



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

INGENIEROS EN FINANZAS

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COOPAC-AUSTRO LTDA., EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, EN LA CIUDAD DE MACAS”

Shirley Patricia Jaramillo Vélez

Israel David López Román

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

Certificación del tribunal

Luego de haber revisado la elaboración del presente trabajo, y una vez que cumple con todas las condiciones exigidas por la Facultad de Administración de Empresas y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, nosotros, Director y Miembro del Tribunal de Grado de la Tesis denominada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COOPAC AUSTRO LTDA., EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, EN LA CIUDAD DE MACAS”** certificamos que el presente trabajo investigativo ha sido desarrollado en su totalidad por los autores y prolijamente revisado.

Ing. Juan Carrasco

Director de Tesis

Dr. Rodney Eduardo Mejía Garcés

Miembro del Tribunal

Certificado de autoría

“Nosotros, Shirley Jaramillo e Israel López, somos responsables de las ideas y doctrinas propuestas, así como de los resultados expuestos en el presente trabajo de investigación, y certifico que los Derechos de Autoría pertenecen a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”

Shirley Patricia Jaramillo Vélez

Israel David López Román

Dedicatoria

Dedicamos este triunfo a quienes en todo momento nos llenaron de amor y apoyo, y sobre todo, nos brindaron su confianza:

A Dios Todopoderoso y a la Virgen Purísima de Macas, por iluminarnos y siempre estar con nosotros en los buenos y sobre todo en los malos momentos.

A nuestros Padres: pilares fundamentales en nuestras vidas, ejemplo de trabajo y constancia, quienes nos han brindado todo el apoyo necesario para alcanzar nuestras metas. Los queremos mucho son dignos de nuestro amor y respeto.

A nuestros hermanos (as), sobrinos (as) queridos, a todos y cada uno de nuestros familiares, por estar junto a nosotros apoyándonos para alcanzar nuestras metas. Este triunfo lo compartimos con ustedes.

Agradecimiento

Al culminar este trabajo es grato presentar nuestro reconocido agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas, a la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera Ingeniería Financiera, y a nuestros queridos maestros, por los conocimientos impartidos durante nuestra vida estudiantil, por formar profesionales con conocimientos sólidos, valores éticos y morales que contribuirán en nuestro desarrollo.

A nuestros amigos leales que comprendieron junto a nosotras el verdadero sentido de la amistad.

Índice de contenido

Portada	I
Certificación del tribunal.....	II
Certificado de autorización.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de figuras.....	IX
Índice de gráficos.....	IX
Índice de cuadros.....	X
Índice de anexos.....	XI
Introducción	XII
CAPÍTULO I.....	1
1. GENERALIDADES DE LA COAC “COOPAC - AUSTRO” LTDA.	1
1.1. Reseña histórica.....	1
1.2. Base legal.....	3
1.3. Misión.....	3
1.4. Visión.....	3
1.5. Valores institucionales.....	4
1.6. Estructura de la COAC “COOPAC-AUSTRO” Ltda.	5
1.6.1 Organigrama estructural.....	5
1.6.2 Organigrama funcional	6
1.7. Objetivos	7
1.7.1 Objetivos de la cooperativa	9
1.7.1.1 Objetivo general.....	9
1.7.1.2 Objetivos específicos	9

1.8. Servicios de la cooperativa.....	9
CAPÍTULO II.....	11
2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA COAC “COOPAC-AUSTRO” LTDA	11
2.1. Situación actual de la cooperativa.....	11
2.2. Factores del macroentorno.....	11
2.2.1 Identificación de factores claves del macroentorno.....	14
2.2.2 Matriz de prioridades de factores externos.....	16
2.2.3 Perfil estratégico externo.....	17
2.3. Análisis interno.....	17
2.3.1 Perfil estratégico interno.....	19
2.4. Análisis de la matriz FODA.....	20
CAPÍTULO III.....	21
3. Marco propositivo.....	21
3.1. Estudio de mercado.....	21
3.1.1 Perspectiva de clientes.....	21
3.1.2 La competencia.....	23
3.1.3 Estrategias.....	24
3.1.4 Mercado social.....	26
3.1.5 Indicadores crediticios.....	27
3.1.6 Oferta.....	29
3.1.7 Demanda.....	32
3.1.7.1 Recopilación de la información.....	34
3.1.7.2 Matriz de proyección de la población de Macas.....	35
3.1.7.3 Mercado objetivo.....	36
3.1.7.4 Muestra.....	36

3.2. Estudio técnico	50
3.2.1. Localización.....	50
3.2.1.1. Macrolocalización	51
3.2.1.2. Microlocalización.....	51
3.2.2 Estructura organizacional	53
3.2.2.1. Organigrama estructural	54
3.2.2.2. Orgánico funcional	55
3.2.3 Ingeniería del proceso de crédito	58
3.2.3.1 Procesos para el otorgamiento de crédito.....	59
3.3 Estudio financiero	66
3.3.1. Matriz de inversiones	66
3.3.2. Calculo de los ingresos	66
3.3.3. Estado de resultados proyectado	68
3.3.4. Flujo de caja	69
3.4. Evaluación financiera	71
3.4.1. Valor actual neto	71
3.4.4. Tasa interna de retorno.....	72
3.4.5. Relación beneficio-costos.....	74
3.4.6. Periodo de recuperación de la inversión.....	75
CAPÍTULO IV.....	77
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
4.1 Conclusiones.....	77
4.2 Recomendaciones.....	78
RESUMEN.....	79
SUMMARY.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	81

Anexos.....	83
-------------	----

Índice de figuras

No. Titulo	Página
1. Organigrama de la cooperativa.....	5
2. Población de Morona 2010	35
3. Macrolocalización	51
4. Organización estructural	54
5. Flujograma para la concesión de un crédito	63

Índice de gráficos

No. Titulo	Página
1. Sexo	38
2. Porcentaje de confianza	39
3. Conocimientos de instrumentos financieros	40
4. Tasa de pago por dinero en ahorros	41
5. Solicitudes de línea de crédito	42
6. Cooperativas de Ahorro y Crédito	43
7. Institución financiera donde guarda su dinero	44
8. Oferta de servicios.....	45
9. Requerimientos de servicios.....	46
10. Apertura de cuenta	47
11. Motivación para apertura de cuenta	48

Índice de cuadros

No. Titulo	Página
1. Factores Claves del Macroentorno.....	14
2. Matriz de Prioridades Factores Externos.....	16
3. Perfil estratégico Externo.....	17
4. Perfil estratégico Interno.....	19
5. FODA	20
6. Productos Financieros.....	29
7. Proyección de la oferta en base a datos históricos	29
8. Proyección de la oferta del total de la cartera en Macas	30
9. Proyección de la oferta de Microcrédito	31
10. Demanda por tipo de crédito	32
11. Demanda Insatisfecha.....	33
12. Matriz de Proyección de la Población de Macas	35
13. Sexo	38
14. Confianza de los ciudadanos en las IFIS	39
15. Conocimientos de instrumentos financieros	40
16. Tasa de pago por dinero en ahorros	41
17. Solicitudes de líneas de crédito	42
18. Cooperativas de Ahorro y Crédito	43
19. Institución financiera donde guarda su dinero	44
20. Oferta de servicios.....	45
21. Requerimientos de servicios.....	46
22. Apertura de cuenta.....	47
23. Motivación para apertura de cuenta	48
24. Matriz de localización	52

25. Jefe de Agencia.....	55
26. Cajeros	56
27. Jefe de Crédito	57
28. Oficial de Crédito	58
29. Matriz de Inversiones	66
30. Tabla de amortización	67
31. Estado de Resultados Proyectado	68
32. Flujo de caja	69
33. Valor Actual Neto.....	72
34. Valor Actual Neto (-).....	73
35. Ingresos Actualizados	74
36. Período de recuperación de la inversión	75
37. Resumen de Indicadores.....	76

Índice de anexos

No.	Titulo	Página
1.	Modelo de Encuesta.....	84
2.	Tabla Sectorial.....	87
3.	Tasas de Interes.....	89

Introducción

Esta investigación está enfocada al análisis de la alternativa de la creación de una entidad financiera (cooperativa) para los ciudadanos de la provincia de Morona Santiago que desean ampliar o mejorar sus diferentes actividades con opciones de desarrollo económico.

El presente proyecto de factibilidad de creación de una agencia de la cooperativa de ahorro y crédito COOPAC-AUSTRO Ltda., en la provincia de Morona Santiago, ciudad de Macas muestra los desenlaces acerca del análisis del estudio de mercado, técnico legal y de la situación económica al cual está dirigido el grado de aceptación y perspectivas que se crean a las personas que harán uso de la cooperativa.

El análisis técnico, organizativo y legal, evidencia las necesidades que deben cubrir para efectuar el proyecto, enfocado en la parte logística, de planeación y su incidencia legal.

En lo técnico se orienta al tamaño y localización del proyecto así como al proceso que deberá aplicarse para obtener los beneficios requeridos.

En la situación económica se determinan los costos en el que se incurrirá con el proyecto, la inversión o costo total de la operación y los resultados que se esperan obtener. Cuantifica los recursos monetarios que se necesitaran para llevar a cabo el proyecto y señala las posibles fuentes de recursos financieros para cubrir los gastos.

La evaluación económica y social consiste en la estimación económica y financiera del proyecto, midiendo el resultado en el tiempo, así como su impacto social en la población involucrada.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES DE LA COAC “COOPAC - AUSTRO” LTDA.

Con las generalidades de la cooperativa se mencionará la reseña histórica, base legal, misión, visión, objetivos de la institución, valores institucionales de la cooperativa, la estructura organizacional y los servicios que presta la misma.

1.1. Reseña histórica

COOPAC – AUSTRO Ltda., orgullo vive tras este nombre tan reconocido, en primera instancia surgió como un sueño o simplemente como una idea de ahorros. A mediados del año 1982, entre planificaciones y reuniones de los socios de la cooperativa de transporte “Turismo Oriental”, se empezó a dar forma a este sueño, un sueño que ahora todos los socios de la cooperativa lo están viviendo.

Concretándose en la aprobación de estatutos y constituyéndose jurídicamente mediante acuerdo ministerial No. 000315 con fecha 6 de mayo de 1982.

Se vivió una etapa difícil a tratar de poner cimientos sólidos, una etapa en la cual todas las personas pensaban que para ser socio o adquirir beneficios de la cooperativa necesariamente debían tener una unidad de transporte, e incluso confundían que las oficinas de la cooperativa era de recepción de encomiendas o de adquisición de boletos.

Por lo que los socios posteriormente comenzaron a analizar la situación y dar un solución más acorde a la función que estaba creada la cooperativa, naciendo así la idea de un nuevo nombre e identidad de la cooperativa denominándolo con el nombre comercial de “COOPFINAUSTRO”, este nombre no pudo ser creado como marca ni inscrito jurídicamente, por lo que la cooperativa no trabajo más de unos cuatro meses, para fortalecer

estos cambios seguidos y drásticos de imagen, que solo lo único que lo graban era pérdida de la cooperativa, por lo tanto se inició una serie de estudios, análisis de estrategias de marketing e imagen y se lanza la idea de COOPAC – AUSTRO Ltda.; el cual orgullosamente todavía lo mantienen y es una empresa importante en nuestro medio.

Una vez reformados los estatutos mediante acuerdo ministerial No. 0000227 con fecha 26 de octubre del 2001 e inscrito en el Registro general de Cooperativas, la misma que mantiene su constitución jurídica hasta la presente fecha.

El Gerente de turno decidió darle una imagen gráfica a la cooperativa que era un óvalo de fondo verde bajo y tipografía azul inscrito “COOPAC – AUSTRO” Ltda. Un eslogan que decía impulsamos su desarrollo y un símbolo que eran 2 ángulos rectos invertidos azul y dos flechas 45 grados dentro de cada ángulo siendo similar a la cooperativa Riobamba y otra de Loja etc. Asumiéndose estos símbolos para manejar algunos elementos en las comunicaciones, poco después el símbolo cambia de acuerdo a la publicidad de eslogan y es adaptado por algunas dependencias.

Las fuentes tipográficas han variado de acuerdo a la espontaneidad y por falta de una guía, los colores institucionales han sido utilizados sin rigor.

Las publicaciones en prensa u otros medios de comunicación se han realizado teniendo en cuenta varios modelos propuestos por el departamento de diseño y marketing de la cooperativa, pero no se han establecido cuál debía ser el único.

Por estos motivos se considera de vital importancia la implantación y utilización de una sola marca, un nombre corporativo, una cromática corporativa y una tipografía definida que identifique de hoy en adelante a la identidad corporativa COOPAC AUSTRO LTDA.

1.2. Base legal

Concretándose en la aprobación de estatutos y constituyéndose jurídicamente mediante acuerdo ministerial No. 000315 con fecha 6 de mayo de 1982.

1.3. Misión

COOPAC-AUSTRO es una cooperativa financiera, comprometida con el desarrollo económico y social de nuestros socios(as); apoya al buen vivir mediante la diversificación de servicios financieros y no financieros eficientes y competitivos, en función de las necesidades de la comunidad, dirigidos a fortalecer la economía familiar y asociativa con responsabilidad y transparencia.¹

1.4. Visión

Somos una entidad financiera sólida, en permanente crecimiento, con tecnología de calidad, referente de las finanzas sociales en el austro ecuatoriano, que presta servicios financieros y no financieros eficientes, orientados a favorecer emprendimientos productivos que generen bienestar y crecimiento a la comunidad; cuenta con directivos y personal capacitados, responsables y comprometidos con el desarrollo local.²

¹ Plan estratégico de la Cooperativa COOPAC Austro Ltda. 2009-2013

² Plan estratégico de la Cooperativa COOPAC Austro Ltda. 2009-2013

1.5. Valores institucionales

Honestidad

Entendida como sinónimo de transparencia, honradez y manejo pulcro de todos los recursos de la institución tanto al interior de la cooperativa como en la relación con sus socios, buscando maximizar la satisfacción de nuestros socios. En este contexto, se la define también como la realización de acciones transparentes, correctas, libres de abusos, con responsabilidad social y verdad.

Solidaridad

Base fundamental de la filosofía del sistema cooperativo, que mediante la ayuda mutua persigue el bien común.

Compromiso y responsabilidad

Entendida como el cumplimiento adecuado de los derechos y obligaciones de cada uno de los miembros de la institución (directivos, empleados y socios).

Lealtad

Entendida como una actitud de fidelidad y compromiso con los socios y miembros de la sociedad, es decir, como aquel principio que privilegia una relación basada en el respeto mutuo tanto al interior de la cooperativa como fuera de ella.

Equidad

Entendida como la actitud de servicio sin privilegios, en igualdad de condiciones para todos los socios, tanto en el ejercicio de sus obligaciones como de sus derechos, en el marco de respeto a la normatividad interna vigente.

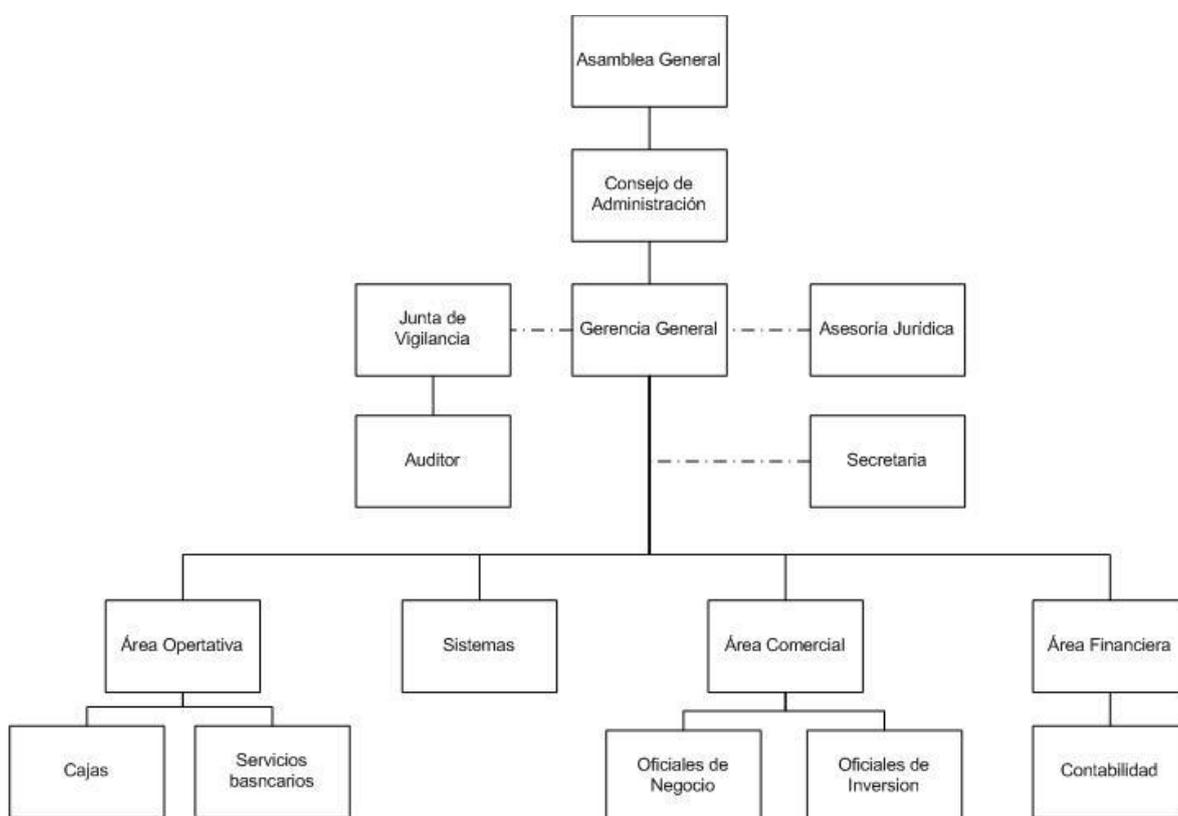
1.5. Estructura de la COAC “COOPAC-AUSTRO” Ltda.

La cooperativa de ahorro y crédito “COOPAC-AUSTRO” Ltda., se encuentra estructurada de la siguiente manera:

1.6.1 Organigrama estructural

Figura N° 1

Organigrama de la cooperativa



Fuente: Cooperativa COOPAC – AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

1.6.2 Organigrama funcional

Del consejo de administración³

- Se constituirá dentro de los 8 días siguientes a su elección y de su seno se elegirá al presidente que a la vez será de la cooperativa. En ausencia del presidente lo remplazará en sus funciones los vocales, en el orden numérico en que fueron elegidos.⁴
- Para ser miembro del consejo de administración se requiere ser socio de la cooperativa y haber recibido capacitación en cooperativismo. Cualquier circunstancia que implique la pérdida de la calidad de socio, hará cesar de inmediato al mandato del consejero afectado, el mismo que será remplazo por el suplente el resto del periodo para el cual haya sido nombrado.

Del consejo de vigilancia⁵

- Es el organismo encargado de fiscalizar y controlar las actividades del consejo de administración, gerencia de los administradores, de los jefes y empleados, es decir, todo lo referente a lo administrativo, financiero, económico, contable y servicios de la cooperativa. Estará integrado de acuerdo a lo que dispone el Art. 35 del reglamento general de la ley de cooperativas, tanto principales como suplentes, durarán en sus funciones dos años, pudiendo ser reelegidos hasta por un periodo similar.⁶

³ Art. 35, 37, 38 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

⁴ Art. 36 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

⁵ Art. 43, 44 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

⁶ Art. 41 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

- El consejo de vigilancia se reunirá dentro de 8 días de su elección con el objeto de nombrar de su seno al presidente y secretario, se reunirá por lo menos una vez a la semana y extraordinariamente las veces que las circunstancias lo exijan, sus decisiones serán tomadas por mayoría de votos.⁷

Del gerente⁸

- Es el responsable legal y administrador general de la cooperativa, podrá ser o no socio de la cooperativa, será nombrado por el consejo de administración, será considerado como empleado amparado en el código de trabajo y las leyes de seguridad social, durará dos años en sus funciones pudiendo ser reelegido.⁹
- El gerente no puede garantizar sus obligaciones personales con los bienes de la cooperativa; tampoco podrá garantizar obligaciones personales de los directivos o socios con los bienes sociales. Sin embargo, con autorización de los consejos de administración y vigilancia, podrá garantizar las obligaciones que contraigan los directivos o socios con entidades de crédito público o privado en la consecución de préstamos para los programas de la cooperativa.¹⁰

1.7. Objetivos¹¹

- Promover la cooperativa económica y social entre los asociados cuyo cumplimiento recibirá de estos aportes, depósitos, ahorro, depósitos a plazo fijo, efectuará cobros y pagos, y todas aquellas operaciones que sean necesarias para el fortalecimiento institucional y buenos servicios

⁷ Art. 42 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

⁸ Art. 46, 47 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

⁹ Art. 45 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

¹⁰ Art. 48 del estatuto de la COAC COOPAC-AUSTRO LTDA.

¹¹ Plan estratégico de la Cooperativa COOPAC Austro Ltda. 2009-2013

de sus miembros, dentro del marco legal permitido para las cooperativas.

- Otorgar préstamos a sus socios para fines de consumo, producción, vivienda, microempresa y demás de acuerdo a los reglamentos internos de administración y servicios de la entidad que se emitieren.
- Educar cooperativamente a sus socios, directivos y empleados por todos los medios a su alcance.
- Integrar a los organismos cooperativos nacionales como FECOAC, Banco de Cooperativas del Ecuador y Cooperativas de Seguros del Ecuador, a fin de cumplir los postulados sociales y económicos de la doctrina de la cooperación y ofrecer a sus miembros los mejores servicios educativos, créditos, etc.
- Procurar y buscar formas de integración, cooperativa provincial, nacional e internacional.
- Abrir sucursales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “COOPAC-AUSTRO” Ltda., a nivel local, provincial y nacional, cumpliendo con todos los requisitos de ley y previa autorización de los organismos pertinentes de control.
- Obtener fuentes de financiamiento interno y externo para el desarrollo de la institución y sus asociados.
- Realizar otras actividades tendientes al mejoramiento económico, social y profesional de la agrupación, dentro de los principios y normas de la cooperativa.
- Gestionar partidas presupuestarias a través de los Gobiernos Seccionales, Nacionales e Internacionales y ONG a fin de incrementar el capital a ser distribuido entre los socios.
- Establecer alianzas estratégicas mediante convenios con organizaciones, fraternas cooperativas a nivel nacional e internacional, que permita realizar pasantías a socios, dirigentes y empleados, a fin

de intercambiar conocimientos y experiencias a ser aplicadas en la cooperativa.¹²

1.7.1 Objetivos de la cooperativa

La cooperativa de ahorro y crédito “COOPAC-AUSTRO” Ltda. mantiene los siguientes objetivos:

1.7.1.1 Objetivo general

Ser una cooperativa reconocida a nivel local y nacional en la prestación de servicios financieros, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

1.7.1.2 Objetivos específicos

- Prestar un servicio eficiente, eficaz y efectivo en el manejo de la cartera de créditos con el propósito de ahorrar tiempo y recursos a los socios.
- Incorporar nuevos y mejores servicios acordes con las necesidades y requerimientos de los socios.
- Tener un crecimiento del 10% anual en captación de socios.
- Buscar socios estratégicos en diferentes lugares del país, con el objeto de establecer alianzas estratégicas.
- Actualizar constantemente a nuestro personal de los cambios que se incorpore en la cooperativa, con el objeto de informar correctamente a nuestros socios y evitar cualquier percance con el manejo de sus cuentas.¹³

1.8. Servicios de la cooperativa

Dentro de los múltiples servicios que presenta la cooperativa se pueden encontrar:

Ahorro

¹² Plan estratégico de la Cooperativa COOPAC Austro Ltda. 2009-2013

¹³ Plan estratégico de la Cooperativa COOPAC Austro Ltda. 2009-2013

Ahorro programado: Es un servicio que le permite al socio/cliente acumular un determinado monto de ahorro mediante depósitos mensuales a una cuenta de ahorro programado. A una tasa preferencial de ahorro por el tiempo establecido.

Inversiones

Créditos

- Crédito prendario
- Crédito hipotecario
- Crédito de consumo
- Microcrédito

Servicios varios:

Bono de desarrollo humano

Seguro obligatorio contra accidentes de tránsito (SOAT)

Pago de servicios básicos

- Energía eléctrica (EERCS)
- ETAPA
- CNT
- Rapipagos

Giros de dinero

- Moneygramm
- Ecuatransfer
- Giros easysoft

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA COAC “COOPAC-AUSTRO” LTDA.

Con el diagnóstico estratégico de la cooperativa, analizaremos los factores claves tanto externos como internos, los mismos que se resumirán en una matriz FODA, permitiéndonos conocer la situación real de la cooperativa.

2.1. Situación actual de la cooperativa.

En este punto del análisis situacional se intenta encontrar diversos aspectos de distinta índole que al estar relacionados con la cooperativa, tienen influencia sobre ella, a través de este apartado se podrá tener fundamentos suficientes para sustentar la propuesta objeto del presente trabajo.

Existen factores que influyen directa o indirectamente en el desenvolvimiento cotidiano de las actividades de la cooperativa, los mismos que deben tener un claro conocimiento de la evolución de cada variable tanto económico, político, socioculturales, ambientales, estructurales, tecnológicos, administrativo-organizacional e implicados, así como conocer las preferencias y necesidades de los individuos a los cuales van dirigidos los servicios, además de poseer un elevado nivel cognoscitivo que les permita optimizar tiempo y recursos.

2.2. Factores del macroentorno

En el macro entorno es necesario un análisis basado en todo aquello ajeno (externo) a la entidad financiera, es decir lo que no podemos controlar, manejar e influir, que esta fuera de nuestro alcance.

Existen factores que influyen directamente en el desenvolvimiento de las actividades diarias de la cooperativa, los mismos que tienen un claro conocimiento de la evolución de cada variable tanto económica, política y

social, así como las preferencias y necesidades de las personas a las cuales van dirigidos los servicios.

El país vive un constante cambio, caracterizado por sucesos políticos, económicos y sociales debido a las reformas que el gobierno está implantando, lo que nos impide tomar decisiones a largo plazo. Es necesario analizar el macroentorno para poder determinar las oportunidades y amenazas que rodean a la cooperativa. Este no pretende elaborar una lista exhaustiva de todos los factores que podrían influir en los servicios que presta la entidad financiera, por el contrario, su propósito es identificar las variables claves que prometen respuestas en forma defensiva, ya sea a través de estrategias que les permita aprovechar las oportunidades y reducir al mínimo el impacto que pueden causar las amenazas sobre la institución financiera.

Entre los factores externos que pueden afectar directa o indirectamente a la cooperativa tenemos los siguientes:

- **Factores económicos.**-Tienen consecuencias directas sobre el desarrollo de la cooperativa, en el supuesto de la devaluación del dólar en relación a las distintas monedas que fluctúan a nivel mundial, ya que impedirá el normal desenvolvimiento de los servicios que presta la empresa.
- **Factores sociales.**- Los cambios sociales que se provocan por justa aspiración de la población, ocasionan en la mayoría de los casos paralizaciones, enfrentamientos, que afectan directamente al avance de cada una de las actividades de servicio financiero que desarrolla la cooperativa.
- **Factores medioambientales.**- Los cambios climáticos que se están generando a nivel mundial afectan a la cadena logística en la colocación y el movimiento de créditos, especialmente de los pueblos pequeños, ya que son los principales solicitantes de servicios

financieros. Esto dificulta el cumplimiento normal de los plazos establecidos en el despacho de los créditos a los clientes debido a que algunos desisten de estos.

- **Factores políticos, gubernamentales y legales.-** Los gobiernos son importantes reguladores, desreguladores, empleadores y clientes de las organizaciones, por consiguiente pueden representar oportunidades o amenazas claves para la empresa.

En el caso de la cooperativa por ser una institución financiera que depende notablemente de las regulaciones de la superintendencia de bancos y seguros y del ministerio de inclusión económico y social (MIES).

- **Factores tecnológicos.-** El contar con un sistema tecnológico actual facilita el cumplimiento eficiente de las diferentes funciones que desempeñan los profesionales de la cooperativa, al prestar servicios financieros es necesario contar con un sistema computarizado que permita registrar todos los movimientos financieros.
- **Factores de competencia.-** Una parte importante del análisis externo consiste en identificar a los rivales y determinar sus fuerzas, debilidades, capacidades, oportunidades, amenazas, objetivos y estrategias.

La cooperativa funcionando como una institución financiera, debe enfrentar retos constantes, al existir numerosas exigencias de cada uno de los socios, sobre la rapidez en el servicio que se ofrece, debe capacitar constantemente a su personal sobre las reformas en las leyes, manteniéndose así un paso delante de la competencia.

2.2.1 Identificación de factores claves del macroentorno

Cuadro N° 1
Factores claves del macroentorno

Dimensión económica			
Factores	Comportamiento	Impacto en la cooperativa	Implicados
E.1 Deuda externa	Ascendente Con una deuda externa elevada el gobierno no puede satisfacer las necesidades de los sectores.	Ocasiona un deterioro de la economía interna por la limitación de los recursos destinados a solventar el desarrollo social	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Socios • Clientes • Empleados
E.2 Crisis europea	Elevada Se produce por el riesgo del país, no se desarrolla normalmente el trabajo.	Ocasiona el declive en las remesas de los migrantes que envían del exterior.	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Cooperativa • Socios.
E.3 Índices de precios al consumidor	Ascendente Los productos suben y la alimentación no es la adecuada.	<ul style="list-style-type: none"> • Poca oferta de servicios. • Elevación de precios en materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa • Empleados • Socios
E.4 Riesgo país	Variable Actualmente el riesgo país se sitúa en 803 ¹⁴ puntos al 23 de	Hay un nivel elevado para inversión interna y externa de inversionistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa • Socios

¹⁴http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

	Marzo de 2012; con una máxima de 808 y una mínima de 786 puntos.		
Dimensión político - legal			
Factores	Comportamiento	Impacto en la cooperativa	Implicados
PL. 1 Aprobación de leyes	Se seguirán aprobando nuevas leyes.	Provocan reformas como el incremento salarial, realizan cambios en las políticas para establecer tareas de interés.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa • Empleados • Socios • Competencia
Dimensión tecnológica			
Factores	Comportamiento	Impacto en la cooperativa	Implicados
T1 Actualización periódica de equipos.	La empresa ante la automatización responde a una modernización urgente en cuanto a la actualización de sus sistemas.	De los proyectos elaborados entre los primeros esta la ampliación y el mejoramiento de sus servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Socios • Tecnología • Empleados
T2 Cajeros automáticos	Permite su expansión en la ciudad y su reconocimiento inmediato.	Permite tener mayor captación de socios por las facilidades que brinda para retirar su dinero en horas no laborables.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa • Clientes • Socios

T3 Acceso a internet	Existe mayor acceso a internet.	Fluidez en movimientos transaccionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa • Socios • Clientes
Dimensión medioambiental			
Factores	Comportamiento	Impacto en la cooperativa	Implicados
MA1 Los cambios climáticos	La cadena logística en el movimiento financiero se ve afectada por los constantes cambios provocados por el descuido al medio ambiente.	Dificultad en el cumplimiento normal del otorgamiento de créditos a los socios.	<ul style="list-style-type: none"> • Socios. • Empleados.

Fuente: Factores claves del macroentorno.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

2.2.2 Matriz de prioridades de factores externos

Cuadro N° 2

Matriz de prioridades factores externos

Probabilidad de Ocurrencia	Alto	E3, T1, T3	PL1	---
	Medio	E4	E2	E1
	Bajo	---	---	MA1
		Alta	Media	Baja
Probabilidad de impacto				

Fuente: Factores claves del macroentorno

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

2.2.3 Perfil estratégico externo

Cuadro N° 3
Perfil estratégico externo

FACTOR	Calificación del impacto				
	Amenaza		Normal	Oportunidad	
	Gran amenaza	Amenaza	E	Oportunidad	Gran oportunidad
Deuda externa		●			
Crisis europea		●	●		
Índices de precios al consumidor			●		
Aprobación de leyes		●	●		
Actualización periódica de equipos					●
Cajeros automáticos					●
Acceso a internet				●	
Los cambios climáticos		●			
Riesgo país		●			

Fuente: Factores claves del macroentorno
Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Podemos observar oportunidades con situaciones normales que deberán ser aprovechadas, es necesario neutralizar las amenazas para que su impacto no sea evidente en el desarrollo normal de las actividades de la cooperativa.

2.3. Análisis interno

El análisis interno permitirá identificar aquellos factores que se originan al interior de la entidad financiera, motivo que induce dedicación, tiempo y esfuerzos necesarios para conocer a fondo la competencia, para lo cual es

necesario estudiar el mercado lo que nos permitirá conocer la satisfacción o insatisfacción de la población con respecto a los servicios.

En este análisis se identifican y evalúan las fortalezas y debilidades de la cooperativa, en sus diferentes áreas funcionales, entre ellas administración, finanzas, su servicio y recurso humano.

Las variables que se han tomado en cuenta para el análisis interno de la cooperativa son las siguientes:

- **Estructura organizacional**

La cooperativa cuenta con una estructura organizacional dividida por departamentos, cada uno de estos con funciones específicas las mismas que aplican y permiten desarrollar adecuadamente las diferentes actividades, entorno al servicio que presta la entidad financiera. La misión y la visión establecidas por la empresa le han permitido definir claramente los objetivos y metas a alcanzar obteniendo así el éxito financiero tan anhelado.

- **Recurso humano**

Cada persona que presta sus servicios en la cooperativa, tiene puntualizada sus funciones y existe un buen ambiente, constituido por compañerismo, amabilidad y respeto entre los empleados, además el personal siente orgullo de pertenecer a la cooperativa.

- **Recursos materiales**

Pensando en brindar un mejor servicio al cliente ha adquirido una unidad de transporte para la visita de clientes en sectores rurales de la ciudad para la oferta de los productos financieros y en cuanto a sus instalaciones la cooperativa está ubicada en un sitio estratégico, centro de la ciudad. En lo referente a sucursales estará abriendo agencias en la zona del austro ecuatoriano para atender eficientemente a los socios.

- **Marketing**

La cooperativa posee una página web muy informativa acerca de sus productos y servicios, y posee un plan de marketing estructurado, pero cabe mencionar que no se lo cumple en su totalidad.

2.3.1 Perfil estratégico interno

Cuadro N° 4
Perfil estratégico interno

Factor	Calificación del impacto		
	Fortalezas	Normal	Debilidades
Estructura organizacional	●		
Recurso humano	●		
Recursos materiales	●		
Marketing			●

Fuente: Investigación
Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

2.4. Análisis de la matriz FODA

Cuadro N° 5

FODA

Oportunidades	Amenazas
Actualización periódica de equipos Cajeros automáticos Acceso a internet	Deuda externa Aprobación de leyes Cambios climáticos Riesgo país
Fortalezas	Debilidades
Estructura organizacional Recurso humano Recursos materiales	Marketing

Fuente: Investigación

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

CAPÍTULO III

3. MARCO PROPOSITIVO

Estudio del proyecto de factibilidad para la apertura de una agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “COOPAC–AUSTRO” Ltda., en la provincia de Morona Santiago, en la ciudad de Macas.

3.1. Estudio de mercado

En el estudio de mercado se utilizará como metodología la recopilación de información por fuentes secundarias, “en vista que se puede solucionar el problema sin necesidad de que se obtenga información de fuentes primarias, y por eso, son las primeras que deben buscarse”¹⁵

3.1.1 Perspectiva de clientes

En esta perspectiva, las organizaciones identifican los segmentos de clientes y mercado en que ha elegido competir, estos segmentos representan las fuentes que proporcionarían el componente de ingreso de los objetivos financieros de la entidad financiera. Esta perspectiva permite que la cooperativa equie sus indicadores claves sobre los clientes (satisfacción, fidelidad, retención, adquisición y rentabilidad) con los segmentos de clientes y mercados seleccionados. Además permite simplificar y medir de forma explícita las propuestas de valor agregado que entregarán a los segmentos de clientes y mercado seleccionado.

En cuanto a la proposición de valor que se dirige hacia los clientes podemos manifestar las siguientes:

¹⁵ BACA Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw Hill; 5Ta Edición, 2008. Pág. 19

- **Liderazgo en el producto.**

Una cooperativa que desea conseguir el liderazgo en el producto continuamente sitúa sus productos en la esfera de lo desconocido, lo no probado o lo muy deseable.

Sus operadores se concentran en ofrecer a sus clientes productos o servicios que superan los resultados de los productos o servicios existentes. Lo que un líder de producto ofrece a sus socios es el mejor producto.

Las cooperativas líderes se caracterizan principalmente porque:

- Se especializan en invención, desarrollo de productos y explotación del mercado.
- Son muy creativas y rápidas a la hora de vender sus ideas.
- Organizan su trabajo por etapas, definen claramente los objetivos de cada una así como los plazos en los que se deben cumplir.

- **Cercanía con el cliente.**

Las instituciones financieras que mantienen relaciones importantes con sus clientes no ofrecen lo que el mercado quiere, sino lo que un determinado cliente quiere. Este tipo de entidades tiene como objetivo conocer a sus clientes, los productos y servicios financieros que estos necesitan. Continúan modificando sus productos y servicios, y lo hacen a precios razonables.

Las entidades financieras con cercanía se caracterizan porque:

- Cultivan relaciones a largo plazo con sus clientes.
- Desarrollan un profundo conocimiento y perspicacia acerca de los procesos de sus clientes.

- Por regla general ofrecen a sus clientes más de lo que estos esperan.
 - Se concentran a retener a sus clientes y en el valor de por vida de un consumidor individual.
 - Ofrecen productos y servicios a la medida de sus clientes.
 - Delegan la toma de decisiones en los empleados que trabajan más cerca de sus clientes.
- **Excelencia operacional.**

Las entidades financieras operativamente excelentes ofrecen una combinación de calidad, precio y facilidad de sus productos que ninguna otra entidad de ese mercado puede ofrecer. Funcionan muy bien y garantizan a sus clientes precios bajos y/o un servicio rápido y eficiente.

Las entidades operativamente excelentes se caracterizan porque:

- Se centran en la eficiencia y en la coordinación de sus esfuerzos.
- Optimizan y perfeccionan los procesos.
- Se espera que todo el mundo conozca las normas y se sepa qué tiene que hacer.
- Desarrollan relaciones muy estrechas y francas con sus acreedores.
- Detestan malgastar y recompensan la eficiencia.

3.1.2 La competencia

Toda empresa u organización enfrenta una serie de competidores. Para tener éxito es necesario satisfacer las necesidades y los deseos de los socios y/o cliente mejor como lo hacen los competidores.

Es necesario saber quiénes van a competir con la cooperativa. Las cooperativas de ahorro y crédito deben adaptarse no sólo a las

necesidades de los clientes y/o socios, sino también a las estrategias de otras cooperativas o banca que atienden a los mismos sectores.

No existe una estrategia competitiva que funcione para todas las cooperativas de ahorro y crédito, cada cooperativa debe considerar su tamaño y su posición en el mercado en relación a sus competidores, y las cooperativas pequeñas también pueden elegir estrategias que les proporcionen ciertas ventajas.

Antes de iniciar la apertura de una agencia de la cooperativa es conveniente responder a las siguientes interrogantes como son:

- ¿Qué competidores se encuentra situados en el sector?
- ¿Qué productos y/o servicios financieros ofertan?
- ¿Qué medios de cobranza son utilizados para la recuperación de cartera?
- ¿Cuál es el nivel de posicionamiento de los competidores en el mercado local?
- ¿Qué políticas crediticias están utilizando para la oferta de los productos y/o servicios?
- ¿El sector es un mercado competitivo actualmente? ¿Por qué?
- ¿Qué productos financieros sustitutos pueden ser?
- ¿Cuál será la tendencia del sector en los próximos años?
- Al existir cooperativas, ¿cómo reaccionarían el mercado ante la presencia de la nueva agencia?

3.1.3 Estrategias

Se define como la anticipación de las oportunidades y amenazas con el fin de fortalecernos y adaptarnos a los cambios y conseguir una posición competitiva, sostenida en el tiempo.

Normalmente las grandes cooperativas requieren procesos más largos en la toma de decisiones, por lo que son más lentos y además se dirigen a

mercados más amplios, ya que son entidades financieras que buscan mayores rendimientos y además sus costos son más elevados.

La estrategia competitiva – comparativa tiene como objetivo el luchar por conseguir una posición competitiva mejor que la de nuestros competidores, esa posición se determina mediante lo que se conoce como ventaja competitiva, ya que no deja ser el motivo por el que el mercado se va a inclinar hacia nosotros, en lugar de hacía nuestros competidores; es decir, nuestra diferenciación que puede ser en la tasa de interés, en la calidad del servicio, en la funcionalidad, en el servicio, etc.

Como es lógico, las entidades financieras no poseen las mismas fortalezas que los grandes bancos.

Estrategia de clientes.- La estrategia basada en cómo enamorar a los clientes y sus tres variables básicas las podemos resumir en valor, precio y costo y nos define nuestra estrategia competitiva.

Estrategias en la gestión.- Como gestionamos los recursos: humanos, inmateriales, materiales y financieros y el control es el análisis de los resultados de nuestras decisiones en explotación, inversiones y financiación.

Estrategias de crecimiento.- Hace referencia a temas estratégicos relacionados con el desempeño de captaciones, colocaciones y capital de la cooperativa.

En lo que respecta al tema estratégico de captaciones se formularán objetivos para las principales líneas de negocio del pasivo: depósitos a la vista y depósitos a plazo.

En lo que respecta al tema estratégico de las colocaciones es necesario formular objetivos vinculados a cada una de las líneas de negocio de cartera tales como comercio, consumo, vivienda, etc.

Finalmente para el tema estratégico del capital se formularán objetivos para capital social y reservas.

Una vez definidos los objetivos estratégicos es fundamental que se definan el indicador y la meta para cada uno de ellos. En este proceso suele observarse que cuando el objetivo es difuso o le falta claridad es muy difícil poder definir para dicho objetivo un indicador y una meta, es mejor en cualquier caso redefinir el objetivo hasta que tenga la suficiente precisión.

Estrategia de inversiones.- En esta estrategia los temas son: liquidez y activos improductivos.

El tema estratégica de liquidez aborda lo relacionado a bancos e inversiones, en tanto que el tema estratégico de activo improductivo comprende cartera vencida y activos fijos.

Estrategias de productividad.- Los temas que corresponden a esta estrategia son: gastos y rentabilidad. En lo que a gastos se refiere los aspectos relevantes son: administrativos y operativos. En lo que se refiere a rentabilidad los aspectos relevantes son: eficiencia financiera y resultados.

Al igual que en los otros temas estratégicos también aquí juega un papel importante una redacción clara y comprensible de los objetivos y el complemento de los mismos mediante sus indicadores y metas.

Casi siempre se suele criticar la falta de conexión entre la planeación estratégica y la planeación financiera, sin embargo el construir la perspectiva financiera.

3.1.4 Mercado social

Entre los más importantes requerimientos financieros de Morona Santiago que fueron analizados, podemos mencionar los siguientes:

Los créditos que necesitan los comerciantes para desarrollar y mantener sus negocios.

Montos pequeños de créditos sin mayores dificultades para los pequeños productores, especialmente en épocas de poca salida porque no son de bonanza para la agricultura y necesitan créditos desde USD 200,00

La presencia de una institución que desarrolle eficaces y accesibles productos financieros que puedan desterrar a los denominados “chulcos”, porque cuando se requiere de montos pequeños y los bancos tradicionales no los brindan fácilmente y en el tiempo previsto, dados los costos de transacción (que muchas veces no son claros), las personas se ven obligadas a recurrir a estos prestamistas informales.

El problema principal que origina los requerimientos financieros de Morona Santiago está en la eficacia de los servicios y productos que ofrecen las entidades financieras.

Otro problema es que las entidades financieras requieren de un monto considerable para la apertura de cuentas, en promedio USD 100,00 contrario a lo que requiere la cooperativa que es de USD 20,00 por ello es que las personas, dadas sus condiciones económicas, prefieren abrir cuentas de ahorro en una cooperativa y cuando van a solicitar un préstamo prefieren hacerlo allí mismo ya que no les demandan tantos requisitos, pese a la considerable distancia que tienen que recorrer algunas personas de cantones, aunque una de las debilidades de esta cooperativa es que otorgan créditos mínimo de USD 400,00 lo que origina una necesidad para quienes desean solicitar montos menores.

3.1.5 Indicadores crediticios

Productos financieros

El Artículo 1, de la codificación de la ley general de instituciones del sistema financiero, delega a la Superintendencia de Bancos y Seguros “...la

supervisión y el control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público.” En la estructura del sistema, constan las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.

Con el fin de ejercer un efectivo control de éste numeroso conjunto de instituciones, que generalmente, carecen de una adecuada gestión, la institución solicitó la expedición “...de un nuevo reglamento de constitución, organización, funcionamiento y liquidación de las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera sujetas a su control, a fin de dotar a este sector de un instrumento jurídico adecuado, que propicie su fortalecimiento y garantice la protección de los intereses del público...”. El 28 de julio de 2005, mediante decreto ejecutivo No. 354, se logró el reglamento, mecanismo por el cual irán incorporándose gradualmente al control aquellas instituciones que reúnan los requisitos reglamentarios y con las normas expedidas por la junta bancaria.

Todo esfuerzo orientado al fortalecimiento de éstas unidades del sistema financiero nacional, redundará en nuevas y mejores oportunidades para sus socios, quienes generalmente están excluidos de la banca y de las sociedades financieras, en lo que respecta a las posibilidades de obtener recursos de consumo, para sostener o crecer en sus modestas actividades productivas relacionadas con la agricultura, la ganadería menor, la artesanía, el comercio, principalmente.

Cuadro N° 6
Productos financieros

Ahorro a la vista	Dirigido a personas naturales.
Depósitos a plazo	Inversión de dinero de socios, con el respectivo pago en un tiempo determinado más el interés generado.
Depósitos nacionales	Dirigido a personas naturales.
Micro crédito hipotecario	Destinado a actividades productivas.
Micro crédito individual	Destinado a actividades productivas.
Micro crédito Pro-grupo	Destinado a actividades productivas.
Crédito agropecuario	Destinado a actividades productivas.
Crédito de consumo sobre convenios.	Destinado a actividades de consumo.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.1.6 Oferta

Cuadro N° 7
Proyección de la oferta en base a datos históricos

Datos históricos	Cartera promedio en las cooperativas	Comercial	Consumo	Microcrédito
2008	10310645.70	66427.59	3442241.32	6801976.83
2009	10610293.20	65976.58	3670969.56	6873347.02
2010	10909940.50	65525.57	3899697.70	6944717.20
2011	11212412.20	67898.90	4128425.90	7016087.40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: Se ha determinado que de acuerdo a los datos históricos la oferta de la mayoría de los créditos ha ido creciendo cada año, pero específicamente el tipo de crédito que ha tenido un mayor crecimiento ha sido el microcrédito, mismo que es utilizado para incrementar el capital de trabajo.

Cuadro N° 8
Proyección de la oferta del total de la cartera en Macas

	Año	X	Y	X ²	XY	Y ²
2008	1	-1	10310645,70	1	-10310645,70	1,06309E+14
2009	2	-0,5	10610293,20	0,25	-5305146,58	1,12578E+14
2010	3	0,5	10909940,50	0,25	5454970,24	1,19027E+14
2011	4	1	11212412,20	1	11212412,20	1,25718E+14
2012	5		11061176,40			
2013	6		11136794,28			
2014	7		11098985,31			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Análisis: La colocación de cartera en diversos tipos de créditos realizados por cooperativas de ahorro y crédito han tenido una tendencia al crecimiento.

Cuadro N° 9
Proyección de la oferta de microcrédito

	X	Y	X ²	XY	Y ²
2008	1	6801976,83	1	-10310645,70	1,06309E+14
2009	2	6873347,02	0,25	-5305146,58	1,12578E+14
2010	3	6944717,20	0,25	5454970,24	1,19027E+14
2011	4	7016087,40	1	11212412,20	1,25718E+14
2012	5	6980402,30			
2013	6	6998244,85			
2014	7	6989323,58			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Análisis: La oferta del microcrédito tiene características muy específicas, básicamente determinadas por las políticas y las capacidades de las instituciones financieras que participan en la formación de la misma.

Las instituciones financieras para lograr que los sectores de bajos ingresos accedan al microcrédito, deben idear las tecnologías crediticias más adecuadas. Las tecnologías crediticias un conjunto de acciones y de procedimientos llevados a cabo para dar paso a una transacción. Dichas tecnologías deben estimar la capacidad y voluntad de pago los demandantes y brindar los incentivos necesarios para fomentar el cumplimiento de los compromisos.

Existen dos condiciones para que una tecnología crediticia sea eficiente. La primera es que la tasa de interés cobrada permita la sostenibilidad de la institución microfinanciera. La segunda es que los costos relacionados con

el establecimiento de los contratos y con el aseguramiento de su cumplimiento no sean tan elevados que desincentiven a los clientes.

3.1.7 Demanda

El análisis de la demanda del presente estudio se deduce de lo que textualmente señala Gabriel Baca Urbina en el texto de “Evaluación de Proyectos”¹⁶: “Demanda aquí (cuando el proyecto se trata de sustitución de maquinaria por obsolescencia o por capacidad insuficiente) son las necesidades o requerimientos de producción de la maquinaria bajo estudio, expresadas como producción por unidad de tiempo, y sólo servirán para ese cálculo los datos de demanda interna, sin afectar en lo más mínimo los datos en el ámbito general”

Cuadro N° 10
Demanda por tipo de crédito

Año	Consumo	Comercial	Microcrédito
2010	1158945,82	594846,68	7071934,69
2011	1174243,90	602698,65	7165284,23
2012	1189743,92	610654,28	7259865,98
2013	1205448,54	618714,92	7355696,21
2014	1221360,46	626881,95	7452791,40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

¹⁶BACA Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw Hill; 5Ta Edición, 2008.
Pág. 19

Análisis de la demanda

“El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.”¹⁷

De acuerdo con lo que se determinó en el estudio de mercado, el microcrédito es el que tiene mayor aceptación en el mercado financiero de la ciudad de Macas, por lo que la demanda se proyecta y han colocado en esta línea de crédito.

En la demanda de los créditos las entidades financieras debe tener en cuenta indicadores macroeconómicos que afecten al país, como las políticas tributarias, inflación, lo cual podría reducir la demanda del servicio crediticio, pero una ventaja para colocar créditos es que siempre existirá demanda de estos ya que existe necesidad por parte de los posibles socios y/o clientes.

Demanda Insatisfecha = Oferta - Demanda

Cuadro N° 11
Demanda insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha
2010	6944717,20	7071934,69	127217,49
2011	7016087,40	7165284,23	149196,83
2012	6980402,30	7259865,91	279463,61
2013	6998244,85	7355696,21	357451,36
2014	6989323,58	7452791,40	463467,82

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

¹⁷BACA URBINA Gabriel , Evaluación de Proyectos, Mac Graw Hill 3ª edición

En base a las proyecciones realizadas se determinó que existe una demanda insatisfecha en cuanto al microcrédito, debido a que gran parte del mercado financiero y sus alrededores, esto representa una ventaja satisfactoria para la Cooperativa, debido a que esta se enfoca a conceder créditos en pequeños montos y así contribuir al desarrollo socioeconómico.

En base a datos reales, se determinó una demanda insatisfecha, puesto que las entidades financieras y crediticias no han tenido los recursos necesarios para cubrir la necesidad de la ciudadanía en lo referente al microcrédito, abriendo así una gran oportunidad para la apertura.

3.1.7.1 Recopilación de la información

Para el desarrollo del presente proyecto se ha considerado dos fuentes de investigación:

Datos secundarios

“Son aquellos datos públicos que se recolectaron con propósitos diferentes de las necesidades específicas de la investigación que se están desarrollando.”¹⁸

- **Fuentes internas:** Se encuentran disponibles dentro de la entidad.
- **Fuentes externas:** Se los obtiene fuera de la organización.

Datos primarios

“Son aquellos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos de sus propios instrumentos.”¹⁹

El presente estudio se ha considerado en base a la técnica de las encuestas para determinar el nuevo mercado.

¹⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Fuente_secundaria

¹⁹ <http://www.slideshare.net/Dieckez/datos-primarios-y-secundarios>

En este caso para el estudio de mercado en cuanto a la demanda se toma como referencia los datos del cantón Morona el mismo que servirá para realizar el proyecto.

Figura N° 2

Población de Morona 2010



Fuente: INEC

3.1.7.2 Matriz de proyección de la población de Macas

Para la proyección de los habitantes, se utilizará la tasa de crecimiento poblacional de macas que es del 2.86%

Cuadro N° 12

Matriz de proyección de la población de Macas

Año	Total
2010	41.155
2011	42.332
2012	43.543

Fuente: INEC

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.1.7.3 Mercado objetivo

El mercado objetivo será la población de Macas perteneciente a la población económicamente activa que representa el 41%²⁰

Por lo tanto el mercado objetivo es 17852

3.1.7.4 Muestra

Para la determinación de la muestra se aplicara la fórmula de poblaciones finitas pues la población de estudio es menor a los 100.000 habitantes.

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

“En donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual)

e^2 : Error bajo un determinado nivel de confianza.”²¹

P: Probabilidad de ocurrencia del evento*

²⁰ INEC

²¹ GALINDO Edwin. Estadística para la Administración y la Ingeniería, Gráficas Mediavilla Hnos.1999.

Q: Probabilidad de no ocurrencia del evento *

*si no se dispone del dato de p y q se aplica generalmente 50% para cada uno de estos, considerando que su sumatoria debe ser 100%)

En base a la población total de Macas, y con un porcentaje de error del 5% se procede a remplazar los valores en la formula y se obtiene el numero óptimo de encuestas a realizar.

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

$$n = \frac{0.5 * 0.5 * 1.96^2 * 17852}{0.05^2(17852 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{17145.06}{44.6275 + 0.9604}$$

$$\frac{21206.59}{45.5879}$$

$$n = 376.09$$

El número de encuestas a realizar es 376 encuetas.

Resultado de las encuestas realizadas

1. Sexo

Cuadro N° 13

Sexo

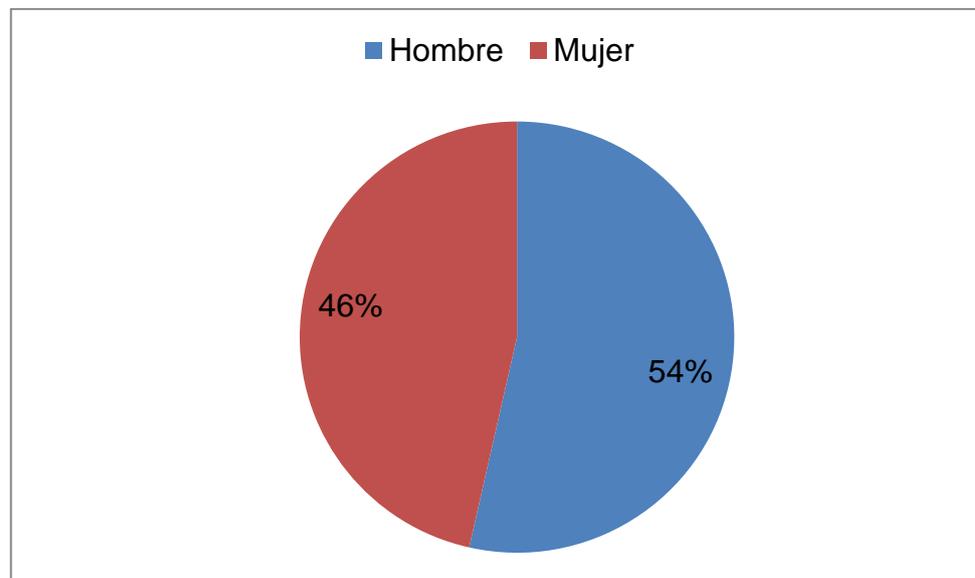
Género	Encuestas	%
Hombre	201	54%
Mujer	175	46%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 1

Sexo



Fuente: Cuadro N° 13

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

2. ¿Confía su dinero en las instituciones financieras?

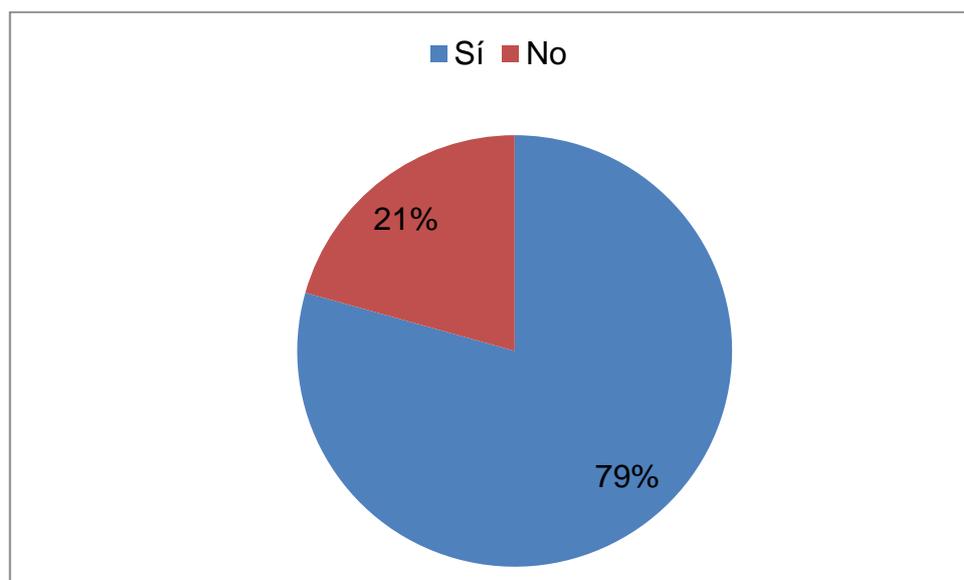
Cuadro N° 14
Confianza de los ciudadanos en las IFIS

	Encuestas	%
Sí	296	79%
No	80	21%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 2
Porcentaje de confianza



Fuente: Cuadro N° 14

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: Hay un 79% de personas encuestadas que confían en el sistema financiero ecuatoriano aún, mientras que un porcentaje mínimo que no confían, siendo esto un buen indicador para la apertura de la agencia.

3. ¿Qué instrumentos financieros conoce Ud.?

Cuadro N° 15

Conocimientos de instrumentos financieros

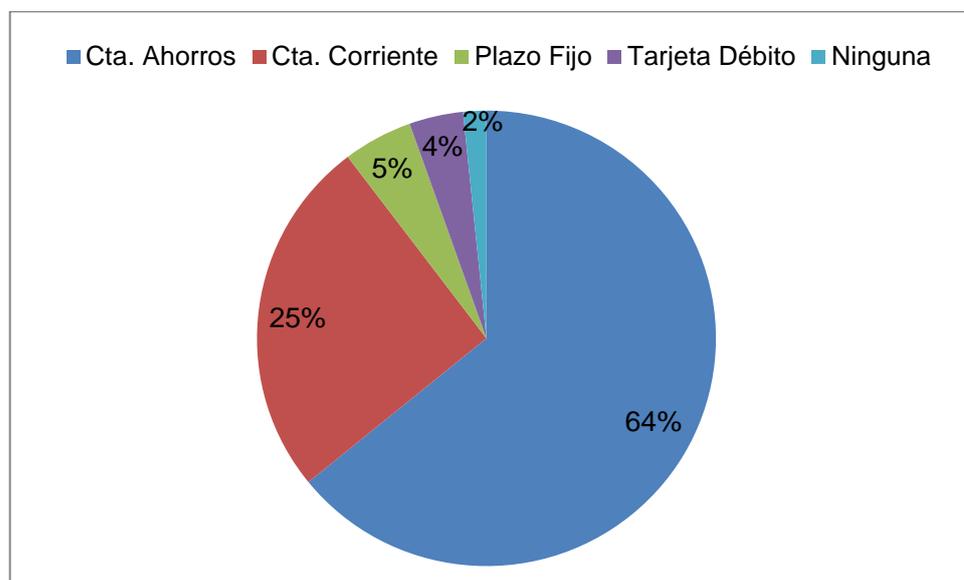
	Encuestas	%
Cta. Ahorros	239	64%
Cta. Corriente	96	25%
Plazo Fijo	19	5%
Tarjeta Débito	15	4%
Ninguna	7	2%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 3

Conocimientos de instrumentos financieros



Fuente: Cuadro N° 15

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: En la tabulación se pudo determinar que el instrumento financiero que más conocen son las cuentas de ahorros porque son las que utilizan con mayor frecuencia, permitiendo así captar futuros socios brindándoles futuros beneficios como crédito.

4. ¿Qué tasa le pagan por mantener su dinero en ahorros?

Cuadro N° 16

Tasa de pago por dinero en ahorros

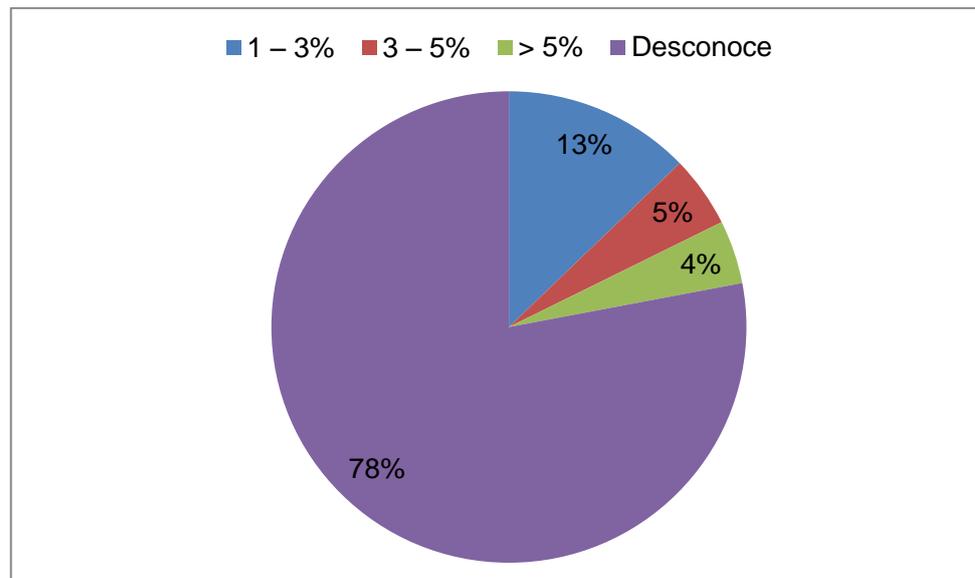
	Encuestas	%
1 – 3%	49	13%
3 – 5%	20	5%
> 5%	18	4%
Desconoce	289	78%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 4

Tasa de pago por dinero en ahorros



Fuente: Cuadro N° 16

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: Claramente se puede apreciar que un 78% de la población encuestada desconoce de la tasa de interés que pagan las instituciones financieras por mantener su dinero en la entidad, las tasas de interés son fijadas por el Banco Central quién es el ente que establece los techos máximos que organización puede cobrar.

5. ¿Qué líneas de crédito solicita Ud.?

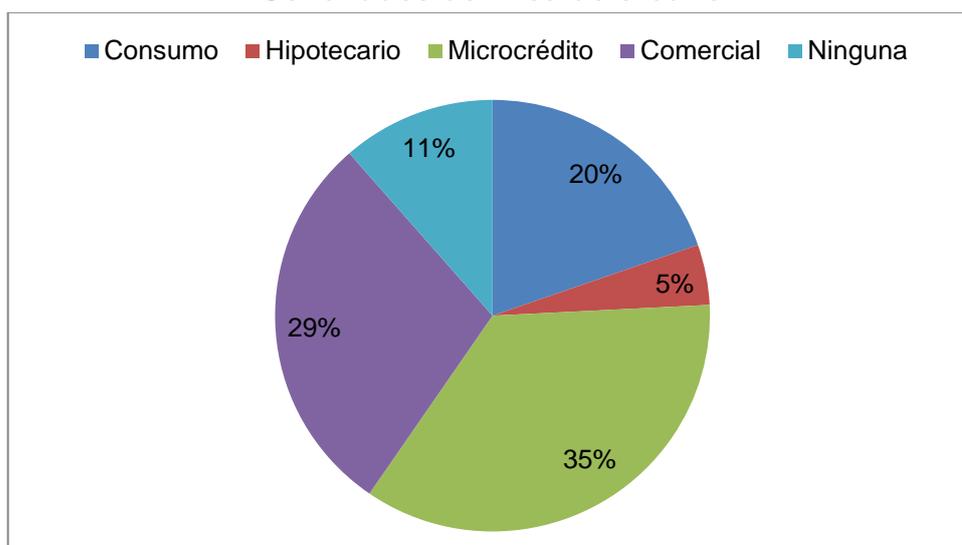
Cuadro N° 17
Solicitudes de líneas de crédito

	Encuestas	%
Consumo	74	20%
Hipotecario	17	5%
Microcrédito	133	35%
Comercial	109	29%
Ninguna	43	11%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 5
Solicitudes de línea de crédito



Fuente: Cuadro N° 17

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: A través de los datos obtenidos en la encuesta, se puede observar que el microcrédito es el más utilizado por la ciudadanía, el mismo que permite incrementar el capital de trabajo a la persona que lo obtiene. El microcrédito es el tipo de crédito más requerido por la colectividad, la cooperativa oferta este tipo de créditos desde montos pequeños, como no lo realizan otras entidades financieras.

6. ¿Qué cooperativas de ahorro y crédito conoce Ud.?

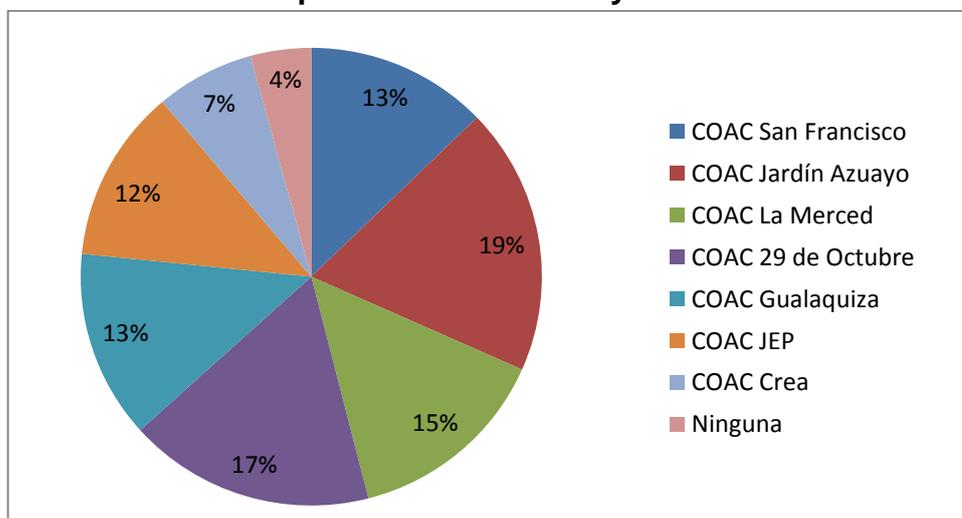
Cuadro N° 18
Cooperativas de ahorro y crédito

	Encuestados	%
COAC San Francisco	48	13%
COAC Jardín Azuayo	71	19%
COAC La Merced	54	15%
COAC 29 de Octubre	65	17%
COAC Gualaquiza	50	13%
COAC JEP	46	12%
COAC Crea	26	7%
Ninguna	16	4%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 6
Cooperativas de Ahorro y Crédito



Fuente: Cuadro N° 18

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: En los datos obtenidos a través de la encuesta, se puede apreciar que la Cooperativa Jardín Azuayo, es la más conocida ya que su matriz funciona en esta ciudad, con un porcentaje representativo, seguida por la Cooperativa 29 de Octubre, considerándose estas dos organizaciones como principal competencia para la nueva agencia.

7. ¿En qué institución financiera tiene su dinero?

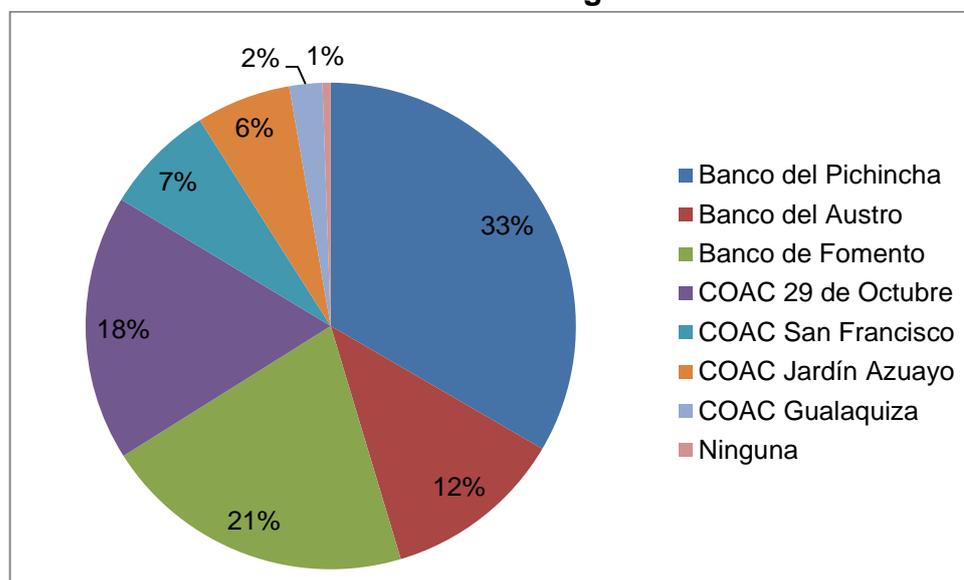
Cuadro N° 19
Institución financiera donde guarda su dinero

	Encuestas	%
Banco del Pichincha	124	33%
Banco del Austro	45	12%
Banco de Fomento	77	21%
COAC 29 de Octubre	66	18%
COAC San Francisco	28	7%
COAC Jardín Azuayo	24	6%
COAC Gualaquiza	9	2%
Ninguna	3	1%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 7
Institución financiera donde guarda su dinero



Fuente: Cuadro N° 19

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: Se pudo conocer que el Banco Pichincha tiene una gran aceptación con lo que demuestra que en esta ciudad las personas si depositan su dinero en las instituciones.

8. ¿Conoce los servicios que brinda su Cooperativa?

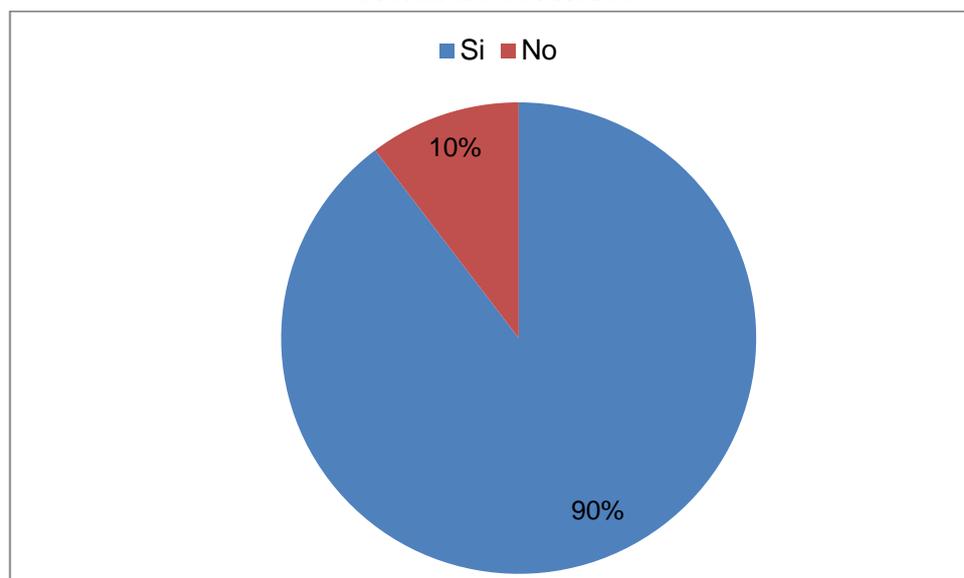
Cuadro N° 20
Oferta de servicios

	Encuestas	%
Si	334	90%
No	42	10%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 8
Oferta de servicios



Fuente: Cuadro N° 20

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: Un alto porcentaje de los encuestados señalan afirmativamente que conocen los servicios financieros que le brinda la entidad financiera y un pequeño porcentaje desconocen. Que la población conozca los servicios financieros de la entidad financiera en la que confía, es una ventaja que puede utilizar la cooperativa, ya que mediante esto puede mejorar su oferta de productos y servicios para sus posibles clientes.

9. ¿Qué servicios utiliza más en su institución financiera?

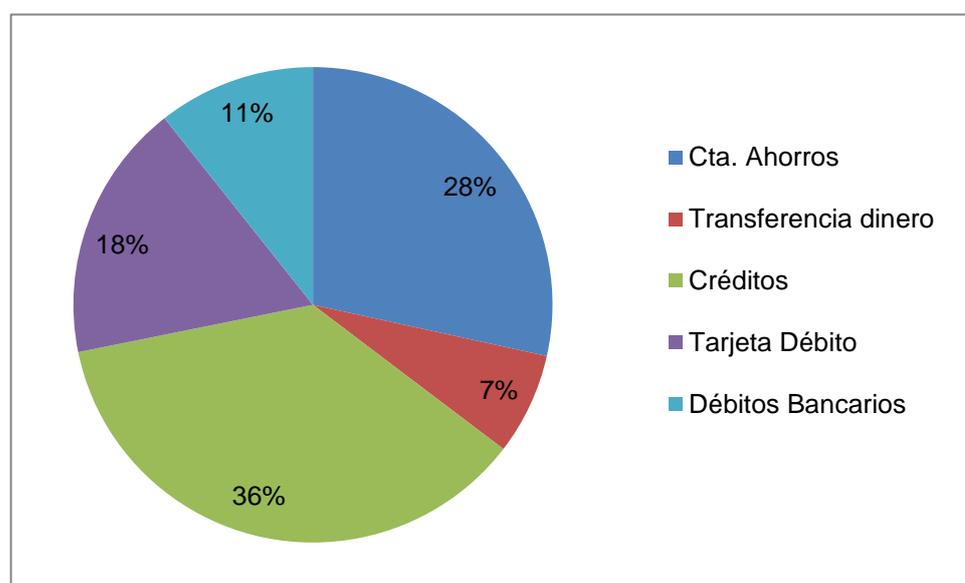
Cuadro N° 21
Requerimientos de servicios

	Encuestas	%
Cta. Ahorros	107	28%
Transferencia dinero	26	7%
Créditos	137	36%
Tarjeta Débito	66	18%
Débitos Bancarios	40	11%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 9
Requerimientos de servicios



Fuente: Tabla

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas, los créditos son los servicios que se utilizan más en entidades financieras, seguido por cuentas de ahorro.

10. ¿En caso de apertura de una agencia de la cooperativa COOPAC – AUSTRO Ltda., usted estaría dispuesto a ser socio de la institución?

Cuadro N° 22

Apertura de cuenta

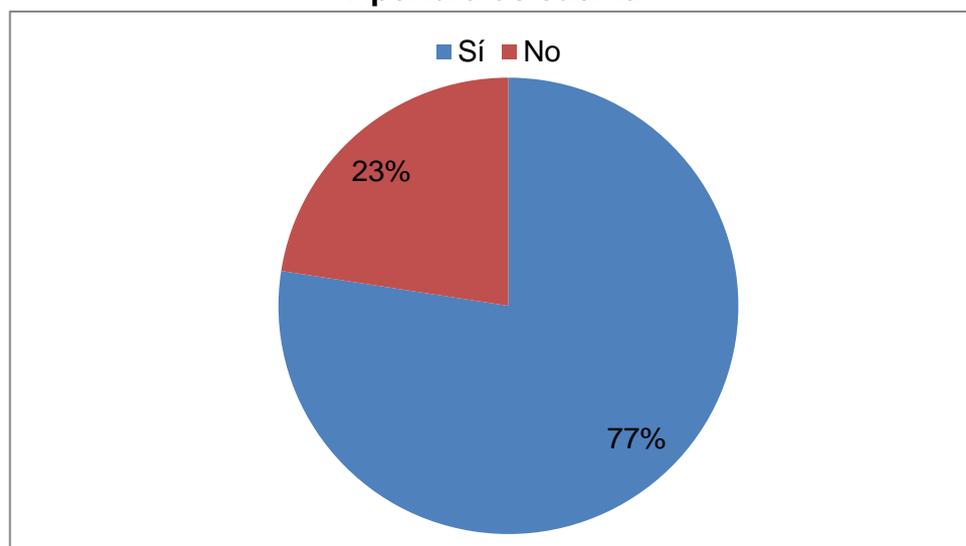
	Encuestas	%
Sí	289	77%
No	87	23%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 10

Apertura de cuenta



Fuente: Cuadro N° 25

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: En esta encuesta realizada se puede apreciar una respuesta positiva ya que un gran porcentaje de los encuestados estarían dispuestos a ser socios o clientes de la institución, lo cual es una respuesta acertada para la apertura. Esto se puede interpretar que el conocimiento de la Cooperativa en la ciudad de Macas ya sea por referidos, prensa, radio u otros medios como se lo determinó en la presente encuesta.

11. ¿Qué le motivaría a abrir su cuenta en la Cooperativa COOPAC – AUTRO Ltda.?

Cuadro N° 23

Motivación para apertura de cuenta

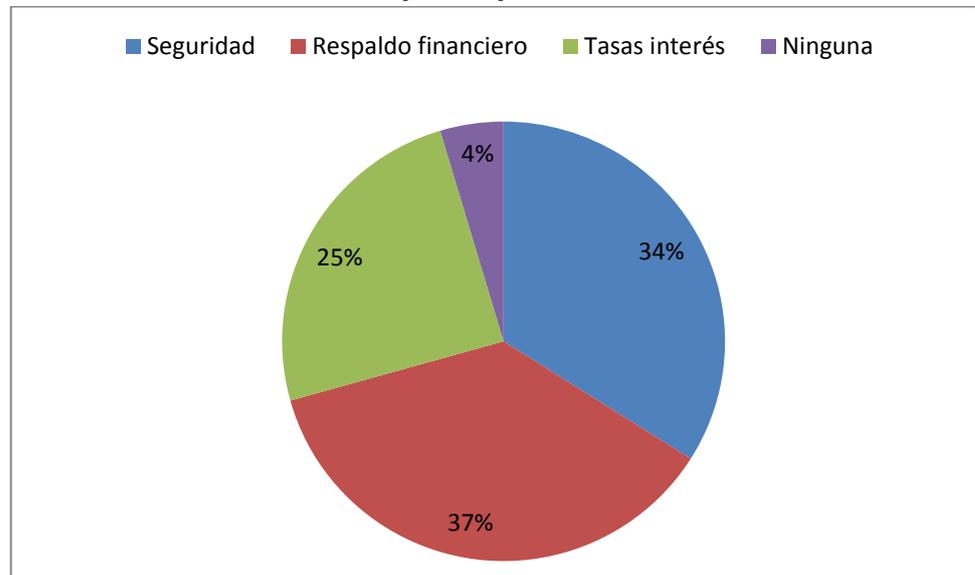
	Encuestas	%
Seguridad	127	34%
Respaldo financiero	137	37%
Tasas interés	93	25%
Ninguna	19	4%
Total	376	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Gráfico N° 11

Motivación para apertura de cuenta



Fuente: Cuadro N° 23

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Interpretación: El respaldo financiero es la principal opción que motivaría a los posibles socios a la apertura de una cuenta en la Cooperativa, si ésta se abriera una agencia en Macas, seguido por la seguridad.

Conclusiones:

De acuerdo a la respuesta obtenida en las encuestas se concluye que la población, en su mayoría confían su dinero en entidades del sector financiero, esto representa una buena perspectiva para la cooperativa.

Mediante la realización de las encuestas se determinó que el crédito como instrumento financiero es el más usual entre la colectividad. Se puede concluir que los posibles socios y/o clientes al momento de la apertura de una cuenta de ahorros podrán obtener beneficios en un futuro como créditos o servicios sociales que estas les brinden.

Se llegó a determinar que un gran porcentaje no conoce que tasa de interés las entidades financieras pagan por sus ahorros, lo cual permite que la colectividad puede elegir donde mantener su dinero de acuerdo a estas tasas que se oferta en el mercado, pudiendo así la cooperativa ofertar mejores tasas pasivas a sus clientes respecto a la competencia.

En el estudio de mercado se pudo llegar a determinar que el principal tipo de crédito que solicitan es el microcrédito, y la institución financiera, tiene una muy buena oportunidad en este sentido por los principales tipos de créditos que oferta es el microcrédito para el desarrollo social y económico de sus socios.

La principal competencia en Macas es el Banco de Pichincha, debido a su prestigio e imagen institucional obtenida a lo largo de los años.

En general la población confía más su dinero en cooperativas de ahorro y crédito, esto se debe a la crisis bancaria sufrida en la década pasada, estas entidades a través del tiempo se han ido fortaleciendo para obtener la credibilidad y confianza de sus socios.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, las personas conocen en su mayoría los servicios que ofertan sus entidades financieras,

lo cual permite que ellos comparen los servicios que puede ofrecer una nueva cooperativa de ahorro y crédito.

Según los datos obtenidos en las encuestas, un porcentaje considerable posee el conocimiento de la cooperativa en la ciudad, lo cual es una ventaja importante para su apertura en esta ciudad.

Las necesidades de la colectividad en cuanto a productos financieros se enfocan a planes de vivienda, planes vehiculares y microcréditos principalmente, esto se debe a que las entidades financieras no ha podido cubrirlas provocando así una demanda insatisfecha.

La principal razón por la cual la población estaría dispuesta a formar parte de la cooperativa es el respaldo financiero al igual que la seguridad que brinde la entidad.

En el presente estudio se puede concluir que de apertura de la agencia la ciudadanía tendría una predisposición para forma parte de esta entidad que pretende incursionar en este mercado, por esta razón se diagnostica que si es factible este proyecto para ejecutarlo.

3.2. Estudio técnico

En el estudio técnico se determinan todos los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto, el proceso de colocación de crédito, la localización, para realizar dichos puntos se requiere la información obtenida en el estudio de mercado.

3.2.1. Localización

La localización de la agencia de la cooperativa tiene relación con aspectos tecnológicos, ambientales, legales, ubicación de proveedores, competidores entre otros que en fin tienen un gran peso al momento de definir la localización de la misma.

Una adecuada localización permitirá potenciar los posibles resultados positivos del proyecto, por el contrario, un error en la localización no tiene el carácter de reversible o su costo es extremadamente alto.

La definición del lugar adecuado para la cooperativa tiene dos etapas denominadas macro y microlocalización. En la primera se establece el ámbito regional y en la segunda la ubicación exacta del predio donde se instalará el proyecto.

3.2.1.1. Macrolocalización

La Macrolocalización de la cooperativa será en el Ecuador, provincia del Morona, en la ciudad de Macas.

Figura N° 3
Macrolocalización



Fuente: Municipio de Macas

3.2.1.2. Microlocalización

Los principales aspectos para definir una ubicación óptima serán:

- Disponibilidad de suministros
- El mercado objetivo.
- Disponibilidad de personal, su costo, calificación, cantidad.

- Existencia de vías de acceso.
- Existencia de infraestructura
- Disposiciones legales o prohibiciones municipales.
- Seguridad.
- Costo.

Cuadro N° 24
Matriz de localización

Factor	Peso	Calificación "A"	Ponderación "A"	Calificación "B"	Ponderación "B"
Disponibilidad de suministros	0,08	10	0,8	10	0,8
El mercado objetivo.	0,18	8	1,44	8	1,44
Disponibilidad de personal, su costo, calificación, cantidad.	0,12	7	0,84	7	0,84
Existencia de vías de acceso.	0,12	10	1,2	9	1,08
Existencia de infraestructura	0,13	9	1,17	6	0,78
Disposiciones legales o prohibiciones municipales.	0,1	10	1	10	1
Seguridad	0,15	8	1,2	8	1,2
Costo	0,12	9	1,08	8	0,96
	1		8,73		8,1

Fuente: Investigación

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

“A” Soasty entre 10 de Agosto y Tarqui

“B” Amazonas y 10 de agosto

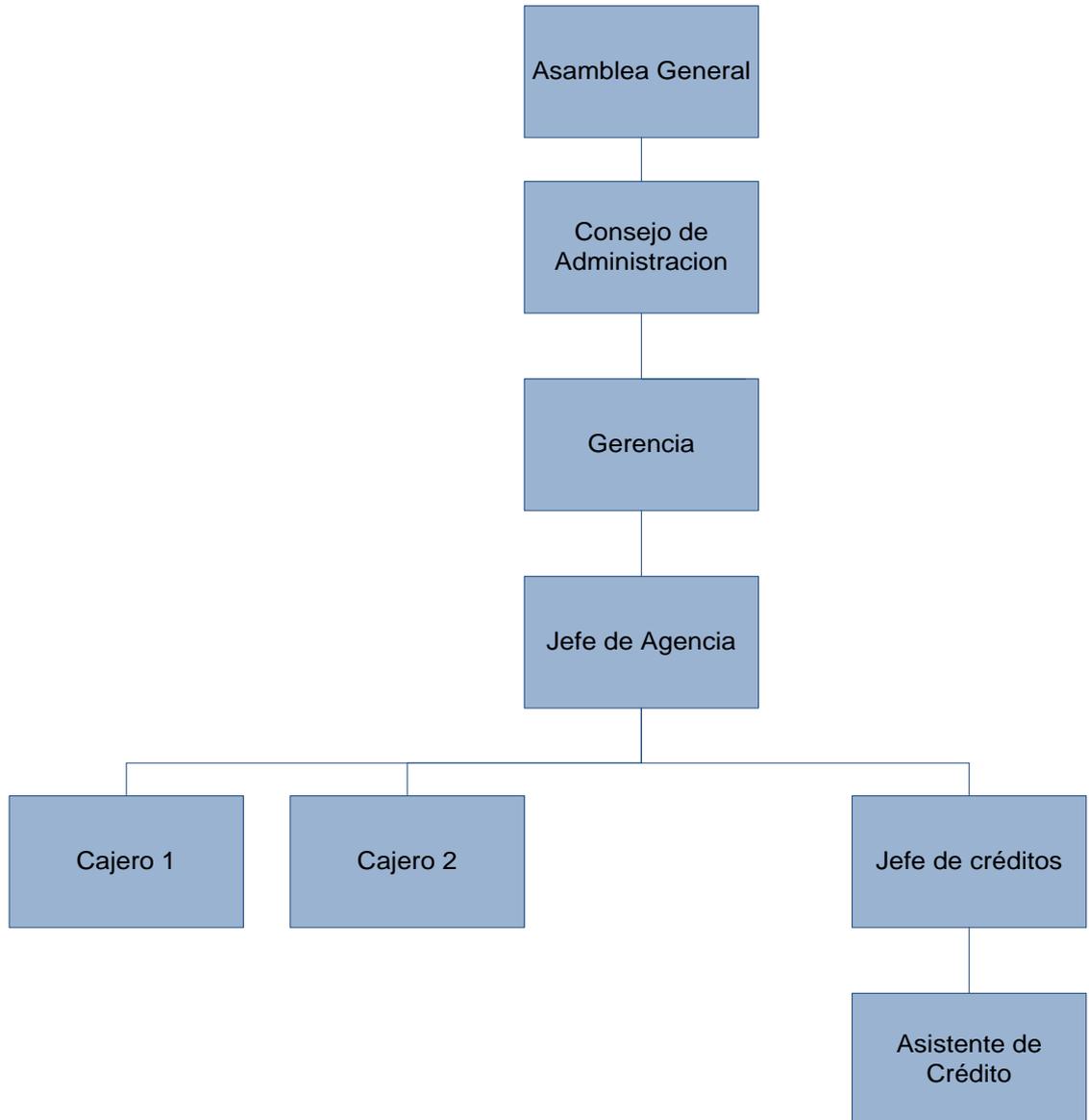
Se ha determinado que el mejor lugar para la ubicación de la cooperativa es en la calle Soasty entre 10 de Agosto y Tarqui, se debe tener en consideración que por circunstancias que no son controlables se puede cambiar la ubicación y es recomendable utilizar la tabla anterior con el método de ponderaciones.

3.2.2 Estructura organizacional.

Dentro de la estructura organizacional se desarrollara el organigrama estructural y funcional que contemplará la nueva agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “COOPAC-AUSTRO” Ltda.

3.2.2.1. Organigrama estructural

Figura N° 4
Organización estructural



Fuente: Cooperativa COOPAC-AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.2.2.2. Orgánico funcional

Cuadro N° 25

Jefe de agencia

Nombre del puesto:	Jefe de agencia
Supervisa a:	La agencia
Depende de:	Gerente de la cooperativa
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">✓ Representante legal, judicial y extrajudicialmente de la agencia.✓ Programar, coordinar y ejecutar la política crediticia de la entidad a corto, mediano y largo plazo.
Educación formal:	Título profesional en ingeniería en finanzas o contador público autorizado (C.P.A.)
Experiencia laboral:	Puestos afines, mínimo 4 años.
Capacitación:	Informática, paquetes contables y tributación.
Competencia:	Eficacia en la dirección y control de las actividades financieras tributarias de la cooperativa, liderazgo y valores profesionales.

Fuente: Cooperativa COOPAC-AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Cuadro N° 26

Cajeros

Nombre del puesto:	CAJEROS
Depende de:	Jefe de agencia
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">✓ Registro de la entrada y salida de dinero de la cooperativa.✓ Cambios de libretas de ahorro.✓ Ingreso de dinero a la bóveda de la institución.✓ Depósito del sobrante del día al banco en el cual abrieron para el manejo de la entidad.
Educación formal:	Título bachiller en contabilidad y/o informática.
Capacitación:	Atención al cliente.
Competencia:	Honestidad, honradez y facilidad de palabra.

Fuente: Cooperativa COOPAC-AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Cuadro N° 27

Jefe de crédito

Nombre del puesto:	Jefe de crédito
Supervisa a:	Departamento de créditos
Depende de:	Jefe de agencia
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">✓ Elaborar y ejecutar el plan de créditos anual.✓ Dar seguimiento a los clientes que colocan sus pólizas.✓ Supervisar las labores de los oficiales de créditos y el cumplimiento de la cartera de créditos.
Educación formal:	Título profesional en finanzas
Capacitación:	Atención a clientes. Relaciones públicas. Ventas.
Competencia:	Trabajo en equipo, responsable del cumplimiento de metas, elaboración de informes de colocación de créditos.

Fuente: Cooperativa COOPAC-AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Cuadro N° 28

Asistente de crédito

Nombre del puesto:	Asistente de crédito
Depende de:	Jefe de créditos
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">✓ Atender la solicitud de los clientes en requerimientos de créditos.✓ Responder a las inquietudes de los socios.✓ Solucionar los reclamos.
Educación formal:	Título profesional en finanzas
Capacitación:	Atención al cliente. Relaciones públicas. Manejo de paquetes crediticios.
Competencia:	Trabajo en equipo, cumplimiento de metas.

Fuente: Cooperativa COOPAC-AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.2.3 Ingeniería del proceso de crédito.

En esta etapa se desarrollara el proceso sistemático que se debe seguir para la otorgación de un crédito, siendo este uno de los procesos más largos que realiza la cooperativa.

3.2.3.1 Procesos para el otorgamiento de crédito

Responsable: Cliente

Se acerca a la agencia, solicita información sobre los créditos y plantea su requerimiento de crédito.

Responsable: Asistente de crédito

Atiende al cliente y le presenta una información detallada sobre los créditos que ofrece la agencia y sus condiciones.

Informa al cliente sobre las garantías que debe presentar, los requisitos y documentos de respaldo que él y sus garantes deben adjuntar a la solicitud de crédito.

Entrega al solicitante los formatos de solicitud de crédito general y la información personal de los garantes.

Responsable: Cliente

Llena la solicitud de crédito general y los formatos de información de sus garantes y prepara los documentos exigidos a presentar.

Presenta la solicitud y documentos de respaldo.

Responsable: Asistente de crédito

Recepta la solicitud de crédito general y el formato de datos personales de los garantes.

Revisa que los datos del solicitante y garantes estén completos y de no ser así, completa la misma mediante entrevista directa al cliente.

Revisa la documentación de respaldo exigida, de no estar completa comunica al cliente la imposibilidad de continuar con el trámite del crédito.

Si la documentación está completa, asigna el número correlativo a la solicitud y fecha de la misma.

Responsable: Jefe de crédito

Codifica la solicitud de crédito según el destino y de acuerdo al sistema de códigos interno.

Consulta en el sistema de la cooperativa información de la cuenta del cliente.

Verifica, telefónicamente, los datos claves del solicitante: referencias personales y comerciales: domicilio, dirección del negocio, presentando sus observaciones.

Realiza el informe de verificación del crédito solicitado, señalando sus observaciones, fecha de realización y firma de responsabilidad.

Evalúa el informe de la central de riesgos del cliente y garantes.

Prepara y evalúa el estado financiero, de ingresos y egresos de la situación familiar del solicitante.

Determinando:

- Total de activo.
- Total de pasivos.
- Nivel de endeudamiento.
- Ingresos familiares.
- Capacidad de pago, por sus ingresos familiares.

Prepara y evalúa el estado financiero y de ingresos y egresos actual del negocio del solicitante.

Determinando:

- Total de activo
- Total de pasivos
- Nivel de endeudamiento
- Ingresos, egresos y utilidad del negocio.
- Capacidad de pago, proveniente del negocio.

Evalúa capacidad de pago del negocio frente al valor del dividendo a pagar por el crédito, considerando las siguientes posibilidades:

- Cubrir la cuota de crédito con la capacidad de pago que genera actualmente el negocio;
- Cubrir la cuota de crédito con la capacidad de pago proyectada del negocio, por efecto del crédito:
- Cubrir la cuota de crédito con la capacidad de pago que genere el negocio más un aporte por los ingresos familiares.

Emite su opinión técnica sobre la solicitud, aprobando o negando el otorgamiento.

Responsable: Jefe de agencia

El jefe de agencia ordena su formalización mediante rubrica.

Responsable: Jefe de crédito

Realiza un informe de cartera dando a conocer que el crédito fue aprobado

Responsable: Asistente de crédito

Ingresas las condiciones de otorgamiento del crédito

- Número de cliente
- Número de préstamo
- Plazo
- Tasa de interés

- Fecha de solicitud y de concesión
- Tipo de crédito
- Frecuencia de cancelación: Semanal. Quincenal. Mensual.
- Numero de cuotas a pagar.

Emite tabla de amortización del crédito original y copia.

Archiva comprobante contable y copia de tabla de amortización en la carpeta de crédito del solicitante.

Responsable: Asistente de crédito

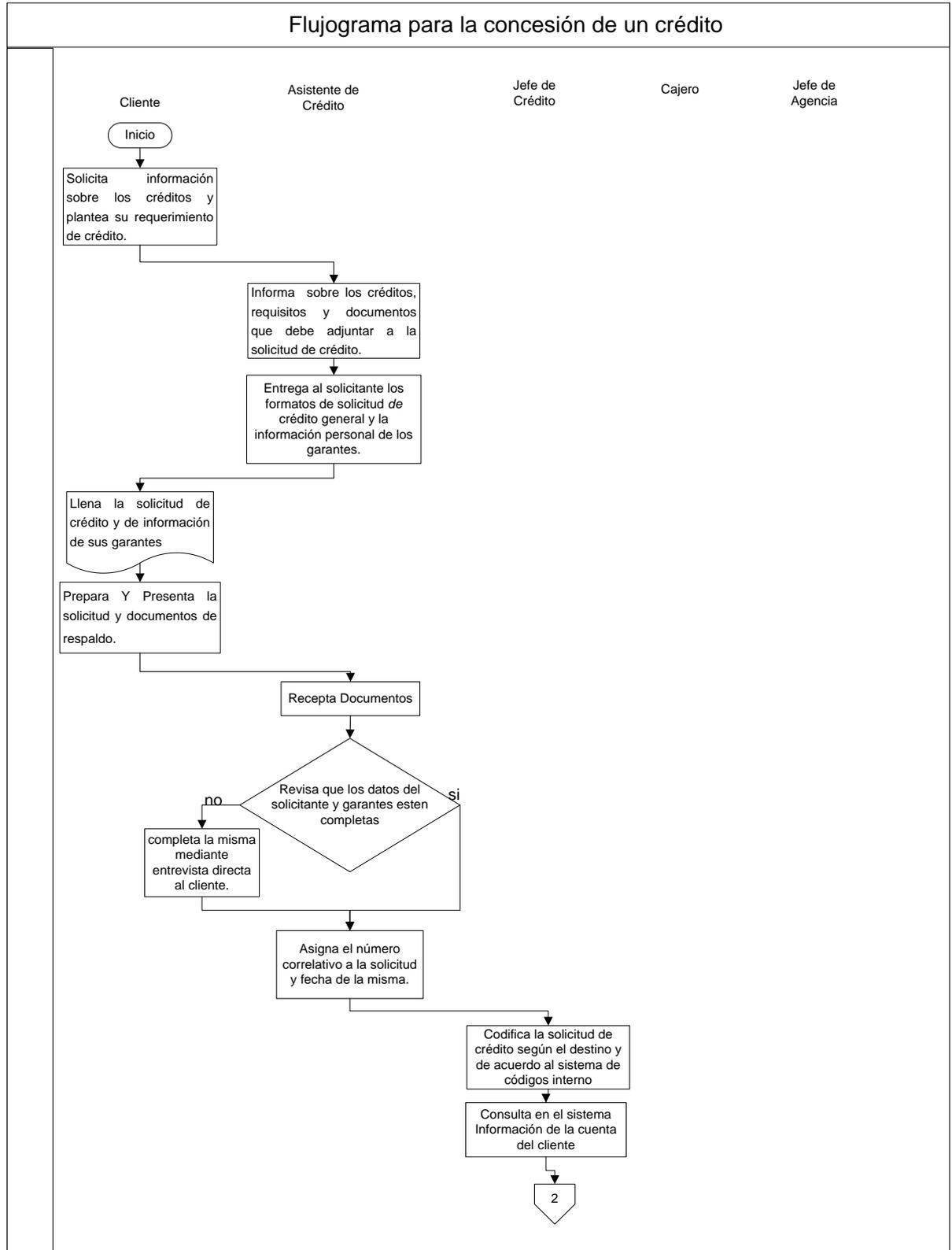
Prepara el pagaré, contrato de préstamo y otros documentos de respaldo que estableciere la agencia

Recepta directamente las firmas del solicitante, garante (s) y sus cónyuges.

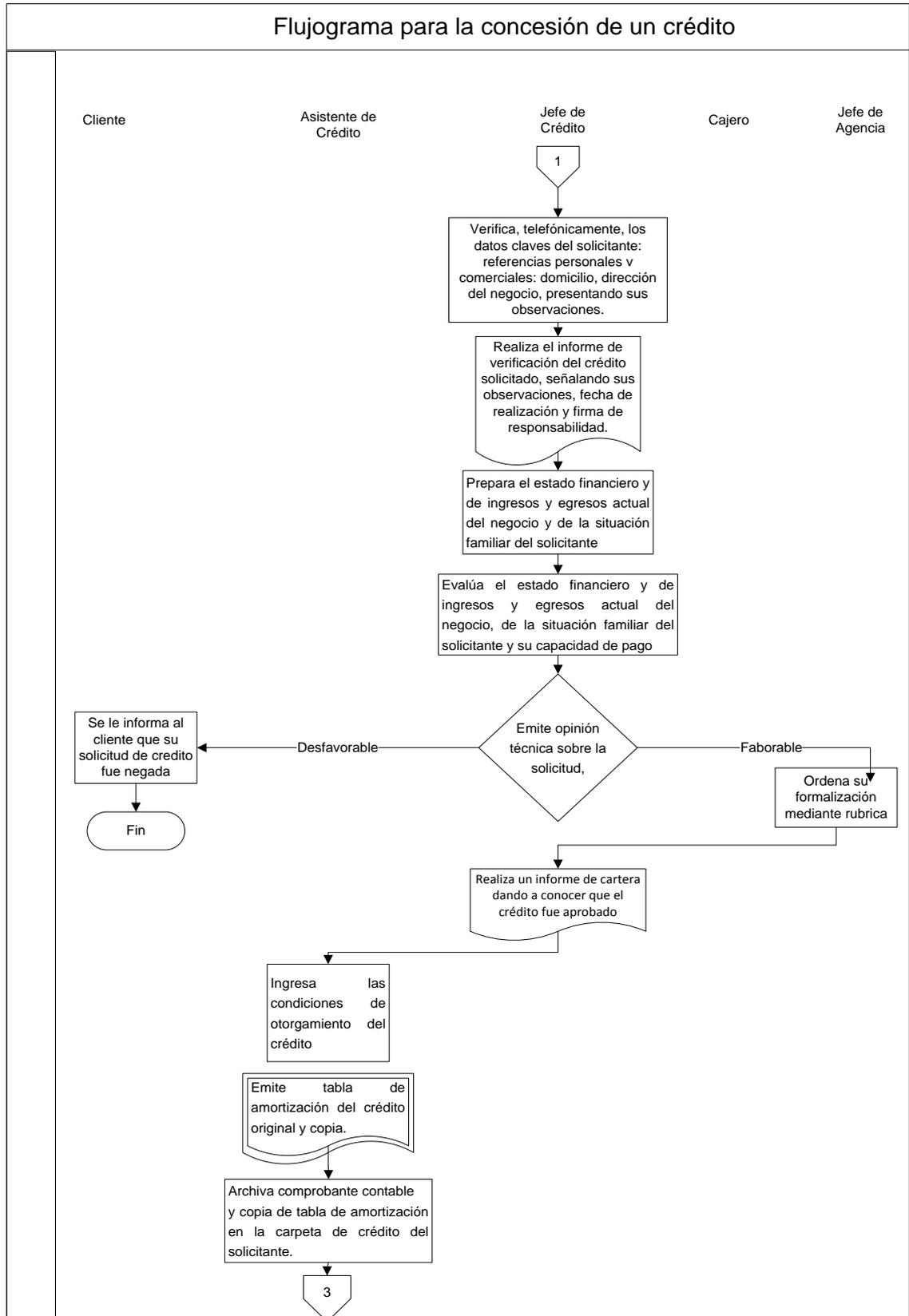
Recepta firma de recibí conforme en el comprobante contable de liquidación del préstamo.

Liquida el préstamo en el sistema y el proceso termina con la acreditación en la cuenta del cliente.

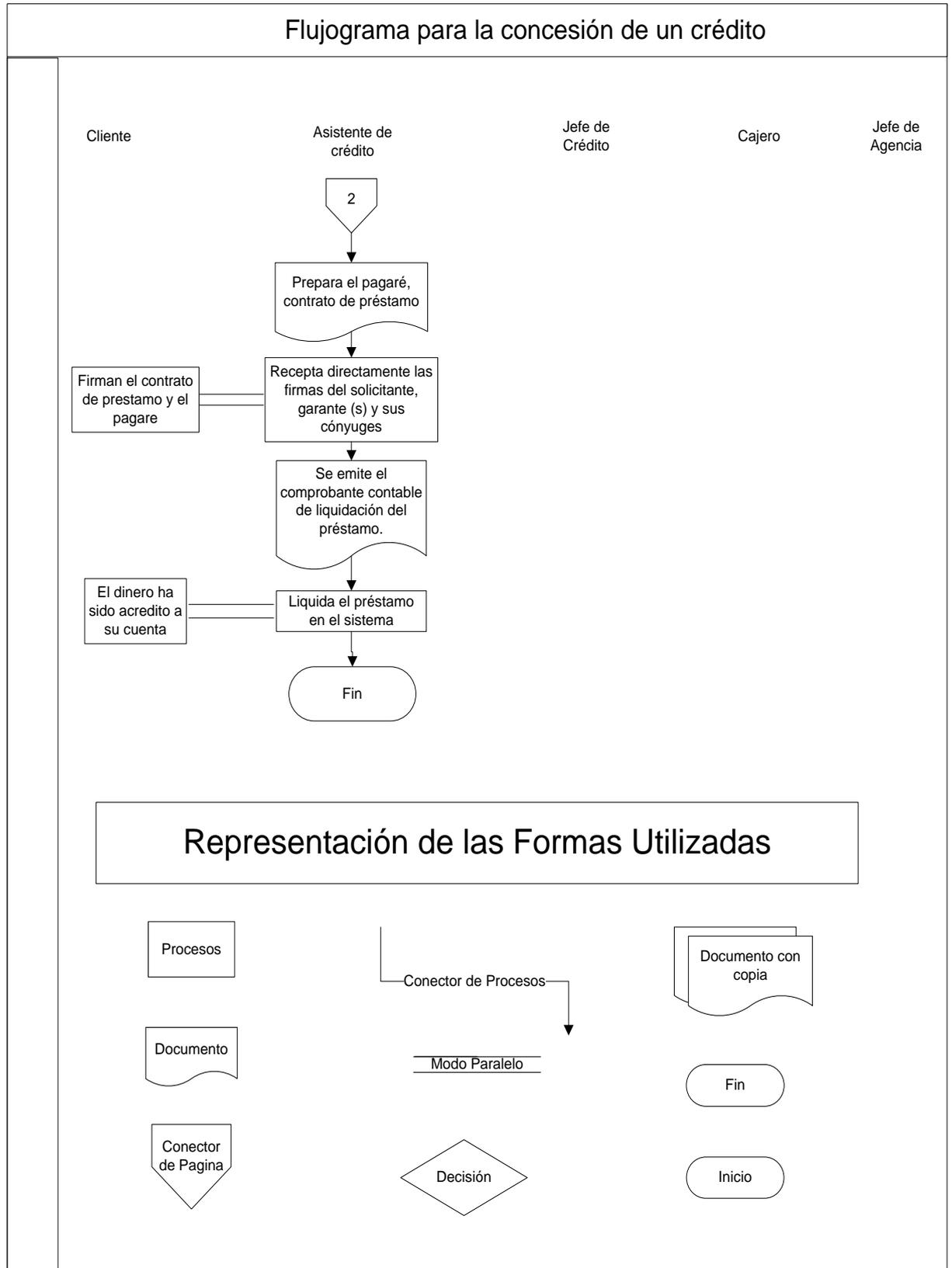
Figura N° 5
Flujograma para la concesión de un crédito



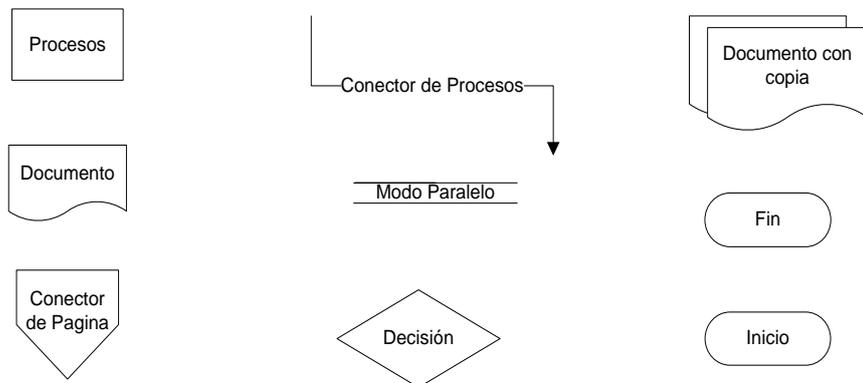
Flujograma para la concesión de un crédito



Flujograma para la concesión de un crédito



Representación de las Formas Utilizadas



Fuente: Cooperativa COOPAC-AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.3 Estudio financiero

Dentro el estudio financiero se realizarán algunas matrices, las cuales muestran desde las inversiones que se deben realizar hasta el flujo de ingresos que la agencia poseerá.

3.3.1. Matriz de inversiones

Cuadro N° 29
Matriz de inversiones

Inversión			
	Unidades	Valor	Total
Fijo			\$ 7.600,00
Equipo de computo	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Muebles y enseres			\$ 4.600,00
Intangible			\$ 4.500,00
Gastos de Constitución			\$ 800,00
Estudios			\$ 600,00
Software			\$ 3.100,00
Capital de trabajo mensual			\$ 1.887,44
Gastos operativos			\$ 1.887,44
Sueldo jefe de agencia		\$ 800,00	
Sueldo cajero 1		\$ 305,36	
Sueldo cajero 2		\$ 305,36	
Sueldo jefe de crédito		\$ 323,31	
Sueldo asistente de crédito		\$ 303,41	
Arriendo		\$ 350,00	
Servicios básicos		\$ 50,00	
Papelería		\$ 250,00	
Total			\$ 13.987,44

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.3.2. Calculo de los ingresos

Se planea colocar la cantidad de \$ 135.000,00 dólares, dinero que la cooperativa está dispuesta a asignar a las colocaciones de crédito, es decir que uno de los ingresos de la agencia serán los intereses generados por este, además de los ingresos por afiliaciones.

El número de clientes que se planea tener es de 3471, y considerando que para la apertura de la cuenta se cobrara 5 dólares, también será un ingreso, además de su posterior renovación.

Se debe considerar que generalmente los microcréditos son créditos de corto plazo, por lo que la tabla de amortización se la realizó para 6 meses, de ahí que los ingresos por interés serán los intereses producidos multiplicados por 2 periodos.

Cuadro N° 30
Tabla de amortización

Mes	Capital	Interés	Amortización	Cuota fija
1	\$ 135.000,00	\$ 2.081,25	\$ 21.648,29	\$ 23.729,54
2	\$ 113.351,71	\$ 1.747,51	\$ 21.982,03	\$ 23.729,54
3	\$ 91.369,68	\$ 1.408,62	\$ 22.320,92	\$ 23.729,54
4	\$ 69.048,76	\$ 1.064,50	\$ 22.665,04	\$ 23.729,54
5	\$ 46.383,72	\$ 715,08	\$ 23.014,46	\$ 23.729,54
6	\$ 23.369,26	\$ 360,28	\$ 23.369,26	\$ 23.729,54
Total		\$ 7.377,23	\$ 135.000,00	\$ 142.377,23

Fuente: Cooperativa COOPAC-AUSTRO LTDA.

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Ingresos por intereses ganados = \$ 7.377,23 x 2 = \$ 14.754,46

3.3.3. Estado de resultados proyectado

Cuadro N° 31
Estado de resultados proyectado

Cuenta	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 32.107,36	\$ 35.318,10	\$ 38.849,91	\$ 42.734,90	\$ 47.008,39
INTERESES Y DESCUENTOS GANADOS	\$ 14.754,46	\$ 16.229,91	\$ 17.852,90	\$ 19.638,19	\$ 21.602,01
INTERESES DE CARTERA DE CRÉDITOS	\$ 14.754,46	\$ 16.229,91	\$ 17.852,90	\$ 19.638,19	\$ 21.602,01
INGRESOS POR SERVICIOS	\$ 17.352,90	\$ 19.088,19	\$ 20.997,01	\$ 23.096,71	\$ 25.406,38
AFILIACIONES Y RENOVACIONES	\$ 17.352,90	\$ 19.088,19	\$ 20.997,01	\$ 23.096,71	\$ 25.406,38
GASTOS	\$ 27.068,53	\$ 29.775,38	\$ 32.752,92	\$ 36.028,21	\$ 39.631,04
INTERESES CAUSADOS	\$ 489,35	\$ 538,29	\$ 592,12	\$ 651,33	\$ 716,46
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO	\$ 489,35	\$ 538,29	\$ 592,12	\$ 651,33	\$ 716,46
PROVISIONES	\$ 1.289,90	\$ 1.418,89	\$ 1.560,78	\$ 1.716,86	\$ 1.888,54
CARTERA DE CRÉDITOS	\$ 1.289,90	\$ 1.418,89	\$ 1.560,78	\$ 1.716,86	\$ 1.888,54
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 25.289,28	\$ 27.818,21	\$ 30.600,03	\$ 33.660,03	\$ 37.026,03
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 22.649,28	\$ 24.914,21	\$ 27.405,63	\$ 30.146,19	\$ 33.160,81
DEPRECIACIONES	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00
AMORTIZACIONES	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00
GANANCIA O PÉRDIDA DEL EJERCICIO antes PT	\$ 5.038,83	\$ 5.542,72	\$ 6.096,99	\$ 6.706,69	\$ 7.377,35
IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN A EMPLEADOS	\$ 1.698,09	\$ 1.867,90	\$ 2.054,68	\$ 2.260,15	\$ 2.486,17
PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$ 755,82	\$ 831,41	\$ 914,55	\$ 1.006,00	\$ 1.106,60
GANANCIA O PÉRDIDA DEL EJERCICIO ANTES IR	\$ 4.283,01	\$ 4.711,31	\$ 5.182,44	\$ 5.700,68	\$ 6.270,75
IMPUESTO RENTA	\$ 942,26	\$ 1.036,49	\$ 1.140,14	\$ 1.254,15	\$ 1.379,57
GANANCIA O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 3.340,75	\$ 3.674,82	\$ 4.042,30	\$ 4.446,53	\$ 4.891,19

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.3.4. Flujo de caja

Cuadro N° 32

Flujo de caja

Cuenta	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		\$ 32.107,36	\$ 35.318,10	\$ 38.849,91	\$ 42.734,90	\$ 47.008,39
INTERESES Y DESCUENTOS GANADOS		\$ 14.754,46	\$ 16.229,91	\$ 17.852,90	\$ 19.638,19	\$ 21.602,01
INTERESES DE CARTERA DE CRÉDITOS		\$ 14.754,46	\$ 16.229,91	\$ 17.852,90	\$ 19.638,19	\$ 21.602,01
INGRESOS POR SERVICIOS		\$ 17.352,90	\$ 19.088,19	\$ 20.997,01	\$ 23.096,71	\$ 25.406,38
AFILIACIONES Y RENOVACIONES		\$ 17.352,90	\$ 19.088,19	\$ 20.997,01	\$ 23.096,71	\$ 25.406,38
GASTOS		\$ 27.068,53	\$ 29.775,38	\$ 32.752,92	\$ 36.028,21	\$ 39.631,04
INTERESES CAUSADOS		\$ 489,35	\$ 538,29	\$ 592,12	\$ 651,33	\$ 716,46
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO		\$ 489,35	\$ 538,29	\$ 592,12	\$ 651,33	\$ 716,46
PROVISIONES		\$ 1.289,90	\$ 1.418,89	\$ 1.560,78	\$ 1.716,86	\$ 1.888,54
CARTERA DE CRÉDITOS		\$ 1.289,90	\$ 1.418,89	\$ 1.560,78	\$ 1.716,86	\$ 1.888,54
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ 25.289,28	\$ 27.818,21	\$ 30.600,03	\$ 33.660,03	\$ 37.026,03
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ 22.649,28	\$ 24.914,21	\$ 27.405,63	\$ 30.146,19	\$ 33.160,81
DEPRECIACIONES		\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00
AMORTIZACIONES		\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00
GANANCIA O PÉRDIDA DEL EJERCICIO antes PT		\$ 5.038,83	\$ 5.542,72	\$ 6.096,99	\$ 6.706,69	\$ 7.377,35
IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN A		\$ 1.698,09	\$ 1.867,90	\$ 2.054,68	\$ 2.260,15	\$ 2.486,17

EMPLEADOS						
PARTICIPACIÓN EMPLEADOS		\$ 755,82	\$ 831,41	\$ 914,55	\$ 1.006,00	\$ 1.106,60
GANANCIA O PÉRDIDA DEL EJERCICIO ANTES IR		\$ 4.283,01	\$ 4.711,31	\$ 5.182,44	\$ 5.700,68	\$ 6.270,75
IMPUESTO RENTA		\$ 942,26	\$ 1.036,49	\$ 1.140,14	\$ 1.254,15	\$ 1.379,57
GANANCIA O PÉRDIDA DEL EJERCICIO		\$ 3.340,75	\$ 3.674,82	\$ 4.042,30	\$ 4.446,53	\$ 4.891,19
DEPRECIACIONES		\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00	\$ 1.520,00
AMORTIZACIONES		\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00
INVERSIÓN						
INVERSIÓN FIJA	-\$ 7.600,00					
INVERSIÓN INTANGIBLE	-\$ 4.500,00					
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 1.887,44					
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$ 1.887,44
FLUJO DE CAJA	-\$ 13.987,44	\$ 5.980,75	\$ 6.314,82	\$ 6.682,30	\$ 7.086,53	\$ 9.418,63

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

3.4. Evaluación financiera.

Se determinará mediante los índices financieros como: el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), relación beneficio costo (RBC) y el periodo de recuperación de la inversión (PRI), la factibilidad que se obtendrá mediante el proyecto propuesto.

3.4.1. Valor actual neto

Para el cálculo del VAN se ha tomado una tasa de actualización de 10.65% que es la sumatoria de la inflación acumulada 6.12% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4.53%

La fórmula del Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Dónde:

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n Es el número de períodos considerado.

Cuadro N° 33
Valor actual neto

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 13.987,44	1	-\$ 13.987,44	-\$ 13.987,44
1	\$ 5.980,75	0,903750565	\$ 5.405,10	-\$ 8.582,34
2	\$ 6.314,82	0,816765083	\$ 5.157,72	-\$ 3.424,61
3	\$ 6.682,30	0,738151906	\$ 4.932,55	\$ 1.507,94
4	\$ 7.086,53	0,667105202	\$ 4.727,46	\$ 6.235,40
5	\$ 9.418,63	0,602896703	\$ 5.678,46	\$ 11.913,86

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

El valor actual neto es de \$ 11.913,86 al ser mayor que uno el proyecto es factible.

3.4.4. Tasa interna de retorno

Representa en definitiva, porcentualmente, cuanto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión realizada.

Dicha evaluación permitirá conocer que tan rentable será la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos deberán ser analizados por el o los inversionistas para determinar si se ejecuta o no el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna se requiere un VAN negativo próximo a cero, para lo cual se aplicará una tasa de descuento del 38.17%, para la aplicación de la fórmula de la misma.

Cuadro N° 34
Valor actual neto (-)

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 13.987,44	1	-\$ 13.987,44	-\$ 13.987,44
1	\$ 5.980,75	0,72374611	\$ 4.328,54	-\$ 9.658,90
2	\$ 6.314,82	0,523808432	\$ 3.307,76	-\$ 6.351,14
3	\$ 6.682,30	0,379104315	\$ 2.533,29	-\$ 3.817,85
4	\$ 7.086,53	0,274375273	\$ 1.944,37	-\$ 1.873,48
5	\$ 9.418,63	0,198578036	\$ 1.870,33	-\$ 3,15

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

$$TIR = t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$$

$$TIR = 10,65\% + (27.52\%) (0,9997)$$

$$TIR = 10,65\% + 27,51\%$$

$$TIR = \mathbf{38.16\%}$$

La fórmula de la tasa interna de retorno ha arrojado un 38.16% y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco se afirma que el proyecto es viable.

3.4.5. Relación beneficio-costo

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Cuadro N° 35
Ingresos actualizados

Años	Flujo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual
1	\$ 5.980,75	\$ 0,9037505648	\$ 5.405,10
2	\$ 6.314,82	\$ 0,8167650835	\$ 5.157,72
3	\$ 6.682,30	\$ 0,7381519055	\$ 4.932,55
4	\$ 7.086,53	\$ 0,6671052016	\$ 4.727,46
5	\$ 9.418,63	\$ 0,6028967027	\$ 5.678,46
Sumatoria			\$ 25.901,30

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

$$R\ b/c = \$ 30.483,32 / 13.987,44$$

$$R\ b/c = \$ 1.85$$

El proyecto muestra una relación beneficio costo de 1,85 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene un retorno de 85 centavos por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

3.4.6. Periodo de recuperación de la inversión

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta qué año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres

Cuadro N° 36
Período de recuperación de la inversión

Período de recuperación de la inversión			
Periodos	Inversión	Flujos	Flujos acumulados
0	\$ 13.987,44		
1		\$ 5.980,75	\$ 5.980,75
2		\$ 6.314,82	\$ 12.295,57
3		\$ 6.682,30	\$ 18.977,87
4		\$ 7.086,53	\$ 26.064,40
5		\$ 9.418,63	\$ 35.483,03

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

Como se puede observar la recuperación será entre el segundo y tercer año, para determinarlo exactamente se realizará una regla de tres, considerando, si \$ 6.682,30 (3er año) se hace en un año, el faltante para recuperar la inversión que es \$ 1.691,87 en que tiempo se hará:

flujo	años
\$ 6.682,30	1
\$ 1.691,87	0,25318723

El resultado 0,25318723 años, y se saca otra regla de tres para calcularlo en meses:

años	meses
1	12
0,25318723	3,03824676

El período de recuperación de la inversión es de 2 años 3 meses, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

Resumen de indicadores

Cuadro N° 37
Resumen de indicadores

VAN	\$ 11.913,86
TIR	38,16%
RBC	1,85
PRI	2 años 3 meses

Elaborado por: Shirley Jaramillo e Israel López

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Se llegó a determinar que debido a su trayectoria a lo largo de los años la cooperativa, ha forjado una excelente imagen institucional, la cual permite brindar confianza y seguridad a sus socios.
- Con una buena estrategia de mercadeo se puede hacer llegar la información detallada y específica de los servicios que ofrece la cooperativa, además de los beneficios y facilidades que el socio y/o cliente puede adquirir al formar parte de esta entidad.
- Se realizó un estudio técnico con el cual se puede concluir que el tamaño de la agencia será pequeño dada su inversión y el personal que no ascenderá de más de 10 personas, en cuanto a la localización se eligió las calles Soasty entre 10 de Agosto y Tarqui.
- En el estudio financiero se determinó que para la puesta en marcha de la agencia se requiere una inversión fija de 7600 dólares, intangible de 4.500 dólares y el capital de trabajo de \$ 1.887,44 para cubrir los gastos operativos.
- Se evaluó el proyecto a través del valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo y periodo de recuperación de la inversión y los resultados indicaron que el proyecto es factible.

4.2 Recomendaciones

- La cooperativa debe aprovechar su imagen institucional, como medio para expandirse hacia nuevos mercados.
- Transformar las debilidades en fortalezas para aprovechar las oportunidades que le brinda un nuevo mercado, y enfrentar las amenazas que se le presente.
- La institución debe seguir realizando estudios de factibilidad para su expansión en la región austral del país, y así enfrentar los nuevos retos que se le presenten.
- Hay que estimular el desarrollo de la microempresa, mediante el otorgamiento de créditos con facilidades a sus socios.
- Se recomienda abrir la agencia de la cooperativa en la ciudad de Macas, pues es un punto fundamental dentro del sector austral del país, además de que los indicadores de la evaluación muestra que es factible y beneficioso.
- Con el tiempo de funcionamiento de la agencia, deberá aumentar su tamaño, tanto en aspectos operativos como en prestar más financiación y tratar de abarcar el mercado rural donde se puede encontrar un nuevo mercado y estudiar la factibilidad de crear agencias que permitan abarcar más áreas en la provincia.
- Se recomienda además de las colocaciones de créditos, el tratar de recolectar la mayor cantidad de socios, pues los mismos además de producir ingresos son fuente de financiamiento de la agencia.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Proyecto de Factibilidad para la Apertura de una Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “COOPAC-AUSTRO” Ltda.”, se realizó en la ciudad de Macas, Provincia de Morona Santiago, para determinar la factibilidad de apertura de una agencia en macas.

Para la realización de la investigación se inició con un diagnóstico estratégico, el cual permitió conocer la situación actual de la cooperativa y como la afectan factores del macro y microentorno, se continuó con un estudio de mercado, en el cual se analizó la competencia, estrategias de mercado y en base a datos históricos se proyectó tanto la oferta como la demanda de créditos, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha, y de acuerdo a las posibilidades y políticas de la cooperativa cubrirla.

En el estudio técnico se determinó la microlocalización para la nueva agencia de la cooperativa, basándose en criterios como el costo, vías de acceso y servicios básicos, estableciéndola en la calles Soasty entre 10 de Agosto y Tarqui, se diseñó además la estructura organizacional más acorde para la agencia, tanto en su estructura como en su funcionalidad, describiendo todas las funciones que el personal tendrá que cumplir y los requisitos del puesto, por último se describió la ingeniería del proceso del otorgamiento del crédito a través de flujograma y en forma de narrativa.

Mediante el estudio financiero se pudo determinar que este proyecto es viable como lo muestran los indicadores de evaluación financiera como el valor actual neto(VAN) que asciende a \$ 11.913,86, la tasa interna de retorno (TIR) 38,16%, la razón Beneficio costo 1,85 y el período de recuperación que es de 2 años 3 meses.

Se recomienda poner en marcha el proyecto de factibilidad considerando que la evaluación del mismo mostró resultados positivos que contribuirán al fortalecimiento de la imagen institucional de la cooperativa, al atender a un mayor mercado, además de generar mayores beneficios económicos.

SUMMARY

BIBLIOGRAFÍA

- ACUÑA, Rolando. Técnicas de Documentación e Investigación II, 4ta. Ed. Caracas, Universidad Nacional Abierta, 2004.
- ARÉVALO TRINIDAD, Marbellís. Diseño de Procedimientos Administrativos para Ventas. IUTA Sede Nacional, Anaco, 2006.
- BENJAMÍN, Enrique, Organización de Empresas: Análisis Diseño y Estructura. México, Facultad de Ciencias Administrativas – UNAM, 2006.
- CATACTORA, Fernando. Sistemas y Procedimientos Administrativos, Caracas, Editorial Mc Graw Hill, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administración, Proceso Administrativo, 5ta. Ed., México, Mc Graw - Hill, año 2008
- Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2002. © Microsoft Corporation.
- FINCOWSKY, Franklin. Manuales Administrativos: Guía para su Elaboración, México, Facultad de Ciencias Administrativas – UNAM, 2006.
- GÓMEZ CEJA, Guillermo. Sistemas Administrativos, Análisis y Diseño, México, MacGraw-Hill, 2005.
- GÓMEZ, Francisco. Sistema y Procedimiento Administrativo, Caracas, Editorial Frigor, 2005.
- KOONTZ, Harold. Administración una perspectiva global. 10ma. Ed. México, Mc Graw – Hill, 1998.
- MELINKOFF, Ramón. Los Procesos Administrativos, Caracas: Editorial Panapo, 2004.
- ROBBINS, Stephen P. Administración: Teoría y Práctica. 4ta. Ed. México, Prentice - Hall, 2000.

- STONER, James. Administración. 10ma. ed. México, Prentice – Hall, 2001.
- DÁVILA DE GUEVARA, Carlos, Teorías Organizacionales y Administración, Bogotá, Mc Graw-Hill, 2004.
- WENDELL F. y BELL C, Desarrollo Organizacional" 5ta Ed, México, Prentice Hall, 2006.

Anexos

Anexo 1

Modelo de Encuesta



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO.**



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS.
ENCUESTA Nro.....**

Sexo: M..... F.....

¿Confía su dinero en las instituciones financieras?

SI		No	
----	--	----	--

¿Qué instrumento financieros conoce usted.?

Cta. Ahorros		Cta. Corriente		Plazo fijo		Tarjeta de Débito		Ninguna	
-----------------	--	-------------------	--	---------------	--	----------------------	--	---------	--

¿Qué tasa le pagan por mantener su dinero en ahorros?

1 - 3%		3 - 5%		> 5%		Desconoce	
--------	--	--------	--	------	--	-----------	--

¿Qué líneas de crédito solicita usted?

Consumo		Hipotecario		Microcrédito		Comercial		Ninguna	
---------	--	-------------	--	--------------	--	-----------	--	---------	--

¿Qué Cooperativas de ahorro y crédito conoce usted?

COAC San Francisco		COAC 29 de Octubre		COAC CREA	
COAC Jardín Azuayo		COAC Gualaquiza		Ninguna	
COAC La Merced		COAC JEP			

¿En qué institución financiera tiene su dinero?

Banco del Pichincha		COAC San Francisco	
Banco del Austro		COAC Jardín Azuayo	
Banco del Fomento		COAC Gualaquiza	
COAC 29 de Octubre		Ninguna	

¿Conoce los servicios que brinda su cooperativa?

SI		No	
----	--	----	--

¿Qué servicios utiliza más en su institución financiera?

Cta. ahorros	Transferencias de dinero		Créditos		Tarjetas de débito		Débitos bancarios
--------------	--------------------------	--	----------	--	--------------------	--	-------------------

¿En caso de apertura de una agencia de la cooperativa COOPAC-AUSTRO Ltda., usted estaría dispuesto a ser socio de la institución?

SI		No	
----	--	----	--

¿Qué le motivaría a abrir su cuenta en la Cooperativa COOPAC – AUSTRO Ltda.?

Seguridad	
Respaldo financiero	
Tasas interés	
Ninguna	

Anexo 2

Tabla Sectorial

COMISIÓN SECTORIAL No. 18

SERVICIOS FINANCIEROS

RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

1.- ACTIVIDADES DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA, MONETARIA REALIZADA POR: BANCOS PRIVADOS, COOPERATIVAS, MUTUALISTAS, SOCIEDADES FINANCIERAS

2.- COMPAÑÍAS DE SEGUROS

3.- CASAS DE CAMBIO

4.- OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS FINANCIEROS: FIDUCIARIAS, BOLSAS DE VALORES Y MERCADOS FINANCIEROS

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IEES	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL
AUDITOR GENERAL	A1		1811749900001	325,45
GERENTE DE RIESGOS	A1		1811749900002	325,45
GERENTE DE SUCURSALES	A1		1811749900003	325,45
GERENTE DEL ÁREA LEGAL	A1		1811749900027	325,45
GERENTE DE CONTABILIDAD	A1	SECTOR FINANCIERO	1811749900006	325,45
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	A1	SECTOR FINANCIERO	1810000000001	325,45
AGENTE O GERENTE DE AGENCIA	B1		1811749900004	325,45
GERENTE / JEFE DE SEGURIDAD FINANCIERA	B1	INCLUYE: FRAUDES ELECTRÓNICOS, FRAUDES INTERNOS, SEGURIDAD FÍSICA, CONTINGENCIAS DE SEGURIDAD, SUPERVISIÓN DEL ÁREA	1810000000002	325,45
ANALISTA DE RIESGOS	B2		1811749900005	323,31
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA CORPORATIVA	B2		1811749900007	323,31
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA DE PERSONAS	B2		1811749900008	323,31
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA EMPRESARIAL	B2		1811749900009	323,31
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA PYMES	B2		1811749900010	323,31
JEFE ADMINISTRATIVO	B2		1811749900011	323,31
JEFE DE ARCHIVO	B2		1811749900012	323,31
JEFE DE CAJEROS / CANALES	B2		1811749900013	323,31
JEFE DE CAMARA DE COMPENSACIÓN	B2		1811749900014	323,31
JEFE DE CAMBIOS	B2		1811749900015	323,31
JEFE DE CARTERA	B2		1811749900016	323,31
JEFE DE COBRANZAS DEL EXTERIOR	B2		1811749900017	323,31
JEFE DE COBRANZAS DEL INTERIOR	B2		1811749900018	323,31
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR / SWIFT	B2		1811749900019	323,31
JEFE DE CRÉDITO	B2		1811749900020	323,31
JEFE DE CUENTAS CORRIENTES	B2		1811749900021	323,31
JEFE DE DEPARTAMENTO INTERNACIONAL	B2		1811749900022	323,31

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IEES	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL
JEFE DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL	B2		1811749900023	323,31
JEFE DE REVISORÍA Y CONTROL	B2		1811749900025	323,31
JEFE DE SERVICIOS GENERALES	B2		1811749900026	323,31
ANALISTA DE TECNOLOGÍAS	C1	SECTOR FINANCIERO	1811749900028	311,01
CAJERO FINANCIERO	C2		1811749900031	305,36
OPERADOR DE TECNOLOGÍAS	C2	SECTOR FINANCIERO	1811749900033	305,36
ASISTENTE DE CARTERA	C3		1811749900034	303,41
ASISTENTE DE CRÉDITO	C3		1811749900035	303,41
ASISTENTE DE AUDITORÍA	D2		1811749900039	293,46
ASISTENTE DE CAJA	D2		1811749900040	293,46
ASISTENTE DE CÁMARA DE COMPENSACIÓN	D2		1811749900041	293,46
ASISTENTE DE CAMBIOS	D2		1811749900042	293,46
ASISTENTE DE COBRANZAS DEL EXTERIOR	D2		1811749900043	293,46
ASISTENTE DE COBRANZAS DEL INTERIOR	D2		1811749900044	293,46
ASISTENTE DE DEPARTAMENTO INTERNACIONAL	D2		1811749900046	293,46
ASISTENTE DE DEPARTAMENTO JURÍDICO	D2		1811749900047	293,46
ASISTENTE DE OPERACIONES	D2	SECTOR FINANCIERO	1811749900049	293,46
ASISTENTE DE ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS	D2		1811749900050	293,46
ASISTENTE DE PROCESAMIENTO DE DATOS	D2	SECTOR FINANCIERO	1811749900051	293,46
ASISTENTE DE REVISORIA Y CONTROL	D2		1811749900052	293,46
ASISTENTE DE RIESGOS	D2		1811749900053	293,46
EJECUTIVO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL	D2		1811749900056	293,46
RECAUDADOR COBRADOR	D2		1811749900057	293,46
ASISTENTE DE CONTABILIDAD FINANCIERO	D2	SECTOR FINANCIERO	1811749900045	293,46
ASISTENTE DE ARCHIVO	E1	SECTOR FINANCIERO	1811749900058	292,73
DIGITADOR DE COMPENSACION (CAJERO FINANCIERO INTERNO)	E1	SECTOR FINANCIERO	1811749900060	292,73

Anexo 3

Tasas de Interés

Tasas de Interés			
SEPTIEMBRE 2012 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50