UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DEPARTAMENTO DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VERSIÓN VII

TEMA:

“Determinación de los factores relevantes de la calidad del producto que intervienen en la adquisición del crédito de la Cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo.”

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:
Ing. Johann Agila Tandazo

DIRECTOR:
Mgs. María José González

Cuenca, Ecuador
2014

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo agradecimiento a todos quienes de una u otra manera, en un momento dado, colaboraron en la realización de esta tesis.

A la Universidad del Azuay, personificada en sus autoridades y distinguidos catedráticos, que supieron compartir sus conocimientos por medio de la realización de esta maestría.

Al señor Gerente y personal de la Cooperativa Jardín Azuayo, quienes con su gentil colaboración, supieron proporcionarme toda la información necesaria para el desarrollo de este trabajo investigativo.

De manera especial quiero dejar constancia de mi reconocimiento y gratitud a la Ing. María José González, directora de tesis, cuya colaboración y ayuda se constituyó en fundamental para la culminación de esta tesis.

El Autor.

Índice de Contenidos

AGRADECIMIENTO ii

RESUMEN vii

ABSTRACT vii

Keywords vii

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO 1 3

1. MATERIALES Y MÉTODOS 3

1.1. Área de Estudio 3

1.2. Objeto de estudio 4

1.3. Metodología 5

CAPÍTULO 2 12

2. RESULTADOS 12

2.1. Resultados de la entrevista a profundidad a los oficiales de crédito. 12

2.2. Resultados de encuestas a socios 20

2.2.1. Valoración de los factores motivacionales del crédito en forma general. 20

2.2.2. Valoración de los factores motivacionales del crédito por pregunta. . 23

2.2.2.1. Pregunta 1: género. 24

2.2.2.2. Pregunta 2: edad. 26

2.2.2.3. Pregunta 3: Ingresos. 29

2.2.2.4. Pregunta 4: nivel de educación. 31

2.2.2.5. Pregunta 5: miembros de su familia. 34

2.2.2.6. Pregunta 6: actividad económica. 34
2.2.2.7. Pregunta 7: domicilio. 37
2.2.2.8. Pregunta 8: tipo de crédito. 39
2.2.2.9. Pregunta 9: monto del crédito. 42
2.2.2.10. Pregunta 10: destino del crédito. 44
2.2.2.11. Pregunta 11.- número de crédito. 46
CAPÍTULO 3 48
3. DISCUSIÓN 48
CAPÍTULO 4 57
4. CONCLUSIÓN 57
BIBLIOGRAFÍA 62
ANEXO 1: Muestra de encuestas a socios 63

Índice de Ilustraciones y Cuadros

Tabla 1: Cuadro resumen de entrevistas a profundidad a oficiales de crédito de la Cooperativa Jardín Azuayo. 12
Tabla 2: Valoración de factores en forma general 20
Tabla 3: Valoración de factores por zona 21
Tabla 4: ANOVA para valoración de factores analizado por zona. 22
Tabla 5: Valoración de factores por género. 24
Tabla 6: ANOVA para valoración de factores analizado por género. 25
Tabla 7: Valoración de factores por edades 26
Tabla 8: ANOVA para valoración de factores analizado por edad. 27

Tabla 9: Valoración de factores por nivel de ingresos 29

Tabla 10: ANOVA para valoración de factores analizado por nivel de ingreso. 30

Tabla 11: Valoración de factores por nivel de educación. 31

Tabla 12: ANOVA para valoración de factores analizado por nivel de educación. .. 32

Tabla 13: Valoración de factores por número de miembros de familia 34

Tabla 14: Valoración de factores por actividad económica de los socios 35

Tabla 15: ANOVA para valoración de factores analizado por actividad económica: 35

Tabla 16: Valoración de factores por domicilio 37

Tabla 17: ANOVA para valoración de factores analizado por domicilio. 38

Tabla 18: Valoración de factores por tipo de crédito 39

Tabla 19. ANOVA para valoración de factores analizado por tipo de crédito. 40

Tabla 20: Valoración de factores por monto del crédito. 42

Tabla 21. ANOVA para valoración de factores analizado por monto del crédito. 42

Tabla 22. Valoración de factores según el destino del crédito 44

Tabla 23. ANOVA para valoración de factores analizado por destino del crédito. ... 45

Tabla 24: Valoración de factores según el número de crédito adquirido 46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Valoración de factores en forma general en gráfico de barras. 21

Figura 2. Valoración de factores por zona. 22

Figura 3. Valoración de factores por género. 24

Figura 4. Valoración de factores por edad 27

Figura 5. Valoración de factores por nivel de ingresos 29

Figura 6. Valoración de factores por nivel de educación 32

Figura 7. Valoración de factores por domicilio 37

Figura 8. Valoración de factores por tipo de crédito 40

RESUMEN

Las varias normativas gubernamentales han afectado a las modalidades del crédito, esto lleva a la Cooperativa Jardín Azuayo a adoptar una estrategia de calidad para ser competitiva, por ello se necesita conocer los factores de calidad del crédito que valoran sus socios. El presente estudio permitió identificar estos factores mediante una metodología para la recolección de datos del personal y de sus socios a través de entrevistas y encuestas. Los resultados mostraron que el principal factor es la tasa, seguido de: agilidad, cuotas, plazo, entre otros. La aplicación de estos resultados también son de gran utilidad a otras instituciones financieras.

Palabras clave: calidad del servicio, calidad percibida, servicios financieros, crédito, cooperativas.

ABSTRACT

Defining relevant factors of product quality that influence credit acquisition at "*Jardin Azuayo*" Savings and Credit Cooperative

Various government regulations have affected credit arrangements; for this reason "*Jardin Azuayo*" Savings and Credit Cooperative adopted a quality- based strategy in order to be competitive. This is the reason why it becomes necessary to know the credit quality factors considered by the stockholders. The present study identified these factors through a methodology to collect staff and stockholders data by means of interviews and surveys. The results showed that the main factor is interest rate, followed by efficiency, instalments, and term, among others. The application of these results is also useful to other financial institutions.

Keywords: Service Quality, Perceived Clarity, Financial Services, Credit, Cooperatives.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
DPTO. IDIOMAS

Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Keywords

Service Quality, Perceived Clarity, Financial Services, Credit, Cooperatives.

INTRODUCCIÓN

Desde el año 2012 hasta el presente, se emitieron varias regulaciones y leyes que afectaron al sector financiero especialmente en las diferentes modalidades del crédito, dentro de este sector encontramos al Sistema Cooperativo que mantenía un ritmo de crecimiento importante, especialmente en cartera y captaciones. Este segmento ejerce presión sobre el margen de financiero, debido a que deben compensar mediante tasa a sus depositantes en un mercado muy competitivo, por lo cual el reto en este sentido para este sector, consiste en generar un mayor volumen de ingresos, mediante un esfuerzo volcado hacia el incremento en el volumen de su colocación tanto en monto como en número de operaciones.

Dentro de este contexto se encuentra la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, que fundamenta su accionar en ofrecer servicios financieros de calidad a segmentos populares de las provincias de Azuay, Cañar, Morona Santiago, El Oro y Loja, por lo que su sostenibilidad financiera depende en gran medida de los ingresos provenientes de los intereses en su cartera de créditos, la cual mostró una tendencia positiva los cinco años anteriores. Este comportamiento se explica por la ardua competencia a la cual se enfrenta en sus zonas de influencia, por lo que es un reto para la institución incrementar su nivel de colocación en un mercado competitivo, en el cual surge la diferenciación del producto como la mejor alternativa para ser competitiva por medio de una estrategia de calidad en el servicio del crédito.

En la calidad de los servicios financieros intervienen una serie de atributos, tanto de orden intrínsecos como extrínsecos que la condicionan a una percepción de estos atributos por parte de los consumidores de estos servicios; estos atributos para el caso de los servicios financieros, constituyen los factores que componen los servicios, sean estos de orden tangible o intangibles, por lo que cada uno de ellos toma un valor que es percibido por el socio en forma individual al momento de adquirir un crédito.

Por esta razón el presente trabajo investigativo pretende responder a la pregunta: ¿Cuáles son los factores de la calidad en el producto de crédito que inciden mayoritariamente en la conducta del socio de la Cooperativa para adquirir un crédito en la institución?, con lo cual se pretende alcanzar el objetivo general de identificar estos factores y valorar el grado de importancia de ellos en el socio al momento de adquirir los créditos. Para alcanzar dicho objetivo, se requiere de un diseño metodológico basado en una investigación de campo que inicie con la recolección de datos de muestras representativas del personal de crédito de la institución y de los socios que adquirieron crédito, mediante técnicas de investigación como entrevistas a profundidad, encuestas, etc, que permitan aplicar herramientas estadísticas con el propósito de obtener información válida que sirva para alcanzar los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO 1

1. MATERIALES Y MÉTODOS

Todo trabajo investigativo debe ser elaborado de tal forma que sea fácilmente comprensible para el lector, por lo que se considera importante para el desarrollo de este capítulo, desagregarlo de tal forma que sea lo suficientemente claro y de rápida asimilación, para ello se dividirá el mismo en cuatro subcapítulos, los mismos que se encuentran íntimamente ligados y que le darán mayor coherencia a este trabajo, estos subcapítulos comprenden: área de estudio en donde se asientan los fundamentos teóricos en los cuales se basa esta investigación, luego el objeto de estudio que identifica la institución donde se aplica la investigación, y finalmente el proceso metodológico a seguir con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

1.1. Área de Estudio

La definición de la calidad puede resultar complejo si se considera que intervienen una serie de atributos tanto de orden intrínsecos como extrínsecos, según el diccionario de la Real Lengua Española en su vigésima segunda edición publicada en el año 2001, se define a la calidad como "la p*ropiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor".* Esta definición resulta muy general debido a que existen infinidad de atributos que la condicionan dependiendo del tipo de producto o servicio, por lo que un concepto mucho más explicito nos dan las normas **ISO 9000** que interpreta a la calidad como "*la integración de las características que determinan en qué grado un producto satisface las necesidades de su consumidor",* una definición de igual explicitud lo da **Cantú (2006)** al indicar que: "*la calidad abarca todas las cualidades con las que cuenta un producto o un servicio para ser de utilidad a quien se sirve de el. Esto es, un producto o servicio es de calidad cuando sus características, tangibles e intangibles, satisfacen las necesidades de los usuarios",* concepto mucho más claro y que sirve de mejor manera a los intereses de esta investigación.

Dentro del concepto de calidad puede distinguirse a la calidad objetiva que desde el punto de vista de la oferta trata de cuantificar las características objetivas o tangibles de los productos, por otro lado tenemos a la calidad percibida que hace referencia a la apreciación que tienen los consumidores sobre estas características. Un análisis de esto, nos lleva a concluir que la forma como actúan los consumidores en sus hábitos de compra está condicionado por el valor percibido o satisfacción según lo definido por **Kotler y Armstrong (2007)** que indica que: "*Con frecuencia los clientes no juzgan los valores y los costos del producto de manera precisa ni objetiva, sino que actúan de acuerdo con el valor percibido"*. De estos conceptos se puede deducir que los consumidores perciben la calidad de los productos o servicios mediante inferencias que realizan de los atributos que los configuran. Estos atributos para el caso de los servicios son los factores que lo componen, por lo que cada uno de ellos toma un valor que es percibido por el sujeto en forma individual que sirve para medir el grado de satisfacción del consumidor en relación a la calidad de un servicio.

Por ello dentro del contexto de los servicios financieros, se concluye que la calidad juega un rol fundamental en la supervivencia de las instituciones financieras, ya que estos servicios combinan aspectos tangibles como son: los depósitos, retiros, etc con aspectos intangibles como: la rapidez en el servicio, la confianza en la institución, la confianza, etc. Esto obliga a las instituciones a adoptar una estrategia de diferenciación en sus productos basada en la calidad, ya que en los servicios financieros y concretamente en el caso de los créditos, estos son muy similares entre las instituciones financieras, por lo que la única diferencia entre ellos es la calidad con que son ofrecidos a sus socios o clientes.

1.2. Objeto de estudio

El objeto de estudio para la presente investigación lo constituye la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo por ser la segunda institución financiera más grande del país y contar con buenos indicadores de gestión y reconocimiento internacional por su desempeño.

Jardín Azuayo, se conformó el 6 de febrero de 1996 en el cantón Paute, con 100 personas que se inician como socios fundadores, cuyo propósito era el de canalizar los ahorros locales. El 27 de mayo del mismo año, la cooperativa es reconocida por el Ministerio de Bienestar Social, como: Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, mediante acuerdo Ministerial No. 0836.

Desde el 1 de enero del 2013 se encuentra bajo el control de la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria) y se rige por las disposiciones contenidas en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Económico y Solidario, el reglamento a esta ley, y demás disposiciones emitidas por este organismo de control, así como por su propio estatuto.

A octubre del 2013, la cooperativa cuenta con 260.000 socios aproximadamente, distribuidos geográficamente en 33 puntos de atención (oficinas) pertenecientes a 6 provincias del país (Azuay, Morona Santiago, Cañar, El Oro, Loja y Santa Elena). Sus niveles de captaciones (ahorros) alcanzan los 285 millones de dólares y sus colocaciones (créditos) llegan a los 318 millones de dólares distribuidos en 65,319 créditos colocados. Su composición financiera indica que cuenta con alrededor de 363 millones de dólares en activos y su solvencia patrimonial alcanza un valor de 46 millones de dólares.

1.3. Metodología

Para la consecución de los objetivos de esta investigación se realizó un diseño de investigación que consiste según **Malhotra (2008)** en un esquema o programa para llevar a cabo el proyecto de investigación de mercados**.** Este esquema se basa en el desarrollo de una metodología que inició con una revisión de las bases teóricas y conceptuales, así como una investigación de campo y de aplicación con un enfoque cuantitativo y cualitativo, generando conocimiento a lo largo de su implementación y que permitió confrontar la práctica con la teoría. Esta metodología y su proceso sistemático se lo pueden describir de la siguiente manera:

El trabajo investigativo se realizó basándose en recolección de datos tanto de fuentes primarias como secundarias, para ello se inicio haciendo una revisión bibliográfica que comprende una comprensión conceptual de los factores que inciden en la calidad, tanto objetiva como percibida que intervienen en la prestación de servicios, con el propósito de darle un fundamento teórico a esta investigación. Luego de ello se realizó una revisión de las fuentes secundarias cuya ventaja según **Malhotra (2008)** consiste en su fácil acceso y de rápida obtención, estas fuentes proporcionaron información relativa a los principales aspectos del objeto de estudio que en este caso es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, con la finalidad de tener una comprensión integral de su situación actual. Los documentos revisados fueron: estatutos, reglamento interno, reglamento de ahorro y crédito, productos de crédito y sus condiciones, además se revisó información relativa a: cantidad y ubicación de sus puntos de atención, niveles de colocación de créditos por zonas, por oficina, por monto, sus procesos de crédito, número de oficiales de crédito, etc.

Al momento de realizarse la investigación, la cooperativa contaba con 31 puntos de atención (oficinas) que por su cercanía, características socioeconómicas y similitudes entre si, se encuentran agrupadas en 5 grandes zonas para una mejor administración de las mismas, estas zonas consisten en: Zona Cuenca, Zona Paute, Zona Oriente, Zona Cañar y Zona Jubones, por lo que se consideró conveniente mantener la misma distribución para este trabajo de campo, el mismo que inició con entrevistas a profundidad a oficiales de crédito con preguntas abiertas que invitaban a la reflexión sobre los principales factores que ellos consideraban incidían en mayor grado en los socios al momento de adquirir un crédito en la cooperativa, esto se realizó con el propósito de tener una primera percepción o acercamiento que ayude a identificar estos factores. Para ello se seleccionó a 10 oficiales de crédito de un total de 112 que trabajan en la cooperativa, es decir 2 oficiales por cada zona, procurando que los seleccionados sean de oficinas diferentes y con un mayor número de años de experiencia.

Considerando el objetivo general y las hipótesis planteadas en el diseño de esta investigación, se planteó dos preguntas abiertas a los oficiales de crédito, las mismas que se describen a continuación con sus respectivos objetivos:

PREGUNTA 1:

1.- ¿Cuales son los factores más importantes que los socios valoran para adquirir un crédito en la cooperativa JA.?.

OBJETIVO: Identificar, según el criterio del oficial de crédito de la cooperativa, los factores más importantes que los socios valoran al momento de obtener un crédito.

PREGUNTA 2:

2.- ¿De acuerdo a las características del socio como: su actividad económica, edad, nivel de ingresos, residencia, nivel de educación, etc. y según las características del crédito que solicita como: tipo de crédito, monto solicitado, destino, etc, el socio valora por igual a los factores?

OBJETIVO: Conocer según el criterio del oficial de crédito, si existe diferencia de opinión sobre la importancia de estos factores según las diferentes características de los socios y del crédito que solicita.

Con los resultados obtenidos de las entrevistas a profundidad a los oficiales de crédito, se procedió a elaborar una matriz de los factores que se consideran son los que más influyen en el socio para adquirir un crédito en la cooperativa, esto sirvió de base para el diseño de la primera versión de un formulario de encuesta, el mismo que se aplicó a 10 socios de la cooperativa en la zona Cuenca y Paute y que permitió validarlo para de esta manera obtener la versión final del mismo.

Considerando el propósito de la encuesta, que es la de valorar los factores que le motiva al socio a adquirir crédito en la cooperativa, en función de las diversas características del socio, se elaboró la encuesta con preguntas clasificadas en función

de la tipología del socio, y de las características del crédito que está adquiriendo, la última parte de la encuesta estaba direccionada a medir la valoración que los socios dan a los diferentes factores identificados anteriormente en las entrevistas a los oficiales de crédito. A continuación se detalla el contenido de las preguntas planteadas en la encuesta con su respectivo objetivo:

TIPOLOGÍA DEL SOCIO:

PREGUNTA 1: Género
OBJETIVO: Trata de identificar el género de los socios encuestados; esta pregunta da la opción de escoger entre género masculino y femenino para conocer si esta clasificación tiene incidencia en la opinión del socio sobre los factores.

PREGUNTA 2: Edad
OBJETIVO: Se trata de clasificar a los socios según los diferentes rangos de edades, para conocer si hay incidencia o no de edad en sus preferencias por los factores.

PREGUNTA 3: Ingresos
OBJETIVO: Trata de clasificar a los socios según los ingresos mensuales que ellos perciben expresados en dólares, para conocer si influye o no el nivel de ingresos en sus preferencias por los factores.

PREGUNTA 4: Nivel de educación
OBJETIVO: Se trata de clasificar a los socios según su nivel de educación para medir si esto influye en su valoración de los factores del crédito.

PREGUNTA 5: Miembro de su familia
OBJETIVO: Este es un dato descriptivo del socio, ayuda a complementar el propósito de la pregunta 3 sobre el nivel de ingresos y sirve también para medir si existe influencia o no de esta información en la valoración del socio sobre los factores.

PREGUNTA 6: Actividad económica

OBJETIVO: Se trata de clasificar a los socios según su actividad económica desarrollada por ellos, y sirve para conocer si esto tiene incidencia en su valoración de los factores del crédito.

PREGUNTA 7: Domicilio

OBJETIVO: Trata de clasificar al socio según su zona de residencia para conocer si esto influye en su percepción de los factores motivacionales del crédito.

CARACTERISTICAS DEL CREDITO:

PREGUNTA 8: Tipo de crédito

OBJETIVO: Se clasifica a los socios según el tipo de crédito solicitado, para determinar si la valoración de los factores del crédito depende del tipo de crédito solicitado.

PREGUNTA 9: Monto del crédito

OBJETIVO: Se clasifica a los socios según el monto del crédito solicitado, para determinar si esto influye en su percepción de los factores del crédito que le motivaron a adquirirlo.

PREGUNTA 10: Destino del crédito

OBJETIVO: Se busca clasificar a los socios según el destino del crédito solicitado para medir si esto influye en su valoración de los factores del crédito.

PREGUNTA 11: Número de crédito

OBJETIVO: Se clasifica a los socios según el número del crédito solicitado, es decir si es primer crédito que solicita, segundo, tercero, etc, con el propósito de analizar si esto influye en su percepción de los factores motivacionales para adquirir un crédito.

FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

PREGUNTA 12: Factores motivacionales del crédito
OBJETIVO: El objetivo de esta pregunta es valorar los factores del crédito identificados en las entrevistas a profundidad a los oficiales de crédito de la cooperativa.

Posteriormente se aplicó la encuesta que contenía preguntas cerradas a los socios de la cooperativa, para ello se definió como universo de estudio al promedio mensual que se ha tenido en este año del total de socios que adquieren crédito en la cooperativa, se consideró el promedio mensual debido a que es el lapso de tiempo de análisis de este trabajo investigativo, este promedio es de aproximadamente 3.000 créditos mensuales, distribuidos en las 5 zonas de la cooperativa.

Con la información anterior se pudo calcular el tamaño de la muestra aplicando la fórmula para el cálculo de la muestra para poblaciones finitas en donde se considera un tamaño de población de 3.000, con un nivel de seguridad del 95% y un margen de error del 3%, dando como resultado un tamaño de la muestra de 190 encuestas, que se considera representativo del universo.

La selección de los socios a quienes se aplicó la encuesta fue definida en función del proceso de crédito de la cooperativa, en donde se considera que un socio adquiere el crédito al momento que se da el proceso de liquidación del mismo, para ello se distribuyó el número de encuestas a realizarse a la zonas, en proporción a su promedio mensual de créditos otorgados. Con este último valor asignado a cada zona se volvió a distribuir las encuestas, esta vez a 3 oficinas escogidas al azar del total de oficinas pertenecientes a la zona, en forma proporcional a su promedio mensual de colocación de créditos, se consideró que no era necesario encuestar a todas las oficinas de la zona pues guardan características similares entre ellas y no afectarían en mayor grado a la investigación.

La encuesta fue realizada en forma personal a los socios escogidos, a quienes se les explicó los propósitos de la misma y luego se realizó las preguntas respectivas del formulario, los socios fueron escogidos al azar luego de que pasaron por el proceso de liquidación del crédito en cada oficina seleccionada, esto fue realizado en los días en que cada oficina realizaba el proceso de liquidación de crédito y en horarios indistintos. En el Anexo 1, se presenta una muestra de las encuestas realizadas a los socios por zona como ilustración. Con la información recolectada de las encuestas se procedió con el proceso de preparación de los datos, ya que la calidad de los resultados estadísticos depende del cuidado que se tenga en esta fase de preparación de los datos **Malhotra (2008)**, luego se procedió a la tabulación, que fue realizado en una hoja de cálculo de Excel y para el análisis de ellos se utilizó adicionalmente un software estadístico como el SPSS versión 21.

El análisis realizado en Excel mediante tablas dinámicas permitió consolidar los resultados por pregunta planteada, además de agruparlos y observar las diferentes interrelaciones entre ellas. Adicionalmente con el propósito de conocer la variación entre las medias de las diferentes clasificaciones realizadas de los socios en función de la valoración de los factores del crédito, se practicó un análisis basada en la Técnica estadística de ANOVA, que consiste en un procedimiento para examinar las diferencias entre dos o más medias de los grupos de tratamiento **Malhotra (2008).** Con la aplicación de esta técnica se buscaba aceptar la hipótesis nula **(Ho. =** *Las preferencias de los socios para solicitar crédito no difieren en función de las zonas)* o aceptar la hipótesis alternativa *(***Ha=***Las preferencias de los socios para solicitar crédito difieren en función de las zonas),* considerando un intervalo de confianza para la media del 95%. El análisis de ANOVA nos indica que si el nivel de significación (Sig) es menor o igual a 0,05, debemos rechazar la hipótesis de igualdad de medias (hipótesis nula Ho.) entre los diferentes grupos de análisis, es decir se acepta que no existen igualdad de medias entre los grupos, si el nivel de significación (Sig.) es mayor debemos aceptar la igualdad de medias o en otras palabras no existe diferencias significativas entre los grupos de análisis. La aplicación de estas dos herramientas de análisis, permitió la obtención de información válida para el análisis y posteriores conclusiones.

CAPÍTULO 2

2. RESULTADOS

Con el propósito de identificar cuáles son los factores más importantes que el socio de la Cooperativa Jardín Azuayo valora al momento de adquirir un crédito, se exponen los resultados más relevantes obtenidos en la investigación:

2.1. Resultados de la entrevista a profundidad a los oficiales de crédito.

Al realizarse la entrevista a profundidad a los oficiales de crédito, se obtuvo la información necesaria para la investigación, la misma que se describe en la siguiente matriz en la que consta: la zona, oficina, nombre del oficial de crédito y sus respectivos comentarios respecto a las preguntas planteadas:

Tabla 1: Cuadro resumen de entrevistas a profundidad a oficiales de crédito de la Cooperativa Jardín Azuayo.

PREGUNTA 1:
¿Cuáles son los factores más importantes que los socios valoran para adquirir un crédito en la cooperativa JA.?

PREGUNTA 2:
¿De acuerdo a las características del socio como: su actividad económica, edad, nivel de ingresos, residencia, nivel de educación, etc. y según las características del crédito que solicita como: tipo de crédito, monto solicitado, destino, etc, el socio valora por igual a los factores?

#	ZONA	OFICINA	OFICIAL DE CRÉDITO	PREGUNTA	COMENTARIO
1	Paute	Sigsig	Patricio Zhimñay	Pregunta 1	Lo que más le motiva a los socios de la cooperativa adquirir créditos en la cooperativa es la **TASA** de interés. Esta tasa de intereses es la más competitiva del medio y es preferente en relación a otras instituciones. Los socios muchas veces adquieren créditos en la cooperativa a pesar de no necesitar

					mucho el dinero, lo hacen para tener un historial crediticio en JA. La Cooperativa esta **posicionada** en la mente de las personas, la llevan en su corazón pues fue la primera en la localidad. A pesar de que en la cooperativa el crédito sin ahorro que es más caro que el con ahorro tiene un mayor porcentaje de aceptación en los socios, sin embargo sigue siendo la tasa el factor principal que motiva a los socios a adquirir crédito en JA. Otro factor que los socios más valoran son las **facilidades o tramitología** para adquirir créditos en la cooperativa. En otros lados ofrecen facilidades para adquirir créditos pero esto no necesariamente es cierto, ofrecen 48 horas para dar un crédito pero esto es después de terminar de hacer los trámites. También se menciona la **agilidad** para dar un crédito pues esto ha mejorado mucho en la cooperativa, actualmente se tiene dos reuniones de las directivas de crédito a la semana para agilitar los créditos.
				Pregunta 2	Existe diferencias en preferencias de factores para los diferentes tipos de socios que adquieren créditos en la cooperativa de acuerdo a su actividad económica, así tenemos que para los socios que son comerciantes ellos valoran más la agilidad o tramites, los agricultores valoran más la tasa de interés, de la misma manera que en las amas de casa, algo parecido sucede con los profesionales en general, para ellos en algunas ocasiones es más importante la tasa y en otras los tramites o agilidad.

2	Paute	Gualaceo	Isabel Rodas	Pregunta 1	La **tasa** es el factor principal que motiva a los socios para adquirir créditos en la cooperativa, esta tasa es considerada muy competitiva en los socios y es más baja en el mercado. Otro factor que es considerado muy importante por los socios son aquellos que tienen que ver con la **composición del producto del crédito** como lo es el **tiempo o plazo** para pagar un crédito, en otros lados este no es mayor de 3 años, otro es el **monto** de los créditos, en la cooperativa los montos son más altos en su mayoría. Otros factores son la **agilidad** para dar un crédito, en la cooperativa estos son menores que en otras instituciones de la localidad. El **posicionamiento** de la cooperativa en la localidad también es importante para los socios para motivarles a adquirir un crédito en la institución. Consideran a la JA como una institución **seria** a diferencia de otras que ruegan para otorgar créditos y a la gente no les gusta eso. Además la capacidad de pago en JA es real mientras que en otro lado con tal de dar crédito sobrevaloran la capacidad de pago de las personas.
				Pregunta 2	Existe diferencia en la preferencia de los diferentes tipos de socios por los parámetros que les motivan a adquirir créditos en la cooperativa: Para los comerciantes, estos valoran más los requisitos que la tasa.

					Para los agricultores, estos valoran más el plazo en los créditos antes que la tasa y prefieren adquirir créditos en la cooperativa por las facilidades de los requisitos.
3	Cuenca	Ricaurte	Vinicio Uday	Pregunta 1	Lo que más valoran los socios son las **facilidades** para otorgar los créditos o sea **requisitos**, que comprende aspectos como garantías, documentos, facilidades, etc. La tasa es otro factor importante, un 60% de socios preguntar por la tasa y los requisitos y luego pregunta el resto de cosas que tienen que ver con el crédito. A los socios les atrae las facilidades para adquirir los créditos, antes los socios sacaban los créditos en la cooperativa y dejaban en otro lado para hacer base de ahorro pero al darse cuenta que en la cooperativa la tasa es mucho mejor y que las cuotas son muchas más bajas ahora prefieren sacar los créditos en la cooperativa JA.
				Pregunta 2	Si hay diferencia en la preferencia de los diferentes tipos de socios respecto a los factores que inciden en la adquisición de créditos. Para las personas que adquieren créditos para consumo no les importa mucho la tasa en su crédito. Para los que adquieren vivienda valoran mucho el tiempo o plazo para los créditos sin importar mayormente la tasa. Para los agricultores valoran la tasa y los periodos de pago. En zonas rurales es difícil cumplir todos los requisitos que se piden por ejemplo es difícil justificar los ingresos para el caso de pequeños comerciantes por lo

					que algunos valoran mucho las facilidades y los requisitos para adquirir un crédito.
4	Cuenca	Cuenca - Centro	Luis Felipe Ramón	Pregunta 1	El factor principal es la **tasa** de interés que se la considera la más baja del mercado. Otro factor que valoran mucho es el hecho de que en la cooperativa el valor que tienen que aportar por **certificados de aportación** es solo del 1% mientras que en la competencia es de hasta el 5% y 10% en algunos casos. Otro factor importante es la **agilidad** y tramites que se da en la cooperativa para adquirir un crédito, esto es producto de que en esta oficina existen dos reuniones semanales de la directiva de crédito para aprobar los mismos.
				Pregunta 2	No existe diferencia en la prioridad de factores que motiva a los socios para adquirir créditos en la cooperativa, ya que la tasa de intereses es lo primordial para todos los tipos de socios.
5	Jubones	Pasaje	Edison Jaramillo	Pregunta 1	El factor más importante para adquirir créditos en la cooperativa es la **tasa** de interés. Esta es muy competitiva en el mercado en relación al resto de instituciones. Otro factor importante es la **confianza** que tienen los socios en la cooperativa, la conocen desde hace algún tiempo y eso les brinda confianza. Otra factor importante es los **tramites** que se solicita en la cooperativa, sin embargo hay algunas instituciones en las cuales dan créditos solo con la cédula. Los **trámites** también son un factor importante pues muchas veces prefieren a la cooperativa ya que en otros lados no pueden justificar muchas veces sus ingresos para el caso de comerciantes.

				Pregunta 2	Si existe diferencia en la preferencia de los diferentes tipos de socios, por ejemplo para los pequeños productores prefieren la tasa ante cualquier otro factor, y para los grandes productores importa mucho la agilidad para adquirir un crédito en la cooperativa.
6	Jubones	Saraguro	Jeferson Quituisaca	Pregunta 1	El principal factor que el socio valora para adquirir un crédito en la cooperativa es el **trato y atención** del personal en la oficina. Este trato se caracteriza por ser equitativo para todos los socios. El siguiente factor es la tasa de interés que es las más baja del mercado Luego tenemos la agilidad en los trámites para otorgar los créditos y la facilidad con la que estos se dan.
				Pregunta 2	Si existe diferencia en la preferencia de los socios sobre los factores que motivan a adquirir créditos en la cooperativa, así tenemos que: Para los comerciantes, estos se ven motivados principalmente por la tasa de interés y luego por la agilidad para conseguir los créditos. Para los de microcréditos ellos se ven motivados principalmente por el trato equitativo y también por los requisitos que se les pide para adquirir créditos, siendo estos más flexibles y considerados como informales en algunos casos.
7	Cañar	Cañar	Evita Alvarado	Pregunta 1	El principal factor es la **tasa** de interés, es considerada la mejor en el mercado a pesar de existir muchas instituciones financieras en el medio local. Otro factor es la **confianza** que tienen en la cooperativa, esto ha llevado a que se tenga un buen **posicionamiento** en la localidad.

					Los **requisitos** también son un factor importante que el socio valora para adquirir un crédito en JA.
				Pregunta 2	Existe diferencia de criterios a lo hora de valorar los factores más importante para adquirir créditos en la cooperativa. Los créditos de consumo en la cooperativa valoran más la tasa de interés. En los micro créditos se valora más los requisitos antes que la tasa de interés, esto implica las facilidades para que se les de el crédito tanto a agricultores, pequeños negocios etc.
8	Cañar	Troncal	Galo Zhunio	Pregunta 1	Lo que más se valora para adquirir créditos es la **agilidad** para adquirir el crédito. El segundo factor más importante es la **tasa** de interés que es muy competitiva en el mercado. Luego tenemos otros factores como el **monto** en los créditos y el **tiempo o plazo** que se da en los mismos.
				Pregunta 2	Si existe diferencia en la preferencia de los diferentes tipos de socios, para los créditos de consumo se valora mucho la tasa de interés, mientras que para los de microcrédito se valora mucho la agilidad con que se dan los créditos.
9	Oriente	Macas	Nancy Orellana	Pregunta 1	La **Tasa** es la más baja del mercado y es lo que más valoran los socios al momento de adquirir créditos en la cooperativa. Un segundo factor o aspecto son los **requisitos** para adquirir un crédito, manifiestan en la cooperativa que estos son muchos más sencillos que en otro lado y es menor el papeleo que hay que realizar al respecto.

					También valoran el **buen trato** a la hora de recibir los servicios del crédito. La **agilidad** para otorgar los créditos es algo que el socio valora mucho en la cooperativa.
				Pregunta 2	No existe mayor diferencia en la preferencia de los diferentes tipos de socios según su actividad económica por los factores que inciden para adquirir créditos en la cooperativa, esta preferencia es regular en casi todos.
10	Oriente	Sucua	Maria Eugenia Sangurima	Pregunta 1	El principal factor para adquirir un crédito en la cooperativa es la **tasa** de interés, la consideran muy competitiva en el mercado. Otro factor importante es las **facilidades** en los **trámites** en comparación con otras instituciones financieras, esto se vuelve difícil para algunos tipos de socios que no pueden justificar sus ingresos en otras instituciones como un requisito que tienen que presentar. Otro factor importante es el **trato** que se le da a los socios pues se consideran personas conocidas por la cooperativa y le tienen confianza
				Pregunta 2	Existe diferencia en la preferencia de algunos tipos de socios, así para los comerciantes ellos prefieren la tasa y la rapidez no les interesa mucho. Para los agricultores la tasa no es el principal factor ya que pueden conseguir a mejor tasa en el Banco de Fomento, sin embargo los tramites o requisitos en JA son muchos más accesibles por lo cual no les interesa mucho la tasa.

Fuente: Datos recolectados en base a entrevistas a profundidad a los oficiales de crédito.

2.2. Resultados de encuestas a socios

Los resultados alcanzados de las encuestas aplicadas a los socios, los podemos agrupar en la valoración de los factores en forma general y en la valoración de los factores por pregunta:

2.2.1. Valoración de los factores motivacionales del crédito en forma general.

Aquí se exponen los resultados de la valoración que dieron los socios a los diferentes factores del crédito en forma general, es decir tomando los resultados totales de la encuesta sin desglosarla por pregunta.

Al preguntarse a las muestra de 190 socios de la cooperativa, sobre la valoración que dan a los diferentes factores del crédito, se encontró los siguientes resultados generales como se describen en la Tabla 2.

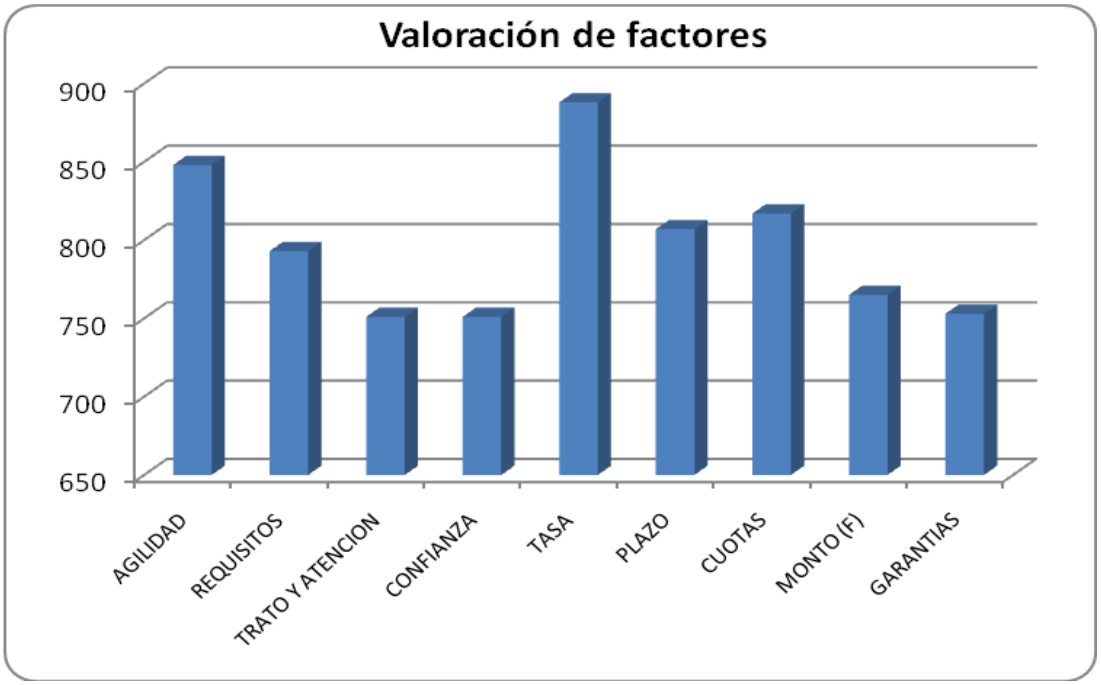
Tabla 2: Valoración de factores en forma general

FACTORES								
AGILIDAD	**REQUISITOS**	**TRATO Y ATENCIÓN**	**CONFIANZA**	**TASA**	**PLAZO**	**CUOTAS**	**MONTO (F)**	**GARANTÍAS**
848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

En la siguiente figura se puede apreciar gráficamente los resultados obtenidos de la valoración de factores por zona:

Figura 1. Valoración de factores en forma general en gráfico de barras.



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Adicionalmente podemos segmentar estos resultados por zonas, ya que como se mencionó en la metodología, la cooperativa agrupa sus 33 puntos de atención en 5 grandes zonas. En la Tabla 3, se puede observar el número de encuestas que correspondieron a cada zona según lo descrito en la metodología y también se exponen los resultados alcanzados:

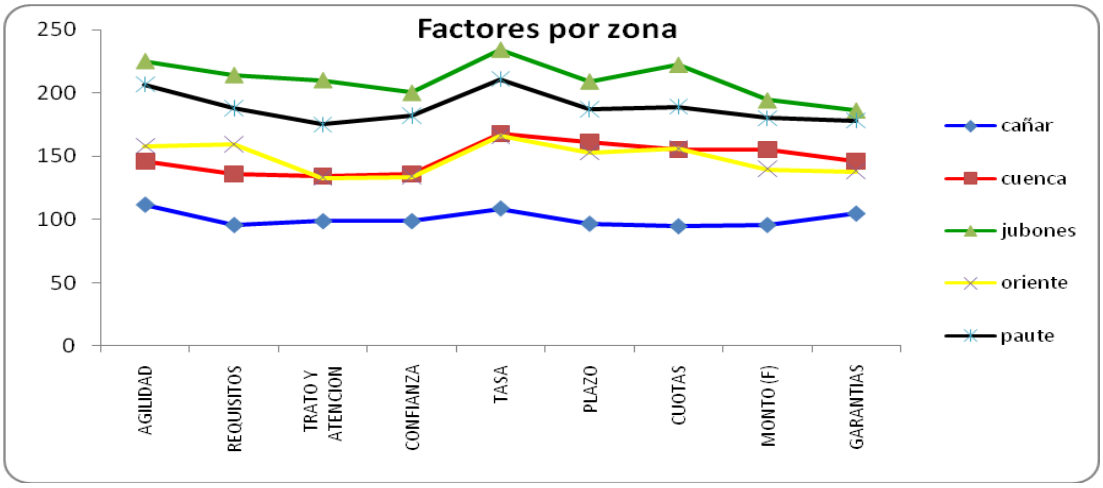
Tabla 3: Valoración de factores por zona

ZONA	# Encuestados	VALORACIÓN DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
Cañar	24	112	96	99	99	109	97	95	96	105
Cuenca	37	146	136	134	136	168	161	155	155	146
Jubones	49	225	214	210	200	234	209	222	194	186
Oriente	35	158	159	133	134	166	153	156	140	138
Paute	45	207	188	175	182	211	187	189	180	178
TOTAL	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Gráficamente, en la Figura 2, también se puede apreciar estos resultados alcanzados:

Figura 2. Valoración de factores por zona.



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Para complementar los resultados por zonas, se realizó el análisis de ANOVA para conocer si existe relación entre las medias de las diferentes zonas respecto a los factores motivacionales del crédito, dándonos los siguientes resultados descritos en la Tabla 4:

Tabla 4: ANOVA para valoración de factores analizado por zona.

ANOVA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	12,267	4	3,067	4,085	,003
	Intra-grupos	138,896	185	,751		
	Total	151,163	189			
REQUISITOS	Inter-grupos	16,509	4	4,127	6,120	,000
	Intra-grupos	124,759	185	,674		
	Total	141,268	189			

TRATOATENCION	Inter-grupos	11,202	4	2,800	3,210	,014
	Intra-grupos	161,372	185	,872		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	5,285	4	1,321	1,534	,194
	Intra-grupos	159,289	185	,861		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	1,760	4	,440	1,163	,329
	Intra-grupos	70,008	185	,378		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	2,349	4	,587	,701	,592
	Intra-grupos	155,024	185	,838		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	7,176	4	1,794	2,501	,044
	Intra-grupos	132,724	185	,717		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	1,274	4	,319	,493	,741
	Intra-grupos	119,594	185	,646		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	5,469	4	1,367	2,086	,084
	Intra-grupos	121,273	185	,656		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2. Valoración de los factores motivacionales del crédito por pregunta.

Aquí se expone los resultados de la valoración de los factores del crédito, totalizados por pregunta realizada a los socios en la encuesta:

2.2.2.1. Pregunta 1: género.

Al entrevistarse a los socios sobre su percepción de la valoración de los factores que más le motiva para adquirir un crédito, se encontró que de los 190 socios encuestados, 95 fueron hombres y 95 fueron mujeres, y los resultados de las valoraciones por cada género se detallan en la tabla que se muestra a continuación:

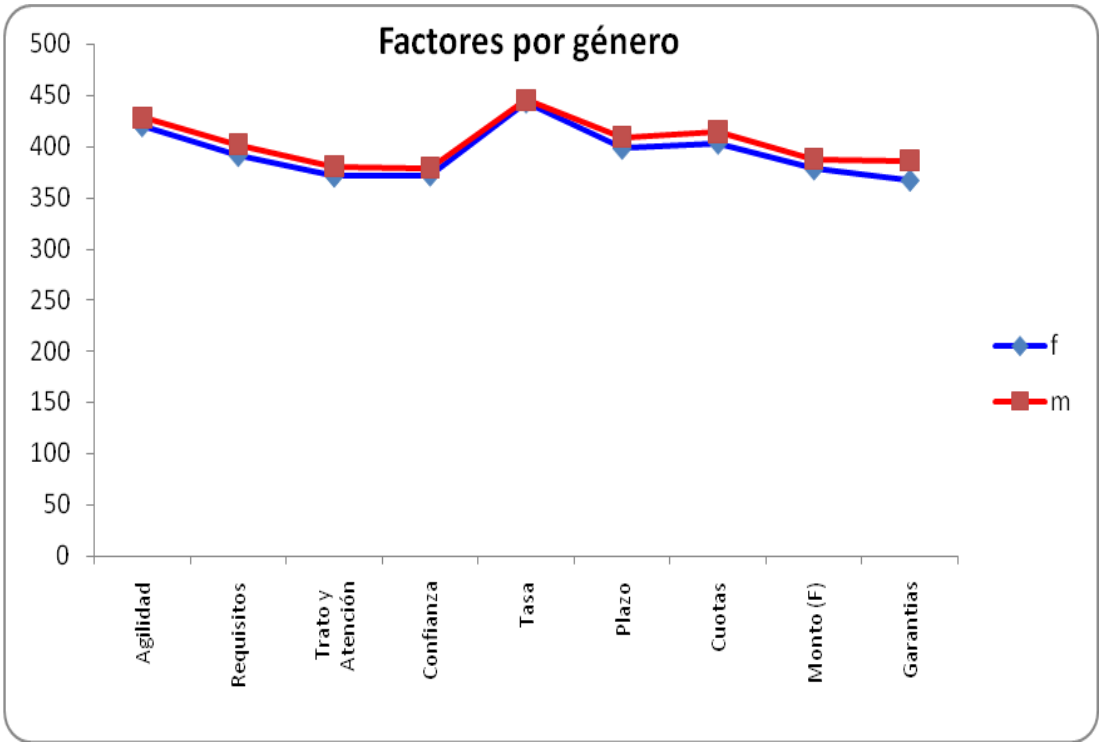
Tabla 5: Valoración de factores por género.

GENERO	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
F	95	420	391	371	372	443	398	403	378	367
M	95	428	402	380	379	445	409	414	387	386
Total	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Gráficamente se puede observar que la valoración de los dos géneros es muy similar

Figura 3. Valoración de factores por género.



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Al practicarse el análisis de ANOVA a la valoración de factores por género, se encontró los siguientes resultados, registrados en la Tabla 6:

Tabla 6: ANOVA para valoración de factores analizado por género.

ANOVA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	,426	1	,426	,532	,467
	Intra-grupos	150,737	188	,802		
	Total	151,163	189			
REQUISITOS	Inter-grupos	,637	1	,637	,851	,357
	Intra-grupos	140,632	188	,748		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	,426	1	,426	,466	,496
	Intra-grupos	172,147	188	,916		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	,258	1	,258	,295	,588
	Intra-grupos	164,316	188	,874		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	,021	1	,021	,055	,815
	Intra-grupos	71,747	188	,382		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	,637	1	,637	,764	,383
	Intra-grupos	156,737	188	,834		
	Total	157,374	189			

CUOTAS	Inter-grupos	,637	1	,637	,860	,355
	Intra-grupos	139,263	188	,741		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	,426	1	,426	,665	,416
	Intra-grupos	120,442	188	,641		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	1,900	1	1,900	2,861	,092
	Intra-grupos	124,842	188	,664		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.2. Pregunta 2: edad.

En la valoración de los factores del crédito, realizada a los socios encuestados, se utilizó una escala de intervalos por edades, las mismas que nos dieron los siguientes resultados:

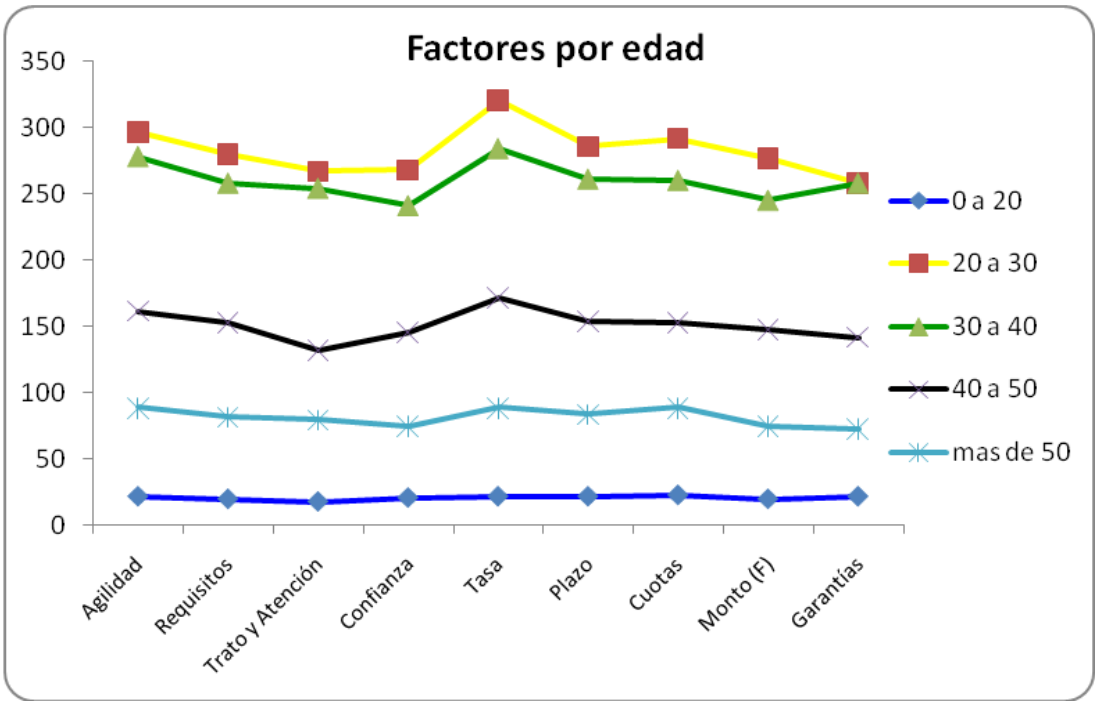
Tabla 7: Valoración de factores por edades

EDAD	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
0 a 20	5	22	20	18	21	22	22	23	20	22
20 a 30	68	297	280	267	268	321	286	292	277	258
30 a 40	62	278	258	254	241	284	261	260	245	258
40 a 50	36	162	153	132	146	172	154	153	148	142
más de 50	19	89	82	80	75	89	84	89	75	73
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Gráficamente se puede observar la valoración de los socios a los factores en función de los rangos de edad.

Figura 4. Valoración de factores por edad



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

También se realizó el análisis de ANOVA a la valoración de factores motivacionales del crédito, de acuerdo a los diferentes intervalos de edades de los socios encuestados, dando como resultado los que se muestra en la Tabla 8:

Tabla 8: ANOVA para valoración de factores analizado por edad.

ANOVA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	1,593	4	,398	,493	,741
	Intra-grupos	149,570	185	,808		
	Total	151,163	189			

REQUISITOS	Inter-grupos	,967	4	,242	,319	,865
	Intra-grupos	140,301	185	,758		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	6,164	4	1,541	1,713	,149
	Intra-grupos	166,410	185	,900		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	,963	4	,241	,272	,896
	Intra-grupos	163,611	185	,884		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	1,453	4	,363	,956	,433
	Intra-grupos	70,315	185	,380		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	,928	4	,232	,274	,894
	Intra-grupos	156,446	185	,846		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	4,050	4	1,012	1,379	,243
	Intra-grupos	135,850	185	,734		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	,878	4	,220	,339	,852
	Intra-grupos	119,990	185	,649		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	5,622	4	1,406	2,147	,077
	Intra-grupos	121,120	185	,655		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.3. Pregunta 3: Ingresos.

Al realizarse las encuestas a los socios seleccionados, se utilizó una escala de intervalos para los diferentes niveles de ingresos que perciben los socios al momento de adquirir un crédito, dando con ello los siguientes resultados que se destacan en la Tabla 9, descrita a continuación:

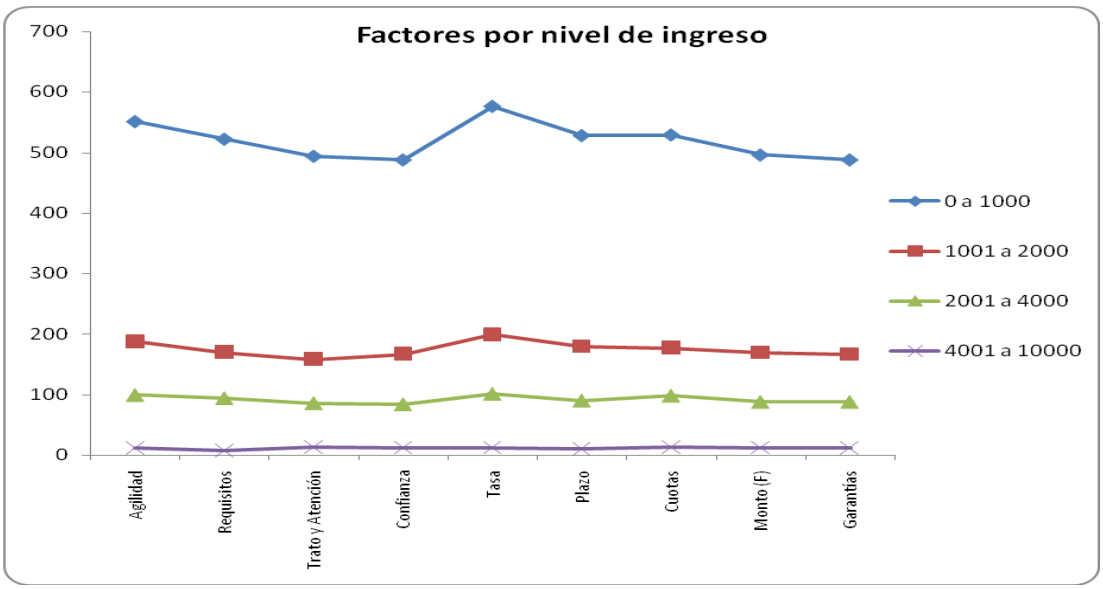
Tabla 9: Valoración de factores por nivel de ingresos

INGRESOS	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
0 a 1000	123	551	522	494	488	576	528	529	496	488
1001 a 2000	42	187	170	158	167	199	179	177	169	166
2001 a 4000	22	99	94	86	84	101	90	98	88	88
4001 a 10000	3	11	7	13	12	12	10	13	12	11
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

En el siguiente gráfico se observa la valoración de factores por nivel de ingresos

Figura 5. Valoración de factores por nivel de ingresos



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Para complementar los resultados, se utilizó el análisis de ANOVA para conocer la relación entre las medias de los diferentes intervalos de ingresos de los socios encuestados, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 10: ANOVA para valoración de factores analizado por nivel de ingreso.

ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	1,938	3	,646	,805	,492
	Intra-grupos	149,225	186	,802		
	Total	151,163	189			
REQUISITOS	Inter-grupos	11,650	3	3,883	5,573	,001
	Intra-grupos	129,618	186	,697		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	2,502	3	,834	,912	,436
	Intra-grupos	170,071	186	,914		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	,455	3	,152	,172	,915
	Intra-grupos	164,119	186	,882		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	1,697	3	,566	1,502	,216
	Intra-grupos	70,071	186	,377		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	3,306	3	1,102	1,331	,266
	Intra-grupos	154,067	186	,828		
	Total	157,374	189			

CUOTAS	Inter-grupos	,837	3	,279	,373	,772
	Intra-grupos	139,063	186	,748		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	,022	3	,007	,011	,998
	Intra-grupos	120,846	186	,650		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	,301	3	,100	,147	,931
	Intra-grupos	126,441	186	,680		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.4. Pregunta 4: nivel de educación.

Los resultados de las encuestas realizadas a los socios, se clasificaron según su nivel de educación, para ello se utilizó diferentes categorías de educación, dándonos los siguientes resultados:

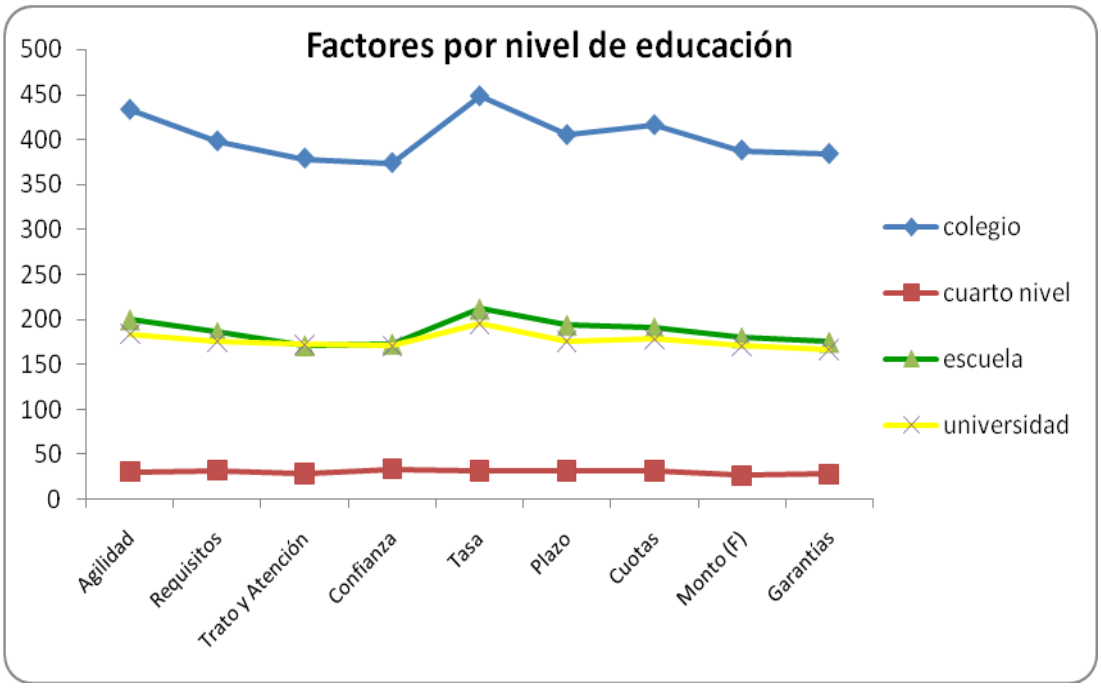
Tabla 11: Valoración de factores por nivel de educación.

NIVEL DE EDUCACION	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
Colegio	97	433	398	379	374	448	405	416	388	384
cuarto nivel	7	31	33	29	34	32	32	32	27	28
Escuela	44	200	186	171	173	212	194	191	180	175
universidad	42	184	176	172	170	196	176	178	170	166
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

En el siguiente gráfico se puede observar la valoración de los factores según la clasificación de los socios por nivel de educación.

Figura 6. Valoración de factores por nivel de educación



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Se utilizó el análisis de ANOVA para ver la relación entre las medias de la valoración de los factores según las diferentes categorías de educación del socio, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 12: ANOVA para valoración de factores analizado por nivel de educación.

ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	,594	3	,198	,245	,865
	Intra-grupos	150,569	186	,810		
	Total	151,163	189			

REQUISITOS	Inter-grupos	2,667	3	,889	1,193	,314
	Intra-grupos	138,601	186	,745		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	1,501	3	,500	,544	,653
	Intra-grupos	171,073	186	,920		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	7,037	3	2,346	2,769	,043
	Intra-grupos	157,537	186	,847		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	1,289	3	,430	1,134	,337
	Intra-grupos	70,480	186	,379		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	2,526	3	,842	1,011	,389
	Intra-grupos	154,847	186	,833		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	,763	3	,254	,340	,797
	Intra-grupos	139,137	186	,748		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	,470	3	,157	,242	,867
	Intra-grupos	120,398	186	,647		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	,025	3	,008	,012	,998
	Intra-grupos	126,717	186	,681		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.5. Pregunta 5: miembros de su familia.

La información obtenida con esta pregunta es de carácter informativa y descriptiva del socio, y según las encuestas realizadas se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 13: Valoración de factores por número de miembros de familia

# CREDITO	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
1	21	92	89	86	80	97	89	85	77	75
2	34	152	143	134	129	158	140	151	140	142
3	43	199	167	172	166	202	181	185	184	172
4	49	214	210	193	198	230	214	213	192	199
5	25	112	104	98	101	116	103	103	105	98
6	11	48	49	41	46	52	51	50	39	40
7	2	8	9	9	10	9	9	9	7	9
8	3	13	13	12	13	15	14	14	12	11
9	1	5	4	3	4	4	3	4	4	4
13	1	5	5	3	4	5	3	3	5	3
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Para esta pregunta no se consideró necesario realizar un análisis de ANOVA, debido a que no es una variable categórica y la información obtenida de ella es de carácter descriptivo.

2.2.2.6. Pregunta 6: actividad económica.

Los resultados de las encuestas realizadas a los socios se clasificaron según la actividad económica del socio realizada al momento de adquirir un crédito, para ello se utilizó una categorización de estas actividades, dándonos los siguientes resultados:

Tabla 14: Valoración de factores por actividad económica de los socios

ACT. ECONOMICA	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
empleado privado.	38	165	161	151	145	177	161	161	156	155
Comercio	36	164	151	135	131	165	150	157	147	138
empleado público.	25	112	108	95	100	118	110	105	100	96
Transporte	18	76	71	76	67	85	74	74	73	75
Agricultura	17	80	73	68	69	83	72	76	70	68
profesional	15	67	63	63	65	67	61	63	60	59
ama de casa	9	42	36	37	36	44	40	39	36	40
Ganadería	9	41	37	30	39	41	37	40	35	34
construcción	8	38	33	34	37	40	37	37	33	33
Artesanía	8	32	32	32	33	33	30	33	28	30
Estudiante	3	15	12	14	15	15	15	13	11	11
otros (minero)	3	11	12	13	11	15	15	14	12	10
Otros	1	5	4	3	3	5	5	5	4	4
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Se consideró necesario realizar el análisis de ANOVA, para valorar la igualdad o no de las medias de las valoraciones de los factores del crédito entre las diferentes actividades económicas del socio encuestado como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 15: ANOVA para valoración de factores analizado por actividad económica:

ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	8,636	12	,720	,894	,555
	Intra-grupos	142,528	177	,805		
	Total	151,163	189			

REQUISITOS	Inter-grupos	2,683	12	,224	,286	,991
	Intra-grupos	138,585	177	,783		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	11,617	12	,968	1,065	,393
	Intra-grupos	160,957	177	,909		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	17,255	12	1,438	1,728	,064
	Intra-grupos	147,318	177	,832		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	6,331	12	,528	1,427	,157
	Intra-grupos	65,438	177	,370		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	9,249	12	,771	,921	,527
	Intra-grupos	148,124	177	,837		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	4,007	12	,334	,435	,948
	Intra-grupos	135,893	177	,768		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	3,400	12	,283	,427	,951
	Intra-grupos	117,469	177	,664		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	6,700	12	,558	,823	,626
	Intra-grupos	120,043	177	,678		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.7. Pregunta 7: domicilio.

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los socios, se las puede clasificar de acuerdo al lugar de residencia del socio, esto es, sector urbano y rural, según se describe en la siguiente tabla:

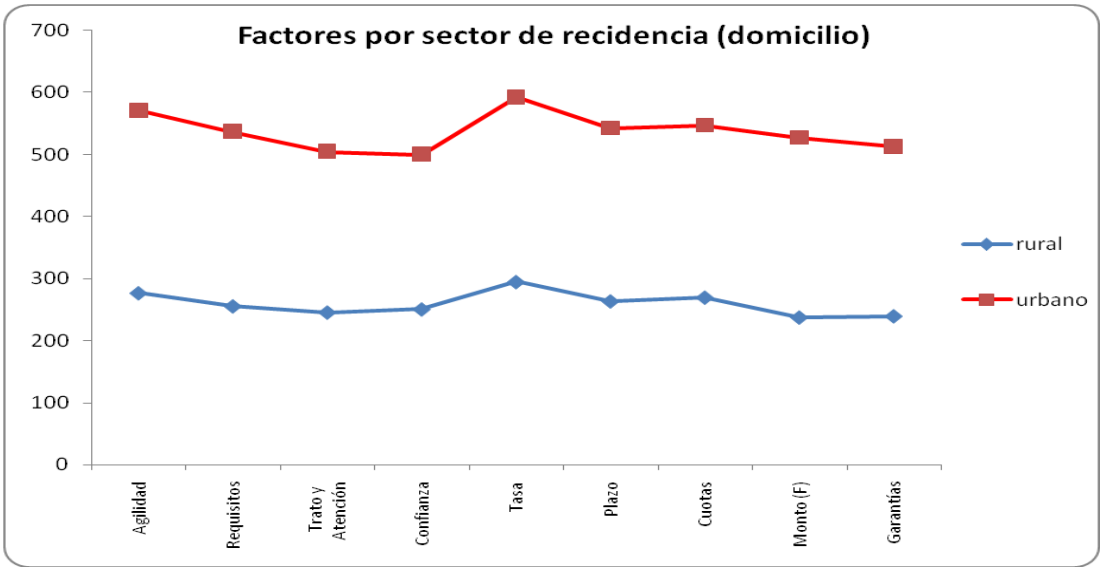
Tabla 16: Valoración de factores por domicilio

DOMICILIO	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
Rural	63	277	256	246	251	295	264	270	238	240
Urbano	127	571	537	505	500	593	543	547	527	513
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

La valoración de factores por domicilio también se puede ver en el siguiente gráfico:

Figura 7. Valoración de factores por domicilio



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Los resultados del análisis ANOVA realizado a la valoración de los factores motivacionales del crédito según el lugar de residencia del socio, se describen en la siguiente tabla:

Tabla 17: ANOVA para valoración de factores analizado por domicilio.

ANOVA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	,352	1	,352	,438	,509
	Intra-grupos	150,812	188	,802		
	Total	151,163	189			
REQUISITOS	Inter-grupos	1,144	1	1,144	1,535	,217
	Intra-grupos	140,124	188	,745		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	,216	1	,216	,236	,628
	Intra-grupos	172,358	188	,917		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	,093	1	,093	,107	,744
	Intra-grupos	164,480	188	,875		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	,007	1	,007	,019	,889
	Intra-grupos	71,761	188	,382		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	,305	1	,305	,365	,546
	Intra-grupos	157,069	188	,835		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	,019	1	,019	,026	,872
	Intra-grupos	139,881	188	,744		
	Total	139,900	189			

MONTO	Inter-grupos	5,822	1	5,822	9,514	,002
	Intra-grupos	115,046	188	,612		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	2,225	1	2,225	3,359	,068
	Intra-grupos	124,517	188	,662		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.8. Pregunta 8: tipo de crédito.

La cooperativa ofrece sus productos de crédito clasificados en: crédito sin ahorro, que es aquel que no necesita tener un ahorro previo para acceder al crédito con ahorro que es un tipo de crédito que necesita tener una base de ahorro de por lo menos un mes, el crédito de desarrollo dado a instituciones públicas sin fines de lucro y el crédito emergente que se da únicamente para salud y educación.

Los resultados obtenidos de acuerdo a esta clasificación se describen a continuación:

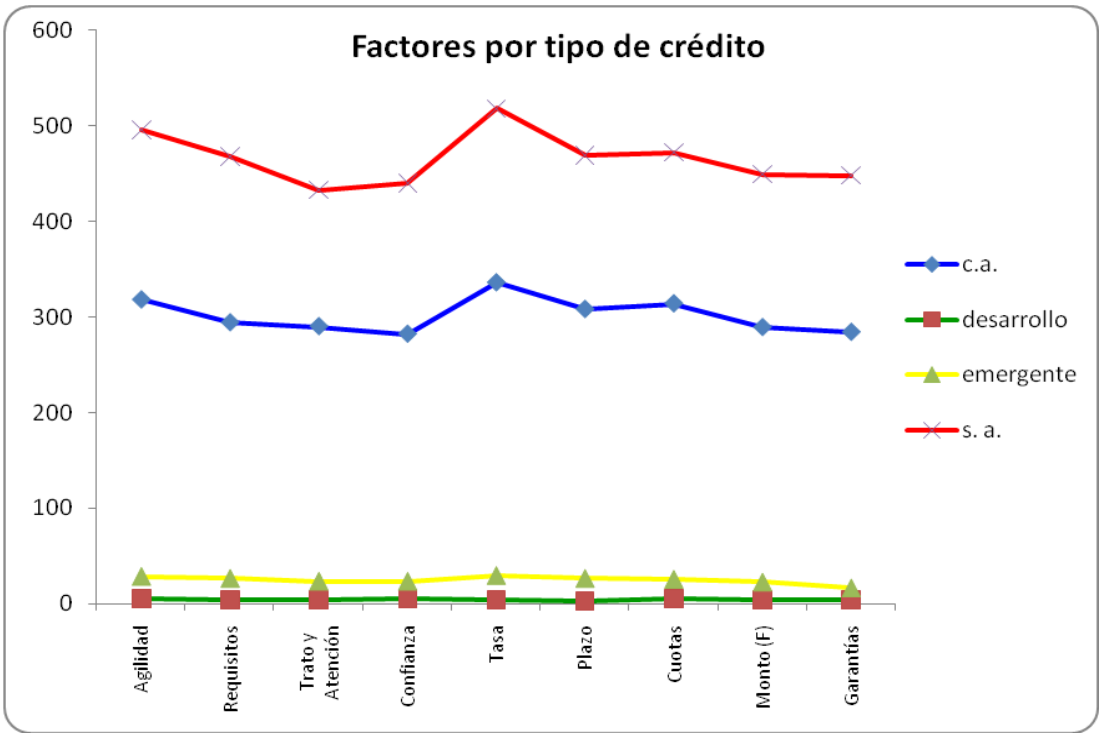
Tabla 18: Valoración de factores por tipo de crédito

T. CREDITO	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
Con ahorro	71	318	294	290	282	336	308	314	289	284
Desarrollo	1	5	4	4	5	4	3	5	4	4
emergente	6	29	27	24	24	30	27	26	23	17
Sin ahorro	112	496	468	433	440	518	469	472	449	448
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

En el siguiente gráfico se puede ver la valoración de factores por tipo de crédito otorgado:

Figura 8. Valoración de factores por tipo de crédito



Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

En la siguiente tabla, se exponen los resultados del ANOVA realizado para encontrar las relaciones entre las medias de los diferentes tipos de crédito en la valoración de los factores:

Tabla 19. ANOVA para valoración de factores analizado por tipo de crédito.

ANOVA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	1,335	3	,445	,552	,647
	Intra-grupos	149,828	186	,806		
	Total	151,163	189			

REQUISITOS	Inter-grupos	,748	3	,249	,330	,804
	Intra-grupos	140,520	186	,755		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	2,090	3	,697	,760	,518
	Intra-grupos	170,484	186	,917		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	1,201	3	,400	,456	,713
	Intra-grupos	163,372	186	,878		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	1,603	3	,534	1,416	,239
	Intra-grupos	70,165	186	,377		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	2,924	3	,975	1,174	,321
	Intra-grupos	154,450	186	,830		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	2,386	3	,795	1,076	,361
	Intra-grupos	137,514	186	,739		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	,396	3	,132	,204	,894
	Intra-grupos	120,472	186	,648		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	7,909	3	2,636	4,126	,007
	Intra-grupos	118,833	186	,639		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.9. Pregunta 9: monto del crédito.

Los resultados obtenidos de las encuestas a los socios se clasificaron en función del monto del crédito solicitado, para ello se clasificó a los diferentes montos de los créditos solicitados en intervalos, dando los resultados mostrados en la siguiente tabla:

Tabla 20: Valoración de factores por monto del crédito.

MONTO	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
0 a 1000	24	111	103	90	96	115	100	107	89	88
1001 a 2000	20	91	83	85	81	94	84	86	77	76
2001 a 5000	47	210	203	196	187	220	208	202	193	196
5001 a 10000	61	265	249	227	240	287	260	257	252	236
10001 a 20000	24	106	92	96	91	109	101	102	97	96
más de 20000	14	65	63	57	56	63	54	63	57	61
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Para complementar los resultados obtenidos, se realizó un análisis de ANOVA, con el propósito de medir la variación entre las medias de la valoración que los socios dieron a los factores motivacionales del crédito en función del monto solicitado, los resultados se describen en la siguiente tabla:

Tabla 21. ANOVA para valoración de factores analizado por monto del crédito.

ANOVA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	1,854	5	,371	,457	,808
	Intra-grupos	149,310	184	,811		
	Total	151,163	189			

REQUISITOS	Inter-grupos	6,124	5	1,225	1,668	,145
	Intra-grupos	135,145	184	,734		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	8,495	5	1,699	1,905	,095
	Intra-grupos	164,079	184	,892		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	,949	5	,190	,213	,956
	Intra-grupos	163,625	184	,889		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	1,250	5	,250	,653	,660
	Intra-grupos	70,518	184	,383		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	3,875	5	,775	,929	,463
	Intra-grupos	153,499	184	,834		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	1,682	5	,336	,448	,814
	Intra-grupos	138,218	184	,751		
	Total	139,900	189			
MONTO	Inter-grupos	4,054	5	,811	1,277	,276
	Intra-grupos	116,814	184	,635		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	7,405	5	1,481	2,284	,048
	Intra-grupos	119,337	184	,649		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.10. Pregunta 10: destino del crédito.

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los socios, se pueden clasificar en función del destino del crédito, para ello se realizó una categorización de los diferentes segmentos o actividades a los cuales van dirigidos los créditos. Los resultados se describen a continuación:

Tabla 22. Valoración de factores según el destino del crédito

DESTINO CRED.	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
Actividades Técnicas y profesionales.	6	30	26	22	26	27	26	28	24	25
Agricultura	10	46	43	42	39	49	40	44	41	39
Alojamiento y restaurantes	1	4	5	5	4	5	3	3	4	3
Comercio	40	186	175	159	163	186	171	177	159	155
consumo Hogares	15	62	60	58	54	69	59	66	61	59
Ganadería	4	16	15	14	19	19	18	16	15	16
Pago deudas	24	107	92	91	88	111	101	101	96	99
Transporte	27	114	106	113	105	123	116	113	111	110
Vivienda	42	187	181	165	170	200	177	178	176	169
(estudio)	1	5	3	5	5	5	5	3	4	3
(minería)	3	11	12	13	11	15	15	14	12	10
Otros	17	80	75	64	67	79	76	74	62	65
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Se realizó el análisis de ANOVA en esta pregunta con el propósito de evaluar las diferencias o similitudes de las medias de la valoración de los factores motivacionales del crédito realizados por el socio en función de los destinos del crédito, los resultados se exponen a continuación:

Tabla 23. ANOVA para valoración de factores analizado por destino del crédito.

ANOVA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
AGILIDAD	Inter-grupos	10,429	11	,948	1,199	,291
	Intra-grupos	140,734	178	,791		
	Total	151,163	189			
REQUISITOS	Inter-grupos	11,431	11	1,039	1,425	,165
	Intra-grupos	129,837	178	,729		
	Total	141,268	189			
TRATOATENCION	Inter-grupos	7,388	11	,672	,724	,715
	Intra-grupos	165,185	178	,928		
	Total	172,574	189			
CONFIANZA	Inter-grupos	9,703	11	,882	1,014	,436
	Intra-grupos	154,871	178	,870		
	Total	164,574	189			
TASA	Inter-grupos	2,125	11	,193	,494	,905
	Intra-grupos	69,643	178	,391		
	Total	71,768	189			
PLAZO	Inter-grupos	7,237	11	,658	,780	,660
	Intra-grupos	150,136	178	,843		
	Total	157,374	189			
CUOTAS	Inter-grupos	6,591	11	,599	,800	,640
	Intra	133,309	178	,749		
	Total	139,900	189			

MONTO	Inter-grupos	4,285	11	,390	,595	,832
	Intra-grupos	116,584	178	,655		
	Total	120,868	189			
GARANTIAS	Inter-grupos	5,110	11	,465	,680	,756
	Intra-grupos	121,632	178	,683		
	Total	126,742	189			

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

2.2.2.11. Pregunta 11.- número de crédito.

Los resultados de la encuesta aplicada se pueden clasificar en función del número de créditos otorgados al socio a lo largo de su permanencia en la cooperativa con el propósito de medir si esto influye en la valoración que realiza de los factores motivacionales del crédito, los resultados se describen a continuación:

Tabla 24: Valoración de factores según el número de crédito adquirido

# CREDITO	# Encuestados	VALORACION DE FACTORES								
		Agilidad	Requisitos	Trato y Atención	Confianza	Tasa	Plazo	Cuotas	Monto (F)	Garantías
1	93	409	380	368	362	438	394	403	369	368
2	29	130	125	120	119	135	125	126	121	117
3	36	163	153	141	144	167	153	150	151	144
4	12	53	48	46	49	54	50	49	47	44
5	9	41	36	35	36	41	35	39	33	36
6	1	5	5	3	3	5	4	4	4	4
7	3	13	14	12	10	14	13	13	12	12
8	1	5	5	3	4	5	5	5	3	3
9	1	5	5	5	5	4	5	5	4	3
10	1	4	5	3	3	5	5	4	5	4
11	1	5	5	3	5	5	5	4	4	4
12	2	10	7	9	8	10	8	10	7	9
15	1	5	5	3	3	5	5	5	5	5
Total G.	190	848	793	751	751	888	807	817	765	753

Fuente: Datos recolectados en base a las encuestas

Para este caso no se consideró necesario realizar el análisis de ANOVA, debido a que la variable desde la cual se realizaría este análisis que corresponde al número de créditos no es categórica, sino más bien es de carácter descriptiva o informativa, además de tener una dispersión muy amplia en función del número de socios encuestados.

CAPÍTULO 3

3. DISCUSIÓN

La percepción que tienen los socios sobre la calidad del producto del crédito en la cooperativa Jardín Azuayo, puede valorarse mediante la determinación de los factores motivacionales que lo inducen a adquirir un crédito en la institución, estos factores identificados tienen características de orden intrínseco al producto de crédito como también de orden extrínseco, debido a que cada sujeto o grupo de sujetos pueden percibir la valoración de estos factores de forma diferente. Por este motivo y luego de la metodología aplicada se realiza el siguiente análisis y discusión basado en los resultados alcanzados en la investigación:

- Al preguntarse a los socios sobre su percepción valorada de los factores que le motivan a adquirir crédito en la cooperativa, la mayor valoración la obtuvo la *tasa* de interés del crédito (888 puntos) siendo un factor de orden intrínseco al producto debido a que es parte de el, mientras que en segundo lugar tenemos a la *agilidad* (848 puntos) y en tercer lugar al factor que tiene que ver con el valor de las *cuotas de pago* de cada crédito (817 puntos). Como los factores menos valorados a la hora de adquirir un crédito tenemos: al *trato y atención, y la confianza,* ambos con 751 puntos, es decir que, los socios de la cooperativa valoran en mayor grado a los factores intrínsecos del producto de crédito que a los factores extrínsecos.

- Este análisis realizado en forma general, también puede segmentarse por zonas para una mejor comprensión, en donde en 4 de las 5 zonas en que se dividen los puntos de atención de la cooperativa, se valora a la *tasa* como el principal factor motivacional para adquirir un crédito, es decir el 80% de la zonas, y solamente en la zona de Cañar (20%) se valora a la *agilidad* en primer lugar (112 puntos) seguido muy de cerca por la *tasa* (109 puntos), es decir que, podemos afirmar que a nivel de zonas geográficas de la cooperativa la preferencia por la *tasa* también es mayoritaria en relación al resto de factores.

- Según el análisis de ANOVA realizado a la valoración por zonas, se encontró que los factores como: *Agilidad, Requisitos, Trato y Atención, y Cuotas,* obtuvieron un nivel de Significación menor a 0,05, con lo cual se rechaza la hipótesis nula en ellos, es decir que las medias de las valoraciones de estos factores entre las diferentes zonas de la cooperativa no son iguales, deduciéndose que existe diferencias de opiniones entre las zonas en relación a estos factores, lo cual nos hace pensar que es el motivo por el cual en la Zona Cañar se valoró más a la *agilidad* que al resto de factores, de tal forma que superó por un pequeño margen a la tasa que es el factor más valorado por el resto de zonas de la cooperativa.

A pesar de los resultados obtenidos en forma general y por zonas, es importante analizar de forma más detallada como se dio esta valoración en función de las diferentes preguntas que se realizó a los socios en las encuestas, lo cual permitió que se los pueda agrupar o clasificar en funciones de su tipología y de las características del crédito que estaban adquiriendo, este análisis tiene el propósito de encontrar si existe cierta preferencia por estos factores en función de estas clasificaciones realizadas, por lo que a continuación se exponen los resultados de estos análisis:

- Pregunta 1: género.- En los socios encuestados clasificados por género (masculino y femenino), sigue siendo la tasa el factor más valorado por los dos géneros (443 puntos para las mujeres y 445 para los hombres) seguido en ambos casos de la *agilidad,* es decir que el principal factor motivacional para el crédito no depende del género del socio adquiriente. Además del análisis ANOVA realizado se encontró que para ninguno de los factores existe un nivel de significación menor o igual a 0,05, por lo tanto se acepta la hipótesis de igualdad de medias, o sea que las medias de las valoración de factores realizados entre los diferentes grupos analizados que en este caso son hombres y mujeres encuestados, son iguales o similares, lo cual nos hace concluir que tanto hombres como mujeres valoraron en forma similar a los factores motivacionales del crédito.

- Pregunta 2: edad.- En la valoración realizada para los diferentes grupos de edades utilizados para la encuesta, se encontró que en 4 de los 5 grupos de edades (esto es el 80%) valoraron a la tasa como el factor más importante para la adquisición de un crédito, seguido de la agilidad. Entre el grupo de edad de 0 hasta 20 años prefirieron a las cuotas con 23 puntos, seguido por: tasa, la agilidad, el plazo y las garantías con 22 puntos, en el grupo de 20 a 30 años prefirieron a la tasa con 321 puntos, seguido de la agilidad como el segundo factor más importante, en el grupo de 30 a 40 años prefirieron a la tasa con 284 puntos seguido de la agilidad con 278 puntos, en el grupo de 40 a 50 años prefirieron a la tasa con 172 puntos seguido por la *agilidad* con 162 puntos, finalmente en el grupo de edad mayor a 50 años prefirieron a la *tasa, la agilidad y las cuotas* como los factores más importantes con 89 puntos, es decir que la importancia que se da a la tasa, no depende mayormente de la edad del socio adquiriente del crédito. Según el análisis de ANOVA realizado a la valoración de factores de acuerdo a los diferentes niveles de edades, se encontró que en ningún caso el nivel de significación fue menor o igual 0,05, por lo tanto se acepta la hipótesis de igualdad de medias, o sea que las medias de las valoración de factores realizados entre los diferentes grupos de edades son iguales o similares, es decir que los diferentes grupos de edades de los socios valoraron en forma similar a los factores.

- Pregunta 3: ingresos.- De acuerdo a la clasificación de los socios encuestados en función de los niveles de ingresos percibidos por ellos al momento de solicitar un crédito en la cooperativa, encontramos que existe la tendencia a valorar a la *tasa* como el factor principal para adquirir un crédito, debido a que el 75% de estos niveles, esto es 3 de los 4 grupos, mostró como resultado esta tendencia. Solamente en el nivel de ingresos que van de 4.000 a 10.000 dólares se encontró que el factor más valorado lo constituyó el *trato y atención,* y el factor *cuotas*, seguido de otros factores como: la *confianza, la tasa y el monto* solicitado. Con esos resultados podemos concluir que en la mayoría de grupos de socios clasificados por sus niveles de ingresos, la tendencia es a valorar a la *tasa* como el principal factor para adquirir un

crédito y esta preferencia es hasta cierto punto independiente del nivel de ingresos percibido por el socio. En los resultados del análisis de ANOVA, se observó que en el factor *requisitos* se obtuvo un nivel de significación de 0,01 esto es menor a 0,05 con lo cual para este factor se rechaza la hipótesis nula de igualación de medias, es decir que los diferentes grupos de ingresos no opinaron en forma similar en relación a los requisitos.

- Pregunta 4: educación.- Según la clasificación realizada en función de los diferentes niveles de educación de los socios encuestados, se encontró que en 3 de los 4 grupos de niveles de educación; esto es en el 75%, es la *tasa* el factor más valorado por los socios encuestados, mientras que en el grupo de socios con cuarto nivel de educación valoraron en mayor grado a la *confianza* con 34 puntos, seguido muy de cerca por los *requisitos con* 33 puntos y luego la *tasa, el plazo y las cuotas*. Esto es corroborado a su vez por el análisis de ANOVA practicado en este aspecto en donde se encontró que en el factor *confianza* se obtuvo un nivel de significación de 0,043 es decir menor a 0,05 con lo cual para este factor se rechaza la hipótesis nula de igualación de medias, es decir que en el factor confianza ha*y* diferencia de opinión entre los diferentes niveles de educación de los socios, por lo que se deduce que esta diferencia de opinión haya sido más marcada en el grupo de los de cuarto nivel de educación en relación con el resto de niveles, a tal punto que este factor llegó a ser más valorado en este grupo de socios.

- Pregunta 5: Miembros de su familia.- La información obtenida de esta pregunta se la considera de carácter informativo, y no categórico, mostrando que en la mayoría de los socios encuestados, esto es el 98%, mostró su preferencia por la tasa (186 socios de 190), solamente para los socios cuyos miembros de familia son 7, 9 y 13 valoraron otros factores tales como la confianza, la agilidad, los requisitos, antes que la tasa. Para esta pregunta cuyos resultados son de carácter informativo y no categórico, no se consideró necesario realizar un análisis de ANOVA, debido a que no hay intervalos, rangos, o variables categóricas que analizar.

– Pregunta 6: actividad económica.- Una clasificación importante realizada a los socios encuestados era agrupar los resultados según la actividad económica realizada por ellos al momento de adquirir un crédito en la cooperativa, encontrándose que a pesar de la diversidad de actividades económicas existentes, sigue siendo en todas ellas la *tasa* el factor más importante y motivacional para adquirir un crédito, seguido de la *agilidad* como el segundo más valorado, es decir que el principal factor motivacional para adquirir un crédito en la cooperativa que en este caso es la *tasa*, no depende de la actividad económica del socio solicitante. Adicionalmente según el análisis ANOVA realizado en donde dio como resultado que en ningún caso el nivel de significación fue menor o igual 0,05, aceptándose con ello la hipótesis de igualdad de medias, es decir que las medias de las valoración de factores realizados entre las diferentes actividades económicas son iguales o similares, se puede concluir que independiente de la actividad económica realizada por el socio, su valoración de los factores motivacionales del crédito es similar.

– Pregunta 7: domicilio.- Resultó importante analizar la valoración de los factores motivacionales del crédito en función del sector de residencia del socio (domicilio), clasificado en área urbana y rural, en función de esto, los resultados alcanzados nos indican que en ambos grupos es la *tasa* el factor principal y más valorado con 593 para el área urbana y 295 puntos para el área rural, seguido en ambos casos por la *agilidad* como el segundo factor más valorado con 571 y 277 puntos respectivamente, lo que nos lleva a concluir que la *tasa* es el principal factor motivacional valorado por los socios y esto no depende del sector de residencia del socio solicitante del crédito. Adicionalmente según el análisis de ANOVA realizado nos indica que el factor *monto* obtuvo un nivel de significación de 0,02 esto es menor a 0,05 con lo cual para este factor se rechaza la hipótesis nula de igualación de medias, es decir que la opinión para los socios encuestados de la zona rural y urbana es diferente en relación a este factor.

– Pregunta 8: tipo de crédito.- En lo que tiene que ver con los diferente tipos de crédito que ofrece la cooperativa a sus socios, la opinión tiene la misma tendencia que las realizadas anteriormente, ya que de los 4 tipos de crédito ofrecidos, en 3 de ellos, esto es el 75%, valoró más a la *tasa* como el principal factor motivacional para adquirir un crédito, seguido de la *agilidad* como segundo factor, solamente para los créditos de "desarrollo", se valoró más a otros factores como la *agilidad, la confianza, las cuotas,* en primero lugar y luego a la *tasa,* esto se explica en parte por el hecho de que estos tipos de crédito son otorgados a instituciones públicas o privadas sin fines de lucro en donde estos factores como son la *confianza y la agilidad* son muy importantes en sus objetivos. También podemos afirmar que existe una preferencia mayoritaria por la *tasa* como el principal factor motivacional para adquirir un crédito independientemente hasta cierto punto por el tipo de crédito que es otorgado al socio. Del resultado del análisis del ANOVA realizado, se observa que el factor *garantía* obtuvo un nivel de significación de 0,07 es decir menor a 0,05 con lo cual para este factor se rechaza la hipótesis nula de igualación de medias, o sea que la opinión de los socios según los diferentes tipos de crédito que adquieren, es diferente en relación a este factor.

– Pregunta 9: monto de crédito.- Según el monto de crédito solicitado, se encontró que en 5 de los 6 grupos clasificados en función de los rangos de montos solicitados, es decir en el 83,33% de estos grupos, se valoró a la *tasa* como el factor más importante para solicitar un crédito, excepto para aquellos socios que adquirieron créditos superiores a los 20.000 dólares, en donde prefirieron a la *agilidad* como principal factor con 65 puntos, seguido muy de cerca por la *tasa* con 63 puntos. Esto en cierta forma se explica por el hecho de que este tipo de crédito es de carácter comercial según su clasificación, en el cual la rapidez con el que se otorgue este crédito, es aun mucho más importante que la misma *tasa* del crédito, debido a que el giro de su negocio en cierta forma exige más rapidez para contar con la liquidez necesaria.

- Adicionalmente según el análisis de ANOVA realizado se encontró que el factor *garantía* obtuvo un nivel de significación de 0,048, es decir menor a 0,05 con lo cual para este factor se rechaza la hipótesis nula de igualación de medias, es decir que el factor *garantía* era el que más diferencia de opinión respecto a su valoración mostró en los diferentes rangos de monto de crédito solicitado, ya que sus medias aritméticas no eran necesariamente iguales para todos estos rangos, esto en cierta forma se explica por el hecho de que para los créditos mayores a 20.000 dólares las garantías necesariamente son hipotecarias, con lo cual su percepción de la garantía para los socios que adquieren créditos superiores a este valor, no es necesariamente igual a la del resto de socios que adquieren créditos por valores menores.

- Pregunta 10: destino del crédito.- En lo referente al destino del crédito solicitado, los socios encuestados manifestaron su valoración en su mayoría por la *tasa* como el principal factor motivacional para adquirir un crédito en la cooperativa, esto es debido a que de las 12 actividades clasificadas como destino del crédito, en 10 de ellas se valoró más a la *tasa*, esto significa el 83,33% del total de actividades, excepto en las actividades Técnicas y profesionales, en donde la *agilidad* ocupa el primero lugar con 30 puntos seguido de la tasa con 27 puntos, y en "otras" actividades no definidas en donde también se valoró a la *agilidad* como el principal factor con 80 puntos, seguido de la tasa con 79 puntos. También podemos concluir que la *tasa* es el factor más importante valorado por los socios y que este no depende en mayor grado por el destino al cual va dirigido el crédito. Adicionalmente según el análisis de ANOVA realizado, se encontró que en ningún caso el nivel de significación fue menor o igual 0,05, por lo tanto se acepta la hipótesis de igualdad de medias, con lo que se concluye que no hay mayor diferencia de opinión respecto a los factores motivacionales entre las diferentes actividades de destino del crédito.

- Pregunta 11: número de crédito.- Finalmente se analizó la valoración de los socios en función del número del crédito solicitado, esto es, cuantos créditos ha adquirido el socio anteriormente en la cooperativa, encontrándose que hasta el crédito número 4 que representa al 90% de los socios encuestados de un total de 190, valoran a la *tasa* como el factor principal para adquirir un crédito, luego de ello, desde el crédito número 5 comienzan a aparecer otros factores de igual importancia como lo son la *agilidad, los requisitos, el trato*, etc., esto se explica por el hecho de que el socio que es muy recurrente en solicitar crédito en la institución comienza a exigir mayor agilidad en el proceso de solicitud de crédito y a exigir un trato preferencial para él, además de que constantemente está solicitando que no se le considere los mismos requisitos que si se tratase de los primeros créditos.

De los resultados de esta investigación se podría afirmar que, el adoptar por parte de la cooperativa Jardín Azuayo o de las instituciones financieras, en especial de aquellas que pertenecen al sector cooperativo, una estrategia de calidad en sus productos de crédito en un mercado altamente competitivo, es lo más adecuado y recomendable, si lo que se pretende es mantener un constante incremento en sus niveles de colocación, tanto en monto como en números de operaciones de crédito, lo que a lo posterior le servirá para cumplir con sus objetivos institucionales. Para ello, fruto de este análisis, es pertinente que se tenga presente los siguientes aspectos:

- Es importante para toda institución financiera, estar alerta y preocuparse por la medición permanente de los factores motivacionales del crédito, sean estos de orden intrínsecos o extrínsecos, que el socio más valora, ya que en un mercado en donde las condiciones del sector financiero se vuelve variables, pueden darse cambios en las preferencias de los socios o en ciertos perfiles de socios, sobre los factores motivacionales del crédito.

- Debe tenerse presente que el precio en el producto de crédito (tasa de interés) es el factor motivacional más importante para la mayoría de socios, lo cual

implica para la administración una constante preocupación en mantener esta tasa en niveles adecuados y competitivos en el mercado, de lo contrario se correría el riesgo de una disminución en el volumen de colocación de créditos.

- Adicionalmente a la tasa, hay otros factores motivacionales para el socio que no deben descuidarse por parte de las instituciones financieras, como es el caso de la agilidad o rapidez en la concesión de los créditos, el valor de las cuotas, el plazo, y los requisitos, los cuales implican una mejora continua en las características del producto y sobre todo en sus procesos, eliminando los cuellos de botella o procedimientos que no agregan valor, todo ello con el propósito de optimizar el tiempo de respuesta de la institución a sus socios solicitantes de crédito.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIÓN

Son múltiples las conclusiones a las que se ha llegado durante la realización de este trabajo investigativo, las mismas que se exponen a continuación:

- El sector cooperativo se ha visto afectado en sus modalidades de crédito, debido a las últimas regulaciones normativas al respecto, esto a direccionado a este importante sector y en especial a la Cooperativa Jardín Azuayo a ser más competitiva en el mercado, adoptando una estrategia basada en la calidad en sus productos de crédito, por lo que se vuelve indispensable responder a la pregunta: ¿cuáles son los factores de la calidad de este producto que inciden mayoritariamente en la conducta de sus socios para adquirir un crédito?. Para ello se considera que el diseño metodológico seguido para alcanzar a responder a esta pregunta fue el adecuado y de fácil comprensión, ya que abarcaba una fundamentación teórica sobre la calidad en los servicios, y luego un proceso sistemático de investigación de campo y descriptivo que inició con la recolección de datos de muestras representativas, tanto del personal involucrado en el proceso de crédito, como de los socios adquirientes de los créditos en la institución, mediante técnicas de investigación como entrevistas a profundidad y encuestas, lo que permitió aplicar herramientas estadísticas para posteriormente analizar la información obtenida, que sirvió a los propósitos de la investigación.

- El desarrollo de este trabajo investigativo hizo posible conocer cuáles son los factores que el socio de la cooperativa jardín Azuayo más valora al momento de adquirir un crédito en la institución, alcanzando con ello los objetivos generales y específicos planteados inicialmente en el diseño de este trabajo, ya que el resultado de las entrevistas a profundidad con el personal de la cooperativa, y de las encuestas a los socios y su posterior análisis realizado,

permitió identificar estos factores que consisten en los siguientes mencionados en orden de importancia según la puntuación alcanzada: tasa de interés (888 puntos), agilidad (848 puntos), valor de las cuotas (817 puntos), plazo (807 puntos), requisitos (793 puntos), monto del crédito (765 puntos), garantías (753 puntos), y finalmente la confianza en la institución (751 puntos), y el trato y la atención (751 puntos).

- Los resultados de la investigación también permitieron responder afirmativamente a la hipótesis planteada en la problematización, la cual establecía que el factor más importante de la calidad del producto de crédito que el socio valora al momento de adquirir un crédito en la Cooperativa Jardín Azuayo, es aquel que tiene que ver con la tasa, esto es corroborado a lo largo de la investigación en la que se concluye que el factor más valorado por los socios en forma general es la tasa de interés. También debe mencionarse que la investigación no solo permitió conocer este criterio en forma general, sino que además se lo pudo respaldar a través del análisis desde diferentes aspectos, para lo cual se clasificó a los socios en grupos según las principales características y similitudes encontradas en ellos de orden geográficas, económica, y propias del producto de crédito, encontrándose que en la mayoría de estos grupos, se observó que es la tasa el factor motivacional más valorado, confirmándose también la hipótesis de que los socios muestran un alto grado de homogeneidad en la influencia ejercida sobre ellos de los factores identificados en la calidad del producto de crédito ofrecido por la Cooperativa Jardín Azuayo

- El análisis realizado de los diferentes grupos de socios nos indica que, para los socios clasificados según su zona geográfica, es la tasa el factor más valorado en 4 de las 5 zonas en que se dividen los puntos de atención de la cooperativa, es decir en el 80% de las zonas, excepto en la zona de Cañar en donde se valoró primero a la agilidad y luego a la tasa con un pequeño margen de diferencia. Según el análisis realizado a los socios encuestados por género, se encontró a la tasa como el factor más valorado tanto por

hombres como por mujeres, seguido en ambos casos de la agilidad. En los diferentes grupos de edades de los socios encuestados, también se encontró que en la mayoría de grupos de edades, esto es en 4 de los 5 grupos que representa el 80%, se valoró a la tasa como el factor principal seguido de la agilidad. En el análisis practicado a los grupos de socios clasificados según sus niveles de ingresos percibidos, se encontró la tendencia a valorar a la tasa como el factor principal, ya que en 3 de los 4 grupos mostró esta tendencia y solamente en el grupo cuyos niveles de ingresos van desde 4.000 a 10.000 dólares, se encontró que el factor más valorado fue el trato y atención y el valor de las cuotas del crédito.

- Además según la clasificación realizada a los socios encuestados en función de los niveles de educación, se encontró que en 3 de los 4 grupos, esto es en el 75%, es la tasa el factor más valorado, mientras que en el grupo de socios con cuarto nivel de educación valoraron en mayor grado a la confianza. En los socios encuestados y agrupados según la actividad económica realizada por ellos, también se encontró en todas ellas a la tasa como el factor más valorado, seguido de la agilidad. De acuerdo al sector de residencia (área urbana y rural) los resultados indicaron que en ambos casos se valora más a la tasa, seguido en ambos grupos de socios por la agilidad como el segundo factor más valorado. En lo referente al análisis realizado según los diferentes tipos de crédito que ofrece la cooperativa a sus socios, la tendencia es la misma, ya que en 4 de los 5 tipos de crédito ofrecidos, se valoró más a la tasa como el principal factor, seguido de la agilidad, solamente para los créditos clasificados como de "desarrollo", se valoró primero a la agilidad, la confianza, el valor de las cuotas y luego a la tasa, esto en parte se explica ya este tipo de créditos son otorgados a instituciones públicas o privadas sin fines de lucro, en donde estos factores son muy importantes para sus objetivos institucionales.

- También se encontró que según el monto de crédito solicitado, en la mayoría de los grupos de socios, esto es en 5 de 6 grupos clasificados en función de los diferentes rangos de monto solicitados, se valoró a la tasa como el principal factor, excepto para aquellos socios que adquirieron créditos superiores a los 20.000 dólares, en donde prefirieron a la agilidad como principal factor, esto se explica por el hecho de que este tipo de créditos son de carácter comercial en donde la rapidez es un aspecto en algunos casos más importante que la misma tasa. En lo que tiene que ver con el destino del crédito solicitado, en la mayoría de actividades a las cuales van dirigidos estos créditos, 10 de las 12 actividades, valoraron a la tasa como el principal factor motivacional para adquirir un crédito en la cooperativa, excepto en las actividades Técnicas y profesionales y las clasificadas como "Otras", en donde la tasa ocupó el segundo lugar.

- Finalmente en el análisis realizado a los socios encuestados de acuerdo al número de créditos solicitados por él, o sea, cuantos créditos ha adquirido anteriormente en la cooperativa, se encontró que hasta el crédito número 4 que representa al 90% de los socios encuestados de un total de 190, valoraron a la tasa como el factor principal, y desde este número de crédito en adelante, comienzan a valorar otros factores de igual importancia como la agilidad en sus nuevos créditos y a exigir un trato preferencial para él, además de una mayor consideración en los requisitos.

- Como conclusión final de este trabajo investigativo se puede resaltar el hecho de que el proceso diseñado y desarrollado para el logro de sus objetivos y sobre todo los resultados alcanzados, pueden servir a los intereses no solo de la cooperativa Jardín Azuayo sino también del resto de instituciones financieras en especial de las cooperativas, cuyas características y similitudes entre ellas y de sus socios se asemejan en gran manera, por lo que se puede en cierta forma, generalizar estos resultados, en donde se evidencia que si lo que se quiere es mantener y aumentar la calidad que perciben sus asociados en sus

productos de crédito, no se deben descuidar aspectos importantes en el servicio como lo son: la tasa de interés, la agilidad, entre otros, lo que les llevará a ser más eficientes en sus procesos mediante una mejora continua de ellos a fin de optimizar sus recursos y sus costos y de esa forma ser más competitivos en el mercado, ofreciendo mejores servicios financieros a sus socios que son el fin último de su razón de ser .

BIBLIOGRAFÍA

Allen, W. (2001). Estadística aplicada a los negocios y la economía. Bogotá: McGraw-Hill.

Calvo S. (2006). Factores determinantes de la calidad percibida. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Cantú, H. (2006). Desarrollo de una cultura de calidad. (3ra. Edición). México D.F.: McGraw Hill.

Cooperativa de Ahorro y Crédito "Jardín Azuayo". (2013). Metodología de Crédito. Cuenca.

Cooperativa de Ahorro y Crédito "Jardín Azuayo". (2013). Proceso de Crédito. Cuenca.

Cooperativa de Ahorro y Crédito "Jardín Azuayo". (2013). Reglamento de Ahorro y Crédito. Cuenca.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). Marketing: Versión para Latinoamérica. México: Pearson Educación, Decimoprimera edición.

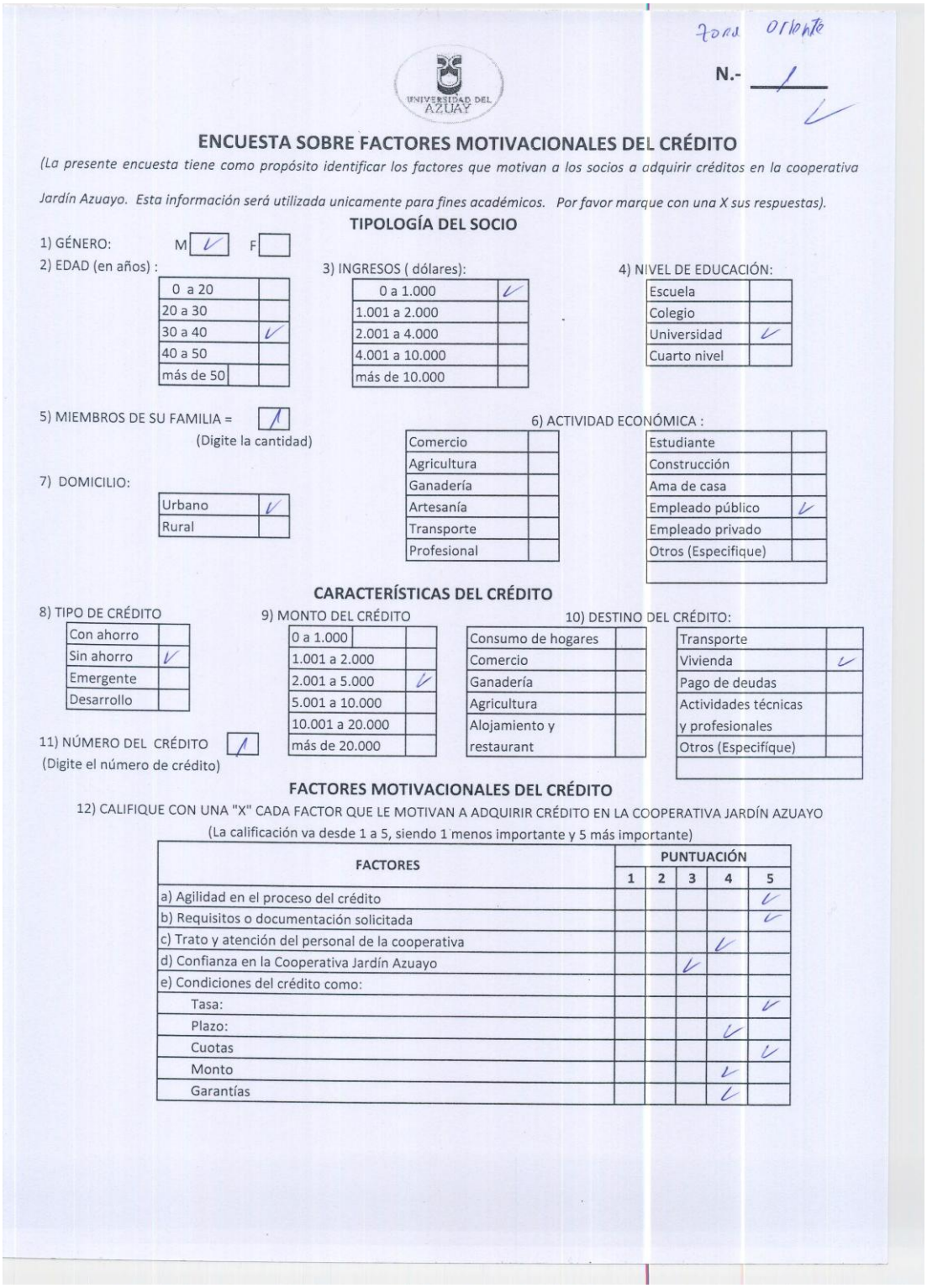
Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. México: Pearson Educación, Quinta edición.

Martín Rubio, I. & Castelló Muñoz, E. (2006). La mejora continua en las oficinas bancarias a través de los programas de formación empresarial: una aplicación a las oficinas del Banco Central Hispano. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Morillo, M. (2009). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. Economía, Vol. XXXIV. Venezuela: Universidad de Los Andes.

Sampieri, H., Roberto, C., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. (3ra. edición). México: McGraw-Hill. Interamericana

ANEXO 1: Muestra de encuestas a socios



Zona Oriente

N.- 1

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ENCUESTA SOBRE FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

(La presente encuesta tiene como propósito identificar los factores que motivan a los socios a adquirir créditos en la cooperativa Jardín Azuayo. Esta información será utilizada unicamente para fines académicos. Por favor marque con una X sus respuestas).

TIPOLOGÍA DEL SOCIO

1) GÉNERO: M [✓] F [ ]

2) EDAD (en años) :

0 a 20	
20 a 30	
30 a 40	✓
40 a 50	
más de 50	

3) INGRESOS (dólares):

0 a 1.000	✓
1.001 a 2.000	
2.001 a 4.000	
4.001 a 10.000	
más de 10.000	

4) NIVEL DE EDUCACIÓN:

Escuela	
Colegio	
Universidad	✓
Cuarto nivel	

5) MIEMBROS DE SU FAMILIA = [1]
(Digite la cantidad)

6) ACTIVIDAD ECONÓMICA :

Comercio	
Agricultura	
Ganadería	
Artesanía	
Transporte	
Profesional	

Estudiante	
Construcción	
Ama de casa	
Empleado público	✓
Empleado privado	
Otros (Especifique)	

7) DOMICILIO:

Urbano	✓
Rural	

CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO

8) TIPO DE CRÉDITO

Con ahorro	
Sin ahorro	✓
Emergente	
Desarrollo	

9) MONTO DEL CRÉDITO

0 a 1.000	
1.001 a 2.000	
2.001 a 5.000	✓
5.001 a 10.000	
10.001 a 20.000	
más de 20.000	

10) DESTINO DEL CRÉDITO:

Consumo de hogares	
Comercio	
Ganadería	
Agricultura	
Alojamiento y restaurant	

Transporte	
Vivienda	✓
Pago de deudas	
Actividades técnicas y profesionales	
Otros (Especifique)	

11) NÚMERO DEL CRÉDITO [1]
(Digite el número de crédito)

FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

12) CALIFIQUE CON UNA "X" CADA FACTOR QUE LE MOTIVAN A ADQUIRIR CRÉDITO EN LA COOPERATIVA JARDÍN AZUAYO
(La calificación va desde 1 a 5, siendo 1 menos importante y 5 más importante)

FACTORES	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
a) Agilidad en el proceso del crédito					✓
b) Requisitos o documentación solicitada					✓
c) Trato y atención del personal de la cooperativa				✓	
d) Confianza en la Cooperativa Jardín Azuayo			✓		
e) Condiciones del crédito como:					
Tasa:					✓
Plazo:				✓	
Cuotas					✓
Monto				✓	
Garantías				✓	

Jorge Pauta

N.- 1

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ENCUESTA SOBRE FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

(La presente encuesta tiene como propósito identificar los factores que motivan a los socios a adquirir créditos en la cooperativa Jardín Azuayo. Esta información será utilizada unicamente para fines académicos. Por favor marque con una X sus respuestas).

TIPOLOGÍA DEL SOCIO

1) GÉNERO: M [ ] F [X]

2) EDAD (en años) :

0 a 20	
20 a 30	
30 a 40	
40 a 50	X
más de 50	

3) INGRESOS (dólares):

0 a 1.000	X
1.001 a 2.000	
2.001 a 4.000	
4.001 a 10.000	
más de 10.000	

4) NIVEL DE EDUCACIÓN:

Escuela	
Colegio	X
Universidad	
Cuarto nivel	

5) MIEMBROS DE SU FAMILIA = [4]
(Digite la cantidad)

6) ACTIVIDAD ECONÓMICA :

Comercio	
Agricultura	
Ganadería	X
Artesanía	
Transporte	
Profesional	

Estudiante	
Construcción	
Ama de casa	
Empleado público	
Empleado privado	
Otros (Especifique)	

7) DOMICILIO:

Urbano	X
Rural	

CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO

8) TIPO DE CRÉDITO

Con ahorro	
Sin ahorro	X
Emergente	
Desarrollo	

9) MONTO DEL CRÉDITO

0 a 1.000	
1.001 a 2.000	
2.001 a 5.000	X
5.001 a 10.000	
10.001 a 20.000	
más de 20.000	

10) DESTINO DEL CRÉDITO:

Consumo de hogares	
Comercio	X
Ganadería	
Agricultura	
Alojamiento y restaurant	

Transporte	
Vivienda	
Pago de deudas	
Actividades técnicas y profesionales	
Otros (Especifíque)	

11) NÚMERO DEL CRÉDITO [1]
(Digite el número de crédito)

FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

12) CALIFIQUE CON UNA "X" CADA FACTOR QUE LE MOTIVAN A ADQUIRIR CRÉDITO EN LA COOPERATIVA JARDÍN AZUAYO
(La calificación va desde 1 a 5, siendo 1 menos importante y 5 más importante)

FACTORES	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
a) Agilidad en el proceso del crédito				X	
b) Requisitos o documentación solicitada				X	
c) Trato y atención del personal de la cooperativa			X		
d) Confianza en la Cooperativa Jardín Azuayo				X	
e) Condiciones del crédito como:					
Tasa:					X
Plazo:					X
Cuotas				X	
Monto				X	
Garantías				X	

Zona Cañar

N.- 1

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ENCUESTA SOBRE FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

(La presente encuesta tiene como propósito identificar los factores que motivan a los socios a adquirir créditos en la cooperativa Jardín Azuayo. Esta información será utilizada unicamente para fines académicos. Por favor marque con una X sus respuestas).

TIPOLOGÍA DEL SOCIO

1) GÉNERO: M [ ] F [✓]

2) EDAD (en años) :

0 a 20	
20 a 30	
30 a 40	✓
40 a 50	
más de 50	

3) INGRESOS (dólares):

0 a 1.000	✓
1.001 a 2.000	
2.001 a 4.000	
4.001 a 10.000	
más de 10.000	

4) NIVEL DE EDUCACIÓN:

Escuela	
Colegio	✓
Universidad	
Cuarto nivel	

5) MIEMBROS DE SU FAMILIA = [5]
(Digite la cantidad)

6) ACTIVIDAD ECONÓMICA :

Comercio	
Agricultura	✓
Ganadería	
Artesanía	
Transporte	
Profesional	

Estudiante	
Construcción	
Ama de casa	
Empleado público	
Empleado privado	
Otros (Especifique)	

7) DOMICILIO:

Urbano	
Rural	✓

CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO

8) TIPO DE CRÉDITO

Con ahorro	
Sin ahorro	✓
Emergente	
Desarrollo	

9) MONTO DEL CRÉDITO

0 a 1.000	
1.001 a 2.000	
2.001 a 5.000	✓
5.001 a 10.000	
10.001 a 20.000	
más de 20.000	

10) DESTINO DEL CRÉDITO:

Consumo de hogares	
Comercio	
Ganadería	
Agricultura	✓
Alojamiento y restaurant	

Transporte	
Vivienda	
Pago de deudas	
Actividades técnicas y profesionales	
Otros (Especifíque)	

11) NÚMERO DEL CRÉDITO [2]
(Digite el número de crédito)

FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

12) CALIFIQUE CON UNA "X" CADA FACTOR QUE LE MOTIVAN A ADQUIRIR CRÉDITO EN LA COOPERATIVA JARDÍN AZUAYO
(La calificación va desde 1 a 5, siendo 1 menos importante y 5 más importante)

FACTORES	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
a) Agilidad en el proceso del crédito			✓		
b) Requisitos o documentación solicitada			✓		
c) Trato y atención del personal de la cooperativa			✓		
d) Confianza en la Cooperativa Jardín Azuayo					✓
e) Condiciones del crédito como:					
Tasa:					✓
Plazo:					✓
Cuotas			✓		
Monto					✓
Garantías				✓	

Zona Cuenca

N.- 1

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ENCUESTA SOBRE FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

(La presente encuesta tiene como propósito identificar los factores que motivan a los socios a adquirir créditos en la cooperativa Jardín Azuayo. Esta información será utilizada unicamente para fines académicos. Por favor marque con una X sus respuestas).

TIPOLOGÍA DEL SOCIO

1) GÉNERO: M [✓] F [ ]

2) EDAD (en años) :

0 a 20	
20 a 30	
30 a 40	✓
40 a 50	
más de 50	

3) INGRESOS (dólares):

0 a 1.000	
1.001 a 2.000	✓
2.001 a 4.000	
4.001 a 10.000	
más de 10.000	

4) NIVEL DE EDUCACIÓN:

Escuela	
Colegio	✓
Universidad	
Cuarto nivel	

5) MIEMBROS DE SU FAMILIA = [5]
(Digite la cantidad)

6) ACTIVIDAD ECONÓMICA :

Comercio	
Agricultura	
Ganadería	
Artesanía	
Transporte	✓
Profesional	

Estudiante	
Construcción	
Ama de casa	
Empleado público	
Empleado privado	
Otros (Especifique)	

7) DOMICILIO:

Urbano	✓
Rural	

CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO

8) TIPO DE CRÉDITO

Con ahorro	
Sin ahorro	✓
Emergente	
Desarrollo	

9) MONTO DEL CRÉDITO

0 a 1.000	
1.001 a 2.000	
2.001 a 5.000	
5.001 a 10.000	✓
10.001 a 20.000	
más de 20.000	

10) DESTINO DEL CRÉDITO:

Consumo de hogares	
Comercio	
Ganadería	
Agricultura	
Alojamiento y restaurant	

Transporte	✓
Vivienda	
Pago de deudas	
Actividades técnicas y profesionales	
Otros (Especifíque)	

11) NÚMERO DEL CRÉDITO [2]
(Digite el número de crédito)

FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

12) CALIFIQUE CON UNA "X" CADA FACTOR QUE LE MOTIVAN A ADQUIRIR CRÉDITO EN LA COOPERATIVA JARDÍN AZUAYO
(La calificación va desde 1 a 5, siendo 1 menos importante y 5 más importante)

FACTORES	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
a) Agilidad en el proceso del crédito				✓	
b) Requisitos o documentación solicitada				✓	
c) Trato y atención del personal de la cooperativa		✓			
d) Confianza en la Cooperativa Jardín Azuayo		✓			
e) Condiciones del crédito como:					
Tasa:					✓
Plazo:					✓
Cuotas					✓
Monto					✓
Garantías					✓

Zona Jubones

N.- 1

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ENCUESTA SOBRE FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

(La presente encuesta tiene como propósito identificar los factores que motivan a los socios a adquirir créditos en la cooperativa Jardín Azuayo. Esta información será utilizada unicamente para fines académicos. Por favor marque con una X sus respuestas).

TIPOLOGÍA DEL SOCIO

1) GÉNERO: M [✓] F [ ]

2) EDAD (en años) :

0 a 20	
20 a 30	
30 a 40	
40 a 50	
más de 50	✓

3) INGRESOS (dólares):

0 a 1.000	
1.001 a 2.000	
2.001 a 4.000	✓
4.001 a 10.000	
más de 10.000	

4) NIVEL DE EDUCACIÓN:

Escuela	
Colegio	
Universidad	✓
Cuarto nivel	

5) MIEMBROS DE SU FAMILIA = [2]
(Digite la cantidad)

6) ACTIVIDAD ECONÓMICA :

Comercio	✓	Estudiante	
Agricultura		Construcción	
Ganadería		Ama de casa	
Artesanía		Empleado público	
Transporte		Empleado privado	
Profesional		Otros (Especifique)	

7) DOMICILIO:

Urbano	✓
Rural	

CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO

8) TIPO DE CRÉDITO

Con ahorro	
Sin ahorro	✓
Emergente	
Desarrollo	

9) MONTO DEL CRÉDITO

0 a 1.000	
1.001 a 2.000	
2.001 a 5.000	
5.001 a 10.000	
10.001 a 20.000	
más de 20.000	✓

10) DESTINO DEL CRÉDITO:

Consumo de hogares		Transporte	
Comercio		Vivienda	✓
Ganadería		Pago de deudas	
Agricultura		Actividades técnicas y profesionales	
Alojamiento y restaurant		Otros (Especifíque)	

11) NÚMERO DEL CRÉDITO [1]
(Digite el número de crédito)

FACTORES MOTIVACIONALES DEL CRÉDITO

12) CALIFIQUE CON UNA "X" CADA FACTOR QUE LE MOTIVAN A ADQUIRIR CRÉDITO EN LA COOPERATIVA JARDÍN AZUAYO
(La calificación va desde 1 a 5, siendo 1 menos importante y 5 más importante)

FACTORES	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
a) Agilidad en el proceso del crédito				✓	
b) Requisitos o documentación solicitada					✓
c) Trato y atención del personal de la cooperativa			✓		
d) Confianza en la Cooperativa Jardín Azuayo			✓		
e) Condiciones del crédito como:					
Tasa:					✓
Plazo:			✓		
Cuotas					✓
Monto					✓
Garantías					✓