.</li></ul>
Control del modelo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Determina la gestión que se propone en el modelo de innovación.</li><li>• Fomenta el control en las diferentes áreas de la organización.</li><li>• Aporta a generar un proceso de retroalimentación de ser necesario en referencia a los resultados.</li></ul>

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** información de diferentes Cooperativas

En el cuadro antes detallado, se describe la contribución de la propuesta a la cooperativa para lo cual se determina que se divide en tres componentes que aportan a la estructura misma del modelo de innovación.

### **Diagnóstico estratégico**

En referencia al diagnóstico estratégico es necesario destacar que se procede a realizar un análisis de los factores internos y externos de la cooperativa, con el fin de establecer los factores claves del éxito, todo ello mediante un análisis de prospectiva estratégica con la metodología Mic-Mac, donde se considera lo siguiente:

En el cuadrante I, se detallan las variables influyentes o determinantes, es decir el relé las mismas tienen como objetivo mostrar de manera determinante sobre qué aspectos se puede trabajar para determinar un nuevo servicio financiero.

El cuadrante II, se presentan las variables influenciadoras, es decir las que son poco dependientes, pero inciden en el escenario de la organización.

Cuadrante III, se detallan las que son poco influyentes, es decir que en dichos factores no van a incidir de gran manera en los resultados que se desea alcanzar.

Cuadrante IV, se visualiza las variables dependientes, estas se caracterizan por ser las de más baja motricidad y alta dependencia.

Es necesario describir que el análisis Mic-Mac (matrices de impactos cruzados, multiplicación aplicada para una clasificación), es un análisis que aporta en gran medida a establecer una reflexión en el entorno de la organización, de tal manera que se pueda visualizar un panorama claro de las nuevas estrategias a implementar.

### **Análisis de factores internos**

A continuación, se presenta este aspecto en la siguiente tabla con el detalle de los factores internos a ser analizados:

**Cuadro N° 5. Análisis de factores internos**

<b>N°</b>	<b>Factor a analizar</b>	<b>Código</b>
1	Alianzas estratégicas	Alianza1
2	Análisis de socios	Análisi2
3	Apoyo de instituciones gubernamentales	Apoyo d3
4	Capacitación	Capacit4
5	Clima Laboral	Clima L5
6	Comunicación digital	Comunic6
7	Dirección estratégica	Direcci7
8	Diversificación de productos financieros	Diversi8
9	Fidelización de socios	Fideliz9
10	Gestión para otorgar crédito	Gestión10
11	Indicadores financieros	Indicad11
12	Infraestructura	Infraes12

N°	Factor a analizar	Código
13	Marca	Marca13
14	Modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros	Modelo 14
15	Morosidad en la cartera	Morosid15
16	Motivación a los empleados	Motivac16
17	Número de socios	Número 17
18	Personas y habilidades	Persona18
19	Proceso de crédito y cobranza	Proceso19
20	Publicidad	Publici20
21	Servicio y atención al socio	Servici21
22	Sistema de información gerencial	Sistema22

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** información de diferentes Cooperativas

Como se puede visualizar en el cuadro anterior el total de los factores internos a ser analizados son veinte y dos, lo cual representa que se puede generar un análisis eficiente dentro del software Mic Mac. Es necesario detallar que para dicho análisis se utiliza la siguiente escala de ponderación:

0: no tiene ninguna influencia

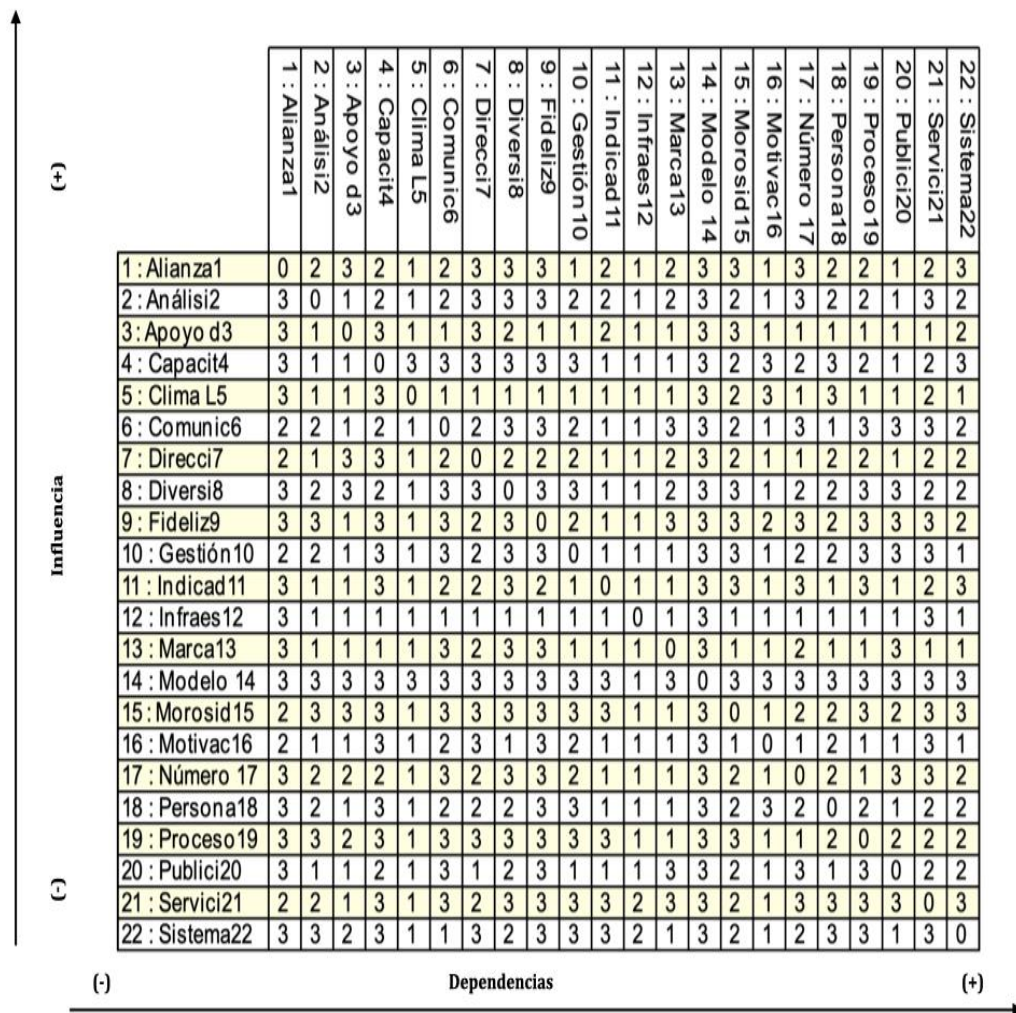
1: se considera que es un impacto bajo para el análisis.

2: se considera que es un impacto medio para el análisis.

3: se considera que es un impacto alto para el análisis.

Cabe destacar que para realizar dicho análisis se consideró el criterio de tres profesionales, mismos que están involucrados directamente en la toma de decisiones de la Cooperativa.

En la siguiente figura, se procede a detallar la matriz de influencias directas (MID), la misma que se encuentra descrita con 22 factores, donde se establece cual es el impacto que tiene cada uno de los mismos.

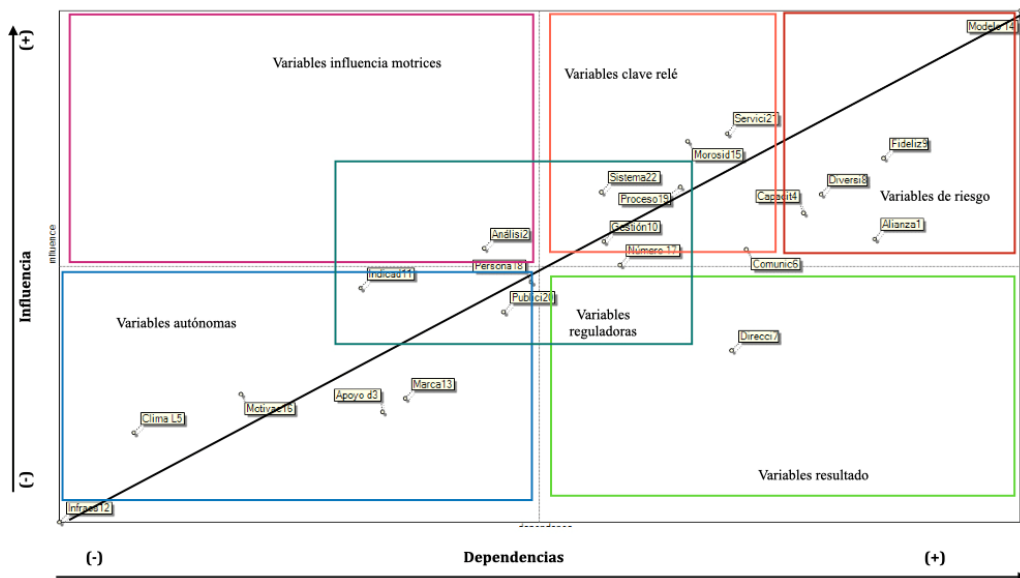


**Imagen N° 7. Matriz de influencias directas – factores internos**

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: Cooperativa Interandina

Ahora, en la figura del plano de impacto directo de las variables, se puede visualizar en un plano cartesiano la influencia que tiene cada una de las variables sobre la toma de decisiones de la Cooperativa. En la misma figura se puede determinar las 5 variables de riesgo, así como las 6 variables clave o relé.



**Imagen N° 8. Plano de impacto directo – factores internos**

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: Cooperativa Interandina

A continuación, se clasifican las variables clave, así como las de riesgo, las cuales, se las puede visualizar en el plano de impacto directo.

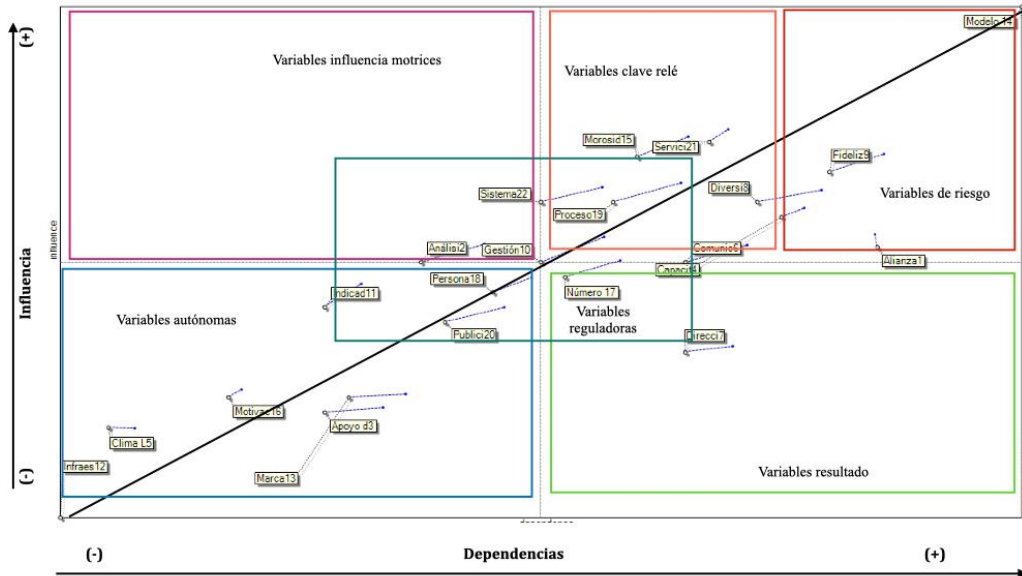
**Cuadro N° 6. Variables clave y de riesgo de los factores internos**

Factor a analizar	Código	Variables Mic Mac
Alianzas estratégicas	Alianza1	Variable de riesgo
Capacitación	Capacit4	Variable de riesgo
Comunicación digital	Comunic6	Variable clave
Diversificación de productos financieros	Diversi8	Variable de riesgo
Fidelización de socios	Fideliz9	Variable de riesgo
Gestión para otorgar crédito	Gestión10	Variable clave
Modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros	Modelo 14	Variable de riesgo
Morosidad en la cartera	Morosid15	Variable clave
Proceso de crédito y cobranza	Proceso19	Variable clave
Servicio y atención al socio	Servici21	Variable clave
Sistema de información gerencial	Sistema22	Variable clave

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: información de diferentes Cooperativas

En la figura del plano de desplazamientos de los factores, se presenta el desplazamiento proyectado que tendría cada una de las variables si se trabaja en ellas con algún tipo de estrategias, es por ello que se identifican 3 variables de riesgo y 5 variables clave o relé.



**Imagen N° 9. Plano de los desplazamientos de las variables de los factores internos**

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Cooperativa Interandina

Una vez realizada la clasificación de las variables, se hace necesario establecer cuáles son los factores más relevantes al trabajar sobre ellos mediante una estrategia, para determinar cuál sería su desplazamiento, por lo tanto, se puede visualizar que si existe una variación de estos.

**Cuadro N° 7. Desplazamiento de las variables clave y de riesgo de los factores internos**

<b>Factor a analizar</b>	<b>Código</b>	<b>Variables</b>
Alianzas estratégicas	Alianza1	Variable de riesgo
Comunicación digital	Comunic6	Variable clave
Diversificación de productos financieros	Diversi8	Variable clave
Fidelización de socios	Fideliz9	Variable de riesgo
Modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros	Modelo 14	Variable de riesgo
Morosidad en la cartera	Morosid15	Variable clave
Proceso de crédito y cobranza	Proceso19	Variable clave
Servicio y atención al socio	Servici21	Variable clave

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** información de diferentes Cooperativas

### **Análisis de factores externos**

A continuación, se presenta este aspecto en la siguiente tabla con el detalle de los factores externos a ser analizados:

**Cuadro N° 8. Análisis de factores externos**

<b>N°</b>	<b>Factor a analizar</b>	<b>Código</b>
1	Activos de las cooperativas	Activos1
2	Amenaza de nuevos competidores entrantes	Amenaza2
3	Cobertura de la cartera en riesgo	Cobertu5
4	Costo de cambio del usuario	Costo d6
5	Crecimiento de los ingresos financieros de las cooperativas	Crecimi7
6	Cultura de compra de las personas	Cultura8
7	Depósitos en el sistema financiero	Deposit9
8	Desempleo	Desempl10
9	Diferenciación del producto	Diferen12
10	El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida”	El Plan14
11	Igualdad de Género	Igualda15
12	Interculturalidad	Intercu16
13	Ley de Economía Popular y Solidaria	Ley de 17
14	Morosidad del subsistema cooperativas	Morosid18
15	Pasivos de las cooperativas	Pasivos19

N°	Factor a analizar	Código
16	Patrimonio técnico del subsistema de cooperativas	Patrimo20
17	Poder negociador de los clientes	Poder n21
18	Políticas sociales de responsabilidad social	Polític22
19	Tendencias en la promoción y publicidad	Tendenc24
20	Uso del internet y redes sociales	Uso del25

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** información de diferentes Cooperativas

Como se puede visualizar en el cuadro anterior el total de los factores externos a ser analizados son veinte, lo cual representa que se puede generar un análisis eficiente dentro del *software Mic Mac*. Es necesario detallar que para dicho análisis se utiliza la siguiente escala de ponderación:

0: no tiene ninguna influencia

1: se considera que es un impacto bajo para el análisis.

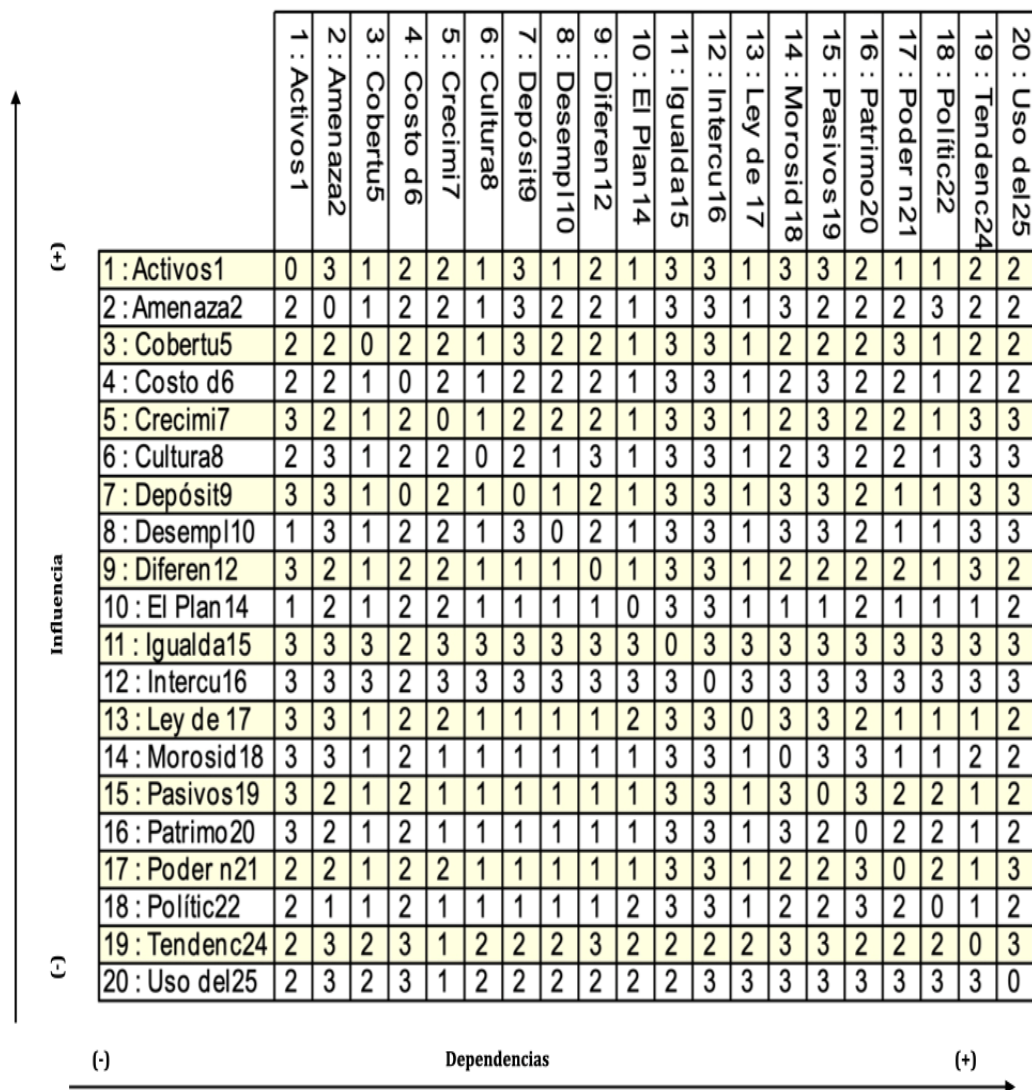
2: se considera que es un impacto medio para el análisis.

3: se considera que es un impacto alto para el análisis.

Cabe destacar que para realizar dicho análisis se consideró el criterio de tres profesionales, mismos que están involucrados directamente en la toma de decisiones de la Cooperativa.

En la siguiente figura, se procede a detallar la matriz de influencias directas (MID), la misma que se encuentra descrita con 20 factores, donde se establece cual es el impacto que tiene cada uno de los mismos.



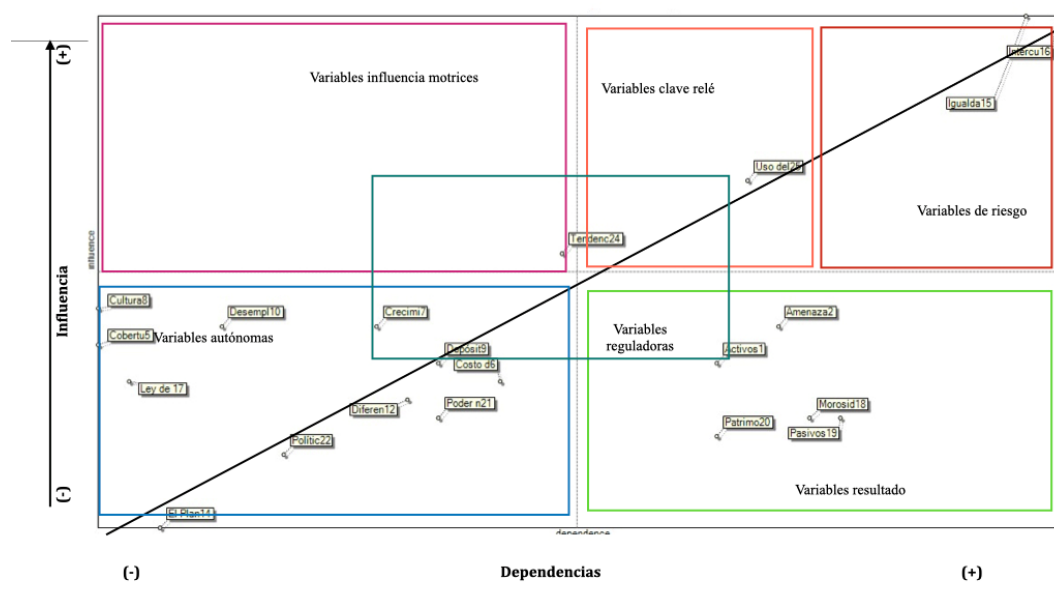


**Imagen N° 10. Matriz de influencias directas – factores externos**

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: Cooperativa Interandina

Ahora, en la figura del plano de impacto directo de las variables, se puede visualizar en un plano cartesiano la influencia que tiene cada una de las variables sobre la toma de decisiones de la Cooperativa. En la misma figura se puede determinar las 2 variables de riesgo, así como las 1 variables clave o relé.



**Imagen N° 11. Plano de impacto directo – factores externos**

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: Cooperativa Interandina

Una vez realizada la clasificación de las variables, se hace necesario establecer cuáles son los factores más relevantes al trabajar sobre ellos mediante una estrategia, para determinar cuál sería su desplazamiento, por lo tanto, se puede visualizar que si existe una variación de estos.

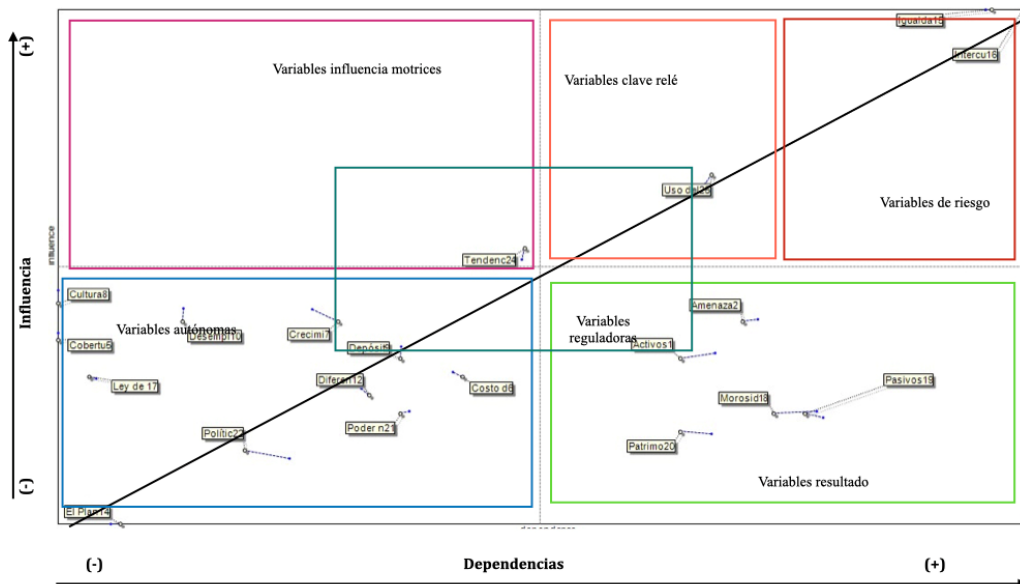
**Cuadro N° 9. Variables clave y de riesgo de los factores externos**

Factor a analizar	Código	Variables Mic Mac
Igualdad de Género	Igualda15	Variable de riesgo
Interculturalidad	Intercu16	Variable de riesgo
Uso del internet y redes sociales	Uso del25	Variable clave

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: información de diferentes Cooperativas

En la figura del plano de desplazamientos de los factores, se presenta el desplazamiento proyectado que tendría cada una de las variables si se trabaja en ellas con algún tipo de estrategias, es por ello que se identifican 2 variables de riesgo y 1 variables clave o relé.



**Imagen N° 12. Plano de los desplazamientos de las variables de los factores externos**

**Elaborado por:** Santiago Caguana

**Fuente:** Cooperativa Interandina

### **Análisis de los clústeres existentes de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina**

Para realizar el análisis es necesario destacar que se ha considerado el historial de la base de datos de los socios de la Cooperativa, con la finalidad que el mismo aporte con información de alto valor para la elaboración de la solución dentro del presente documento.

En primera instancia se baja la base de datos a *Microsoft Excel*, la misma que se exporta al *software* de análisis estadístico *SPSS*, donde se crea cada una de las variables con la estructura correspondiente. En segunda instancia se procede a utilizar la herramienta de *marketing* directo en el análisis de clústeres, donde es necesario indicar que se debe realizar varios ensayos para establecer el modelo que más de ajuste a la base de datos. A continuación, se presenta los resultados:

<b>Algoritmo</b>	Bietápico
<b>Entradas</b>	3
<b>Clústeres</b>	2

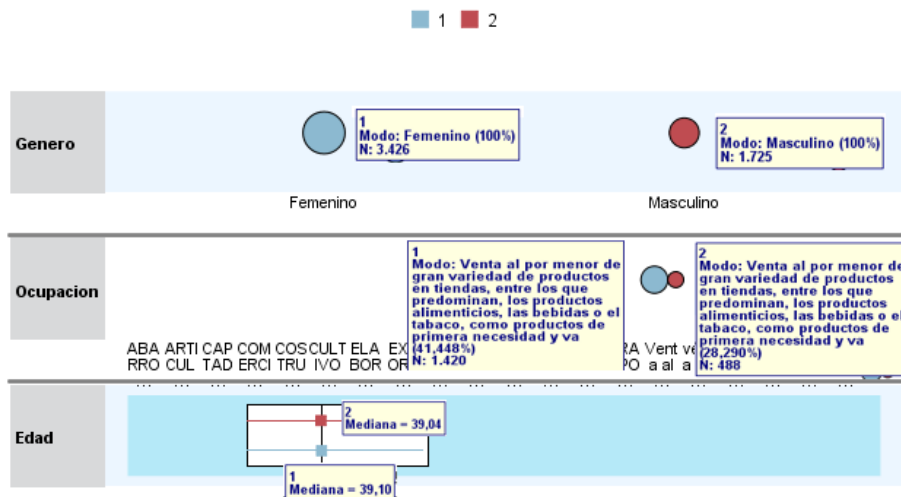


**Imagen N° 13. Calidad del clúster**

Elaborado por: Santiago Caguana

Fuente: Cooperativa Interandina

En la figura anterior se puede evidenciar que el algoritmo de carácter *bietápico*, posee tres entradas, con dos clústeres claramente identificados, dentro de la medida de cohesión muestra una silueta que es superior al 0,5, lo cual permite identificar que la segmentación es altamente válida.

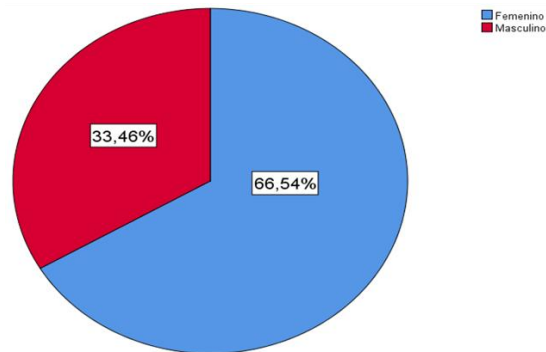


**Imagen N° 14. Estructura de los clústeres**

Elaborado por: Santiago Caguana

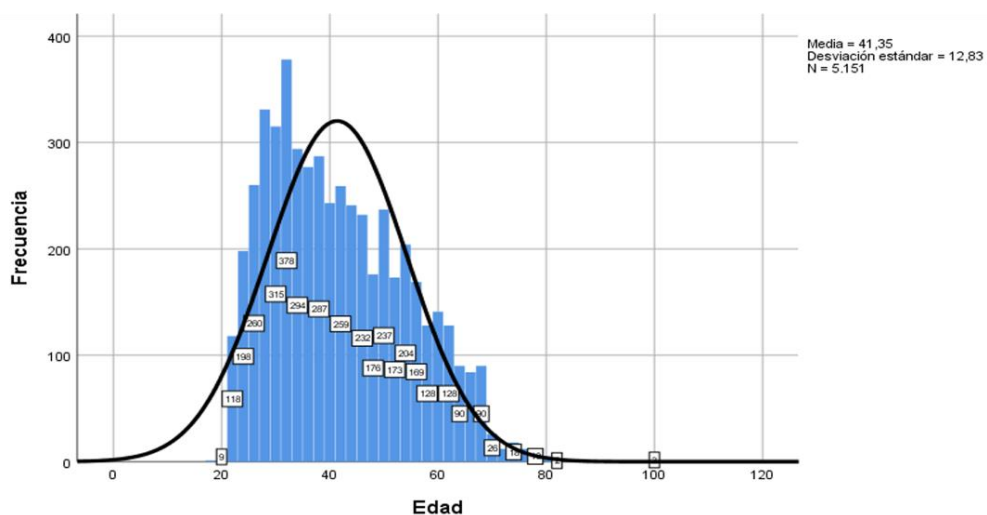
Fuente: Cooperativa Interandina

En la figura “estructura de los clústeres” se puede evidenciar que existen dos, los mismos que están segmentados según el género, de color celeste Femenino y de color rojo Masculino, adicionalmente la ocupación y la edad según corresponda, donde es necesario destacar que el segmento femenino ocupa un porcentaje mayor y cumple con ciertas características en la ocupación, así como en la edad, lo que indica que es potencial para la adquisición de un nuevo producto financiero.



**Imagen N° 15. Porcentajes de los clústeres**  
 Elaborado por: Santiago Caguana  
 Fuente: Cooperativa Interandina

Como dato adicional se presenta los porcentajes de cada clúster, es decir, femenino con un 66,54% y masculino con un 33,46%.



**Imagen N° 16. Histograma de edades de los clústeres**  
 Elaborado por: Santiago Caguana  
 Fuente: Cooperativa Interandina

En el histograma de edades se puede evidenciar que la mayor frecuencia recae entre 20 y 49 años de edad, donde se recomienda establecer un nuevo producto financiero que se ajuste dentro del rango indicado.

### **Producto financiero para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina**

Es importante mencionar que este producto financiero es el resultado del análisis estratégico realizado mediante la metodología *MicMac*, así como, el estudio de los clústeres en el *software* estadístico *SPSS*. Se destaca que el producto financiero se ajusta a las necesidades de la Cooperativa como también de los socios.

Dentro del producto financiero se considera una línea de crédito denominada “Crédito Violeta” que se va a ofertar específicamente al género femenino, que se han visto afectas en la emergencia sanitaria por la Covid-19, con el fin de ayudar al desarrollo económico con énfasis en aquellas en mayor dificultad, productoras, microempresarias, emprendedoras, artesanas, entre otras.

Es importante mencionar que según la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (2021), el presidente de la República del Ecuador resaltó la importancia que el Gobierno le ha dado a la reducción de la inequidad donde indica: “Qué orgullo poder decir que tenemos el mayor porcentaje de emprendedoras de la región, con 34%. La mujer ecuatoriana es decidida, creativa y puede llevar las riendas de la economía familiar sin problema”.

Cabe mencionar que dentro de la investigación del producto financiero se destaca que al revisar varias páginas *web* de distintas Cooperativas de Ahorro y Crédito, no se encontró ninguna oferta del crédito violeta mencionado.

### **Estructura del Crédito Violeta – BanEcuador**

Las características de este crédito se detallan a continuación:

- Créditos de capital de trabajo – Activos Fijos

- Destino: Crédito orientado al emprendimiento o fortalecimiento de actividades económicas que serán desarrolladas por mujeres.
- Monto:
  - Con un monto de \$ 300 a \$ 1000 se tienen plazo de 3 meses
  - Con un monto de \$ 1000 a \$ 1500 se tienen plazo de 6 meses
  - Con un monto de \$ 1501 a \$ 2000 se tienen plazo de 12 meses
  - Con un monto de \$ 2001 a \$ 3000 se tienen plazo de 24 meses
- Financiamiento del 100%: Mínimo \$300 – máximo \$3.000. Sin firma del conyugue.
- Edad mínima: 21 años
- Seguros: Desgravamen
- Solca: 0,5%
- Tasas de interés: La definida por el ALCO
- Condiciones - Experiencia en el negocio:
  - Mínimo 6 meses: desde \$ 300 - hasta \$ 1000
  - Mínimo 1 año: desde \$ 1001 - hasta \$ 2000
- Requisitos Básicos:
  - Original y copia a color de las cédulas de todos los participantes.
  - Original y copia del documento que justifique el negocio/ingresos (Facturas-Rise-Ruc)
  - Original y copia de impuestos Municipales (Carta de Pago)
  - Original y copia de un servicio básico donde se vea claramente la dirección del negocio





## CONCLUSIONES

- En referencia a establecer los fundamentos teóricos necesarios para el modelo de innovación basado en la analítica de datos, es necesario describir que resultado importante que se evidencie conceptos de lo referente a la inteligencia de negocios en la era Covid, así también es importante describir que en un futuro se integre el concepto de la industria 4.0.
- En cuanto al análisis de la capacidad tecnológica, humana y de datos, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina, es necesario indicar que existe una gran factibilidad para la creación productos financieros los cuales tienen un valor diferenciador en el mercado debido a que estos son creados a partir de la necesidad de los usuarios.
- Para el modelo de innovación basado en la analítica de datos que aporta en la creación de productos financieros es necesario describir que las fases descritas son importantes y necesarias ejecutarlas en el orden indicado.

## RECOMENDACIONES

- Como principal recomendación en referencia a la fundamentación teórica se debe indicar que resulta importante que en un futuro se integre como una línea de investigación, la prospectiva estratégica de tal manera que se pueda integrar al modelo de innovación los resultados obtenidos.
- En referencia al análisis de la capacidad tecnológica, se recomienda que se debe establecer análisis estadísticos que aporten información de manera semanal, de preferencia en *PowerBI*, así como en *SPSS*.
- Se recomienda que el control del modelo de innovación se lo realice cada seis meses, de tal manera que la organización pueda contar con información a tiempo para establecer cualquier tipo de retroalimentación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, E., & Bernal, C. (2017). Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano. *Información tecnológica* , 28 (1), 65–76. <https://doi.org/10.4067/S071807642017000100007>
- Cedeño, N. (2016). *La investigación mixta, estrategia andragógica fundamental para fortalecer las capacidades intelectuales superiores* . 19.
- Charalabidis, Y., Zuiderwijk, A., Alexopoulos, C., Janssen, M., Lampoltshammer, T., & Ferro, E. (2018). *The World of Open Data: Concepts, Methods, Tools and Experiences* (Vol. 28). Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/9783319908502>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Comisión Económica para América Latina y el Caribe [Text]. Retrieved June 16, 2020, from <https://www.cepal.org/es>
- De Rosa, M., Lanzilotta, B., Perazzo, I., & Vigorito, A. (2020). Las políticas económicas y sociales frente a la expansión de la pandemia de COVID 19: aportes para el debate. Recuperado de [https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/23910/1/Aportes\\_y\\_an%c3%a1lisis\\_en\\_tiempos\\_de\\_coronavirus.\\_1.pdf](https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/23910/1/Aportes_y_an%c3%a1lisis_en_tiempos_de_coronavirus._1.pdf)
- Filippov, V. M., Chursin, A. A., Ragulina, J. V., & Popkova, E. G. (2019). *The Cyber Economy: Opportunities and Challenges for Artificial Intelligence in the Digital Workplace* .
- FinDev. (2020). COVID 19: Cómo las microfinanzas soportarán la tormenta que se avecina? Recuperado de <https://www.findevgateway.org/es/blog/2020/03/covid19-como-las-microfinanzas-soportaran-la-tormenta-que-se-avecina>
- Gaubinger, K., Rabl, M., Swan, K. S., & Werani, T. (Eds.). (2015). *Innovation and product management: a holistic and practical approach to uncertainty reduction* . Berlin: Springer.
- Gómez, E., Fernando, D., Aponte, G., & Betancourt, L. (2015). *Literature review methodology for scientific and information management, through its structuring and systematization Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización* . 7.
- Herrera, D. (2015). *Sistema Cooperativo y la Satisfacción del Cliente en la Provincia del Carchi* . <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/141/1/132%20SISTEMA%20COOPERATIVO%20Y%20LA%20SATISFACCI%c3%92N%20DE%20HERRERA%20DORADO%2c%20DIEGO.pdf>
- Instituto Belisario Domínguez. (2020). Implicaciones económicas de la pandemia por COVID 19 y opciones de política. Recuperado de [http://www.bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/4829/NE\\_coronavirus\\_implicaciones\\_econ%c3%b3micas%20\\_010422020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/4829/NE_coronavirus_implicaciones_econ%c3%b3micas%20_010422020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Leitão, J. (2019). *Open Innovation Business Modeling: Gamification and Design Thinking Applications* . Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/9783319912820>
- Leitão, J. (2019). *Open Innovation Business Modeling: Gamification and Design Thinking Applications* . Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/9783319912820>
- Loor, A., Calderon, J., & Arias, A. (2017). *Factores que determinan la satisfacción del socio con respecto al servicio en una Cooperativa de Ahorro y Crédito de Manabí* . <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6645976>
- McKernan, J. (2015). *Investigación acción y curriculum: métodos y recursos para profesionales reflexivos* . Ediciones Morata.
- Naghi, M. (2015). *Metodología de la investigación* . Editorial Limusa.
- Pardos, M. (2020, May 21). Nuevos y viejos retos del sector financiero en la era pos COVID • The New Now. Retrieved May 26, 2020, from <https://www.thenewnow.es/negocio/nuevos-y-viejos-retos-del-sector-financiero-en-la-era-pos-covid/>
- Popkova, E. (2018). *The impact of information on modern humans*.
- Rangone, A. (2020). *Managing Corporate Innovation: Determinants, Critical Issues and Success Factors* . Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/9783030317683>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Toda una Vida. Plan Nacional de Desarrollo 2017 2021. Recuperado de [https://www.siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit\\_accion\\_files/siteal\\_ecuador\\_0244.pdf](https://www.siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_ecuador_0244.pdf)
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2021). Recuperado de: <https://www.comunicacion.gob.ec/ecuador-coloca-a-la-mujer-como-protagonista-del-desarrollo-productivo-a-traves-de-la-economia-violeta/>

## ANEXO 1 PUBLICIDAD CREDITO VIOLETA



## ANEXO 2 CONDICIONES DEL CREDITO VIOLETA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

*Para mujeres que requieran financiar sus actividades económicas*

	¿A QUIÉNES FINANCIAMOS?	¿QUÉ SECTORES FINANCIAMOS?	¿QUÉ FINANCIAMOS?
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Persona natural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Producción</li> <li>● Comercio</li> <li>● Servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Activo fijo</li> <li>● Capital de trabajo</li> </ul>
<b>Plazo</b>	<b>Período de Gracia</b>	<b>Monto y Tasa</b>	<b>Forma de pago</b>
Activo fijo: hasta 10 años. Capital de trabajo: hasta 3 años.	Activo fijo: hasta 3 años. Capital de trabajo: hasta 1 año.	Desde USD 50 hasta USD 20 mil, a tasas reajustables del 11,25% (Producción) y del 15,30% (Comercio y Servicios).	Se ajusta al flujo de caja del proyecto: puede ser mensual, bimestral, trimestral o semestral.

¡Hola! Te puedo ayudar con dudas sobre tus trámites.

**ANEXO 3 CONDICIONES DEL CREDITO DEL BANCO CENTRAL DEL  
ECUADOR**

<b>CONDICIONES PRODUCTOCREDITICIO</b>		
	<b>CRÉDITO INDIVIDUAL</b>	<b>CRÉDITO ASOCIATIVO</b>
<b>Nombre</b>	<b>Crédito Crece Mujer- No más Violencia</b>	
<b>Descripción general:</b>	Crédito orientado al emprendimiento o fortalecimiento de actividades económicas que serán desarrolladas por mujeres en situación de violencia.	Crédito orientado al emprendimiento o fortalecimiento de actividades económicas que serán desarrolladas por asociaciones u organizaciones donde una o más socias sean mujeres en situación de violencia.
<b>Destino:</b>	<b>Capital de trabajo - Activos fijos</b>	
<b>Cobertura:</b>	Este producto de crédito estará habilitado en todas las sucursales y agencias operativas de BanEcuador B.P.	
<b>Montos de transacción:</b>	Mínimo \$50 – máximo \$3.000 (no necesita firma de cónyuge)	Mínimo \$500 – máximo \$100.000 (firman representantes legales)
<b>Tasas de interés:</b>	La definida por el Directorio de BanEcuador B.P.	
<b>Garantías:</b>	Quirografaria (personal), prendaria e hipotecaria	
<b>Forma de pago:</b>	Personalizado acorde al flujo de caja y ciclo productivo: mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento.	
<b>Período de gracia:</b>	De hasta 6 meses capital e interés, de acuerdo al análisis del negocio o actividad económica presentada por la solicitante.	
<b>Seguros:</b>	Desgravamen	N/A
<b>Plazo:</b>	Máximo de hasta cinco años, de acuerdo al destino de inversión y política de crédito de BanEcuador B.P.	Hasta cinco años, depende del proyecto, el plazo podría ser mayor de acuerdo al destino de inversión y política de crédito de BanEcuador B.P.

## ANEXO 4 CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA



- Ahorros
- Créditos
- Inversiones

Ambato, 09 de junio del 2022

Estimados

Universidad Tecnológica Indoamérica

Presente

De mi consideración

### CARTA DE ACEPTACIÓN

Yo, Aida Verónica Barrionuevo Caiza, con C.I. 180350594-8 en calidad de Gerente General de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina, tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de informar que el Ing. Edwin Santiago Caguana Vargas, con C.I. 180331420-0, estudiante de la Universidad Tecnológica Indoamérica, ha sido admitido para realizar su Proyecto de Investigación con el tema Modelo de innovación basado en la analítica de datos para la creación de productos financieros, que permita afrontar la era Covid-19 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina, el mismo que ha sido ejecutado con éxito en nuestra prestigiosa Institución.

Atentamente,

AIDA  
VERONICA  
BARRIONUEVO  
CAIZA

Firmado digitalmente  
por AIDA VERONICA  
BARRIONUEVO CAIZA  
Fecha: 2022.06.08  
09:57:50 -05:00'

**MBA. Verónica Barrionuevo**  
**Gerente General**  
**COAC INTERANDINA**

**AMBATO**  
Sector Mercado Mayorista, Av. Julio  
Jaramillo (frente a la entrada principal N° 1)  
☎ (03) 2407 520

**SALCEDO**  
García Moreno y Rocafuerte Esq.  
(A una cuadra del Redondel de la Madre)  
☎ (03) 2730 596

**QUITO**  
Av. Mariscal Sucre y Toacazo  
(diagonal a Farmacias Económicas)  
☎ (02) 2841 411

**IBARRA**  
Obispo Mosquera y Bartolomé García  
(junto al Almacén Ferroelectrico)  
☎ (06) 2608 002

[www.interandina.fin.ec](http://www.interandina.fin.ec)

