	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>i(82)</b>	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	LAURA ANGELICA ANGARITA SOLANO ANGIE DOLORES BARRERA QUINTERO		
<b>FACULTAD</b>	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
<b>DIRECTOR</b>	BELÉN TORCOROMA QUINTERO BAYONA		
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PORTAL TRANSACCIONAL DE LA COOPERATIVA CREDISERVIR EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER		
<b>RESUMEN</b>			
<p style="text-align: center;">EL PRESENTE TRABAJO CONTIENE EL ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PORTAL TRANSACCIONAL DE LA COOPERATIVA CREDISERVIR EN LA CIUDAD DE OCAÑA, EN EL CUAL SE DETERMINA EL GRADO DE UTILIZACIÓN DEL PORTAL, SE ESTABLECEN LOS FACTORES QUE INCIDEN EN SU USO Y NO USO Y, SE PRESENTA UN PLAN DE MEJORAMIENTO CON EL FIN DE INCENTIVAR A LAS PERSONAS PARA QUE HAGAN MAYOR USO DEL PORTAL WEB DE LA COOPERATIVA.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>PÁGINAS: 82</b>	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES: 17</b>	<b>CD-ROM: 1</b>

**ANALISIS DEL IMPACTO DEL PORTAL TRANSACCIONAL DE LA COOPERATIVA  
CREDISERVIR EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

**AUTORAS:**

**LAURA ANGELICA ANGARITA SOLANO**

**ANGIE DOLORES BARRERA QUINTERO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para recibir el título de Administradoras de  
Empresas**

**DIRECTORA:**

**Mg. BELÉN TORCOROMA QUINTERO BAYONA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**Ocaña, Colombia**

**Noviembre de 2019**

## Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>xi</b>
<b>Capítulo 1. Análisis del impacto del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander .....</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo General. ....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación.....	3
1.5 Delimitaciones .....	5
1.5.1 Delimitación operativa. ....	5
1.5.2 Delimitación conceptual.....	5
1.5.3 Delimitación geográfica. ....	6
1.5.4 Delimitación temporal.....	6
<b>Capítulo 2. Marco referencial.....</b>	<b>7</b>
2.1 Marco histórico.....	7
2.1.1 A nivel internacional. ....	7
2.1.2 A nivel nacional.....	9
2.1.3 A nivel local. ....	10
2.2 Marco contextual .....	13
2.3 Marco conceptual .....	13
2.4 Marco legal.....	14
2.5 Marco teórico.....	17
2.5.1 Teoría de los sistemas cooperativos. ....	18
2.5.2 Teoría de la ventaja competitiva.....	18
2.5.3 La ventaja cooperativa.....	19

2.5.4 Teoría general de sistemas.....	19
2.5.5 Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM). .....	20
<b>Capítulo 3. Diseño metodológico .....</b>	<b>21</b>
3.1 Tipo de investigación .....	21
3.2 Población.....	21
3.3 Muestra.....	22
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	24
3.5 Análisis de la información.....	25
<b>Capítulo 4. Presentación de resultados .....</b>	<b>26</b>
4.1 Diagnóstico acerca de la utilización del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander .....	26
4.1.1. Diagnóstico.....	47
4.2 Factores que inciden en el uso o no uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander .....	49
4.2.1 Factores que inciden positivamente en el uso del portal transaccional. ....	54
4.2.2 Factores que inciden en el no uso del portal transaccional. ....	55
4.3 Plan de mejoramiento para aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.....	57
<b>Capítulo 5. Conclusiones .....</b>	<b>60</b>
<b>Capítulo 6. Recomendaciones .....</b>	<b>62</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>63</b>

## Lista de tablas

Tabla 1. Muestra estratificada.....	24
Tabla 2. Numero de hombres y mujeres encuestados .....	26
Tabla 3. Rango de edades de las personas encuestadas .....	28
Tabla 4. Estrato socioeconomico.....	29
Tabla 5. Tiempo de asociación a la Cooperativa.....	30
Tabla 6. Estado actual en la Cooperativa.....	31
Tabla 7. Línea de créditos que manejan.....	32
Tabla 8. Productos de ahorro que utiliza en la Cooperativa. ....	33
Tabla 9. Conocimiento de la existencia del portal.....	35
Tabla 10. Conocimiento que tiene la familia de la existencia del portal. ....	37
Tabla 11. A través de que medio conocio el portal transaccional de la Coopertiva. ....	38
Tabla 12. A través de que medio le gustaria tener conocimiento acerca del portal.....	39
Tabla 13. Personas que hacen uso del portal. ....	40
Tabla 14. Frecuencia con la que hacen uso de los servicios que presta el portal. ....	42
Tabla 15. Acciones que se consideran importantes para que haya mayor uso del portal. ....	45
Tabla 16. Beneficios que el brinda el uso del portal.....	49
Tabla 17. Dificultades que ha tenido al momento de acceder al portal. ....	50
Tabla 18. Razón por la cual no hace uso del portal. ....	52
Tabla 19. Factores que inciden en el uso del portal transaccional.....	54
Tabla 20. Factores que inciden en el no uso del portal transaccional. ....	55

Tabla 21. Plan de mejoramiento para aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa

Crediservir ..... 57

## Lista de figuras

Figura 1. Número de hombres y mujeres encuestados. ....	27
Figura 2. Rango de edades de los asociados de la Cooperativa Crediservir que fueron encuestados. ....	28
Figura 3. Estrato socioeconómico de las personas encuestadas. ....	29
Figura 4. Tiempo de asociado a la Cooperativa Crediservir. ....	30
Figura 5. Estado actual en la cooperativa. ....	31
Figura 6. Línea de crédito que manejan en la Cooperativa. ....	32
Figura 7. Productos de ahorro que manejan los asociados encuestados. ....	34
Figura 8. Conocimiento de la existencia del portal. ....	36
Figura 9. La familia del encuestado sabe o no de la existencia del portal web. ....	37
Figura 10. Medio por el cual las personas conocieron el portal. ....	38
Figura 11. Medio por el cual les gustaría tener información acerca del portal. ....	39
Figura 12. Cantidad de personas que hacen uso del portal. ....	41
Figura 13. Frecuencia con la que los encuestados hacen uso de los servicios que presta el portalweb de la cooperativa. ....	43
Figura 14. Acciones que se consideran importantes para promover el uso del portal. ....	46
Figura 15. Beneficios que brinda el uso del portal. ....	49
Figura 16. Dificultades que los asociados encuestados han tenido al acceder al portal transaccional. ....	51
Figura 17. Razones por las cuales los asociados de la cooperativa que fueron encuestados no hacen uso del portal. ....	52

## Lista de apéndices

Apéndice A. Modelo encuesta.....	64
----------------------------------	----



## **Introducción**

En el presente trabajo se presenta el análisis del impacto del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña, compuesto por seis capítulos en los cuales se expone la información necesaria para el desarrollo de la investigación, de igual manera el grado de utilización de esta plataforma, se establecen los factores por los cuales los asociados hacen uso o no del portal, y se presenta un plan de mejoramiento con el fin de aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa.

La metodología utilizada para la elaboración de este trabajo es cuantitativa, tipo descriptiva, esta, permite indagar y conocer la situación actual del uso del portal transaccional, por medio de una encuesta realizada a los asociados de la Cooperativa, de la cual se obtuvo la información necesaria para la ejecución de este trabajo, de igual manera para que la empresa tome decisiones con el fin de incentivar a las personas para que utilicen esta plataforma virtual.

# **Capítulo 1. Análisis del impacto del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander**

## **1.1 Planteamiento del problema**

En la actualidad el uso de las plataformas virtuales ha tenido un gran impacto a nivel mundial el cual ha beneficiado a las empresas para darse a conocer y facilitar procesos de gestión con las mismas, debido a ello se ha ido cambiando la forma convencional cómo se hacían procesos de transacción.

La tecnología se ha venido utilizando hace mucho tiempo en las compañías y se utiliza para muchas cosas: los correos electrónicos, los portales de Internet, compra y venta, transacciones. Lleva muchos años como una participante importante en el día a día de las organizaciones. (Portafolio, 2016)

Es decir, que la tecnología en la actualidad resulta ineludible para la gestión de los procesos organizativos y, por ende, para el crecimiento empresarial.

Hoy en día, las empresas se enfrentan a la realidad virtual, factor que las impulsa a ser más competitivas ya que deben estar en constante innovación, buscando que el mercado las prefiera por la facilidad que les brinda a los clientes para realizar sus diligencias. En Ocaña existen diferentes empresas de carácter financiero entre las cuales se destaca la Cooperativa Crediservir, que siendo una empresa de sector solidario se ha convertido en una de las más importantes de la región, la cual tiene 106.101 asociados que hacen parte de ella en todas sus oficinas, Ocaña

Centro y Santa Clara, Aguachica, San Alberto, Abrego y Convención (Crediservir, 2019). La cooperativa gracias a su trabajo y compromiso con las personas ha logrado ser la favorita de sus asociados gracias a los servicios que presta en pro de la comunidad.

Esta empresa no ha sido ajena a los cambios que se presentan en el mercado buscando brindar los mejores servicios a las personas que hacen parte de esta y es por ello que han creado su portal transaccional para brindarle a sus asociados la facilidad de hacer pagos vía internet sin tener que hacer largas filas o dirigirse a sus oficinas, pero a pesar de ser una herramienta útil existen asociados que no tienen conocimiento acerca de él, o no saben cómo es el funcionamiento de este, ya que en ocasiones se hace difícil el ingreso al mismo debido a que continuamente hay que realizar cambios de contraseña o desplazar con el cursor hacia la derecha la barra que sale en la pantalla para poder continuar, lo cual hace que las personas que no tienen suficiente conocimiento acerca del uso de las Tics pierdan el interés por utilizarlo.

Es por esto que se quiere investigar el impacto ha tenido el portal corporativo para las personas que hacen parte de la Cooperativa, también conocer cuáles son los beneficios y dificultades a la hora de utilizarlo.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Cuál es el impacto que ha tenido el portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en el municipio de Ocaña Norte de Santander?

## 1.3 Objetivos

**1.3.1 Objetivo General.** Analizar el impacto del portal corporativo de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Realizar un diagnóstico acerca de la utilización del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Establecer los factores que inciden en el uso o no uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Proponer un plan de mejoramiento para aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

## 1.4 Justificación

Para todos los asociados de la cooperativa de ahorro y crédito Crediservir, es de reconocer la gran labor que realiza esta empresa, gracias a que hace parte de la economía solidaria busca siempre la manera de servir a las comunidades, buscando su desarrollo socioeconómico, así como estar comprometida con el cuidado del medio ambiente.

Según información encontrada en la página oficial de la cooperativa Crediservir, es una persona jurídica de primer grado, de derecho privado, empresa asociativa sin ánimo de lucro, especializada en ahorro y crédito con número de asociados variable e ilimitado,

sujeta a las leyes que rigen la economía solidaria, denominada Cooperativa Especializada En Ahorro y Crédito Crediservir. (Crediservir, 2017)

“El domicilio principal de Crediservir es en el municipio de Ocaña Norte de Santander, Republica de Colombia. Cuenta con dos sucursales en la ciudad de Ocaña y otras ubicadas en municipios aledaños” (Crediservir, 2017).

Dicha empresa se ha caracterizado por ser una empresa reconocida a nivel nacional ya que gracias a su trabajo en pro de la humanidad se ha logrado expandir dejando una huella en cada persona que hace parte de ella.

La cooperativa Crediservir se ha destacado por brindar el mejor servicio financiero en la ciudad de Ocaña y la región, innovando día a día, es por esto que le han dado un valor agregado a la empresa creando el portal transaccional.

Plataforma virtual que permite realizar transacciones monetarias y no monetarias a través de internet desde el computador o celular, donde se pueden realizar transacciones como: compras por internet, pagos en línea de servicios públicos, telefonía móvil, tiquetes aéreos, entre otros, transferencias entre cuentas de Crediservir, transferencias a cuentas de cooperativas afiliadas a la Red Coopcentral, transferencias entre cuentas interbancarias, consulta de movimientos y consulta de saldos. (Crediservir, 2017)

El portal transaccional se ha convertido en una herramienta necesaria, ya que, facilita la forma de realizar movimientos monetarios, es por ello que se desea conocer la aceptación que

este ha tenido en el mercado, de igual manera saber qué cantidad de personas lo utilizan y que cantidad de personas no tienen conocimiento acerca de este.

El aporte de este estudio es de gran importancia para la cooperativa ya que se dará a conocer desde la parte externa el grado de satisfacción frente al portal transaccional y los factores que influyen en el uso o no del mismo. El conocimiento adquirido por medio de este proyecto será de gran importancia ya que se generarán nuevas ideas sobre el sector solidario de la mano de las plataformas virtuales.

## **1.5 Delimitaciones**

**1.5.1 Delimitación operativa.** La aplicación del instrumento no se realizó en las oficinas de Crediservir, se escogieron asociados de la Cooperativa al azar, los cuales tuvieron la disponibilidad para contestar la encuesta, es decir, se hizo una investigación externa, se tuvo apoyo por parte de directivos de Crediservir para el suministro de cierta información, de igual manera el apoyo por parte de la directora de trabajo de grado, logrando realizar una investigación de mayor importancia y alcance.

**1.5.2 Delimitación conceptual.** Con el fin de poder brindar una mejor comprensión del estudio, se tomaron en cuenta y describieron los siguientes términos: portal transaccional, cooperativa, transacción, mercado, estrategias, sector solidario, innovación.

**1.5.3 Delimitación geográfica.** El proyecto se llevó a cabo en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Crediservir, la cual labora desde hace treinta y cinco (35) años, en la ciudad de Ocaña cuenta con dos sucursales, una en el centro de la ciudad, con dirección: Carrera 12 N° 10-00 Centro y otra en el barrio Santa Clara, con dirección: Carrera 49 N° 5A-18. Crediservir actualmente cuenta con más de cien mil asociados. Sus horarios de atención son de lunes a sábado de 7:50 a.m. a 7:00 p.m. Domingos y festivos de 8:20 a.m. a 12:00 m. (Crediservir, 2019).

**1.5.4 Delimitación temporal.** El proyecto se realizó en un lapso de ocho (8) semanas, luego de la aprobación del anteproyecto por parte de los jurados.

## Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Marco histórico

**2.1.1 A nivel internacional.** De acuerdo a lo investigado se nos da a conocer el cooperativismo internacional como el principal creador de las cooperativas en el mundo ya que existieron personas que se unieron para el beneficio común al momento de comercializar sus productos, es por ello que según la (Alianza Cooperativa Internacional, 2018), hay muchos datos que confirman que las cooperativas empezaron a funcionar como pequeñas organizaciones comunitarias en Europa occidental, Norteamérica y Japón a mediados del siglo XIX. Pero los Pioneros de Rochdale son considerados generalmente los precursores de las sociedades cooperativas modernas y los fundadores del movimiento cooperativista en 1844, un grupo de 28 artesanos que trabajaban en las fábricas de algodón de la localidad de Rochdale, en el norte de Inglaterra, establecieron la primera empresa cooperativa moderna, la Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale.

Así mismo, los tejedores tenían unas condiciones de trabajo miserables y unos salarios bajos, por lo que no podían pagar los elevados precios de los alimentos y artículos domésticos. Ellos pensaban que unidos en sociedad, los costos de todos los alimentos que conseguían en el mercado iban a disminuir y que así su economía se iba a incrementar más ayudando al desarrollo de sus familias (Alianza Cooperativa Internacional, 2018).



**Historia del comercio electrónico E-Commerce.** Podemos decir que el comercio electrónico es una de la forma más rápida y segura de comercializar bienes y servicios a nivel mundial, destacando la creación de páginas web donde en los últimos años ha tenido un impacto positivo en el crecimiento de los mercados electrónicos. Es por esto que de acuerdo con el Centro Global de Mercado Electrónico, citado por (Salas, 2014), el comercio electrónico es “cualquier forma de transacción o intercambio de información con fines comerciales en la que las partes interactúan utilizando Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en lugar de hacerlo por intercambio o contacto físico directo”.

Así pues, hacia 1960 a través del EDI, Electronic Data Interchange, las organizaciones podían realizar cualquier intercambio de información comercial, al igual que, transacciones electrónicas a través de unos ordenadores que a pesar de no ser igual de avanzados a los de hoy día eran de gran utilidad, puesto que agilizaban los procesos (Salas, 2014).

Mientras tanto, para mediados de los años 90 a nivel empresarial, se lograron computadoras más sofisticadas e internet, lo cual permitió el crecimiento del comercio electrónico; en 1995 nacen portales como eBay y Amazon manteniéndose activos hasta el momento, en el mismo año los integrantes del G7/G8 ( Grupo de países con economías industrializadas) tuvieron la iniciativa de un mercado global para pymes, con el fin de aumentar el E-commerce entre las empresas de todo el mundo obteniendo su total aceptación y excelente funcionamiento (Salas, 2014).

**2.1.2 A nivel nacional.** Aunque Colombia se ha visto afectado por el conflicto en las últimas décadas, ha demostrado que es un país donde se pueden hacer grandes cambios como lo es crear y generar empleo a través de cooperativas y asociaciones que aportan al desarrollo socioeconómico de este. Extractando información escrita por los autores (Serrano, Jaramillo, & Monsalve, 2017), en el libro “Historia del Cooperativismo en Colombia” podemos afirmar que; el cooperativismo en Colombia surge hacia la década de los 50 que en sus inicios nos señala la difícil situación política, económica y social que afrontaba el país con su orden público; debido a ello se crea la unión cooperativa nacional UCONAL que tiene como único fin transformar y producir un cambio a la sociedad, mostrándose como un ente responsable y solidario, buscando generar mejor calidad de vida para sus asociados y comunidad en general, así mismo un gran desarrollo socioeconómico y medio ambiental en nuestro país.

Desde 1951 hasta 1953 el cooperativismo en Colombia se ha visto enfrentado a diferentes cambios, es así como se crean proyectos que no fueron exitosos para la integración nacional y regional de las cooperativas, todas las alianzas que se hicieron con diferentes cooperativas funcionaron por corto tiempo, luego, desaparecieron por causas desconocidas, con el pasar del tiempo el país logra volver a levantarse, así mismo las cooperativas, las cuales hoy día son catalogadas como las organizaciones que más han contribuido al desarrollo de Colombia.

Las cooperativas de crédito en el país han evolucionado notablemente a nivel nacional no solo por su estructura de organización sino también por su normatividad también por su forma de funcionamiento.

Las mejores oportunidades para las cooperativas de ahorro y crédito en Colombia se han dado gracias a los congresos que realiza la unión de cooperativas nacional UCONAL, dándolas a conocer, de igual manera posicionándolas como las cooperativas que han tenido mayor captación de la sociedad, permitiéndoles también la integración con más entes solidarios y demás cooperativas. Según palabras tomadas de uno de los congresos, se afirma que:

“Son las cooperativas de ahorro y crédito las que, dentro del sector solidario realizan actividades bancarias a nivel popular captando capital y ahorro, generando inversiones para financiar a empresas productivas” (Serrano, Jaramillo y Monsalve, 2017, p. 55).

Lo anterior, demuestra que el sector que mayor aceptación tiene en el país es el solidario ya que genera un desarrollo económico en beneficio de todos sus asociados en especial de los campesinos.

**2.1.3 A nivel local.** Siendo el municipio de Ocaña el principal comercializador de compra y venta de productos a los municipios del sur del cesar y los diferentes municipios del norte de Santander ubicados en la región del Catatumbo, se ve la necesidad de brindarle más beneficios a los campesinos mediante cooperativas y asociaciones para que estos sigan siendo el pilar fundamental al momento de surtir al municipio de Ocaña con todos sus productos. Tomando como referencia el libro “Crediservir ante la crisis” podemos destacar la labor de los señores Manuel Lobo y Carlos Daniel Roca que en 1896 fueron ellos los promotores de la iniciativa para la creación de una caja de ahorros en el municipio de Ocaña, publicando en la empresa de aquel entonces su estructura y estatutos. En el escrito el autor (Garcia, 2017), resalta lo que en aquel

tiempo era novedoso y es: la importancia del ahorro, los préstamos para los asociados y las bondades que aquello prometía.

Es así como van creando confianza en las personas, provocando el surgimiento de las cooperativas en la ciudad, dando paso en 1900 a diferentes cooperativas tales como: el distrito de obras públicas de Ocaña, luego la caja social de ahorros y la central cooperativas de servicios Sencoser. En 1960 se crea “Cootranshacaritama” cooperativa de transportadores Hacaritama Ltda. Después se creó “Cootransunidos” cooperativa de transportadores unidos Ltda. Seguido de “Cootransurbanos” y “Uctesa”, siendo estas las más antiguas.

Para el 2014 un trabajo de grado presentado por la Universidad Francisco de Paula Santander – Ocaña arrojaba la cifra de 65 entidades cooperativas establecidas 11 asociaciones pre cooperativas y 98 empresas asociativas de trabajo que contribuyen al desarrollo económico de la región (Garcia, 2017).

**Historia de Crediservir.** Una de las necesidades de la comunidad local y regional para generar desarrollo era la de poder acceder a créditos blandos para hacer crecer sus pequeñas y medianas empresas que surgían en esa época especialmente para todos los campesinos del sector rural que querían sacar sus cosechas adelante y veían imposible buscar dinero prestado por el alto interés que manejaba la casa de cambio en ese tiempo y su producción agrícola no le alcanzaría a cubrir todo el gasto, creando la necesidad de organizar una central de servicios campesinos que solucionara las necesidades de mercadeo, ahorro, crédito y consumo del sector rural de la región, por lo cual, en 1972 cuando fue nombrado como obispo de la diócesis de

Ocaña monseñor *Ignacio Gómez Aristizabal* promueve la iniciativa de crear dicha cooperativa.; el 29 de abril de 1984 nació como Cooperativa Integral de Servicios Campesinos Limitada “COOPSERVIR” con 45 asociados y un capital de \$79.010 pesos, con dos empleados, un gerente y su secretaria, la cual fue aceptada por la Superintendencia de la Economía Solidaria, al ver su crecimiento económico y el beneficio que le estaba generando a la región la asamblea de “Coopservir” decide especializarse en ahorro y crédito con un resultado muy favorable. (Garcia, 2017)

En el año 2004 “Coopservir” cambia su nombre a “Crediservir” ya que tenía problemas de homonimia con la Cooperativa Multiactiva de Servicios Solidarios “Copservir” quien hacia parte de “Drogas la Rebaja” (Crediservir, 2017).

Crediservir gracias a su gran reconocimiento por ser una cooperativa comprometida con sus asociados, comunidad y medio ambiente, ha conseguido expandirse en diferentes partes del país, hoy en día cuenta con dos oficinas en Ocaña, una ubicada en el centro de la ciudad y otra en la Ciudadela Norte, el resto están repartidas en Abrego, Aguachica, Convención y San Alberto, hasta el momento se encuentra aliada con cooperativas que nacieron en González Cesar, Guamalito, La playa y Teorama. Crediservir hoy en día es ejemplo de desarrollo solidario a nivel nacional (Garcia, 2017).

## 2.2 Marco contextual

El presente estudio se llevará a cabo en Ocaña, un municipio ubicado en el departamento de Norte de Santander que hace parte de nuestra amada subregión del Catatumbo, fundada el 14 de diciembre de 1570 por el Capitán Francisco Fernández de Contreras. Es la capital de la provincia de Ocaña y su economía está basada en la gastronomía, la agricultura y el turismo. Se sitúa en la zona nordeste del país y está conectado por carreteras nacionales con Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta. Un municipio con una amplia cobertura de comercio, gracias a que su población se caracteriza por ser amable y trabajadora, la cual cada día ha ido buscando nuevas formas de crecer financieramente dándole paso a empresas que contribuyen al desarrollo de la región, de las cuales podemos tomar como referencia a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Crediservir, ya que gracias a la iniciativa de Monseñor *Ignacio Gómez Aristizabal* de la mano de unos campesinos en el año 1984 crean lo que hoy en día es la cooperativa, la cual se ha sujeto a las necesidades de Ocaña y la región, dándole oportunidades de surgir a muchas personas, es por ello que Crediservir se convierte en nuestro objeto de estudio al ser una empresa tan importante para nuestra comunidad, donde tendremos un acercamiento a las oficinas de la empresa ubicadas en la ciudad de Ocaña, en los sectores del Centro y Santa Clara, para llevar a cabo los objetivos propuestos en esta investigación (Crediservir, 2017).

## 2.3 Marco conceptual

El sector solidario actualmente ha creado una gran aceptación en el mercado a nivel internacional gracias a su compromiso con el desarrollo de los países. Las empresas que hacen

parte de este sector son conocidas como cooperativas, las cuales en su accionar se caracterizan por ser asociativas sin ánimo de lucro, donde los asociados y trabajadores son los aportantes y gestores de la empresa; son creadas con el objeto de servir a la comunidad ayudándola social y medioambientalmente, dentro de las estrategias que ellas utilizan podemos nombrar en primera instancia, su gran capacidad para innovar, mejorando y facilitando la forma de interactuar con ellas, es por esto que la mayoría permite la ejecución de diferentes actividades, en especial la realización de transacciones y lo mejor de todo es que se pueden realizar vía internet, por medio de portales transaccionales, sin tener que salir de casa. Podemos resaltar que las cooperativas le han facilitado la vida a muchas personas permitiéndoles mejorar su fuente de ingresos gracias a todas las bondades que estas permiten (Duque, 2013).

Las organizaciones de economía solidaria pueden definirse como la unión de forma libre y voluntaria conscientes de que se unen con el mismo fin, para producir, prestar servicios y por ende contribuir al mejoramiento de calidad de vida sus miembros.

Los resultados obtenidos de ellas están representados en excedentes y son destinados al beneficio social, al crecimiento de sus reservas y fondos, también, a reponer parte de los excedentes a sus asociados realizando obras sociales donde la comunidad en general este integrada o no reciba estos beneficios en pro del desarrollo de las mismas.

## **2.4 Marco legal**

**La Ley 79 de 1998**, se reconoce la condición de organismos financieros a las cooperativas de ahorro y crédito, así como a los organismos de integración que

desarrollan tal actividad. Se destaca en esta Ley, que por primera vez, se permitió la organización de instituciones financieras, en sus diversas modalidades. (Congreso de la república, 1988)

**Ley 454 de agosto 4 de 1998**, por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones. (Congreso de Colombia, 1998)

**Ley 1233 de julio 22 de 2008**, por la cual se precisan los elementos estructurales de las contribuciones a la seguridad social, se crean las contribuciones especiales a cargo de las Cooperativas y Precooperativas de Trabajo Asociado con destino al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF, y a las Cajas de Compensación Familiar; se fortalece el control concurrente y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la república, 2008)

**Ley 1391 de junio 18 de 2010**, por la cual se modifica el decreto ley 1481 de 1989 y se dictan otras disposiciones.

**Decreto 4588 de diciembre 27 de 2006**. “Por el cual se reglamenta la organización y funcionamiento de las Cooperativas y Precooperativas de Trabajo Asociado.” (Presidencia de la república, 2006).



**Decreto 3553 de septiembre 16 de 2008.** “Por el cual se reglamenta la Ley 1233 de 2008.” (Presidencia de la república, 2008).

**Decreto 1333 de junio 21 de 1989,** “por el cual se establece el régimen de constitución, reconocimiento y funcionamiento de las precooperativas.” (Presidencia de la república, 1989).

Por el cual se adiciona un Capítulo al Título 2 de la Parte 2 del Libro 2, se crea la Ventanilla Única Empresarial -VUE: y se adiciona un párrafo al Artículo 2.2.2.38.6.4 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.

**Ley 1753 Artículo 45** “Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”, establece que bajo la plena observancia del derecho fundamental de hábeas data, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), en coordinación con las entidades responsables de cada uno de los trámites y servicios, definirá y expedirá los estándares, modelos, lineamientos y normas técnicas para la incorporación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), que contribuyan a la mejora de los trámites y servicios que el Estado ofrece al ciudadano, los cuales deberán ser adoptados por las entidades estatales y aplicarán, entre otros, para los siguientes casos: autenticación electrónica, integración de los sistemas de información de trámites y servicios de las entidades estatales con el Portal del Estado Colombiano, implementación de la estrategia de Gobierno en Línea, y marco de referencia de arquitectura empresarial para la gestión de las tecnologías de información en el Estado (Congreso de la república, 2015).

**Decreto 1078 de 2015** “por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” consagra la estrategia Gobierno en Línea (gobierno electrónico) desarrollada por el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones cuyo objetivo consiste en construir un Estado más eficiente, más transparente y más participativo a través del uso de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), establece que las entidades estatales deberán incluir la estrategia de Gobierno en Línea de forma transversal en sus planes estratégicos sectoriales e institucionales, donde son de especial relevancia la gestión documental electrónica y el uso de herramientas para optimizar los trámites adelantados por medios electrónicos. (MINTIC, 2015)

**Decreto 1481 de julio 7 de 1989.** “Por el cual se determinan la naturaleza, características, constitución, régimen interno, de responsabilidad y sanciones y se dictan medidas para el fomento de los Fondos de Empleados.” (Presidencia de la república, 1989).

## **2.5 Marco teórico**

“Las organizaciones del sector solidario han entendido que los avances y los procesos de tecnología y de innovación siempre actuarán en función de los contextos y las condiciones administrativas de una organización” (Pacheco, Quintero, Guerrero y Moreno, 2018, p. 63)

Así mismo, señalan que las gerencias evalúan estructuras internas reconociendo que hay acciones dentro de estas que pueden traer grandes cambios sin alterar las piezas que la

componen, tales como el capital humano o recursos tangibles, con el fin de evitar caos en la ejecución de sus actividades (Pacheco, Quintero, Guerrero y Moreno, 2018).

Es por ello que el presente trabajo se encuentra sustentado bajo las siguientes teorías:

**2.5.1 Teoría de los sistemas cooperativos.** Barnard (1938), citado en un escrito realizado por (Rivas, 2009) en su célebre *The Functions of Executive*, manifiesta en su teoría organizacional que las organizaciones son sistemas operativos, no productos mecánicos diseñados por ingenieros de la eficiencia. Para alcanzar los objetivos las personas deben trabajar en conjunto, no solas, ya que mediante la cooperación las organizaciones pueden surgir más rápido. Cuando las empresas son familiares la cooperación está asegurada, ya que ese núcleo de personas busca un mismo fin en beneficio de todos los que hacen parte de ella, pero a medida que crecen van surgiendo inconvenientes y para evitar el conflicto hay que dar incentivos, y la tarea del ejecutivo, por tanto, es promover la participación. En resumen, Barnard considera que: “la mejor forma de organización es la que asegura la cooperación de los miembros que la conforman, mediante un trato justo y beneficios recíprocos” (p.15).

**2.5.2 Teoría de la ventaja competitiva.** A partir de esta teoría, lo que busca Michael Porter es que las organizaciones independientemente del sector al que pertenezcan y su razón social, estén de manera constante, buscando y diseñando estrategias competitivas, las cuales les permitan actuar de forma rápida ante cualquier cambio intempestivo que se pueda generar en su entorno, y donde a su vez estas creen un valor diferencial para los clientes, donde además de

realizar cambios en los precios y los productos, estos se sientan más cómodos y seguros a la hora de requerir sus servicios (Riquelme, 2017).

**2.5.3 La ventaja cooperativa.** Al igual que en la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter, (Davila, 2004), intenta explicar a través de la ventaja cooperativa, que todo en una organización se haya vinculado con la mutualidad, la autonomía y la confianza, aspectos que de alguna u otra forma pueden ser influenciados por la organización, de allí que, todas y cada una de las estrategias que se desarrollen deben estar enfatizadas en la formulación, evaluación, seguimiento y control de planes, proyectos y programas, teniendo como fin mejorar la calidad de vida de sus asociados y la comunidad donde estas ejercen influencia; por ello este autor considera que: “Un rasgo común para identificar a las cooperativas es considerarlas como una organización” (p. 30).

Por tanto, al definir las cooperativas, se puede decir que es una asociación de personas que tiene un doble fin: económico y social, entendiendo que la parte económica es el medio, pero no el fin, ya que su objetivo principal está enmarcado en el desarrollo de la sociedad. Bajo este concepto se puede describir a las cooperativas como un camino, donde se desarrollan habilidades y capacidades sociales (Davila, 2004).

**2.5.4 Teoría general de sistemas.** Lo que pretende dicha teoría es que las organizaciones analicen a profundidad todos aquellos problemas que puedan presentar, en la forma cómo realizan los diferentes procesos, pero sin dejar de lado el marco global del mismo y donde además de evaluar las variables que intervienen directa e indirectamente en él, se estudie de igual

forma la relación entre los mismos; es por esta razón, que la teoría es considerada por Tamayo (1999) como:

Una serie de definiciones, de suposiciones y de proposiciones relacionadas entre sí por medio de las cuales se aprecian todos los fenómenos y los objetos reales como una jerarquía integral de grupos formados por materia y energía; estos grupos son los sistemas. (p. 84),

Por consiguiente, la teoría general de sistemas podría ser considerada como ese medio a través del cual las organizaciones tiene la posibilidad de que todos y cada uno de los procesos y actividades que se adelanten al interior de la misma sean similares, reduciendo así las complicaciones.

**2.5.5 Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM).** Este modelo, que tiene sus principios arraigados a la teoría de Acción Razonada de Fishbein y Ajzen, hace alusión al contexto que tiene el uso y aceptación de las nuevas tecnologías, partiendo de la importancia que demandan las mismas; brinda una explicación de las acciones y los componentes en la que se ve inmersa la tecnología precisamente para su admisión, basándose en la practicidad y facilidad de su uso y la utilidad percibida por los usuarios para predecir la utilización de estas (Yong, Rivas y Chaparro, 2010).

## **Capítulo 3. Diseño metodológico**

### **3.1 Tipo de investigación**

Se realizará una investigación de tipo descriptiva la cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento (Van Dalen y Meyer, 2006).

### **3.2 Población**

La población objeto de estudio está conformada por todos los asociados que hacen parte de la Cooperativa Crediservir, la cual cuenta con dos sucursales; la oficina principal ubicada en el Centro con 52.500 asociados y la sucursal de Santa Clara con 11.073, para un total de 63.573 asociados (Crediservir, 2017).

### 3.3 Muestra

Para hallar la muestra del presente proyecto se aplicó la fórmula de población finita a la totalidad de la población, es decir, a los 63.573 asociados que hacen parte de la Cooperativa Crediservir.

Fórmula población finita:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

n = Muestra.

N = Población (63.573 asociados).

Z = Nivel de confianza (95% = 1.96).

P = Proporción de aceptación o éxito (50% = 0,5).

q = Proporción de rechazo o fracaso (50% = 0,5).

E = Error de estimación (5% = 0,05).

$$n = \frac{1,96^2 * 63.573 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (63.573 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = 382$$

Ahora, para determinar la cantidad de encuestas a realizar en cada sucursal se aplicó un muestreo probabilístico estratificado. Para ello, es necesario obtener la fracción constante, a través de la siguiente fórmula:

$$ksh = \frac{nh}{Nh}$$

Donde:

$ksh$  = Fracción constante.

$nh$  = Muestra (382).

$Nh$  = Población (63.573).

$$ksh = \frac{382}{63.573}$$

$$ksh = 0,006$$

Entonces, para adquirir el tamaño de la muestra se debe multiplicar la subpoblación, es decir, el equivalente al número de asociados de cada sucursal por la fracción constante, determinando así la cantidad de encuestas a aplicar en cada sucursal.  $Nh * fh = nh$



**Tabla 1**  
*Muestra estratificada*

Sucursales de la Cooperativa Crediservir	Número de asociados	Muestra
Oficina Centro	52.500	315
Oficina Santa Clara	11.073	67
	N= 63.573	n= 382

*Nh* = Número de asociados (subpoblación).  
*fh* = Fracción constante.  
*nh* = Muestra (encuestas a aplicar).

**Nota:** La tabla presenta información respecto a la estratificación que se desarrolló para determinar la cantidad de encuestas a realizar en cada sucursal de la cooperativa. Fuente: Elaboración propia, a partir de información emitida por Kalton y Heeringa (2003); Kish (1995) y; Kalsbeek, citados en (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

La técnica que se empleó para la recolección de la información necesaria para la veracidad del trabajo fue la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario, conformado por una serie de preguntas que buscan dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados. La información se recolectó directamente por los estudiantes responsables del proyecto, obteniendo de ella las opiniones de los encuestados, lo que permitió un desarrollo más efectivo de los objetivos del presente estudio.

### **3.5 Análisis de la información**

Los datos obtenidos por medio de la encuesta fueron presentados de manera cuantitativa mediante tablas y gráficas, seguidamente se realizó un análisis cualitativo de cada una de ellas a fin de analizar el impacto del portal corporativo de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

## Capítulo 4. Presentación de resultados

### 4.1 Diagnóstico acerca de la utilización del portal transaccional de la Cooperativa

#### Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

A continuación, se presenta información obtenida a través de las encuestas realizadas a los asociados de la Cooperativa Crediservir, para conocer la medida en que se hace uso del portal transaccional.

**Tabla 2**

*Número de hombres y mujeres encuestados.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	208	54%
Masculino	174	46%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla presenta datos obtenidos acerca del número de hombres y mujeres a quienes se les aplicó la encuesta.

Fuente: Autoras del proyecto.

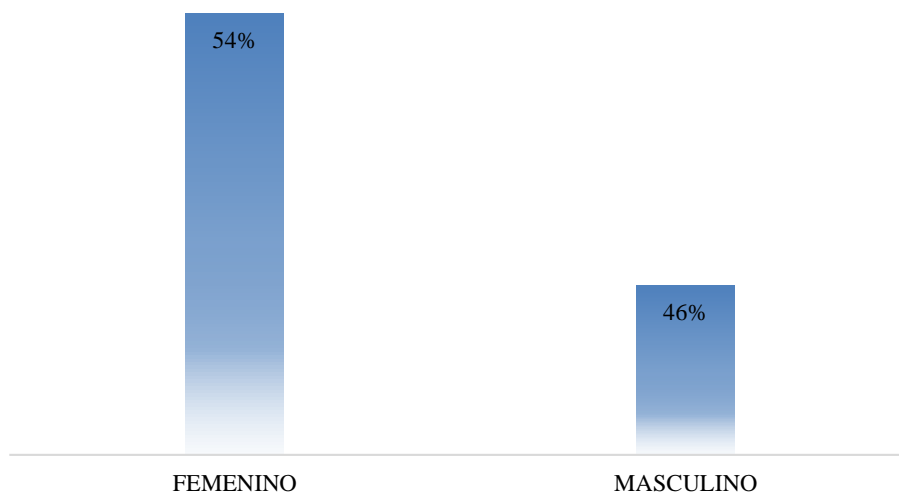


Figura 1. Número de hombres y mujeres encuestados.

La disparidad porcentual entre el género femenino y masculino no es mayormente significativa, podemos observar que la diferencia entre ambos es de 8%, siendo 54% para el género femenino y 46% para el género masculino. Resultados proporcionales al informe del censo nacional del año 2018 realizado por el DANE, donde muestra que hay mayor población de mujeres con un total del 51.2%, mientras que población de hombres con 48.8% (DANE, 2018). De igual manera concuerda con el número de asociados de la Cooperativa de los cuales el 53% corresponde al género femenino y el 47% al género masculino, según información dada por la Cooperativa. De esta manera podemos comprobar que el empoderamiento femenino sigue mejorando, que gracias a las mujeres se mejora la economía del hogar y de igual manera son quienes se encuentran más a cargo de las cuentas de sus hijos en la cooperativa, lo cual se pudo observar durante la aplicación de la encuesta.

**Tabla 3**  
*Rango de edades de las personas encuestadas*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 18 años	30	8%
Entre 18 y 40 años	245	64%
Entre 40 y 60 años	86	23%
Más de 60 años	21	5%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** En la tabla se muestra el rango de edades de los asociados de la Cooperativa Crediservir que fueron encuestados. Fuente: Autoras del proyecto.

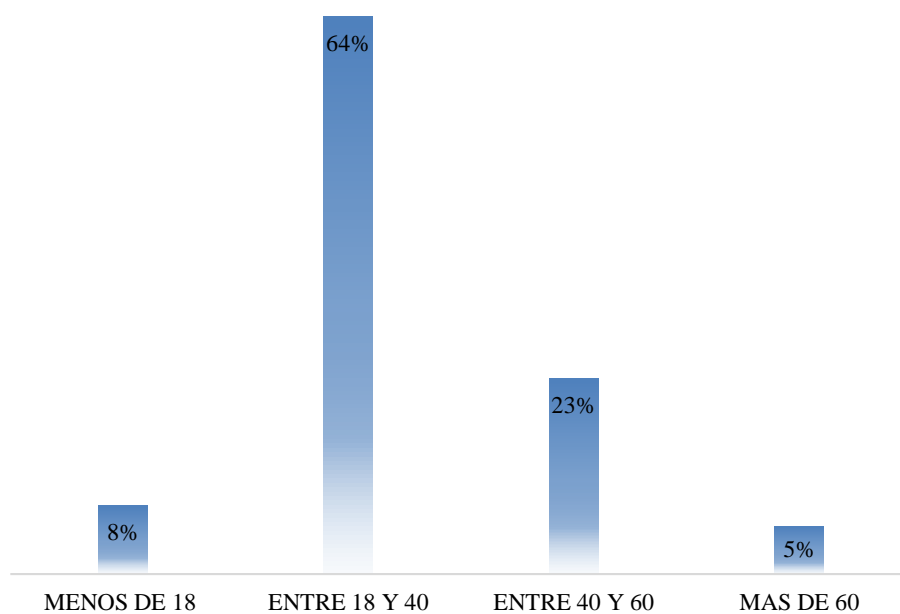


Figura 2. Rango de edades de los asociados de la Cooperativa Crediservir que fueron encuestados.

El rango de edad entre los 18 y 40 años representa la mayor parte de la población encuestada con 64%, seguido de edades entre 40 y 60 años con 23%, menos de 18 años con 8%, y por último las personas mayores de 60 años que constituyen el 5% restante. Los resultados

obtenidos se presentan acorde al último informe del DANE, donde se muestra que la mayor parte de la población Colombiana se encuentra en un rango de edad entre los 15 y los 65 años, seguido de edades entre 0 y 14 años y las edades menos representadas se encuentran desde los 65 años en adelante (DANE, 2018). De igual manera es importante tener en cuenta que las personas entre los 18 y 40 años son las más conocedoras de los beneficios que brindan los bancos, así mismo del manejo de aplicaciones como portales web para mejorar la forma de realizar transacciones.

**Tabla 4**  
*Estrato socioeconómico.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	188	49%
2	118	31%
3	60	16%
4	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** En la tabla se encuentra el estrato socioeconómico de las personas encuestadas. Fuente: Autoras del proyecto.

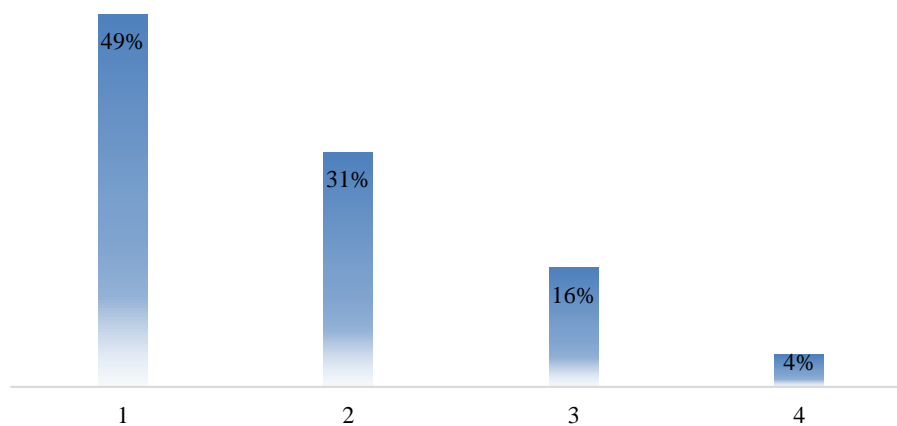


Figura 3. Estrato socioeconómico de las personas encuestadas.

La mayor parte de las personas encuestadas es residente en los estratos más bajos de la ciudad, el estrato 1 representado con 49% y el estrato 2 con 31%, el porcentaje restante es para las personas ubicadas en estratos más altos con 16% para el estrato 3 y 4% para el estrato 4, debido a que en Ocaña la mayor parte de habitantes se alberga en localidades de estratos 1 y 2 el restante se encuentra en estratos 3 y 4, según información tomada del plan de desarrollo de Ocaña 2016-2019 (Plan de desarrollo es la hora de Ocaña, 2016, p.64)

**Tabla 5**  
*Tiempo de asociación a la Cooperativa*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1 año	14	4%
1 a 4 años	73	19%
4 a 7 años	121	32%
Más de 7 años	174	46%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla muestra el rango de tiempo de asociación de las personas. Fuente: Autoras del proyecto.

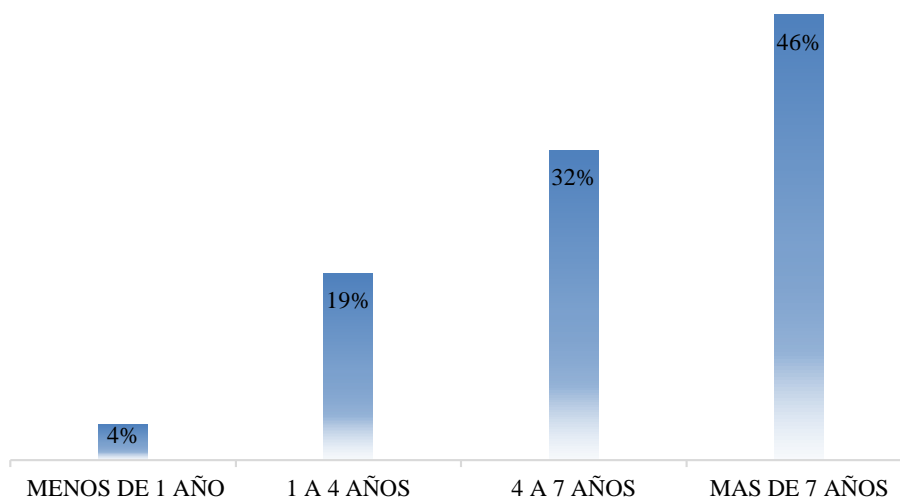


Figura 4. Tiempo de asociado a la Cooperativa Crediservir.

Crediservir gracias a su trabajo ha logrado fidelización por parte de sus asociados los cuales, en su mayoría tienen más de 7 años haciendo parte de esta empresa de economía solidaria, representados con un 46% de la población encuestada, 32% que hace parte de los asociados en un rango de antigüedad de 4 a 7 años, y la menor parte se encuentra en rangos de 1 a 4 años con 19% y menos de 1 año con 4%, lo cual prueba que diariamente Crediservir logra captar la atención de más personas en busca de beneficios al momento de ahorrar o adquirir algún tipo de crédito y brindando la mejor atención logran que las personas se mantengan asociadas durante mucho tiempo.

**Tabla 6**  
*Estado actual en la cooperativa.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Activo	382	100%
Inactivo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** En la tabla se muestra el estado de actividad en la cooperativa. Fuente: Autoras del proyecto.

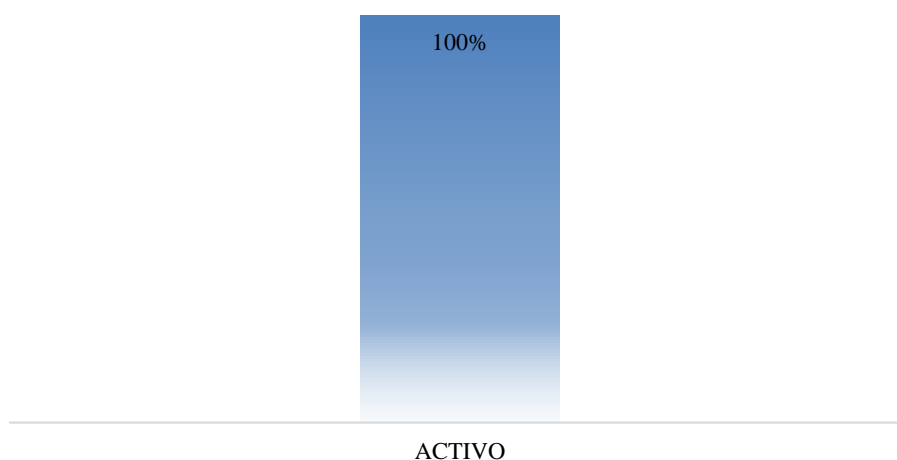


Figura 5. Estado actual en la cooperativa.



El 100% de las personas encuestadas se encuentran activas en la cooperativa, es decir, en calidad de asociado, para que una persona haya perdido la calidad de asociado será por las siguientes causales: retiro voluntario, retiro por muerte, disolución y liquidación en el caso de las personas jurídicas y exclusión, así se encuentra consagrado en los estatutos de la cooperativa (Crediservir, 2018, p. 5)

**Tabla 7**  
*Línea de créditos que manejan.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Línea ordinaria	266	70%
Educación	12	3%
Volviendo al campo	11	3%
Protección del medio ambiente	4	1%
Ninguno	89	23%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** En la tabla se da a conocer la línea de créditos que manejan las personas. Fuente: Autoras del proyecto.

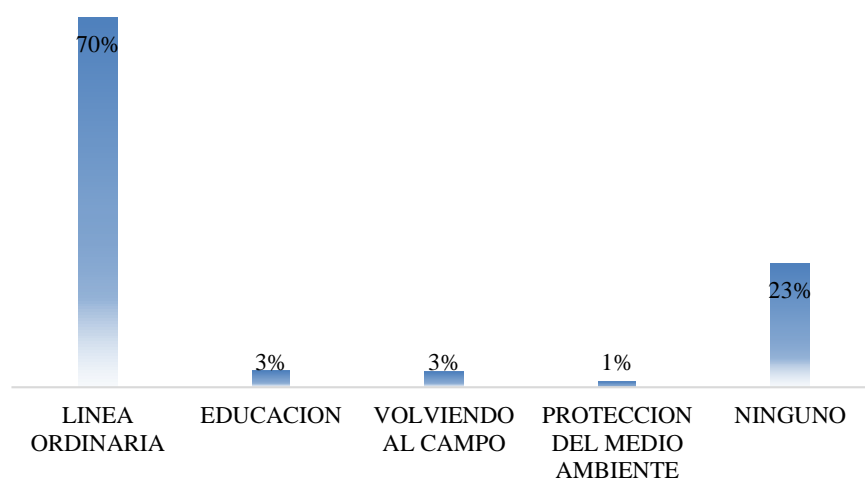


Figura 6. Línea de crédito que manejan en la Cooperativa.

La línea de crédito ordinaria es la preferida representada con un 70% de los encuestados, ya que es de libre inversión para satisfacer cualquier necesidad financiera, la línea de crédito de educación constituida por el 3%, esta línea permite financiar al asociado el 100% de la matrícula para cada semestre académico para que pueda acceder a estudios de educación superior en todo el país, línea de crédito volviendo al campo un 3% del total de los encuestados, con este crédito la cooperativa busca promover y apoyar a las personas en proyectos agropecuarios, la línea de crédito protección del medio ambiente cuenta con el 1%, fue creada con el objetivo de brindar apoyo a los asociados en proyectos de protección y cuidado del medio ambiente, y el 23% restante es de las personas que no utilizan ningún tipo de crédito (Crediservir, 2016), cada línea de crédito explicada simultáneamente a la preferencia de los asociados encuestados.

**Tabla 8**

*Productos de ahorro que utiliza en la cooperativa.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ahorro rindediario	124	32%
Ahorro rindediario + Ahorro contractual	90	24%
Ahorro rindediario + Ahorro juvenil	23	6%
Ahorro rindediario + Ahorratodo	18	5%
Ahorro rindediario + Mis ahorros	111	29%
Ahorro rindediario + CDAT	3	1%
Ahorro rindediario + Mis ahorros + Ahorro juvenil	4	1%
Ahorro rindediario + Ahorro contractual + Mis ahorros	6	2%
Ahorro rindediario + Ahorro contractual + Ahorratodo	2	1%
Ahorro rindediario + Mis ahorros + CDAT	1	0,3%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** En la tabla se muestran los productos de ahorro utilizados por los asociados (se observa una combinación de productos de ahorro debido a que las personas hacen uso de dos o más de estos, todos contienen rindediario ya que este es con el que se da apertura a la cuenta). Fuente: Autoras del proyecto.

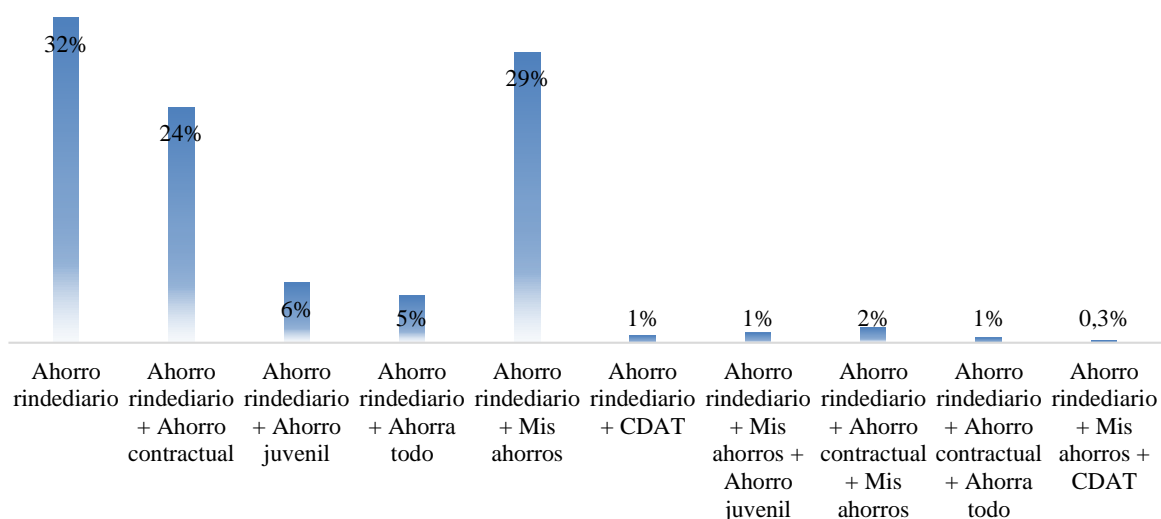


Figura 7. Productos de ahorro que manejan los asociados encuestados.

En el presente ítem se observa una combinación de productos de ahorro, debido a que algunas personas utilizan dos o más productos de estos. 32% de los encuestados maneja únicamente ahorro rindediario, las combinaciones con dos productos son: ahorro rindediario + ahorro contractual equivalente al 24%, ahorro rindediario + ahorro juvenil con 6%; esta combinación se da debido a que las mamás tienen cuentas de sus hijos menores de 14 años, ahorro rindediario + ahorratodo con 5%, ahorro rindediario + mis ahorros 29%, ahorro rindediario + CDAT con 1%. Las combinaciones de tres productos se dan de la siguiente manera: ahorro rindediario + mis ahorros + ahorro juvenil 1%, ahorro rindediario + ahorro contractual + mis ahorros con 2%, ahorro rindediario + ahorro contractual + ahorratodo 1% y por ultimo ahorro rindediario + mis ahorros + CDAT con 0,3%.

Cada línea de crédito será expuesta a continuación para tener mayor claridad acerca de los productos de ahorro brindados por la Cooperativa; El ahorro rindediario es con el que se hace

apertura a la cuenta, el ahorro contractual es donde el asociado fija una especie de cuota mensual con el objetivo de que a determinado tiempo tenga el dinero que necesita para invertirlo en lo que desee, el ahorro juvenil es dirigido a los hijos menores de 14 años del asociado, el cual incentiva la cultura del ahorro a temprana edad, ahorrado es donde el asociado es libre de depositar cualquier cantidad de dinero en el tiempo que quiera, diariamente, semanalmente o mensualmente, mis ahorros fue creado con el fin de que el asociado tenga un mejor control de sus finanzas, el CDAT es un sistema de ahorro en el cual el asociado deposita una cantidad de dinero en la Cooperativa durante un periodo establecido, Crediservir reconoce una tasa de interés fija hasta la fecha de vencimiento acordada (Crediservir, 2016). Cabe resaltar que cada producto de ahorro fue pensado para brindar mejores oportunidades e incentivar la cultura del ahorro en sus asociados, por ello se puede evidenciar que más de una persona accede a tener más de un producto de ahorro.

**Tabla 9**

*Conocimiento de la existencia del portal.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	199	52%
No	183	48%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla muestra la cantidad de personas encuestadas que conocen y no conocen la existencia del portal transaccional. Fuente: Autoras del proyecto.

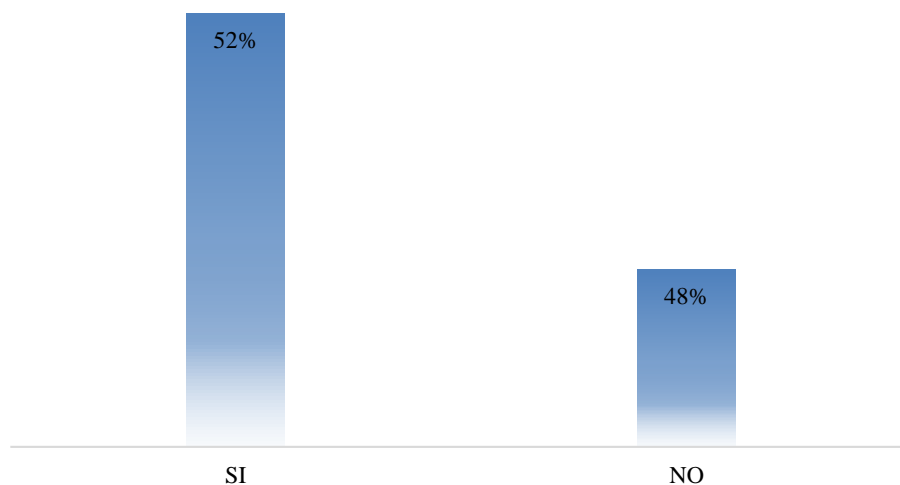


Figura 8. Conocimiento de la existencia del portal.

Se debe tener en cuenta que el resultado de este ítem es de gran importancia ya que muestra que en su mayoría, es decir, el 52% de asociados encuestados tienen conocimiento de la existencia del portal transaccional, el otro 48% aun no lo conoce, un resultado positivo ya que poco a poco esta empresa ha logrado que se conozca de la existencia de este servicio diseñado para facilitar la forma de realizar consultas y transacciones, también es importante que los trabajadores de Crediservir den a conocer a todas las personas la existencia del portal, así lo manifestaron las personas durante la aplicación de la encuesta, de esta manera facilitan un poco el trabajo ya que las personas no tienen necesidad de dirigirse a la cooperativa y esperar su turno para hacer consultas de saldos, movimientos de la cuenta, entre otros.

**Tabla 10**

*Asociados que comparten información del portal con su familia.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	186	49%
No	196	51%
<b>TOTAL</b>	382	100%

**Nota.** La tabla muestra si la familia conoce o no la existencia del portal transaccional. Fuente: Autoras del proyecto.

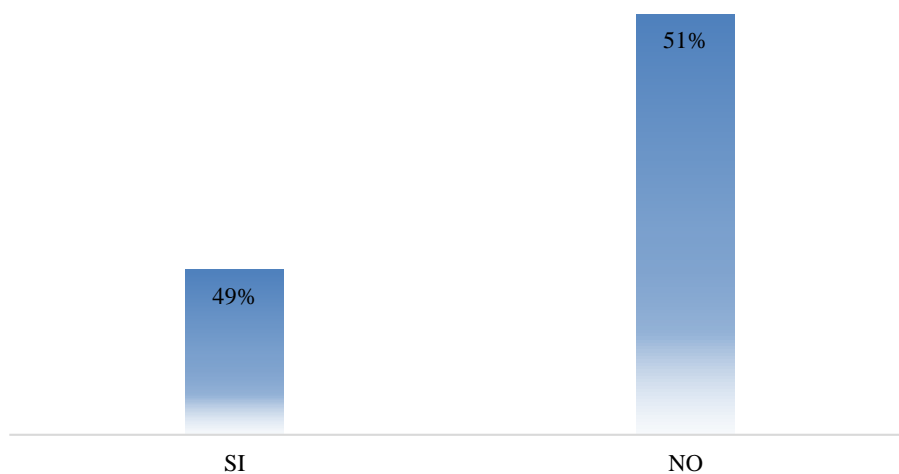


Figura 9. La familia del encuestado sabe o no de la existencia del portal web.

El 49% de asociados comparte información acerca del portal con las personas de su núcleo familiar, ya que se convierte en un espacio fácil y seguro para realizar transacciones, lo cual es de gran beneficio para la Cooperativa debido a que se fomenta la utilización de la plataforma, la cual llega a facilitar el proceso de intercambio de dinero entre las familias.

**Tabla 11**

*Medio por el cual los asociados conocieron el portal transaccional de la Cooperativa.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	18	9%
Voz a voz	17	9%
Televisión	6	3%
Radio	6	3%
Cooperativa	112	56%
Mensaje de texto	14	7%
Redes sociales + voz a voz	6	3%
Redes sociales + mensaje de texto	4	2%
Voz a voz + cooperativa	8	4%
Televisión + radio	3	2%
Cooperativa + redes sociales	2	1%
Cooperativa + mensaje de texto	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla se muestra el medio por el cual las personas obtuvieron conocimiento acerca del portal. Fuente:

Autoras del proyecto.

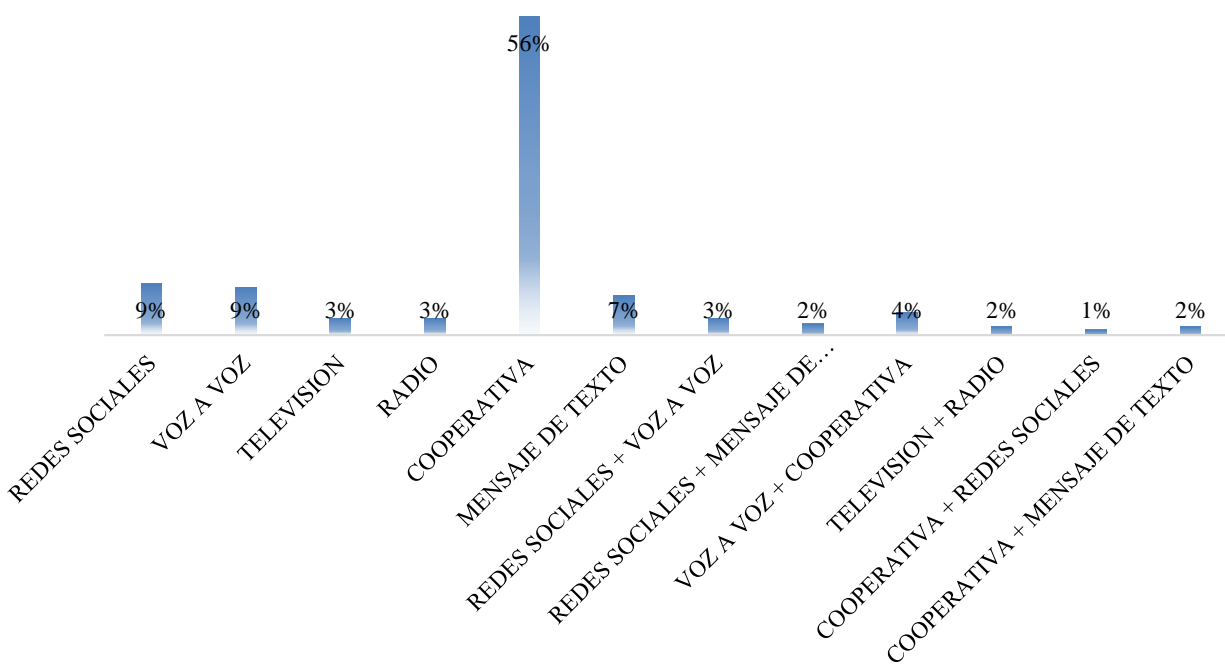


Figura 10. Medio por el cual las personas conocieron el portal.

En el presente ítem se presenta una combinación de respuestas, ya que algunos encuestados conocieron el portal gracias a varios medios, se puede observar que la mayoría de personas obtuvieron información de la plataforma a través de la Cooperativa, es decir, que el portal se ha dado a conocer en pequeña proporción a través de los diferentes medios de comunicación.

**Tabla 12**

*Medio por el cual les gustaría tener conocimiento acerca del portal.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	198	52%
Mensaje de texto	54	14%
Televisión	15	4%
Radio	14	4%
Cooperativa	80	21%
Redes sociales + cooperativa	11	3%
Redes sociales + mensaje de texto	4	1%
Mensaje de texto + cooperativa	4	1%
Televisión + radio	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla muestra a través de que medio les gustaría a las personas recibir información acerca del portal.

Fuente: Autoras del proyecto.

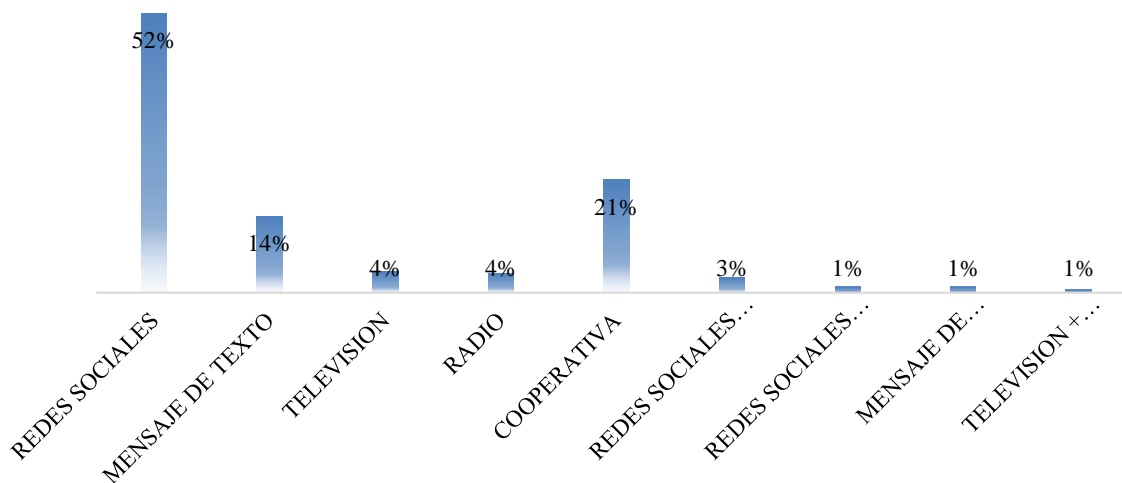


Figura 11. Medio por el cual les gustaría tener información acerca del portal.



En el presente ítem se presenta una combinación de medios por el cual las personas desean tener información acerca del portal, ya que varias de ellas quieren que sea por varios. Es evidente que el uso de las tecnologías cada día aumenta gracias a que brindan facilidad para realizar diferentes tipos de actividades, de esta misma manera el incremento de la utilización de las redes sociales las cuales permiten estar al tanto de todo y comunicarse con demás personas, gracias a esto se logra percibir un mayor porcentaje de personas que desea tener conocimiento del portal transaccional a través de las redes sociales, los mensajes de texto, la televisión y la radio son los menos preferidos, esto debido a las preferencias que hoy en día se tiene con los Smartphone, el porcentaje restante pertenece a las personas que prefieren tener conocimiento a través de la cooperativa ya que algunas manifiestan que prefieren realizar todos los procesos de manera presencial en Crediservir.

**Tabla 13**

*Personas que hacen uso del portal transaccional.*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	20%
No	306	80%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Nota.** En la tabla se muestra el total de personas que utilizan y no utilizan el portal. Fuente: Autoras del proyecto.

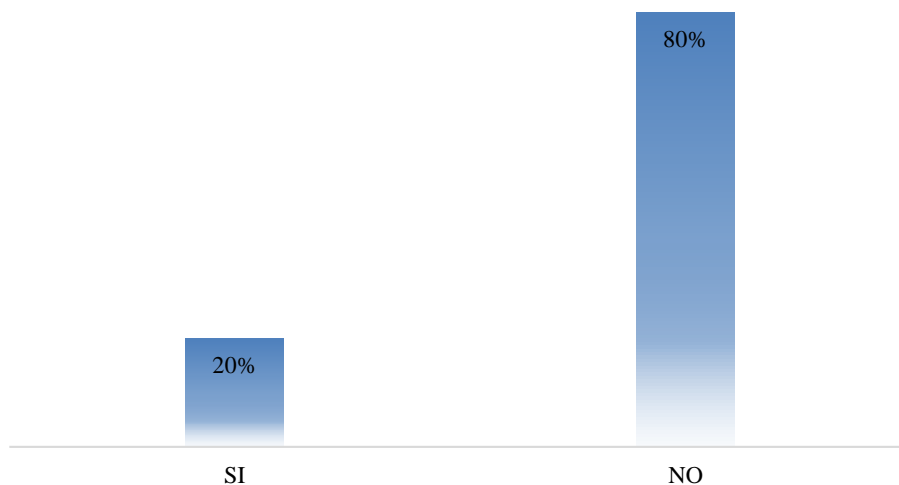


Figura 12. Cantidad de personas que hacen uso del portal.

Siendo el portal transaccional una herramienta tan importante, la cual facilita los procesos que se pueden llevar a cabo en la Cooperativa tanto para los trabajadores que hacen parte de ella como para los asociados ya que al utilizarla se disminuiría la cantidad de personas que se dirigen hacia cualquiera de las oficinas de Crediservir simplemente a hacer consulta de saldos, movimientos o pequeñas transacciones y de esta misma manera se aprovecharían mejor los tiempos para cumplir con las obligaciones de cada trabajador, de igual manera evitarle al usuario esperar largo tiempo para poder ser atendido, pero con el resultado de este ítem con un 20% de personas que si lo utilizan respecto al 80% que no hace uso de él, se puede observar que los asociados aún se encuentran cerrados a darle la oportunidad al portal transaccional para ser preferido a la hora de llevar a cabo pequeños procesos de la Cooperativa

**Tabla 14**

*Frecuencia con la que hacen uso de los servicios que presta el portal.*

ITEM	FRECUENCIA				PORCENTAJE			
	NUNCA	A VECES	SIEMPRE	TOTAL	NUNCA	A VECES	SIEMPRE	TOTAL
Compras por internet.	25	46	5	<b>76</b>	33%	61%	7%	<b>100%</b>
Pagos de servicios públicos (telefonía móvil, tiquetes aéreos, luz, entre otros).	47	25	4	<b>76</b>	62%	33%	5%	<b>100%</b>
Transferencias entre cuentas de Crediservir.	29	43	4	<b>76</b>	38%	57%	5%	<b>100%</b>
Transferencias cuentas de las cooperativas a filiadas a la Red Coopcentral.	45	29	2	<b>76</b>	59%	38%	3%	<b>100%</b>
Transferencias entre cuentas interbancarias.	44	30	2	<b>76</b>	58%	39%	3%	<b>100%</b>
Consulta de movimientos.	16	34	26	<b>76</b>	21%	45%	34%	<b>100%</b>
Consulta de saldos.	1	41	34	<b>76</b>	1%	54%	45%	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla muestra la frecuencia con la que las personas hacen uso de los servicios que presta el portal. Fuente: Autoras del proyecto.

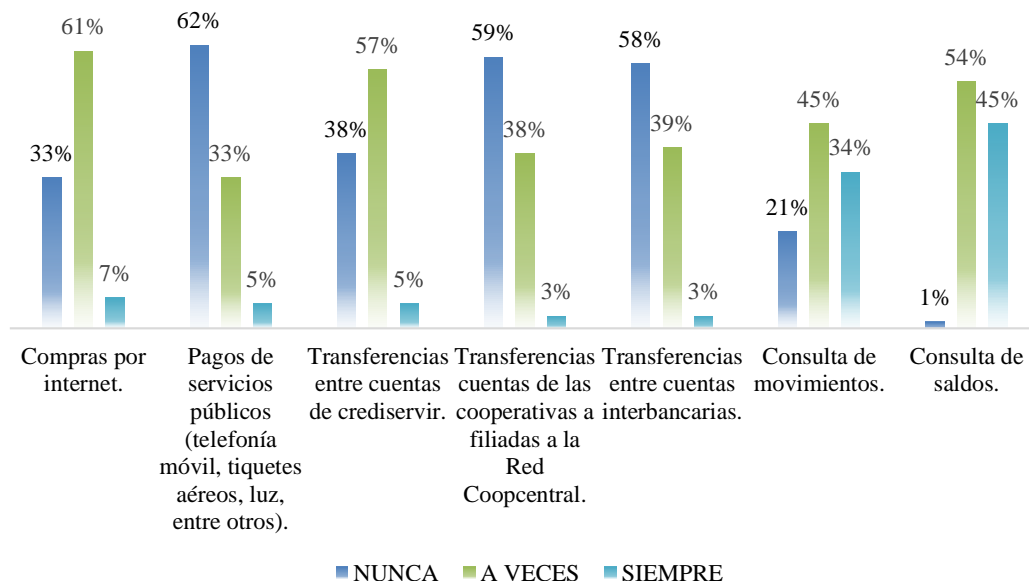


Figura 13. Frecuencia con la que los encuestados hacen uso de los servicios que presta el portal web de la cooperativa.

Hoy en día el comercio electrónico es una de las formas favoritas de hacer compras ya que en la web se puede conseguir todo tipo de productos y servicios sin tener que desplazarse hacia el lugar donde estos se pueden encontrar, y mejor aún, gracias al portal transaccional tampoco hay necesidad de dirigirse a hacer pagos en algún punto de recaudo sino que a un simple clic se pueden efectuar estas compras, gracias a ello se ha logrado que las personas cada día lo hagan con más frecuencia, según los resultados arrojados por la encuesta podemos observar que 61% de las personas a veces hacen compras por internet, 7% siempre lo hace, y el 33% nunca utiliza este método de compra.

Evidentemente los encuestados prefieren hacer el pago de servicios públicos presencialmente, ya que en Ocaña hay muchos establecimientos donde hacen el recaudo de este

dinero en puntos como Efecty, Cooguasimales, Pago Fácil, Apuestas Cúcuta 75, entre otros, los datos obtenidos acerca de la frecuencia con que hacen pago de servicios públicos por medio del portal están repartidos de la siguiente manera 62% nunca lo hace, 33% a veces, 5% siempre. Las transferencias entre cuentas de Crediservir son realizadas a veces en 57%, nunca 38% y siempre 5%, algunas personas manifestaban que por este medio les hacían transferencias de dinero a hijos que viven en otros lugares, otras decían que era una herramienta más fácil para efectuar negociaciones.

La Red Cooperativa Coopcentral es la unión de entidades del sector solidario, que lideradas por el Banco Cooperativo Coopcentral integran plataformas tecnológicas y de comunicaciones, para la prestación de servicios transaccionales y financieros a los asociados, clientes y público en general a través de un mismo sistema de pago.

Actualmente vincula a 103 organizaciones Solidarias y cuenta con más de 385 oficinas conectadas en línea atendiendo a más de 161.000 usuarios y/o tarjetahabientes.

(Confecoop, 2017)

Crediservir haciendo parte de esta red, logra que los asociados puedan hacer transacciones con personas que hacen parte de otras Cooperativas, el total de personas que nunca lo hacen es 59%, son 38% de asociados que a veces utilizan este servicio y 3% que siempre hace este tipo de transferencias. Las transferencias entre cuentas interbancarias no son mayormente utilizadas, 58% de los asociados nunca lo hacen, 39% realizan transacciones a veces y 3% no las hacen. En la consulta de movimientos se aprecia un incremento de personas a las que se les hace útil revisarlos por medio del portal, el porcentaje más bajo de los resultados es de asociados que

nunca lo hacen con 21%, 45% para las personas que a veces lo utilizan y 34% de las personas siempre hacen este tipo de consultas, este resultado se debe a que las personas prefieren hacer estas revisiones desde su teléfono móvil sin necesidad de dirigirse a las instalaciones de Crediservir.

Muchas de las personas encuestadas hicieron saber que para ellos es importante mantenerse al tanto de los saldos de sus cuentas, ya que algunas hacen parte de empresas donde reciben su sueldo por medio de la cooperativa de igual manera lo es para las madres a quienes les pasan la cuota alimentaria de sus hijos por medio de Crediservir, así mismo se encuentran diferentes tipos de escenarios en los cuales se prioriza esta consulta, por ello los resultados fueron arrojados así: 1% nunca, 54% a veces y 45% siempre.

**Tabla 15**

*Acciones que se consideran importantes para que haya mayor uso del portal.*

ITEM	FRECUENCIA			PORCENTAJE		
	SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
Brindar capacitación permanente respecto al uso del portal.	332	50	<b>382</b>	87%	13%	<b>100%</b>
Promover el uso del portal por medio de campañas de sensibilización.	336	46	<b>382</b>	88%	12%	<b>100%</b>
Realizar alianzas con colegios, universidades, sector empresarial, presidentes de JAC y líderes sociales para enseñarles el uso del portal.	374	8	<b>382</b>	98%	2%	<b>100%</b>
Optimizar la rapidez de la página web.	316	66	<b>382</b>	83%	17%	<b>100%</b>
Mejorar el diseño de la página web para facilitar el uso de la misma.	335	47	<b>382</b>	88%	12%	<b>100%</b>
Delegar practicantes para que le enseñen a las personas a utilizar el portal.	368	14	<b>382</b>	96%	4%	<b>100%</b>

**Nota:** En la tabla se muestran las acciones que las personas consideran necesarias para promover el uso del portal.

Fuente: Autoras del proyecto.

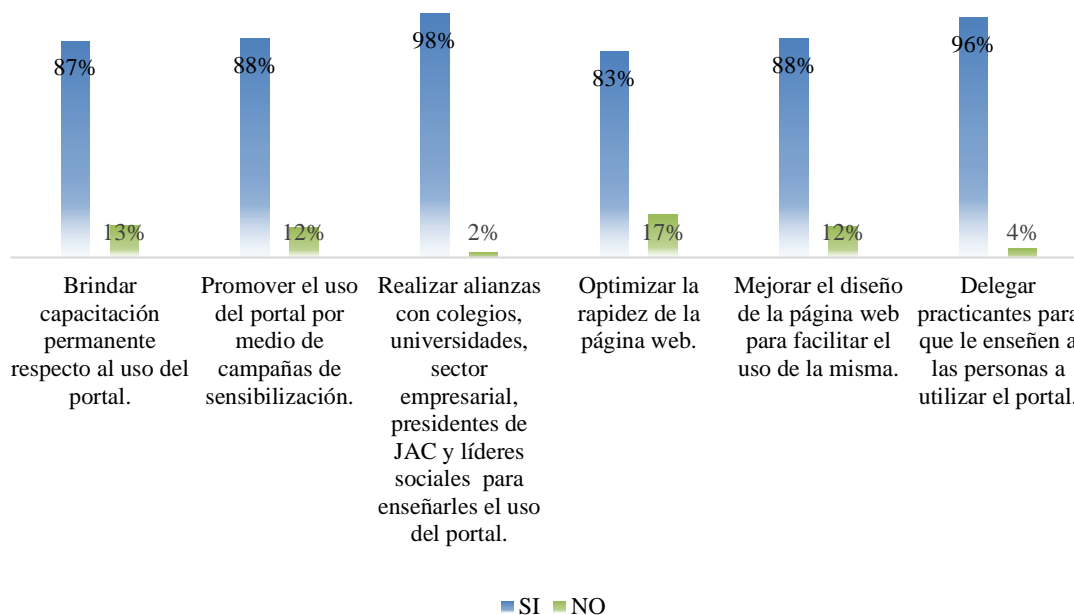


Figura 14. Acciones que se consideran importantes para promover el uso del portal.

La mayoría de asociados de Crediservir muestran un gran compromiso y sentido de pertenencia con la empresa, para ellos es importante que la Cooperativa cada día crezca y mejore, brindando los mejores servicios, logrando de esta manera la fidelización de sus asociados y la vinculación de más personas, es por esto que la mayoría han optado por decir si a todas las estrategias que sean posibles para promover el uso del portal transaccional, para cada propuesta dada el resultado fue positivo en un rango desde 83% hasta 98%, y un rango bajo de porcentajes entre 17% y 2% que dijeron que no.

**4.1.1. Diagnóstico.** Gracias a los resultados obtenidos a través de las encuestas se evidencia que la mayoría de sus asociados son mujeres, quienes cada día trabajan por el cumplimiento de sus sueños siempre preocupadas por el bienestar de quienes las rodean, que cada día mejoran su cultura de ahorro y son responsables con sus obligaciones bancarias las cuales adquieren para suplir cualquier tipo de necesidad, de esta misma manera es importante recalcar que las edades jóvenes son inquietas, siempre buscan la manera de mejorar sus ingresos y tener un control sobre su dinero. Aunque gran parte de habitantes de la ciudad de Ocaña pertenezca a estratos bajos podemos ver que se encuentran comprometidos con su bienestar y desarrollo económico, también podemos resaltar la labor de la Cooperativa quien gracias a su excelente prestación de servicio logra fidelizar a sus clientes logrando que estos permanezcan allí durante muchos años, de igual forma, atrayendo más personas, quienes se vinculan gracias a los productos de ahorro que ofrecen para incentivar a tener un mejor control de las finanzas, así mismo de acceder a créditos que tienen bajas tasas de interés.

De acuerdo con lo observado durante la aplicación del instrumento se observó que hay conocimiento de la existencia del portal pero que también es importante hacer llegar esta información a más personas, de igual manera incentivarlas a que hagan uso de él y sacarle el mejor provecho a las TICS, tratando de mitigar aquel paradigma de desconfianza, donde las personas creen que las plataformas virtuales son inseguras para realizar transacciones, al contrario, la Cooperativa ha realizado el mejor trabajo para brindar seguridad en el uso del portal.



La Cooperativa de Ahorro y Crédito Crediservir se ha destacado por ser una empresa honorable gracias a su trabajo arduo en pro de la comunidad ha logrado que cada día las personas que hacen parte de ella se sientan satisfechas con sus servicios y siempre la escojan al momento de pensar en la realización de cualquier tipo de inversión, gracias a sus bajas tasas de interés, además de esto cabe resaltar que es una empresa que se ha preocupado por la educación y por la protección del medio ambiente en los lugares donde hace presencia.

Crediservir se ha preocupado por facilitar los procesos que allí se manejan a sus asociados debido a ello se torna inquietante que esta empresa haya realizado una inversión de tiempo, dinero y esfuerzo para crear el portal web sin que las personas muestren su mayor interés por utilizarlo, es importante que Crediservir tenga miras hacia la creación de estrategias donde hagan sentir al asociado más seguro de la utilización de esta plataforma tan importante.

## 4.2 Factores que inciden en el uso o no uso del portal transaccional de la Cooperativa

### Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

**Tabla 16**

*Beneficios que le brinda el uso del portal.*

ITEM	FRECUENCIA			PORCENTAJE		
	SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
Agilidad y facilidad para la realización de cualquier operación.	76	0	<b>76</b>	100%	0%	<b>100%</b>
Reducción en el manejo de efectivo.	67	9	<b>76</b>	88%	12%	<b>100%</b>
La prestación del servicio las 24 horas.	74	2	<b>76</b>	97%	3%	<b>100%</b>
Monitoreo permanente de las transacciones.	70	6	<b>76</b>	92%	8%	<b>100%</b>
Mayor seguridad en las operaciones.	73	3	<b>76</b>	96%	4%	<b>100%</b>
Ahorro de tiempo y dinero al no tener que salir de casa.	76	0	<b>76</b>	100%	0%	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla muestra los beneficios que las personas obtienen al hacer uso del portal. Fuente: Autoras del proyecto.

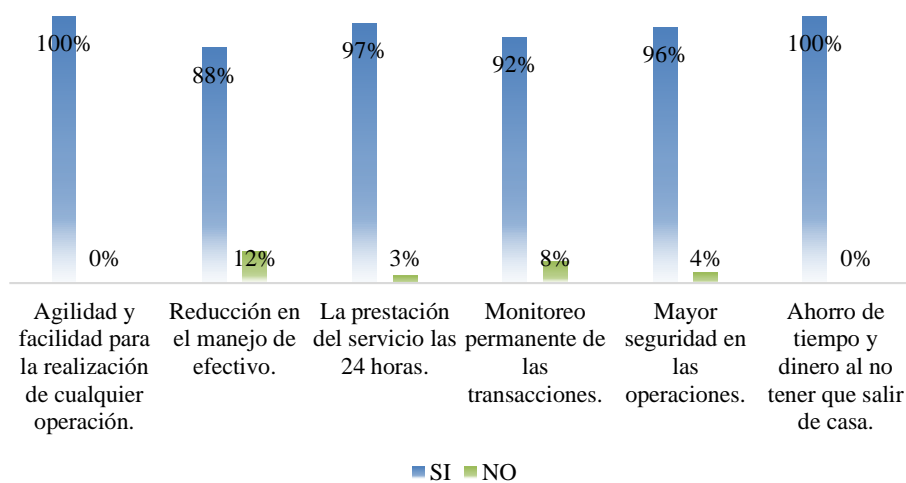


Figura 15. Beneficios que brinda el uso del portal.

La cooperativa gracias a la creación del portal transaccional le ha mejorado la forma de realizar procesos a las personas que lo utilizan, estos resultados muestran porque los asociados se sienten a gusto al utilizarla, se puede evidenciar que todos los beneficios obtuvieron la mayor cantidad de porcentajes positivos, siendo desde el 88% hasta el 100% satisfactorios y la cantidad más baja se encuentra del 0% al 12% para quienes respondieron negativamente, durante la aplicación del instrumento, algunas personas manifestaron que en ciertas horas la página no les permitía realizar transacciones.

**Tabla 17**  
*Dificultades que ha tenido al momento de acceder al portal.*

ITEM	FRECUENCIA			PORCENTAJE		
	SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
Desconocimiento de los requisitos de inscripción.	30	46	<b>76</b>	39%	61%	<b>100%</b>
Desconocimiento de los pasos para ingresar al portal.	32	44	<b>76</b>	42%	58%	<b>100%</b>
Problemas con la contraseña o nombre de usuario.	19	57	<b>76</b>	25%	75%	<b>100%</b>
Uso de captchas (no soy un robot o digitación de caracteres).	14	62	<b>76</b>	18%	82%	<b>100%</b>
Inconsistencia o fallas con la página web de la cooperativa.	13	63	<b>76</b>	17%	83%	<b>100%</b>

**Nota.** La tabla muestra las dificultades que las personas han tenido al momento de hacer uso del portal transaccional. Fuente: Autoras del proyecto.

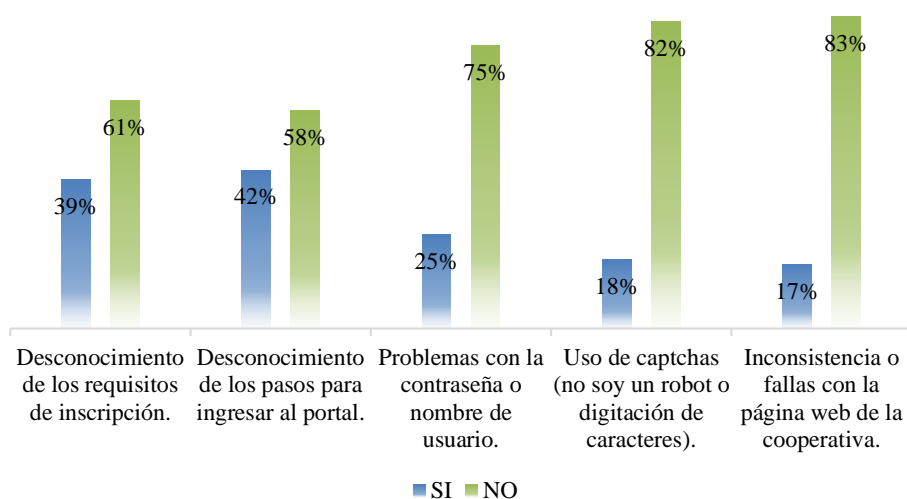


Figura 16. Dificultades que los asociados encuestados han tenido al acceder al portal transaccional.

Evidentemente la mayoría de personas no ha tenido dificultades al acceder al portal, respecto a las dificultades mostradas en la Figura 16 las personas dijeron que si en un rango del 17% al 42%, las que dijeron que no se encuentran en un rango del 58% al 83%, esto muestra que en la página se ha realizado un buen trabajo disminuyendo cada día los problemas que las personas tenían al ingresar al portal, los encuestados manifestaban que anteriormente la página era un poco complicada a la hora de ingresar, pero que la han mejorado notoriamente.

**Tabla 18***Razón por la cual no hace uso del portal.*

ITEM	FRECUENCIA			PORCENTAJE		
	SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
Desconocimiento de la existencia del portal.	183	123	306	60%	40%	100%
Preferencias por realizar los servicios de manera presencial.	164	142	306	54%	46%	100%
Falta de dispositivos tecnológicos para hacer uso del portal.	110	196	306	36%	64%	100%
Inseguridad con el suministro de información personal.	160	146	306	52%	48%	100%
Inexperiencia con el uso de aplicaciones.	150	156	306	49%	51%	100%

**Nota.** En la tabla se muestra las razones por las cuales las personas no hacen uso del portal web. Fuente: Autoras del proyecto.

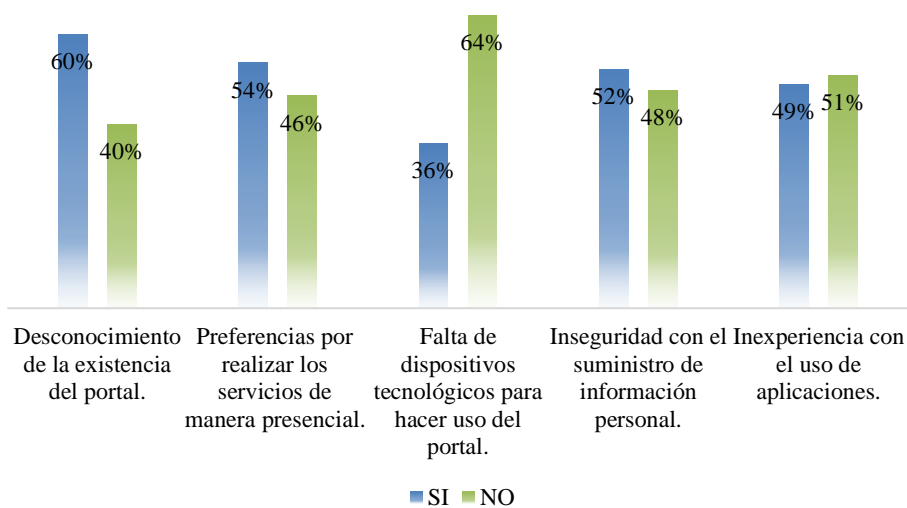


Figura 17. Razones por las cuales los asociados de la cooperativa que fueron encuestados no hacen uso del portal.

El primer paso para incrementar el uso del portal es lograr que más personas tengan conocimiento de su existencia, se puede apreciar que el 60% sabe de ella, frente al 40% que no, y es un resultado positivo, pero que se puede mejorar, también se puede incentivar a las personas,

para que pierdan el miedo de utilizar dispositivos tecnológicos para realizar ciertos procesos de la Cooperativa, ya que hasta el momento el 54% de las personas prefiere realizar los servicios de manera presencial, y 46% se encuentran dispuestos a utilizar el portal. Hoy por hoy la mayoría de las personas se han esforzado por adquirir dispositivos tecnológicos ya que mejoran la forma de comunicarse y realizar ciertas tareas de la vida cotidiana, gracias a esto podemos ver que la menor parte de personas (36%) no tiene facilidad para adquirir estos aparatos, y la mayor parte (64%) si los han conseguido. Todavía se conserva el miedo de tener información en la red ya que a menudo vemos casos de robos y estafas, es por eso que el 52% de personas tienen inseguridad de tener datos de cuentas bancarias en internet, respecto al 48% que se han atrevido a hacerlo, también se han dado cuenta que la Cooperativa ha realizado un buen trabajo en la página en cuanto a seguridad y protección de datos. Un poco más de la mitad de los encuestados tienen experiencia con el uso de aplicaciones (51%) y el otro 49% es de las personas que no tienen esta experiencia; de todos es sabido que hoy en día la mayor parte de las personas saben hacer uso de las tecnologías.

#### 4.2.1 Factores que inciden positivamente en el uso del portal transaccional.

**Tabla 19**

*Factores que inciden en el uso del portal transaccional*

<b>FACTORES QUE INCIDEN EN EL USO DEL PORTAL TRANSACCIONAL DE LA COOPERATIVA CREDISERVIR</b>	
<b>FACTOR</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Agilidad y facilidad para la realización de cualquier operación.	En los últimos años se ha notado el crecimiento del comercio electrónico, donde se necesita efectuar las compras por medio de transacciones, gracias al portal se tiene facilidad para realizar estas comercializaciones, además de esto es más fácil y rápido consultar saldos y movimientos de la cuenta.
Reducción en el manejo de efectivo.	Con tanta inseguridad en las calles es satisfactorio poder tener el dinero seguro, sin necesidad de llevarlo a todas partes.
La prestación del servicio las 24 horas.	Si la cuenta tiene dinero es posible realizar transacciones a cualquier hora, gracias al portal se tiene la facilidad de transferir dinero por medio de la web.
Monitoreo permanente de las transacciones.	En cualquier momento se puede hacer revisión de las transacciones y desde cualquier parte de Colombia, incluso del mundo, solo se necesita tener conexión a internet
Mayor seguridad en las operaciones.	Crediservir se ha esforzado para que el portal cuente con toda la seguridad exigida en la Ley 1581 de 2012 y en su Decreto reglamentario 1377 de 2013 la cual fue expedida por el gobierno nacional, la Cooperativa se hace responsable del tratamiento de la base de datos que contiene información personal de cada uno de los asociados.
Ahorro de tiempo y dinero al no tener que salir de casa.	Procesos de transacciones, consultas de movimientos o saldos, pagos de recibos, entre otras cosas se pueden hacer por medio del portal transaccional sin necesidad de salir de casa.

**Nota.** La tabla muestra los factores que inciden en el uso del portal transaccional, realizada con base a las encuestas realizadas. Fuente: Autoras del proyecto.

#### 4.2.2 Factores que inciden en el no uso del portal transaccional.

**Tabla 20**

*Factores que inciden en el no uso del portal transaccional.*

<b>FACTORES QUE INCIDEN EN EL NO USO DL PORTAL TRANSACCIONAL DE LA COOPERATIVA CREDISERVIR</b>	
<b>FACTOR</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Desconocimiento de los requisitos de inscripción. Desconocimiento de los pasos para ingresar al portal. Problemas con la contraseña o nombre de usuario.	Durante la aplicación de la encuesta algunas personas, en especial las mayores, manifestaban que el proceso se les hacía difícil y pedían ayuda a alguno de sus familiares o allegados  La página pide cambios constantes de contraseña y para algunas personas esto se hace difícil ya que en ocasiones se olvidan de cual pusieron la última vez.
Uso de captchas (no soy un robot o digitación de caracteres).	Este factor se le dificulta más que todo a las personas que tienen poco conocimiento de la utilización de aplicaciones, debido a que no saben exactamente como realizar los pasos para que se compruebe que no se es un robot.
Inconsistencia o fallas con la página web de la cooperativa.	Para la mayoría de personas la página es agradable porque no tienen problemas con ella, la limitante mayor vendría siendo la lentitud del internet, algo ajeno al manejo de la página, otros usuarios indicaban que la página no funcionaba en ocasiones, lo cual retrasaba los procesos de transacción.
Desconocimiento de la existencia del portal.	El desconocimiento de que existe el portal restringe la oportunidad de que otras personas aprovechen este recurso pensado con el fin de facilitarles los procesos a los asociados.
Preferencias por realizar los servicios de manera presencial.	Es importante demostrar que no hay necesidad de dirigirse hacia la Cooperativa a realizar algunos procesos teniendo la facilidad de hacerlo desde la casa o sitio de trabajo haciendo uso del servicio del portal y que siempre se busca la forma de brindar la mayor seguridad.
Falta de dispositivos tecnológicos para hacer uso del portal.	La falta de dispositivos tecnológicos, aunque no es tan relevante ya que la mayoría de personas tienen, se convierte en un límite para que algunos asociados puedan hacer uso del portal.
Inseguridad con el suministro de información personal.	Algunas personas conservan el paradigma de que están más expuestas a ser robadas y todavía no tienen cultura del uso de las tecnologías, esto hace que no se pueda sacar el mayor provecho al portal
Inexperiencia con el uso de aplicaciones.	Algunas personas, especialmente las mayores no tienen interés en utilizar aplicaciones, y otras no se encuentran preparadas para usarlas, esto hace que el proceso para ingresar al portal se haga difícil.



**Nota.** La tabla anterior muestra los factores que inciden en el no uso del portal transaccional, realizada con base a las encuestas realizadas. Fuente: Autoras del proyecto.

### 4.3 Plan de mejoramiento para aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña

#### Norte de Santander

Tomando en cuenta el diagnóstico sobre la situación actual de Crediservir se proponen las siguientes estrategias.

**Tabla 21**

*Plan de mejoramiento para aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir.*

PLAN DE MEJORAMIENTO PROPUESTO A LA COOPERATIVA CREDISERVIR PARA PROMOVER EL USO DEL PORTAL TRANSACCIONAL.						
ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	OBJETIVO	INDICADOR	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLE
Un plan de marketing personalizado, para promover el uso del portal transaccional por medio de las redes sociales.	Crear mensajes de difusión llamativos que serán enviados a través de chats de las diferentes redes sociales a cada persona que se encuentre siguiendo el perfil de Crediservir.	Establecer una comunicación personalizada con los asociados a través de las redes sociales.	$\frac{N^{\circ} \text{ de participantes}}{N^{\circ} \text{ de asociados}} \times 100$	-Equipos de oficina -Recursos tecnológicos -Recurso humano	365 días del año	Gerencia Consejo de administración Gerente comercial
Brindar capacitación permanente respecto al uso del portal en las instalaciones de la Cooperativa.	Invitar a las personas que se encuentren esperando su turno para ser atendido en las instalaciones de la Cooperativa, para que asistan a una capacitación acerca del portal de menos de diez minutos.	Capacitar a los asociados para que ellos se sientan seguros de utilizar el portal, también para que aprendan a utilizarlo.	$\frac{N^{\circ} \text{ de participantes}}{N^{\circ} \text{ de asociados}} \times 100$	-Video beam -Capacitador -Recurso humano	Cada dos meses	Gerencia Consejo de administración Recurso humano Gerente comercial

Realizar alianzas con colegios, universidades, sector empresarial, presidentes de JAC y líderes sociales para enseñarles el uso del portal.	Dirigirse hacia los diferentes establecimientos y exponer las ventajas de usar el portal transaccional a una o más personas para que estas se encarguen de incentivar a las demás.	Establecer aliados estratégicos que promuevan el uso del portal corporativo.	$\frac{N^{\circ} \text{ de participantes}}{N^{\circ} \text{ de asociados}} \times 100$	-Recurso humano -Recursos tecnológicos -Recursos materiales	Dos veces al año	Gerencia Consejo de administración Área de relaciones publicas Gerente comercial
Mejorar el diseño de la página web.	Rediseñar la página web y hacer pruebas piloto hasta conseguir la manera más fácil de utilizar el portal	Facilitar el uso del portal web.	$\frac{N^{\circ} \text{ de participantes}}{N^{\circ} \text{ de asociados}} \times 100$	-Recurso humano -Recursos tecnológicos -Equipos de oficina	Dos veces al año	Gerencia Consejo de administración Área de sistemas Gerente comercial
Crear un espacio durante los cursos de cooperativismo para enseñar a las personas a utilizar el portal.	Crear un espacio corto y sustancioso donde se enseñe a las personas a utilizar el portal, de igual manera, demostrar sus beneficios y la seguridad con la que cuenta la plataforma.	Las personas además de adquirir conocimientos sobre el cooperativismo y el trabajo de Crediservir, también aprenden a utilizar el portal.	$\frac{N^{\circ} \text{ de participantes}}{N^{\circ} \text{ de asociados}} \times 100$	-Recurso humano -Recursos materiales -Video beam	En el tiempo que se realicen los cursos de cooperativismo.	Gerencia Consejo de administración Recurso humano Gerente comercial
Disponer un WhatsApp exclusivamente para responder preguntas acerca del portal transaccional.	Dar a conocer a través de la página y de las diferentes redes sociales de Crediservir, que existe un numero de WhatsApp (el cual estará disponible solo para mensajes, no llamadas) exclusivamente para resolver inquietudes acerca del portal. <sup>1</sup>	Las personas tienen la facilidad de despejar sus dudas acerca del portal en el momento que lo necesiten	$\frac{N^{\circ} \text{ de participantes}}{N^{\circ} \text{ de asociados}} \times 100$	-Recurso humano -Recursos tecnológicos -Recursos financieros	Todos los días	Gerencia Consejo de administración Área de sistemas Gerente comercial

<sup>1</sup> “Tabla 21 Plan de mejoramiento para aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir” “Continuación”

Crear videos tutoriales de todos los procesos posibles que se lleven a cabo dentro de la plataforma.	Estos videos serán una presentación de cada paso que se deba seguir para ingresar al portal y para hacer uso de cada servicio que allí se brinda	Esta forma dinámica de explicar cómo se utiliza el portal les mostrará a las personas un manejo adecuado de él. <sup>2</sup>	$\frac{N^{\circ} \text{ de participantes}}{N^{\circ} \text{ de asociados}} \times 100$	-Recurso humano -Recursos tecnológicos -Equipos de oficina	Cada vez que sea necesario actualizarlos.	Gerencia Consejo de administración Área de sistemas Área de comunicación Gerente comercial
--	--	--	--	--	---	--

**Nota.** La tabla contiene información acerca del plan de mejoramiento para incentivar el uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir. Fuente:

Elaboración propia de las autoras del proyecto, con base a la encuesta aplicada a los asociados de la Cooperativa.

<sup>2</sup> “Tabla 21 Plan de mejoramiento para aumentar el uso del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir” “Continuación”

## Capítulo 5. Conclusiones

Con la investigación realizada en la Cooperativa Crediservir se pudo determinar que los asociados encuestados en su mayoría son mujeres, personas entre 18 y 40 años, gran parte de ellos son pertenecientes al estrato 1, comúnmente cuentan con más de 7 años de estar vinculados a la cooperativa, una fracción grande de ellos indican que manejan línea de crédito ordinaria, y el producto de ahorro más utilizado es el rindediario, así mismo se logró conocer la posición de las personas frente al portal web y las razones por las cuales hacen uso o no de él.

La mayoría de las personas conocen el portal, gran parte de ellas por medio de la Cooperativa, estas a su vez, comparten información acerca de la plataforma con sus familiares, de igual forma indican que les gustaría estar actualizados en cuanto a noticias del portal a través de las redes sociales especialmente, pero a pesar de esto, es de gran impacto conocer que son muy pocas las personas que hacen uso del portal web de la Cooperativa.

A pesar de que la Cooperativa se ha preocupado por brindar un buen servicio y facilitar algunos de sus procesos, todavía se encuentran personas que no muestran interés por utilizar el portal transaccional, otras no conocen de él, y a otras, por lo general se les hace difícil el acceso a este debido a su inexperiencia con aplicaciones, por otra parte se encuentran personas a las que el portal web les ha sido muy útil, gracias al estudio se logró establecer factores en los cuales se señala por qué se hace uso o no de esta plataforma teniendo en cuenta la opinión de las personas encuestadas.

La Cooperativa Crediservir se dedica a brindar servicios financieros en la provincia de Ocaña y sur del Cesar, la cual busca la mejor forma de crecer junto a sus asociados, es una empresa competitiva con demás bancos manteniéndose actualizada en la forma de brindarle calidad en sus servicios a las personas que hacen parte de ella, razón por la cual ha creado el portal transaccional, se busca incentivar a los usuarios que hagan uso de él, proponiendo un plan de mejoramiento del cual se espera obtener los mejores resultados.

## Capítulo 6. Recomendaciones

La Cooperativa Crediservir se ha destacado por ser una empresa comprometida con sus asociados, con la educación y el medio ambiente la cual se ha dedicado de manera responsable a brindar los mejores servicios financieros, en pro, del mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados, es por esto que se recomienda incentivar a las personas a que hagan uso de su plataforma web, para sacarle provecho a la inversión que se hizo en la misma, la cual fue pensada para facilitar algunos de los procesos que se hacen dentro de la Cooperativa.

Es importante que Crediservir estudie a sus asociados sobre la utilización del portal transaccional para identificar las razones negativas y positivas, realizando un mejoramiento continuo en la plataforma, de igual manera es importante establecer alianzas estratégicas con colegios, universidades, sector empresarial, presidentes de JAC y líderes sociales, los cuales se vinculen a incentivar a las demás personas para que utilicen el portal.

Finalmente, es importante que la empresa analice y tome en cuenta la información contenida en este trabajo ya que este consagra opiniones de los encuestados, factores de uso y no uso estudiados en el mismo, de la misma manera estrategias establecidas con el fin de aumentar el uso del portal transaccional.

## Referencias

- Alianza Cooperativa Internacional. (2018). *La historia del movimiento cooperativo*. Obtenido de <https://www.ica.coop/es/cooperativas/historia-movimiento-cooperativo>
- Business School. (2019). *Innovación tecnológica, tipos y características principales*.
- Confecoop. (Abril de 2017). *Red Coopcentral*. Obtenido de <https://confecoop.coop/realidad-social-y-economica/somos-red-coopcentral/>
- Congreso de Colombia. (04 de Agosto de 1998). *Función Pública*. Recuperado el 2019, de <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3433>
- Congreso de la república. (23 de Diciembre de 1988). *Función Pública*. Recuperado el 2019, de <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9211>
- Congreso de la república. (2008). *ICBF*. Obtenido de [https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_1233\\_2008.htm](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1233_2008.htm)
- Congreso de la república. (09 de Junio de 2015). *Ley 1753*. Recuperado el 2019, de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1753\\_2015.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1753_2015.html)
- Consumerfinance.gov. (2016). *¿Qué es una “transferencia (bancaria) electrónica”?* Obtenido de <https://www.consumerfinance.gov/es/obtener-respuestas/que-es-una-transferencia-bancaria-electronica-es-1163/>
- Cootramed.coop. (2019). *Historia del cooperativismo*. Obtenido de <https://www.cootramed.coop/subpaginas.asp>
- Crediservir. (2016). *Lineas de credito*. Obtenido de <https://www.crediservir.coop/linea.asp?codigo=2&/lineas-de-credito>



- Crediservir. (2016). *Productos de ahorro*. Obtenido de <https://www.crediservir.coop/linea.asp?codigo=1&/productos-de-ahorro>
- Crediservir. (2017). *Crediservir ante la crisis*. Ocaña: Edisocial. Recuperado el 2019
- Crediservir. (2017). *Portal transaccional*. Recuperado el 6 de septiembre de 2019, de <https://www.crediservir.coop/linea.asp?codigo=11&/portal-transaccional>
- Crediservir. (2017). *Quiénes Somos*. Recuperado el 2019, de <https://www.crediservir.coop/subpagina.asp?codigo=1&/quienes-somos>
- Crediservir. (Junio de 2018). *Estatuto de la Cooperativa especializade de ahorro y credito Crediservir*. Obtenido de <https://www.crediservir.coop/imagenes/userfiles/file/estajunio2018.PDF>
- Crediservir. (31 de julio de 2019). *Crediservir sucursales*. Recuperado el 6 de septiembre de 2019, de <https://www.crediservir.coop/sucursales.asp>
- Crediservir. (s.f.). *Asociados*. Recuperado el 16 de Mayo de 2019, de <https://www.crediservir.coop/home.asp>
- Crediservir.coop. (2016). *Historia*. Obtenido de <https://www.crediservir.coop/subpagina.asp?codigo=2&/nuestra-historia>
- DANE. (2005). *Boletin del censo general de la ciudad de Ocaña*. Ocaña.
- DANE. (2018). *Censo nacional de poblacion y vivienda*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/infografias/info-CNPC-2018total-nal-colombia.pdf>
- Davila, R. (2004). *Innovación y éxito en la gerencia cooperativa : casos exitosos de cooperativas rurales de ahorro y crédito*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 2019, de

[http://www.ruralfinanceandinvestment.org/sites/default/files/1155819526739\\_Colombia.pdf\\_1\\_.pdf](http://www.ruralfinanceandinvestment.org/sites/default/files/1155819526739_Colombia.pdf_1_.pdf)

Duque, I. (21 de Noviembre de 2013). *El Sector Solidario*. Recuperado el 2019, de

<https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/11/21/el-sector-solidario/>

Edukativos. (09 de Mayo de 2016). *Selección de la muestra, determinación del universo*.

Recuperado el 25 de Abril de 2019, de

<https://www.edukativos.com/apuntes/archives/11370>

Gabinete municipal de Ocaña. (2016). *Plan de desarrollo de Ocaña 2016-2019*. Ocaña.

Gallo, R. A. (2019). *Historia y evolución de plataformas E-learning*. Obtenido de

<https://www.preceden.com/timelines/350381-historia-y-evoluci-n-de-plataformas-e-learning>

García, L. (2017). *Crediservir ante la crisis*. Ocaña: Fundación editora social de San Gil.

MINTIC. (26 de Mayo de 2015). *MINTIC*. Recuperado el 2019, de

<https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-9528.html>

Mundo-virtual.com. (2016). *Definición de realidad virtual*. Obtenido de [http://mundo-](http://mundo-virtual.com/que-es-la-realidad-virtual/)

[virtual.com/que-es-la-realidad-virtual/](http://mundo-virtual.com/que-es-la-realidad-virtual/)

Orgsolidarias.gov.co. (2019). *¿Qué es una cooperativa y cómo se conforma?* Obtenido de

<https://www.orgsolidarias.gov.co/qu%C3%A9-es-una-cooperativa-y-c%C3%B3mo-se-conforma>

Pacheco, C., Quintero, B., Guerrero, L., & Moreno, E. (Junio de 2018). INNOVACIÓN Y

TECNOLOGÍA EN EL TERCER SECTOR: PARADIGMAS Y DESAFÍOS. *Revista*

*Colombiana de Tecnologías de Avanzada*, 1(33), 62-68. Recuperado el 2019, de

[http://revistas.unipamplona.edu.co/ojs\\_viceinves/index.php/RCTA/article/view/3323/182](http://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/RCTA/article/view/3323/182)

6

Plan de desarrollo es la hora de Ocaña. (2016). *Plan de desarrollo 2016-2019*. Ocaña.

Portafolio. (24 de Agosto de 2016). *Portafolio*. Recuperado el 2019, de

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/la-tecnologia-esta-cambiando-la-manera-de-hacer-negocios-499869>

Presidencia de la república. (21 de Junio de 1989). *Función Pública*. Recuperado el 2019, de

<http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=5991>

Presidencia de la república. (07 de Julio de 1989). *Unidad Administrativa Especial de*

*Organizaciones Solidarias*. Recuperado el 2019, de <https://www.orgsolidarias.gov.co/la-entidad/normatividad/decretos/decreto-1481-de-1989>

Presidencia de la república. (27 de Diembre de 2006). *Sistema Único de Información Normativa*.

Recuperado el 2019, de <http://www.suin->

[juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1547487](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1547487)

Presidencia de la república. (16 de Septiembre de 2008). *Sistema Único de Información*

*Normativa*. Recuperado el 2019, de <http://www.suin->

[juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1531091](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1531091)

Riquelme, M. (23 de Junio de 2017). *Teoría de la ventaja competitiva* . Obtenido de

<https://www.emprendices.co/teoria-la-ventaja-competitiva/>

Rivas, L. (2009). Evolución de la teoría de la organización. *Revista Universidad y Empresa*, 17,

11-32. Recuperado el 2019, de [https://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/57/575586aa-4e66-467c-a0e7-5b3e25539cd1.pdf](https://www.urosario.edu.co/urosario_files/57/575586aa-4e66-467c-a0e7-5b3e25539cd1.pdf)

- Román, M. E. (2016). *Plataformas virtuales para el desarrollo de cursos online*. Obtenido de [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/formacion\\_virtual/metodologia/roman.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/formacion_virtual/metodologia/roman.htm)
- Salas, R. (26 de febrero de 2014). *La historia del E-commerce*. Recuperado el 14 de mayo de 2019, de <https://culturacolectiva.com/tecnologia/la-historia-del-e-commerce>
- Serrano, R., Jaramillo, F., & Monsalve, A. (2017). *historia del cooperativismo en colombia*. (j. e. enciso, Ed.) Recuperado el 2019
- Serrano, R., Jaramillo, F., & Monsalve, A. (2017). *Historia del Cooperativismo en Colombia*. Jose Enrique Corrales. Recuperado el 2019
- Tamayo, A. (1999). *Teoría general de sistemas*. Recuperado el 2019, de <http://bdigital.unal.edu.co/57900/1/teoriageneraldesistemas.pdf>
- Van Dalen, d. D., & Meyer, W. (12 de Septiembre de 2006). *La investigacion descriptiva*. Recuperado el Abril de 2019, de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Yong, L., Rivas, L., & Chaparro, J. (2010). Modelo de aceptación tecnológica (TAM): un estudio de la influencia de la cultura nacional y del perfil del usuario en el uso de las TIC. *Revista Innovar*, XX(36), 187-203.

# Apéndices

## Apéndice A. Modelo encuesta.



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Objetivo de la encuesta:** Analizar el impacto del portal corporativo de la Cooperativa Crediservir en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

<b>Género:</b> <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M
<b>Edad:</b> Menos de 18 <input type="checkbox"/> Entre 18 y 40 <input type="checkbox"/> Entre 40 y 60 <input type="checkbox"/> Más de 60 <input type="checkbox"/>
<b>Estrato socioeconómico:</b> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>
<b>Tiempo de asociado:</b> Menos de 1 año <input type="checkbox"/> De 1 a 4 años <input type="checkbox"/> De 4 a 7 años <input type="checkbox"/> Más de 7 años <input type="checkbox"/>
<b>Estado actual en la Cooperativa:</b> Activo <input type="checkbox"/> Inactivo <input type="checkbox"/>
<b>Línea de créditos que maneja:</b> Línea Ordinaria <input type="checkbox"/> Educación <input type="checkbox"/> Línea CDAT <input type="checkbox"/> Volviendo al campo <input type="checkbox"/> Protección del medio ambiente <input type="checkbox"/>
<b>Productos de ahorro:</b> Ahorro Rindediario <input type="checkbox"/> Ahorro Contractual <input type="checkbox"/> Ahorro Juvenil <input type="checkbox"/> Ahorra todo <input type="checkbox"/> Mis ahorros <input type="checkbox"/> CDAT <input type="checkbox"/>

**1. ¿Tiene conocimiento de la existencia del portal transaccional de la Cooperativa Crediservir?**

\*Si su respuesta es "Sí" pase a la siguiente pregunta, pero si su respuesta es "No" pase a la pregunta N° 4.

SÍ                       NO

**2. ¿Los miembros de su núcleo familiar conocen el portal transaccional?**

SÍ                       NO

**3. ¿A través de qué medio conoció usted el portal?**

Redes sociales     Voz a voz     Televisión     Radio     Cooperativa     Mensaje texto

**4. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca del portal?**

Redes sociales     Mensaje texto     Televisión     Radio     Cooperativa

**5. ¿Usted hace uso del portal?** \*Solo si su respuesta es "Sí" continúe con la encuesta, en caso de ser "No" pase a la pregunta N° 9.

SÍ                       NO

**6. ¿Indique la frecuencia con que usted utiliza cualquiera de los siguientes servicios a través del portal?**

Ítem	Nunca	Algunas veces	Siempre
Compras por internet.			
Pagos de servicios públicos (telefonía móvil, tiquetes aéreos, luz, entre otros).			
Transferencias entre cuentas de crediservir.			
Transferencias cuentas de las cooperativas a filiadas a la Red Coopcentral.			
Transferencias entre cuentas interbancarias.			
Consulta de movimientos.			
Consulta de saldos.			

**7. A continuación, señale los beneficios que le brinda el uso del portal.**

Ítem	Sí	No
Agilidad y facilidad para la realización de cualquier operación.		
Reducción en el manejo de efectivo.		
La prestación del servicio las 24 horas.		
Monitoreo permanente de las transacciones.		
Mayor seguridad en las operaciones.		
Ahorro de tiempo y dinero al no tener que salir de casa.		

**8. ¿Qué dificultades ha tenido al momento de acceder o hacer uso del portal?**

Ítem	Sí	No
Desconocimiento de los requisitos de inscripción.		
Desconocimiento de los pasos para ingresar al portal.		
Problemas con la contraseña o nombre de usuario.		
Uso de captchas (no soy un robot o digitación de caracteres).		
Inconsistencia o fallas con la página web de la cooperativa.		

**9. ¿Cuál es la razón o motivo por el que no hace uso del portal?**

Ítem	Sí	No
Desconocimiento de la existencia del portal.		
Preferencias por realizar los servicios de manera presencial.		
Falta de dispositivos tecnológicos para hacer uso del portal.		
Inseguridad con el suministro de información personal.		
Inexperiencia con el uso de aplicaciones.		
Otra ¿cuál?:		

**10. ¿Qué acciones cree usted que deba implementar la cooperativa para que haya mayor uso del portal?**

Ítem	Sí	No
Brindar capacitación permanente respecto al uso del portal.		
Promover el uso del portal por medio de campañas de sensibilización.		
Realizar alianzas con colegios, universidades, sector empresarial, presidentes de JAC y líderes sociales para enseñarles el uso del portal.		
Optimizar la rapidez de la página web.		
Mejorar el diseño de la página web para facilitar el uso de la misma.		
Delegar practicantes para que le enseñen a las personas a utilizar el portal.		
Otra ¿cuál?:		

**¡Gracias por su colaboración!**