



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: DE EMPRESAS MODALIDAD DUAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERO DE EMPRESAS

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA
SUCURSAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 1 DE
JULIO EN LA CIUDAD DE CUENCA.

AUTOR:

JAVIER GUAMÁN ARIAS

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Gerardo Luis Lara Noriega
DIRECTOR

Ing. Adriana Paulina Fray Salazar
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Javier Guamán Arias, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, de abril de 2016

Javier Guamán Arias

0603469198

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a mi madre y toda mi familia por brindarme el apoyo incondicional en mi superación, al igual que a Natali Ortega quien fue la persona que me motivo para poder estudiar y así haciendo posible culminar esta meta tan anhelada, que siempre pondré al servicio del bien, la verdad y la justicia.

Javier Guamán Arias

ÍNDICE DE CONTENIDO

Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice de contenido	v
Índice de tablas	ix
Índice de Gráficos	xi
Índice de anexos.....	xii
Resumen ejecutivo	xiii
Summary	xiv
Introduccion	1
1. CAPÍTULO : EL PROBLEMA.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del Problema.....	3
1.1.2. Delimitación del Problema	3
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.3. OBJETIVOS	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
2. CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	5
2.1.1. Antecedentes Históricos	5
2.1.1.1. Reseña histórica	5
2.1.1.2. Objetivos.....	5
2.1.1.3. Misión y visión	6
2.1.1.4. Grupo objetivo.....	6
2.1.1.5. Datos generales internos	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	7
2.2.1. Proyecto	7
2.2.2. Proyecto de factibilidad	7
2.2.3. Instituciones financieras	8
2.2.3.1. Importancia	8

2.2.3.2. Finalidad	8
2.2.3.3. Clasificación de las instituciones financieras	8
2.2.3.4. Cooperativas	9
2.2.3.5. Cooperativas de ahorro y crédito.....	10
2.2.3.6. Productos y servicios financieros	10
2.2.3.7. Crédito	10
2.2.3.8. Interés	11
2.2.3.9. Cliente.....	12
2.2.3.10.Diferencia entre agencia y sucursal	12
2.2.4. Investigación de mercado	13
2.2.4.1. Necesidad de Información	14
2.2.4.2. Objetivos de la Investigación y Necesidades de Información	14
2.2.4.3. Diseño de la Investigación y Fuentes de Datos	15
2.2.4.4. Procedimiento de Recolección de Datos	15
2.2.4.5. Diseño de la Muestra	15
2.2.4.6. Recopilación de Datos	16
2.2.4.7. Procesamiento de Datos.....	16
2.2.4.8. Análisis de Datos	16
2.2.4.9. Presentación de los Resultados.....	16
2.2.5. Análisis del entorno	17
2.2.5.1. Análisis del Macro Entorno	17
2.2.5.2. Análisis del Micro Entorno.....	18
2.2.5.3. Análisis de Involucrados	19
2.2.6. Estudio técnico	19
2.2.7. Estudio organizacional	20
2.2.7.1. Niveles del estudio del comportamiento organizacional	20
2.3. HIPÓTESIS	21
2.3.1. Hipótesis General	21
2.3.2. Hipótesis Específicas	22
2.4. VARIABLES	22
2.4.1. Variable Independiente.....	22
2.4.2. Variable Dependiente	22
3. CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	23
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	23

3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.3.	UNIVERSO Y MUESTRA.....	23
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	24
3.4.1.	Métodos.....	24
3.4.1.1.	Método Cuantitativo – Cualitativo.....	24
3.4.1.2.	Método Deductivo – Inductivo.....	25
3.4.1.3.	Método Analítico – Sintético.....	25
3.4.1.4.	Método Empírico.....	25
3.4.1.5.	Método Estadístico.....	25
3.4.2.	Técnicas.....	26
3.4.3.	Instrumentos.....	26
3.5.	RESULTADOS.....	27
3.5.1.	TABULACION E INTERPRETACION DE ENCUESTAS.....	27
4.	CAPITULO IV MARCO PROPOSITIVO.....	40
4.1.	ANALISIS INTERNO Y EXTERNO.....	40
4.1.1.	Entorno externo.....	40
4.1.1.1.	Perfil de oportunidades y amenazas del medio.....	40
4.1.2.	Análisis interno.....	42
4.1.3.	Estudio de mercado.....	47
4.1.3.1.	Resultados de la encuesta.....	51
4.1.3.2.	Análisis de la oferta que incluya un análisis de impacto económico y geográfico con relación a otras cooperativas de ahorro y crédito existentes.....	52
4.1.3.3.	Análisis de la demanda insatisfecha.....	53
4.1.3.4.	Impacto en las principales variables sociales y financieras de la cooperativa.....	53
4.1.4.	Análisis de las tarifas.....	54
4.1.5.	Análisis de la comercialización.....	55
4.2.	ESTUDIO TÉCNICO.....	57
4.2.1.	Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.....	57
4.2.1.1.	Tablas de requerimientos.....	58
4.2.2.	Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto localización del proyecto.....	61
4.2.3.	Análisis de productos y servicios a brindar.....	62
4.2.3.1.	Productos Financieros.....	62

4.2.4.	Infraestructura de tecnología de información.....	65
4.2.4.1.	Infraestructura de hardware: equipos, características técnicas:.....	65
4.2.4.2.	Infraestructura de software: versiones, licencias:.....	65
a)	Software Base: Sistemas Operativos, software de seguridad.....	65
b)	Software de aplicación: aplicaciones, sistemas transaccionales.....	66
4.2.5.	Infraestructura de software: versiones, licencias:.....	66
4.2.5.1.	Infraestructura de redes y comunicaciones: topologías, enlaces, seguridades, redes externas:	66
4.2.5.2.	Implementación de Nuevo Software Financiero	66
4.3.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	67
4.3.1.	Estructura de la Cooperativa.....	67
4.3.2.	Determinación del Perfil del Personal para el logro de los Objetivos del proyecto	68
4.4.	ESTUDIO FINANCIERO.....	76
4.4.1.	Determinación del balance general.....	77
4.4.2.	Proyección del estado de pérdidas y ganancias	78
4.4.3.	Proyección del flujo de caja.....	79
4.5.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	80
4.5.1.	Tasa interna de retorno	80
4.5.2.	Valor actual neto.....	80
4.5.3.	Periodo de recuperación de la inversión.....	80
4.5.4.	Indicadores financieros.....	81
4.6.	EVALUACIÓN DE IMPACTO SOCIAL	81
4.6.1.	Análisis comparativo del rendimiento financiero del proyecto versus su rendimiento social.....	81
4.7.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	83
4.7.1.	Sensibilidad de las variables críticas del proyecto.....	83
	CONCLUSIONES	85
	RECOMENDACIONES.....	86
	BIBLIOGRAFÍA	87
	ANEXOS	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Opinión sobre la existencia de cooperativas de Ahorro y Crédito.....	26
Tabla 2:	Opinión sobre las preferencias de instituciones financieras.....	27
Tabla 3:	Tiempo de duración dentro de cooperativas de Ahorro y Crédito.....	28
Tabla 4:	Opinión importante para mantenerse como socio de la Institución Financiera.....	29
Tabla 5:	Satisfacción con las actuales Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad de Cuenca.....	30
Tabla 6:	Opinión sobre la importancia cuando una institución Financiera le presenta sus servicios	31
Tabla 7:	Satisfacción de los servicios prestados por la actual Institución Financiera.....	32
Tabla 8:	Opinión sobre la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio”.....	33
Tabla 9:	Opción de cambio a la Cooperativa "1 de Julio".....	34
Tabla 10:	Porcentaje de ingresos dispuestos a ahorrar mensualmente.....	35
Tabla 11:	Cualidades valoradas en una entidad financiera.....	36
Tabla 12:	Servicios financieros más utilizados.....	37
Tabla 13:	Análisis interno.....	39
Tabla 14:	Perfil de capacidad interna (PCI) Directiva.....	41
Tabla 15:	Perfil de capacidad interna (PCI) Tecnología.....	42
Tabla 16:	Perfil de capacidad interna (PCI) Competitividad.....	43
Tabla 17:	Perfil de capacidad interna (PCI) Financiera.....	43
Tabla 18:	Encuesta.....	48
Tabla 19:	Instituciones Financieras de Cuenca.....	49
Tabla 20:	Análisis de Tarifas.....	52
Tabla 21:	Balance del Personal.....	55
Tabla 22:	Balance suministro de oficina.....	56
Tabla 23:	Balance muebles y enseres.....	57
Tabla 24:	Balance equipos de oficina.....	57
Tabla 25:	Balance de unidades de transporte.....	58
Tabla 26:	Capital de trabajo.....	58

Tabla 27:	Valor total de inversión inicial.....	58
Tabla 28:	Costo Equipos.....	62
Tabla 29:	Costo Sistema Operativo.....	62
Tabla 30:	Valor Costo licencia SFC.....	63
Tabla 31:	Costo redes y comunicaciones.....	63
Tabla 32:	Perfil de Jefe de Agencia.....	65
Tabla 33:	Perfil de Jefe de Inversiones.....	66
Tabla 34:	Perfil de Analista de Inversiones.....	67
Tabla 35:	Perfil de Jefe de Crédito.....	68
Tabla 36:	Perfil de Notificador.....	69
Tabla 37:	Perfil del Analista de Crédito.....	70
Tabla 38:	Perfil de Jefe de Operaciones.....	72
Tabla 39:	Perfil de Cajero/a.....	74
Tabla 40:	Perfil del Encargado de Atención al Cliente.....	74
Tabla 41:	Balance General.....	77
Tabla 42:	Estado de Resultados Proyectados.....	78
Tabla 43:	Flujo de Caja Proyectados.....	79
Tabla 44:	Flujos Financieros.....	81
Tabla 45:	Análisis de sensibilidad.....	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Opinión sobre la existencia de cooperativas de Ahorro y Crédito.....	26
Gráfico 2:	Opinión sobre las preferencias de instituciones financieras.....	27
Gráfico 3:	Tiempo de duración dentro de cooperativas de Ahorro y Crédito.....	28
Gráfico 4:	Opinión importante para mantenerse como socio de la Institución Financiera.....	29
Gráfico 5:	Satisfacción con las actuales Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad de Cuenca.....	30
Gráfico 6:	Opinión sobre la importancia cuando una institución Financiera le presenta sus servicios.....	31
Gráfico 7:	Satisfacción de los servicios prestados por la actual Institución Financiera.....	32
Gráfico 8:	Opinión sobre la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio”.....	33
Gráfico 9:	Opción de cambio a la Cooperativa "1 de Julio".....	34
Gráfico 10:	Porcentaje de ingresos dispuestos a ahorrar mensualmente.....	35
Gráfico 11:	Cualidades valoradas en una entidad financiera.....	36
Gráfico 12:	Servicios financieros más utilizados.....	37
Gráfico 13:	Población Cuenca.....	45
Gráfico 14:	Población Cuenca Urbana – Rural.....	46
Gráfico 15:	Población Cuenca Hombres – Mujeres.....	46
Gráfico 15:	Organigrama Cuenca.....	64

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta a la población.....	97
ANEXO 2 Entrevista Gerente.....	99

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de factibilidad para la apertura de una sucursal de la Cooperativa 1 de Julio en la ciudad de Cuenca, con la finalidad de ver cuál sería nuestro mercado meta. Se realizó un análisis del entorno, el análisis FODA para así poder ser la cooperativa que se necesita en este mercado meta.

A continuación se realizó un estudio de mercado para ver cuál es la demanda insatisfecha, se revisó la situación económica y social. También la competencia que se tiene con otras entidades financieras que existen en el mercado.

Además el estudio técnico, el cual se enfocó en el análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, su localización, análisis de productos y servicios a brindar, y la infraestructura de tecnología de información.

La propuesta es un estudio organizacional, en el cual se dará a conocer la estructura de la cooperativa y se determinó el perfil del personal.

Posteriormente se realizó un estudio financiero, el cual es la guía de acciones para asegurar que la agencia contará con todos los recursos financieros necesarios para su operación, para lo cual se determinará un balance general, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja proyectados, también veremos la tasa interna de retorno, el valor actual neto, el período de recuperación de la inversión, los indicadores financieros.

Palabras clave:

Estudio de Factibilidad, estudio técnico, estudio financiero, estudio organizacional estudio de mercado.

SUMMARY

The present Project of feasibility for the opening of a branch of the Credit or Loans 1st of July in the city of Cuenca, with the aim to see what would be our goal market. An analysis was made of the environment, the institution that is needed in this goal market.

A market study was made to see which is the unsatisfied demanding, the economic and social situation were reviewed. Also, the competence that the financial entities have with other that exists in the market.

In addition, the technical study which is focused in the analysis and determination of the optimal size of the project, its location, analysis of products and services to bring, and the infrastructure of the technology of information.

The proposal is an organizational study, in which the structure will give to know the Credit or Loans Institution, and the personal profile was determined.

Afterwards, a financial study was made, which is the guideline of the actions to assure that the agency counts on the necessary financial resources for its operation, for which a general balance sheet will be determined, also the Internal Return Rate will be verified, the Current Net Value, the period of recovering of the investment, and the financial indicators.

Key Words:

Feasibility Study, Technical Study, Financial Study, Organizational Study, Market Study

INTRODUCCION

Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se reúnen de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.

El presente trabajo referido a la apertura de una nueva sucursal de una cooperativa tiene como objetivo conocer éste movimiento y forma de organización comunitaria que permite formar entidades económicas con un amplio sentido social.

Una Cooperativa es una sociedad organizada voluntariamente por un grupo de personas para servirse a sí mismas y a la comunidad. Su desarrollo tiene como base la ayuda mutua, y la determinación de que sus socios trabajaran juntos para el bien común. Su propósito principal es prestar el mejor servicio a sus socios y patrocinadores a precios razonables trabajando en armonía con el espíritu democrático del cooperativismo. Se debe mencionar también que el control de una cooperativa está en manos de sus socios estos son sus verdaderos y únicos dueños quienes planean sus actividades.

El concepto de cooperativismo, tiene un sentido determinado y preciso. Corresponde a un sistema económico definido, con base en una doctrina y en unos principios narrativos, cuya aplicación está representada en la Sociedad Cooperativista. La virtud esencial del cooperativismo, es su doble función económica y social la primera facilita las operaciones comerciales en volumen mayoritario para que puedan dar buen rendimiento a sus socios, y la segunda, impone requisitos y condiciones a los cooperados tomando en cuenta sus necesidades para poder satisfacerlas.

La cooperativa de Ahorro y Crédito 1 de Julio será una institución financiera del sistema cooperativo dirigido a la ciudad de Cuenca, la que tomará en cuenta las características del buen servicio y la misión de integración social.

El proyecto de factibilidad abarca cuatro capítulos descritos en los siguientes términos:

Capítulo I hace referencia a la problemática, es decir el planteamiento del problema, la justificación, y los objetivos, tanto los generales como los específicos.

En el capítulo II se redacta el marco teórico, en el cual se describe los antecedentes investigativos, la fundamentación teórica, la hipótesis y las variables.

En el capítulo III se detalla el marco metodológico, es decir, la modalidad de la investigación, los tipos de investigación, la población y muestra, los métodos técnicas e instrumentos, los resultados y la verificación de la hipótesis

En el capítulo IV se realiza el marco propositivo, en el cual se especifica el contenido de la propuesta, el análisis del entorno interno y externo, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional, estudio financiero y la evaluación financiera.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y los respectivos anexos de la investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio” que tiene su matriz en la ciudad de Ambato en la cual ha brindado sus servicios por más de 15 años, con la mejor atención y cordialidad a cada uno de los socios; al poseer varios servicios Financieros que pueden ser aprovechados por la ciudadanía nacional y al tener un crecimiento significativo como institución financiera, se ve la necesidad de abrir una nueva sucursal y así poder explotar todos los beneficios que brinda la cooperativa. Ya que es una cooperativa que día a día va avanzando con cada una de las necesidades que poseen las personas que buscan servicios financieros.

1.1.1. Formulación del Problema

A continuación se formula la interrogante a la que se pretende dar respuesta:

¿Cuál es la aportación del proyecto de factibilidad en la apertura de una sucursal de la Cooperativa 1 de Julio en la ciudad de Cuenca?

1.1.2. Delimitación del Problema

El presente proyecto corresponde al campo administrativo, se efectuará en la provincia de Azuay, cantón Cuenca, en el año 2016.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Para que la Cooperativa pueda brindar y hacer conocer de sus servicios a más personas a nivel nacional podría tener otra sucursal en Cuenca, ya que la ciudad no cuenta con muchas cooperativas de ahorro y crédito, y según estudios realizados anteriormente, las personas de esta localidad prefieren realizar sus préstamos y ahorros, entre otros servicios

financieros, en una cooperativa antes que en un banco, por este o varios otros motivos se debería realizar el respectivo estudio, para poder saber si es factible abrir una nueva sucursal en esta ciudad.

Aporte Social: La relevancia o impacto social del estudio investigativo lleva consigo algunas políticas y lineamientos que establecen los objetivos del Plan del Buen Vivir:

- Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.
- Mejorar la calidad de vida de la población
- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Establecer la factibilidad de la apertura de una nueva sucursal de la cooperativa “1 de Julio” de la ciudad de Ambato.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Elaborar el marco teórico referencial que permita elaborar el proyecto de factibilidad.
- Realizar los estudios correspondientes: Mercado, Técnico, Financiero, Evaluación Financiera, Evaluación del Impacto Social y Análisis de Sensibilidad.
- Análisis de resultados.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.4. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.4.1. Antecedentes Históricos

2.4.1.1. Reseña histórica

La Cooperativa de Ahorro y Crédito 1 de Julio Ltda., nace por la idea y aporte económico de un grupo de 16 personas (familiares) de la comunidad de Chacapungo perteneciente a la Parroquia de Juan B Vela - cantón Ambato en una reunión el 1 de julio del año 1998 como una Pre- Cooperativa con el nombre Unión Familiar cuyo objetivo era financiar a los pequeños agricultores de sector el trabajo de sus campos así evitando la intervención de los prestamistas , a mediados del año 1999 y con la necesidad de legalizar la institución inicia los trámites en la Dirección Nacional de Cooperativas logrando el Acuerdo Ministerial # 1749 un 20 de Diciembre del 2000 con el nombre de Cooperativa de Ahorro y Crédito “ 1 de Julio” Ltda., ya que el anterior nombre ya existía en alguna institución del país.

2.4.1.2. Objetivos

Objetivo General

Contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes de la zona de influencia, a través de la generación de servicios financieros y no financieros ajustados a las actividades económicas y productivas de los socios y socias sin distinción de raza, religión o nivel social.

Objetivos Específicos

- a) Promover el desarrollo económico, social y cultural de sus socios y socias, mediante el esfuerzo solidario y la ayuda mutua.

- b) Captar recursos económicos de instituciones financieras nacionales e internacionales que consoliden la gestión para beneficios de sus socios y socias.
- c) Complementar sus servicios financieros con los no financieros especialmente en lo referente a capacitación antes y después del crédito
- d) Contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad a través de la prestación de servicios no financieros complementarios.

2.4.1.3. Misión y visión

Misión

La Cooperativa de ahorro y crédito “1 de Julio” contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los socios, socias y sus familias, mediante la prestación de servicios financieros integrales y ofreciendo productos competitivos que generen beneficios a la comunidad.

Visión

Al 2020 ser una institución sólida, eficaz y reconocida en el sector cooperativo, fortalecida administrativa y financieramente con talento humano especializado para brindar servicios de calidad y garantizar el bienestar y desarrollo de sus socios y socias.

2.4.1.4. Grupo objetivo

Descripción del grupo objetivo

Pequeños y medianos productores de la zona dedicados a actividades agropecuarias de bajos recursos económicos y personas dedicadas al comercio, que buscan mejorar sus condiciones de vida.

2.4.1.5. Datos generales internos

Desempeño de las oficinas:

Las Coac “1 de Julio” cuenta con una oficina principal en la Parroquia Santa Rosa-Tungurahua y dos agencias, la una en Parroquia Pilahuín- Tungurahua y la otra en la

Ciudad del Tena Provincia del Napo, a Marzo del 2014 tenemos un total de 6021 asociados: 3521 en la matriz, 423 en la agencia Pilahuin y 2077 en la Agencia Tena.

Alianzas estratégicas:

La coac “1 de Julio” ha logrado algunas alianzas estratégicas con instituciones del país, estos convenios de cooperación interinstitucional han servido para la inyección de recursos económicos, mismos que han servido para el impulso de sus productos de crédito en su zona de influencia.

2.5. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.5.1. Proyecto

La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto.

(Ander & Aguilar Idáñez, 1997)

Esto se hace indicando, de una manera sintética y mediante un título, aquello que se quiere hacer (creación de un centro social, de un servicio de ayuda a domicilio, de un taller de artesanía, etc.). Su objeto es identificar el proyecto e indicar el marco institucional desde el cual se realizará, de forma muy breve. Además, en la denominación se ha de hacer referencia a la institución, agencia u organismo responsable de la ejecución del proyecto. Y en aquellos casos en los que el que ejecuta no es el mismo que el que patrocina, habría que indicar también el organismo patrocinante. Si formara parte de un programa más amplio (conjunto de proyectos integrados), será necesario hacer referencia a éste.

2.5.2. Proyecto de factibilidad

Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos necesidades de organizaciones o grupos sociales

que pueden referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos, o procesos. El proyecto debe tener el apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o un diseño que incluya ambas modalidades (Arias, 2006)

2.5.3. Instituciones financieras

Son organismos públicos o privados que realiza operaciones bursátiles, transacciones bancarias y grandes negociaciones industriales o mercantiles. Son actividades que se fundan en el manejo ejecutivo de grandes sumas de dinero o en la útil ficción del crédito. (Moncayo A., 1998)

2.5.3.1. Importancia

Las instituciones financieras son de gran importancia para el desarrollo de nuestra ciudad y del país en general; ya que dichas instituciones aportan con la prestación de varios servicios que en la actualidad son mejores, rápidos y oportunos, pues hoy en día existen varias instituciones que buscan la excelencia en cuanto a los servicios que brindan, y de esta manera la ciudadanía puede escoger la institución y consumir actividades bancarias y financieras, con el fin de agilizar dichas diligencias con menor esfuerzo y sin costos muy altos. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2010)

2.5.3.2. Finalidad

Las instituciones financieras se crean especialmente con fines de lucro mediante la prestación de servicios a la colectividad, es decir, trata de captar recursos del público para luego invertir en proyectos los cuales producirán una utilidad y de esta manera obtener una ganancia. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2010)

2.5.3.3. Clasificación de las instituciones financieras

Las instituciones financieras se clasifican de la siguiente manera:

Instituciones Financieras Públicas.

Instituciones Financieras Privadas.

Instituciones financieras públicas.- Son aquellas que tienen capital del estado, estas se rigen por:

- Su creación,
- Por las actividades que realizan,
- Por su funcionamiento y,
- Por su organización.

Se rige por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, en cuanto a:

- Su solvencia,
- Su prudencia financiera y,
- El control que tienen.

El organismo de control es la Superintendencia de Bancos.

Instituciones financieras privada.- Son aquella que están orientadas a prestar sus servicios con el fin de obtener un beneficio o lucro. (Gitman, 2003)

2.5.3.4. Cooperativas

Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se reúnen de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática sin fines de lucro. Las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público en general y complejidad de sus operaciones. (Jaramillo, 2000)

Las cooperativas están basadas en los valores de auto ayuda, auto responsabilidad, democracia, igualdad, equidad, y solidaridad. Los asociados cooperativos hacen suyos los valores éticos de honestidad, apertura, responsabilidad social y preocupación por los demás.

2.5.3.5. Cooperativas de ahorro y crédito

(Westley & Branch, 2000)

Las cooperativas de ahorro y crédito son aquellas que tienen por objeto fundamental fomentar el ahorro y otorgar préstamos a sus asociados con los recursos aportados por los mismos a un interés muy bajo, con el fin de eliminar los altos costos que representan los créditos otorgados por los bancos comerciales.

2.5.3.6. Productos y servicios financieros

- **Ahorro.-** El ahorro es la parte del ingreso (nacional, familiar o personal) que no se destina a la compra de bienes de consumo (Coss Bu, 1999). El ahorro se obtiene restándole a los ingresos totales el gasto total en consumo. De esta forma.

$$\text{AHORRO} = \text{INGRESOS} - \text{GASTOS}$$

Existen distintos tipos de ahorro, estos son:

- **Ahorro Financiero.-** Conjunto de activos rentables emitidos, tanto por el sistema financiero como por el Gobierno, que han sido acumulados a través del tiempo.
- **Ahorro Privado.-** Es la diferencia entre los ingresos y el consumo de las unidades familiares y de las empresas.

2.5.3.7. Crédito

El crédito es un préstamo de dinero que una Institución Financiera otorga a sus clientes, con el compromiso de que en el futuro, el cliente devolverá dicho préstamo en forma gradual (mediante el pago de cuotas) o en un solo pago y con un interés adicional que compensa al Banco por todo el tiempo que no tuvo ese dinero.

Los principales tipos de créditos **de acuerdo a su funcionalidad** son los siguientes:

- **Créditos comerciales.-** Otorgados a personas naturales o jurídicas cuyo financiamiento está dirigido a las diversas actividades productivas de la economía.
- **Créditos de consumo.-** Otorgados a personas naturales cuyo destino es la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios siendo la fuente de pago el ingreso del deudor.
- **Créditos para la vivienda.-** Otorgado para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de bienes inmuebles y que se encuentran garantizados con una hipoteca del bien.

Los créditos se pueden clasificar de la siguiente manera de acuerdo al tipo de garantía:

- **Crédito sobre Firmas o Quirografarios.-** Concedido por las instituciones en base a la solvencia y capacidad de prestatario y un tercero que se comprometen ante la entidad a asumir solidariamente la obligación en caso de que el obligado principal no pague su deuda al vencimiento. Estos préstamos están respaldados por pagarés o contratos.
- **Crédito Prendario.-** Son los créditos que están respaldados con garantía, la que puede ser comercial, ordinaria, especial de comercio, industrial y títulos valores.
- **Crédito Hipotecario.-** Los créditos hipotecarios están respaldados con un bien inmueble, terreno, casa, etc.

De acuerdo a su vencimiento:

- **A corto plazo.-** Viene definido por su duración que es normalmente a dos años, según la política de la institución.
- **A mediano plazo.-** Se han desarrollado para satisfacer necesidades, para cubrir la insuficiencia de los recursos que alimentan el crédito a largo plazo, este debe ser menos de diez años, su duración es intermedia.
- **A largo plazo.-** Tiene por objeto satisfacer necesidades, permanentes y financiar actividades de un período de cinco años a más. (Beker & Mochon, 2009)

2.5.3.8. Interés

Es un índice para medir la rentabilidad de los ahorros o el costo de un crédito. Se da en

porcentajes. Es un monto de dinero que normalmente corresponde a un porcentaje de la operación de dinero que se esté realizando. (Krugman & Obstfeld., 2000)

2.5.3.9. Cliente

El cliente es una figura que siempre está presente, es lógico, es quien demanda los productos y servicios que las entidades ofertan y por lo que consiguen consolidarse en el mercado y obtienen los ingresos y rendimientos para posicionarse y sobrevivir. Un cliente rentable es el que genera un flujo de ingresos a lo largo del tiempo, excediendo por una cantidad aceptable el flujo de costos en que incurre la empresa al atraer, servir y venderle a ese consumidor.

2.5.3.10. Diferencia entre agencia y sucursal

Agencia

Una agencia es una entidad, física o moral, que ejerce sus actividades con independencia económica y administrativa de la casa matriz (Google, s.f.).

Su función: consiste en distribuir los productos de un tercero, al cual se conoce como casa matriz. Por tal razón el establecimiento de agencias representa un importante instrumento de desarrollo y crecimiento empresarial. Tienen un surtido de muestras para que las vean los clientes, pero no mantienen existencias para hacer las entregas a los clientes. Los pedidos se envían a casa matriz y esta la que los sirve. Los créditos son concedidos por la casa matriz, las cuentas por cobrar se llevan en los libros de la casa matriz, esta efectúa los cobros. El fondo fijo para los gastos de la agencia lo provee la casa matriz, el cual lo repone a medida que se agota. La agencia no maneja ningún otro efectivo.

Sucursal

Son sucursales los establecimientos de comercio abiertos por una sociedad, dentro o fuera de su domicilio, para el desarrollo de los negocios sociales o parte de ellos, administrados por mandatarios con facultades para representar la sociedad. (Publicaciones, 2010).

Mantienen existencias de mercancías, la mayor parte de las cuales son obtenidas en la casa matriz, pero parte de las cuales puede haber comprado en otras entidades.

Las entregas se hacen de las existencias de la sucursal.

- Los créditos son concedidos por la sucursal; las cuentas a cobrar se llevan en los libros de la sucursal; esta efectúa los cobros.
- Los cobros efectuados por la sucursal son depositados en un banco local para que los acredite a la misma; el gerente de la sucursal extiende los cheques para pagar los gastos.
- Una agencia ejerce las mismas funciones, pero más o menos, que un viajante, en tanto la sucursal desempeña la mayor parte de sus funciones de una empresa independiente, sujeta solamente a la inspección y control de la casa matriz.

Si bien existen agencias y sucursales, existen otros establecimientos que tienen algunas de las características de ambas. Agencias que ejercen algunas de las funciones de las sucursales, y sucursales sujetas a algunas restricciones que se aplican a las sucursales.

2.5.4. Investigación de mercado

Los especialistas Kinneer T. & Taylor J, en su libro “Investigación de Mercado” (Pág. 5) definen a la Investigación de Mercados centrándose en cuatro términos que son 1) sistemático, 2) objetivo, 3) información y 4) toma de decisiones; de lo que se desprende la siguiente definición:

(Kinneer & Taylor, 1998)

La investigación de mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones por la gerencia de marketing.

(Kinneer & Taylor, 1998)

El proyecto formal de la investigación de mercados puede considerarse como una

serie de pasos llamados proceso de investigación, es esencial prever todos los pasos y reconocer su interdependencia. Existen nueve pasos que constituyen la Investigación de Mercados, y los pasos son:

- Necesidad de información
- Objetivos de la investigación y necesidades de información
- Diseño de la investigación y fuentes de datos
- Procedimiento de recolección de datos
- Diseño de la muestra
- Recopilación de datos
- Procesamiento de datos
- Análisis de Datos
- Presentación de los resultados

2.5.4.1. Necesidad de Información

El primer paso en el proceso de investigación es establecer cuál es la necesidad de información de una investigación de mercados. Se debe establecer de manera adecuada esta necesidad de información de investigación, y el investigador debe comprender a cabalidad por qué se requiere dicha información. (Kinneer & Taylor, 1998)

2.5.4.2. Objetivos de la Investigación y Necesidades de Información

(Kinneer & Taylor, 1998)

Una vez que se ha establecido con claridad la necesidad de Información de investigación, este deberá especificar los objetivos de la investigación propuesta y elaborar una lista específica de las necesidades de información. Por lo general, los objetivos de la investigación se presentan por escrito antes de realizar el proyecto.

2.5.4.3. Diseño de la Investigación y Fuentes de Datos

Un diseño de investigación es el plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación. Es la estructura que especifica el tipo de información a recolectar, las fuentes de datos y los procedimientos y análisis de la recolección de datos.

Las fuentes de datos pueden ser internas o externas a la organización. Las fuentes internas incluyen los estudios previos de investigación y los registros de la empresa. Las fuentes externas incluyen informes comerciales de investigación, revistas comerciales o informes industriales e informes gubernamentales. (Kinnear & Taylor, 1998)

Si los datos no están disponibles de fuentes internas o externas, el siguiente paso es recopilar nuevos datos por medio de entrevistas por correo, por teléfono y personales; observación; experimentación; o simulación. Los demás pasos en el proceso de investigación se relacionan con los datos recopilados a través de estas fuentes.

2.5.4.4. Procedimiento de Recolección de Datos

Al desarrollar el procedimiento de recolección de datos, el investigador deberá establecer un vínculo eficaz entre las necesidades de información y las preguntas que se formularán.

2.5.4.5. Diseño de la Muestra

El primer punto en el diseño de la muestra se relaciona con quién o qué debe incluirse en la muestra. Esto significa que se requiere una determinación del universo y de la estimación de la muestra que se va a extraer para efectos de estudio. El segundo punto es el diseño del instrumento que va a ser utilizado en la investigación; y, el tercer punto se refiere a los métodos utilizados para seleccionar la muestra. Estos métodos pueden clasificarse a partir de si implican un procedimiento probabilístico o no probabilístico, además de establecer el diseño del método de análisis para el tratamiento de datos.

2.5.4.6. Recopilación de Datos

El proceso de recopilación de datos es fundamental, puesto que por lo general abarca una amplia proporción del presupuesto de investigación y del error, total en los resultados de la investigación.

2.5.4.7. Procesamiento de Datos

Una vez registrados los datos, comienza el procesamiento de los mismos. Este incluye las funciones de edición y codificación. La edición comprende la revisión de los formatos de datos en cuanto a legibilidad, consistencia e integridad. La codificación implica el establecimiento de categorías para respuestas o grupos de respuestas, de manera que los números puedan utilizarse para representar las categorías. En este punto, los datos están listos para el análisis por computador.

2.5.4.8. Análisis de Datos

Es importante que el análisis de datos sea consistente con los requerimientos de información. Por lo general, se realiza utilizando paquetes de software apropiados para el análisis de datos.

2.5.4.9. Presentación de los Resultados

Usualmente los resultados de la investigación se comunican a través de un informe escrito y una presentación oral. Es imperativo que los hallazgos de la investigación se presenten en un formato simple, y dirigidos a las necesidades de información de la situación de decisión.

2.5.5. Análisis del entorno

(Kotler, 1995)

El Análisis del Entorno es el estudio del medio en el que se va a desarrollar el proyecto, tomando en cuenta tanto los factores del Macroentorno como los del Microentorno.

2.5.5.1. Análisis del Macro Entorno

El macroentorno está conformado por fuerzas las cuales son externas del mundo industrial. Los cuales afectan de manera directa a la organización y que están fuera de su control, pero si se pueden llegar a monitorear.

El éxito de una compañía sería poder preverlas y consecuentemente sacar cosas positivas de ellas.

El Análisis del Macroentorno ayuda a comprender la influencia de los factores externos al sector industrial o al negocio a emprender, para realizar un análisis correcto se toma en cuenta dos puntos principales que son:

- Del Mercado (Diagnosticado por un Análisis PESTAD), y,
- Del Sector Industrial (Diagnosticado con el Análisis de las 5 Fuerzas de Porter)

Del Mercado (Análisis PESTAD)

El análisis P.E.S.T.A.D. es un marco que los consultores de la estrategia utilizan para explorar el macro-entorno externo en el cual opera una firma. P.E.S.T.A.D. son las siglas para los siguientes factores:

- Político
- Económico

- Social
- Tecnológico
- Ambiental
- Demográfico

Los factores P.E.S.T.A.D. desempeñan un importante papel en las oportunidades de creación de valor de una estrategia. Sin embargo están generalmente fuera del control de la corporación y deben ser considerados normalmente como amenazas u oportunidades. El PESTAD funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis FODA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea. Los factores analizados en PEST son esencialmente externos; es recomendable efectuar dicho análisis antes del análisis FODA, el cual está basado en factores internos (Fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas). El PESTAD mide el mercado, el FODA mide una unidad de negocio, propuesta o idea.

El análisis PESTAD es algunas veces extendido a 7 factores, incluyendo Ecológicos, Legislativos e Industria, convirtiéndose entonces en PESTELI.

(Chapman, 2011)

Muchos consideran esta extensión innecesaria, puesto que si se hace correctamente, el PESTAD cubre en forma natural los factores adicionales (Legislativo entraría en Político, Industria en Economía y Ecológico disperso entre los cuatro).

2.5.5.2. Análisis del Micro Entorno

El microentorno está conformado por el conjunto de fuerzas presentes en el horizonte inmediato de la compañía, existen seis tipos; la propia compañía, proveedores, intermediarios, clientes, competidores y grupos de personas con intereses comunes.

El Análisis del Microentorno ayuda a comprender la influencia de los factores que se encuentran al alcance de las organizaciones ya que con estos factores se pueden crear relaciones las cuales construyen una responsabilidad y bienestar en la sociedad.

2.5.5.3. Análisis de Involucrados

(Ruiz Díaz, 2007)

Se consideran como involucrados a los grupos, personas e instituciones importantes relacionadas con el problema o los que se encuentran en su ámbito de influencia, bien sea como afectados, beneficiario, cooperante, oponente, afectados y/o perjudicados.

El Análisis de Involucrados es uno de los elementos más dinámicos del Sistema de Marco Lógico. Los involucrados aparecen y desaparecen durante el ciclo del proyecto y cuando un proyecto está en la etapa de diseño, no será posible identificar a todos los involucrados eventuales. Por ejemplo, nuevos grupos podrían aparecer para oponerse a un proyecto una vez que el proyecto se ha anunciado o comenzado.

2.5.6. Estudio técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados. (Estudio Técnico, 2010)

¿En qué consiste el estudio técnico?

En pocas palabras, el estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

“Consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Kinnear & Taylor, 1998)

2.5.7. Estudio organizacional

El comportamiento organizacional es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones. Es una disciplina científica a cuya base de conocimientos se agrega constantemente una gran cantidad de investigaciones y desarrollos conceptuales. Pero también es una ciencia aplicada, ya que la información sobre prácticas efectivas en una organización puede extenderse a muchas otras y dejar así el departamentalismo. (Estudio Organizacional y Legal, 2010)

2.5.7.1. Niveles del estudio del comportamiento organizacional

Los temas que suelen estar incluidos en el estudio del Comportamiento Organizacional son: la estructura organizacional, la motivación, el compromiso organizacional, el poder, la comunicación, el trabajo en equipo, la cultura organizacional, el clima organizacional, el liderazgo y los procesos de cambio. Cada uno de estos temas está presente en los tres niveles básicos de estudio del Comportamiento Organizacional: el individual, el grupal y el organizacional. Este esquema de niveles es muy importante al momento de plantear conclusiones. Por ejemplo, la motivación se puede describir en función de los principales

intereses de un grupo de personas, pero como variable es individual ya que es en ese nivel donde se origina.

Otro eje está relacionado con lo concreto o lo abstracto en nuestro discurso sobre los problemas que estudia el Comportamiento Organizacional. El nivel más concreto y objetivo es la conducta, observable y susceptible de cuantificarse con mayor facilidad. Un segundo nivel son las actitudes entendidas como las predisposiciones a actuar de las personas; y finalmente los valores, que son el nivel más abstracto y nos indican una orientación de nuestra conducta. Por poner un ejemplo, podemos pensar que somos colaboradores, pero en una discusión podemos evidenciar una actitud poco colaboradora frente a casos hipotéticos, y en la práctica podemos ser más bien recelosos de dar nuestro apoyo. Esto constituye la mayor dificultad para estudiar las organizaciones: la inconsistencia y la brecha entre lo que se dice y se hace, lo cual se complica cuando le añadimos jerarquías (poder) y patrones de conducta aceptados, algunas veces, por todos (cultura organizacional).

Es un campo de estudio porque es una especialidad delimitada y con un conjunto común de conocimientos que estudia tres determinantes del comportamiento de las organizaciones: individuos, grupos y estructura. Aplica el conocimiento obtenido acerca de los individuos, los grupos y el efecto de la estructura en la conducta, con la finalidad de un mejor funcionamiento en las organizaciones. El comportamiento organizacional se interesa particularmente en las situaciones que atañen al empleo.

2.6. HIPÓTESIS

2.6.1. Hipótesis General

Se podrá establecer un índice de factibilidad de la apertura de una nueva sucursal al analizar a los posibles socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 1 de Julio, en la ciudad de Cuenca, periodo 2016, de la ciudad de Ambato, a partir de un estudio de mercado.

2.6.2. Hipótesis Específicas

- El desarrollo de una matriz FODA permitirá establecer un análisis organizacional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 1 de Julio
- La realización de un estudio de mercado permitirá medir el porcentaje de aceptación de los posibles socios.

2.7. VARIABLES

2.7.1. Variable Independiente

Estudio de factibilidad.

2.7.2. Variable Dependiente

La apertura de una nueva sucursal.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.8. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizará métodos que ayudaran a descubrir el porqué del problema y los detallaremos a continuación:

3.9. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se utilizará es investigación de campo, explicativa, bibliográfica y descriptiva.

3.10. UNIVERSO Y MUESTRA

Universo

La presente investigación va dirigida a los posibles socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 1 de Julio, en la ciudad de Cuenca.

Para determinar la muestra se aplicara la siguiente formula:

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

TERMINOLOGÍA DE LA FORMULA

Z= Margen de confiabilidad 95%

P= Probabilidad de que el evento ocurra

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra

N-1= Factor de conversión o finitud

E o e = Error de estimación o error muestral 1% al 3% y del 5% a 6%

N= Población o Universo de estudio

CALCULO DE LA MUESTRA

Z= 1.96

P= 80%

Q= 20%

E= 5%

N= 505585

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

$$n = \frac{(1.96)^2(0.80)(0.20)(505585)}{(0.05)^2(505585 - 1) + (1.96)^2(0.80)(0.20)}$$
$$n = \frac{3073.28}{13.11}$$

n= 245 encuestas para el trabajo de campo final.

3.11. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.11.1. Métodos

3.11.1.1. Método Cuantitativo – Cualitativo

Es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables.

Mientras que los cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

3.11.1.2. Método Deductivo – Inductivo

Se aplica los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicio. Inductivo es el razonamiento que, partiendo de los casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de Hipótesis, investigación de leyes científicas y las demostraciones.

3.11.1.3. Método Analítico – Sintético

Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, para luego relacionar hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos.

Al ser aplicado nos permitirá analizarán los elementos de las características que se encontraran en el transcurso de la investigación al momento el proceso de indagación.

3.11.1.4. Método Empírico

Los datos empíricos son sacados de las pruebas acertadas y los errores, es decir, de experiencias. En nuestra investigación se utilizará la Encuesta en donde se ha planteado un conjunto de preguntas dirigidas a la población de la Provincia de Azuay, cantón Cuenca, con el fin de conocer los diferentes criterios que tienen y como también saber el grado de aceptación con el que cuenta la Cooperativa.

3.11.1.5. Método Estadístico

Estadística Inferencial.- Esta trabaja con muestras, subconjuntos formados por algunos individuos de la población. A partir del estudio de la muestra se pretende inferir aspectos relevantes de toda la población. Cómo se selecciona la muestra, como se realiza la inferencia y que grado de confianza se puede tener en ella son aspectos fundamentales,

para cuyo estudio se requiere un alto nivel de conocimientos de estadística probabilidad y matemáticas.

3.11.2. Técnicas

Encuesta.- La encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Se aplicará una encuesta en donde se ha seleccionado las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación que se está realizando y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que van a responder el cuestionario.

La Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difícil conseguir.

3.11.3. Instrumentos

Cuestionario: Es una técnica de recogida de información que supone un interrogatorio en el que las preguntas establecidas de antemano se plantean siempre en el mismo orden

y se formulan con los mismos términos. Los cuestionarios ahorran tiempo porque permiten a los individuos llenarlos sin ayuda ni intervención directa del investigador.

Entrevista: es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa.

3.12. RESULTADOS

3.12.1. TABULACION E INTERPRETACION DE ENCUESTAS

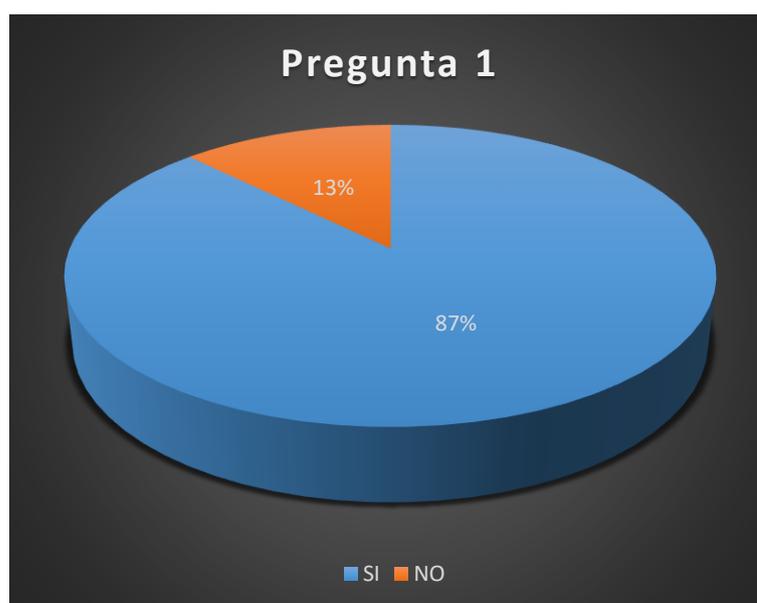
Pregunta 1

¿Conoce usted de la existencia de alguna Cooperativa de Ahorro Y Crédito en la ciudad de Cuenca?

Tabla 2: Opinión sobre la existencia de cooperativas de Ahorro y Crédito

SI	NO	TOTAL
212	33	245

Gráfico 1: Opinión sobre la existencia de cooperativas de Ahorro y Crédito



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Nos podemos dar cuenta que el 87% de la población conoce de Cooperativas de Ahorro y Crédito en la ciudad de Cuenca y este sería el nicho de mercado al cual nos dirigiremos.

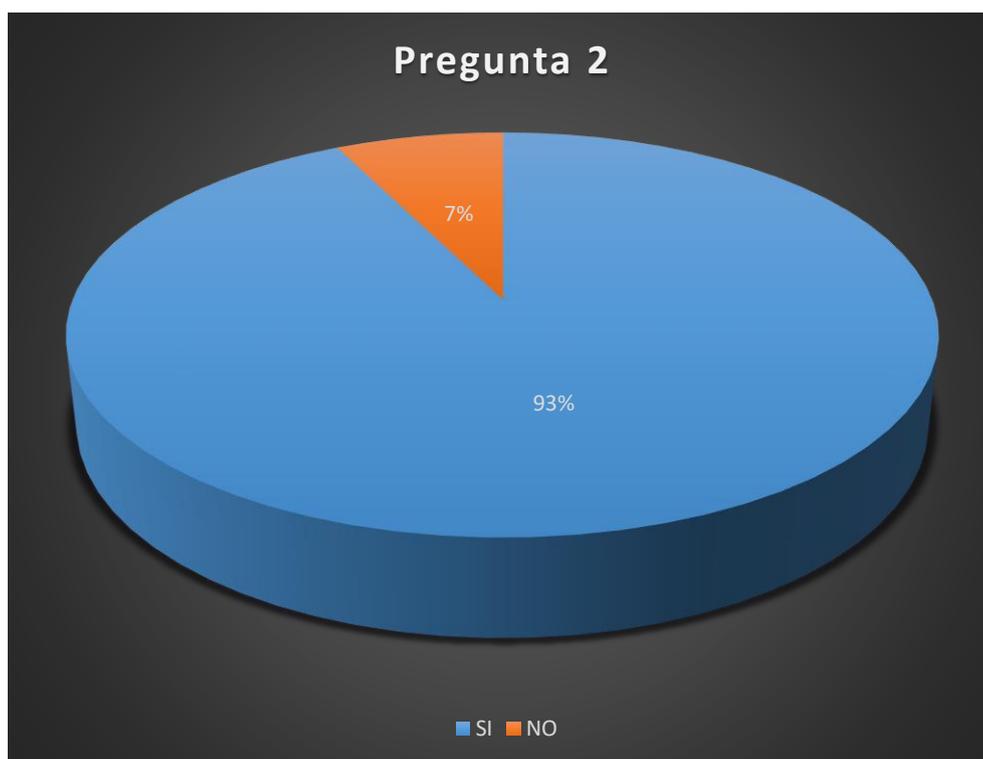
Pregunta 2

¿Es usted socio de alguna Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Tabla 2: Opinión sobre las preferencias de instituciones financieras

SI	NO	TOTAL
227	18	245

Gráfico 2: Opinión sobre las preferencias de instituciones financieras



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Esta pregunta nos refleja que el 93% de la población de la ciudad de Cuenca prefiere las Cooperativas de ahorro y Crédito en elegir una entidad financiera, lo cual es una ventaja para la cooperativa.

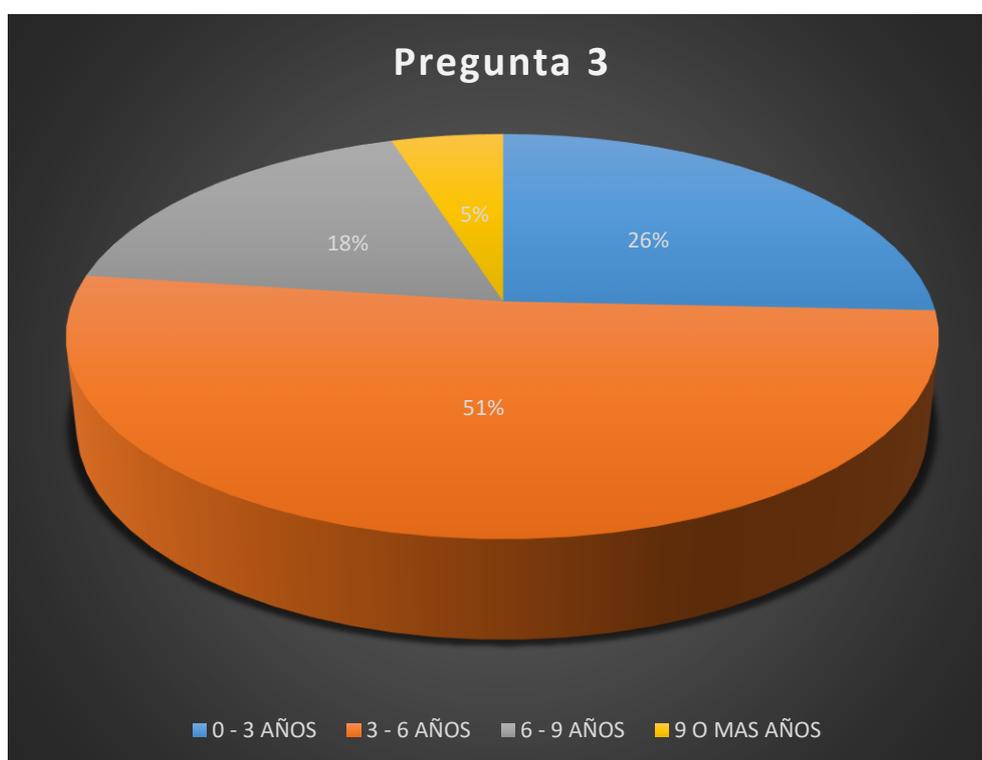
Pregunta 3

¿Cuánto tiempo tiene siendo socio en la Cooperativa?

Tabla 3: Tiempo de duración dentro de cooperativas de Ahorro y Crédito

0 - 3 AÑOS	3 - 6 AÑOS	6 - 9 AÑOS	9 O MAS AÑOS	TOTAL
63	126	44	12	245

Gráfico 3: Tiempo de duración dentro de cooperativas de Ahorro y Crédito



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Los resultados nos dan a conocer que más del 50% ha durado más de 3 años dentro de una Cooperativa de Ahorro y Crédito, esto quiere decir que la fidelidad y estabilidad de los socios de una cooperativa es alta y nos asegura que los nuevos socios que se tendrán podrán estar junto a la cooperativa con un mínimo de 3 años.

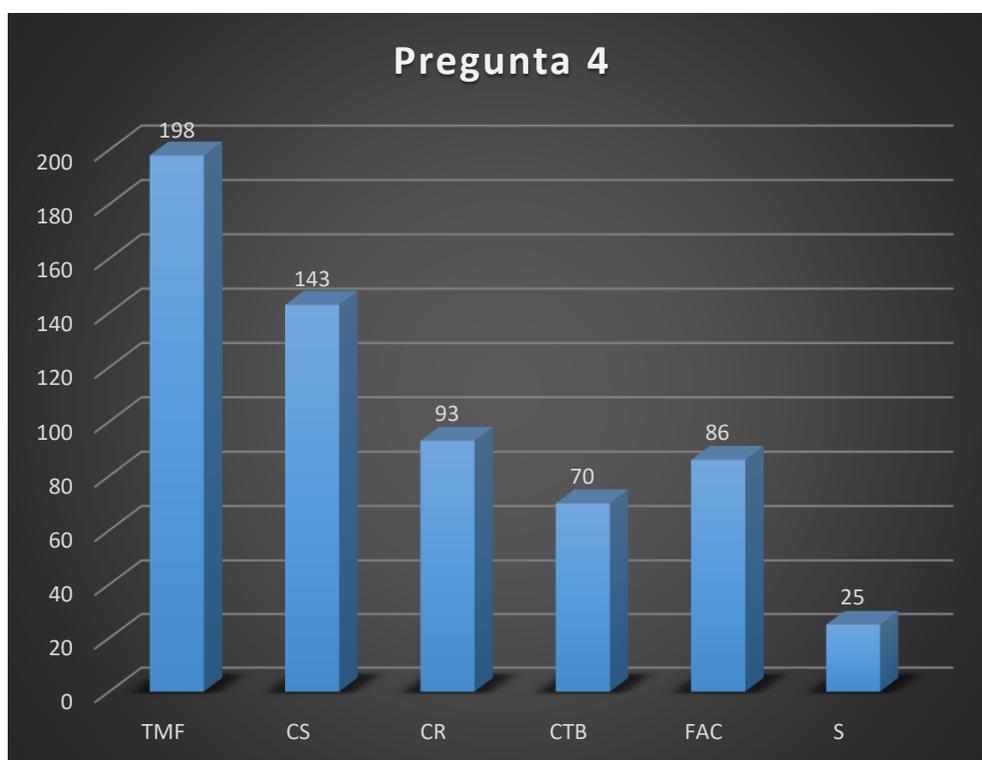
Pregunta 4

Mencione cual es la razón más importante para mantenerse como socio de la Institución Financiera

Tabla 4: Opinión importante para mantenerse como socio de la Institución Financiera

TMF	CS	CR	CTB	FAC	S
198	143	93	70	86	25

Gráfico 4: Opinión importante para mantenerse como socio de la Institución Financiera



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Como podemos observar los principales motivos para que una persona decida ser socio de una cooperativa son, la trayectoria en el mercado financiero, la calidad en el servicio y la cercanía a la residencia, esto nos revela que debemos escoger un lugar adecuado y céntrico para la ubicación de la agencia, al igual que mejor personal para poseer el mejor servicio posible.

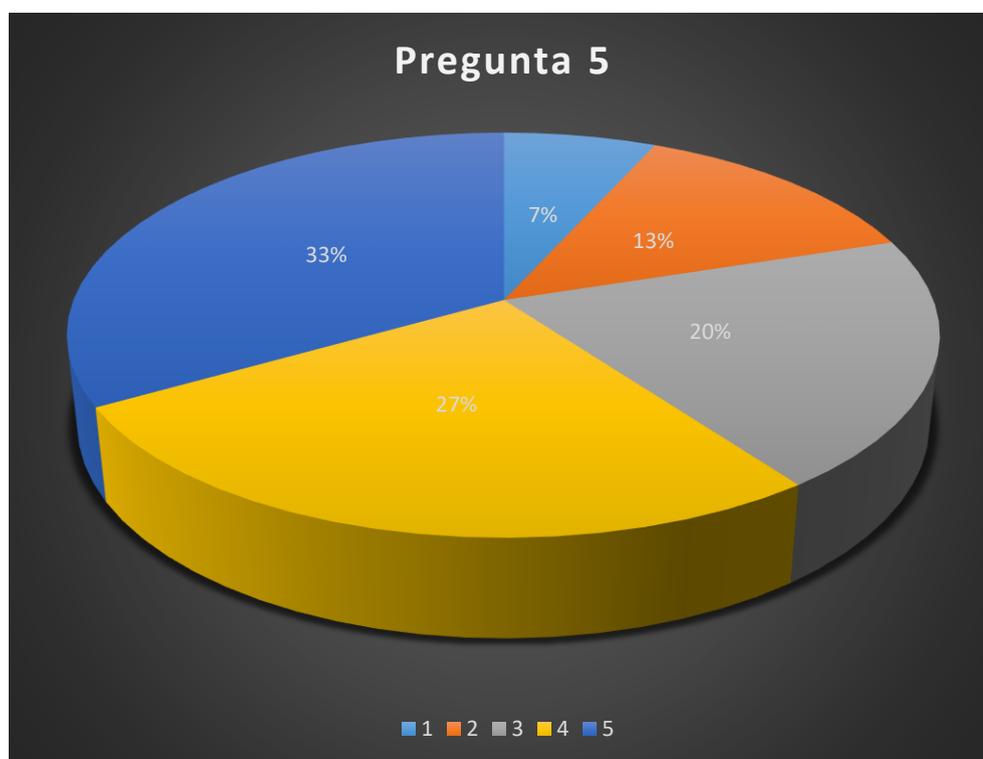
Pregunta 5

Del 1 al 5, siento 5 lo bueno y 1 malo ¿Cómo califica usted que las cooperativas de Ahorro y Crédito que se encuentran en la ciudad de Cuenca al cubrir sus expectativas?

Tabla 5: Satisfacción con las actuales Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad de Cuenca

1	2	3	4	5	TOTAL
11	7	113	73	41	245

Gráfico 5: Satisfacción con las actuales Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad de Cuenca



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Al ver los resultados de esta pregunta podemos observar que el 40% de la población no está totalmente satisfecha con las cooperativas del sector, y esta sería una oportunidad al momento de obtener nuevos socios.

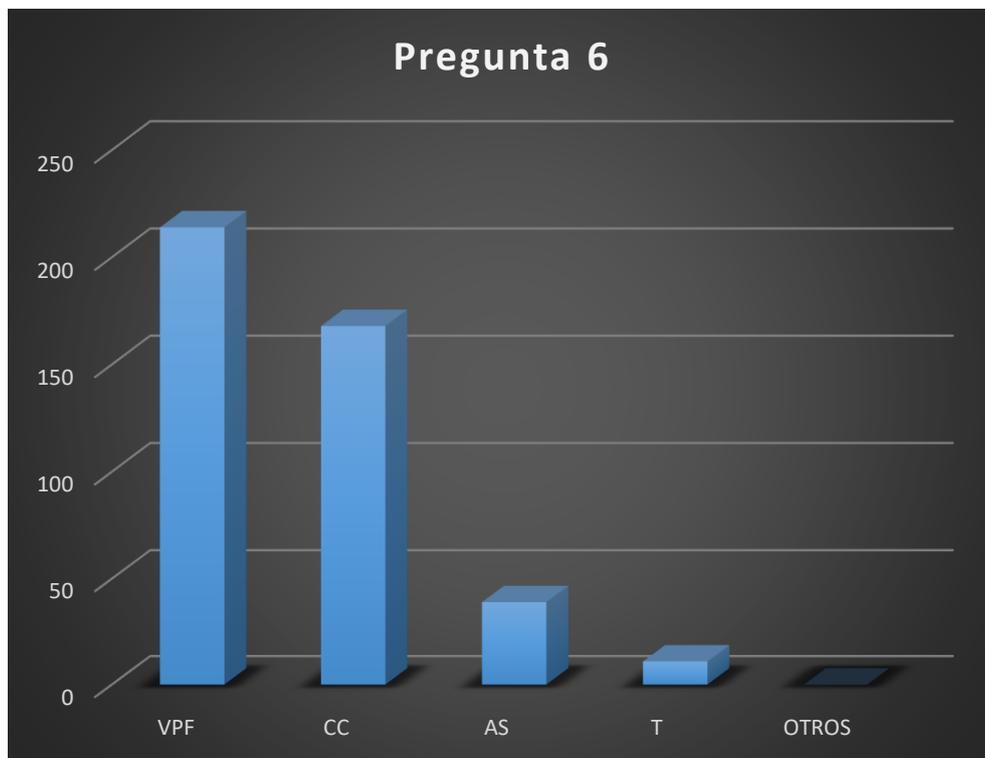
Pregunta 6

¿A qué factor le da mayor importancia cuando una institución Financiera le presenta sus servicios?

Tabla 6: Opinión sobre la importancia cuando una institución Financiera le presenta sus servicios

VPF	CC	AS	T	OTROS
214	168	39	11	0

Gráfico 6: Opinión sobre la importancia cuando una institución Financiera le presenta sus servicios



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Como podemos observar, la mayoría de los encuestados le dan una mayor importancia a la variedad de productos financieros y a los costos cooperativos, lo cual es una ventaja para la cooperativa, ya que posee una gran variedad y a las mejores tasas en el mercado financiero

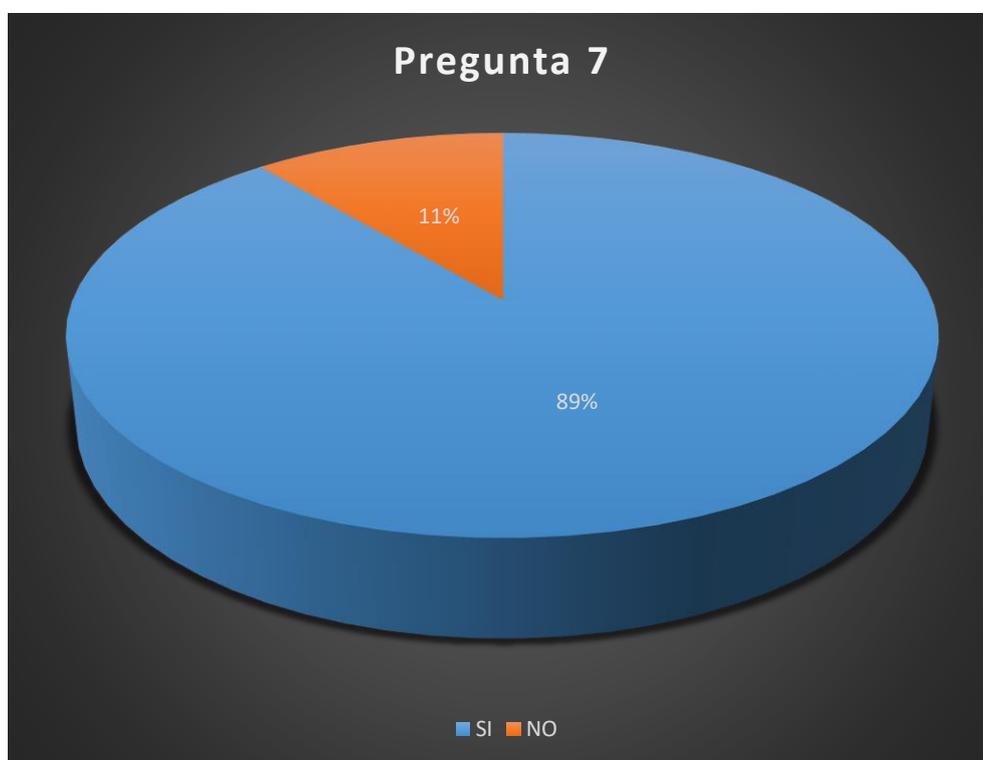
Pregunta 7

¿Considera usted que la institución Financiera con la que mantiene relación actualmente, le brinda todos los servicios que usted requiere?

Tabla 7: Satisfacción de los servicios prestados por la actual Institución Financiera

SI	NO	TOTAL
218	27	245

Gráfico 7: Satisfacción de los servicios prestados por la actual Institución Financiera



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Esta pregunta nos refleja que el 89% de las personas que mantienen una relación dentro de una Cooperativa de Ahorro y Crédito no están satisfechas con los servicios que le prestan su actual, es decir no cumplen con sus expectativas.

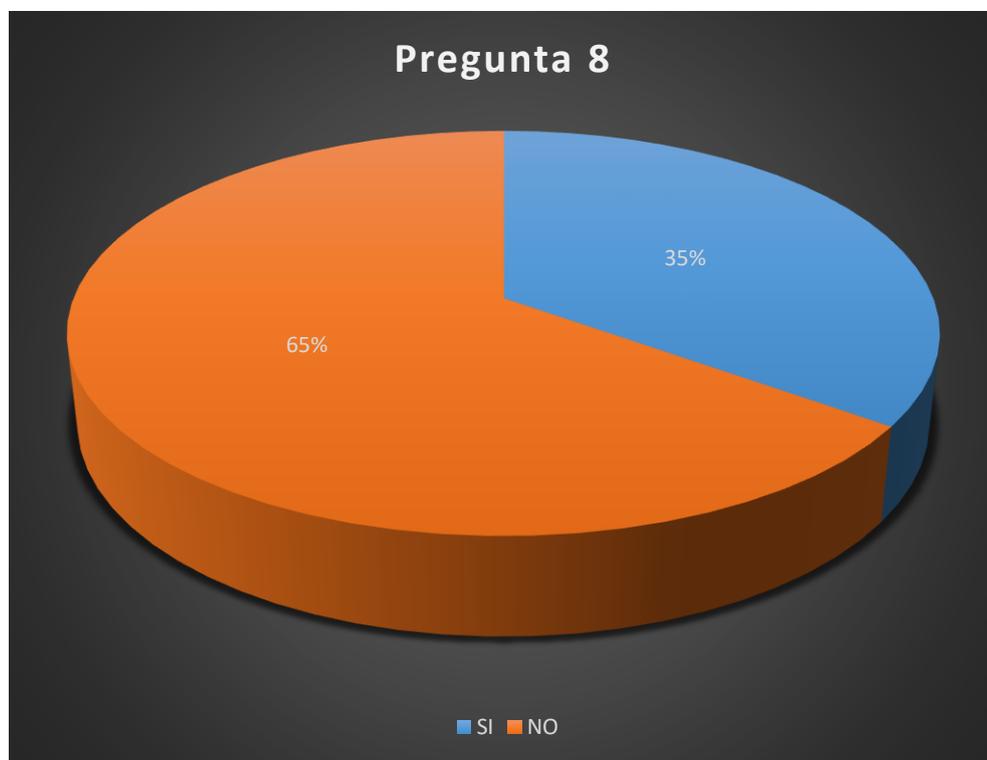
Pregunta 8

¿Tiene conocimiento de la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio”?

Tabla 8: Opinión sobre la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio”

SI	NO	TOTAL
89	156	245

Gráfico 8: Opinión sobre la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio”



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Los datos que nos refleja esta pregunta es que un 35% de la población si conoce de la cooperativa y por eso en lo que se debería trabajar es en una buena publicidad, plantear mejores estrategias de marketing tradicionales y nuevas, como el marketing digital.

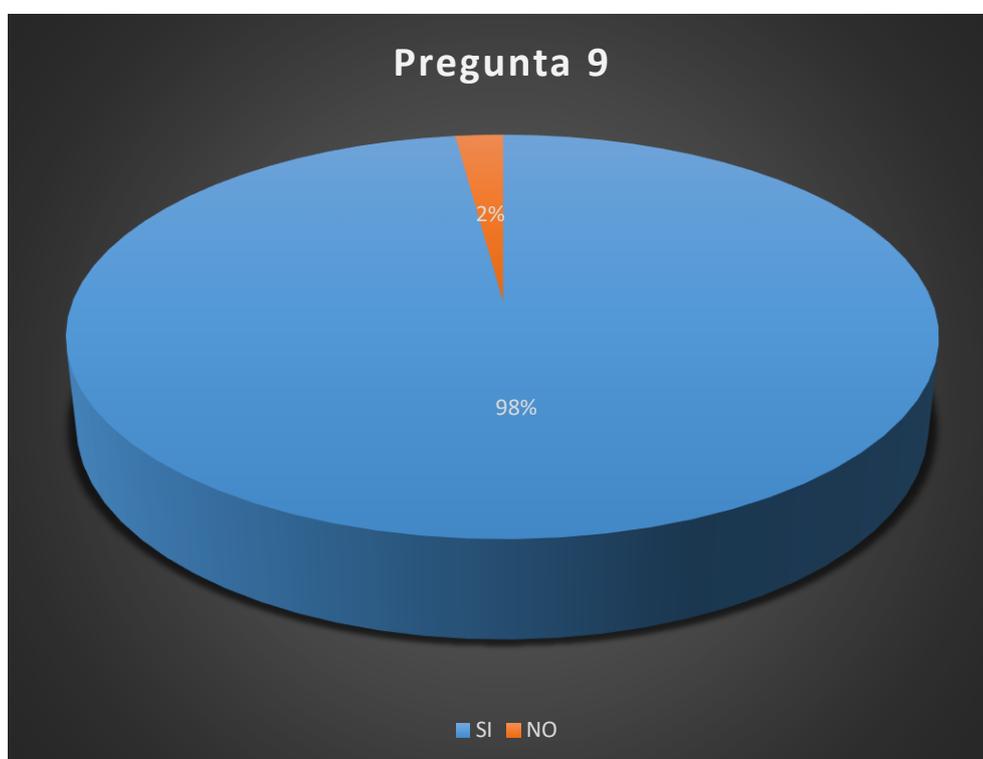
Pregunta 9

Al presentarle los servicios que ofrece la Institución Financiera ¿Estaría usted dispuesto a ser socio de la Cooperativa "1 de Julio" en caso de que se apertura una agencia en Cuenca?

Tabla 9: Opción de cambio a la Cooperativa "1 de Julio"

SI	NO	TOTAL
237	8	245

Gráfico 9: Opción de cambio a la Cooperativa "1 de Julio"



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Al revisar estos datos y comparar con anteriores preguntas, nos podemos dar cuenta que las personas no están satisfechas con sus entidades financieras actuales y existe una gran posibilidad que se conviertan en nuestros futuros socios y así poder mantener una estabilidad de la agencia.

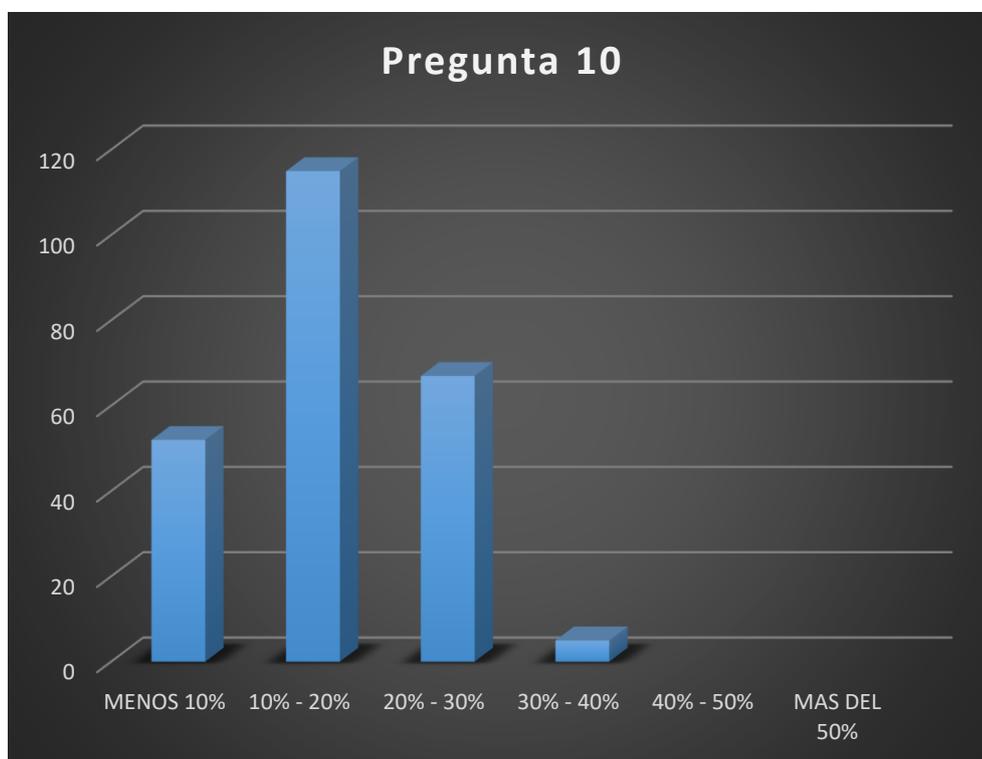
Pregunta 10

¿Qué porcentaje de sus ingresos estaría dispuesto a ahorrar mensualmente?

Tabla 10: Porcentaje de ingresos dispuestos a ahorrar mensualmente

MENOS 10%	10% - 20%	20% - 30%	30% - 40%	40% - 50%	MAS DEL 50%	TOTAL
53	118	67	7			245

Gráfico 10: Porcentaje de ingresos dispuestos a ahorrar mensualmente



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Nos podemos dar cuenta que las personas están dispuesta a ahorrar mensualmente entre un 10% y 30% de sus ingresos, lo cual significa que esto sería un mayor ingresos en cuentas de ahorros y así poder ganar dinero por los servicios que se prestan.

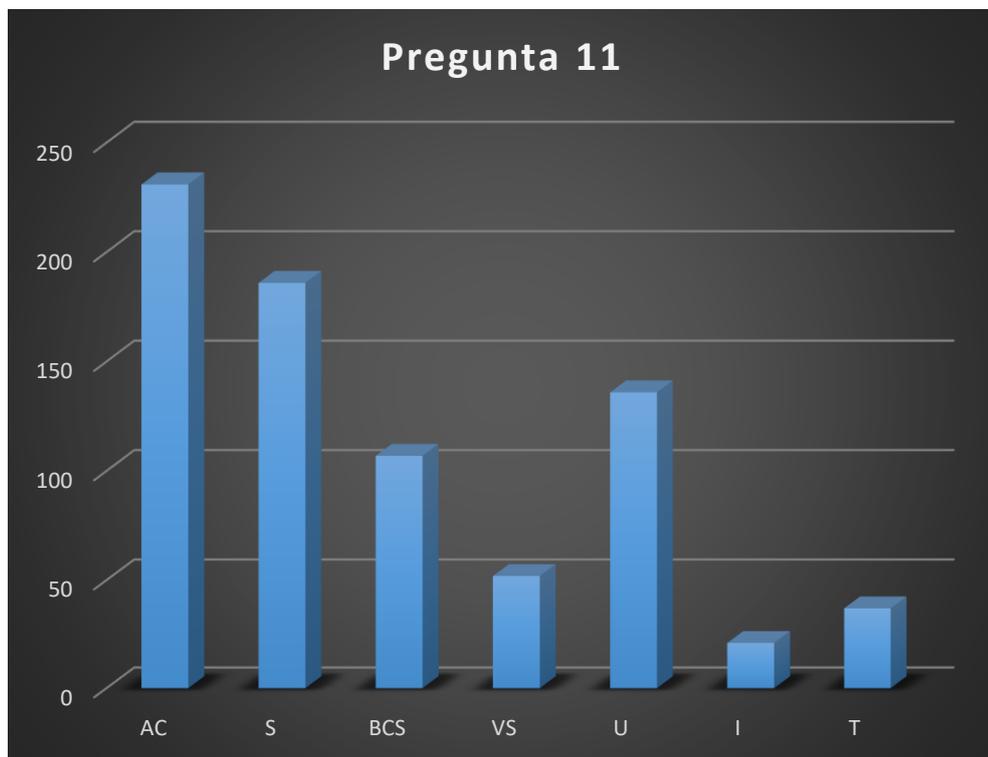
Pregunta 11

Seleccione 3 cualidades valora más en una entidad financiera

Tabla 11: Cualidades valoradas en una entidad financiera

AC	S	BCS	VS	U	I	T
231	186	107	52	136	21	37

Gráfico 11: Cualidades valoradas en una entidad financiera



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Al ver la opinión de los encuestados podemos ver que lo que más valoran es la atención al cliente, la seguridad la ubicación y el bajo costo de los servicios, es decir esto es en lo que más se debería concentrar la administración.

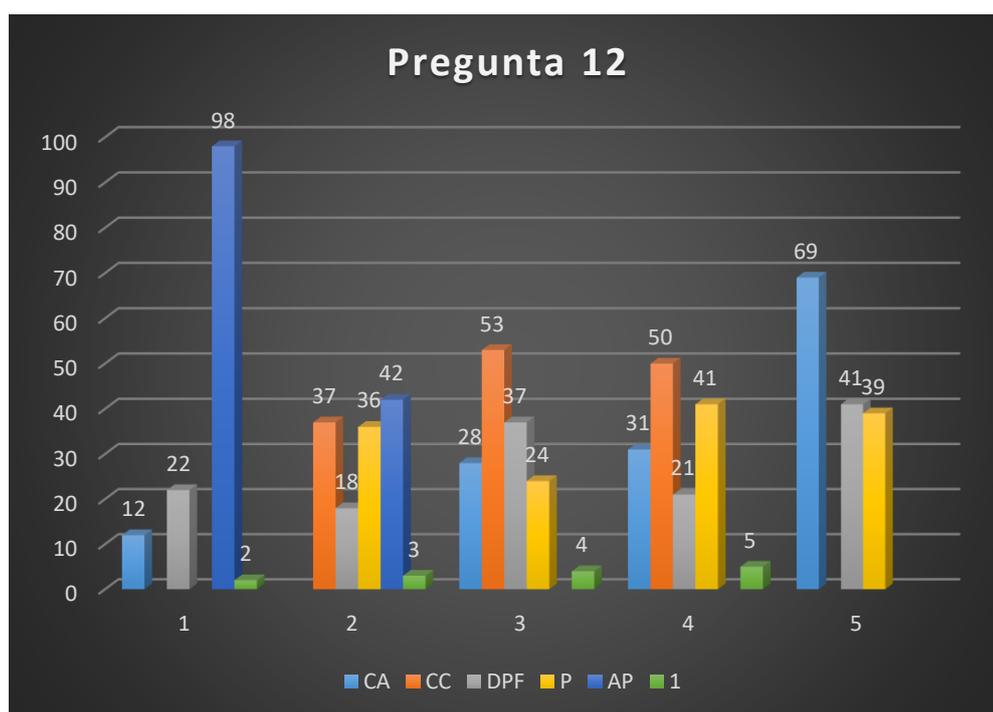
Pregunta 12

En una escala del 1 al 5 siendo 5 lo más importante y 1 lo menos importante ¿Cuáles son los servicios financieros que usted más utiliza?

Tabla 12: Servicios financieros más utilizados

DETALLE	1	2	3	4	5	TOTAL
CA	12		28	31	69	565
CC		37	53	50		3034
DPF	22	18	37	21	41	3677
P		36	24	41	39	3996
AP	98	42				1512
					TOTAL	12784

Gráfico 12: Servicios financieros más utilizados



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Interpretación:

Como podemos ver los mayores servicios financieros que desean las personas son los préstamos, los depósitos a plazo fijo las cuentas de ahorro y las cuentas corrientes, esto es una ventaja ya que la cooperativa posee todos estos servicios.

3.13. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Al revisar los resultados que arroja la encuesta, exactamente con la pregunta 7 y 9 con respecto a que las instituciones financieras de la ciudad de Cuenca que no prestan todos los servicios que requieren los socios y que estarían dispuestos a ser socios nuestros, con un 98%, tendremos un seguridad al optar por tener una nueva sucursal en la ciudad de Cuenca.

CAPITULO IV MARCO PROPOSITIVO

4.14. ANALISIS INTERNO Y EXTERNO

4.14.1. Entorno externo.

El análisis del entorno externo es el primer paso para encontrar y analizar las amenazas y oportunidades de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 De Julio”. En esta etapa inicial del proceso se ha enumerado todos los eventos y tendencias presentes en el entorno que puede tener relación con el desempeño futuro de la agencia de la Cooperativa en la ciudad del Cuenca.

La identificación de estos factores se logró mediante reuniones en las que intervinieron los directivos, personal administrativo y operativo, para analizar y evaluar los factores externos, a través de la técnica del POAM. (Perfil de Oportunidades y Amenazas en el medio)

4.14.1.1. Perfil de oportunidades y amenazas del medio

Tabla 13: Análisis interno

CALIFICACION	AMENAZAS			OPORTUNIDADES			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Económico									
Inflación	X						X		
Devaluación		X					X		
PIB		X					X		
Ley de entidades financieras				X			X		

Proceso de integración andina				X					X
Política laboral		X					X		
Creación de nuevos impuestos	X						X		
Políticos									
Constitución				X			X		
Renovación clase dirigente				X			X		
Falta de credibilidad en algunas instituciones del Estado	X						X		
Estabilidad policia				X			X		
Sociales									
Tasas de natalidad		X						X	
Distribución del ingreso				X			X		
Desempleo	X						X		
No hay discriminación racial					X			X	
Presencia de la clase media				X			X		

Aumento a la inversión en la seguridad				X				X	
Política salarial					X		X		
Tecnológicos									
Nivel de tecnología				X				X	
Flexibilidad de procesos	X						X		
Automatización				X			X		
Velocidad en el desarrollo tecnológico				X			X		
Geográficos									
Ubicación				X			X		
Clima	X						X		
Vías de acceso				X				X	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.14.2. Análisis interno

“El análisis del entorno interno es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 De Julio”, en relación con las oportunidades y amenazas que se nos presentan en el medio externo, para diagnosticar los factores que afectaran las operaciones de la Cooperativa en la ciudad de Cuenca, proceso que se realizó a través de la técnica del Perfil de Competencias Interna (PCI).” (Serna, 2008)

Tabla 14: Perfil de capacidad interna (PCI) Directiva

CALIFICACION	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
DIRECTIVA	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Imagen corporativa									
Responsabilidad social.		X						X	
Uso de planes estratégicos				X			X		
Análisis estratégico.									
Evaluación y pronóstico del medio.				X				X	
Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes			X					X	
Flexibilidad de la estructura organizacional.			X						X
Comunicación y control gerencial.	X						X		
Orientación empresarial.					X		X		
Habilidad para atraer y retener gente altamente creativa.					X			X	
Habilidad para responder a la tecnología cambiante.						X		X	
Habilidad para manejar la inflación.						X		X	

Agresividad para enfrentar la competencia.					X		X		
Sistemas de control					X		X		
Sistemas de toma de decisiones.		X					X		
Sistema de coordinación.		X						X	
Evaluación de gestión.				X			X		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 15: Perfil de capacidad interna (PCI) Tecnología

CALIFICACION	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Capacidad de innovación					x			x	
Nivel de tecnología utilizado en los servicios.			x						x
Fuerza de patentes y procesos.					x		x		
Valor agregado al servicio.					x		x		
Economía de escala				x			x		
Nivel tecnológico					x			x	
Aplicación de tecnología de computadoras					x			x	
Nivel de coordinación e integración con otras áreas		x					x		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 16: Perfil de capacidad interna (PCI) Competitividad

CALIFICACION	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Fuerza de producto, calidad, exclusividad.						X		X	
Lealtad y satisfacción de los asociados			X				X		
Participación del mercado.			X				X		
Bajos costos			X				X		
Ventaja obtenida del potencial de crecimiento del mercado		X				X			
Fortaleza del proveedor y disponibilidad de insumos.		X					X		
Acceso a organismos privados o públicos.		X						X	
Portafolio de productos.					X			X	
Programa posventa.		X						X	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 17: Perfil de capacidad interna (PCI) Financiera

CALIFICACION	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALT O	MEDI O	BAJ O	ALT O	MEDI O	BAJ O	ALT O	MEDI O	BAJ O
Acceso a capital cuando lo requiere						X	X		
Grado de utilización de su capacidad de endeudamiento.	X						X		
Facilidad para salir del mercado.					X		X		
Rentabilidad, retorno de la inversión.			X				X		
Liquidez, disponibilidad de fondos internos.	X						X		
Comunicación y control gerencial.	X						X		
Habilidad para competir con precios.				X			X		
Inversión de capital. Capacidad para satisfacer la demanda.		X						X	
Estabilidad de costos.	X						X		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.14.3. Estudio de mercado

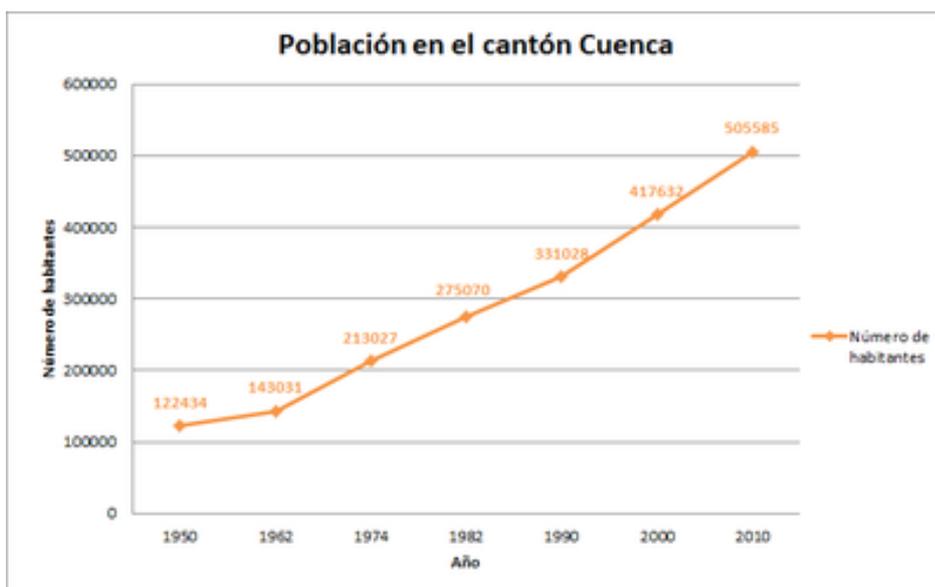
Cuenca, oficialmente Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, es una ciudad del centro austral de la República del Ecuador y es la capital de la provincia del Azuay y de la Región 6 o también llamada Región Centro Sur. Está situada en la parte meridional de la Cordillera andina ecuatoriana. Su Centro Histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en el año 1999.

Es llamada la Atenas del Ecuador por su arquitectura, su diversidad cultural, su aporte a las artes, ciencias y letras ecuatorianas y por ser el lugar de nacimiento de muchos personajes ilustres de la sociedad ecuatoriana.

Cuenca es la tercera ciudad más importante del Ecuador, después de Guayaquil y Quito, con 329 928 habitantes en el área administrativa urbana; en datos reales de aglomeración urbana con las zonas suburbanas en la que se incluyen cabeceras rurales ya fusionadas con el casco urbano en las que se cuenta a Baños, Ricaurte, San Joaquín, Turi y Sayausi, determinan la población real de la ciudad de Cuenca con 385.456 habitantes. También cabe mencionar que el cantón en su conjunto tiene 505.585 habitantes.

Todos estos datos según el último censo realizado el 28 noviembre de 2010 siendo la zona urbana la que posee la mayor cantidad de habitantes. Eso se debe, en parte, al incremento de las fuentes de trabajo disponibles y a la construcción de viviendas. La conurbación de Cuenca que incluye el cantón homónimo, al igual que los cantones de la Provincia de Cañar de Azogues, Biblián y Déleg pone la población metropolitana a 602.566 en la denominada conurbación Cuenca-Azogues.

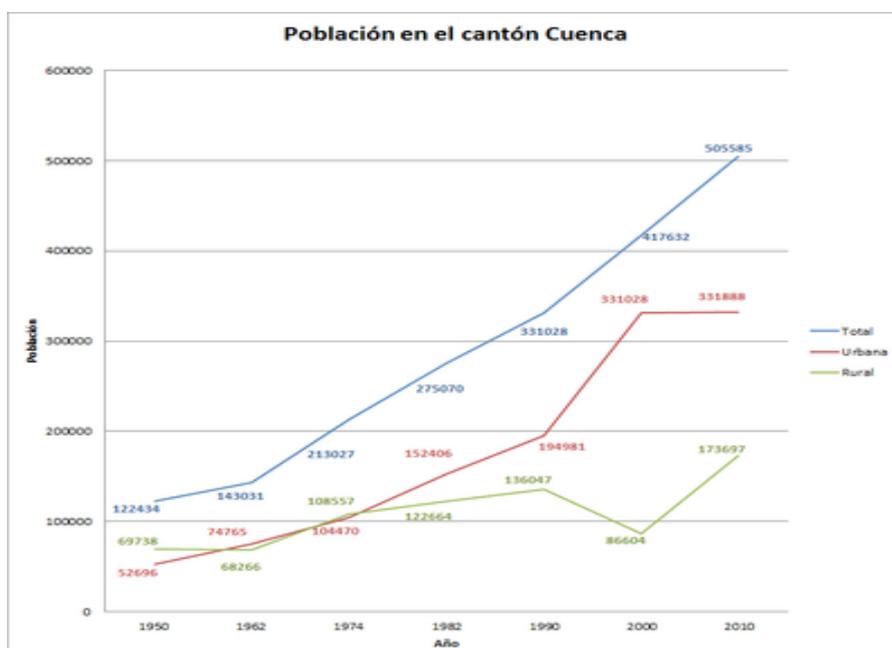
Gráfico 13: Población Cuenca



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Javier Guamán Arias

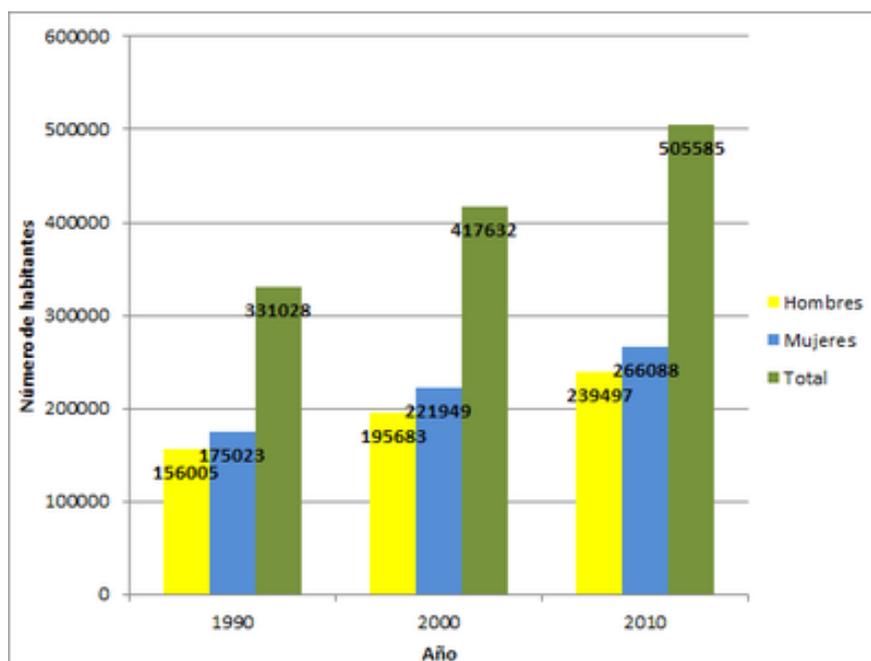
Gráfico 14: Población Cuenca Urbana - Rural



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Gráfico 15: Población Cuenca Hombres - Mujeres



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Javier Guamán Arias

El desarrollo de la industria en Cuenca y en la provincia del Azuay en general se basó en las destrezas manuales de sus habitantes. Cuenca y su zona de influencia tiene una importancia muy singular para la historia del austro del Ecuador, por ser un punto medio entre la costa y la Amazonía, desde tiempo ancestral se constituyó como una zona de encuentro entre culturas, comerciantes y eventos de connotación religiosa. Una de las primeras actividades productivas fue la confección de sombreros de paja toquilla ojipijapa que se usaron en la construcción del Canal de Panamá, por lo que son conocidos como "Panama Hats" en Estados Unidos y otras partes del mundo, y significaron un buen empuje a la economía local de la época. Desde allí se desarrollaron otras actividades que tienen su origen en la artesanía como la joyería, la producción de cerámica y de muebles.

En esas áreas, Cuenca y la provincia es líder en el país, del Azuay se exporta el 90% de los sombreros que se elaboran en el país y se fabrica el 70% de los muebles y un porcentaje similar en el caso de cerámica. Esto posiblemente se dio porque el sector productivo no se desarrolló a partir de grandes empresas sino de negocios familiares que se tecnificaron y crecieron, pasando de la elaboración artesanal a la industrial. Además hay otras empresas fabricantes de lácteos, embutidos, componentes automotrices, licores,

cuero, entre otros. Otro de los productos importantes de la ciudad y de la zona, por su clima, es la producción de flores que son exportadas a todo el mundo, principalmente a Estados Unidos y Europa.

En Cuenca también están otras fábricas muy importantes como la única fábrica de neumáticos del país, Erco Tires, y dos importantes industrias de electrodomésticos de línea blanca como Indurama y Fibroacero además de Cartopel, productora de papel y cartón, que exportan sus productos a nivel internacional.

El gran crecimiento industrial en la urbe se dio en la década del 70, por la Ley de Fomento Industrial que ofrecía incentivos para las industrias que se establecieran en el Azuay. Así fue como la ciudad logró formar uno de los parques industriales mejor consolidados del país, con alrededor de 120 compañías.

De acuerdo a un estudio de la Universidad de Cuenca, el sector comercial es el más importante y el mayor generador de empleo y recursos de Azuay. El 46% de las ventas que se efectúan en la provincia provienen del comercio, seguido del 31% del industrial y el 14% del eléctrico. En cuanto a la actividad de los cuencanos, el 44.2% del total de la población entran dentro de la PEA (Población Económicamente Activa). De la cifra de cuencanos que están dentro de la PEA, el 11.5% trabaja dentro del sector primario de producción, el 28.3% en el sector secundario y el restante 51.4% en el sector terciario de servicios. El 52.1% de los cuencanos de la PEA se consideran que están en condiciones de subempleo o no se encuentra identificada su actividad laboral.

En marzo de 2009, la Cámara de Comercio de Cuenca contaba con cerca de 2.640 afiliados. Cerca del 80% se dedica a la venta de joyas, vehículos, electrodomésticos, ropa y otros bienes. Además, en la ciudad también existen cerca de 50.000 microempresas. La mayoría se dedica al comercio, orfebrería, elaboración de artículos de cuero, carpintería y a los servicios. En el censo de 2010 se concluyó que el Azuay era la segunda provincia con mayor proliferación de negocios del país.

La economía ha encontrado un fuerte impulso en la última década especialmente gracias a las remesas enviadas por los migrantes que aumentaron el poder adquisitivo de la población.

4.14.3.1. Resultados de la encuesta

Tabla 18: Encuesta

PREGUNTA	VARIABLES					
1	SI	NO	TOTAL			
	212	33	245			
2	SI	NO	TOTAL			
	227	18	245			
3	0 - 3 AÑOS	3 - 6 AÑOS	6 - 9 AÑOS	9 O MAS AÑOS	TOTAL	
	63	126	44	12	245	
4	TMF	CS	CR	CTB	FAC	S
	198	143	93	70	86	25
5	1	2	3	4	5	TOTAL
	11	7	113	73	41	245
6	VPF	CC	AS	T	OTROS	
	214	168	39	11	0	
7	SI	NO	TOTAL			
	218	27	245			
8	SI	NO	TOTAL			
	89	156	245			
9	SI	NO	TOTAL			
	237	8	245			
10	MENOS 10%	10% - 20%	20% - 30%	30% - 40%	40% - 50%	MAS DEL 50%
	53	118	67	7		
11	AC	S	BCS	VS	U	I
	231	186	107	52	136	21
12	DETALLE	1	2	3	4	5
	CA	12		28	31	69
	CC		37	53	50	
	DPF	22	18	37	21	41
	P		36	24	41	39
	AP	98	42			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.14.3.2. Análisis de la oferta que incluya un análisis de impacto económico y geográfico con relación a otras cooperativas de ahorro y crédito existentes.

“Mientras la demanda del mercado estudia el comportamiento de los socios, en la oferta del mercado corresponde estudiar la conducta de la competencia. Los principales elementos que condicionan la oferta son el costo del servicio, el grado de flexibilidad en el servicio que tenga la tecnología, las expectativas de los servicios, la cantidad de instituciones financieras en el sector, entre otros” (Nassir & Nassir, 2007)

Tabla 19: Instituciones Financieras de Cuenca

LISTA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS
Cooperativa de ahorro y Crédito CREA
Cooperativa de Ahorro y Crédito La Merced
Cooperativa de Ahorro y Crédito Coopac Austro
Coopac Austro Ltda.
CoopMego Agencia Cuenca
Cooperativa JEP
Cooperativa De Ahorro Y Crédito Baños
Cooperativa Ahorro Crédito ERCO Ltda.
Coac esencia
Banco de Machala
Banco del Austro
Banco del Pichincha
Banco del Pacifico
Banco Bolivariano
Mutualista Pichincha
Produbanco
Banco Central Pumapungo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Los Bancos y las Cooperativas de Ahorro y Crédito localizadas en la ciudad de Cuenca, han permitido dinamizar la economía de esta ciudad, fomentando el ahorro y la inversión e incentivando el desarrollo de los pequeños productores.

La participación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio” fortalecerá al sector de la producción en la ciudad, ya que ofertará líneas de crédito destinadas a la producción agropecuaria, comercio y consumo, así como también incentivará al ahorro mediante tasas de interés atractivas para el mercado.

4.14.3.3. Análisis de la demanda insatisfecha.

De acuerdo con los resultados de las encuestas se puede observar que el 92% de las personas encuestadas no están satisfechas con los servicios prestados por las instituciones financieras en las que actualmente se encuentran, y más del 80% están de acuerdo con dejar a la institución financiera a la que pertenecen para ser socios de la Cooperativa 1 de Julio.

Por otro lado debemos contemplar la posibilidad de que la población de Cuenca tiene muy en cuenta el servicio y la atención al cliente para así poder fidelizarse con una institución financiera, por lo cual se debe escoger a un grupo de trabajadores que cumplan las expectativas de los futuros socios.

4.14.3.4. Impacto en las principales variables sociales y financieras de la cooperativa.

El mercado objetivo de la Agencia en la ciudad de Cuenca, apunta al segmento socioeconómico medio y bajo, de tal manera que se pueda beneficiar a personas y a pequeñas empresas que demandan de microcréditos. Por ende la intención de la cooperativa es hacer frente a las necesidades de sus socios y a sus aspiraciones económicas, culturales y sociales.

A través de la apertura de la agencia se busca mejorar las condiciones laborales de la población, mediante la dotación de créditos que garanticen la producción de más bienes y servicios, de tal manera que en la economía de esta ciudad se pueda incrementar las fuentes de empleo para contratar aquellos trabajadores que están dispuestos a trabajar y

en posibilidades de hacerlo.

Se considera además como un impacto positivo para la población el incentivo al ahorro, ya que mediante tasas de interés atractivas se podrá captar la remesas de la economía familiar, las cuales podrían generar un incremento de la productividad económica de la ciudad de Cuenca a mediano plazo, adicionalmente se contribuirá con la reducción de la desigualdad de ingresos o la línea de la pobreza.

En cuanto a las condiciones medioambientales la agencia de la ciudad de Cuenca incorporaran tecnologías limpias de tal manera que se tratara cuidadosamente los recursos institucionales, promoviendo cambios de comportamiento en los directivos, trabajadores y socios, de tal forma que se logre mayor sustentabilidad productividad y competitividad de la entidad.

Considerando que la cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio” es una entidad que, de conformidad con el principio cooperativo de la ayuda mutua, tiene por objeto mejorar las condiciones de vida de sus asociados, y trabajar para garantizar todos los principios del cooperativismo.

4.14.4. Análisis de las tarifas

Las tarifas que serán establecidas a los productos y servicios otorgados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito” 1 de Julio ” en la ciudad de Cuenca estarán de conformidad con la normativa establecida en la Ley de Economía Popular y Solidaria y en las tasas de interés referenciales establecidas por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 20: Análisis de Tarifas

Productos	Tarifas	Periodos
Ahorros a la Vista	4%	Anual
Ahorro Programado	7%-12%	30-90-120-360 días
Depósitos a Plazo Fijo	5,50%	30-50 días
Depósitos a Plazo Fijo	8,50%	Más de 360 días
Microcrédito	17%	Hasta 5 años
Servicios		
Transferencia de Dinero de Cuenta del Socio a otras Cuentas de la Entidad		
Pago del Bono de Desarrollo Humano	0,25	Por cada transacción
Transferencias Interbancarias	2,75	Por cada transacción
Seguro de Desgravamen	0,04	Por cada transacción
Apertura de Cuentas	3	Por cada transacción
Pago del RISE	0,5	Por cada transacción
Pago de Impuestos	0,5	Por cada transacción
Pago de Servicios Básicos	0,25	Por cada transacción

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.14.5. Análisis de la comercialización

(Pérez, El desafío de ser Exitosos Dirección Estratégica, 2009)

La comercialización no es la simple transferencia de servicios hasta las manos del cliente; esta actividad debe conferirle al servicio los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización es la que coloca al servicio en un sitio y momento adecuados, para dar al cliente la satisfacción que él espera de la

intermediación financiera

El tipo de enfoque que se requiere depende del interés de los directivos y del punto de vista desde donde se va a examinar a la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio” en la ciudad de Cuenca, por ejemplo:

- La cooperativa necesita estabilidad financiera.
- La cooperativa se centrará en la rentabilidad que obtienen con los recursos que han invertido y más aún en los beneficios recibidos.
- Los socios y clientes buscarán eficiencia y calidad.
- Los socios y administradores querrán conocer la realidad financiera de la cooperativa.

Estrategia de Servicio en la agencia de la ciudad de Cuenca

Servicio personal: a través de esta estrategia los asesores de crédito e inversiones de la Cooperativa tendrán la oportunidad de estar con los socios y clientes cara a cara y hacerle una demostración de los servicios y productos financieros que oferta la institución.

Servicio por teléfono: Mediante el servicio telefónico los funcionarios de la agencia harán uso del teléfono para contactarse con socios y clientes potenciales para darles a conocer los servicios y productos financieros que oferta la institución.

Servicio por correo: Se enviara anuncios, cartas, folletos y comunicados al domicilio de los socios y clientes potenciales. Este proceso se lo aplicara adicionalmente por medio de correos electrónicos.

Estrategia de Servicio por Publicidad

Estrategias de Publicidad por Posicionamiento. El objetivo de la publicidad es dar a

la Agencia de la ciudad de Cuenca un lugar en la mente de la población, frente a las posiciones de la competencia, a través de asociarle una serie de valores cooperativos o significaciones positivas afines a los destinatarios, o si es posible, apoyándonos en una razón del servicio, que tenga valor e importancia para los nuevos socios y clientes. (Pérez, 2009)

El proceso de difusión durante el primer año de apertura de la agencia, se realizara a través de los siguientes medios.

Difusión a través de prensa escrita.

Canjes, Sorteos, Cupones:

- Organización de reuniones periódicas con los socios y empleados.
- Auspicio de actividades deportivas y culturales.
- Difusión los logros de la cooperativa a socios, clientes potenciales y empleados.
- Localización de vallas publicitarias

4.15. ESTUDIO TÉCNICO

4.15.1. Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto

El análisis y determinación del tamaño óptimo para la apertura de la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio” en la ciudad de Cuenca, nos ayudara a conocer la viabilidad de la apertura de la agencia, teniendo en cuenta los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del estudio, buscando la eficiencia y la eficacia de los recursos para que la cooperativa se desempeñe de una manera correcta.

Mediante este análisis también se podrán tomar decisiones para futuras inversiones, ya que se determinaran los requerimientos de obras físicas, maquinarias y equipo, talento humano y recursos materiales.

4.15.1.1. Tablas de requerimientos

BALANCE DE PERSONAL:

La forma más eficiente de calcular el costo del recurso humano es desagregando al máximo las funciones y tareas que deben realizar, para lo cual en el estudio se ha identificado cada uno de los cargos dependiendo de su perfil.

La importancia de las remuneraciones en la estructura del estudio de factibilidad para apertura la agencia en la ciudad de Cuenca depende de una gran cantidad de factores como la automatización tecnológica y la situación del mercado laboral.

Tabla 21: Balance del Personal

Cargo	N°	Sueldo mensual	Sueldo Anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos De reserva	IESS	Total anual
Jefe de agencia	1	700	8400	700	340	700	1020,6	11160,6
Jefe de crédito	1	500	6000	500	340	500	729,00	8069,00
Asesor de	1	400	4800	400	340	400	583,20	6523,20
Notificador	1	360	4320	360	340	360	524,88	5904,88
Cajeras	1	380	4560	380	340	380	554,04	6214,04
Atención al cl.	1	360	4320	360	340	360	524,88	5904,88
Total								43776,6

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Balance suministro de oficina:

La estimación de los suministros de oficina que se utilizaran en la prestación de los servicios de intermediación financiera, dependerán de la cantidad de socios que la cooperativa incorpore anualmente. A continuación se presenta la estructura del balance de suministros de oficina:

Tabla 22: Balance suministro de oficina

Equipos	cantidad	valor unitario	valor total	valor anual
Carpetas	30	0,30	9,00	108,00
Bolígrafos	4	0,25	1,00	12,00
Cuadernos	2	1,25	2,50	30,00
Grapadoras	3	3,50	10,50	10,50
Perforadoras	3	5,90	17,70	17,70
Fechador	1	6,00	6,00	6,00
Hojas resmas	12	6,00	72,00	72,00
Porta libretas	500	0,10	50,00	50,00
Varios				500,0
Total		23,30	168,70	806,2

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Balance muebles y enseres:

Es todo el mobiliario que posee la empresa para asegurar el correcto funcionamiento operativo; administrativo y comercial.

Tabla 23: Balance muebles y enseres

Artículo	cantidad	precio unitario	valor total
Anaqueles	2	120,00	240,00
Escritorios Modulares	3	220,00	660,00
Archivadores	2	80,00	160,00
Sillas	15	30,00	450,00
Total		450,00	1510,00

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Balance equipos de oficina:

Incluye a todos los activos físicos necesarios para asegurar un óptimo funcionamiento operativo.

Tabla 24: Balance equipos de oficina

Equipos	cantidad	precio unitario	valor total
Computadoras	4	600,00	2400,00
Teléfono	2	50,00	100,00
Cámaras de video	5	100,00	500,00
Caja fuerte	1	400,00	400,00
Total		1150,00	3400,00

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Balance de unidades de transporte:

Corresponde a las unidades de transporte requeridas por la institución para el giro de sus operaciones.

Tabla 25: Balance de unidades de transporte

Unidades de Transporte	cantidad	precio unitario	valor total
Motocicleta	1	1500,00	1500,00
Total		1500,00	1500,00

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Capital de trabajo

En lo concerniente al capital de trabajo, la agencia de la ciudad de Cuenca iniciara con un aporte realizado por la oficina matriz, el mismo que se detalla a continuación.

Tabla 26: Capital de trabajo

recursos	cantidad	precio unitario	valor total
efectivo			50000,00
total			50000,00

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 27: Valor total de inversión inicial

INVERSIONES	TOTAL
Suministros	806,20
Muebles y Enseres	1510,00
Equipo de Computo	3400,00
Unidad de Transporte	1500,00
Capital de Trabajo	50000,00
Total Inversión Inicial	57216,20

Fuente: Departamento de Contabilidad
Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.15.2. Análisis y determinación de la localización del proyecto

La localización de la agencia en la ciudad de Cuenca, determinara su éxito o fracaso, ya que de su ubicación depende la aceptación o rechazo tanto de los clientes para usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad alejada de su residencia.

La selección de la localización ha sido definida en dos ámbitos: la macrolocalización, donde se ha elegido la región o ciudad de influencia, y el de la microlocalización en el que se ha determinado el lugar específico donde se instalara las oficinas de la agencia.

Los principales factores que influyeron en la ubicación de la agencia fueron los siguientes:

- Zona céntrica con característica comercial y accesibilidad a los usuarios.
- Transporte y accesibilidad.
- Costos y disponibilidad de edificaciones.
- Entorno y existencia de sistemas de apoyo.

Macro-localización: Ciudad de Cuenca

4.15.3. Análisis de productos y servicios a brindar

A continuación se presenta el análisis de las características de los productos y servicios que la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 De Julio” otorgará en la Agencia de la ciudad de Cuenca.

4.15.3.1. Productos Financieros

Cuentas de ahorro

En la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 De Julio” ubicada en la ciudad del Cuenca, se crearan diferentes tipos de ahorro para incentivar el ahorro a sus asociados e incrementar los recursos financieros dentro de su función de intermediación financiera, a través de las siguientes cuentas:

Ahorro a la vista

Cuenta de libre disponibilidad en cualquier oficina o agencia sin costo de mantenimiento y con capitalización mensual de intereses.

Ahorro o Programado

Depósitos fijos con aporte mensual preestablecidos para proyectos personales como vacaciones, viaje, vivienda, bono navideño, matriculas educativas, generalmente el plazo va desde un mes hasta un año.

Inversiones

Dentro de los productos financieros que se dispondrá en la agencia están las inversiones, que igualmente es una forma de captar fondos en efectivo de los asociados

y que es una disponibilidad de recursos con las que puede contar la agencia por cuanto los vencimientos de las inversiones son a plazo; por tanto la entidad puede utilizar este dinero para poder prestar a sus asociados.

Depósito a plazo fijo: Depósito con un mínimo de inversión a plazo fijo. El interés lo recibe al vencimiento o en cuotas. La tasa de interés es pactada al momento del depósito.

Créditos

En la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 De Julio” en la ciudad de Cuenca, se otorgará líneas de crédito a un plazo determinado, dependiendo del tipo de crédito, que puede ser:

Crédito de Consumo: Se otorgará a los socios que trabajen bajo dependencia laboral, rentista, profesionales que ejercen su actividad independientemente. Está destinado para la adquisición de productos o servicios que ayuden a satisfacer sus necesidades.

Crédito Comercial: Los créditos comerciales o de negocios, la agencia otorgará a las personas que registren ventas anuales, a un determinado monto y cuyo financiamiento este dirigido a las diversas actividades productivas, de igual forma a personas naturales que ejercen su profesión de manera independiente.

Microcrédito Individual: Los microcréditos la agencia concederán a socios que trabajan por cuenta propia. La finalidad de este tipo de crédito es financiar actividades en pequeñas escalas de producción, comercial o ventas de servicios, cuya fuente de pago sean provenientes de sus propias actividades. La forma de pago pactada puede ser diaria, semanal, quincenal o mensual.

Servicio Financieros: La cooperativa de ahorro y crédito “1 De Julio”, siendo una agencia solidaria ubicada en la ciudad de Cuenca con proyección social, pone en práctica los principios universales del cooperativismo a través de cualquiera de los siguientes

servicios financieros.

Tipos de servicios financieros

- ✓ Capacitación para el mejoramiento productivo
- ✓ Accesorio para grupos comunitarios
- ✓ Formación en proyectos y creación de microempresas
- ✓ Transferencia de dineros de cuentas del socio a otras cuentas de la entidad
- ✓ Transferencias interbancarias o inter financieras. Los socios tienen la posibilidad de realizar la transferencia interbancarias o inter financieras desde su cuenta a cualquier entidad financiera
- ✓ Consultas telefónicas de saldo productos o bloqueos
- ✓ Pago de bono a desarrollo humano
- ✓ Pago de servicios básicos

Beneficios para los socios que presenta la cooperativa

El Seguro de desgravamen: En caso de fallecimiento del titular de la cuenta la aseguradora le cubre el saldo pendiente del crédito a pagar, de acuerdo a cuestionamiento estipulado por la agencia

Fondo Mortuario: En caso del fallecimiento del titular de la cuenta de ahorros se entrega el fondo hasta un valor predeterminado para gasto de sepelio, de acuerdo al condicionamiento estipulados por la aseguradora. Los beneficios aplican con un saldo mínimo en la cuenta y haber firmado el formulario por la aseguradora

- Apertura de cuentas y mantenimientos sin costo
- Pago impuesto SOAT de manera ágil y RISE
- Pago del bono de desarrollo humano

4.15.4. Infraestructura de tecnología de información

4.15.4.1. Infraestructura de hardware: equipos, características técnicas:

Tabla 28: Costo Equipos

CANTIDAD	EQUIPOS	CARACTERÍSTICAS
1	Computadora Core 2 Duo	Disco Duro de 250 Gb en adelante Memoria Ram 2 G Tarjeta de Red Tarjeta de puerto paralelo Puertos USB Unidad lectora de CD-DVD
5	Computadora Intel Pentium IV o posterior	Disco Duro de 80 Gb en adelante Memoria Ram 512 Tarjeta de Red Tarjeta de puerto paralelo Puertos USB Unidad lectora de CD-DVD
4	Impresoras Matriciales	Epson LX-300 80 columnas
6	Ups	Ups-Cdp / 500 W

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.15.4.2. Infraestructura de software: versiones, licencias:

a) Software Base: Sistemas Operativos, software de seguridad

Tabla 29: Costo Sistema Operativo

CANTIDAD	Nombre	CARACTERÍSTICAS
	Software Base	
6	Sistema Operativo	Windows XP Profesional Service Pack 2
6	Antivirus	Kaspersky AntiVirus

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

b) Software de aplicación: aplicaciones, sistemas transaccionales.

Tabla 30: Valor Costo licencia SFC

CANTIDAD	LICENCIA	CARACTERÍSTICAS
1	Core Financiero (Sistema Financiero de Cooperativas)	Propio de la institución, multiusuario

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.15.5. Infraestructura de software: versiones, licencias:

4.15.5.1. Infraestructura de redes y comunicaciones: topologías, enlaces, seguridades, redes externas:

Tabla 31: Costo redes y comunicaciones

CANTIDAD	NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
1	Router	4 Puertos o mas
8	Cables de red	UTP CATEGORIA 5
1	Switch	8 Puertos
1	Canal de datos	152 Kb
1	Antivirus Kaspersky	Internet Security

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.15.5.2. Implementación de Nuevo Software Financiero

Con fecha 2 de Abril del 2014, la Cooperativa de ahorro y Crédito “1 De Julio” según oficio No 0091-CONAFIS-DG-2014, fue notificada por parte de la Corporación de Finanzas Populares, que la institución recibirá la dotación de un Sistema

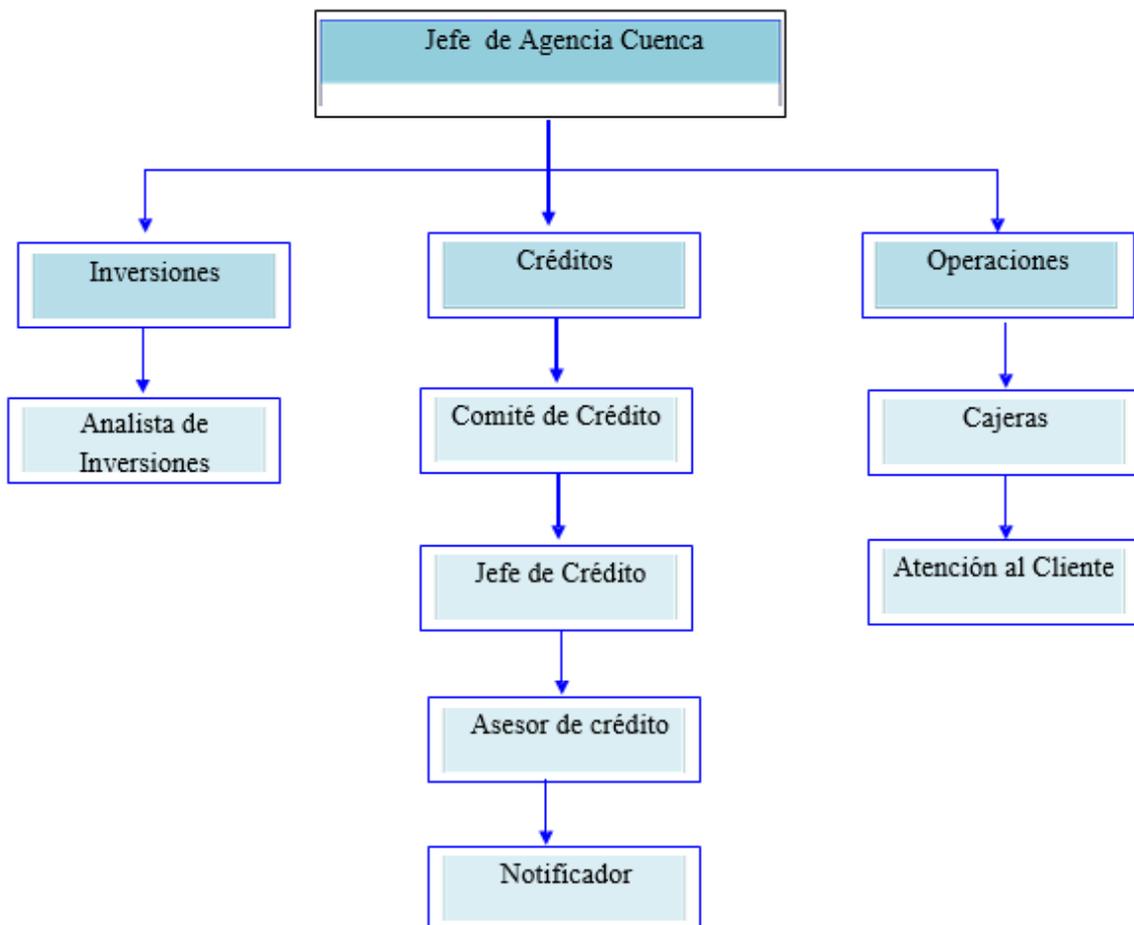
Informático, proceso que se ejecutará a partir del segundo semestre del 2014.

4.16. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.16.1. Estructura de la Cooperativa

Organigrama Estructural de La Agencia Cuenca

Gráfico 15: Organigrama Cuenca



Fuente: Departamento de Gerencia
Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.16.2. Determinación del Perfil del Personal para el logro de los Objetivos del proyecto

Tabla 32: Perfil de Jefe de Agencia

<p>Perfil del cargo:</p>	<p>Será el encargado/a de dirigir, coordinar y supervisar que todas las actividades de la Agencia se cumplan, para ello deberá hacer un seguimiento y control de todas y cada una de las áreas de la entidad.</p>
<p>Requisitos</p>	<p>Formación</p> <p>Académica: ingeniería en administración de empresas, formación en psicología, ingeniero industrial, administración de recursos humanos</p> <p>experiencia: 4 años</p> <p>Actitudes: honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad.</p> <p>Adquiridas: supervisión y control de personal para garantizar el buen funcionamiento de la Cooperativa.</p> <p>Ambiente: oficina.</p> <p>Riesgo: Mínimo.</p>

Fuente: Departamento de Gerencia

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 33: Perfil de Jefe de Inversiones

Perfil del cargo:	<p>Será el encargado/a de mantener contacto constante con las fuentes de información y estadística económica.</p> <p>Elaborará y actualizará los catálogos de fuentes de información.</p> <p>Dará seguimiento a solicitudes de productos de inversión.</p>
Requisitos	<p>Formación Académica: Título en Ingeniería, Economía, Administración de Empresas o carreras afines.</p> <p>Colegiatura vigente: Estudio de Post Grado. Especialidad en Gestión Crediticia Y Proyectos de Inversión.</p> <p>Experiencia Laboral: 5 años en cargos directivos o gerenciales.</p> <p>Actitudes: Actitud positiva, Espíritu de servicio, Responsabilidad, Respeto y Confidencialidad. Competencias personales: Orientación hacia resultado, liderazgo, toma de decisiones, confiabilidad, visión estratégica, tolerancia a la presión, adhesión a normas y políticas, alto nivel de expresión escrita y oral.</p>

Fuente: Departamento de Gerencia

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 34: Perfil de Analista de Inversiones

Perfil del cargo:	<p>Será el encargado/a de crear prospectos, escribir propuestas, manejar el cronograma y organizar los boletines informativos semanales. También realizará una extensa investigación en las tendencias y desarrollo de mercado, manejará las captaciones, responderá llamadas telefónicas de los socios.</p>
Requisitos	<p>Formación Académica: Título en finanzas, administración de empresas, contabilidad, ciencia actuarial, ingeniería financiera o un título similar</p> <p>Colegiatura vigente: Maestría en administración de empresas</p> <p>Experiencia Laboral: 3 años en cargos directivos o gerenciales.</p>

Fuente: Departamento de Gerencia

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 35: Perfil de Jefe de Crédito

Perfil del cargo:	Tener a tiempo los cobros y pagos necesarios. Plantear el plan más correcto para colocar y recuperar los créditos lo más pronto posible y asignar el interés más óptimo para los socios.
Requisitos	<p>Formación Académica: Licenciatura en Administración de empresas/ Finanzas/ Contabilidad.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años</p> <p>Rasgos físicos deseables: Excelente presentación. Características psicológicas deseables: Ser sociable, responsable y tener autoridad.</p>

Fuente: Departamento de Gerencia

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 36: Perfil de Notificador

Perfil del cargo:	Realizar los procesos de notificación a los socios que mantengan cuotas vencidas y efectuar el levantamiento de inspección del lugar de residencia o trabajo de los solicitantes de crédito.
Requisitos	<p>Requisitos intelectuales:</p> <p>Escolaridad: Estudios superiores en Administración de Empresas, Marketing, Economía, Finanzas, o carreras afines.</p> <p>Conocimientos indispensables: Técnicas de Ventas y Cobranzas, relaciones Humanas. Marketing. Microsoft Office.</p>

Fuente: Departamento de Gerencia

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 37: Perfil del Analista de Crédito

<p>Perfil del cargo:</p>	<p>Verificar que las solicitudes se encuentren debidamente diligenciadas de acuerdo a los requisitos exigidos para poder así entregar un préstamo y que los clientes cumplan con todos los requisitos establecidos.</p>
<p>Requisitos:</p>	<p>Requisitos intelectuales:</p> <p>Formación Académica: Acreditar título profesional universitario en las ramas de, economía, administración de empresas, contabilidad o carreras afines a banca y finanzas.</p> <p>Experiencia: Dos años</p> <p>Actitudes: responsable, líder, tolerante, criterio, administrador, autonomía</p> <p>Otros: No registrar antecedentes judiciales.</p> <p>No tener parentesco hasta el tercer grado de consanguinidad, segundo de afinidad y único civil con empleados de la Cooperativa, con miembros del Consejo de Administración y Vigilancia.</p>

	<p>Técnicas:</p> <p>Conocimiento en Administración financiera, presupuestaria y sistemas contables en uso.</p> <p>Conocimiento de Administración Interna.</p> <p>Conocimiento de técnicas de evaluación de riesgos.</p> <p>Metodologías, técnicas y herramientas modernas de gestión. Redacción de informes técnicos.</p> <p>Conductuales:</p> <p>Objetividad e imparcialidad</p> <p>Autocontrol</p> <p>Conocimientos y experiencia</p> <p>Iniciativa</p> <p>Autonomía</p> <p>Liderazgo interno</p> <p>Ambiente: oficina.</p> <p>Riesgo: Mínimo.</p>
--	--

Fuente: Departamento de Gerencia
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 38: Perfil de Jefe de Operaciones

Perfil del cargo:	Capacidad para utilizar la información, las normas, los procedimientos y las políticas de la cooperativa con precisión y eficacia, con objeto de lograr los estándares de calidad, en tiempo y forma, con eficacia y eficiencia, en consonancia con los valores y las líneas estratégicas de la cooperativa.
Requisitos	Requisitos intelectuales: Formación Académica: Título profesional en Administrador de Empresas, ingeniero en contabilidad y auditoría, ingeniero en banca y finanzas. Experiencia: 2 años de experiencia profesional relacionada. Actitudes: responsable, líder, tolerante, criterio, administrador, autonomía. Dominios particulares:

	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento y destreza para manejar programas del Sistema Office. - Gestión de Calidad: Conocimientos y habilidades para liderar procesos que hacen parte de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001, entre otros. - Administración e Personal: Conocimientos legales directamente relacionados con los procesos de contratación, administración y desarrollo de Personal. - Presupuesto: Habilidad para diseñar y controlar el cumplimiento del plan operativo de ingresos y egresos de la Cooperativa.
--	---

Fuente: Departamento de Gerencia
Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 39: Perfil de Cajero/a

Perfil del cargo:	Será responsable por la recepción, manejo y custodia del dinero o documentos relacionados, tales como: efectivo, cheques, tiquetes de tarjetas crédito/débito, etc.
Requisitos	<p>Requisitos intelectuales:</p> <p>Formación Académica: Haber terminado la secundaria en contabilidad o afines a esta carrera, a su vez que este cursando cuarto semestre de contabilidad.</p> <p>Experiencia Laboral: 2 años.</p> <p>Actitudes: honesto, responsable, respetuoso, tolerante, puntual.</p>

Fuente: Departamento de Gerencia

Elaborado por: Javier Guamán Arias

Tabla 40: Perfil del Encargado de Atención al Cliente

Perfil del cargo:	Será el encargado/a de interactuar con el servicio al cliente en la implementación de los Programas, subprogramas, proyectos y otros servicios comerciales implementados por la Cooperativa en las zonas de influencia.
Requisitos	<p>Formación: Académica Egresado Universitario o estudiante de la carrera de Ingeniería Agronómica, o carrera afines</p> <p>experiencia: 2 años</p> <p>Actitudes: honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad.</p> <p>Adquiridas: Buena redacción, buen manejo de relaciones humanas, innovado</p> <p>Ambiente: oficina.</p> <p>Riesgo: Mínimo.</p>

Fuente: Departamento de Gerencia

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.17. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es la guía de acciones para asegurar que la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 De Julio”, en la ciudad de Cuenca, contara en todo momento con los recursos monetarios (financieros) necesarios para su operación y desenvolvimiento, garantizando la generación y aplicación de los recursos económicos con el fin de garantizar su operación y generación de utilidades.



Es un estado de muestra la situación financiera de una cooperativa a una fecha determinada. Representa una enumeración de los recursos de la entidad (activos) junto con sus deudas (pasivos) y la participación de los socios en el capital contable, se caracteriza por el hecho de que la suma de los activos (circulantes, fijos, largo plazo, diferidos, y otros) debe ser igual a la suma de los pasivos (circulante, fijo, largo plazo, diferidos y otros) más la participación de los socios en la cuenta decapital social y reservas.



Los informes de las proyecciones de flujo de caja dan cuenta de los ingresos y salidas de efectivo esperadas por la cooperativa durante un periodo futuro, indican además en donde se originará el efectivo y como abra de utilizarse.



Detalle ordenado de ingresos y egresos, con el fin de establecer la utilidad o pérdida resultante en un periodo determinado el balance de resultados está conformado por los gastos y los ingresos.

4.17.1. Determinación del balance general

Tabla 41: Balance General

BALANCE GENERAL					
AÑOS	1	2	3	4	5
ACTIVO					
Fondos Disponibles	63317,08	66482,93	78048,01	97554,60	128722,25
Cartera de Crédito	85470,00	89743,50	104720,00	109670,00	115153,50
Cuentas por Cobrar	1069,00	1593,45	1334,12	536,53	
Propiedades y Equipo	6410,00	6410,00	3410,00	2410,00	3410,00
Inversión Intangible (estudios)	3000,00	30000,00	3000000,00	3000,00	3000,00
Total de Activos	159266,08	167229,88	189178,01	215968,72	250822,28
PASIVOS					
Obligaciones con el Publico	58000,00	60900,00	68966,15	74483,44	75973,11
Cuentas por pagar	61449,00	54729,45	57465,92	60339,22	63356,18
Otros Pasivo	12000,00	12600,00	13230,00	13891,50	14586,08
Total Pasivos	131449,00	128229,45	139662,07	148714,16	153915,36
PATRIMONIO					
Capital Social	39000,00	39000,00	40950,00	42997,50	45147,38
Reservas	0,00	0,00	0,00	0,00	
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	-11182,92	-11742,07	8565,93	24598,83	52118,41
Total Patrimonio	27817,08	39000,00	49515,93	67596,33	97265,78
Total Pasivo y Patrimonio	159266,08	167229,45	189178,01	216310,49	251181,15

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.17.2. Proyección del estado de pérdidas y ganancias

Tabla 42: Estado de Resultados Proyectados

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO " IRO DE JULIO" LTDA.					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Intereses y Descuentos ganados	34536,06	36262,86	59833,72	86758,90	125800,40
Comisiones ganadas	1000,00	1050,00	1470,00	2131,50	3090,68
Ingresos por Servicios	2183,76	2292,95	3210,13	4654,68	6749,29
Recuperación de Cartera	59829,00	62820,45	73304,00	76769,00	80607,45
Total Ingresos	97548,82	102426,26	137817,85	170314,08	216247,82
EGRESOS					
Obligaciones con el publico	58000,00	60900,00	68966,15	74483,44	75973,11
Sueldos y salarios	43776,60	45965,43	48263,70	50676,89	53210,73
Honorarios	534,14	560,85	588,89	618,33	649,25
Servicios varios	4293,44	4508,11	4733,52	4970,19	5218,70
Impuestos y contribuciones	841,56	883,64	927,82	974,21	1022,92
Gasto no deducible	1286,00	1350,30	1417,82	1488,71	1563,14
Total Egresos	108731,74	114168,33	124897,89	133211,77	137637,85
Utilidad antes de I,I,D,A.	-11182,92	-11742,07	12919,96	37102,31	78609,97
Participación trabajadores	1937,99	5565,35	11791,50		
Utilidad antes de impuesto a la renta	10981,97	31536,97	66818,47		
Impuesto a la renta	2416,03	6938,13	14700,06		
Utilidad / Pérdida Neta	-11182,92	-11742,07	8565,93	24598,83	52118,41

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.17.3. Proyección del flujo de caja

Tabla 43: Flujo de Caja Proyectados

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO " 1RO DE JULIO" LTDA.						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		168997,82	181020,16	243919,62	284903,99	333129,53
Intereses y descuentos ganados		34536,06	36262,86	59833,72	86758,90	125800,40
Captaciones		71449,00	78593,90	106101,77	114589,91	116881,70
Comisiones Ganadas		1000,00	1050,00	1470,00	2131,50	3090,68
Ingresos Por Servicios		2183,76	2292,95	3210,13	4654,68	6749,29
Recuperación de Cartera		59829,00	62820,45	73304,00	76769,00	80607,45
EGRESOS		194201,74	203911,83	229617,89	242881,77	252791,35
Obligaciones con el publico		58000,00	60900,00	68966,15	74483,44	75973,11
Cartera de Crédito		85470,00	89743,50	104720,00	109670,00	115153,50
Sueldos y salarios		43776,60	45965,43	48263,70	50676,89	53210,73
Honorarios		534,14	560,85	588,89	618,33	649,25
Servicios varios		4293,44	4508,11	4733,52	4970,19	5218,70
Impuestos contribuciones y multas		841,56	883,64	927,82	974,21	1022,92
Gasto no deducible		1286,00	1350,30	1417,82	1488,71	1563,14
SALDO OPERATIVO	0,00	-25203,92	-22891,67	14301,73	42022,22	80338,17
Gasto de Capital	-57216,02					
Costo de la Inversión	-57216,02					
FLUJO ECONÓMICO	-57216,02	-25203,92	-22891,67	14301,73	42022,22	80338,17

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.18. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.18.1. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión sea igual a cero.

TIR :	0,07
-------	------

4.18.2. Valor actual neto

El valor presente neto (VPN) de una serie temporal de flujos de efectivo, tanto entrantes como salientes, se define como la suma del valor presente (PV) de los flujos de efectivo individuales.

VAN	10323,93
-----	----------

4.18.3. Periodo de recuperación de la inversión

El Periodo de recuperación de la Inversión es:

PBP	4 (años) - 1 mes
-----	------------------

4.18.4. Indicadores financieros

Tabla 44: Flujos Financieros

ESTRUCTURA FINANCIERA		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Préstamos Netos / Activo Total	Entre 70-80%	53,66%	53,66%	55,36%	50,78%	45,91%
Depósito de Ahorro / Activo Total	Entre 70-80%	36,42%	36,42%	36,46%	34,49%	30,29%
Aportaciones/ Activo Total	Max 20%	24,49%	23,32%	21,65%	19,91%	18,00%
Capital Neto / Activo Total	Max10%	17,47%	23,32%	26,17%	31,30%	38,78%
RENDIMIENTOS Y COSTOS						
Gastos Operativos/ Promedio						
Activos	3-10%	68,27%	68,27%	66,02%	61,68%	54,87%
Excedente Netos/Promedio Activos	10% Suficiente para alcanzar	-7,02%	-7,02%	4,53%	11,39%	20,78%
LIQUIDEZ						
Disponibilidades / Depósitos Ahorro	Mínimo 25%	109,17%	109,17%	113,17%	130,97%	169,43%

Fuente: Departamento de Contabilidad

Elaborado por: Javier Guamán Arias

4.19. EVALUACIÓN DE IMPACTO SOCIAL

4.19.1. Análisis comparativo del rendimiento financiero del proyecto versus su rendimiento social

La COAC “1 De Julio”, surge como consecuencia de la búsqueda de mejores condiciones de vida de los sectores rurales en sus zonas de influencia, a través de la

promoción del desarrollo de las actividades productivas de los socios y clientes que buscan satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas sociales y culturales.

Considerando que el crecimiento económico que puede alcanzar un sector o comunidad es atribuido a la inversión en capital que realiza la sociedad, la agencia de la cooperativa en la ciudad de Cuenca está comprometida a contribuir en la generación de ingresos de sus socios, clientes y empleados mediante la dotación de productos y servicios financieros eficientes y productivos.

De esta manera se diseñarán programas crediticios dirigidos a los estratos económicos medios y bajos de la zona de influencia.

En referencia al nivel de empleo, la nueva agencia será generadora de fuentes de trabajo para la ciudad de Cuenca, ya que se requerirá de profesionales que brinden sus conocimientos para entregar servicios y productos financieros de calidad a la sociedad.

Finalmente la Cooperativa garantiza que los procesos financieros que desarrolle dentro de cualquiera de sus zonas de influencia tendrán un impacto ambiental mínimo, no obstante la planificación y ejecución de proyectos de reciclaje, reutilización de materiales y reforestación que actualmente se llevan a cabo en la oficina matriz, serán oportunamente replicadas en sus respectivas agencias.

4.20. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

4.20.1. Sensibilidad de las variables críticas del proyecto

Se le llama análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta, es decir, qué tan sensible es la TIR o el VAN ante cambios en determinadas variables de la inversión, considerando que las demás no cambian. (Morales, 2009)

Se analizará en el presente estudio la sensibilidad del VAN cuando existan cambios en las tasas de interés

Tabla 45: Análisis de sensibilidad

			F. actualización 5%	
1,00	- 25203,92	-25203,92	,89	-22504,58
2	- 22891,67	-45783,33	0,7972	-36498,47
3	14303,00	42909	0,7118	30542,63
4	42022,22	168088,88	0,6355	106820,49
5	80338,00	401690	0,5675	227959,08
	Suma:			306319,13
T	x,	(t)(x,)	F. actualización 5%	(t) (VPN)
1,00	0,00	0,00	0,89	-22504,58
2	0,00	0	0,7972	-72996,94
3	14303,00	42909	0,7118	91627,879
4	0,00	0	0,6355	427281,94
5	80338,00	401690	0,5675	1139795,4
	Suma:			1563203,7

D=	1563203,7	5,1031865	
	306319,13		
D"	D	5,1031865	4,8601776
	(1+i)	1,05	

Mientras que el estudio financiero demuestra que la recuperación de la inversión se dará en 4 años 1 mes, la dispersión modificada queda determinada en 4 años 8 meses, a efectos del incremento de las tasas de interés.

CONCLUSIONES

- Al revisar los datos del estudio de mercado se pudo observar la insatisfacción de la población de la ciudad de Cuenca con respecto a las Cooperativas de Ahorro y Crédito, lo cual se podrá tomar como una oportunidad al incrementar los socios en la institución.
- Con respecto al análisis socio cultural se hace referencia a que en la ciudad de Cuenca hay un incremento de industrias, y estas así mismas podrán ser nuestros posibles clientes en los distintos servicios que oferta la cooperativa.
- De acuerdo con los balances proyectados, se espera tener ganancias a partir del tercer año de operación de la nueva sucursal.

RECOMENDACIONES

- Al momento de realizar las entrevistas y elegir al personal para la nueva sucursal, se deberá tomar en cuenta que cumplan cada uno de los requisitos establecidos anteriormente.
- Al momento de tener al personal adecuado para cada uno de los puestos, se los deberá entrenar por lo menos un mes con alguien competente de las otras sucursales, ya que así podrá entrenarlos con experiencia.
- De acuerdo a lo que es marketing, no se deberá descuidar el marketing digital, ya que con las nuevas tecnologías que se ofrecen en la actualidad, se podrá tener más contacto con los actuales y nuevos socios, ya que la distancia no será un problema.

BIBLIOGRAFÍA

- Ander, E., & Aguilar Idáñez, M. (1997). *Como elaborar un proyecto*. Buenos Aires: Lumen/Humanitas.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Arias, Fideas.
- Beker, V., & Mochon, F. (2009). *Elementos de micro y macroeconomía*. Madrid: McGraw - Hill.
- Coss Bu, R. (1999). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión* (2 ed.). México: Limusa.
- Estudio Técnico*. (2010). Obtenido de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Gitman, L. (2003). *Administración Financiera*. Mexico: Pearson Educación.
- Jaramillo, G. J. (2000). *Auditoría Externa a la Cooperativa de Ahorro y Crédito del Municipio de Loja*. Loja: Mjnicipio de Loja.
- Kinncar, T., & Taylor, J. (1998). *Investigación de Mercado* (5 ed.). México: Mc. Graw Hill.
- Kotler, P. (1995). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Krugman, P., & Obstfeld., M. (2000). *Economía internacional. Teoría y política*. México: Mc Graw Hill.
- Moncayo A., M. V. (1998). *Contabilidad Bancaria y de Cooperativas*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Morales, C. (2009). *Curso de Matemáticas Financieras*. Mexico: Pearson Educaión.
- Nassir, S., & Nassir, C. (2007). *Proyectos de Inversión. Formulación y evaluación*. México: Pearson Educación.
- Pérez, F. (2009). *Dirección Estratégica, Ventas-Profesionales*. Buenos Aires: Prentice Hall - Pearson Education.
- Pérez, F. (2009). *El desafío de ser Exitosos Dirección Estratégica*. Buenos Aires: Prentice Hall - Pearson Education.
- Publicaciones, C. d. (2010). Código de comercio. Quito: CEP.
- Ruiz Díaz, D. (2007). Curso Básico de Marco Lógico EPN – BID. 76.
- Serna, H. (2008). *Gerencia Estratégica* (1 ed.). Bogotá: Legis.

Westley, G., & Branch, B. (2000). *Desarrollo de Cooperativas de Ahorro y Crédito Eficaces en América Latina*. Whashington.

Chapman, A. (20 de Marzo de 2011). *Análisis FODA y análisis PEST*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544> Acceso

Estudio Organizacional y Legal. (2010). Obtenido de <http://estudiosorganizacionalylegal.webnode.es/products/estudio-organizacional/>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2010). Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/>

ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta a la población

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - DUAL

ENCUESTA DE LA COOPERATIVA 1 DE JULIO



Objetivo: Realizar un estudio de factibilidad para la apertura de una nueva agencia de una institución financiera

ASPECTOS GENERALES

Nombre del encuestado: _____ Sexo: F___ M___

Edad: _____ Institución donde trabaja: _____

1. ¿Conoce usted de la existencia de alguna Cooperativa de Ahorro Y Crédito en la ciudad de Cuenca?

Sí ___ No___

2. ¿Es usted socio de alguna Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Sí ___ No___

3. ¿Cuánto tiempo tiene siendo socio en la Cooperativa?

De: 0 a 3 años () 3 a 6 años () 6 a 9 años () 9 o más años ()

4. Mencione cual es la razón más importante para mantenerse como socio de la Institución

Trayectoria en el mercado financiero () Calidad en el servicio ()

Cercanía a su residencia () Costo de transacciones bajos ()

Facilidad de apertura de cuenta () Solidez ()

5. Del 1 al 5, siento 5 lo bueno y 1 malo ¿Cómo califica usted que las cooperativas de Ahorro y Crédito que se encuentran en la ciudad de Cuenca al cubrir sus expectativas?

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

6. ¿A qué factor le da mayor importancia cuando una institución Financiera le presenta sus servicios?

Variedad de productos financieros () Costos cooperativos ()
Agilidad en el servicio () Tecnología () Otros ()

7. ¿Considera usted que la institución Financiera con la que mantiene relación actualmente, le brinda todos los servicios que usted requiere?

Sí ____ No ____

8. ¿Tiene conocimiento de la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “1 de Julio”?

Sí ____ No ____

9. Al presentarle los servicios que ofrece la Institución Financiera ¿Estaría usted dispuesto a ser socio de la Cooperativa “1 de Julio” en caso de que se apertura una agencia en Cuenca?

Sí ____ No ____

10. ¿Qué porcentaje de sus ingresos estaría dispuesto a ahorra mensualmente?

Menos del 10% () 10% a 20% () 20% a 30% ()
30% a 40% () 40% a 50% () Más del 50% ()

11. Seleccione 3 cualidades valora más en una entidad financiera

Atención al cliente ()

Seguridad ()

Bajo costo de los servicios ()

Variedad de los servicios ()

Ubicación ()

Información ()

Tecnología ()

12. En una escala del 1 al 5 siendo 5 lo más importante y 1 lo menos importante ¿Cuáles son los servicios financieros que usted más utiliza?

Cuenta de ahorros ()

Cuenta corriente ()

Dep. a plazo fijo ()

Prestamos ()

Ahorro programado ()



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - DUAL
ENTREVISTA GERENTE



Objetivo: Saber los motivos principales por lo cual desea la apertura una nueva agencia de la cooperativa.

1. ¿Cuáles son los principales servicios que oferta la cooperativa?
2. ¿Por qué desea la apertura de una nueva sucursal?
3. ¿Cuáles son las ciudades que tiene en mente para la apertura? ¿Por qué?
4. ¿Posee el capital para la realización del proyecto?