



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional al sector cooperativo de la provincia de Tungurahua

Amparito Cecilia León Saltos¹, Liliana Elizabeth González Garcés², Juan Gabriel Saltos Cruz³, Luis Leonardo Guerrero Garcés⁴

1. Universidad Técnica de Ambato, leonamparo@uta.edu.ec

2. Universidad Técnica de Ambato, le.gonzalez@uta.edu.ec

3. Universidad Técnica de Ambato, jg.saltos@uta.edu.ec

4. Universidad Técnica de Ambato, ll.guerrero@uta.edu.ec

RESUMEN

El conocimiento forma parte de la personalidad de los individuos, adoptando aptitudes y actitudes que son adquiridas por experiencias dentro del hogar, educación y desarrollo profesional. Las empresas son entes generadores de satisfactores que cubren las necesidades de las personas, brindando seguridad y confianza en cada uno de sus servicios o productos, a partir de nuevas estrategias que involucran sus intereses internos y externos producidos con éxito. El objetivo principal de esta investigación es diagnosticar el estado actual del conocimiento en servicios de ahorro programado accediendo a los alcances de las personas y buscando obtener una excelente rentabilidad y fluidez de los recursos económicos. El estudio se realizó en 382 personas que se encuentra dentro de la población económicamente activa en la ciudad de Ambato, a lo cual se aplicó una encuesta validada por la prueba de Friedman y método de Delphi, diseñada para la investigación de costumbres y actividades que se dedican. Al acogerse al servicio de ahorro programado, la inversión se dará para un negocio o una vivienda propia, así permite que la acogida de los futuros clientes se obtenga rentabilidad y fluidez de los recursos económicos y la contribución al buen vivir.

PALABRAS CLAVES: Conocimiento, ahorro programado, costumbres, rentabilidad.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

The management of capital and the programmed savings: a descriptive study of transeccional cut to the cooperative sector of the province of Tungurahua

ABSTRACT

One of the most studied factors in the management of higher education institutions is the quality of processes and their formalization as value drivers. Therefore, the main objective of this research was to study the level of maturity in the formalization of titling processes in institutions of higher education in the province of Tungurahua. For this reason, a structured instrument based on the ISO 9001-2015 standard was used. This proposal of the quality management system has been validated within 26 careers of four different Universities of the city of Ambato: Ambato Technical University, Indoamerican Technological University, Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Ambato Headquarters and the Regional Autonomous University of Ambato. Andes. The results obtained from the work are constituted by: quality policy, quality objectives, indicators for project management, scoring system (level of maturity).

KEY WORDS: Quality management system; quality; formalization of processes



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

1. INTRODUCCIÓN

En abril de 1982, en el sector Palugsha, perteneciente a la parroquia de Pilahuín del Cantón Ambato, se reúnen los líderes indígenas de la Provincia de Tungurahua, para analizar su situación económica. Luego de varias deliberaciones, deciden crear el Servicio de Ahorro y Crédito (SAC-AIET), con el propósito de luchar por una vida digna, libre de explotación y marginalidad. Hasta 1999 tenían 500 socios trabajando con una caja y se constituye la COAC “SAC-AITE” Ltda., con acuerdo ministerial No. 001128 del ministerio de bienestar social, hoy en día se atiende como Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC Cía. Ltda., con Registro Único de Contribuyentes No. 1890142679001, cuentan con 45100 socios hasta febrero 2017.

El presente estudio desea contribuir a la importancia del conocimiento para generar nuevas etapas de ahorro para emprender o ponerse un negocio y satisfacer las necesidades en la ciudad de Ambato, así se pretende analizar el avance del conocimiento que tiene las personas para aplicar cada paso de su negocio o pequeña, mediana o grande empresa. La empresa diseña puestos de trabajo acordes a las capacidades y potencialidades laborales de cada trabajador (Belausteguigoitia, 2010). El proceso de profesionalización de la empresa es una cuestión que cada organización debe establecer a través del tiempo de acuerdo con sus necesidades y que debe surgir como una idea clara como filosofía de vida esencial para el éxito de la compañía (Leach, 2009).

La existencia de la limitada motivación de inversión de ahorros dentro de las personas naturales y jurídicas en la ciudad de Ambato, tiene como la relación de inadecuadas estrategias dentro de los negocios del sector. Es importante relacionar si, ¿Cómo el conocimiento influye en la creación de valor para el ahorro programado?, ¿la creación de valor en el ahorro programado ayuda al progreso socioeconómico de una ciudad? Los procesos de aprendizaje y formación continuos, favoreciendo la implementación de programas de profesionalización destinada hacia la adaptación a los cambios tecnológicos y productivos (Dutra, 1996), Las competencias se reflejan en acciones tales como: asumir responsabilidades, capacidad de decisión, prestación de servicios, actuación en el trabajo, actitudes, aptitudes, conocimientos y experiencias que ejercen los individuos a fin de colaborar en los esfuerzos de la empresa en alcanzar sus objetivos (Mulder, 2007).



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Como objeto de investigación se analiza cómo influye la creación de valor para el ahorro programado en la Cooperativa de Ahorro Y Crédito Indígena SAC Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato.

Objetivos

- Identificar el número de socios activos e inversionistas para determinar la demanda insatisfecha en la ciudad de Ambato.
- Aplicar los pasos del emprendimiento para la inclusión de un nuevo servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato.
- Analizar la factibilidad técnica, económica y financiera para determinar si la implementación del nuevo servicio es rentable.

Revisión de la literatura

Creación de valor.

La creación de valor clave es la identificación de estrategias para mejorar y reducir los riesgos del negocio de una manera más eficaz. (Mali, Barjaktarović Rakočević, & Savoiu, 2012). El proceso de creación de valor ha aumentado paulatinamente en los últimos decenios hasta el punto de ser considerada crítica para el éxito (Ramaswamy, 2010). Donde las interacciones entre clientes y empresas conducirán a una creación de valor mutuo, el proceso donde existe la convergencia de experiencias donde se denomina creación. La creación de valor se define como las actividades conjuntas de colaboración entre las partes involucradas en interacciones que apuntan a contribuir al valor para una o ambas partes (Kumkum, Rajat, & Vinay, 2013).

El concepto de valor en sí mismo debe entenderse dentro de un dominio más amplio prácticos y teóricos, teniendo en cuenta las múltiples partes en el proceso de creación de valor. Al crear valor para los clientes y la contribución de la creación de valor para el éxito firme del proceso de creación de valor proporciona una base inicial (Ngo & O’Cass, 2010). De acuerdo con ello, se incorpora posturas estratégicas, orientaciones de negocio, capacidades y los resultados de valor. Desde una perspectiva de red de valor, todos los



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

agentes colaboren e integran los recursos para crear valor para sí mismos y para los demás revelando las interconexiones dinámicas y complejas entre los actores. Los resultados muestran que, además de las interacciones entre el cliente y el servicio (Pinho, Beirão, & Patrićio, 2014).

Las Empresas tienen aportaciones de conocimiento a los clientes, y para llevar a cabo esta función, tienen que desarrollar continuamente su propia base de conocimientos. Hoy en día, las interrelaciones entre la internacionalización y la innovación son un tema importante, y al tener un papel central como transmisores de conocimientos entre los niveles globales y locales (Bao & Toivone, 2014). Al explicar (Kähkönen, 2012), Las empresas están desarrollando nuevas estrategias dentro de los negocios, modelos en los que los clientes y la creación tienen papeles estratégicos y, por lo tanto, las relaciones y redes tradicionales han empezado a creación de valor, donde las competencias básicas son la clave para proporcionar un valor superior.

Concretamente, capacitar a los agentes internos para que la comprensión de la toma de decisiones de marketing pueda ayudar a las empresas a navegar significativamente el valor potencial de creación y creación de procesos hacia el desarrollo de la ventaja competitiva estratégica (Carrington & Neville, 2015). Las innovaciones a menudo se derivan de una nueva o una mejor manera de utilizar los recursos existentes para crear valor. El valor debe ser entendido como parte de un contexto social colectivo también, y en consecuencia, la innovación de servicios está integrada en un sistema social (Edvardsson & Bard, A new conceptualization of service innovation grounded in S-D logic and service systems, 2013).

La creación de valor en las tareas de operación diarias significativas, implica que las decisiones y actividades se evalúan en términos de la cantidad de valor que se va a crear. El comportamiento orientado a la creación de valor se anima, al identificar los factores clave de valor en el proceso creativo que requiere mucho esfuerzo. Un resultado frecuente de ensayos y errores son los factores generadores de valor en armonía con el proceso de toma de decisión (Mali, Barjaktarović Rakočević, & Savoju, 2012).

“Los factores de valor en la relación bancaria, dentro del propio contexto del cliente de la vida fuera de la línea de visibilidad del proveedor de servicios, son dignos de una mayor



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

exploración. La perspectiva sobre el valor del servicio bancario para el dominio del cliente es esencial. La comprensión de los contextos propios de la vida de los clientes es posible a través de métodos cualitativos tradicionales, tales como entrevistas, pero el entorno de los servicios en línea se ha mejorado aún más las oportunidades para la recopilación de datos. La discusión colectiva de las experiencias de banca minorista se ha intensificado a medida que más clientes hablan de sus experiencias bancarias en comunidades en línea” (Medberg & Heinonen, 2014).

Para la creación de valor concurren varias interacciones. Creación de valor se considera de valor al ser cocreador entre los diferentes actores dentro del mercado en red. La evolución de la creación de valor, desde la creación de valor mediante la fabricación firme para valorar la creación de una red, necesita un cambio correspondiente en los conceptos que se utilizan para representar y gestionar la creación de valor (Nenonen & Storbacka, 2010)

En contraste con una perspectiva tradicional de la lógica de los bienes dominantes cuando la empresa crea valor que el consumidor utiliza. Entonces la mayoría de los estudios sobre las prácticas de comunicación y el enfoque de creación de valor en los procesos que existen. Porque hay diferentes medios de comunicación y las plataformas de medios sociales en particular, para los valores que se crea en el proceso es una estrategia de crear o innovación que adoptada por un organismo público para involucrar a los ciudadanos. Un municipio sueco utiliza un evento de arte como una plataforma de participación para involucrar a los ciudadanos en la creación de visiones para el área de renovación urbana. El carácter social del proceso de comunicación estará enfocado, destacando el contexto, las tramas, la interacción y el papel de la comunicación, es importante para invitar a las personas y no excluirlas (Säwe & Thelander, 2015).

Conocimiento

El conocimiento o el capital intelectual se ha centrado en el mundo para el desarrollado específicamente (Abdel Aziz & Shawqi Naji, 2010). El conocimiento proporciona un entorno fructífero para la evaluación del capital intelectual. La inteligencia se encuentra en los seres humanos, en las rutinas de organización y relaciones, respectivamente.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Normalmente, se ve en conocimiento de la organización como capital intelectual donde representa la riqueza de ideas y la capacidad de innovación que va a determinar el futuro de la organización (Abdel Aziz & Shawqi Naji, 2010).

El conocimiento tiene un hincapié, en mantener el crecimiento y ventajas competitivas en entornos complejos y dinámicos requiere aumentar la calidad y cantidad del conocimiento (Alguezauí & Filieri, 2010). Varios estudios intentan conjeturar la medida en la que las empresas revelen su información de capital intelectual voluntariamente. (Bruggen, Vergauwen, & Dao, 2009). Al ser una base de información imprescindible para el aprendizaje del entorno, así que no existe suficiente confianza para la entrega de información dentro los sectores.

Así el conocimiento tiene una parte primordial para empezar un proceso para incrementar sus recursos económicos, es base a esto es imprescindible analizar si las personas que pertenecen a la población económicamente activa (PEA), influye tanto su educación, religión, experiencia o la convivencia en el hogar. Las actividades educativas que faciliten la adquisición de habilidades para vincular lo teórico con lo práctico y que orienten el comportamiento personal al vínculo de la integración grupal y desarrollo de la inteligencia emocional del individuo, a fin de aprovechar sus fortalezas para superar las debilidades (Lazzati, 2010).

Diferentes grupos de interés o disciplinas que mencionan (Aisenberg, Durst, Zaniboni, & Selig, 2015). Que se ha Mejorado la autonomía y adquisición de habilidades directamente relacionadas con la profesión financiera, a la vez que desarrollan la capacidad de trabajar en grupo. (Bachiller & Bachiller, 2015). En este sentido, teniendo en cuenta la importancia de obtener recursos y conocimientos derivados de las interacciones entre los empleados de una organización, es interesante analizar su relevancia dentro del proceso de innovación de producto por las exigencias competitivas del ámbito empresarial (Delgado Verde, Matín de Castro, Navas López, & Cruz González, 2013).

Se puede Clasificar el tipo de nuevos conocimientos que se ha producido en relación (Aisenberg, Durst, Zaniboni, & Selig, 2015), de las redes sociales al parecer son los principales impulsores para el aprendizaje y la gestión del conocimiento y de las competencias (Alguezauí & Filieri, 2010).



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Al mencionar de (Morales Gualdrón & Giraldo Gómez, 2015), que en el marco del cumplimiento se debe velar no solo por la generación del conocimiento sino también por su uso, aplicación y explotación, colocando todas sus capacidades al servicio de la sociedad. Con el fin de contribuir al desarrollo socioeconómico de una región en donde se encuentran, esto lo afirman (Smilor, Dietrich y Gibson, 1993; Etkowitz y Leydesdorff, 1998; Molas-Ga-llart, Salter, Patel, Scott & Duran, 2002).

Mencionado por (Edvardsson I. R., 2011) Según (Stewart, 2011) El capital intelectual es el conocimiento que transforma las materias primas y los hace más valiosos - es una fuente de creación de riqueza en las empresas. Ya que (Mariño, Rodríguez, & Rubio, 2015), En la economía moderna la calidad ha adquirido un peso muy importante en todos los sectores y se ha convertido en un factor imprescindible de supervivencia empresarial.

Al entender que, el conocimiento es la fuente principal de la firma de la rentabilidad y donde la empresa puede establecer su identidad. El capital intelectual es generalmente aceptado por varios autores se ha dividido en tres tipos de componentes: capital humano, capital estructural y capital relacional (Santos Rodrigues & Alves, 2013).

Se afirma la importancia del conocimiento por diferentes situaciones que son adquiridas, se llega a una conclusión en conocimiento de trabajo con la investigación y el desarrollo, al poner en práctica lo aprendido y así puede influir en una organización para obtener una identidad, al referirse que autores mencionan tres componentes como capital: humano, estructural y relacional.

Figura 1. El conocimiento como creador de valor



Fuente: Investigación
Elaborado por: Investigador



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

El conocimiento, es decir, el papel de la ciencia y tecnología como motores de la creación de valor para el emprendimiento y la innovación, como facilitadores para generar costumbres y dinamizadores del cambio y progreso socioeconómico (Bueno, 2012). Proyecta la relación dentro del desarrollo de actividades enfocadas entre sí, para obtener el complemento deseado.

Es así que se complementa el conocimiento, con los valores tales como la ética, la responsabilidad social y la confianza, entre otros. La mayoría de los autores que han estudiado la calidad de servicio coinciden en destacar la importancia del comportamiento del personal (Mariño, Rodríguez, & Rubio, 2015). Aquí se encaja las actitudes y aptitudes personales.

En lo que se refiere al sector bancario, (Kumar, Kee, & Charles, 2010), destacan que en este sector es difícil diferenciarse de la competencia, con lo cual, la calidad de servicio se convierte en un factor clave para el mismo y en esta misma línea. Según (Adil, Akhtar, & Khan, 2013), afirman que “la calidad de servicio es un ingrediente clave en el éxito de los bancos”.

La investigación en el ámbito de la iniciativa empresarial y el capital intelectual se refiere a dos tipos de conexión que el empresario desarrolla en su compañía: conexiones externas y conexiones internas. En cuanto a la inversión en capital humano que constituye y fortalece el capital relacional y capital estructural (Santos Rodrigues & Alves, 2013). Cada estrategia tiene que ser evaluada con respecto a la capacidad de su directorio de la aplicación dada a las fuerzas competitivas en el mercado.

El valor como una medida de éxito debe complementarse con la visión, la estrategia y la táctica que se integran todos los participantes de una organización en el logro de un objetivo común. (Mali, Barjaktarović Rakočević, & Savoiu, 2012)

En consecuencia, para comprender y mejorar la innovación de servicios, hay que entender el servicio; el contexto social en el que la innovación de servicios se lleva a cabo; el sistema de servicio; y las estructuras sociales, tales como esquemas, los recursos y



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

capacidades de los actores para adquirir, integrar, y utilizar las estructuras disponibles en el contexto social (Edvardsson & Bard, 2013).

Donde que la Innovación es un papel importante ya que es necesaria generar innovaciones. En consecuencia, las actividades de búsqueda e intercambio de conocimientos y se analiza su efecto sobre la innovación (Alguezai & Filieri, 2010). Generan que las empresas requieran complementar sus capacidades para generar nuevos productos y servicios e innovar en sus procesos. (Morales Gualdrón & Giraldo Gómez, 2015)

Los elementos creativos, necesarios para el desarrollo de las nuevas ideas, implican cierto nivel de interacción social antes de que puedan ser tratados como innovaciones. (Pons Verdú & Ramos López, 2012), un empleado innovador depende de su superior, ya que permite conocer a fondo las actividades de la organización. Por otra parte, el alto nivel de competitividad de la industria y el rápido avance tecnológico un clima de innovación estimula a los empleados a contribuir de manera creativa a la misión de la organización (Pons Verdú & Ramos López, 2012).

Es importante que las personas deseen emprender entonces, para la creación de valor crea valor mediante la transformación de insumos en productos / servicios de una manera secuencial y lineal, y luego la venta de estos bienes y servicios, al dejar de practicar tradicionales círculos que generan productos o servicios. Los gerentes de firmas confían en su capacidad de personalizar la selección y combinación de la experiencia con el fin de proporcionar soluciones (únicas) para sus clientes (Othman & Sheehan, 2011).

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Paradigma fenomenológico

Diseños fenomenológicos se enfocan en las experiencias individuales subjetivas de los participantes (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2010).

Se aplicó el paradigma fenomenológico para el objeto de estudio, con el fin de conocer e interpretar los comportamientos de los individuos involucrados en el problema de investigación y que será estudiado, con el fin de analizar los resultados de las actividades investigadas.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Enfoque cualitativo

Métodos cualitativos, en definitiva, es hablar de un estilo o modo de investigar los fenómenos sociales en el que se persigue determinados objetivos para dar respuesta adecuada a unos problemas concretos a los que se enfrenta esta misma investigación. (Ruiz Olabuénaga, 2012)

El presente proyecto de emprendimiento se utilizó un enfoque cualitativo, esta aplicación se realizó en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato, para obtener datos e información que permitió conocer y describir el fenómeno de estudio, así como comprender el problema de estudio.

Modalidad de investigación

Como muestra se utilizaron 382 personas que pertenecen a la población económicamente activa en la ciudad de Ambato, lo cual está dividido por los diferentes segmentos de ocupación y fueron seleccionadas en investigación de campo.

El instrumento seleccionado para la recolección de información es la encuesta para la investigación, por considerar como una herramienta capaz de representar la realidad de las actividades de las personas en la ciudad, ya que es importante y aplicable en muestras extensas. El instrumento está compuesto por preguntas de opción múltiple en escalas nominales, que está alineado con la investigación cualitativa. Hay relación entre las preguntas que posee el cuestionario generando constancia interna del instrumento y valores significativos en las respuestas obtenidas, por lo tanto, el instrumento es válido para recolectar información.

Método de Delphi fue realizado en 1950 por la Rand Corporation para la Fuerza Aérea de Estados Unidos, (...). Según Listone y Turoff, (1975); Es un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, en conjunto, tratar un problema complejo (Suarez & Figueroa, 2013). En el método Delphi no existen reglas fijas para determinar el número óptimo de rondas ni las dimensiones ideales del panel de expertos. En consecuencia, los resultados obtenidos son de carácter exclusivamente cualitativo en términos de del grado de consenso o discrepancia que previamente se hayan definido. (Martínez, 2014)



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Este método fue utilizado ya que es revisado por expertos y su descripción es cualitativa. Estos criterios se toman en cuenta por cada uno de los expertos involucrados para el desarrollo de la investigación, acertando como validado el instrumento de investigación ya que se encuentra con el 48,57% se representa como bueno y el 45,71% como excelente, observando valores fuertes de aceptación y aplicación.

La Prueba de Friedman es útil cuando la medida de la variable está al menos en una escala ordinal. Determina si las k muestras relacionadas proceden probablemente de la misma población con respecto a las medidas de los intervalos. La presente prueba se dio en la relación de los datos ingresados en el programa SPSS, demostrado el nivel de ,000 es significativo.

3. RESULTADOS

Según la información recolectada las personas deseen ahorrar para en un futuro adquirir un negocio o una vivienda propia. Las experiencias que las personas adquieren son en función del día a día, se pretende independizar sus utilidades tanto económica en la individualidad como con la colectividad. En el presente trabajo tiene como objetivo señalar el conocimiento, es importante para la creación de valor para generar el ahorro programado en las personas, que es ofrecida por el sector cooperativo o financiero dentro de la ciudad, así analizar el trabajo realizado con el enfoque al objetivo, principales conclusiones y obteniendo resultados. El presente trabajo, se desarrolla una investigación de campo y las preferencias de la población económicamente activan, que permite mostrar la importancia y la prueba real.

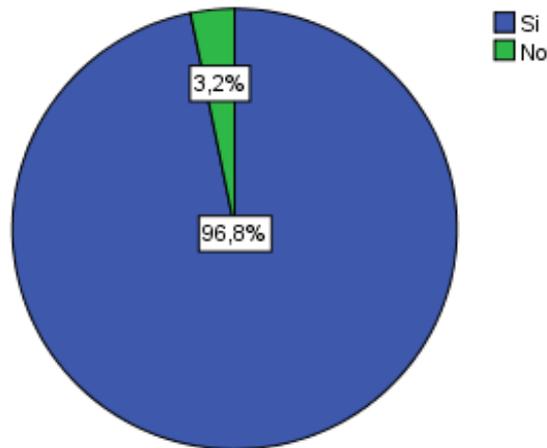
La recolección de información se da por la aplicación del instrumento, los datos se procesan para obtener información de las personas que pertenecen a la población económicamente activa en la ciudad de Ambato, para describir las aceptaciones de los servicios financieros.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

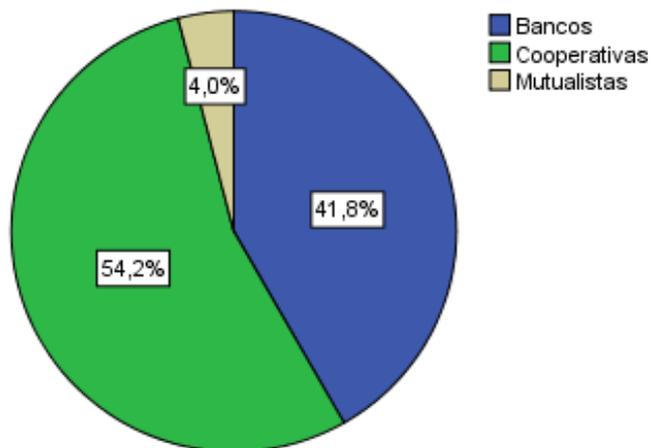
Figura 2. Tienen cuenta financiera



Fuente: Investigación de campo

Las personas que pertenecen a la población económicamente activa en la ciudad de Ambato indican que el 96,8%, tienen cuentas financieras dentro de la ciudad y el 3,2% no tienen cuentas financieras, esto nos indica que la mayoría de las personas tienen confianza en las diferentes entidades financieras, para las diferentes transacciones que se dan.

Figura 3. Tipo de entidad financiera



Fuente: Investigación de campo

Las personas que tienen una cuenta financiera representan el 54,2% que confían más en las cooperativas de la ciudad, 41,8% de las personas investigadas indican que tiene su cuenta en los bancos y el 4% en mutualistas. Indica que las personas que pertenecen a la

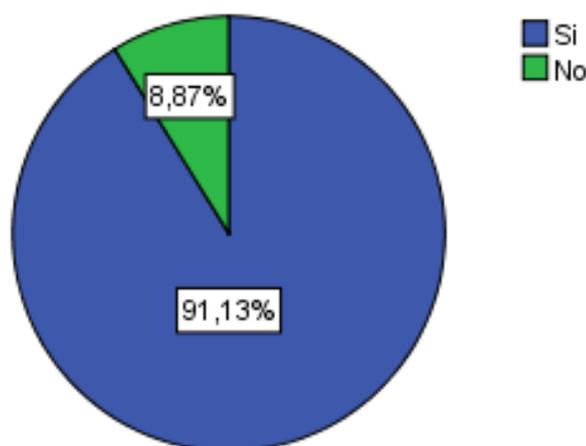


La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

población económicamente activa tienen mayor seguridad o menos complicación y la apertura de cuentas financieras en las cooperativas de la ciudad de Ambato.

Figura 4. Aceptación del servicio de ahorro programado



Fuente: Investigación de campo

El 91,1% indica que si le gustaría adquirir el nuevo servicio financiero de Ahorro Programado y el 8,9% no desea adquirirlo. Esto indica que las personas están dispuestas a adquirir un servicio de Ahorro Programado por facilidad y beneficio que presta este, al mismo tiempo que permite obtener un valor futuro según su cantidad que desee para tener un beneficio económico.

Tabla 1. Cuentas de ahorro y periodo de depósito

5. ¿De las siguientes opciones, seleccione en qué periodo usted realiza un depósito en su cuenta?							
	Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Total	
4. ¿Cuántas cuentas de ahorro tiene usted en las entidades financieras?							
1 a 2	9,2%	9,9%	51,3%	9,2%	8,4%	87,9%	
3 a 4	2,2%	1,5%	6,2%	0,4%	0,7%	11,0%	
5 a más	0,4%		0,7%			1,1%	
Total	11,7%	11,4%	58,2%	9,5%	9,2%	100,0%	

Fuente: Investigación de campo

Indica que las personas dentro de la población económicamente activa, que el 51,3% de la población estudiada tiene de 1 entre 2 cuentas de ahorro en la entidad financiera y los depósitos se realizan mensualmente, representa una rutina según sus ingresos económicos.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Tabla 2. Aceptación del Ahorro programado según los ingresos económicos

		9. ¿En qué rango se ubica sus ingresos económicos mensuales?				Total
		menos a \$375	\$375 a \$450	\$450 a \$500	\$500 en adelante	
6. Le gustaría tener una cuenta de Ahorro Programado	Si	38,7%	23,8%	11,3%	17,4%	91,1%
	No	2,5%	1,4%	1,1%	3,9%	8,9%
Total		41,1%	25,2%	12,4%	21,3%	100,0%

Fuente: Investigación de campo

Indica que el 91,1% de la investigación acepta adquirir el servicio de ahorro programado y él responde que no. Indica que mientras tanto dentro de las personas que aceptaron, es el 38,7% representa las personas que tienen ingreso menor a \$375,00 dólares, referente a un salario básico unificado (SBU), y el resto se divide en sus ingresos que tienen mayor aun salario básico unificado.

Tabla 3. Aceptación de Ahorro programado según de donde se obtiene los ingresos económicos

		6. Le gustaría tener una cuenta de Ahorro Programado		Total
		Si	No	
8. Sus ingresos económicos usted obtiene mediante	Cuenta propia	45,4%	3,5%	48,9%
	Empleado público o privado	32,3%	2,5%	34,8%
	Patrono	5,0%	0,7%	5,7%
	Otros	8,5%	2,1%	10,6%
Total		91,1%	8,9%	100,0%

Fuente: Investigación de campo

Representa la siguiente información que las personas de la población económicamente activa según su ocupación de cuenta propia el 45,4 % acepta el servicio de ahorro programado, empleado público o privado el 32,3%, patrono 5% y otros 8,5%. Indica que es el 91,1% de las personas que están de acuerdo en invertir el recurso económico para el futuro.

Tabla 4. Rango de ahorro en relación a la ocupación

		7. ¿Cuál sería su rango de ahorro si se acogiera al servicio de ahorro programado?	Total
--	--	--	-------



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

		\$5 a \$15	\$15 a \$30	\$30 a \$50	\$50 en adelante	
8. Sus ingresos económicos usted obtiene mediante	Cuenta propia	17,1%	17,1%	6,2%	9,3%	49,8%
	Empleado público o privado	11,3%	12,1%	5,4%	6,6%	35,4%
	Patrono	1,9%	1,6%	1,2%	0,8%	5,4%
	Otros	3,9%	0,8%	3,5%	1,2%	9,3%
Total		34,2%	31,5%	16,3%	17,9%	100,0%

Fuente: Investigación de campo

Indica que las personas que obtienen sus ingresos económicos por cuenta propia desearían ahorrar en un tiempo determinado en diferentes rangos de montos ya que representa el 49,8% con mayor acogida en el rango de 17,1%, y los de empleados públicos o privados representa el 35,4%, tienen énfasis en el rango de \$15,00 a \$30,00, es importante recalcar que las dos partes hay coincidencias en los rangos.

Tabla 5. Destino del ahorro programado

		11. ¿A qué ámbito destinaría usted el ahorro programado?					Total
		Educación	Salud	Vivienda	Negocio	Viajes	
10. ¿Qué porcentaje de sus ingresos económicos le gustaría ahorrar mensualmente?	1% al 10%	8,2%	8,9%	11,3%	11,3%	5,1%	44,7%
	11% al 20 %	4,7%	5,8%	6,6%	14,0%	2,3%	33,5%
	21% al 30%	1,6%	3,5%	5,1%	2,3%	0,4%	12,8%
	31% en adelante	2,3%	0,8%	1,9%	1,9%	1,9%	8,9%
Total		16,7%	19,1%	24,9%	29,6%	9,7%	100,0%

Fuente: Investigación de campo

Indica que según los diferentes porcentajes de ahorro en los ingresos económicos mensuales, las personas prefieren destinar al negocio con un total de 29,6% dentro la investigación y seguido del 24,9%.

Tabla 6. Ahorro programado y el rango

		7. ¿Cuál sería su rango de ahorro si se acogiera al servicio de ahorro programado?				Total
		\$5 a \$15	\$15 a \$30	\$30 a \$50	\$50 en adelante	
6. Le gustaría tener una cuenta de Ahorro Programado	Si	34,2%	31,5%	16,3%	17,9%	100,0%
Total		34,2%	31,5%	16,3%	17,9%	100,0%

Fuente: Investigación de campo



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Las personas que desearían ahorro dentro del rango de \$5,00 a \$15,00 representado el 34,2%, mientras el 31,5% de \$15,00 a \$30,00, así indica que existe un pequeño porcentaje que desearía ahorro en un monto significativo para una mayor inversión.

Tabla 7. Ingresos económicos porcentaje de ahorro

		10. ¿Qué porcentaje de sus ingresos económicos le gustaría ahorrar mensualmente?				
		1% al 10%	11% al 20 %	21% al 30%	31% en adelante	Total
9. ¿En qué rango se ubica sus ingresos económicos mensuales?	menos a \$375	22,2%	10,9%	3,5%	5,8%	42,4%
	\$375 a \$450	10,9%	9,7%	4,7%	0,8%	26,1%
	\$450 a \$500	4,7%	6,6%	1,2%		12,5%
	\$500 en adelante	7,0%	6,2%	3,5%	2,3%	19,1%
Total		44,7%	33,5%	12,8%	8,9%	100,0%

Fuente: Investigación de campo

El ahorro programado está en colindancia a los ingresos económicos de las personas como es importante determinar el valor o monto que las personas estarían de acuerdo invertir a largo plazo, así demuestra que las personas con ingreso económico menor a \$375,00 dólares ahorrarían el 42,4% en diferentes porcentajes con mayor aceptación del 1% al 10%.

4. DISCUSIÓN

El conocimiento es un ente con varios aspectos que las personas adquieren según las actividades que realizan cada día, ya que se puede aplicar de forma individual o colectiva, es así que permite desarrollar e instruir el conocimiento con el entorno. El conocimiento interpreta las acciones del alrededor de varias actividades, permite explicar la creación de valor en cada acción.

La creación de valor se representa de varias formas según las personas y su entorno de desarrollo, se enfocan para en las experiencias o resultados, es importante verificar el valor del proceso para la transformación de productos o servicios, aquí se plantean estrategias para saber llegar a los potenciales clientes.

La población económicamente activa en la ciudad de Ambato, desean adquirir el servicio financiero de ahorro programado, ya que se interpreta por el segmento de ocupación al



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

extenderse a varios sectores productivos entre ellos se encuentra personas que trabaja por cuenta propia, empleado público o privado, patrono entre otras actividades comerciales; existe un monto significativo de ahorro de los ingresos mensuales de las personas, esto indica que lo toman como una inversión a largo plazo para la inversión dentro de un negocio o una vivienda propia.

En la ciudad de Ambato las personas se encuentran en varios círculos productivos, la inversión que deseada permite desarrollo económico de la ciudad y los hogares. Permite desarrollar la innovación en productos y servicios, el ahorro programado es un factor importante para la inversión para emprender. La innovación es un paso de para el éxito ya que permite satisfacer las necesidades de la sociedad.

Un municipio sueco utiliza un evento de arte como una plataforma de participación para involucrar a los ciudadanos en la creación de visiones para el área de renovación urbana. El carácter social del proceso de comunicación estará enfocado, destacando el contexto, las tramas, la interacción y el papel de la comunicación, es importante para invitar a las personas y no excluirlas (Säwe & Thelander, 2015).

5. CONCLUSIONES

Para la creación del nuevo servicio de Ahorro Programado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC Cía. Ltda., se identificó los posibles socios con la población económicamente activa según diferentes segmentos de ocupación. Se suma a esto a los socios activos e inversionistas que pertenecen a la entidad. Para demostrar la factibilidad que tendrá el servicio un total de 79.389 personas, se obtiene buenos resultados en la participación en el sector financiero y reconocimiento de la entidad. Se formó estrategias de distribución y comercialización como propaganda y publicidad en los medios de comunicación que son más utilizados como pancartas, prensa y radio.

En el estudio técnico y en la introducción del servicio fue necesario identificar el espacio físico de la entidad que se encuentra ubicada en la zona centro de la ciudad de Ambato. Se estableció los factores que determinan en tamaño del proyecto como la demanda, mano de obra, insumos y tecnología, para la factibilidad se conoce la demanda potencial insatisfecha real. Enfocando en la planta baja o uno, esta misma se dividió en tres



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

secciones, la cual se efectuará en la sección uno por varios factores estudiados con el método cuantitativo de puntos ponderados

El estudio económico y financiero se demuestra los resultados positivos que del presente proyecto demostrando ser atractivo para los inversionistas, obteniendo los siguientes resultados como el VAN con en valor de \$155.587,43, la TIR de 44,25%, identificamos los beneficios futuros con la RB/C de \$2,96 por cada dólar invertido siendo estos favorables y el tiempo de recuperación de la inversión de 2 meses y 6 días.

REFERENCIAS

- Abdel Aziz, A., & Shawqi Naji, J. (2010). El capital intelectual y de negocios rendimiento en el sector farmacéutico de Jordan. *Decisión de gestión*, 45(1), 105-131. doi:10.1108 / 00251741011014481
- Adil, M., Akhtar, A., & Khan, M. (2013). Refinement of internet banking service quality scale: A confirmatory factor analysis approach. *International Journal of Services and Operations Management*, 14(3), 336-354. doi:10.1504/IJSOM.2013.052094
- Aisenberg, H., Durst, S., Zaniboni, M., & Selig, P. (2015). Dimensiones del capital intelectual: estado de la técnica en 2014. *Diario de Capital Intelectual*, 16(1), 58-100. doi:10.1108 / JIC-02-2014-0021
- Algezauí, S., & Filieri, R. (2010). Investigando el papel del capital social en la innovación: escasa en comparación con la red densa. *Revista de Gestión del Conocimiento*, 14(6), 891. doi:10.1108 / 13673271011084925
- Bachiller, P., & Bachiller, A. (Enero de 2015). Una experiencia docente en los estudios de Administración y Dirección de Empresas: análisis empírico con estudiantes de Finanzas. *Innovar Journal*, 25(55), 185.
- Bao, S., & Toivone, M. (2014). Service and Innovation. *Technology Review Gestión de la Innovación*, 4, 3-4.
- Belausteguigoitia, I. (2010). *Empresas Familiares, Su Dinamica Equilibrio y Consolidación*. México: McGraw Hill.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

- Bruggen, A., Vergauwen, P., & Dao, M. (2009). Determinantes de la divulgación capital intelectual: la evidencia de Australia. *Decisión de gestión*, 47(2), 233-245. doi:10.1108 / 00251740910938894
- Bueno, E. (2012). El Capital Intelectual como Sistema Generador de Emprendimiento e Innovación. *Capacidades dinámicas y capital intelectual*.
- Carrington , M., & Neville, B. (2015). Sellers are also consumers: the integration of self-employed consumers into potencial value creation. *European Journal of Marketing*, 50, 863-891. doi:0.1108/EJM-03-2015-018
- Delgado Verde, M., Matín de Castro, G., Navas López, J., & Cruz González, J. (otubre de 2013). Capital social, capital intelectual e innovación de productos. Evidencia empírica en sectores manufactureros en tecnología. *INNOVAR JOURNAL*, 23(50), 93.
- Dutra, e. M. (1996).
- Edvardsson, B., & Bard, T. (2013). A new conceptualization of service innovation grounded in S-D logic and service systems. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 5(1), 19-31. doi:10.1108/17566691311316220
- Edvardsson, B., & Bard, T. (2013). A new conceptualization of service innovation grounded in S-D logic and service systems. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 5(1), 19-31. doi:10.1108/17566691311316220
- Edvardsson, I. R. (2011). El impacto de las estrategias de externalización en el capital intelectual de las empresas. *Gestión del Conocimiento Investigación y Práctica*, 9, 286-292.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición ed.). México: McGRAW-HILL.
- Kähkönen, A. K. (2012). Net value - a new business model. *British Food Journal*, 114(5, 2012), 681-701. doi:10.1108/00070701211229972
- Kumar, M., Kee, F., & Charles, V. (2010). Comparative evaluation of critical factors in delivering service quality of banks. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 27(3), 351-377. doi:10.1108/02656711011023320
- Kumkum, B., Rajat, A., & Vinay, S. (2013). What drives the customer of world's largest market to participate in value co-creation? *Marketing Intelligence & Planning*, 32(4, 2014), 414. doi:10.1108/MIP-07-2013-0111
- Lazzati, S. (2010). Estrategias para el desarrollo de competencias conductuales. *Talento Humano*, 11.
- Leach, P. (2009). *La Empresa Familiar*. Barcelona: Granica S.A.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

- Mali, S., Barjaktarović Rakočević, S., & Savoju, G. (2012). Value creation through restructuring-key value drivers and value creation models. *Organizacija Kierowanie*(4). doi:10.2478/v10166-012-0037-3
- Mariño, R., Rodríguez, J., & Rubio, L. (2015). ¿Cómo influye el capital humano en la calidad de servicio? Una aplicación al sector bancario andorrano. *Spanish Journal of Finance and Accounting*, 44(2), 146-179. doi:10.1080/02102412.2014.991126
- Martínez, J. A. (29 de Septiembre de 2014). *Gobnetworking*. Obtenido de <http://www.gocnetworking.com/que-es-el-metodo-delphi-y-para-que-se-utiliza/>
- Medberg, G., & Heinonen, K. (2014). Invisible value formation: a netnograph in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 32(6), 590-607. doi:10.1108/IJBM-03-2014-0041
- Morales Gualdrón, S. T., & Giraldo Gómez, A. S. (Abril-Junio de 2015). Análisis de una innovación social: el Comité Universidad Empresa Estado del Departamento de Antioquia (Colombia) y su funcionamiento como mecanismo de interacción. *Innovar Journal*, 25(56).
- Mulder, M. (2007). Competencia: la esencia y utilización del concepto en la formación inicial y permanente. *Europea de Formación Empresarial. Universidad de Wageningen*, 15.
- Nenonen, S., & Storbacka, K. (2010). Business model design: conceptualizing networked value co-creation. *International Journal of Quality and Service Sciences*(1), 43-59. doi:10.1108/17566691011026595
- Ngo, L. V., & O’Cass, A. (2010). Value creation architecture and engineering. A business model encompassing the firm-customer dyad. *European Business Review*, 22, 496-514. doi:10.1108/0955534101106891
- Othman, R., & Sheehan, N. (2011). Value creation logics and resource management: a review. *Journal of Strategy and Management*, 4(1), 5-24. doi:10.1108/17554251111110096
- Pinho, N., Beirão, G., & Patrício, L. (2014). Understanding value co-creation in complex services with many actors. *Journal of Service Management*, 25(4), 470-493.
- Pons Verdú, F., & Ramos López, J. (2012). Influencia de los Estilos de Liderazgo y las Prácticas de Gestión de RRHH sobre el Clima Organizacional de Innovación. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 28(2), 81-98.
- Ramaswamy, V. (2010). Competing through co-creation: innovation at two companies. *Strategy & Leadership*, 22-29.
- Ruiz Olabuénaga, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa* (5 ed.). Bilbao.



La gestión del capital y el ahorro programado: un estudio descriptivo de corte transeccional del sector cooperativo de la Provincia de Tungurahua

Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 883-904. ISSN 1390-9304

Santos Rodrigues, H., & Alves, L. (2013). El papel del capital intelectual en la innovación de negocios emprendedores. 597.

Säwe, F., & Thelander, Å. (2015). The role of frames in a co-creation process. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 7(4), 442-457. doi:0.1108/IJQSS-04-2014-0026

Suarez, N., & Figueroa, B. (11 de febrero de 2013). *Escuela de organizacion industrial*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/nataliasuarez-bustamante/2012/02/11/%C2%BFque-es-el-metodo-delphi/>