



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera
Financiera**

Tema:

**“La planificación financiera y el posicionamiento en las Cooperativas de Ahorro
y Crédito del segmento 4, cantón Ambato.”**

Autora: Calderón Meléndez, Rossana Belén

Tutor: Eco. Álvarez Freire, Alejandro Dostoiewski

Ambato – Ecuador

2016

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Eco. Alejandro Dostoiewski Álvarez Freire, con cédula de identidad No.180144450- 4, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y EL POSICIONAMIENTO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 4, CANTÓN AMBATO”**, desarrollado por Rossana Belén Calderón Meléndez, de la Carrera de Ingeniería Financiera, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Noviembre del 2016

EL TUTOR



Eco. Alejandro Dostoiewski Álvarez Freire.

C.I.180144450-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Rossana Belén Calderón Meléndez, con cédula de ciudadanía No.180434285-3, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y EL POSICIONAMIENTO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 4, CANTÓN AMBATO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de investigación.

Ambato, Noviembre del 2016

AUTORA



Rossana Belén Calderón Meléndez

180434285-3

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Noviembre del 2016

AUTORA

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by several loops and a horizontal stroke at the bottom. The signature is positioned above a horizontal dotted line.

Rossana Belén Calderón Meléndez

180434285-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y EL POSICIONAMIENTO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 4, CANTÓN AMBATO**”, elaborado por Rossana Belén Calderón Meléndez, estudiante de la Carrera de Ingeniería Financiera, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Noviembre del 2016



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Ing. Ana Córdova

MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Nelson Lascano

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a mi familia por su infinita muestra de cariño constante a lo largo de toda mi carrera estudiantil. A mi novio por su apoyo en todo el proceso de ejecución de este informe, a mis profesores que gracias a sus enseñanzas han logrado que culmine esta etapa de mi vida profesional.

Rossana Belén Calderón M.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me brindo la fortaleza para realizar este trabajo con éxito y esfuerzo, a mis padres por no escatimar esfuerzos para apoyarme económicamente. A todos aquellos profesores de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, de la carrera de Ingeniería Financiera quienes nos extendieron su mano amiga en situaciones adversas, y en especial al Eco. Alejandro Álvarez tutor del presente trabajo de investigación.

Rossana Belén Calderón M.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

TEMA: “LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y EL POSICIONAMIENTO
EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL SEGMENTO 4,
CANTÓN AMBATO”

AUTORA: Rossana Belén Calderón Meléndez

TUTOR: Eco. Alejandro Dostoiewski Álvarez Freire

FECHA: Noviembre del 2016

RESUMEN EJECUTIVO

Las cooperativas de ahorro y crédito cumplen un rol importante en el desarrollo del país porque son instituciones incluyentes que están presentes en las zonas urbanas, pres urbanos y rurales. Por esta razón en el Ecuador a partir de febrero del año 2015 la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria precedió a segmentar a las cooperativas en base a su constitución de capital.

Debido al crecimiento acelerado de estas instituciones a nivel nacional la presente investigación se enfoca en analizar la planificación financiera de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato y de qué manera esta planificación influye en el posicionamiento de las mismas en el mercado financiero.

Uno de los objetivos de la planificación financiera es comprender profundamente la estrategia, sobre todo los planes de crecimiento y determinar la postura competitiva que adoptará la organización en el ambiente en el que va a operar.

Es así como la presente investigación muestra la necesidad de realizar una adecuada planificación financiera por parte de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, para que los recursos disponibles sean asignados correctamente en cuanto a planes de desarrollo de posicionamiento permitiendo el crecimiento empresarial.

PALABRAS DESCRIPTORAS: PLANIFICACIÓN FINANCIERA, POSICIONAMIENTO, CRECIMIENTO EMPRESARIAL, ESTRATEGIAS, COOPERATIVISMO.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
FINACIAL ENGINEERING CAREES

TOPIC: "THE FINANCIAL PLANNING AND POSITIONING IN CREDIT
UNION SEGMENT 4, CANTON AMBATO"

AUTHOR: Rossana Belén Calderón Meléndez

TUTOR: Eco. Alejandro Dostoiewski Álvarez Freire.

DATE: November 2016

ABSTRACT

The credit union play an important role in the development of the country because they are inclusive institutions that are present in urban areas, urban and rural pre. For this reason in Ecuador from February 2015 the Superintendency of Popular and Solidarity Economy segment preceded cooperatives based on their constitution of capital.

Due to the rapid growth of these institutions nationwide this research focuses on analyzing the financial planning of the credit union segment 4 of Canton Ambato and how this planning influences the positioning of them in the financial market .

One of the objectives of financial planning is deeply understand the strategy, especially growth plans and determine the competitive position that will take the organization in the environment in which it will operate.

Thus, this research shows the need for proper financial planning by the credit union segment 4, so that the available resources are properly allocated in terms of development plans positioning enabling business growth.

KEYWORDS: FINANCIAL PLANNING, POSITIONING, BUSINESS GROWTH, STRATEGIES, COOPERATIVE.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Descripción y Formulación del Problema.....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.2 Análisis Crítico.....	11
1.2.3 Relación causa-efecto.....	12
1.2.4 Prognosis.....	12
1.2.5 Formulación del Problema.....	13
1.2.6 Preguntas directrices.....	13

1.2.7	Delimitación.....	13
1.3	Justificación.....	14
1.4	Objetivos.....	15
1.4.1	Objetivo General	15
1.4.2	Objetivos Específicos.....	15
CAPÍTULO II.....		16
MARCO TEÓRICO.....		16
2.1	Antecedentes Investigativos	16
2.2	Fundamentación Filosófica	19
2.3	Fundamentación Legal	20
2.4	Categorías Fundamentales.....	23
2.4.1	Conceptualización V. Independiente – Planificación Financiera	25
2.4.1.1	Finanzas.....	25
2.4.2.2	Gestión Financiera	26
2.4.2.1	Análisis Financiero.....	29
2.4.2.4	Planificación Financiera.....	34
2.4.2	Categorías Fundamentales V. Dependiente – Posicionamiento	38
2.4.2.1	Administración.....	38
2.4.2.2	Marketing	38
2.5	Hipótesis	45
2.6	Señalamiento de las Variables.....	45
CAPÍTULO III.....		46
METODOLOGÍA.....		46
3.1	Enfoque.....	46
3.2	Modalidad Básica de la Investigación.....	46
3.2.2	Bibliográfica – Documental	47
3.3	Nivel o Tipo de Investigación	48
3.3.1	Investigación Exploratoria	48
3.3.2	Investigación Descriptiva.....	48
3.3.3	Investigación Correccional.....	48

3.4	Población y Muestra	49
3.4.1	Población.....	49
3.4.2	Muestra.....	50
3.5	Operacionalización de las Variables	53
3.6	Recolección de la Información.....	57
3.7	Plan del Procesamiento y Análisis	57
 CAPÍTULO IV		59
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		59
4.1	Análisis de Resultados.....	59
4.1.1	Análisis de las respuestas a la lista de chequeo aplicada personal administrativo de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato.....	59
4.2	Verificación de hipótesis	79
	Planteamiento de la Hipótesis.....	79
4.3	Conclusiones.....	86
4.4	Recomendaciones.....	87
4.4.1	Propuesta.....	90
 BIBLIOGRAFÍA.....		94
ANEXOS		97

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1 : Distribución de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4 por Provincia	4
Tabla 2 :No. de Socios por Sector de Cooperativas	7
Tabla 3: Intervalos de Segmentación	9
Tabla 4 : Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4 del cantón Ambato	10
Tabla 5 : Indicadores Financieros	34
Tabla 6 : Cooperativas de ahorro y crédito segmento 4 del cantón Ambato	49
Tabla 7 : Selección de la Muestra	51
Tabla 8 : Cooperativas sujetas a estudio	52
Tabla 9 : Variable Independiente – Planificación Financiera	53
Tabla 10 : Variable Dependiente – Posicionamiento	55
Tabla 11 : Procedimientos de Recolección de Información.....	57
Tabla 12 : Presupuesto de efectivo como herramienta de control	59
Tabla 13 : Planes Financieros a corto y largo plazo.....	61
Tabla 14 : Análisis Financieros.....	62
Tabla 15 : Corrida de Depósitos.....	63
Tabla 16 : Obligaciones de pago	65
Tabla 17 : Análisis Periódico	66
Tabla 18 : Estudios de escenarios	67
Tabla 19 : Estudios de mercado	69
Tabla 20 : Planes de Marketing.....	70
Tabla 21 : Marketing Mix	71
Tabla 22 : Atención al cliente	73
Tabla 23 : Tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos	74
Tabla 24 : Dinero Electrónico	75
Tabla 25 : Banca Online.....	77
Tabla 26 : Estrategia de Posicionamiento	78
Tabla 27 : Frecuencias Observadas.....	81
Tabla 28 : Aplicación de la formula T de Student	82
Tabla 29 : Cálculo de la t de student en Excel 2013	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1 : Distribución de las Cooperativas por Segmento.....	3
Gráfico 3 : Evolución de los activos	5
Gráfico 4 : Crecimiento del Cooperativismo en Tungurahua	6
Gráfico 5 : Árbol de Problemas	11
Gráfico 6: Supreordinación de las Variables	23
Gráfico 7: Superordinación de las Variables	24
Gráfico 8 : Presupuesto de efectivo como herramienta de control	60
Gráfico 9 : Planes Financieros a corto y largo plazo	61
Gráfico 10 : Análisis Financieros.....	62
Gráfico 11 : Corrida de Depósitos	64
Gráfico 12 : Obligaciones de pago.....	65
Gráfico 13 : Análisis Periódico	66
Gráfico 14 : Estudios de escenarios	68
Gráfico 15 : Estudios de mercado	69
Gráfico 16 : Planes de Marketing.....	70
Gráfico 17 : Marketing Mix	72
Gráfico 18 : Atención al cliente	73
Gráfico 19 : Tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos.....	74
Gráfico 20 : Dinero Electrónico.....	76
Gráfico 21 : Banca Online.....	77
Gráfico 22 : Estrategia de Posicionamiento	78
Gráfico 23 : t de student	85

INTRODUCCIÓN

La Planificación Financiera y el Posicionamiento de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4, del cantón Ambato es la problemática que se investigara en el presente trabajo. El cual se ha dividido en cuatro capítulos, siendo los siguientes:

Capítulo I.- Conformado por el tema, planteamiento del problema, justificación, objetivos, aquí se detalla como una planificación financiera limitada ocasiona una débil expansión en el mercado y afecta al posicionamiento de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4.

Capítulo II.- En este punto se detallan los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, categorías fundamentales, hipótesis, señalamiento de las variables determinando como variable independiente a la Planificación Financiera y al Posicionamiento como variable dependiente.

Capítulo III.- este capítulo hace referencia a la modalidad básica de la investigación, la determinación de la población y la muestra, la Operacionalización de las variables, el plan utilizado para la recolección de datos y de procesamiento de la información.

Capítulo IV.- Conformado por el análisis de los resultados, interpretación de datos, verificación de la hipótesis, para asumir de esta manera la hipótesis alterna, se establecen las conclusiones y recomendaciones y se diseña el modelo operativo de la propuesta.

CAPITULO I

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

La planificación financiera y el posicionamiento en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, del cantón Ambato.

1.2 Descripción y Formulación del Problema

1.2.1 Contextualización

Macro

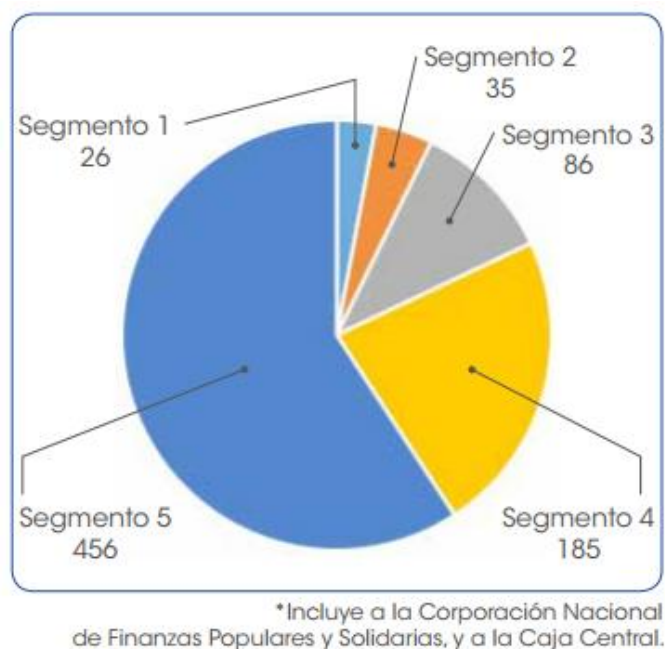
En el Ecuador el sistema cooperativo de ahorro y crédito se ha venido consolidando como un mecanismo de apoyo al desarrollo económico de individuos que carecen de factores para ser sujetos de créditos en los bancos. Bajo este sentido el cooperativismo en el país nace como un sistema semejante al sistema bancario que capta los recursos de los ahorristas (socios), que servirán para quienes los demanden, que también son socios.

El sistema cooperativo ecuatoriano es catalogado como uno de los factores de mayor relevancia dentro de la economía, el mismo que se encuentra bajo el control y vigilancia de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

El crecimiento de dicho sistema a lo largo de los años ha sido notable ya que según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) “a octubre del 2015 el número de cooperativas de ahorro y crédito registraba un total de 887, que suman 4.700.000 socios y alcanzan en activos los 8.300 millones de dólares.”

Con corte de Mayo 2016 se registra 800 entidades activas, que incluye a Conafips, 1 caja central y 786 cooperativas de ahorro y crédito bajo la supervisión de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, que están organizadas según el monto de activos en cinco segmentos. Además, 1 corporación en proceso de transición y 11 organismos de integración (8 uniones, 2 redes y 1 federación).

Gráfico 1 : Distribución de las Cooperativas por Segmento



Elaborado por: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

El Segmento 4 está integrada por 185 cooperativas de ahorro y crédito distribuidas en las diferentes ciudades del país.

Tabla 1 : Distribución de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4 por Provincia

Guayas	29
Pichincha	55
Azuay	29
Tungurahua	63
Manabí	9
TOTAL	185

Elaborado por: Rossana Calderón

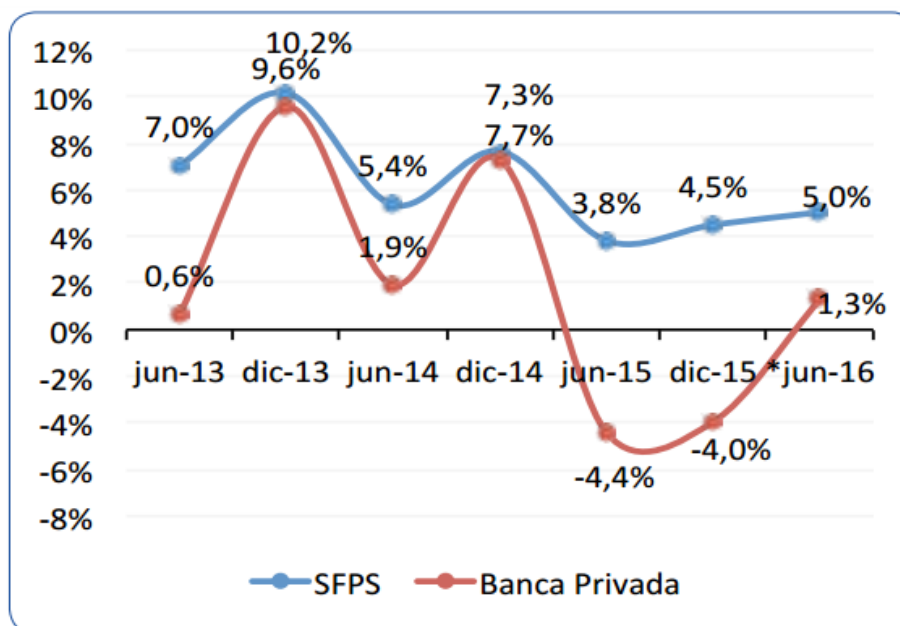
Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

La provincia que tiene mayor concentración de Cooperativas de Ahorro y Crédito es Tungurahua con un total de 63 instituciones localizadas en diferentes cantones de la misma. Le sigue la Provincia de Pichincha con 55 entidades, Guayas y Azuay con 29 organizaciones respectivamente y Manabí con nueve entidades. La mayoría de estas indígenas.

Bajo este escenario se debe tomar en cuenta que el crecimiento acelerado de las cooperativas de ahorro y crédito, ha llevado a que muchas de estas instituciones sean creadas sin una debida planificación que en un tiempo determinado restan participación en el mercado afectando al desarrollo y posicionamiento de las mismas.

A continuación se muestra un gráfico tomado de un boletín de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en el cual se evidencia la evolución de los activos de las cooperativas de ahorro y crédito en relación a la banca privada en los últimos años:

Gráfico 2 : Evolución de los activos



Elaborado por: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Se evidencia el crecimiento acelerado de las instituciones del Sistema Financiero Solidario desde el año 2013 alcanzando a junio de 2016 el 5,0% de crecimiento en relación a la banca privada que evidencia un notable decrecimiento de sus activos alcanzando apenas 1.3 % en el 2016, variación que parte de la necesidad de las personas para acceder a créditos de manera oportuna y fácil.

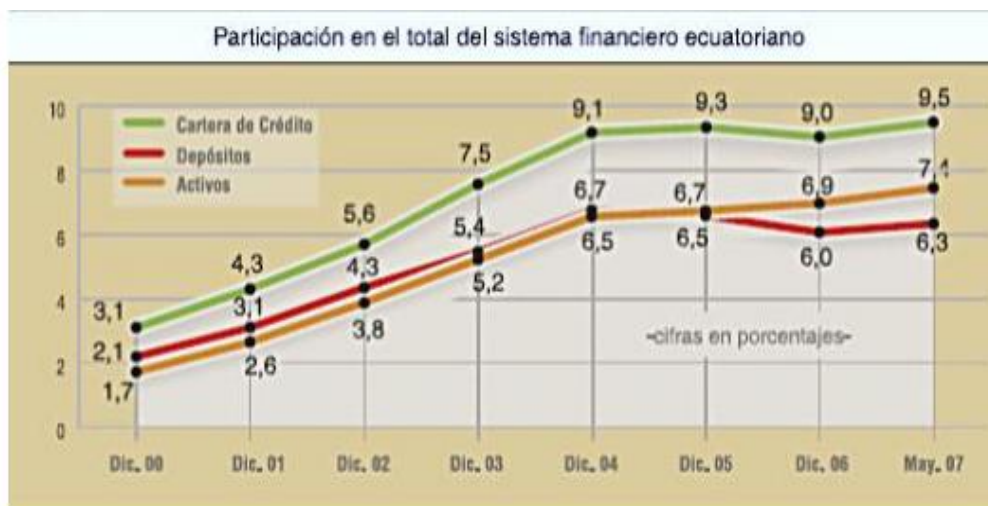
Uno de los servicios del sector financiero popular y solidario de innegable impacto económico y social, es la concesión de créditos, ya que con esos recursos las personas, organizaciones y empresas pueden financiar sus emprendimientos, y con ello, producir y generar empleo.

Meso

El cooperativismo en Tungurahua en la última década ha sufrido variaciones de crecimiento importantes ubicándola así en la tercera provincia después de Guayas y Pichincha con mayor número de cooperativas de ahorro y crédito a nivel nacional; casi en su totalidad indígenas.

Tungurahua financieramente se ha consolidado, especialmente en el sector crediticio, llegando a los sectores más desatendidos, en donde las cooperativas de ahorro y crédito se han establecido para captar fondos del público en general, y de la misma manera otorgar créditos a los sectores de consumo, comercio y servicios, facilitando a la gente emprendedora a obtener sus propias microempresas, dando paso de esta manera al desarrollo económico interno y por qué no decirlo externo.

Gráfico 3 : Crecimiento del Cooperativismo en Tungurahua



Elaborado por: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2007)

Se observa el notable crecimiento del Cooperativismo en Tungurahua en los últimos años, tomado como referencia el año 2000 hasta el año 2007. Años en los cuales se han incrementado: Activos, depósitos y cartera de créditos.

Este crecimiento acelerado supone la concentración masiva de entidades cooperativistas a nivel provincia creadas sin una debida planificación; si bien es cierto son controladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; este factor no es suficiente a la hora de manejar una institución de esta naturaleza.

Tabla 2 :No. de Socios por Sector de Cooperativas

PROVINCIAS	Consumo	Crédito	Producción	Servicios	TOTALES	%
Azuay	2,949	48,922	256	2,559	54,686	7.0
Bolívar	272	38,669	165	775	39,881	5.1
Cañar	334	6,189	103	1,357	7,983	1.0
Carchi	378	169	187	1,016	1,750	0.2
Cotopaxi	564	15,980	564	1,988	19,096	2.4
Chimborazo	5,546	16,422	859	2,868	25,695	3.3
El Oro	362	19,156	527	3,282	23,327	3.0
Esmeraldas	627	9,360	979	1,637	12,603	1.6
Galápagos	0	58	236	82	376	0.0
Guayas	21,405	35,940	2,492	11,490	71,327	9.1
Imbabura	1,271	15,192	221	2,441	19,125	2.4
Loja	1,035	50,834	286	2,457	54,612	7.0
Los Ríos	2,747	10,531	666	1,537	15,481	2.0
Manabí	5,557	50,494	1,565	5,922	63,538	8.1
Morona Santiago	1,132	3,541	120	601	5,394	0.7
Napo	133	12,939	727	346	14,145	1.8
Orellana	160	1,282	94	391	1,927	0.2
Pastaza	188	2,338	0	668	3,194	0.4
Pichincha	67,038	200,245	1,555	15,005	283,843	36.3
Sucumbios	80	2,854	13	899	3,846	0.5
Tungurahua	2,145	35,428	71	5,751	43,395	5.6
Zamora Chinchipe	500	15,274	544	246	16,564	2.1
TOTALES	114,423	591,817	12,230	63,318	781,788	100.0
%	14.6	75.7	1.6	8.1	100.0	

Elaborado por: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2007)

Se observa a Tungurahua con mayor número de socios por cooperativa con un 5.6 % del total. Al ser una de las provincias con mayor movimiento

económico y comercial del país; la han catalogado como un sector estratégico para la creación de nuevas entidades que ofertan a los clientes toda clase de productos financieros. Este proceso de creación en la mayoría de los casos se ha dado sin las medidas y herramientas financieras adecuadas; y si lo han hecho estas presentan falencias que afectan en un largo plazo a la entidad. El posicionamiento de estas entidades en la mente de los clientes depende en gran medida a la ubicación estratégica que adopten, que conjugada con una planificación financiera adecuada asumirán un rol vital en el desarrollo de la institución y su participación en el mercado.

Aunque en relación al total del sistema financiero, estas cifras (en términos monetarios) son significativamente más bajas, el aporte de las cooperativas al desarrollo social de la provincia es de gran importancia. Debido a que, las cooperativas han permitido, que las poblaciones de menores ingresos tengan acceso a los servicios financieros. Por una limitada planificación financiera, revela que este sector tiende a sufrir muchas pérdidas económicas, debido a que no se aplican planes financieros adecuados lo que conlleva a un cierre prematuro de muchas cooperativas.

Micro

En los últimos años, en el Cantón Ambato se ha ubicado al sector cooperativista como uno de los más importantes que promueven el desarrollo económico de la región. Por lo que una ubicación estratégica en el mercado es condición de éxito, el tema no solo atrae a las cooperativas grandes, sino, por el contrario a las pequeñas que deben usar las técnicas necesarias para alcanzar las metas propuestas en el mercado, en estas condiciones, la planificación financiera asume un rol vital en el desarrollo de las cooperativas y la inadecuada aplicación de esta herramienta conlleva a una disminución en la participación del mercado.

La Junta de la Política y Regulación Monetaria y Financiera del Ecuador determinó clasificar a las cooperativas de ahorro y crédito por segmentos y por niveles, en función de variables como activos y número de socios.

Tabla 3: Intervalos de Segmentación

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80 millones
2	Mayor a 20 millones hasta 80 millones
3	Mayor a 5 millones hasta 20 millones
4	Mayor a 1 millón hasta 5 millones
5	Hasta 1 millón

Elaborado por: Rossana Calderón

Fuente: Análisis de la Investigación

Las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, han visto mermadas sus posibilidades de crecimiento debido a una deficiente planificación financiera provocando así un posicionamiento por debajo de las expectativas. Se debe considerar que el inexistente uso de herramientas financieras para el control del nicho de mercado al cual estará enfocado la empresa hará más difícil que la institución logre captar el mayor número de clientes.

El segmento cuatro está conformado por 185 entidades financieras de las cuales 63 se encuentran localizadas en diferentes cantones de la provincia de Tungurahua. Para objeto de estudio se ha tomado en consideración las cooperativas de ahorro y crédito asentadas en el Cantón Ambato las cuales se muestra a continuación:

Tabla 4 : Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4 del cantón Ambato

1	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO LTDA.
2	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO FINANREDIT LTDA.
3	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JUVENTUD UNIDA LTDA.
4	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO FOMENTO PARA LA PRODUCCION DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
5	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN ALFONSO LTDA
6	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CREDIMAS
7	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO UNION POPULAR LTDA.
8	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ECUAFUTURO LTDA
9	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO COORAMBATO LTDA.
10	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 1 DE JULIO
11	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CREDI YA LTDA
12	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KISAPINCHA LTDA.
13	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PISA LTDA.
14	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO INTERCULTURAL TARPUK RUNA LTDA.
15	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LA MERCED LTDA. – AMBATO
16	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ACCION TUNGURAHUA LTDA.
17	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SERVIDORES MUNICIPALES DE AMBATO LTDA
18	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VENCEDORES DE TUNGURAHUA LTDA.
19	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK SAMY LTDA.
20	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 15 DE AGOSTO LTDA.
21	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LA FLORESTA LTDA
22	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVA FUERZA ALIANZA LTDA
23	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VALLES DEL LIRIO AICEP
24	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CORPOTRANST
25	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO REY DAVID LTDA.
26	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PUSHAK RUNA (HOMBRE LIDER)
27	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK SISA
28	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO YUYARIK

Elaborado por: Rossana Calderón

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

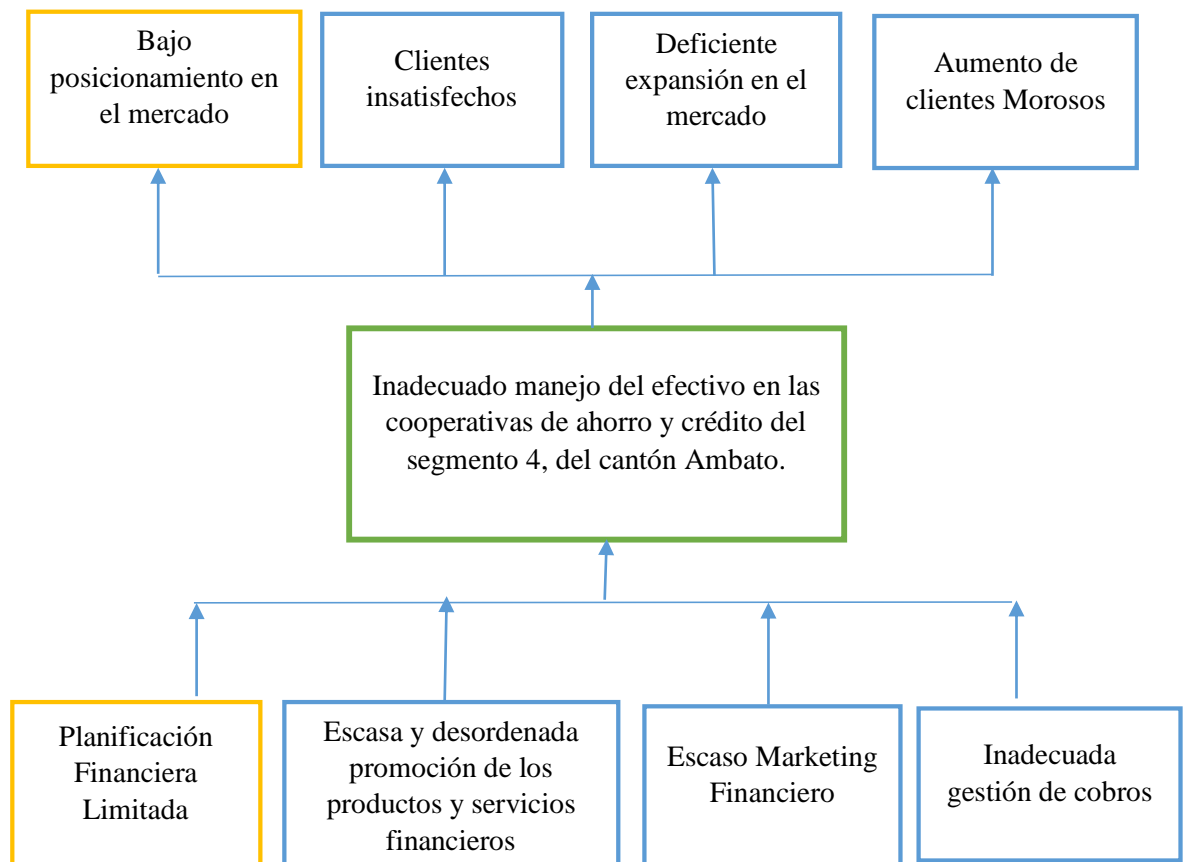
Las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4 del cantón Ambato brindan los servicios como es el apoyo a los pequeños agricultores, emprendedores y a la oferta de servicios financieros como: micro créditos para la producción y consumo.

Esta condición amerita, como ya se ha venido manifestando, un estudio apropiado de planificación financiera para determinar su situación actual y futura que conlleve a la captación de potenciales clientes. Es primordial que se desarrolle y aplique políticas y estrategias de planificación financiera, enfocado en un adecuado marketing que conllevara a la consolidación participativa y activa de las entidades pertenecientes a este segmento en el mercado.

1.2.2 Análisis Crítico

A continuación, se planteará la problemática existente en las cooperativas del segmento 4 en el cantón Ambato y se mencionará los efectos y las causas que dieron origen al problema en estas instituciones financieras.

Gráfico 4 : Árbol de Problemas



Elaborado por: Rossana Calderón
Fuente: Análisis de la Investigación

1.2.3 Relación causa-efecto

Una limitada planificación financiera por parte de las cooperativas de ahorro y crédito ocasiona iliquidez en las mismas mermando sus posibilidades de expansión en el mercado. Otro de los panoramas es la escasa y desordenada promoción de los productos y servicios financieros que conjugado con diversos factores internos y externos provocan clientes insatisfechos; además de esto un escaso Marketing Financiero hace que el problema se acentúe en las cooperativas del segmento 4 ocasionando una deficiente expansión en el mercado frente a la competencia. Tomando en consideración las escasas políticas y procedimientos en la gestión de cobros que existen en estas cooperativas se evidencia altos índices de morosidad factores que se deben controlar para el mejoramiento del posicionamiento de una imagen corporativa es fácil percibir una grave afectación a la rentabilidad y liquidez.

1.2.4 Prognosis

La escases de planes financieros en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4, no permitirá realizar mediciones cualitativas y cuantitativas del funcionamiento y desempeño de la misma, la consecución de objetivos, y lo que es más imprescindible alcanzar las metas que la cooperativa se ha propuesto alcanzar.

La elaboración de herramientas que beneficie al desempeño de la misma, ha sido una de las grandes falencias que aqueja a este segmento al momento de tomar decisiones futuras. La situación de estas cooperativas, es muy preocupante porque no tienen una adecuada planificación financiera, lo que ha generado un mal manejo del efectivo que impacta en gran medida al desarrollo de las entidades pertenecientes a este sector. El no tomar los correctivos necesarios para incrementar la liquidez y mantener un flujo circulante de efectivo en las entidades de este segmento., ha impedido de forma gradual su crecimiento. Además conllevará a que esta entidades no logren sus objetivos financieros y posicionamiento a nivel local

como nacional, por parte de sus clientes, y al mismo tiempo sufrirá la pérdida de los mismos, lo cual provocará afrontar serios problemas de debido a la disminución notable de sus socios. En un mercado tan competitivo como el de la actualidad es difícil que una institución opere sin un adecuado posicionamiento; dando lugar al riesgo de que la competencia crezca de manera acelerada y empiece a conquistar a nuevos y potenciales clientes.

1.2.5 Formulación del Problema

¿Cómo incide la Planificación Financiera en el posicionamiento de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4, del cantón Ambato?

1.2.6 Preguntas directrices

¿Cómo se maneja la planificación financiera en las cooperativas?

¿Cuáles son los factores que inciden en el posicionamiento en el mercado de las cooperativas?

¿Existe un modelo de planificación financiera?

1.2.7 Delimitación

Campo: Administración Financiera

Área: Financiera

Aspecto: Planificación Financiera y posicionamiento

Temporal: La presente investigación se llevará a cabo en el período 2015.

Espacial: El proceso investigativo se llevará a cabo en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 de la ciudad de Ambato.

1.3 Justificación

En la actualidad en el sector económico ecuatoriano predomina la incertidumbre, el mercado está inmerso en un cambio constante e inminente, por ello es fundamental planificar actividades e implementar herramientas necesarias para que las cooperativas se mantengan en un mercado tan competitivo.

El presente trabajo investigativo está dirigido a las cooperativas de ahorro y crédito del Segmento 4, del cantón Ambato, debido a que estas instituciones manejan una planificación financiera empírica que no es suficiente para responder a posibles riesgos y pérdidas ; hay que recordar que una planificación financiera adecuada determinará en gran medida el mejoramiento de cada una de las áreas de las cooperativas, su capacidad para captar fondos, su liquidez pero sobre todo su posicionamiento en el mercado.

Además ejecutar una planificación financiera adecuada tiene algunas ventajas como: se podrá conocer los riesgos, lo que permitirá enfrentarse eficazmente a las fluctuaciones de mercado, facilitará la integración y colaboración de todos los niveles de la entidad, ya que obliga a una clara asignación responsabilidades.

Las cooperativas se han limitado a crear productos y servicios sin vincularlo directamente a las necesidades y exigencias del mercado, además de no ser usual la diferenciación de estos productos por tipos de clientes. Algunas ventajas de medir el posicionamiento van en función de las estrategias que se utilicen en términos cualitativos, además permite tener una visión clara de la situación frente a la competencia. De manera general puede decirse entonces que la Gestión Financiera es de vital importancia para la planificación, ejecución y control del proceso administrativo financiero de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4.

Lo importante de la planificación financiera es que este brinda información para determinar en qué momento es conveniente invertir e innovar para ser los primeros y de esta manera obtener una ventaja competitiva frente a la competencia.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Evaluar la planificación financiera y el posicionamiento en el mercado mediante herramientas financieras que permita mejorar los niveles de liquidez de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4, cantón Ambato.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer un diagnóstico de la situación financiera mediante un análisis cualitativo para detectar falencias en el proceso de planificación financiera.
- Determinar las condiciones actuales del posicionamiento en el mercado para identificar posibles estrategias.
- Precisar los lineamientos de una guía de planificación financiera que permita mejorar el posicionamiento en el mercado de las cooperativas del segmento 4.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

En el desarrollo de la presente investigación se tomará en consideración la base teórica de las variables de estudio, independiente y dependiente, es de suma importancia obtener información de problemáticas semejantes que aportara un beneficio en el proceso investigativo, las mismas que se detallan a continuación:

Según (MAYORGA, Carolina, 2015) , en su trabajo de investigación “La Planificación Financiera como herramienta para mejorar la Productividad y el Posicionamiento en la empresa Carolucy de la ciudad de Ambato” concluye que:

- En la empresa es importante delinear una gestión financiera enfocada hacia la estructura económica que ayudará a mantener una sostenibilidad en el mercado, ya que las fuerzas del entorno actual son cambiantes.
- El no contar con una planificación financiera afecta al desempeño dentro de la organización, ya que no se mantiene un desarrollo empresarial impidiendo así la satisfacción y los requerimientos del cliente.
- El movimiento empresarial en la actualidad determina la utilización de técnicas financieras debidamente sistematizadas para generar eficiencia económica y comercial.
- El manejo de la productividad debe estar enfocado a la maximización de la eficiencia y eficacia mediante compromiso interno permitiendo acceder a una mejor cobertura en el mercado. (pág. 56).

La importancia de una adecuada gestión financiera determina la correcta aplicación de estrategias adecuadas y el control de las mismas, a corto mediano o largo plazo se podrán tomar las decisiones correctivas para las operaciones y/o transacciones que realizan las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4.

Para el sector cooperativista es importante contar con un modelo de gestión de administración financiera, para su normal desenvolvimiento, en donde permita optimizar la importancia de la investigación, de contar con un modelo de gestión financiera, el cual permita realizar un análisis organizacional y estratégico de la misma, sabiendo que en las cooperativas la aplicación de estrategias es la mejor de las opciones para diferenciarse del resto, y mantener un nicho de mercado atendido a cabalidad, cubriendo con las expectativas de los clientes, en este caso de sus socios.

Como lo indica (HUACA, Mónica, 2013), en su trabajo de investigación “Planificación Financiera a la Cooperativa de Ahorro y Crédito del Sindicato de Choferes Profesionales de la Ciudad de Loja, Período 2012-2015, concluye que:

- En la Cooperativa no realizan la elaboración de la Planificación Financiera, por falta de desconocimiento del tema; lo que limita a la misma obtener un mayor y más óptimo aprovechamiento de sus recursos con los que cuenta y proveer hacia el futuro para la toma de decisiones. (pág. 245).

Por lo antes expuesto se puede decir que la planificación financiera es de vital importancia, para que la Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4, puedan manejar sus ingresos y egresos de una mejor forma. Además es indispensable una información financiera veraz, que sirva para acertadas proyecciones, y que permita así una buena toma de decisiones y un efectivo posicionamiento en el mercado.

Como lo manifiesta (BASTIDAS, Luguí, 2015) en su trabajo de investigación “La Planificación Financiera y el Posicionamiento en el Mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Simiatug Ltda. Cantón Guaranda” concluye que:

- Sin lugar a duda, el ineficiente proceso de planificación empresarial con el cual se ha venido manejando la Cooperativa de Ahorro y Crédito Simiatug Ltda., impide realizar un estudio de la realidad interna y externa e identificar los problemas potenciales, teniendo como consecuencia: i) usuarios insatisfechos; ii) inadecuado direccionamiento estratégico y el incumplimiento de metas y objetivos organizacionales. (pág. 78).

La planificación financiera beneficia a las instituciones que la fueren a utilizar, en este caso a las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4., acorta las decisiones que puedan tomarla a futuro, diseñando un esquema que le permita como conseguir su objetivo propuesto y que sea a menor tiempo

Según (MOYA, Nancy, 2014) en su trabajo de investigación "Planificación Financiera y su incidencia en el Posicionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo" concluye que:

- En la cooperativa existe planes financieros, los que permite que los clientes y proveedores sepan el manejo financiero de esta cooperativa, pero al mismo tiempo se detecta que dicha información no es sociabilizada a todos los niveles jerárquicos de la cooperativa por lo cual existe un desconocimiento entre los empleados que conlleva a una debilidad reflejada y puede causar problemas en el futuro.
- En cuanto a su planificación podemos determinar que la falta de un método establecido nos impide tener en cuenta los distintos escenarios a seguir en las proyecciones, los cuales nos permitirán tomar acertadamente las decisiones y cumplir oportunamente con todas las obligaciones a corto y largo plazo de la empresa.

- La problemática de esta cooperativa radica en que no existen indicadores de gestión y mercado adecuados, que permitan saber la satisfacción de los clientes y aceptación de la cooperativa en el mercado, sabiendo que la aplicación de estos indicadores idóneos nos permite medir el posicionamiento de la cooperativa en el mercado financiero.
- Se concluye que el personal administrativo si se prepara para la creación de un nuevo servicio con el objetivo de llegar con mayor rapidez a la mente del cliente y poder posicionarlo en el mercado, pero al mismo tiempo se debe socializar dichos estudios en todos los niveles administrativos.
- Con referencia a los factores ambientales que toma en cuenta la cooperativa podemos deducir que en su mayoría son los adecuados, pero al mismo tiempo la falta de una planificación acertada, las tomas de decisión con respecto a estos factores son tardías. (pág. 78).

Es importante analizar la situación financiera de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4., con el propósito de proponer acciones tendientes a minimizar el riesgo y mejorar la liquidez de las mismas y por ende su posicionamiento en el mercado, además de proponer plantear herramientas que ayuden a enfrentar la problemática financiera y administrativa que aquejan a la cooperativas para obtener beneficios con la aplicación de dichas acciones.

2.2 Fundamentación Filosófica

El presente trabajo se desarrollará bajo el paradigma crítico propositivo que según (CEDEÑO, Rody, 2010):

Este paradigma es crítico porque cuestiona los esquemas de hacer investigación comprometida con la lógica instrumental de poder e impugna las explicaciones de causalidad lineal; y es propositiva, porque la investigación no se detiene en lamentaciones diagnóstica de las necesidades y/o fenómenos, si no se plantea una propuesta de solución construida en un clima de sinergia y pro actividad.

Privilegia la interpretación, comprensión, y explicación de los fenómenos sociales en perspectiva de totalidad, inmerso en una red de relaciones e interrelaciones, y en la dinámica de las

contradicciones que generan cambios cualitativos y cuantitativos profundos. (pág. 15).

2.3 Fundamentación Legal

La investigación se fundamenta en las siguientes leyes:

Constitución de la República del Ecuador:

Art. 311.- El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

Ley orgánica de economía popular y solidaria del sistema financiero:

Art. 85.- Solvencia y prudencia financiera. - Las cooperativas de ahorro y crédito deberán mantener índices de solvencia y prudencia financiera que permitan cumplir sus obligaciones y mantener sus actividades de acuerdo con las regulaciones que se dicten para el efecto, en consideración a las particularidades de los segmentos de las cooperativas de ahorro y crédito. Las regulaciones deberán establecer normas al menos en los siguientes aspectos:

- a) Solvencia patrimonial;
- b) Prudencia Financiera;
- c) Índices de gestión financiera y administrativa;
- d) Mínimos de Liquidez;

e) Desempeño Social; y,

f) Transparencia

Código orgánico monetario y financiero

Art. 163.- Sector financiero popular y solidario. El sector financiero popular y solidario está compuesto por:

1. Cooperativas de ahorro y crédito;
2. Cajas centrales;
3. Entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro; y,
4. De servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: software bancario, transaccionales, de transporte de especies monetarias y de valores, pagos, cobranzas, redes y cajeros automáticos, contables y de computación y otras calificadas como tales por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en el ámbito de su competencia.

También son parte del sector financiero popular y solidario las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda.

Las entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro se registrarán por las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y las regulaciones que dicte la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera – Resolución No. 038-2015-F

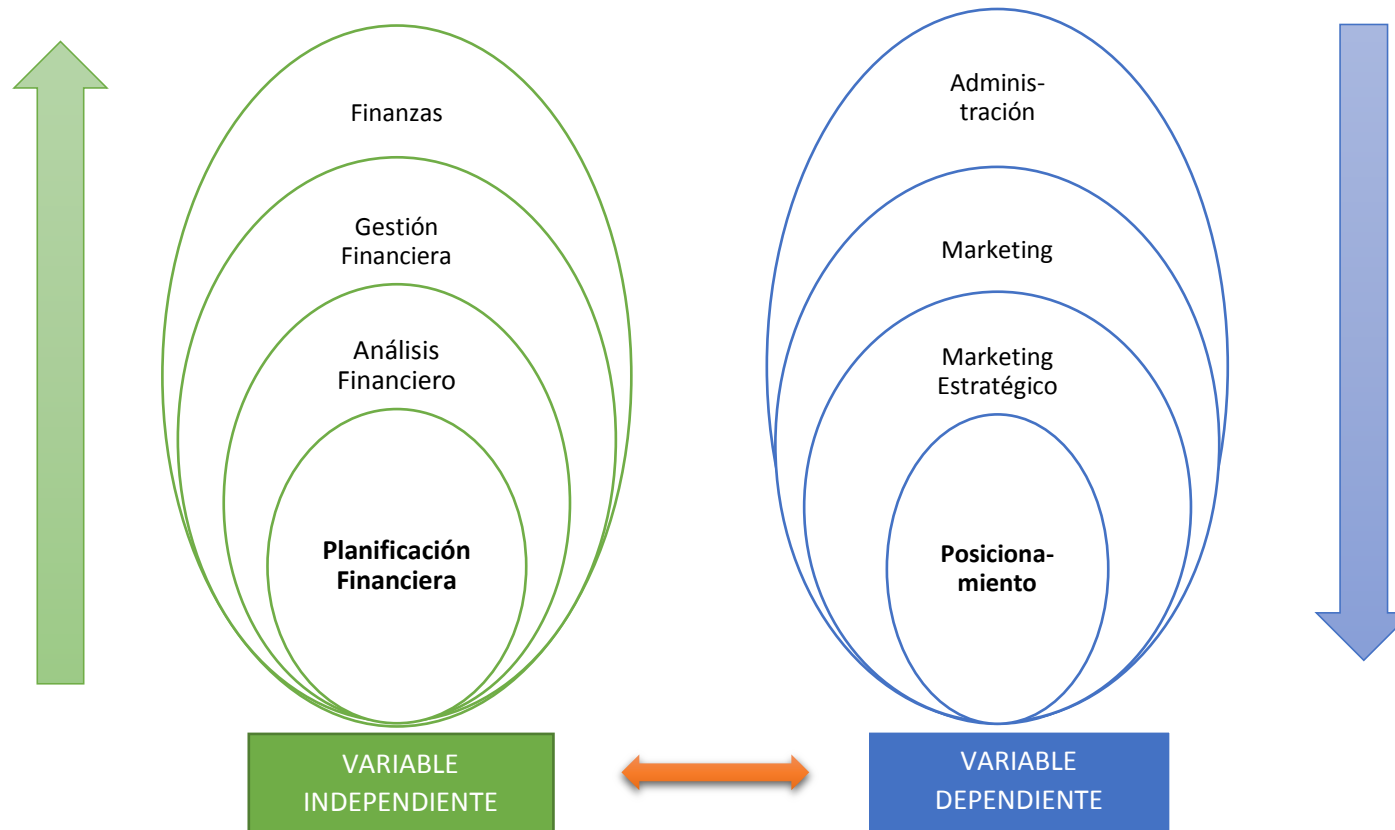
Artículo 3,- La ubicación de las entidades del sector financiero popular y solidario en los segmentos a los que corresponda se actualizará a partir del 1 de mayo de cada

año, de acuerdo al valor de activos reportados al Organismo de Control en los estados financieros con corte al 31 de diciembre del año inmediato anterior.

Artículo 4.- Las entidades del sector financiero popular y solidario no podrán utilizar la segmentación con fines publicitarios o de promoción

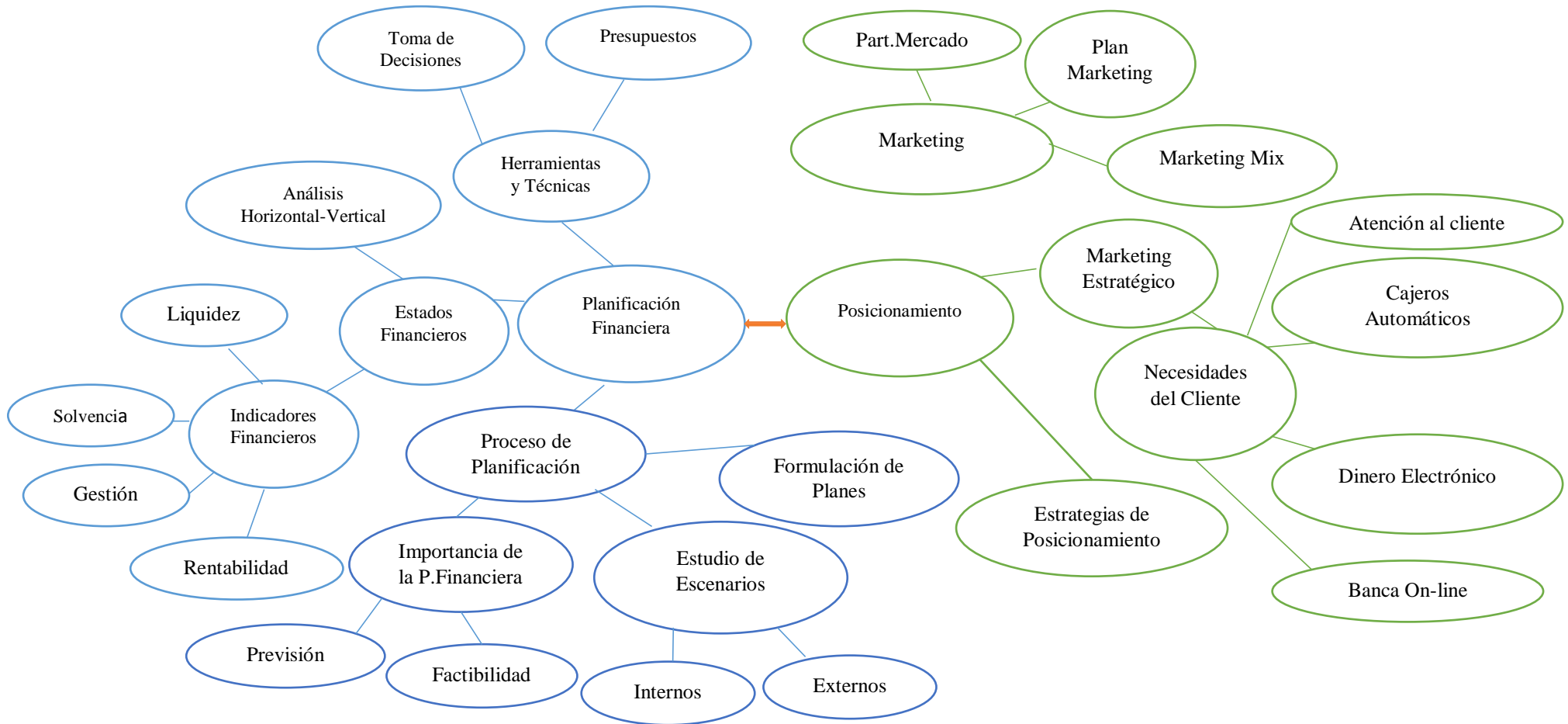
2.4 Categorías Fundamentales

Gráfico 5: Supreordinación de las Variables



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 6: Superordinación de las Variables



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

2.4.1 Conceptualización V. Independiente – Planificación Financiera

2.4.1.1 Finanzas

(LEVY , Luis, 2005) sostiene que:

Las finanzas tienen por objetivo la maximización de los recursos de la empresa, entendiéndose maximización, la consecución de recursos de las fuentes más baratas disponibles y su aplicación en los proyectos más productivos o rentables y tratando de disminuir al mínimo el riesgo en su aplicación.

En este sentido sencillo, las finanzas cubren la planeación financiera que a su vez involucra la estimación de entradas y salidas de fondos de la caja para la operación, la generación de recursos operativos o por financiamientos, así como su uso, inversión, distribución y control.

Las finanzas en las empresas contemplan la planeación de los recursos económicos para definir y determinar cuáles con las fuentes de recursos naturales (operaciones normales de la organización) , así como las fuentes externas más convenientes (más baratas), para que dichos recursos se apliquen en forma óptima, tanto en la operación como en las inversiones para el desarrollo, y así hacer frente a todos los compromisos económicos, presentes y futuros, ciertos e imprevistos, que tenga la organización, reduciendo riesgos e incrementando la rentabilidad (utilidades de la empresa). (pág. 39).

Las finanzas en las empresas constituyen un factor clave si se quiere optimizar los recursos existentes; esta se logrará mediante una planificación financiera sistematizada e integrada por una serie de herramientas de gestión que ayudaran a la consecución de objetivos a corto y largo plazo. Las finanzas abarcan la administración y la gestión de los capitales. En este sentido, para llevar a cabo las finanzas de una entidad es necesario contar con la capacitación específica para el área ya que muchas veces se requiere conocer conceptos, operaciones y procedimientos del área económica, para mantener un equilibrio entre los capitales entrantes y los salientes.

2.4.2.2 Gestión Financiera

Según los autores (PÉREZ , Juan ; CARBALLO Veiga, 2015, pág. 26) “La gestión financiera acumula la experiencia secular de la actividad mercantil durante la que se ha desarrollado los criterios, las herramientas y los instrumentos de gestión.”

La empresa en cada una de sus áreas utiliza recursos que conllevan una característica económica y financiera, la estabilidad económica de la misma determina en gran medida que tipo de gestión financiera se está ejecutando a través de múltiples herramientas que facilitan al administrador a realizar una adecuada planificación y posteriormente un control efectivo.

Herramientas y Técnicas

Según (JUNKIN . R, 2006) menciona que las Herramientas y Técnicas que el administrador debe emplear en la planificación financiera son:

Punto de Equilibrio

Es una técnica de análisis muy importante, empleada como instrumento de planificación de utilidades, de la toma de decisiones y de la resolución de problemas.

El punto de equilibrio se define como el momento o punto económico en que una empresa no genera ni utilidad ni pérdida, esto es, el nivel en que la contribución marginal (ingresos variables menos costos y gastos variables) es de tal magnitud que cubre exactamente los costos y gastos.

Planificación de utilidades

El proceso de planificación de utilidades se concentra en la elaboración de los estados proforma, los cuales son estados financieros proyectados tanto estado de resultados como balance.

Apalancamiento y riesgo de operación

Este tipo de apalancamiento mide la utilidad antes de interés e impuestos y puede definirse como el cambio porcentual en las utilidades generadas en la operación excluyendo los costos de financiamiento e impuestos.

Apalancamiento financiero

El factor de apalancamiento nos sirve para medir la rentabilidad por acción como consecuencia de un cambio en las utilidades antes de intereses e impuestos.

Pronóstico financiero

El pronóstico financiero es uno de las de las herramientas más importantes para la planificación. El flujo de efectivo necesario para el pago de los gastos, para el capital de trabajo, y para la inversión a largo plazo puede pronosticarse a partir del estado de resultados proforma y los valores generales.

La variable más importante que influye en los requerimientos de financiamiento, en la mayor parte de las empresas, es el volumen proyectado de ventas.

Estado de origen y aplicación de fondos

Uno de las más importantes responsabilidades del tesorero es la administración de las fuentes y de las aplicaciones de fondos. No solamente debe estar seguro de que hay efectivo disponible para satisfacer las necesidades a corto plazo, sino que también debe programar a la administración estratégica de los fondos para facilitar el crecimiento a largo plazo vía expansión o la adquisición de capital.

Cash-Flow

Estado financiero que nos muestra el origen de los fondos que tendrá una empresa, así como las aplicaciones que se harán en dos o más periodos o ejercicios futuros.

Estado de Resultados Proforma

Consiste en utilizar un método porcentual de ventas, el cual predice las ventas para luego establecer el costo de los bienes vendidos, costos de operación y gastos de intereses en forma de porcentaje de ventas proyectadas. Los porcentajes empleados tienen cierta probabilidad de ser los porcentajes de ventas de estos renglones en el año inmediato anterior.

Estado de situación financiera o balance proforma

Se dispone de varios métodos abreviados para elaborar el balance general proforma. Probablemente, el mejor y de uso más generalizado es el método de cálculo de estimación. (S/P).

La administración financiera se enfrenta a retos tales como: mantener o ampliar los servicios, establecer alternativas de financiamiento, comparar la efectividad de las diferentes acciones de la entidad y cumplir con los diferentes informes y procedimientos establecidos por las múltiples fuentes de financiamiento.

Para cumplir con estos desafíos, el gerente financiero necesita tener una buena comprensión de los principios financieros que incluyen las siguientes herramientas básicas: Elaborar un presupuesto, proyectar los ingresos y monitorear el flujo de caja, controlar y administrar fondos, monitorear las finanzas, cumplir con los requisitos establecidos por las fuentes financieras. Lo descrito anteriormente supone que se debe emplear herramientas y técnicas de planificación financiera para que exista una eficiente asignación de recursos en cada una de las áreas de la empresa, punto clave para el éxito empresarial a larga plazo de la organización.

Presupuesto

(DAVID , Fred, 2003, pág. 287) manifiesta que “Un presupuesto es un documento que detalla la manera en que la empresa obtendrá los fondos y los gastara durante un periodo específico de tiempo, son vistos como la distribución planeada de los recursos de una empresa con base en los pronósticos futuros.”. En este sentido un presupuesto es un plan de acción de detallada para minimizar los riesgos económicos a los que se puede enfrentar la empresa.

Un presupuesto es importante porque: el ejercicio de preparar el presupuesto obliga a pensar detalladamente sobre cada actividad y poner por escrito sus ideas, los presupuestos proporcionan información esencial sobre los gastos proyectados y el ingreso asociado con las actividades planeadas; con ello se sabe si todas las actividades planeadas cuentan con apoyo financiero, si se requiere obtener más ingresos o si es necesario reducir costos.

Toma de Decisiones

Para (HERNÁNDEZ , Marcela, 2003):

En el proceso de toma de decisiones no solo intervienen los aspectos estructurales, si no que la interacción que se da en el transcurso de la configuración de un modelo o estrategia a seguir bajo objetivos (individuales y organizacionales), el tomador de decisiones se verá influido por su propia subjetividad en que se manifiestan y representan sus acciones. (pág. 51).

Es así como el proceso de toma de decisiones nace desde una problemática que el tomador de decisiones tiende a generar diversas alternativas de solución de aquí que si se toma una decisión adecuada se verá reflejado en mayor o menor medida en los resultados a futuro dentro de la organización.

La toma de decisiones abarca a las cuatros funciones administrativas, así los administradores cuando planean, organizan, conducen y controlan, se les denomina con frecuencia los que toman las decisiones. Como tomar una decisión supone escoger la mejor alternativa de entre las posibles, se necesita información sobre cada una de estas alternativas y sus consecuencias respecto a nuestro objetivo.

La importancia de la información en la toma de decisiones es trascendental ya que la información es la materia prima que se utilizará durante todo el proceso.

2.4.2.1 Análisis Financiero

(LEVY , Luis, 2005, pág. 46) sostiene que el análisis financiero permite “Informar con profundidad sobre la gestión de la administración, el grado de eficiencia financiera y calidad de la situación financiera de la empresa.”.

Es fundamental que el análisis financiero se haga sujetado a una realidad económica verídica porque de este punto se deriva una serie de aspectos que conllevan a toma de decisiones en el caso que lo amerite.

Análisis Horizontal

(GERENCIE, 2010) menciona que: “El análisis horizontal busca determinar la variación que un rubro ha sufrido en un periodo respecto de otro. Esto es importante para determinar cuándo se ha crecido o disminuido en un periodo de tiempo determinado.”.

Mediante este tipo de análisis se logrará observar los cambios (en términos numéricos) de cada una de las cuentas de año a año; aspecto clave para un análisis financiero adecuado.

Análisis Vertical

(GERENCIE, 2010) sostiene que “El análisis vertical determina que tanto participa un rubro dentro de un total global. Indicador que nos permite determinar igualmente que tanto ha crecido o disminuido la participación de ese rubro en el total global.”.

Mediante ese tipo de análisis financiero se llegará a determinar en qué porcentaje ha variado una cuenta en relación a un total global. Este tipo de análisis es considerado como rígido ya que se toma como referencia la información de un año.

Estados Financieros

(TANAKA , Gustavo, 2005) sostiene que:

Los estados financieros tienen como fin último estandarizar la información la información económico-financiera de la empresa de manera tal que cualquier persona con conocimiento de Contabilidad pueda comprender la información que en ellos se ve reflejada.

Los Estados financieros permiten obtener información para la toma de decisiones no solo relacionada con aspectos históricos (control) sino también con aspectos futuros (planificación).

Los estados financieros contienen un desglose mensual de los ingresos que se obtuvieron, antes y después de los impuestos. Muestran también las deducciones que hicimos, que le permite tener en cuenta los gastos que debemos considerar en nuestro sistema contable para reportar correctamente nuestro pago de impuestos.

En conclusión, los estados financieros son un documento en donde se ve reflejado en forma ordenada cada una de las cuentas y sados de la empresa al finalizar un ejercicio económico.

Indicadores Financieros

(MARTÍNEZ , Humberto, S/A) indica que los indicadores financieros “son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias.”. Además de que son considerados una relación numérica entre cifras exactas de los estados financieros, los cuales al ser comparados sirven para que la toma de decisiones empresariales.

Los ratios financieros son indicadores que guían a los gerentes hacia una buena dirección de la empresa, les proporciona sus objetivos y sus estándares, además ayuda a los gerentes a orientarlos hacia las estrategias a largo plazo más beneficiosos, además a la toma de decisiones efectivas a corto plazo

Indicadores de Liquidez

Para la (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS) :

Estos indicadores surgen de la necesidad de medir la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo. Sirven para establecer la facilidad o dificultad que presenta una compañía para pagar sus pasivos corrientes al convertir a efectivo sus activos corrientes. (S/P).

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas, expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes, facilitan examinar la situación financiera de la empresa frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente.

Indicadores de Solvencia

La (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS) sostiene que “Los indicadores de endeudamiento o solvencia tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.”.

Estos ratios, muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para la entidad financiera, expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales, dan una idea de la autonomía financiera de la misma, combinan las deudas de corto y largo plazo, permiten conocer qué tan estable o consolidada es la empresa en términos de la composición de los pasivos y su peso relativo con el capital y el patrimonio.

Indicadores de Gestión

Según la (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS):

Estos indicadores tienen por objetivo medir la eficiencia con la cual las empresas utilizan sus recursos. De esta forma, miden el nivel de rotación de los componentes del activo; el grado de recuperación de los créditos y del pago de las obligaciones; la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos y el peso de diversos gastos de la firma en relación con los ingresos generados por ventas.

Son un complemento de las razones de liquidez, ya que permiten precisar aproximadamente el período de tiempo que la cuenta respectiva es este caso cartera de créditos por cobrar, necesita para convertirse en dinero. Miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos.

Indicadores de Rentabilidad

La (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS) menciona que “Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.”.

Tabla 5 : Indicadores Financieros

FACTOR	INDICADORES TÉCNICOS	FÓRMULA
I. LIQUIDEZ	1. Liquidez Corriente 2. Prueba Ácida	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$ $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$
II. SOLVENCIA	1. Endeudamiento del Activo 2. Endeudamiento Patrimonial 3. Endeudamiento del Activo Fijo 4. Apalancamiento 5. Apalancamiento Financiero	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$ $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$ $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto}}$ $\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$ $\frac{(\text{UAI} / \text{Patrimonio})}{(\text{UAI} / \text{Activos Totales})}$
III. GESTIÓN	1. Rotación de Cartera 2. Rotación de Activo Fijo 3. Rotación de Ventas 4. Período Medio de Cobranza 5. Período Medio de Pago 6. Impacto Gastos Administración y Ventas 7. Impacto de la Carga Financiera	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$ $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$ $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$ $\frac{(\text{Cuentas por Cobrar} * 365)}{\text{Ventas}}$ $\frac{(\text{Cuentas y Documentos por Pagar} * 365)}{\text{Compras}}$ $\frac{\text{Gastos Administrativos y de Ventas}}{\text{Ventas}}$ $\frac{\text{Gastos Financieros}}{\text{Ventas}}$
IV. RENTABILIDAD	1. Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont) 2. Margen Bruto 3. Margen Operacional 4. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto) 5. Rentabilidad Operacional del Patrimonio 6. Rentabilidad Financiera	$\frac{(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) * (\text{Ventas} / \text{Activo Total})}{\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas} / \text{Ventas}}$ $\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$ $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$ $\frac{(\text{Utilidad Operacional} / \text{Patrimonio})}{(\text{Ventas} / \text{Activo}) * (\text{UAI} / \text{Ventas}) * (\text{Activo} / \text{Patrimonio}) * (\text{UAI} / \text{UAI}) * (\text{UN} / \text{UAI})}$

UAI: Utilidad antes de Impuestos

UAI: Utilidad antes de Impuestos e Intereses

Utilidad Neta: Después del 15% de trabajadores e impuesto a la renta

UO: Utilidad Operacional (Ingresos operacionales - costo de ventas - gastos de administración y ventas)

Elaborado por: Superintendencia de Compañías

Fuente: Superintendencia de Compañías

2.4.2.4 Planificación Financiera

Según (MORALES , Arturo y MORALES , José, 2014):

“La planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos y metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo.”. (pág. 7).

La planeación financiera, que busca mantener el equilibrio económico en todos los niveles de la empresa, está presente tanto en el área operativa como en la estratégica. La estructura operativa se desarrolla en función de su implicación con la estrategia.

Implica la elaboración de proyecciones de ventas, ingresos y activos tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia, así como la determinación de los recursos que se necesitan para lograr estas proyecciones.

Proceso de Planificación

(GITMAN , Lawrence, 2003) manifiesta que:

Dos aspectos clave del proceso de planeación financiera son la planeación del efectivo y la planeación de utilidades. La planeación del efectivo implica la preparación del presupuesto de efectivo de la empresa. La planeación de utilidades implica la preparación de los estados financieros pro forma. Tanto el presupuesto de efectivo como los estados financieros pro forma son muy útiles para la planeación financiera interna; también los requieren de manera rutinaria los acreedores actuales y posibles. (pág. 97).

Todo el proceso de planeación financiera es considerado como una guía para dirigir, coordinar y controlar las acciones de todas las áreas de la empresa para alcanzar los objetivos.

Importancia de la Planificación Financiera

Según (LUSTHAUS , Charles ; ADRIEN , Marie-Hélène ; VARIOS, 2001):

La Planificación financiera permite a la organización pronosticar sus futuros réditos de operación y gastos, y los requisitos de capital y equipo. La habilidad de planificar los réditos ofrece un marco dentro del cual la organización puede tomar decisiones sobre programas y otros gastos. Esta planificación financiera debe tomar en cuenta los

requisitos financieros de la organización a corto y largo plazo. (pág. 99).

De una adecuada planificación financiera dependen varios aspectos que en un futuro sus resultados servirán para una toma de decisiones adecuadas; además de proporcionar un flujo económico positivo para la organización.

Previsión

(CARRERO , Eloy y ZÚÑIGA , Javier, 1994, pág. 232) mencionan que “Se trata de una serie de operaciones financieras condicionadas tanto por una componente financiera como aleatoria, en las que el inversor desea asegurarse un capital o renta temporal.”.

Factibilidad

(UAEH.EDU, S/A) sostiene que la factibilidad “Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios. Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica.”.

Estudio de escenarios

(FERNÁNDEZ , Saúl, 2007, pág. 46) menciona que “Debe llevarse a cabo un análisis de al menos tres escenarios (normal, pesimista y optimista), que nos permita sensibilizar la rentabilidad de la empresa, ante cambios de las principales variables macro-y microeconómicas.”.

Externo

(LUSTHAUS , Charles ; ADRIEN , Marie-Hélène ; VARIOS, 2001) sostienen que:

La organización no existe en el vacío. Se ubica en un país y dentro de una región con la cual tiene nexos inextricables. Opera dentro de contexto legal y cultural. Estas y otras variables del ambiente externo influyen en la manera de operar de la organización y en sus productos. Tales variables pueden impactar la forma de autodefinirse de la organización y en su definición del buen desempeño. Se emprende un análisis del ambiente externo para comprender las fuerzas externas que contribuyen a la formación de la organización.

El análisis externo se basa en realizar estudios de escenarios de evolución, estudios de evolución de mercados, estudios comparativos de productos de la competencia, etc., con el objetivo de determinar amenazas y oportunidades y valorar la importancia de diferentes ideas innovadoras. El análisis externo se sirve de información suministrada por otras herramientas de innovación que van recopilando información en el día a día

Interno

(HORTON , Douglas ; ALEXAKI , Anastasia ; VARIOS, 2008, pág. 26) mencionan que “Se refiere a factores que están dentro de la organización y constituyen lo que puede llamarse la “personalidad” de la organización; estos factores influyen en la cohesión de la organización y en la energía que esta despliega para lograr sus objetivos.”.

Formulación de planes

(STUTELY , Richard, 2000) sostiene que:

Un plan ofrece un marco de referencia para administrar un negocio, pues expone un método que abarca desde la estrategia general hasta las actividades cotidianas. El nivel de detalle varía según el grado de medición y control requeridos. En este contexto, la parte financiera del plan que comenzó como la justificación del financiamiento se convierte en un presupuesto operativo.

En cuanto herramienta o instrumento, el plan ofrece un patrón de medición, al presentar límites y objetivos con los que se ha de juzgar el desempeño real. (pág. 11).

Las formulaciones de planes buscan mantener el equilibrio económico en cada uno de los niveles de la empresa, están presentes tanto en el área operativa como estratégica, mediante su formulación aporta una estructura acorde a las bases del negocio definiendo el rumbo a seguir de la organización.

2.4.2 Categorías Fundamentales V. Dependiente – Posicionamiento

2.4.2.1 Administración

(BLACK , Hitt, 2006, pág. 8) menciona que es el “Proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.”.

Entendido como el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

2.4.2.2 Marketing

Según (DVOSKIN , Roberto, 2004, pág. 24) “Es un proceso de planificación y ejecución, inmerso en un marco social determinado, orientado a la satisfacción de necesidades y deseos del individuo y de las organizaciones, para la creación y el

intercambio voluntario y competitivo de bienes y servicios generadores de utilidades.”.

Participación de Mercado

(PARMERLEE , David, 1998, pág. 23) sostiene que “El propósito de la participación en el mercado consiste en medir el “trozo de pastel” que le corresponde, lo cual le ayudara a planificar el crecimiento y determinar el desarrollo total de sus ventas, en comparación con el mercado y con la competencia.”.

Plan de Marketing

(COHEN , Wiliam, 2008, pág. 10) indica que “El plan de marketing es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto o servicio.”.

Marketing Mix

(ARRIAGA , Lliana ; AVALOS , Aurora ; VARIOS, 2012) :

Es una definición utilizada para denominar al grupo de instrumentos y diversos factores que tiene la persona que se encarga de la mercadotecnia de una empresa para lograr las metas de la organización. Esto significa que la mezcla de mercadotecnia es la combinación de las técnicas de mercadotecnia que señalan para efectuar los cuatro componentes denominados como “Las CUATRO P”: que son Producto, precio, plaza y promoción. (pág. 4).

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas. Se analizan cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

2.4.2.3 Marketing Estratégico

(MUÑIZ , Rafael, S/A) menciona que el marketing estratégico.

Busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación u hoja de ruta que consiga los objetivos buscados. En este sentido y motivado porque las compañías actualmente se mueven en un mercado altamente competitivo se requiere, por tanto, del análisis continuo de las diferentes variables del DAFO, no solo de nuestra empresa sino también de la competencia en el mercado. (S/P).

El marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación u hoja de ruta que consiga los objetivos buscados.

Necesidades del Cliente

(KLOTTER , Philip, 2002) sostiene que:

Una empresa puede definir cuidadosamente su mercado meta, pero no entender correctamente las necesidades de los clientes. Naturalmente, entender sus necesidades y deseos no siempre es sencillo. Algunos clientes tienen necesidades de las cuales no son plenamente conscientes otros no pueden expresarlas con palabras o usan palabras que requieren cierta interpretación. Podemos distinguir cinco tipos de necesidades:

- Necesidades expresas
- Necesidades reales
- Necesidades no expresas
- Necesidades de contentamiento o complacencia
- Necesidades secretas (pág. 12).

En este sentido y motivado porque las compañías actualmente se mueven en un mercado altamente competitivo se requiere, por tanto, del análisis continuo de las diferentes variables de las necesidades del cliente, en este contexto las entidades en función de sus recursos y capacidades deberán formular las correspondientes estrategias de marketing que les permitan adaptarse a dicho entorno y adquirir ventaja a la competencia aportando valores diferenciales.

Atención al Cliente

Según (PAZ , Renata, 2007, pág. 2) indica que “La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes.”.

Banca On-line

(BADIA , Félix, 2002, pág. 139) sostiene que “La banca es una actividad muy intensiva en el uso de la información, por lo que el Internet se constituye como un

medio ideal para ahorrar costes, no solo en la gestión interna de la entidad, sino para la relación directa con los clientes.”.

Cajeros Automáticos

(DÍEZ , Fernando, 2004, pág. 229) menciona que el cajero automático es una “Máquina que, accionada por el cliente mediante una clave, realiza algunas funciones del cajero.”

Dinero Electrónico

(FONSECA , Alexandre, S/A) menciona que:

Como ocurre con las tarjetas inteligentes, el uso de dinero electrónico no está aún muy extendido porque no existe una uniformidad o estándar. El sistema consiste en la adquisición de una cantidad de monedas (ficheros con un número identificador), previo pago del importe, para poder utilizar esas monedas en la realización de pagos online. (S/P).

Se trata de un medio de pago, como lo son las monedas fraccionarias emitidas por el Banco Central del Ecuador (BCE), las tarjetas de débito que emiten las instituciones financieras privadas, los cheques o las transferencias digitales.

2.4.2.4 Posicionamiento

Según (SÁNCHEZ , Joaquín, 1998, pág. 108) menciona que “Posicionar una empresa, es construirle una personalidad que le dará un lugar distinto en el mercado

en relación con sus competidores, de alguna manera es dar al producto una personalidad innovadora con respecto a lo que hacen las demás empresas.”.

Llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

Estrategias de Posicionamiento

(SÁNCHEZ , Joaquín, 1998) sostiene que:

El posicionamiento define la manera en que la empresa desea ser percibida por los compradores objetivo. En este sentido, las estrategias de posicionamiento son particularmente importantes cuando la estrategia de cobertura del mercado adoptado es el del marketing diferenciado que implica un posicionamiento en cada segmento, por oposición a un posicionamiento único válido para la totalidad del mercado. (pág. 116).

La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.

Tipos de Posicionamiento

Posicionamiento por atributo

(KLOTTER , Philip, 2003, pág. 12) sostiene que “Una empresa se posiciona según un atributo como el tamaño o el tiempo que lleva de existir. El tamaño es una característica de producto.”

Posicionamiento por beneficio

(KLOTTER , Philip, 2003, pág. 12) indica que “El producto se posiciona como el líder en lo que corresponde a cierto beneficio que las demás no dan.”.

Posicionamiento por uso o aplicación

(KLOTTER , Philip, 2003, pág. 12) menciona que “El producto se posiciona como el mejor en determinados usos o aplicaciones.”.

Posicionamiento por competidores

(KLOTTER , Philip, 2003, pág. 12) manifiesta que en el posicionamiento pro competidores “Se afirma que el producto es mejor en algún sentido o varios en relación al competidor.”.

Posicionamiento por categoría de productos

(KLOTTER , Philip, 2003, pág. 12) indica que “El producto se posiciona como el líder en cierta categoría de productos.”.

Posicionamiento por calidad o precio

Según (KLOTTER , Philip, 2003, pág. 12) “El producto se posiciona como el que ofrece el mejor valor, es decir la mayor cantidad de beneficios a un precio razonable.”

La diferenciación es un factor importante dentro del posicionamiento. Posicionarse junto a la mayoría no suele ofrecer ninguna ventaja .El mejor posicionamiento es aquel que no es imitable, si los competidores pueden imitarlo en el corto plazo,

perderemos la oportunidad de diferenciarnos. Es importante posibilitar la integración de la estrategia de posicionamiento dentro de la comunicación de la entidad. La posición que deseamos alcanzar debe ser rentable. El posicionamiento de nuestra marca debe entenderse como un proceso de perfeccionamiento de nuestra marca, incremento de nuestro valor añadido y búsqueda de ventajas competitivas.

2.5 Hipótesis

La Planificación Financiera incide en el posicionamiento en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, del cantón Ambato.

2.6 Señalamiento de las Variables

Variable Independiente

Planificación Financiera

Variable Dependiente

Posicionamiento

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

El presente trabajo de investigación en relación al paradigma critico- propositivo, tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo.

Cuantitativo porque en esta investigación se recolecta información mediante métodos estandarizados que permitan la consecución de resultados para su respectiva valoración y análisis a través de herramientas estadísticas.

Dichas herramientas permitirán hacer una valoración real del problema planteado y se orientara al descubrimiento de una hipótesis, al final con estos estudios cuantitativos se pretende explicar los fenómenos investigadores, buscando regularidades y relaciones causales.

Cualitativo porque por medio de explicaciones e interpretaciones de los resultados formales que arroja la investigación, se puede a su vez sugerir propuestas de actuación de acuerdo con los objetivos planteados.

3.2 Modalidad Básica de la Investigación

La investigación será de campo y bibliográfica – documental

3.2.1 De Campo

Según (ROJAS , Raúl, 1985, pág. 156) “Es la que se planea, organiza y dirige para captar información de la realidad empírica que se estudia. Se utilizan diversas

técnicas de recolección de datos, según sean las características del objeto de estudio, la hipótesis y objetivos y la disponibilidad de tiempo, personal y recursos económicos y materiales.”.

En la presente investigación se utilizará esta modalidad para su respectivo estudio, porque se efectuará en el lugar mismo de los hechos, visitando las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4 para obtener datos verídicos que se requiere, la información recogida en la misma permitirá tener un mayor conocimiento sobre el problema, ya que permite el contacto directo del investigador con la realidad, además de describir, analizar e interpretar de forma ordenada en base a la fundamentación teórica.

Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación

3.2.2 Bibliográfica – Documental

(ROJAS , Raúl, 1985, pág. 156) señala que “Es la que utiliza materiales provenientes de libros, revistas, periódicos, documentos públicos o privados o de otras fuentes para realizar una investigación teórica o apoyar una investigación directa.”. Para la presente investigación es necesario utilizar fuentes bibliográficas para apoyar los análisis, estudios u otras variables que aporten a la consecución de la solución del problema.

Además se utilizó diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en libros, folletos, revistas, tesis, internet y otros; en los cuales se revisará fuentes escritas de diferentes autores para elaborar el marco teórico que definirá la metodología de la investigación con la finalidad de mejorar y ampliar los conocimientos en la realización y desarrollo de la presente investigación y también se incluirá la información propia de la cooperativa que servirá de soporte al estudio realizado.

3.3 Nivel o Tipo de Investigación

3.3.1 Investigación Exploratoria

(ORTIZ , Bernal, s/a, pág. 5) manifiesta que “Es la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.” Bajo este concepto el uso de este tipo de investigación en el trabajo investigativo aporta con resultados que abren nuevas líneas de investigación y consecuentemente a su comprobación.

3.3.2 Investigación Descriptiva

(ORTIZ , Bernal, s/a, pág. 5) señala que “Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades.”

Es una investigación descriptiva puesto que mediante los resultados obtenidos en el proceso de investigación se los puede detallar en relación a las variables de estudio, en el presente trabajo se utilizara una lista de chequeo para obtener de primera mano la información que se requiere para llegar a detectar las falencias que poseen las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4., y por tanto verificar y comparar la situación de la cooperativa.

3.3.3 Investigación Correccional

Según (HERNANDÉZ R., COLLADO C., VARIOS, 2007) “Los estudios correlacionales miden o evalúan el grado de relación entre esas dos o más variables. Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden

y analizan la correlación. Tales relaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba.”

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

Para (ICART T ., FUENTELESAZ C., VARIOS, 2006, pág. 55) “Es el conjunto de individuos que tiene características o propiedades que son las que se desea estudiar.”

En relación a lo anteriormente expuesto la población del presente estudio la componen las 28 cooperativas del segmento 4 del cantón Ambato y sus respectivas unidades de administración.

Tabla 6 : Cooperativas de ahorro y crédito segmento 4 del cantón Ambato

1	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO LTDA.
2	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO FINANREDIT LTDA.
3	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JUVENTUD UNIDA LTDA.
4	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO FOMENTO PARA LA PRODUCCION DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
5	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN ALFONSO LTDA
6	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CREDIMAS
7	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO UNION POPULAR LTDA.
8	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ECUAFUTURO LTDA
9	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO COORAMBATO LTDA.
10	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 1 DE JULIO
11	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CREDI YA LTDA
12	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KISAPINCHA LTDA.
13	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PISA LTDA.
14	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO INTERCULTURAL TARPUK RUNA LTDA.
15	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LA MERCED LTDA. - AMBATO
16	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ACCION TUNGURAHUA LTDA.
17	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SERVIDORES MUNICIPALES DE AMBATO LTDA
18	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VENCEDORES DE TUNGURAHUA LTDA.

19	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK SAMY LTDA.
20	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 15 DE AGOSTO LTDA.
21	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LA FLORESTA LTDA
22	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVA FUERZA ALIANZA LTDA
23	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VALLES DEL LIRIO AICEP
24	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CORPOTRANST
25	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO REY DAVID LTDA.
26	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PUSHAK RUNA (HOMBRE LIDER)
27	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK SISA
28	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO YUYARIK

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Elaborado por: Rossana Calderón

3.4.2 Muestra

Para (ICART T ., FUENTELESAZ C., VARIOS, 2006, pág. 55) “La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán en un subconjunto de la población.”.

Para este estudio manejaremos un muestreo sistemático para la realización de la investigación.

Muestreo Sistemático

Para (VIVANCO , Manuel, 2005, pág. 171) “es el procedimiento de selección a partir de un elemento escogido al azar que opera como arranque aleatorio para la selección automática del conjunto de elementos que componen la muestra.”.

En este trabajo se realizará un muestreo sistemático para seleccionar las cooperativas de ahorro y crédito que se sujetarán al estudio, para este fin se utilizará la siguiente fórmula:

$$K = \frac{N}{n}$$

Donde

K= un intervalo de selección sistemática

N= número de elementos de la población (28)

n= número de elementos de la muestra (15)

$$K = \frac{N}{n}$$

$$K = \frac{28}{15}$$

$$K = 1,86$$

Tabla 7 : Selección de la Muestra

Intervalo de Selección Sistemática (k)	Elementos de Estudio (Muestra)	
	1	Seleccionado al Azar 1
1,86	2	2,86 = 3
1,86	3	4,72 = 5
1,86	4	6,58 = 7
1,86	5	8,44 = 8
1,86	6	10,3 = 10
1,86	7	12,16 = 12
1,86	8	14,02 = 14
1,86	9	15,88 = 16
1,86	10	17,74 = 18
1,86	11	19,60 = 20
1,86	12	21,46 = 21
1,86	13	23,32 = 23
1,86	14	25,18 = 25
1,86	15	27,04 = 27

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Conclusión

Se enumera a cada cooperativa, seguido se elige un elemento al azar que se encuentre dentro de la razón de muestreo (1), a este valor se le agregara $K=1,86$ así obteniendo la muestra objeto de estudio.

Como la suma de la razón de muestreo (1) más $K= 1.86$ da como resultado un numero decimal; se procede a aproximarle al inmediato superior es decir; que de la población de las 28 cooperativas se selecciona la cooperativa uno, tres, cinco, siete, ocho diez, doce, catorce, dieciséis, dieciocho, veinte, veinte y uno, veinte y tres, veinte cinco y veinte siete distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 8 : Cooperativas sujetas a estudio

1	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO LTDA.
3	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JUVENTUD UNIDA LTDA.
5	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN ALFONSO LTDA
7	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO UNION POPULAR LTDA.
8	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ECUAFUTURO LTDA
10	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 1 DE JULIO
12	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KISAPINCHA LTDA.
14	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO INTERCULTURAL TARPUK RUNA LTDA.
16	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ACCION TUNGURAHUA LTDA.
18	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VENCEDORES DE TUNGURAHUA LTDA.
20	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 15 DE AGOSTO LTDA.
21	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LA FLORESTA LTDA
23	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VALLES DEL LIRIO AICEP
25	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO REY DAVID LTDA.
27	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK SISA

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

3.5 Operacionalización de las Variables

Tabla 9 : Variable Independiente – Planificación Financiera

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es una técnica que agrupa una serie de instrumentos, métodos y objetivos para mantener un equilibrio económico en todos los niveles de la empresa.	Herramientas y Técnicas	Presupuestos	¿Existe en su cooperativa presupuestos de efectivo como herramienta de control?	Lista de Chequeo realizada al personal administrativo de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato.
		Formulación de Planes	¿Se elaboran planes financieros a corto y largo plazo que contribuyan a las decisiones de inversión y financiamiento de la cooperativa?	
	Estados Financieros	Indicadores Financieros	¿Se realizan análisis financieros en base a los indicadores para determinar la capacidad económica de la cooperativa?	
			La cooperativa en lo referente a la rentabilidad ¿ha tenido corrida de depósitos?	

			¿La cooperativa tiene problemas al hacer frente a sus obligaciones de pago?
	Proceso de Planificación Financiera	Importancia de la Planificación Financiera	En el proceso de planificación ¿Se hace un análisis periódico de la cooperativa en cuanto a capacidades, recursos, servicios y políticas?
		Estudio de Escenarios	¿Ha realizado estudios de escenarios externos e internos mediante un análisis técnico?

Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Tabla 10 : Variable Dependiente – Posicionamiento

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Es una estrategia comercial cuyo objetivo es que el producto consiga un lugar privilegiado en la mente del consumidor, haciéndolo distintivo frente a la competencia.</p>	<p>Marketing</p>	<p>Participación de Mercado</p>	<p>¿La cooperativa ha realizado estudios de mercado para medir el posicionamiento frente a la competencia?</p>	<p>Lista de Chequeo realizada al personal administrativo de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato.</p>
		<p>Plan de Marketing</p>	<p>¿Se destina los recursos necesarios para el desarrollo de planes de marketing en la cooperativa?</p>	
		<p>Indicadores de gestión y mercado</p>	<p>¿La cooperativa ha realizado unos indicadores de gestión adecuados para medir el posicionamiento?</p>	
			<p>¿La cooperativa ofrece tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos?</p>	
		<p>Necesidades del Cliente</p>	<p>¿Ha implementado en su cooperativa el servicio de dinero electrónico?</p>	

			¿La cooperativa dispone de una web corporativa en donde se incluya el servicio de banca online?	
	Estrategias de Posicionamiento	Ventaja Competitiva	Debido al crecimiento del sector cooperativista ¿Ha implementado alguna estrategia de posicionamiento en su cooperativa que permita evidenciar una ventaja competitiva?	

Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

3.6 Recolección de la Información

Los datos recogidos en la presente investigación, se sintetizan siguiendo ciertos parámetros:

La información obtenida a través de una lista de chequeo previamente tabulada.

Tabulación de datos con relación a cada ítem y cada alternativa de respuesta.

Construcción de gráficos estadísticos de datos para la representación de resultados.

Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Tabla 11 : Procedimientos de Recolección de Información

Preguntas Básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Para conocer la relación de la planificación financiera con el posicionamiento de las cooperativas.
2. ¿A qué personas?	Al personal Administrativo
3. ¿Sobre qué aspectos?	La Planificación Financiera y el Posicionamiento
4. ¿Quién?	Investigador: Rossana Calderón
5. ¿Cuándo?	Mes de Julio 2016
6. ¿Donde?	Cooperativas del Segmento 4 - Ambato
7. ¿Cuántas veces?	Las veces que el investigador considere conveniente
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Lista de Chequeo
9. ¿Con qué?	Con la colaboración del personal administrativo de las cooperativas
10. ¿En qué situación?	Actual de las cooperativas

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

3.7 Plan del Procesamiento y Análisis

Revisión crítica de la información escogida

Se eliminará la información defectuosa contradictoria, incompleta o no pertinente.

Repetición de la Recolección

En casos particulares para corregir o corroborar la información.

Tabulación o Cuadros

Tratamiento de la información estadísticamente procesando datos, utilizando tablas y gráficos para cuantificar y representar los resultados.

Análisis de los resultados estadísticos

Estableciendo relaciones fundamentales y marcando tendencias de acuerdo a los objetivos y a la hipótesis.

Interpretación de resultados

Se apoyará en el marco teórico en los aspectos pertinentes.

Comprobación de la hipótesis

Mediante la utilización de la T student.

Establecimiento de conclusiones y recomendaciones

Se indica el procedimiento de la obtención de las conclusiones y recomendaciones, las conclusiones se derivan del cumplimiento de los objetivos específicos y las recomendaciones se derivan de las conclusiones establecidas.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de Resultados

Se ha aplicado una lista de chequeo como instrumento de recolección de información a las 15 cooperativas de ahorro y crédito seleccionadas como objeto de estudio.

Para desarrollar el proceso de interpretación se ha realizado un análisis de cada una de las preguntas, elaborando tablas y gráficos que sintetizan el trabajo de recolección de la información, manteniendo relación con los objetivos, las variables e indicadores del presente trabajo investigativo. A partir de ese proceso se emitirán las conclusiones de mayor relevancia y se realizará la verificación de la hipótesis planteada.

4.1.1 Análisis de las respuestas a la lista de chequeo aplicada personal administrativo de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato.

Pregunta 1

1. ¿Existe en su cooperativa presupuestos de efectivo como herramienta de control?

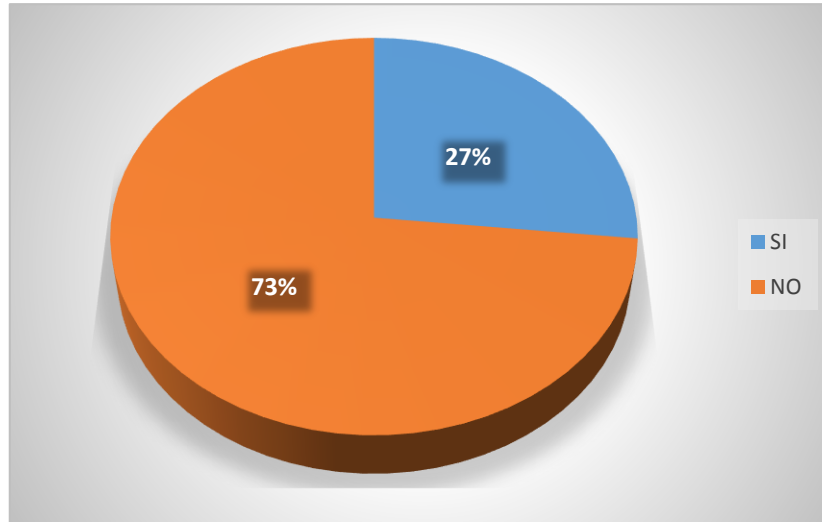
Tabla 12 : Presupuesto de efectivo como herramienta de control

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	4	26,67%
NO	11	73,33%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 7 : Presupuesto de efectivo como herramienta de control



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 27% de las cooperativas señalan que elaboran presupuestos de efectivo como herramienta de control; mientras que el 73% no desarrolla esta herramienta.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas de ahorro y crédito sujetas a estudio señalan que no realizan proyecciones de las necesidades de dinero en efectivo; mermando sus posibilidades de prever la futura disponibilidad del efectivo y en base a ello tomar las decisiones adecuadas; es de suma importancia incorporar un flujo de caja que sea la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, en contraste en un porcentaje menor en las cooperativas aducen que es necesario contar con esta herramienta para un control adecuado de fuentes de efectivo.

Pregunta 2

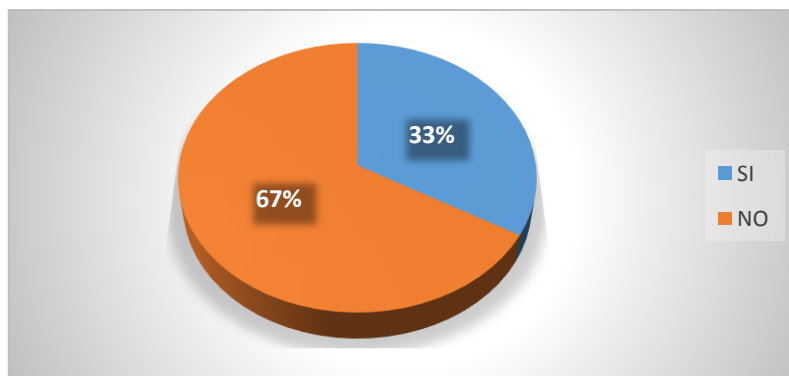
2. ¿Se elaboran planes financieros a corto y largo plazo que contribuyan a las decisiones de inversión y financiamiento de la cooperativa?

Tabla 13 : Planes Financieros a corto y largo plazo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	5	33,33%
NO	10	66,67%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 8 : Planes Financieros a corto y largo plazo



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 33% de las cooperativas manifiestan que elaboran planes financieros a corto y largo plazo mientras que el 67% señala que no estructuran tales planes.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 no elaboran planes financieros a corto y largo plazo, en los planes a largo plazo se materializa la misión de la

empresa, su visión del futuro, los objetivos que aspira alcanzar, así como la estrategia que considera correcta y las acciones concretas que deben ejecutarse para alcanzarlas. A su vez, estos planes a largo plazo guían la formulación de planes y presupuestos a corto plazo, u operativos como recurso para prevenir cambios e integrar objetivos de la organización; en contraste esto no sucede en un número menor de cooperativas que prefieren guiarse por estos planes para el desarrollo de la organización.

Pregunta 3

3. ¿Se realizan análisis financieros en base a los indicadores para determinar la capacidad económica de la cooperativa?

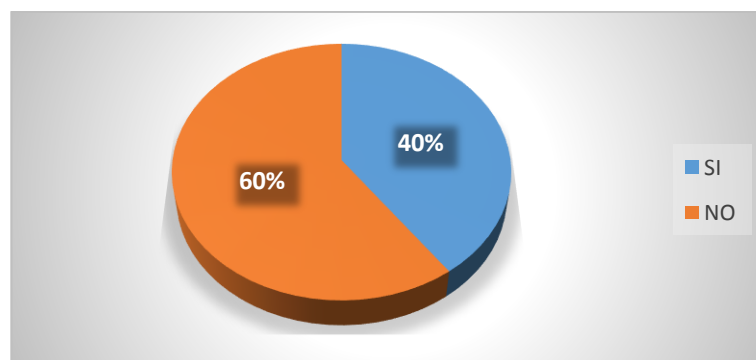
Tabla 14 : Análisis Financieros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	6	40,00%
NO	9	60,00%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 9 : Análisis Financieros



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 40% de las cooperativas manifiestan que realizan análisis financieros en base a indicadores; mientras que el 60% no considera necesario realizar este análisis.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas aducen que no se realizan análisis financieros que contribuyan a la toma de decisiones, factor desencadenante de futuros problemas financieros; la interpretación de los datos financieros es vital e indispensable para cada una de las actividades que se realizan dentro de la entidad, a través de esta los administradores examinan el resultado de sus decisiones previas y se formulan nuevas posibilidades en cuanto a las futuras decisiones a tomar, las cuales serán aquellas de las que se espera el mejor desempeño para la entidad financiera creando entonces las distintas políticas de uso de recursos, en contraste en un número menor de cooperativas se desarrollan análisis financieros para una eficaz toma de decisiones por parte de los directivos.

Pregunta 4

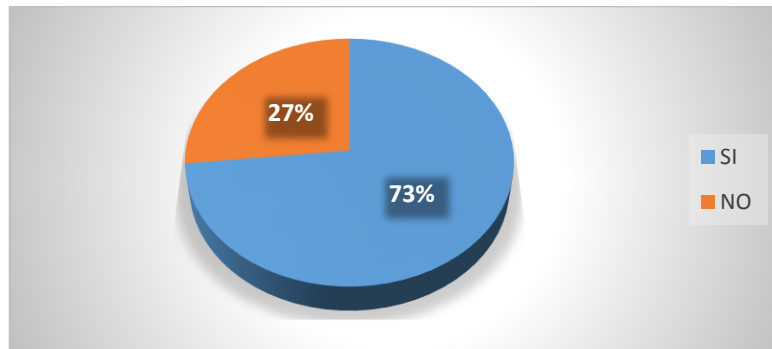
4. La cooperativa en lo referente a la rentabilidad ¿ha tenido corrida de depósitos?

Tabla 15 : Corrida de Depósitos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	11	73,33%
NO	4	26,67%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 10 : Corrida de Depósitos



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 27% de las cooperativas manifiestan que no se evidenciaros corridas de depósitos; mientras que el 73% si experimentó tal situación.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas sufrieron una retirada de depósitos llevada a cabo por un número considerable de clientes por consecuencia de la crisis económica del país; además de la desconfianza existente de la economía hace que los clientes retiren su dinero puesto que no cuentan con mucho efectivo; dando lugar a un pánico bancario, en contraste en un número menor de cooperativas este fenómeno no afecto en su rentabilidad.

Pregunta 5

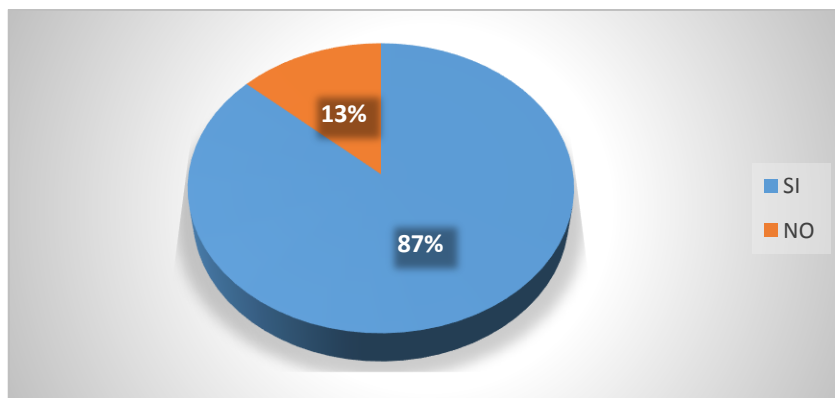
5. ¿La cooperativa tiene problemas al hacer frente a sus obligaciones de pago?

Tabla 16 : Obligaciones de pago

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	13	86,67%
NO	2	13,33%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 11 : Obligaciones de pago



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 87% de las cooperativas señalan que tiene problemas para hacer frente a sus obligaciones de pago; mientras que un 13% puede hacer frente a sus obligaciones sin ningún problema.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas señalan que como consecuencia de una planificación de efectivo, de fuentes de inversión a largo y corto plazo no está en posición para hacer frente a sus obligaciones de pago que supone un grave problema de liquidez; en contraste en un porcentaje menor señalan que cumplen con sus obligaciones de pago de manera holgada.

Pregunta 6

6. En el proceso de planificación ¿Se hace un análisis periódico de la cooperativa en cuanto a capacidades, recursos, servicios y políticas?

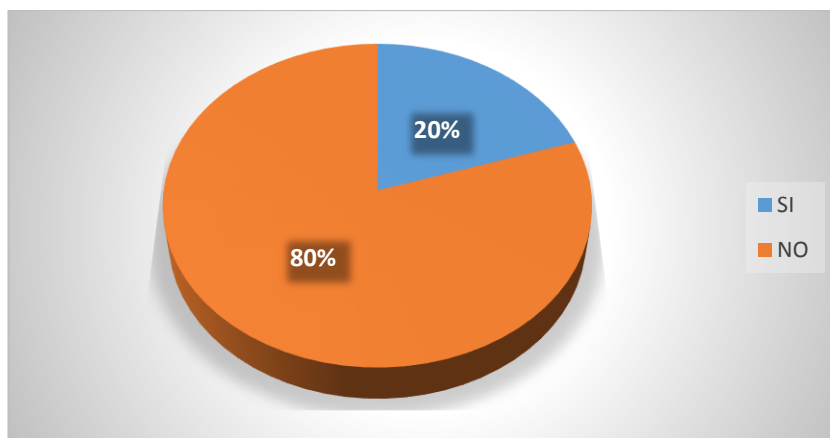
Tabla 17 : Análisis Periódico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	3	20,00%
NO	12	80,00%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 12 : Análisis Periódico



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 80% de las cooperativas señalan que no se realizan análisis periódicos en cuanto a capacidades, recursos, servicios y políticas; mientras que un 20% desarrolla este análisis para la mejora de procesos.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas como medida de prevención de problemas financieros desarrollan análisis periódicos de capacidades, recursos, servicios y políticas; en contraste en un número menor de cooperativas si se realiza esta práctica habitualmente para la optimización de recursos tangibles e intangibles.

Pregunta 7

- 7. ¿Se realiza estudios de escenarios externos e internos mediante un análisis técnico?**

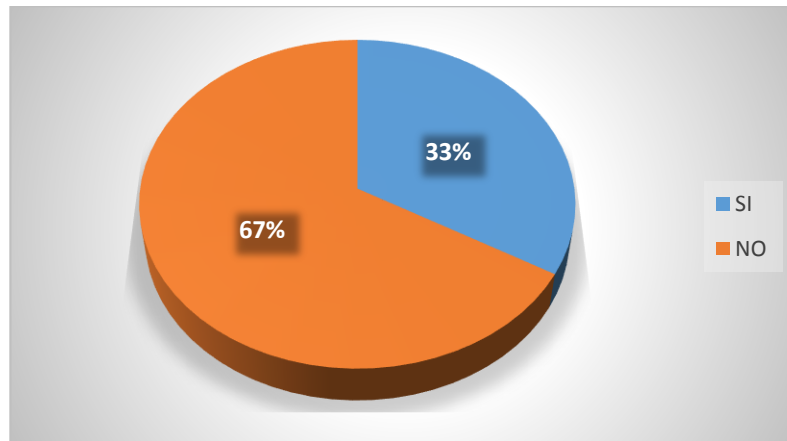
Tabla 18 : Estudios de escenarios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	5	33,33%
NO	10	66,67%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 13 : Estudios de escenarios



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 67% de las cooperativas señalan que no se realizan análisis de escenarios internos y externos; mientras que un 33% desarrolla este análisis para el mejoramiento interno.

Interpretación

Más de la mitad de las cooperativas del segmento 4 no realiza un análisis interno/externo donde se compare la situación de la organización; además de que no existen ni se ejecutan estudios de evolución de mercados y de competencia; en contraste en un número menor de cooperativas se lleva a cabo el desarrollo de este análisis para la determinación de ciertos factores.

Pregunta 8

8. ¿La cooperativa ha realizado estudios de mercado para medir el posicionamiento frente a la competencia?

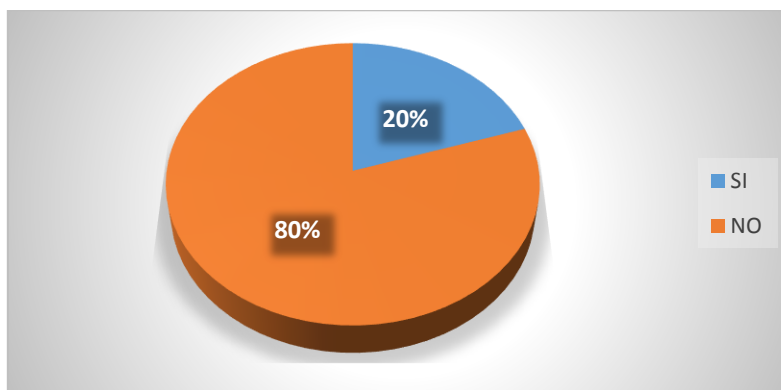
Tabla 19 : Estudios de mercado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	3	20,00%
NO	12	80,00%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 14 : Estudios de mercado



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 80% de las cooperativas señalan que no realizan estudios de mercado como herramienta para medir el posicionamiento frente a la competencia; mientras que un 20% desarrolla este estudio para definir la posición actual.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 no realiza estudios de mercado que ayude a obtener información de clientes, competencia y demás factores determinantes en la situación real de la organización; en contraste en un número menor de cooperativas se elaboran estudios de mercado para definir su segmento de mercado y medir el posicionamiento frente a la competencia

Pregunta 9

9. ¿Se destina los recursos necesarios para el desarrollo de planes de marketing en la cooperativa?

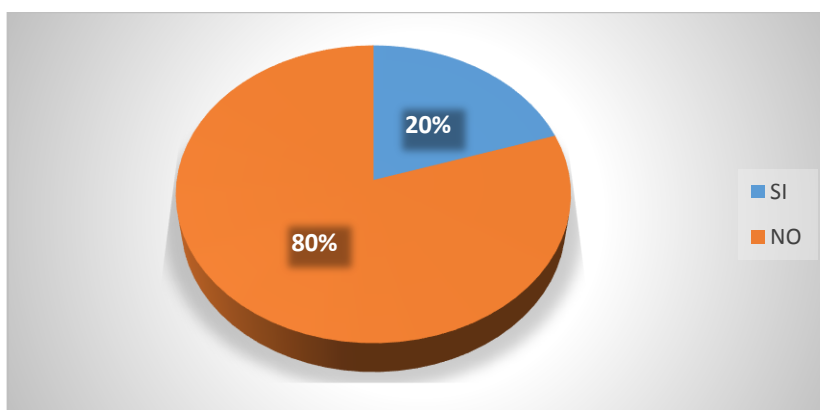
Tabla 20 : Planes de Marketing

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	3	20,00%
NO	12	80,00%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 15 : Planes de Marketing



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 80% de las cooperativas señalan que no destinan los recursos necesarios para el desarrollo de planes de marketing de la cooperativa; mientras que un 20% destina recursos específicamente para este aspecto.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 señalan que no destinan recursos necesarios para la elaboración de planes de marketing que beneficien el posicionamiento en el mercado; en un contratos menor señalan que si destinan recursos para desarrollar dichos planes.

Pregunta 10

10. ¿La cooperativa ha realizado indicadores de gestión adecuados para medir el posicionamiento en el mercado?

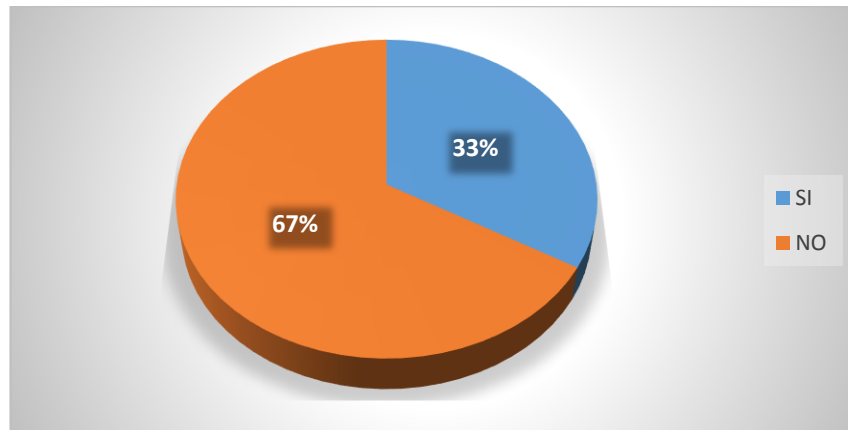
Tabla 21 : Indicadores de Gestión

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	5	33,33%
NO	10	66,67%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 16 : Indicadores de Gestión



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 67% de las cooperativas señalan que no se ha realizado indicadores de gestión adecuados; mientras que un 33% los realiza sin la debida supervisión de profesionales.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 señalan que realizan indicadores de gestión y mercado de manera empírica los cuales no abarcan los análisis de las estrategias de aspectos internos: producto, precio, distribución y promoción; en un contraste menor señalan que elaboran estos indicadores de manera empírica o tanteo para conocer la situación de la cooperativa en términos de posicionamiento.

Pregunta 11

11. ¿Dispone la cooperativa de Talento Humano calificado y especializado para atención al cliente?

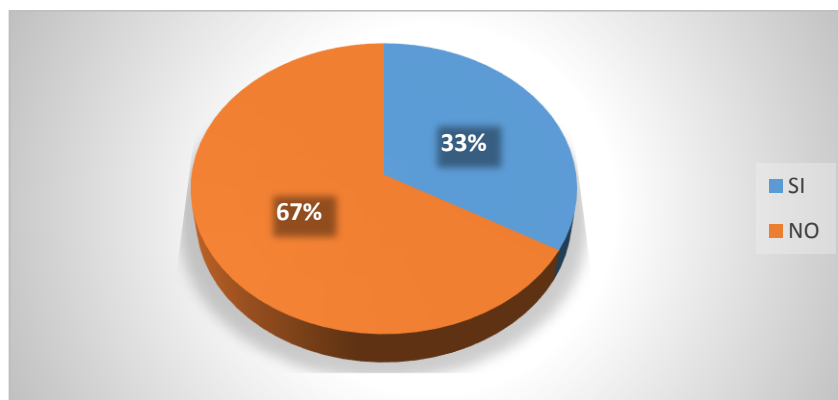
Tabla 22 : Atención al cliente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	5	33,33%
NO	10	66,67%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 17 : Atención al cliente



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 67% de las cooperativas señalan que no cuentan con talento humano especializado y calificado en atención al cliente; mientras que un 33% sostiene que su talento humano cumple con requerimientos y el perfil para este tipo de actividad.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 señalan que su talento humano no está especializado en atención al cliente clave fundamental para el desarrollo de la organización; en un contraste menor señalan que los colaboradores de esta área cumplen con los requisitos y el perfil necesario para una buena atención a los socios y clientes de la entidad.

Pregunta 12

12. ¿La cooperativa ofrece tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos?

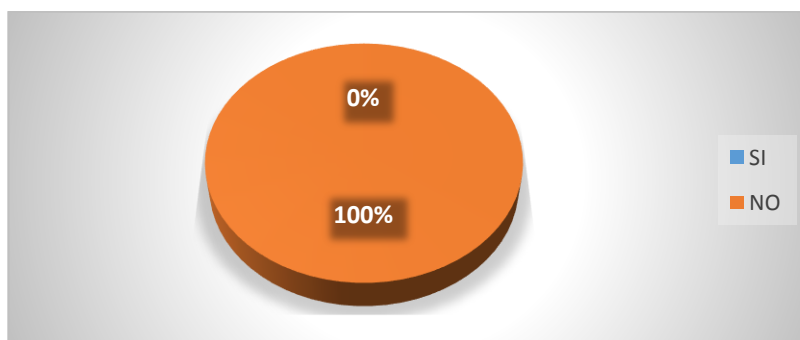
Tabla 23 : Tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	0	0,00%
NO	15	100,00%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 18 : Tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 100% de las cooperativas señalan que no cuentan con el servicio de tarjetas de débito ni acceso a red de cajeros automáticos.

Interpretación

La totalidad de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 aducen que no cuentan con el servicio de una tarjeta que permita hacer pagos a partir de dinero que un socio tenga en su cuenta; tampoco están en la capacidad de brindar el servicio de red de cajeros automáticos.

Pregunta 13

13. ¿Ha implementado en su cooperativa el servicio de dinero electrónico?

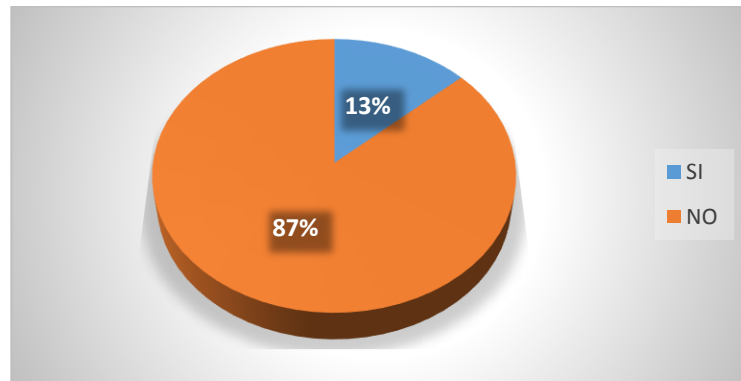
Tabla 24 : Dinero Electrónico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	2	13,33%
NO	13	86,67%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 19 : Dinero Electrónico



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 87% de las cooperativas señalan que no cuentan con el servicio de dinero electrónico, mientras que un 13% aducen que cuentan con este servicio a nivel local.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 señalan que no están afiliados a los establecimientos para acreditación de dinero electrónico a cambio de efectivo; en un contraste menor señalan que si cuentan en su organización con este servicio a nivel local.

Pregunta 14

14. ¿La cooperativa dispone de una web corporativa en donde se incluya el servicio de banca online?

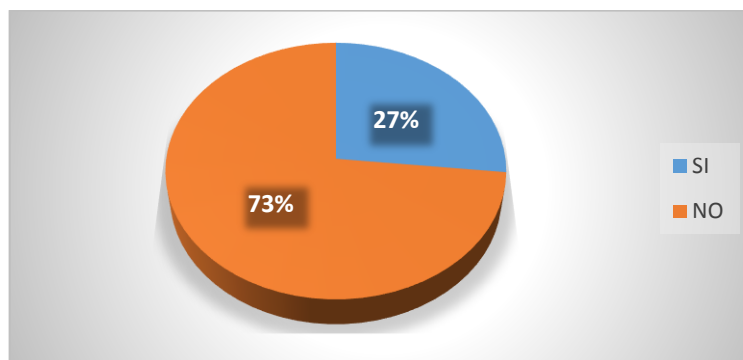
Tabla 25 : Banca Online

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	4	26,67%
NO	11	73,33%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 20 : Banca Online



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 73% de las cooperativas señalan que no cuentan con una web corporativa que ofrezca el servicio de banca online, mientras que un 27% aducen que si cuentan con este servicio para sus socios.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 señalan que no disponen de una web corporativa que incluya el servicio de efectuar operaciones bancarias desde una computadora que cuente con acceso a internet; en un contraste menor señalan que si cuentan en su organización con este servicio para sus socios.

Pregunta 15

15. Debido al crecimiento del sector cooperativista ¿Ha implementado alguna estrategia de posicionamiento en su cooperativa que permita evidenciar una ventaja competitiva?

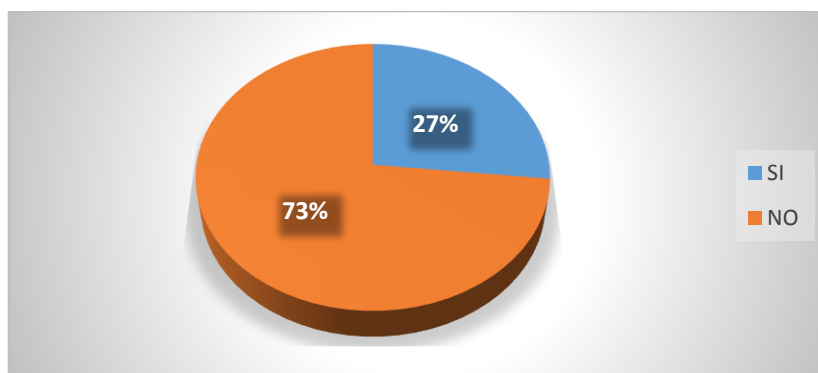
Tabla 26 : Estrategia de Posicionamiento

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	4	26,67%
NO	11	73,33%
Total	15	100,00%

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Gráfico 21 : Estrategia de Posicionamiento



Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Análisis

El 73% de las cooperativas señalan que no han desarrollado ninguna estrategia de posicionamiento, mientras que un 27% aducen que si han desarrollado dicha estrategia para obtener una ventaja competitiva frente a la competencia.

Interpretación

La mayoría de las cooperativas del segmento 4 señalan que no han desarrollado ningún proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tenga por objetivo posicionar la imagen corporativa de la cooperativa; en un contraste menor señalan que si cuentan con una estrategia de posicionamiento para marcar una diferenciación en el mercado.

4.2 Verificación de hipótesis

La verificación de la hipótesis planteada se efectuó a partir de los resultados de las encuestas realizadas a las 15 cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato, para ello se utilizara el método t de student.

Planteamiento de la Hipótesis

Modelo Lógico

Hipótesis Nula (Ho)

La Planificación Financiera no incide en el posicionamiento en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, del cantón Ambato.

Hipótesis Alternativa (H1)

La Planificación Financiera incide en el posicionamiento en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, del cantón Ambato.

Modelo Estadístico

$$t = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\frac{S_D}{\sqrt{n}}}$$

Donde:

t= Estadístico t de student

\bar{X} = Media Aritmética Diferencial

S_D = Desviación Estándar Diferencial

n = Tamaño de la Muestra

μ_0 = Constante

Especificaciones de la Región de Aceptación y Rechazo

Para el proceso de verificación se utilizarán todas las preguntas correspondientes a la lista de chequeo realizada a las diferentes cooperativas, para determinar el punto crítico que permita aprobar o rechazar las hipótesis planteadas.

Tabla 27 : Frecuencias Observadas

N°	Preguntas	Respuestas		Sumas
		SI	NO	
1	¿Existe en su cooperativa presupuestos de efectivo como herramienta de control?	4	11	19
2	¿Se elaboran planes financieros a corto y largo plazo que contribuyan a las decisiones de inversión y financiamiento de la cooperativa?	5	10	19
3	¿Se realizan análisis financieros en base a los indicadores para determinar la capacidad económica de la cooperativa?	6	9	19
4	La cooperativa en lo referente a la rentabilidad ¿ha tenido corrida de depósitos?	11	4	19
5	La cooperativa tiene problemas al hacer frente a sus obligaciones de pago?	13	2	19
6	En el proceso de planificación ¿Se hace un análisis periódico de la cooperativa en cuanto a capacidades, recursos, servicios y políticas?	3	12	19
7	¿Se realiza estudios de escenarios externos e internos mediante un análisis técnico?	5	10	19
8	¿La cooperativa ha realizado estudios de mercado para medir el posicionamiento frente a la competencia?	3	12	19
9	¿Se destina los recursos necesarios para el desarrollo de planes de marketing en la cooperativa?	3	12	19
10	¿La cooperativa ha indicadores de gestión adecuados para medir el posicionamiento en el mercado?	5	10	19
11	¿Dispone la cooperativa de Talento Humano calificado y especializado para atención al cliente?	5	10	19

12	¿La cooperativa ofrece tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos?	0	15	19
13	¿Ha implementado en su cooperativa el servicio de dinero electrónico?	2	13	19
14	¿La cooperativa dispone de una web corporativa en donde se incluya el servicio de banca online?	4	11	19
15	Debido al crecimiento del sector cooperativista ¿Ha implementado alguna estrategia de posicionamiento en su cooperativa que permita evidenciar una ventaja competitiva?	4	11	19

Fuente: Análisis de la Investigación

Elaborado por: Rossana Calderón

Cálculo de los Grados de Libertad

$$gl = n - 1$$

$$gl = 15 - 1$$

$$gl = 14$$

Tabla 28 : Aplicación de la formula T de Student

Preguntas	Respuestas		Sumatoria	X	X - \bar{X}	(X - \bar{X}) ²
	SI	NO				
1	4	11	15	-7	-1,73	3,00
2	5	10	15	-5	0,27	0,07
3	6	9	15	-3	2,27	5,14
4	11	4	15	7	12,27	150,47
5	13	2	15	11	16,27	264,60
6	3	12	15	-9	-3,73	13,94
7	5	10	15	-5	0,27	0,07

8	3	12	15	-9	-3,73	13,94
9	3	12	15	-9	-3,73	13,94
10	5	10	15	-5	0,27	0,07
11	5	10	15	-5	0,27	0,07
12	0	15	15	-15	-9,73	94,74
13	2	13	15	-11	-5,73	32,87
14	4	11	15	-7	-1,73	3,00
15	4	11	15	-7	-1,73	3,00
Total	73	152	225	$\Sigma X = -79$		598,93

Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Media Aritmética

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} \qquad \bar{X} = \frac{-79}{15} = 5.26$$

Calculo de la Deviación Estándar

$$S_D = \sqrt{\frac{\Sigma(X_i - \bar{X}_i)^2}{n-1}} = S_D = \sqrt{\frac{598.93}{15-1}} = S_D = \sqrt{\frac{598.93}{14}} = 6.54$$

Cálculo de la T de Student

$$t = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\frac{S_D}{\sqrt{n}}} = t = \frac{-5.26 - 0}{\frac{6.54}{\sqrt{15}}} = t = \frac{-5.26}{1.68} = -3.11$$

Tabla 29 : Cálculo de la t de student en Excel 2013

	Variable 1	Variable 2
Media	4,86666667	10,13333333
Varianza	10,6952381	10,6952381
Observaciones	15	15
Coeficiente de correlación de Pearson	-1	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	14	
Estadístico t	-3,11857532	
P(T<=t) una cola	0,00377432	
Valor crítico de t (una cola)	1,76131014	
P(T<=t) dos colas	0,00754864	
Valor crítico de t (dos colas)	2,14478669	

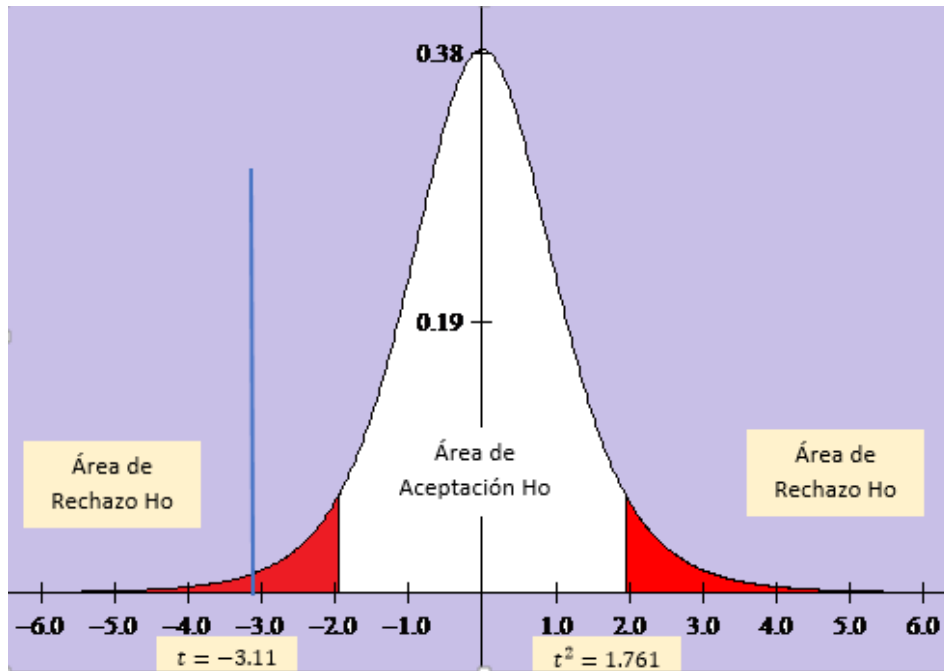
Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Al nivel de significación de 0.05 y tres (14) grados de libertad el valor de la t de student a tabular es de 1.761.

Regla de decisión

Se acepta la hipótesis nula si el valor de la t de student a calcularse se encuentra fuera del intervalo de -1.761 a 1.761, caso contrario se rechaza y se acepta la hipótesis alterna.

Gráfico 22 : t de student



Fuente: Análisis de la Investigación
Elaborado por: Rossana Calderón

Decisión Final

La t de student calculada es de -3.11 y de conformidad con lo establecido en la Regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir se confirma que planificación financiera incide en el posicionamiento de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, del cantón Ambato.

Limitaciones de Estudio

- En el desarrollo de la investigación se tomó en consideración las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato que en un inicio se negaban a dar cualquier tipo de información.

- Algunas de las cooperativas cambiaron sus direcciones, las cuales no se encuentran actualizadas en la base de datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
- La mayoría de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, se encuentran en zonas rurales, un factor de dificultad para el investigador.
- Fue necesario dos semanas para obtener la información requerida puesto que muchas de las cooperativas se negaban a dar apertura a las preguntas planteadas.

4.3 Conclusiones

Después de realizar el presente trabajo de investigación se puede determinar las siguientes conclusiones:

- En las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 se evidencia falencias en el proceso de planificación financiera ya que la mayoría de ellas no cuentan con presupuestos de efectivo como herramienta de control, además se elaboran planes financieros a corto y largo plazo sin una información adecuada; producto de personal poco capacitado en el área que contribuyan a las decisiones de inversión y financiamiento de la cooperativa.
- En cuanto a su planificación podemos determinar que la falta de un método establecido nos impide tener en cuenta los distintos escenarios a seguir en las proyecciones, los cuales nos permitirán tomar acertadamente las decisiones y cumplir oportunamente con todas las obligaciones a corto y largo plazo de la empresa; factores que comprometen el desarrollo y crecimiento de la organización.

- La problemática de estas cooperativas radica en que no existen indicadores de gestión y mercado adecuados, que permitan saber la satisfacción de los clientes y aceptación de la cooperativa en el mercado, sabiendo que la aplicación de estos indicadores idóneos nos permite medir el posicionamiento de la cooperativa en el mercado financiero.
- Las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 no tienen definida una estrategia de posicionamiento debido a que los estudios de mercado no han dado los resultados esperados; ni se ha establecido un segmento específico lo que conlleva a un desconocimiento total de su imagen en el mercado financiero ecuatoriano.
- Es importante gestionar la implementación de los lineamientos de una guía de planificación financiera, aspecto que requiere el compromiso explícito de la alta gerencia y habilidades de liderazgo para movilizar a las personas y los recursos de la cooperativa en función de los propósitos definidos, puesto que en base a la información recolectada se obtendrá el resultado esperado.
- La implementación de los lineamientos de la guía de planificación financiera ayuda a mejorar los niveles de posicionamiento que buscan las entidades puesto que en este proceso se tomará en cuenta un aspecto de retroalimentación y control clave.

4.4 Recomendaciones

Mediante las conclusiones se puede llegar a las siguientes recomendaciones:

- Para las Cooperativas es imprescindible aplicar una planificación financiera adecuada con la finalidad de obtener una eficiente administración del efectivo y mejorar los niveles de liquidez , que permita incorporar y elaborar presupuestos de efectivo para mantener un control adecuado sobre las necesidades del circulante; se debe apoyar este control mediante la realización de planes de corto y largo plazo que faciliten a los administradores la toma de decisiones en cuanto a inversión y financiamiento.
- Implementar un método de planificación financiera en el cual se incluya proyecciones anuales con la ayuda de expertos, para controlar la capacidad de la entidad en lo referente a las obligaciones de pago; además de que se debe analizar las opciones para mantener los niveles de liquidez de las entidades.
- Implementar el desarrollo de indicadores de gestión y mercado adecuados que permita medir en términos cualitativos los niveles de posicionamiento de las cooperativas de ahorro y crédito del Segmento 4.
- Implementar estrategias de posicionamiento mediante estudios de mercado adecuados en los cuales se incluya servicios como: tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos, afiliación a la red de establecimientos autorizados para brindar el servicio de dinero electrónico; antesala importante para incrementar la vanguardia en cuanto a tecnologías y desarrollo dentro de la organización.
- Implementar los lineamientos de una guía de planificación financiera en que ayuden a elevar los niveles de posicionamiento de la organización.

- En estos momentos las cooperativas de ahorro y crédito del Segmento 4 necesitan que haya un compromiso de la gente que trabaja allí y más que nada del gerente de las mismas, puesto que con la aplicación de una planificación financiera adecuada se podrá cubrir con los propósitos fijados y que se los desee alcanzar.

4.4.1 Propuesta

Modelo Operativo de la Propuesta

Fase 1	Objetivos	Actividades	Desarrollo de Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Insumos para la Planeación Financiera	Analizar la historia financiera de las variables económicas.	Identificar los balances iniciales. Analizar las decisiones de inversiones.	Analizar la manera en que se elaboran los análisis financieros en base a indicadores. Determinar el tipo de decisiones más frecuentes que existen en las cooperativas en cuanto a inversiones	Coordinación con los administrativos de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato	4 Horas	Investigador

Fase 2	Objetivos	Actividades	Desarrollo de Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Procesamiento de la información mediante un modelo financiero.	Realizar el informe de planificación financiera mediante ratios financieros, para determinar el posicionamiento efectivo de la cooperativa.	Desarrollo de presupuestos para evitar posibles riesgos financieros	Desarrollar estrategias de crecimiento. Realizar análisis diversos de la situación actual.	Revisión en conjunto con el gerente de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato	4 Horas	Investigador

Fase	Objetivos	Actividades	Desarrollo de Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
			Actividades			
Resultados cuantificados Reportes financieramente Retroalimentación	Efectuar y registrar los escenarios económicos y permanentes y sistemáticos a la marcha de las políticas, estrategias que forman parte de los planes financieros. Determinar los escenarios económicos y permanentes y sistemáticos a la marcha de las políticas, estrategias que forman parte de los planes financieros. Establecer los impactos deseados.	Analizar la situación presente y tendencias y ajustes. Seguimiento, evaluación control y ajustes. Rendición de cuentas. Construir indicadores de impacto.	Analizar desvíos y medir para la delegación de funciones en el estudio de escenarios económicos Asignar personal adecuado con indicadores. Llevar a cabo acciones de ajuste mediante la evaluación de resultados. Comunicar los lineamientos del plan de indicadores para constituir ejes estratégicos.	Reunión con los gerentes de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato Coordinación con los gerentes de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4 del cantón Ambato	1 mes 1 Mes	Investigador Investigador

BIBLIOGRAFÍA

- ARRIAGA , Lliana ; AVALOS , Aurora ; VARIOS. (2012). Marketing Mix : La Fortaleza de las Grandes Empresas. "Contribuciones a la Economía " , 18.
- BADIA , Félix. (2002). *Internet: situación actual y perspectivas*. Barcelona: " La Caixa " .
- BASSO, Oscar. (30 de Agosto de 2013). Riesgo de Crédito. Guatemala, Guatemala, Guatemala. Obtenido de
file:///D:/Downloads/Modelos%20avanzados%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20del%20riesgo%20de%20cr%C3%A9dito.pdf
- BASTIDAS, Lugi. (2015). *La Planificación Financiera y el Posicionamiento en el Mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Simiatug Ltda., Cantón Guaranda*". Guaranda: Universidad Técnica de Ambato.
- BLACK , Hitt. (2006). *Administración*. México: Editorial Mexicana.
- CARRERO , Eloy y ZÚÑIGA , Javier. (1994). *Análisis y Formulación de las Operaciones Financieras*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- CEDEÑO, Rody. (2010). *Investigación científica y diseño de tesis*. Manabí: Mar Abierto.
- COHEN , Wiliam. (2008). *El Plan de Márketing*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- CONTIJOCH Francisco. (1973). *Curso Básico Intermedio sobre Fundamentos y Prácticas del Seguro* . Caracas.
- DAVID , Fred. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson.
- DÍEZ , Fernando. (2004). *La tribuna del idioma*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- DVOSKIN , Roberto. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- FERNÁNDEZ , Saúl. (2007). *Los Proyectos de Inversión* . Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- FONSECA , Alexandre. (S/A). *Fundamentos del e-commerce*. S/C: S/D.
- GERENCIE. (13 de 06 de 2010). Obtenido de GERENCIE:
<http://www.gerencie.com/diferencia-entre-analisis-horizontal-y-vertical.html>
- GITMAN , Lawrence. (2003). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- HERNÁNDEZ , Marcela. (2003). *Subjetividad y Cultura en la Toma de Decisiones Empresariales*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- HERNANDEZ R., COLLADO C., VARIOS. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid: Mc Graw Hill.

- HERRERA, MEDINA, VARIOS . (2004). *Tutoría de la Investigación Científica* . Ambato: Gráficas Corona .
- HORTON , Douglas ; ALEXAKI , Anastasia ; VARIOS. (2008). *Evaluación del Desarrollo de Capacidades*. Canadá: CIAT.
- HUACA, Mónica. (2013). *Planificación Financiera a la Cooperativa de Ahorro y Crédito del Sindicato de Choferes Profesionales de la Ciudad de Loja, Período 2012-2015*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- ICART T ., FUENTELESAZ C., VARIOS. (2006). *Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.
- KLOTTER , Philip. (2002). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- KLOTTER , Philip. (S/D de S/M de 2003). *Definición y Metodología del posicionamiento*. Obtenido de <http://porticus.usantotomas.edu.co/bitstream/11634/692/1/Las%20estrategias%20diferenciadoras%20generando%20un%20valor%20unico.pdf>
- LARA , Alfonso. (03 de ABRIL de 2008). LA MEDICIÓN DE RIESGOS EN LA INGENIERÍA FINANCIERA. México, México, México. Obtenido de <http://www.ai.org.mx/ai/archivos/coloquios/4/La%20Medicion%20de%20Riesgos%20en%20la%20Ingenieria%20Financiera.pdf>
- LEVY , Luis. (2005). *Planeación Financiera en la Empresa Moderna*. Ediciones Fiscales ISEF.
- LUSTHAUS , Charles ; ADRIEN , Marie-Hélène ; VARIOS. (2001). *Mejorando el Desempeño de las Organizaciones*. Canadá: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- MARTÍNEZ , Humberto. (S/D de S/M de S/A). *Web del Profesor*. Obtenido de Web del Profesor: <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/mendezm/IndicadoresFinancieros.pdf>
- MAYORGA, Carolina. (2015). *La Planificación Financiera como herramienta para mejorar la Productividad y el Posicionamiento en la empresa Carolucy de la ciudad de Ambato*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato.
- MORALES , Arturo y MORALES , José. (2014). *Planeación Financiera*. México: Grupo Editorial Patria.
- MOYA, Nancy. (2014). *"Planificación Financiera y su incidencia en el Posicionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo"*. Ambato: Univeresidad Técnica de Ambato.
- MUÑIZ , Rafael. (S/D de S/M de S/A). *Marketing en el siglo XXI*. Obtenido de Marketing en el siglo XXI: <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>
- ORTIZ , Bemal. (s/a). *Importancia de la Incorporación temprana a la Investigación Científica*. s/c: s/e.

- PARMERLEE , David. (1998). *Evaluación de los puntos fuertes y débiles del marketing*. Barcelona: Ediciones Granica S.A.
- PAZ , Renata. (2007). *Atención al cliente* . Madrid: Ideas Propias.
- PÉREZ , Juan ; CARBALLO Veiga. (2015). *La Gestión Financiera de la Empresa*. Madrid: ESIC.
- ROJAS , Raúl. (1985). *Investigación Social , Teoría y Praxis*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- STUTELY , Richard. (2000). *Plan de Negocios La Estrategia Inteligente*. México: Prentice Hall.
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. (s.f.). Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf
- TANAKA , Gustavo. (2005). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones*. Lima: Plaza Francia.
- UAEH.EDU. (S/D de S/M de S/A). Obtenido de UAEH.EDU: http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/evaluacion%20financiera.pdf

ANEXOS

Anexo 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

LISTA DE CHEQUEO

PROYECTO: “La planificación financiera y el posicionamiento en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 4, cantón Ambato”

DIRIGIDO A: Personal Administrativo

OBJETIVO: Evaluar la planificación financiera y el posicionamiento en el mercado mediante herramientas financieras que permita mejorar los niveles de liquidez de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 4, cantón Ambato.

INSTRUCCIONES: Lea atentamente las preguntas, revise todas las opciones y marque con una “X” la respuesta de acuerdo a su realidad. Utilice un bolígrafo de tinta azul.



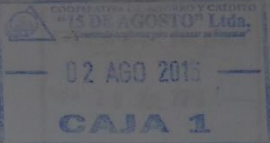
VARIABLE	SI	NO
1) ¿Existe en su cooperativa presupuestos de efectivo como herramienta de control?		
2) ¿Los directivos se implican activamente en la toma de decisiones?		
3) ¿Se elaboran planes financieros a corto y largo plazo que contribuyan a las decisiones de inversión y financiamiento de la cooperativa?		



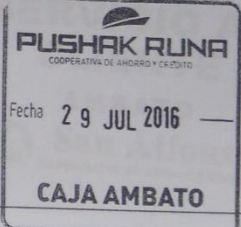
4) ¿Se realizan análisis financieros en base a los indicadores para determinar la capacidad económica de la cooperativa?		
5) La cooperativa en lo referente a la rentabilidad ¿ha tenido corrida de depósitos?		
6) ¿La cooperativa tiene problemas al hacer frente a sus obligaciones de pago?		
7) En el proceso de planificación ¿Se hace un análisis periódico de la cooperativa en cuanto a capacidades, recursos, servicios y políticas?		
8) ¿Se realiza estudios de escenarios externos e internos mediante un análisis técnico?		
9) ¿La cooperativa ha realizado estudios de mercado para medir el posicionamiento frente a la competencia?		
10) ¿Se han identificado en que segmento de mercado los productos y servicios financieros de la cooperativa podrían alcanzar una mayor aceptación?		
11) ¿Se destina los recursos necesarios para el desarrollo de planes de marketing en la cooperativa?		
12) ¿La cooperativa ha realizado un marketing mix para posicionar con éxito su oferta en el mercado?		
13) ¿Dispone la cooperativa de Talento Humano calificado y especializado para atención al cliente?		
14) ¿La cooperativa ofrece tarjetas de débito y acceso a red de cajeros automáticos?		
15) ¿Ha implementado en su cooperativa el uso de dinero electrónico?		

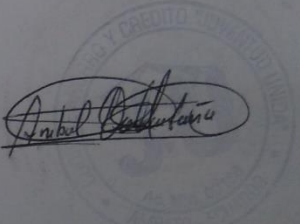

16) ¿La cooperativa dispone de una web corporativa en donde se incluya el servicio de banca online?		
17) Debido al crecimiento del sector cooperativista ¿Ha implementado alguna estrategia de posicionamiento en su cooperativa que permita evidenciar una ventaja competitiva?		

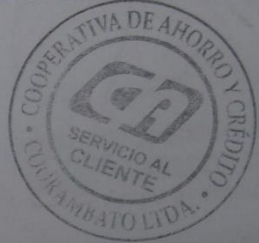

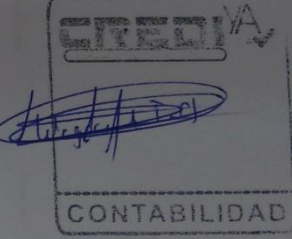
Anexo 2

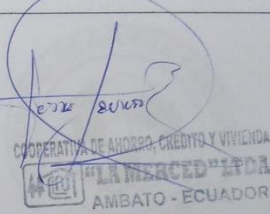
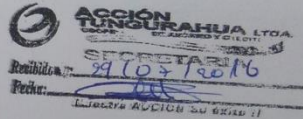
FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS


<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VENCEDORES DE TUNGURAHUA LTDA.</p>	<p>TOMAS SEVILLA Y BOLIVAR 06-32 BOLIVAR</p>	<p>SEGUNDO MANUEL TUSA CHISAG</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK SAMY LTDA.</p>	<p>JUAN BENIGNO VELA 04-28 LALAMA</p>	<p>GUAPISACA ESPIN HOLGUER GEOVANNY</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 15 DE AGOSTO LTDA.</p>	<p>GIRASOLES S/N ORQUIDEAS</p>	<p>EDYD MAGDALENA FREIRE MARTINEZ</p>	

<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CORPOTRANST</p>	<p>LOS INCAS S/N AZUAY</p>	<p>ISRAEL SALOMON FREIRE VILLALVA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO REY DAVID LTDA.</p>	<p>AV. 12 DE NOVIEMBRE 20-36 QUITO</p>	<p>SEGUNDO FRANCISCO TISALEMA POAQUIZA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PUSHAK RUNA (HOMBRE LIDER)</p>	<p>12 DE NOVIEMBRE S/N CASTILLO</p>	<p>SEGUNDO JUAN GUAPISACA CAPUZ</p>	


<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JUVENTUD UNIDA LTDA.</p>	<p>SALINAS 01-38 OLMEDO</p>	<p>ANGEL ANIBAL QUISINTUÑA AZAS</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO FOMENTO PARA LA PRODUCCION DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS</p>	<p>PANAMERICANA NORTE ENTRADA A MACASTO SN ENTRADA MACASTO</p>	<p>MARCIA ELIZABETH TAIPE ESTRADA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN ALFONSO LTDA</p>	<p>REDONDEL DE HUACHI SN GONZALO ZAMBUMBIDE</p>	<p>MARIA CARMEN LLIGALO UÑO</p>	<p>SERVICIO AL CLIENTE AMBATO  San Alfonso Cooperativa de Ahorro y Crédito</p>

<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO COORAMBATO LTDA.</p>	<p>12 DE NOVIEMBRE 10-79 ESPEJO</p>	<p>MIGUEL ANGEL CAIZA TOCALEMA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 1 DE JULIO</p>	<p>VIA A GUARANDA Y JUAN MONTALVO S/N JUAN MONTALVO</p>	<p>RICHART LIBARDO PATIÑO FLORES</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CREDI YA LTDA</p>	<p>BOLIVAR 07-22 AYLLON</p>	<p>SANTAMARIA CASTRO CRISTINA ELIZABETH</p>	

<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LA MERCED LTDA. - AMBATO</p>	<p>AYLLON 7-16 ROCAFUERTE</p>	<p>JOSE GUALBERTO SEVILLA LARA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ACCION TUNGURAHUA LTDA.</p>	<p>MONTALVO 07-94 AV 12 DE NOVIEMBRE</p>	<p>JOSE ELIAS PACARI TIGSILEMA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SERVIDORES MUNICIPALES DE AMBATO LTDA</p>	<p>CASTILLO Y BOLIVAR GADMA S/N BOLIVAR</p>	<p>NELLY JUDITH GAMBOA GUAMANQUISPE</p>	

<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LA FLORESTA LTDA</p>	<p>MARTIN LUTERKING WINSTONG CHURCHIL SN WINSTONG CHURCHIL</p>	<p>HUGO ELIECER ORTIZ REYES</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVA FUERZA ALIANZA LTDA</p>	<p>CEVALLOS Y CASTILLO 06-34 TOMAS SEVILLA</p>	<p>HOLGER PATRICIO TOALOMBO ASES</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VALLES DEL LIRIO AICEP</p>	<p>COMUNIDAD YATZAPUTZAN VIA AMBATO-GUARANDA KM. 35 SIN VIA SAN ANTONIO</p>	<p>JOSE ANTONIO QUILLIGANA PILAMUNGA</p>	

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CREDIMAS	PANAMERICANA NORTE KM 7 SN	MARIÑO MARTINEZ ROSA ELENA	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO UNION POPULAR LTDA.	CUENCA Y MERA 12-55 JUAN LEON MERA	ANGELICA MARIA GORDON PAZ	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ECUAFUTURO LTDA	JUAN BENIGNO VELA ENTRE MERA Y MONTALVO 07-21 MERA	CRISTINA ELIZABETH SAILEMA LLAMUCA	

<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KISAPINCHA LTDA.</p>	<p>ESPEJO Y GARCIA MORENO 10-04 PARADA DE BUSES A QUISAPINCHA</p>	<p>SEGUNDO JOSE QUINATOA QUINATOA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PISA LTDA.</p>	<p>PANAMERICANA NORTE S/N CALLE 4</p>	<p>FRANCISCO XAVIER VIVERO DARQUEA</p>	
<p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO INTERCULTURAL TARPUK RUNA LTDA.</p>	<p>MARIANO EGUEZ SN JUAN BENIGNO VELA</p>	<p>ANGEL LEONARDO MASABANDA DE LA CRUZ</p>	