



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

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN FINANZAS

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE LA AGENCIA
DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACHA
LTDA., EN EL CANTÓN CAÑAR, PROVINCIA DE CAÑAR,
PERÍODO 2014-2018.”

MANUEL MARÍA LOJA GUAMÁN

RIOBAMBA- ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE LA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACHA LTDA., EN EL CANTÓN CAÑAR, PROVINCIA DE CAÑAR, PERIODO 2014-2018”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas ha sido desarrollado por MANUEL MARÍA LOJA GUAMÁN, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Econ. Marco Antonio González Chávez.

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Pedro Pablo Bravo Molina.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo MANUEL MARÍA LOJA GUAMÁN estudiante de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior Carrera Ingeniería Financiera declaro que la tesis que presento es auténtica y original, soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

MANUEL MARÍA LOJA GUAMÁN

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico con todo amor y cariño a mi madre María Rosa Oliva Guamán Lema, que siempre me ha brindado su apoyo y confianza; no solo en la realización de este trabajo sino durante todos mis años de estudio.

A mi padre Timoteo Loja Lema, que ha sido un apoyo fundamental en el desarrollo de esta investigación y por la cual está muy orgulloso de que el esfuerzo realizado durante su vida, se traduzca en la culminación de esta Tesis de grado.

A mis hermanos Enrique, Balbina, Bélgica y Rosita que de una u otra manera han estado conmigo en los momentos más importantes de mi vida y a todas aquellas personas a mí alrededor que ayudaron y aportaron en nuestro trabajo.

Todo mi sacrificio dedico a ustedes.

Manuel María Loja Guamán

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud en primer lugar a Dios, quien me dio fe, fortaleza, salud y esperanza para terminar este trabajo.

Deseo también dar gracias a mi familia, quienes nunca dudaron que lograría este triunfo: mis padres: Timoteo Loja Lema y Oliva Guamán Lema quienes con sus valiosas enseñanzas han sabido infundir en el deseo constante de superación y responsabilidad; a vencer temores, dificultades y a superar obstáculos que se presenta en el largo camino, gracias por acompañarme en este viaje... “la vida”.

Gracias también a mis queridos compañeros, que me apoyaron y me permitieron entrar en sus vidas, de convivir dentro y fuera del salón de clase. Rubén, Byron, Silvana, Jaime, gracias.

A la ESCUELA SUPERIOR DE POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, como prestigiosa institución de Educación Superior del Ecuador, en especial a la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, a la Escuela de Ingeniería en Finanzas, quien me ha dado la oportunidad de incrementar mi conocimiento y formación ética y científica.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	
Certificación del tribunal	I
Certificado de autoría.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Índice de contenidos	V
Índice de figuras.....	VII
Índice de cuadros	VIII
Resumen.....	XI
Abstract	XII
Introducción	1
Capítulo I: El problema.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1 Formulación del problema	2
1.2 Justificación	3
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
Capítulo II: Marco teórico	5
2.1 Antecedentes investigativos	5
2.1.1 Antecedentes históricos	5
2.2 Fundamentación teórica	6
2.2.1 Plan de negocios	6
2.3 Marco conceptual	9
2.4 Hipótesis o idea a defender	12
2.5 Variables.....	12

2.5.1 Variable independiente	12
2.5.2 Variable dependiente	12
Capítulo III: Marco metodológico	13
3.1. Tipos de investigación.....	13
3.1.1. Investigación de descriptiva	13
3.1.2. Investigación de campo	13
3.2. Población y muestra.....	13
3.3. Métodos, técnicas e instrumentos	16
3.3.1. Métodos	16
3.3.2. Técnicas.....	16
3.4. Resultados	18
3.5. Análisis general	39
3.5.1. Frecuencia de consumo.	39
3.5.2. Monto promedio ponderado.....	39
3.5.3. Índice de competitividad	40
Capítulo IV: Marco propositivo.....	43
4.1. Título.....	43
4.2. Objetivo.....	43
4.3. Desarrollo de la propuesta.....	43
4.3.1. Estructura administrativa de la cooperativa cache Ltda.	43
4.3.2. Estudio de mercado.....	47
4.3.3. Gestión de procesos del plan de negocios	57
4.3.4. Gestión administrativa financiera del plan de negocios.....	61
4.3.5. Marketing.....	69
4.3.6. Estudio técnico	82
4.3.7. Estudio económico - financiero	100
4.3.8. Presupuestos	103
Conclusiones.....	119
Recomendaciones	120
Bibliografía	121

Webgrafia.....	121
Anexos	122

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	TÍTULO	Pág.
1:	Pregunta 1	18
2:	Pregunta 2	19
3:	Pregunta 3	20
4:	Pregunta 4	22
5:	Pregunta 5	23
6:	Pregunta 6	24
7:	Pregunta 7	25
8:	Pregunta8	26
9:	Pregunta 9	27
10:	Pregunta 10	28
11:	Pregunta 11	29
12:	Pregunta 12	30
13:	Pregunta 13	31
14:	Pregunta 14	32
15:	Pregunta 15	33
16:	Pregunta 16	34
17:	Pregunta 17	35
18:	Pregunta 18	36
19:	Pregunta 19	37
20:	Pregunta 20	38
21:	Organigrama estructural	46
22:	Definición de procesos de control	58
23:	Proceso de control.....	59
24:	Marca	69
25:	Mapa del ecuador.....	73
26:	Mapa de la provincia de cañar	86

27: Distribución de la planta.....	101
28: Organigrama estructural de agencia	90
29: Punto de equilibrio.....	135

ÍNDICE DE CUADROS

No.	TÍTULO	Pág.
1:	Distribución de la población del cantón cañar por parroquias	14
2:	Número de habitantes del cantón cañar y sus áreas.....	14
3:	Población económicamente activa (pea) del cantón cañar	14
4:	Pregunta 1	18
5:	Pregunta 2	19
6:	Pregunta 3	20
7:	Pregunta 4	22
8:	Pregunta 5	23
9:	Pregunta 6	24
10:	Pregunta 7	25
11:	Pregunta 8	26
12:	Pregunta 9	27
13:	Pregunta 10	28
14:	Pregunta 11	29
15:	Pregunta 12	30
16:	Pregunta 13	31
17:	Pregunta 14	32
18:	Pregunta 15	33
19:	Pregunta 16	34
20:	Pregunta 17	35
22:	Pregunta 19	37
23:	Pregunta 20	38
24:	Frecuencia de créditos promedio ponderada	39
25:	Monto de crédito.....	40
26:	Competencia de la cooperativa	40
27:	Preferencias.....	41

28: Características de los servicios	42
29: Comportamiento histórico de la demanda del cantón cañar	47
30: Proyección de la demanda	49
31: Distribución de coac´s y sus oficinas operativas en la ciudad de cañar	50
32: Distribución de bancos en la ciudad de cañar y sus oficinas operativas	50
33: Proyección de la oferta en el cantón cañar	51
34: Proyección de la demanda insatisfecha del cantón cañar	51
35: Cuadro comparativo coac chaca ltda con la competencia directa.	53
36: Cuadro comparativo coac chaca ltda con la competencia indirecta.	55
37: Parámetros de indicadores	61
38: Cuadro de mando integral.....	64
39: Incrementación de la cartera de crédito	65
40: Implementación de plan de movilización de ahorro.....	65
41: Movilización de cuentas inactivas	66
42: Oferta de nuevos servicios para socios y clientes.....	66
43: Campaña de promoción y publicidad	67
44: Implantación de políticas de atención al cliente	67
45: Difundir capacitaciones al personal.....	68
46: Plan de selección de personal	68
47: Cuadro de control	69
48: Productos financiero	70
49: Estructura funcional.....	71
50: Cooperativa de Ahorro y Crédito cacha Ltda.	72
51: Niveles de productos de la Cooperativa de Ahorro y crédito Cacha Ltda.....	73
52: Análisis externo de oportunidades.....	74
53: Análisis externo de amenazas	75
54: Plan de medios.....	80
55: Estrategias de marketing.....	81
56: Macrolocalización.....	87
57: Factores de la macro localización.....	87
58: Gastos de preinversión.....	102
59: Maquinaria y equipo	102
60: Mobiliario y equipo de oficina	103
61: Resumen de inversiones	103

62: Financiamiento	103
63: Balance general proyectado	105
64: Estado de resultados proyectado	106
65: Flujo de caja proyectado	107
66: Depreciación de maquinaria y equipo de planta	108
67: Depreciación de mobiliario y equipo de oficina de ventas	108
68: Van positivo	110
69: Van negativo	111
70: Resumen del van	111
71: Periodo de recuperación de la inversión	112
72: Periodo de recuperación	113
73: Periodos de recuperación	113
74: Periodo de recuperación	114
75: Recuperación de la inversión	114
76: Costo beneficio	115
77: Estructura de costos	117

RESUMEN

Se realizó un plan de negocios para la apertura de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en el Cantón Cañar, Provincia de Cañar, periodo 2014-2018. Considerándose como universo el estudio al Cantón Cañar con 59.296 habitantes según el último censo efectuado por la INEC y la Población Económicamente Activa (PEA) de 24.288, de la cual he calculado la población objetivo de 113.677 comprendido entre las edades de 20 a 64 años, personas que legalmente son competentes para realizar transacciones crediticias.

En base al cálculo de la muestra con un nivel de confianza del 95%, el número de encuestas a aplicarse es de 384 (Trescientos Ochenta y Cuatro), las mismas que fueron aplicadas en las parroquias y recintos más influyentes en dinamización económica del Cantón, durante la fase del estudio de mercado.

El 53% de la población encuestada del Cantón Cañar, no están vinculados con ninguna institución financiera sea esta un Banco, Cooperativa o Mutualista y entre otros y que tan solo el 47% de las personas poseen una cuenta en una institución financiera (IFIS).

Como resultado del estudio realizado se concluye que es factible la apertura de la Agencia de la Cooperativa “Cacha” Ltda., que el ente financiero tendría una buena aceptación, debido a la necesidad existe en el sector, y que la mayor parte de los encuestados realizan créditos, considerándolo así un mercado potencial de crecimiento que puede ser captado.

Por lo expuesto, se recomienda al Consejo de Administración de la Cooperativa, considerar la apertura o implementación de la oficina, ya que estudios realizados han demostrado que el plan de negocios es rentable, hay que aplicando un plan de marketing para dar a conocer los servicios financieros que ofrece la entidad.

Econ. Marco Antonio González Chávez.

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Pedro Pablo Bravo Molina.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ABSTRACT

A business plan has been made for the opening of an Agency of the Saving and Loan “Cacha Ltda.”, in Canton Cañar Province, in the period 2014 - 2018.

Considering as a universe of study the Canton Cañar with 59,296 inhabitants according the last census conducted by the INEC and the Economically Active Population (EAP) of 24.288, from which we calculated the target population of 113,677 between ages 20-64 who are legally competent to make credit transactions.

Based on the calculation of the sample with a confidence level of 95% the number of surveys to be applied is 384 (three hundred eighty-four), which were applied in parishes and precincts that are the most influential economic revitalization in the Canton, during the market study.

53% of the surveyed population of Canton Cañar is not linked to any financial institution, such as a bank, Cooperative, Mutual entity or others and that only 47% of people have an account at a financial institution (IFIS.)

As a result of the study conducted it is concluded that the opening of an agency of the saving and Loan “Cacha Ltda.”, is feasible. The financial entity would have a good acceptance due to the need in the area, since most of the respondents apply for a loan being this a potential growth market that can be picked.

For these reasons, the Board of Directors of the Institution is recommended to consider opening or the implementation of an office since studies have shown that the business plan is profitable, and we must implement a marketing plan to publicize financial services offered by the entity.

INTRODUCCIÓN

El mercado de productos y servicios financieros se encuentra atravesando un periodo de profundos cambios, caracterizado por la incorporación de entidades especializadas en microcrédito, como intermediación financiera, canalización de fondos de organismos financieros y de desarrollo nacionales e internacionales, situación que podría afectar la sostenibilidad de las instituciones en la medida que la participación en el mercado disminuya debido a la agresiva competencia, principalmente en los sectores urbanos, urbano marginal y rural, que son observados como nichos atractivos por la mayoría de las entidades financieras.

Uno de los mecanismos que se debe considerar apropiado para lograr un crecimiento institucional paulatino y sostenido es la ampliación de la cobertura geográfica en la prestación de productos y servicios financieros, con ello permitirá la diversificación del riesgo, que constituye una decisión que afectará significativamente el desempeño de la entidad.

Existen varios aspectos importantes que se consideran en el plan de negocios, principalmente el de verificar la viabilidad del proyecto, si existe o no la oportunidad de alcanzar dicho objetivo se tomarán las decisiones pertinentes. La presente memoria técnica se trata del diseño de un plan de negocios para la apertura de una Agencia para la Cooperativa Cacha Ltda., en el Cantón Cañar Provincia de Cañar.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chaca Ltda., en sus 6 años de vida institucional, ha visto con preocupación el crecimiento de su mercado, en especial de aquellos comerciantes que realizan sus actividades de comercio en la Ciudad Cañar, los cuales exigen la prestación de servicios en esta localidad. Muchos son los factores que podrían motivar el éxito o fracaso de la apertura de una nueva agencia, debido a la naturaleza de sus actividades, como: Mercado, Estructura, Costos e Inversiones y Rendimientos que influirán en la decisión de la apertura o no de una nueva agencia.

Cacha Ltda. Al percatarse que sus socios viajan al Cañar y que requieren de movilidad de sus capitales, se ve en la necesidad de conocer el mercado financiero de esa localidad y decidir en su participación, para ello ve necesario conocer los productos, y servicios financieros que deberían participar en él, así como sus Costos e Inversiones, con el objeto de llegar de forma eficiente y efectiva a este mercado.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo influye un plan de negocios en la apertura de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en el Cantón Cañar, Provincia de Cañar, periodo 2014-2018?

1.2 JUSTIFICACIÓN

A pesar de que el término, Plan de Negocios, suena un poco sofisticado, no es muy complicado. Es un plan, como cualquier otro, que nos hace pensar en las diferentes áreas de un negocio y cómo prepararnos para atenderlas.

El plan de negocios nos servirá de guía, será como un mapa del camino que recorreremos con el negocio. Pero, será importante entender los procesos, conocer las posibles implicaciones y las repercusiones de lo que se presentará en el Plan de Negocios ya que será vital para la Cooperativa.

Mediante el desarrollo del tema elegido para este proyecto de tesis se apoyará a la Cooperativa Ahorro y Crédito Cacha Ltda., entregándoles un plan de negocios en donde se les dará algunas soluciones a problemas que se detectaran para la apertura de la nueva agencia.

Dentro del Plan de Negocios propuesto, se realizará una investigación de mercados la misma que ayudará a ver el nivel de aceptación de la agencia en Cantón Cañar y tomando las Cooperativas especialmente el movimiento Cooperativo constituye un instrumento positivo para el desarrollo económico del país, que a través de dicho sistema se puede solucionar muchas necesidades.

Actualmente, predominan las cooperativas de servicios y las de consumo, pero cabe destacar la organización que han sabido desarrollar por iniciativa propia, las Cooperativas de Ahorro y Crédito, la integración cooperativa se sustenta en federaciones verticales y en centrales; además el índice de penetración cooperativa ha tenido leves incrementos en la década de los ochenta, mientras que en los últimos

tiempos como respuesta a la actual crisis del país se ha visto fortalecidas las Cooperativas en especial las de Ahorro y Crédito.

El sistema cooperativo se encuentra fortalecido, y aunque maneje tasas de interés similares a la de los bancos, el sector cooperativo no deja de ser una buena opción en cuanto a crédito se refiere, la diferencia está en que su ámbito de acción, aunque parecería pequeño, abarca a un grupo muy importante de la sociedad donde constan pequeños comerciantes, pequeños cuenta ahorristas y microempresarios.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la apertura de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito cacha Ltda., en el Cantón Cañar, Provincia de Cañar, periodo 2014-2018.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Especificar un estudio de mercado.
2. Indicar las operaciones de la sucursal.
3. Definir costos e inversiones necesarios para la nueva sucursal.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes históricos

(Cacha Ltda.) El domicilio principal de la Cooperativa es el Cantón Riobamba, Provincia Chimborazo y, cuando su actividad así lo demande, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la cooperativa podrá abrir oficinas operativas en cualquier parte del territorio nacional, basándose en la RESOLUCIÓN No. JR-ST-2013-013 que expresa textualmente lo siguiente:” Las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sector Financiero Popular y Solidario, para el ejercicio de sus actividades, podrán abrir sucursales, agencias u oficinas en el territorio nacional previa autorización de la Superintendencia.

La cooperativa será de responsabilidad limitada a su capital social; la responsabilidad personal de sus socios estará limitada al capital que aportaren a la entidad.

La cooperativa será de duración ilimitada, sin embargo, podrá disolverse y liquidarse por las causas y el procedimiento previstos en la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

En el histórico pueblo, raíz de la gran nación Puruha Cacha, tierra de los grandes héroes y líderes representativos como: REY CACHA, Fernando Daquilema, Manuela León y otros.

Con ideología integradora y emprendedora, los jóvenes del pueblo milenario de Cacha, en una conversación de amigos en el sector, conviven sobre la situación real que vivía la comunidad como: desempleo, migración y apoyo insuficiente por las autoridades locales y nacionales en el desarrollo del sector.

El 25 de abril del 2007, los jóvenes Segundo Juan Morocho y Julio Cesar Guamán, en el dialogo conocen la situación y manifiesta los deseos y sueños que han tenido por las

escenarios que estamos viviendo la realidad, y en consenso planean realizar y presentar una propuesta de mantener más reuniones e integrar a más jóvenes y posteriormente desarrollar la asamblea de jóvenes y líderes, teniendo un apoyo formidable de los participantes de la asamblea. Es así inicia con la actividad de intermediación financiera en la comunidad como una Caja de Ahorro y crédito “Cacha”.

En agosto 2008 liderado por los jóvenes hacen las gestiones debidas para tramitación como Pre-cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha, para la aprobación de personería jurídica como Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Limitada, logrando la aprobación ante el organismo competente como el MIES y Dirección Nacional de Cooperativas, aprobada mediante acuerdo ministerial núm. 0038 de fecha 11 de febrero del 2009, e inscrita en el Registro General de Cooperativas con el Número de Orden 7296 de fecha 2 de abril del 2009.

Así frecuentan las actividades financieras, ofertando los productos y servicios cooperativos y financieros como: Ahorro, depósito a plazo fijo, inversiones y créditos para toda necesidad, con el fin de apoyar, satisfacer las necesidades y expectativas de los socios, empleando los principios cooperativos, con respeto a la ideología y comprometidos e interés por la sociedad.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Plan de negocios

Plan

(Lermay Kirchna & Sergio, Agosto 2011) Definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados, enmarcados en un tiempo determinado.

También se puede afirmar que planear consiste en la creación de un conjunto de órdenes confeccionadas a partir de la recolección, análisis y entendimiento de información.

La acción de planear esta intrínsecamente asociada con nuestra capacidad para imaginar el futuro deseado; estos términos van de la mano debido a que planear es más que una actividad común, un arte: el arte de interpretar los conocimientos del presente para poder lograr los objetivos que se pretende en la medida que aplica el pensamiento creativo, imaginativo y analítico.

Negocio:

(Rosales, Octubre 2005, pág. 48) Negocio es ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios.

2.2.1.1 El plan de negocios

(Antonio, 2012, pág. 28) Plan de negocios es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión.

Plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le ayude a seleccionar el cambio adecuado para el logro de sus metas y objetivos, y que se convierte en la guía de sus actividades diarias.

Objetivos del plan de negocios

Los planes de negocios se emplean con muy diversos fines. En esencia, pueden considerarse como:

- La expresión formal de un proceso de planeación;
- Una petición de financiamiento;
- Un esquema para ser aprobado;
- Una herramienta para a administración operativa.

2.2.1.2 Estudio de Mercado

(Urvina, 2005, pág. 7) Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos.

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado.

El investigador del mercado, al final de un estudio metódico y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias.

Objetivos del estudio de Mercado

(Urvina, 2005, pág. 12) Se entiende por objetivos del estudio de mercado los siguientes:

- Determinar la demanda insatisfecha y conocer las necesidades de los clientes potenciales.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.

- Determinar la población y a su vez una muestra significativa que abarque los distintos segmentos de mercado a los que se pretende llegar y realizar la encuesta.
- Diseñar una encuesta que permita investigar y obtener información acerca de los posibles clientes la misma que servirá para un mejor análisis de la demanda insatisfecha.
- Realizar un análisis de la demanda y la oferta que sirvan de base real para la determinación de la demanda insatisfecha.
- Realizar las proyecciones de la demanda, oferta y demanda insatisfecha que permitan establecer datos aproximados para los años siguientes.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Activo: (Córdova Padilla, 2012, pág. 89) Muestra los bienes o derechos de la empresa. El activo incluye el inmovilizado, es decir, los bienes muebles e inmuebles que conforman la estructura física de la organización y el circulante que comprende la tesorería, los derechos de cobro y las mercaderías.

Activos Corrientes: (Rosales, Octubre 2005, pág. 12) Se designa al efectivo o los recursos que se esperan serán convertidos en efectivo o vendidos o consumidos durante el ciclo normal de operación del negocio.

Activos líquidos: (Rosales, Octubre 2005, pág. 12) Cuando el bien puede convertirse en dinero fácilmente y sin pérdida de su valor. Al conjunto de activos líquidos, especialmente al dinero y los medios de pago, se le llama también liquidez.

Bienes: Según (Congdon –McWilliams) Denominación genérica que se dan a todas las cosas que suministran a su poseedor alguna utilidad o beneficio puede ser de consumo (duradero y perecederos) o de capital (bines y servicios).

Capital: Según (Congdon –McWilliams) Partida del balance formado con las aportaciones comprometidas por los socios, que se concretan documentalmente en las acciones del capital escriturado, por el cual responde ante terceros.

Cooperativa: (Rosales, Octubre 2005, pág. 25) Sociedades financieras de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas, que sin perseguir finalidades de lucro, tiene por objeto planificar y realizar actividades de trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

Crédito: (Rosales, Octubre 2005, pág. 24) Acto de confianza que lleva aparejando el intercambio de dos prestaciones desfasadas en el tiempo: los bienes o medios de pago entregados, contra la promesa o esperanza de pago o reembolso.

Cuentas por Pagar: (Rosales, Octubre 2005, pág. 25) Obligaciones de pago de corto plazo.

Demanda: (Rosales, Octubre 2005, pág. 28) Cantidad de un bien que está dispuesto a comprar una persona natural o jurídica (o varias).

Depósito: (Rosales, Octubre 2005, pág. 28) Cantidad de dinero que en numerario o en activos financieros se ingresan en las instituciones de crédito por sus clientes, para su custodia y para la obtención de intereses.

Deposito a la Vista: (Rosales, Octubre 2005, pág. 29) Dinero mantenido en cuentas corrientes o de ahorro, que forman parte de la oferta monetaria.

Efectivo: (Rosales, Octubre 2005, pág. 32) Cantidad de dinero líquido (billete de banco y moneda metálica) que pueden estar en manos del público, o en depósitos en poder del sistema crediticio (activo de caja del sistema bancario).

Investigación de mercado: (Dávila, 2011, pág. 31) Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

Liquidez: (Córdova Padilla, 2012, pág. 17) La liquidez en una empresa se mide por su capacidad para satisfacer sus obligaciones a corto plazo, conforme estas se vencen. Se refiere a la solvencia de la posición financiera global de la empresa es decir, a la facilidad con la cual se puede cumplir a quien se le adeuda.

Mercado: (Rosales, Octubre 2005, pág. 57) Mercado es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

Organización: (Rosales, Octubre 2005, pág. 66) Acuerdo deliberado de personas para llevar a cabo un propósito específico.

Pasivo: (Córdova Padilla, 2012, pág. 89) Muestra las obligaciones que originan la adquisición de los activos entre los que se distinguen el pasivo a largo plazo, que son las obligaciones ajenas a un plazo mayor de un año y el pasivo a corto plazo o pasivo circulante que son las obligaciones ajenas a un plazo menor de un año.

Patrimonio: (Rosales, Octubre 2005, pág. 69) son los recursos de propiedad de los accionistas.

Préstamo: (Rosales, Octubre 2005, pág. 19) Obligaciones contractuales en la que un prestamista entrega dinero a un cliente o a terceros a cambio de un interés y comisiones.

Riesgo: (Córdova Padilla, 2012, pág. 16) Es la posibilidad que los resultados reales difieran de los esperados o que algún evento desfavorable ocurra.

Solvencia: (Rosales, Octubre 2005, pág. 83) Capacidad que tiene una persona natural o jurídica para hacer frente a las distintas obligaciones contraídas.

2.4 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

Un Plan de Negocios permitirá identificar la viabilidad y rentabilidad al aperturar una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en la Ciudad de Cañar.

2.5 Variables

2.5.1 Variable independiente

Plan de negocios

2.5.2 Variable dependiente

Viabilidad y rentabilidad de Apertura de Agencia.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Investigación de Descriptiva

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas que participan en el manejo económico. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

3.1.2. Investigación de Campo

La investigación se realiza en la Provincia de Cañar Cantón Cañar, para la recolección de información y datos nos hemos trasladado a la misma.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

En primera instancia se ha considerado como universo para nuestro estudio al cantón Cañar cuyo número de habitantes es de 59.296 habitantes según el último censo efectuado por la INEC y la Población Económicamente Activa (PEA) de 24.288, de la cual hemos calculado la población objetivo de 113.677 comprendido entre las edades de 20 a 64 años, personas que legalmente son competentes para realizar transacciones crediticias.

Cuadro No 1: Distribución de la población del Cantón Cañar por parroquias

Cantón	Parroquia	Urbano	Rural	Total
Cañar	Cañar	13407	4928	18335
Cañar	Chontamarca		4140	4140
Cañar	Chorocopte		3088	3088
Cañar	Ducur		4153	4153
Cañar	General Morales		3400	3400
Cañar	Gualleturo		3842	3842
Cañar	Honorato Vásquez		6226	6226
Cañar	Ingapirca		8340	8340
Cañar	Juncal		2169	2169
Cañar	San Antonio		1947	1947
Cañar	Ventura		1288	1288
Cañar	Zhud		2368	2368
TOTAL			45889	59296

Fuente: INEC

Elaboración: Manuel Loja

Cuadro No 2: Número de habitantes del Cantón Cañar y sus áreas

Área	No. De habitantes	%
Urbana	36038	60,77%
Rural	23258	39,23 %
Total	59296	100%

Fuente: INEC

Elaboración: Manuel Loja

Como se puede observar en el presente cuadro la población del cantón Cañar, como en la mayoría de los cantones del Ecuador se divide en dos áreas URBANA y RURAL, de acuerdo a ello se puede decir que la área urbana del cantón Cañar posee un mayor número de habitantes (36.038 hab.) mientras que la área rural consta de (23.258 hab.)

Cuadro No 3: Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Cañar

EDAD	% Total	SEXO	
		Hombre	Mujer
5 a 9	13,85%	6,95%	6,90%
10 a 14	13,93%	7,08%	6,85%
15 a 19	11,31%	5,11%	6,20%
más de 65	6,69%	2,98%	3,71%
Menos de 20 Años			24,17
mayor de 65 Años			5,37
Entre 20 y 64			46,80

Fuente: INEC

Elaboración: Manuel Loja

El presente cuadro es un esquema consolidado de la población del cantón Cañar dividida en porcentajes de acuerdo a sus edad y sexo, estratificando en rangos de 4 años, la cual nos facilita totalizar de la siguiente manera: el número de habitantes menores a 20 años es de 24,17%, mientras que el 5,37% comprende a los habitantes mayores de 65 años y finalmente el 46,80% son habitantes comprendidas entre las edades de 20 a 64 años que se convierten en nuestro población objetiva.

Muestra.

En base al cálculo de la muestra con un nivel de confianza del 95%, el número de encuestas a aplicarse es de 384 (Trescientos Ochenta y Cuatro), las mismas que serán aplicadas en las parroquias y recintos más influyentes en dinamización económica del cantón de Cañar, durante la fase del estudio de mercado.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

En donde:

N = Tamaño de la población

Z_α = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso

d= Error máximo admisible (precisión).

n = tamaño de la muestra

CANTÓN CAÑAR

PEA = 24288 * 46,80(20 a 64 años)

PEA = 11367

$$n = \frac{11367 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2 * (11367 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{11366 * 3,8416 * 0,25}{0,25 * 11366 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{10.916,8668}{2.841,15 + 0,9604}$$

$$n = 3,84\%$$

$$n = 384$$

3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. Métodos

Para obtener un criterio general para la elaboración del presente trabajo se utilizaran métodos y técnicas científicas lo que permitirá establecer el entorno económico, político y social que conlleva a elaborar este proyecto, para de este modo alcanzar los objetivos propuestos, así tenemos los siguientes métodos.

Deductivo-Inductivo.- En la elaboración del marco teórico del trabajo investigativo así como en el planteamiento de estrategias o propuestas de acuerdo a la realidad de la asociación.

Analítico-Sintético.- Al procesar la información, se requiere elaborar presupuestos que nos permitan tener una posición clara con respecto al plan de la institución.

3.3.2. Técnicas

Para la realización de éste trabajo se utilizarán las siguientes técnicas:

- Revisión documental
- Encuestas

Revisión Documental:

- La Cooperativa Cacha Ltda. Está operando legalmente
- Se me han entregado los respectivos balances
- Manuales de crédito

Encuestas

Aplicación de encuestas con su respectivo análisis.

3.4. RESULTADOS

1. ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en el Cantón, que satisfaga sus expectativas con rapidez en sus trámites y con una adecuada atención a sus socios y clientes?

Cuadro No 4: Pregunta 1

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Si	286	0
No	98	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

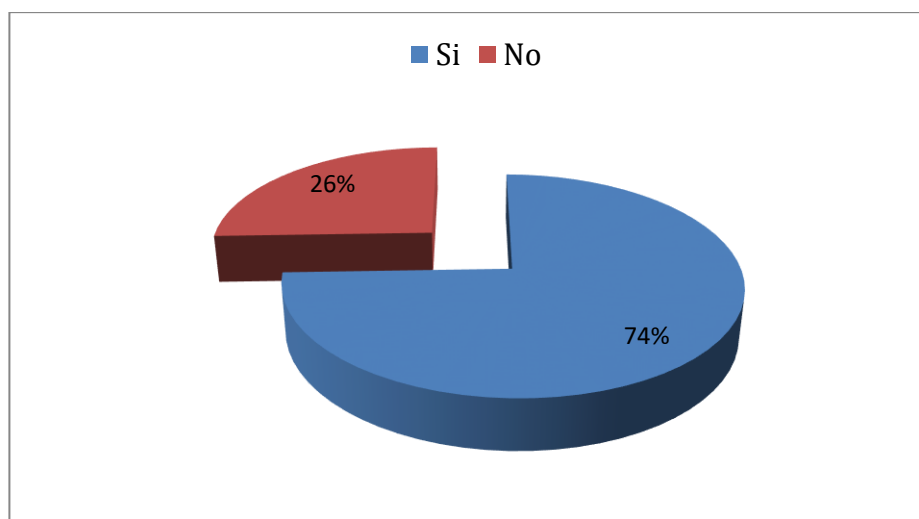


Figura No 1: Pregunta 1

Elaborado: El Autor

Análisis:

Como puede observarse, el 74% de las personas están de acuerdo con la apertura de la nueva cooperativa y solo el 26% que no están de acuerdo. Esto demuestra un alto grado de crecimiento de la entidad, en el corto plazo, siendo un síntoma de confianza y satisfacción para los clientes por los servicios recibidos.

2. ¿Se encuentra afiliado/a a alguna Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Cuadro No 5: Pregunta 2

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Si	143	0
No	160	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

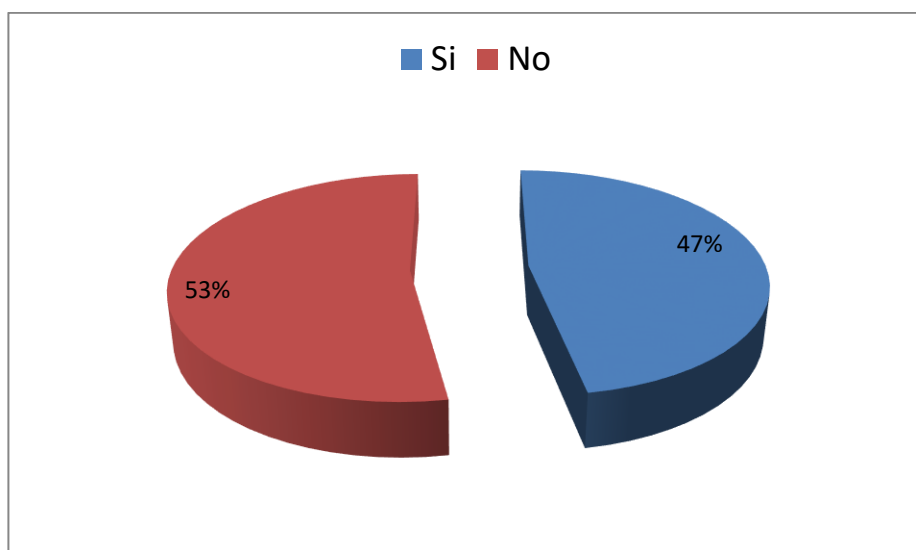


Figura No 2: Pregunta 2

Elaborado: El Autor

Análisis:

El 47% de la muestra manifiesta que es socio de una cooperativa, es notable entonces, el alto nivel de confianza de la población en las instancias financieras solidarias; hay también un mercado del 53% aun no captado y que hay que trabajarlo para insertarlo en la nueva Cooperativa para los Cañarís.

3. ¿Qué Cooperativas de Ahorro y Crédito conoce usted?

Cuadro No 6: Pregunta 3

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
SumakYary	17	1
Wiñary	19	
América	15	
Biblia	57	1
Cañar	83	
Codefis	16	1
Pakarimuy	20	0
Sisay	15	0
Esencia Indígena	17	0
Jardín Azuayo	92	0
Atlántida	17	0
Inti	15	0
Otros	18	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

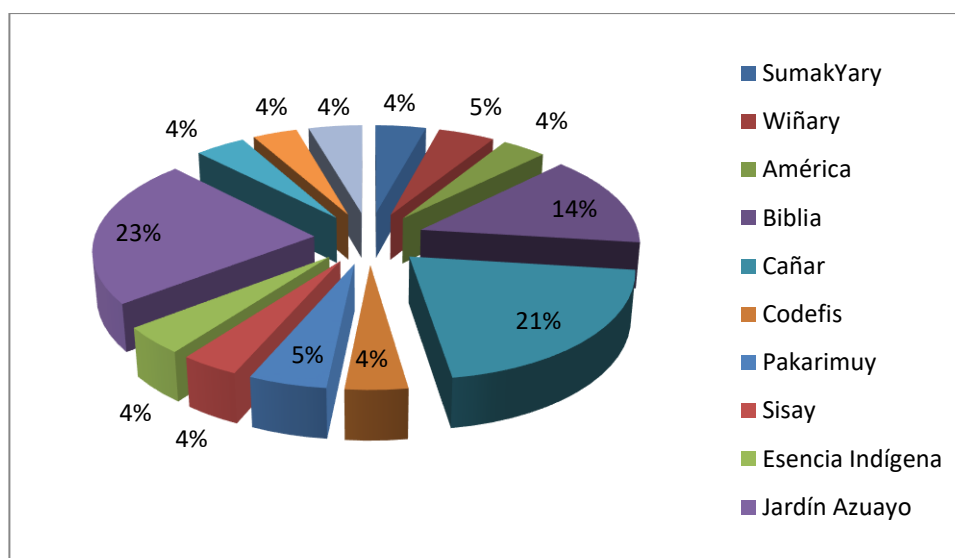


Figura No 3: Pregunta 3

Elaborado: El Autor

Análisis:

A través de un breve análisis, hemos dado cuenta que en el Cantón Cañar, Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, tiene una buena afluencia con 18% de aceptación, el 9% la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cañar Ltda., el 9% la Cooperativa de Ahorro y Crédito Biblián Ltda., el 8% la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Yary, el 8% la Cooperativa de Ahorro y Crédito Esencia Indígena, el 7% la Cooperativa de Ahorro y Crédito Wiñary, el 7% la Cooperativa de Ahorro y Crédito Inti, el 6% la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sisay, el 5% la Cooperativa de Ahorro y Crédito CODEFIS y otros el 7%, de admisión al público, en base a este estudio nos damos cuenta que existe un gran espacio en el mercado financiero para la apertura de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda.

4. ¿Ahorra usted actualmente?

Cuadro No 7: Pregunta 4

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Si	328	0
No	53	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

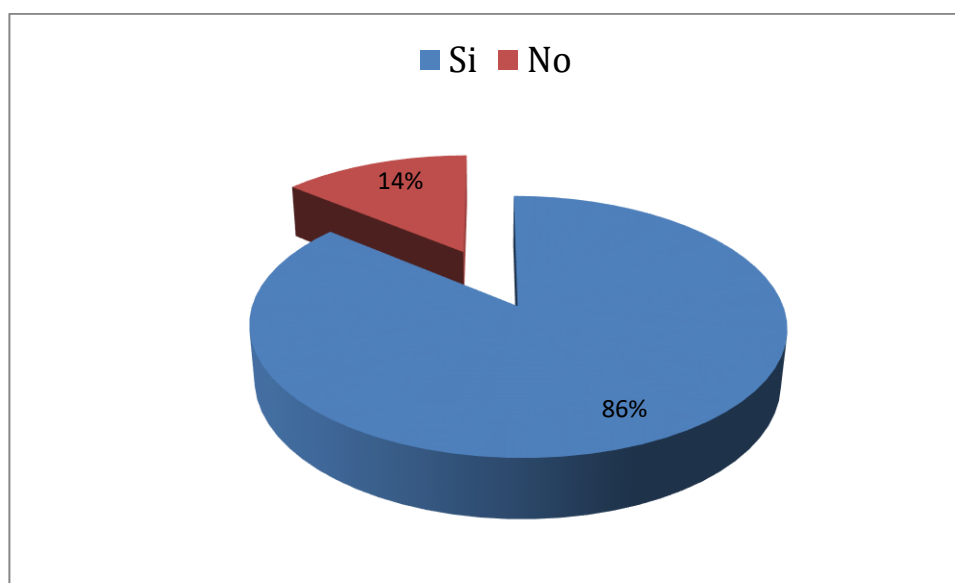


Figura No 4: Pregunta 4

Elaborado: El Autor

Análisis:

El 86% de los encuestados manifestaron que Si procuran guardar su dinero, aunque sea en mínimas cantidades con el fin de invertir, ya que de otra manera la estabilidad económica de este cantón no les permite y el 14% no tienen la cultura de ahorro.

5. ¿A qué actividad destina sus ahorros?

Cuadro No 8: Pregunta 5

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Microcrédito	147	0
Comercio	59	0
Artesanía	82	0
Consumo	98	0
TOTAL	384	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

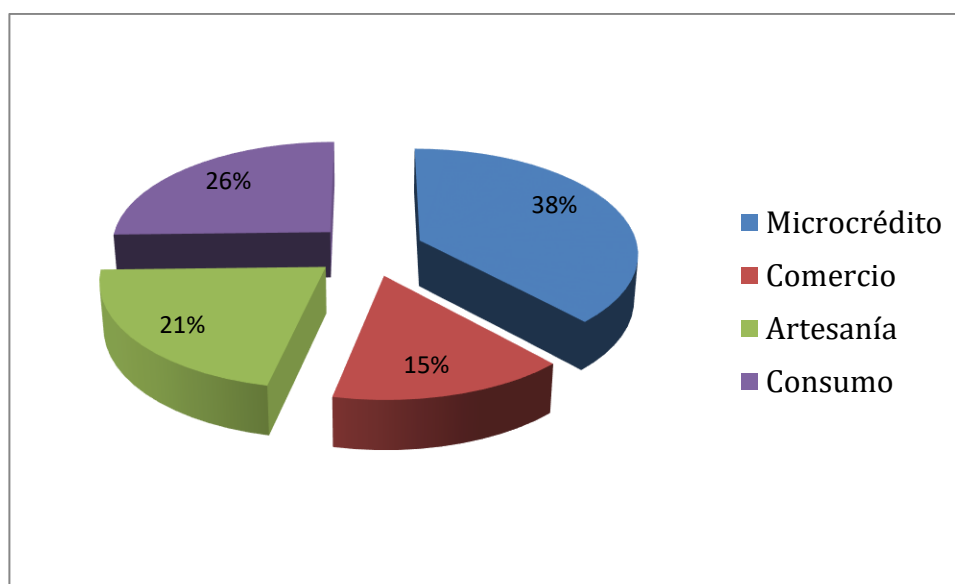


Figura No 5: Pregunta 5

Elaborado: El Autor

Análisis:

Como parte importante de esta información, tenemos que la mayor parte de las personas encuestadas correspondientes al 38% que van a invertir en Microempresas, 26% de los encuestados manifiestan que utilizarán sus ahorros en Comercio, el 21% en Artesanía y 15% en Consumo.

6. ¿Dispone de la cantidad de dinero suficiente para desarrollar su actividad?

Cuadro No 9: Pregunta 6

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Si	183	0
No	201	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

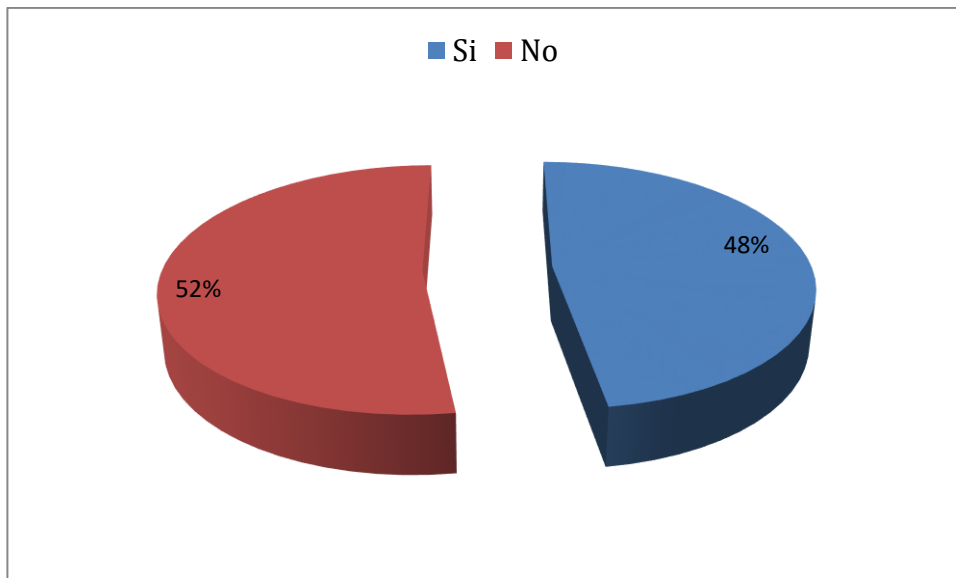


Figura No 6: Pregunta 6

Elaborado: El Autor

Análisis:

El 52% de los encuestados manifestaron que no dispones de dinero suficiente para desarrollar sus actividades económicas, mientras 48% dispones con dineros suficiente para desarrollar sus actividades económicas.

7. ¿Estaría dispuesto/a a realizar un crédito?

Cuadro No 10: Pregunta 7

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Si	312	0
No	72	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

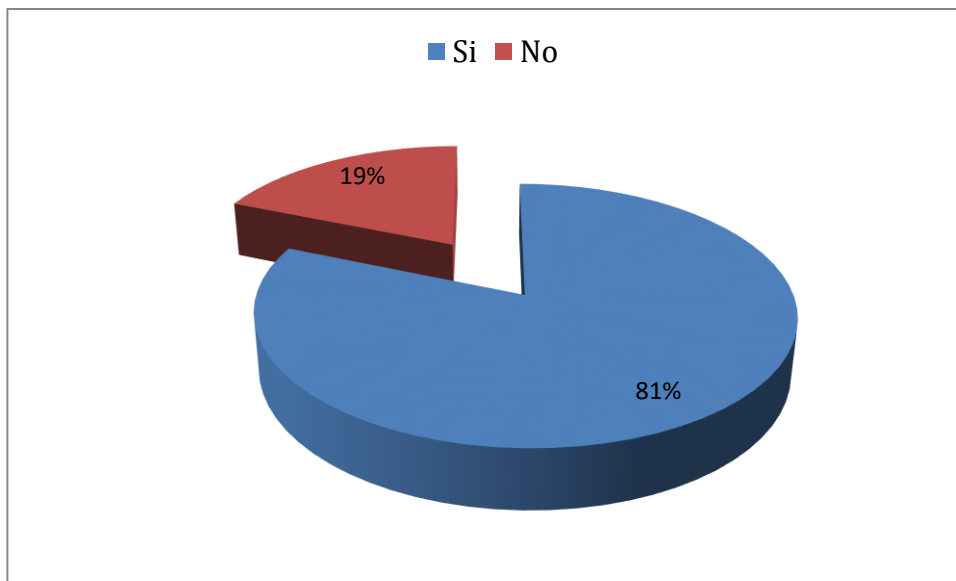


Figura No 7: Pregunta 7

Elaborado: El Autor

Análisis:

Como la información primordial representada en el gráfico se obtuvo que el 81% de los encuestados necesitan realizar créditos, mientras que el 19% no necesitan créditos por su estabilidad económica.

8. ¿En cuánto tiempo está pensando hacer usted un crédito?

Cuadro No 11: Pregunta 8

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Un mes	89	0
Dos meses	102	0
Seis meses	133	0
Nueve meses	29	0
Un año	23	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

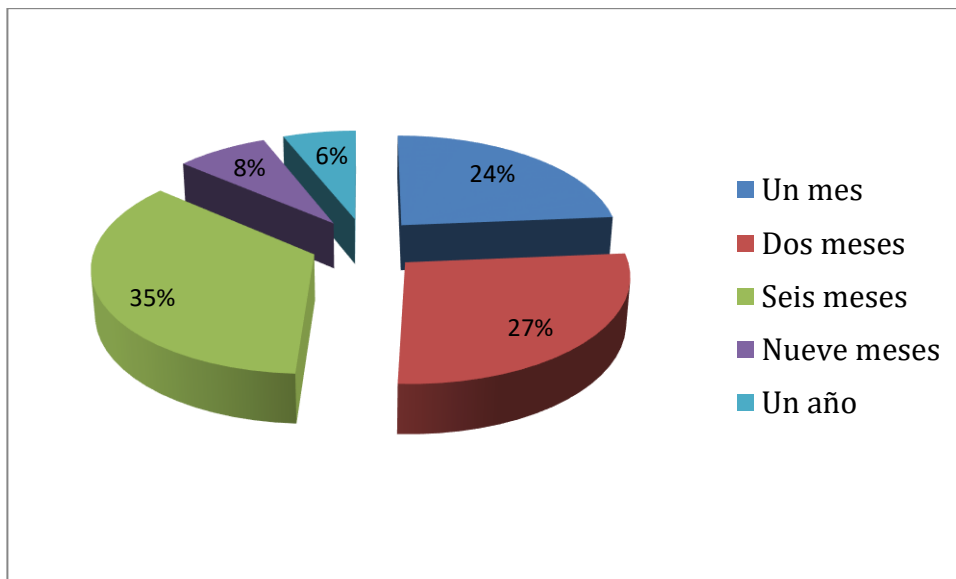


Figura No 8: Pregunta8

Elaborado: El Autor

Análisis:

El 35% de los encuestados en la investigación realizada manifiestan que necesitan créditos en seis meses, el 27% necesitan en dos meses, el 24% necesitan en un mes, el 8% necesitan en nueve meses y un mínima cantidad perteneciente a 6% necesitan en un año.

9. ¿A qué actividad destinaria su crédito?

Cuadro No 12: Pregunta 9

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Micro Empresa	147	0
Comercio	83	0
Artesanía	94	0
Consumo	33	0
Ninguno	27	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

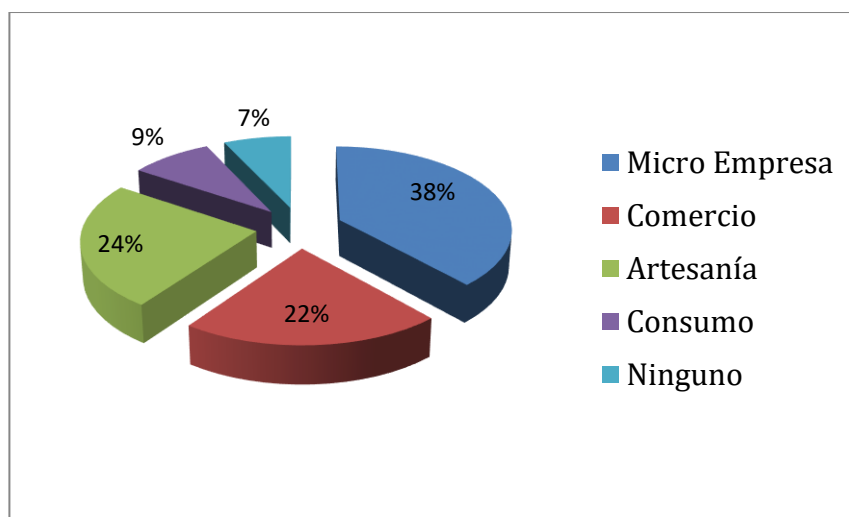


Figura No 9: Pregunta 9

Elaborado: El Autor

Análisis:

El 38 % destinarían sus créditos para invertir en Microempresas con el fin de fortalecer su desarrollo, 22% de los informales quieren invertir en comercio, el 24% destinarían su crédito para la artesanía, el 9% destinarían para el consumo y tan solo el 7% restante destinarían para otro fin desconocido; los resultados ratifican la laboriosidad de su gente por lo cual la mayor proporción de los créditos lo utilizarían para fortalecer el sistema productivo del cantón; y la nueva cooperativa está orientada para ese mismo fin.

10. ¿En caso de optar por un crédito cual sería la forma de pago que estaría dispuesto a asumir?

Cuadro No 13: Pregunta 10

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Diarios	35	0
Semanal	38	0
Quincenal	67	0
Mensual	196	0
Trimestral	22	0
Otros	17	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

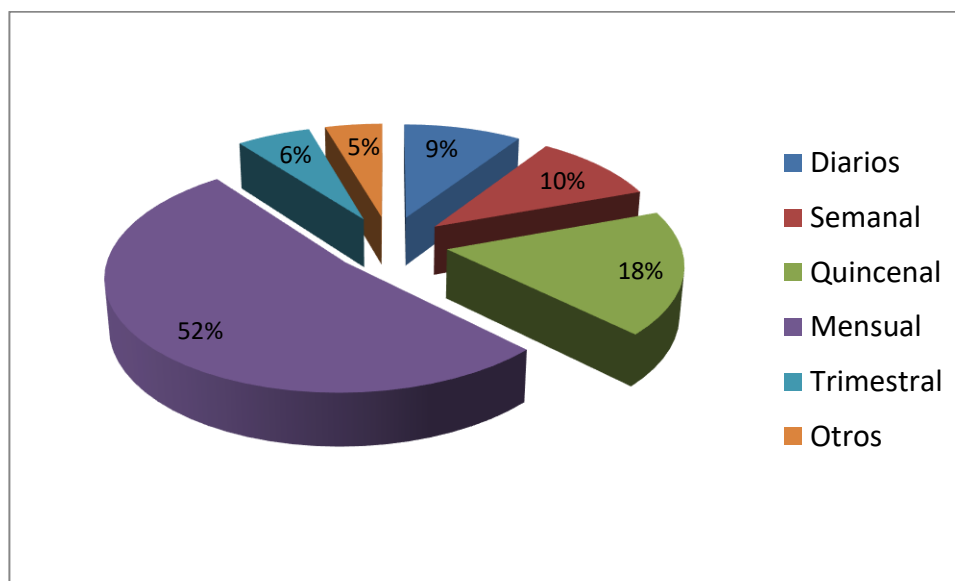


Figura No 10: Pregunta 10

Elaborado: El Autor

Análisis:

El 55% de los encuestados optan por pagos mensual del crédito, el 18% prefieren pagos quincenal, el 10% por pagos semanales, 6% optan por pagos trimestrales, 9% prefieren pagos diarios y el 5% otros.

11. ¿Qué cantidad de dinero requeriría solicitar usted?

Cuadro No 14: Pregunta 11

Opción de Respuestas	Respuesta Valida
500 Dólares	67
1.000 Dólares	65
1.500 Dólares	80
2000 Dólares	17
2.500 Dólares	24
3.000 Dólares	20
3.500 Dólares	16
4.000 Dólares	39
Otros	56

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

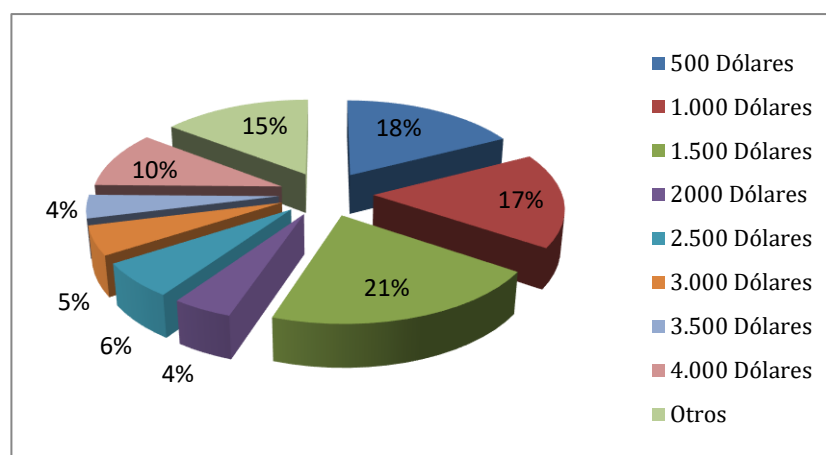


Figura No 11: Pregunta 11

Elaborado: El Autor

Análisis:

De las personas que decían necesitar de un crédito, el 21% menciona necesitar \$ 1500, el 17% requieren de \$1000, el 18% menciona \$500, el 10% requiere de \$4000, el 6% requieren \$2500, el 5% menciona necesitar \$3000, el 4% mencionan necesitar 2000, el 4% mencionan necesitar 3500 y el 8% otros; analizando esta información vemos que en un mayor porcentaje de los encuestados necesitan de \$1500 que es que se podría considerar como capital de trabajo necesario para que la cooperativa se desenvuelva normalmente y pueda atender esta necesidad.

12. ¿Invierte usted en una Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Cuadro No 15: Pregunta 12

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Si	84	0
No	294	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

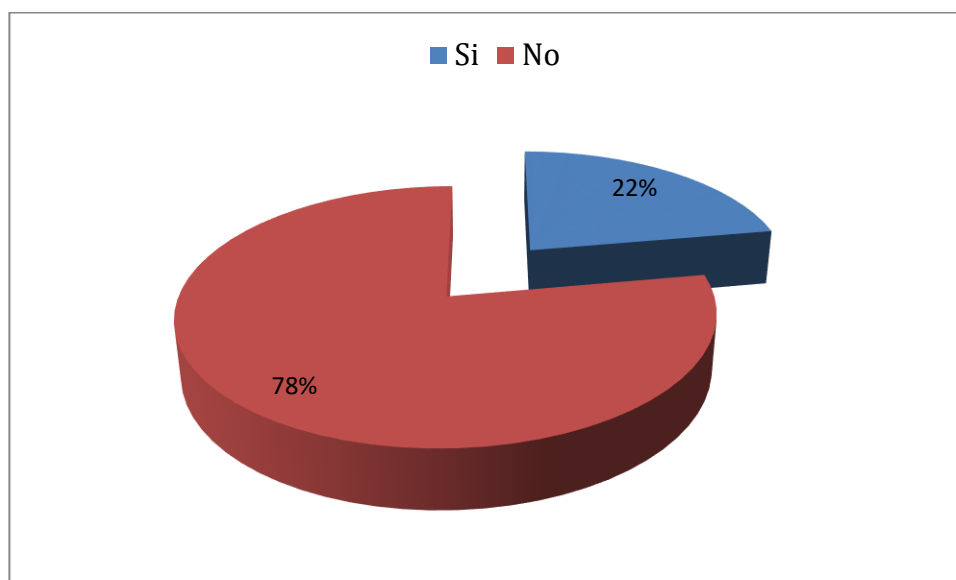


Figura No 12: Pregunta 12

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

El 78% de los encuestados manifiestan que no invierten en ninguna entidad financiera, mientras que el 22% invierten en las Cooperativa de Ahorro y Crédito.

13. ¿Indique la satisfacción que le brinda su actual cooperativa?

Cuadro No 16: Pregunta 13

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Completamente insatisfecho	101	0
Insatisfecho	166	0
Ni satisfecho ni insatisfecho	33	0
Satisfecho	25	0
Muy satisfecho	17	0
Ninguno	28	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

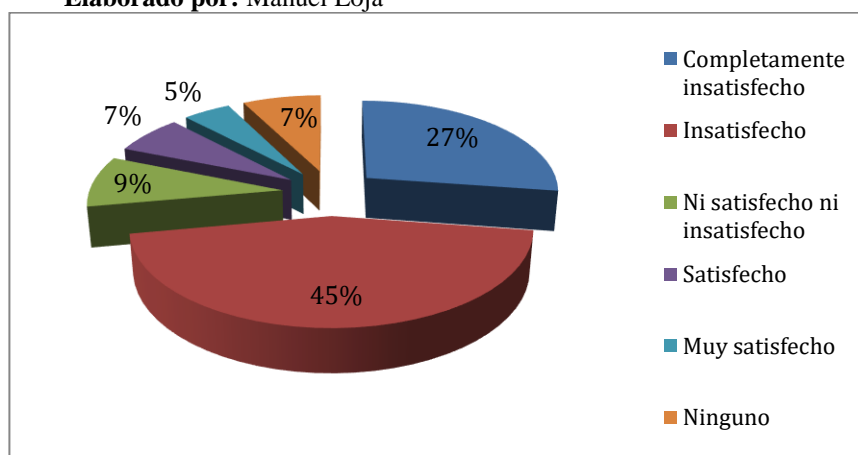


Figura No 13: Pregunta 13

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

La satisfacción de los clientes con respecto a los servicios que le proporcionan la cooperativa a la que pertenecen, indica que el 45% están completamente insatisfecho es decir no están de acuerdo con los servicios financieros de las Cooperativas, se suma a este detalle el 27% de la población están insatisfecho, el 9% está ni satisfecho ni insatisfecho, es decir no pueden cualificar claramente los servicios financieros de las Cooperativas, 7% que no responde y solo el 5% de los encuestados están muy satisfecho, 8% están satisfechos con los servicios que ofrecen las cooperativas con los que se determina que la mayor parte de encuestados están completamente insatisfecho y estos resultados generan un gran nicho de mercado a quienes se puede ofrecer servicios financieros especializados y personalizados de una cooperativa o su agencia.

14. ¿Cómo considera usted los requisitos necesarios al solicitar un crédito?

Cuadro No 17: Pregunta 14

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Muy exigentes	95	0
Normal	150	0
Deficiente	46	0
Otros	88	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

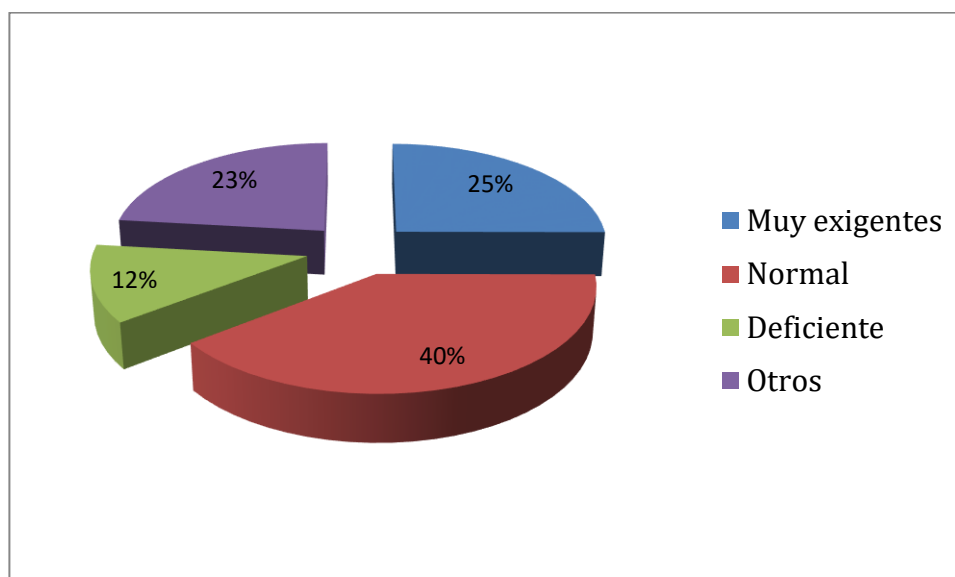


Figura No 14: Pregunta 14

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

El 40% de los encuestados manifiestan que los requisitos para adquirir un crédito son normales, el 25% dicen muy exigentes, el 12% manifiestan deficiente y 23% no responden.

15. ¿Ha pensado usted cambiarse a otra cooperativa de ahorro y crédito?

Cuadro No 18: Pregunta 15

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Si me cambiaría	148	0
Indeciso	122	0
Mantendré la actual cooperativa	28	0
Probablemente después.	34	0
Ninguno	46	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

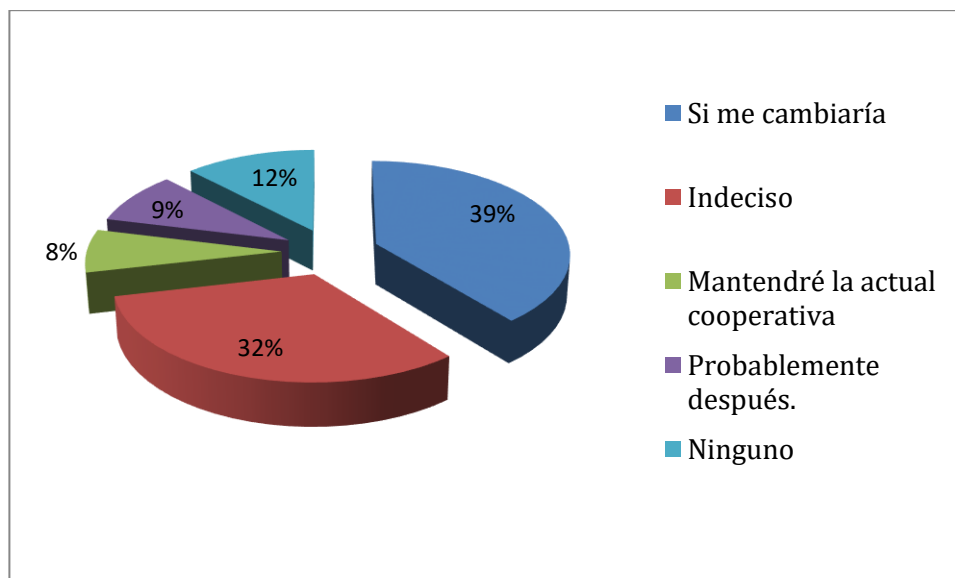


Figura No 15: Pregunta 15

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

El 39% de los encuestados manifiestan de cambiar sus actuales cooperativas, el 32% dicen estar indecisos en sus actuales instituciones financieras por lo que no saben si quedarse o no en su cooperativa, el 12% probablemente después y solo 9% son leales a su Cooperativa y 8% que no responden.

16. ¿Indique cuáles son las debilidades o problemas que usted ha notado en las Cooperativas de Ahorro y Crédito?

Cuadro No 19: Pregunta 16

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Servicio al cliente malo.	119	0
Dificultad de retiro	124	0
Pérdida de tiempo	53	0
Falta de personal capacitado	67	0
Ninguno	10	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

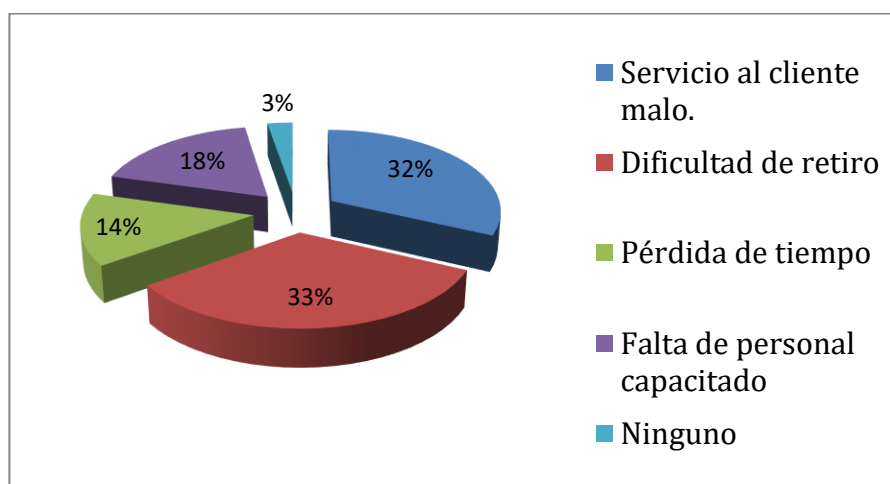


Figura No 16: Pregunta 16

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

El 33%, es decir la mayor parte de los encuestados manifiestan que tienen dificultades al momento de retirar su dinero de las Cooperativas, el 32% manifiestan que el servicio al cliente es malo, el 14% manifiestan que es pérdida de tiempo, 18% dicen falta de personal capacitado y estos resultados generan un gran oportunidad para la Cooperativa.

17. ¿Qué tipos de productos y servicios financieros requeriría usted, que ofrezca la nueva cooperativa de Ahorro y Crédito?

Cuadro No 20: Pregunta 17

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Ahorro a la vista	46	0
Ahorro ágil	42	0
Ahorro productivo	44	0
Ahorro meta (programado)	31	0
Capital emprendedor	83	0
Microcrédito	72	0
Microcrédito Crediágil	32	0
Otros	29	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

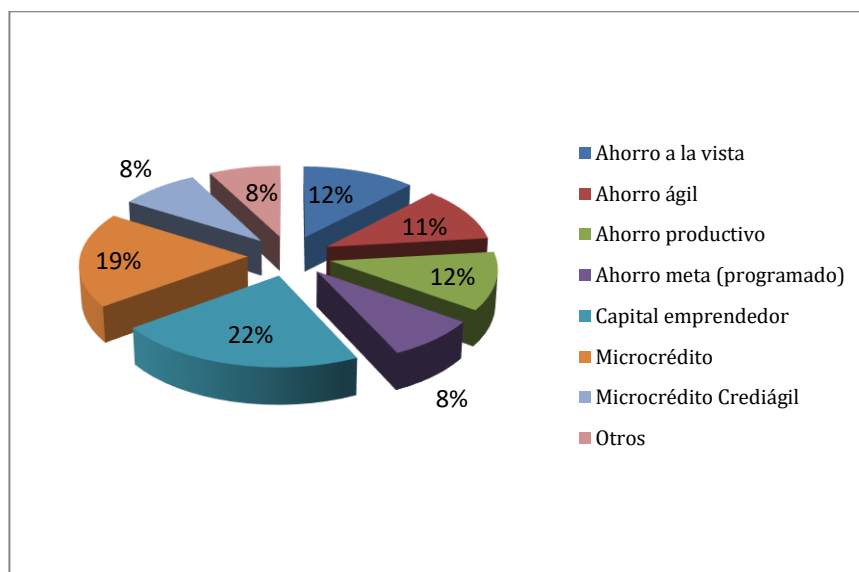


Figura No 17: Pregunta 17

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

Las principales opciones de los encuestados es que el 22% recomiendan Capital emprendedor, el 19% Microcrédito, el 12% Ahorro a la vista, el 11% Ahorro ágil, el 12% Ahorro productivo, el 8% Ahorro meta (programado), el 8% Microcrédito Crediágil y Otros el 8%, insertar con mayor facilidad las características propias de los servicios financieros.

18. ¿Qué servicios adicionales desearía que ofreciera la nueva cooperativa de ahorro y crédito?

Cuadro No 21: Pregunta 18

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Pago de servicios básicos	58	0
Pago de Bono de desarrollo humano	72	0
Aportes del IESS	30	0
Pago de impuestos del SRI	28	0
Pago Matriculación Vehicular	26	0
Pago de SOAT	18	0
Pago de TV Cable	26	0
Planes de recargas electrónicas (Movistar, Claro)	34	0
Transferencias de remesas internacionales	68	0
Otros	20	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

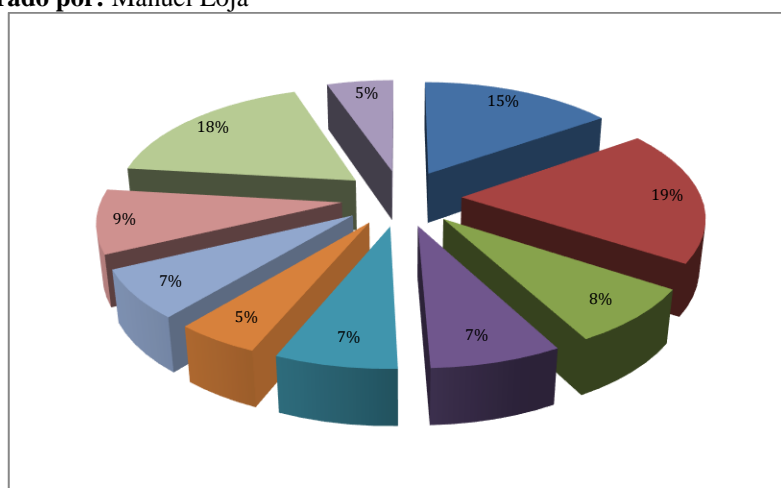


Figura No 18: Pregunta 18

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

El 19% desearía el pago de Bono de Desarrollo Humano, el 18% transferencias de remesas internacionales ya que existen muchos familiares que radican en otros países especialmente en los Estados Unidos, el 15% desearía el pago de servicios básico, el 9% desearía los Planes de recargas electrónicas, el 8% desearía pago de Matricula Vehicular, el 7% desearía el pago de Tv Cable, el 7% desearía el pago de Aporte al IES, el 7% desearía pago de SOAT, el 5% desearía pago de impuesto del SRI y otros servicios el 5%; la nueva cooperativa tiene que tomar estas sugerencias para armar su oferta de productos y servicios a ofrecer.

19. ¿Qué tipo de incentivos adicionales le gustaría recibir como socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Cuadro No 22: Pregunta 19

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
Sorteos de electrodomésticos	67	0
Atención médica	133	0
Atención odontológica	98	0
Viajes turísticos	64	0
Otros	20	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

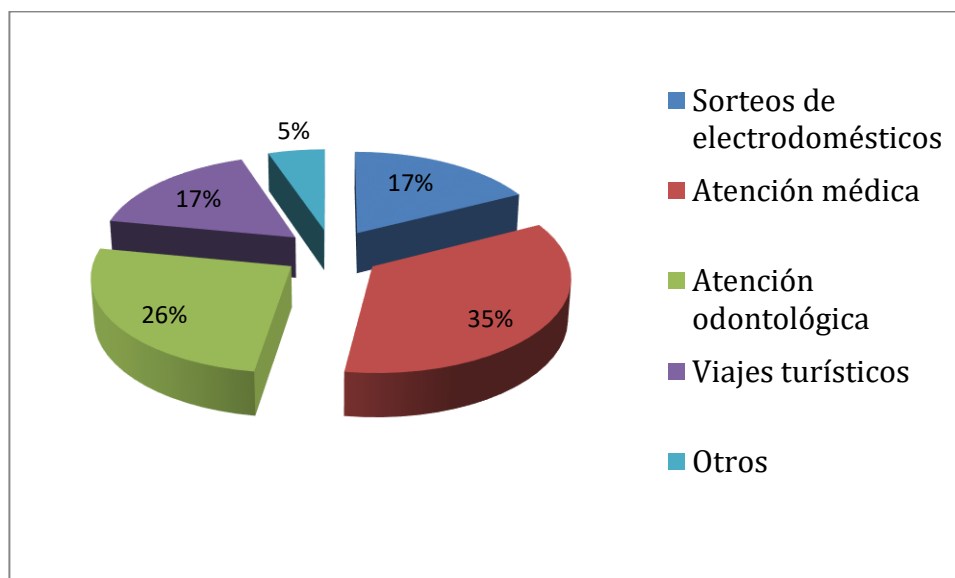


Figura No 19: Pregunta 19

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

El 35% de los encuestados desearían recibir atención médica para ellos y su familia, el bienestar familiar es lo que cuenta manifestaron; seguido del 26% que desearían un atención odontológica, sorteos de electrodomésticos el 17%, viajes turísticos el 17% y otros beneficios el 5%.

20. ¿Qué medio de comunicación prefiere para informarse?

Cuadro No 23: Pregunta 20

Opciones de Respuesta	Total Respuestas	
	Validas	No validas
RADIO		
Radio la voz de Ingapirca	178	0
Radio Roja Cañar	118	0
REDES SOCIALES	87	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

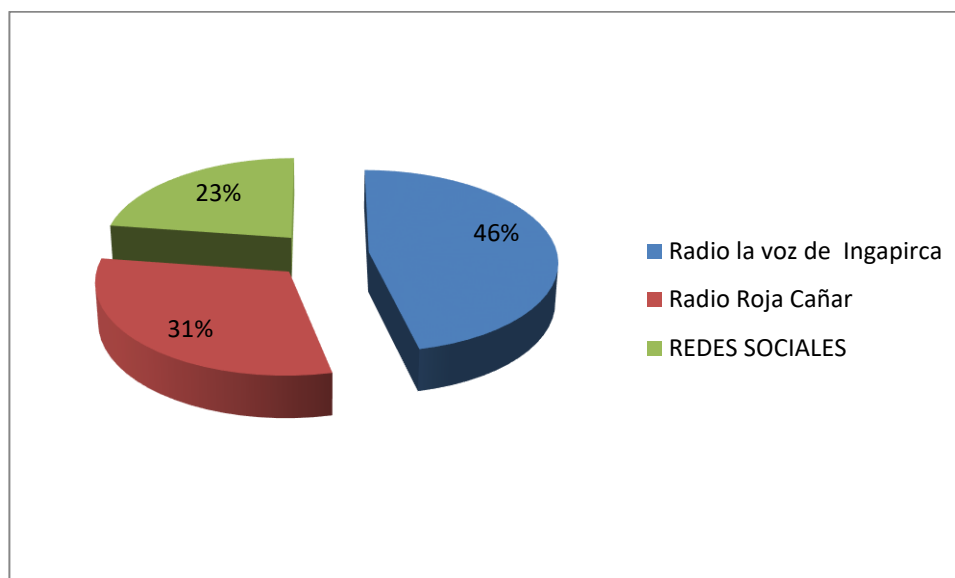


Figura No 20: Pregunta 20

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

El 46% de los encuestados manifiestan que tienen como principal medio de comunicación masiva la Radio la Voz de Ingapirca, mientras que el 31% prefieren la radio Roja de Cañar y el 23% Redes Sociales.

3.5. ANÁLISIS GENERAL

3.5.1. Frecuencia de Consumo.

3.5.1.1. Frecuencia de Consumo de Crédito

Cuadro No 24: Frecuencia de Créditos Promedio Ponderada

Detalle de pregunta	Instrucción de respuesta	Opc. de Respuesta	Respuesta Valida	Ponderación	
¿En cuánto tiempo está pensando hacer un crédito?	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.	Un mes	89	0,75	27
		Dos meses	102	0,98	47
		Seis meses	133	0,5	33,5
		Nueve meses	29	0,45	7,65
		Un año	23	0,1	0,8
		Total	384		115,99
		Promedio ponderado		0,66	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

De acuerdo a la pregunta, se obtuvieron 384 respuestas validas mediante el uso de la ponderación de cada una de las opciones de respuesta nos da como resultado un promedio ponderado de créditos mensuales equivalente a 0,66 lo que significa que existe la posibilidad de que una persona realice un crédito en un número equivalente a 0.66 mensual.

3.5.2. Monto Promedio Ponderado

Cuadro No 25: Monto de Crédito

Detalle de Pregunta	Instrucción de respuesta	Opc. de Respuesta	Cod.	Resp. Val	Monto
¿Qué cantidad de dinero requeriría solicitar usted?	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.	500	10.1	67	5000
		1000	10.2	65	16000
		1500	10.3	80	16500
		2000	10.4	17	20000
		2500	10.5	24	30000
		3000	10.6	20	30000
		3500	10.7	16	38500
		4000	10.8	39	148000
		Otros	10.9	56	0.0
		Total			384
Promedio Ponderado				1.737,14	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

Desacuerdo a la pregunta sobre el monto del crédito de 384 encuestadas realizadas sobre el monto promedio a otorgarse son igual a \$ 1.737,14.

3.5.3. Índice de Competitividad

Cuadro No 26: Competencia de la Cooperativa

Segunda Mención			
Jardín Azuayo	156	41%	100%
Cañar Ltda.	83	21%	
Biblián	72	19%	
Esencia Indígena	73	19%	
TOTAL	384	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

Al realizar el análisis de la pregunta direccionada a saber cuál es nuestra competencia y cuál es el lugar de posicionamiento que ocupa llegamos a saber que la competencia más

fuerte es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, ocupando el primer lugar con 41%, en la segunda mención existiendo otra Cooperativa de Ahorro y Crédito Cañar Ltda., con un 21%, en el tercer lugar la Cooperativa de Ahorro y Crédito Biblian con un 19% y también la Cooperativa de Ahorro y Crédito Esencia Indígena con un 19%.

Por esta razón nosotros trataremos de quitar mercado a las Cooperativas de Ahorro y Crédito más débiles, ya que podemos competir con dichas Cooperativas, y una vez que a medida que vamos creciendo tendremos que quitar mercado y competir con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, que es el mejor posicionado en el mercado.

Cuadro No 27: Preferencias

Detalle de la pregunta	Instrucción de la respuesta	Opciones de respuestas	Cód.	%
¿Qué servicios adicionales desearía que ofreciera la nueva cooperativa de ahorro y crédito?	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.	Pago de servicios básicos	18.1	13%
		Bono de desarrollo humano	18.2	16%
		Aportes del IESS	18.3	8%
		Pago de impuestos del SRI	18.4	7%
		Pago Matriculación Vehicular	18.5	9%
		Pago de SOAT	18.6	7%
		Pago de TV Cable	18.7	9%
		Planes de recargas electrónicas (Movistar, Claro)	18.8	10%
		Transferencias de remesas internacionales	18.9	15%
		Otros	18.10	6%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Cuadro No 28: Características de los Servicios

Detalles	Porcentaje (%)
Pago de servicios básicos	13%
Bono de desarrollo humano	16%
Aportes del IESS	8%
Pago de impuestos del SRI	7%
Pago Matriculación Vehicular	9%
Pago de SOAT	7%
Pago de TV Cable	9%
Planes de recargas electrónicas (Movistar, Claro)	10%
Transferencias de remesas internacionales	15%
Otros	6%

Fuente: COAC CACHA

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo conocer la necesidad de los socios de algunos servicios, en los cuales indica que su mayor necesidad es, Pago de Bono de desarrollo Humano con un 16%, siendo el mayor porcentaje de aceptación, seguido de un Transferencias de remesas internacionales con el 15%, el 13% Pago de servicios básicos, por lo que debemos satisfacer estas necesidades de los socios de manera que podamos captar mercado y socios seguros

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. TÍTULO

“Plan de Negocios para la apertura de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en el Cantón Cañar, Provincia de Cañar, periodo 2014-2018.”

4.2. OBJETIVO

Identificar la viabilidad y rentabilidad de apertura una Agencia de la Cooperativa de Ahorro Y Crédito Cacha Ltda., en la Ciudad de Cañar.

4.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.3.1. Estructura Administrativa de la Cooperativa Cacha Ltda.

4.3.1.1. Misión

Somos una cooperativa de Ahorro y Crédito que brinda los servicios y productos financieros en el sector de la economía popular y solidaria a nivel nacional empleando un sistema de gestión de calidad y transparencia a través del personal idóneo y comprometido logrando la permanencia en el mercado para mejorar las condiciones y calidad de vida de sus cooperados.

4.3.1.2. Visión

Ser líderes en el sistema cooperativo del Ecuador, satisfaciendo las expectativas de los socios internos y externos, contribuyendo al bienestar del país.

4.3.1.3. Objetivo

Crecer con la mejor calidad en la prestación de servicios de servicios y productos al asociado, retribuyendo sus esfuerzos con beneficios a fin de que tenga la más grata satisfacción de ser partícipe de este importante trabajo y principio de la Cooperativa.

4.3.1.4. Valores

Para la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACHA Ltda., es la herramienta de liderazgo estratégico, que se basa en los valores corporativos, como las pautas mediante las cuales nuestra Organización exhorta a sus socios a tener comportamientos consistentes con su sentido de existencia (orden, seguridad, equidad y desarrollo). Conozca los propósitos a los cuales la Cooperativa y sus miembros dedican toda su energía.

- **Compromiso:** Nuestro compromiso es transformar una promesa en realidad, con valentía de nuestras intenciones, forjando el carácter emprendedor para poder cambiar las cosas y triunfar a diario la integridad.
- **Actitud:** Con nuestra cálida y confortable comportamiento en todos los procesos, promovemos a ser mejores día a día.
- **Constancia:** Con nuestro esfuerzo continuado y en equipo lograremos que la gran ilusión, sueños y esperanzas de un nuevo proyecto de mejorar la calidad de vida.
- **Honestidad:** Actuaremos siempre con base en la verdad, expresado a través de la realización de trabajo diario, que se realiza con absoluta claridad para ayudar al crecimiento de quienes lo reciben y también de quienes lo generan.
- **Transparencia:** En el desempeño institucional y con nuestro recurso Humanos, materiales y económicos.
- **Confianza:** A través del tiempo con servicios ágiles y oportunos para ser actores del progreso y desarrollo de la entidad.

4.3.1.5. Productos Financieros

Productos que ofertan:

Los servicios financieros alternativos que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., Ofrece a sus socios son los que a continuación detallamos:

- Depósitos a Plazo Fijo
- Ahorro a la Vista
- Ahorro Ágil
- Ahorro Productivo
- Ahorro Meta (Programado)

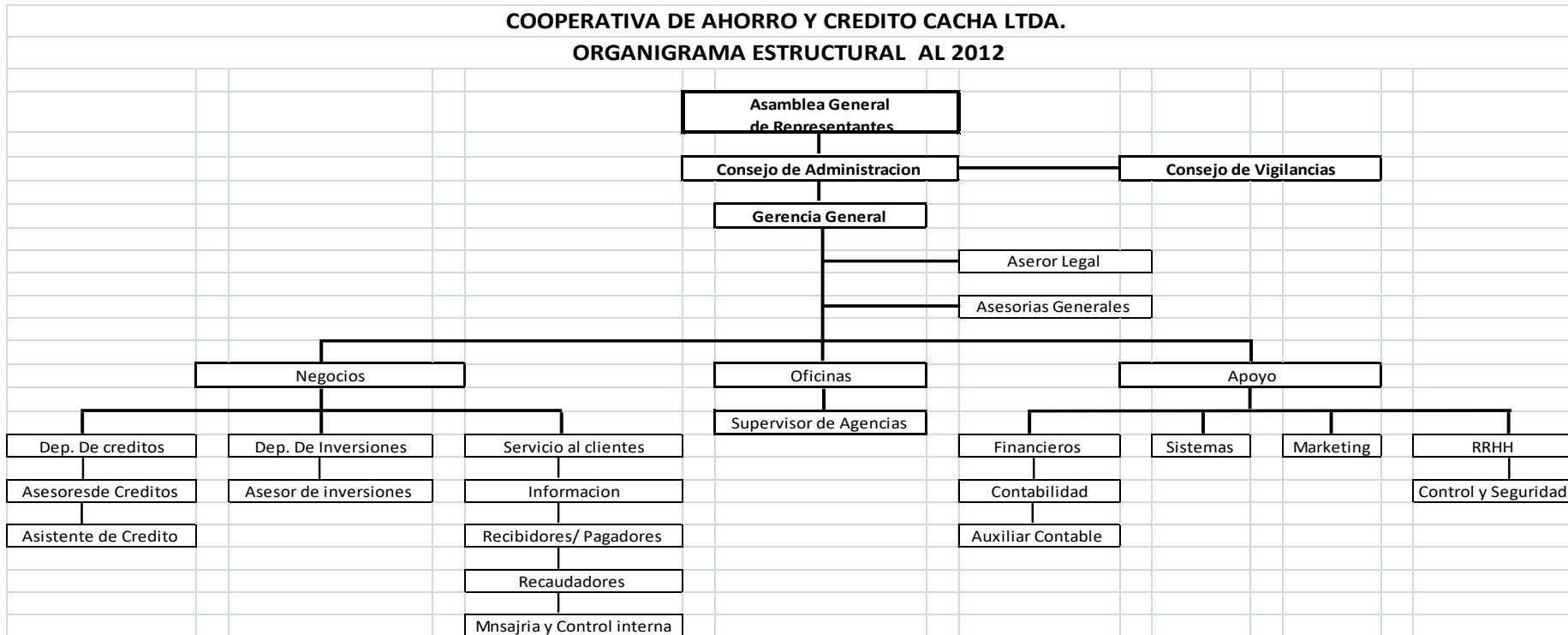
Créditos.

- Emergente
- Ordinario
- Crediagil
- Capital emprendedor
- Microcrédito
- Prendario
- Hipotecario

4.3.1.6. Organigrama Estructural (Actual)

Cacha La máxima dirección en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda. Son los Socios a través de la Asamblea General que se reúne de forma semestral, en la cual se informan todos los aspectos relevantes a la parte financiera, a continuación se expone el organigrama de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda.

Figura No 21: Organigrama Estructural



Fuente: COAC CACHA LTDA

Elaborado por: Manuel Lo

4.3.2. Estudio de Mercado

4.3.2.1. Comportamiento histórico de la demanda

Para estimar el comportamiento histórico de la demanda en el cantón Cañar, se partirá de la premisa de que “no toda la población del país está vinculada con instituciones financieras, sean estas controladas por la Superintendencia de bancos y Seguros o sean cooperativas de ahorro y crédito controladas por el MIES.”

Cuadro No 29: Comportamiento Histórico de la demanda del Cantón Cañar

Años	Personas	Demanda	Porcentaje
2009	53105	4.897	32%
2010	54643	5.039	35%
2011	56181	5.181	37%
2012	57720	5.322	39%
2013	59296	5.468	40%

Fuente: Superintendencia de Bancos Y Seguros

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.2.2. Demanda actual de los Productos y Servicios Financieros

(Javier, 2013) Se puede decir que la demanda actual de productos y servicios financieros con respecto a las COAC's, en el Ecuador, sigue creciendo.

Al analizar la bancarización por regiones, Guerrero coincide en que existe un alto índice de oficinas en Pichincha, Guayas y Azuay. La especialista agrega que se presentan índices bajos en la mayoría de las provincias del Oriente. “Esto implica que el volumen potencial de transacciones, ya sea por las características socio económicas de la población o por el bajo nivel de la actividad económica, no cubre los costos de una red más amplia de puntos de distribución”.

En el sector de micro finanzas también hay puntos de más desarrollo. En la Red Financiera Rural, que agrupa a 43 entidades, la mayor demanda de crédito y servicios viene de las provincias con más cantidad de microempresarios: Guayas, Pichincha, Azuay, Manabí, Chimborazo y Tungurahua.

Robalino señala que para ganar más clientes, todos los bancos, en cualquier país, crean servicios con diferenciaciones para obtener más clientes, ganar mercado, bancarizar a más población y hacer más negocios, “porque ese es el fin”.

De su parte, Javier Vaca, de la Red Financiera Rural, señala que por lo menos en los últimos cinco años es más notorio cómo compiten los bancos y las cooperativas. “Fruto del crecimiento, las cooperativas pautan en radio, en televisión o en vallas publicitarias, son auspiciantes de equipos de fútbol, de eventos...”. Según Vaca hoy en día ocurre un fenómeno: las cooperativas llegan al terreno de la banca y viceversa.

Específicamente en el caso del cantón Cañar, es necesario agregar que en el último año, varias micro y pequeñas empresas dedicadas a la producción artesanal, agricultura, comercio, turismo, y entre otras han requerido de servicios de ahorro y especialmente de crédito, para fortalecerse y desarrollarse por lo que es necesario la creación de una cooperativa en Cañar, para contribuir a eso requerimiento de los habitantes.

4.3.2.3. Proyección de la demanda

Con el objetivo de determinar el patrón de comportamiento que posibilite la proyección futura de los potenciales usuarios de productos y servicios financieros, se aplicó el método de regresión simple, el cual le permite elaborar un modelo de pronóstico basado en variables “índice de bancarización”.

Cuadro No 30: Proyección de la Demanda

Años	Personas	T.C.P %	% P.E.A.	Personas	% P.E.A	Personas P.E.A	% de Demanda	Demanda
				P.E.A	> 20 Años	> 20 Años		Proyectada
2015	60778	0.094	0,4096	24895	0,268	6.672	0,84	5.604
2016	62297	0,094	0,4096	25517	0,268	6.839	0,84	5.744
2017	63854	0,094	0,4096	26155	0,268	7.009	0,84	5.888
2018	65450	0,094	0,4096	26808	0,268	7.185	0,84	6.035
2019	66950	0,094	0,4096	27423	0,268	7350	0,84	6173

Fuente: INEC

Elaborado por: Manuel Loja

En el cuadro anterior podemos observar la proyección de la demanda para los próximos 5 años del cantón Cañar, para su cálculo tomamos en cuenta el porcentaje anual de crecimiento poblacional establecido por el INEC (0,094), además de ello también utilizamos los porcentajes promedios (0,4096) y (0,2680), Población Económicamente Activa (PEA) y Población Económicamente Activa (PEA) mayor a 20 Años dando como resultado una totalidad de 24.895 y 6.672 personas respectivamente, finalmente utilizamos (0,84) porcentaje.

4.3.2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la ciudad de Cañar el sistema cooperativo se encuentra integrado por 19 cooperativas como se puede visualizar en el siguiente cuadro: de las cuales tan solo dos de ellas se encuentran reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, la cooperativa de ahorro y crédito jardín azuayo y la cooperativa de ahorro y crédito Cañar Ltda.

Cuadro No 31: Distribución de COAC's y sus Oficinas Operativas en la Ciudad de Cañar

No.	IFIS	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
1	COAC FUERZA DE LOS ANDES	Cañar	3 de Noviembre y Bolívar
2	COAC CAÑAR LTDA.	Cañar	Nela Martínez 24 de Mayo
3	COAC JARDÍN AZUAYO	Cañar	Colon y Av. San Antonio
4	COAC CAÑAR KULLKIWASI	Cañar	Guayaquil y Javiera Nieto
5	COACSUMAKYARY	Cañar	Parque Central
6	COAC SOL DE LOS ANDES	Cañar	Guayaquil y Javiera Nieto
7	COACOPAC AUSTRO	Cañar	Av. 24 de Mayo
8	COACPAKARIMUY	Cañar	Guayaquil y Sucre
9	COACCOOPERCO	Cañar	Guayaquil y Abdón Calderón
10	COAC SALASACA	Cañar	Nela Martínez y Bolívar
11	COACALLYKAWSAY	Cañar	Parque Central
12	COACBIBLIÁNLTDA.	Cañar	Av. San Antonio
13	COAC SISAYKAÑARI	Cañar	Andrés F Córdova y Av. San Antonio
14	COAC MUSHUCYUYAY	Cañar	Comunidad de San Rafael
15	COACEFCA LTDA.	Cañar	Javiera Nieto y 24 de Mayo
16	COACACHIK INTI	Cañar	Guayaquil y Sucre
17	COACCODIFIS	Cañar	Parque Central
18	COAC EL MIGRANTE	Cañar	Panamericana y 9 de Octubre
19	COACCACPECO	Cañar	Av. 24 de mayo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Manuel Loja

Además existen entidades bancarias como:

Cuadro No 32: Distribución de bancos en la ciudad de Cañar y sus Oficinas Operativas

No.	BANCOS	CIUDAD	DIRECCIÓN
1	BANCO DE FOMENTO	Cañar	Javiera Nieto y Guayaquil
2	BANCO DE PICHINCHA	Cañar	Parque Central
3	BANCO BOLIVARIANO	Cañar	Av. 24 de Mayo
4	BANCO DE GUAYAQUIL	Cañar	Parque Central
5	BANCO DEL AUSTRO	Cañar	Parque Central

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Manuel Loja

Tanto en el CUADRO No. 31 y CUADRO No.32 podemos observar la ubicación de las oficinas principales de las diferentes Cooperativas de Ahorro y Crédito y Bancos existentes en el cantón Cañar que ofertan un servicio financiero.

4.3.2.5. Proyección de la Oferta

Cuadro No 33: Proyección de la Oferta en el Cantón cañar

Años	Total	% de	Proyección de la
		Oferta (Encuesta)	Oferta
2015	5.604	0,47	2.522
2016	5.744	0,47	2.585
2017	5.888	0,47	2.650
2018	6.035	0,47	2.716
2019	6173,2	0,47	2.778

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Manuel Loja

Como podemos observar en la siguiente tabla la oferta proyectada para los próximos 5 años, no cubre la demanda real, la cual nos indica que la existencia de una demanda insatisfecha, según la investigación de campo realizada el 47% de la Población Económicamente Activa (PEA) actualmente son socios y/o clientes de las instituciones financieras del cantón.

Cuadro No 34: Proyección de la demanda insatisfecha del Cantón Cañar

Años	Total	% de Demanda (Encuesta)	Proyección de la Demanda Insatisfecha
2015	5.604	0,53	3.082
2016	5.744	0,53	3.159
2017	5.888	0,53	3.238
2018	6.035	0,53	3.319
2019	6.173	0,53	3.395

Fuente: INEC

Elaborado por: Manuel Loja

En el CUADRO No. 34 Podemos observar la proyección de la demanda insatisfecha y el cálculo realizado para la obtención de la misma hasta el año 2019.

4.3.2.6. Análisis de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se tomó en cuenta los resultados del CUADRO No 5 y los cuales se los pueden observar en el GRÁFICO No.2, a partir de este resultado que manifiesta que el 53% de la población encuestada del cantón Cañar, no posee una cuenta en ninguna institución financiera sea esta un Banco, Cooperativa o Mutualista y entre otros. Se determinó a este porcentaje que es la mayoría de la población como nuestra demanda insatisfecha o el mercado meta al que se pretende llegar pues es un porcentaje muy importante, a más de ello hemos puesto mucho énfasis en el CUADRO No 28. PROYECCIÓN DE LA OFERTA y se puede observar claramente la oferta actual no cubre la demanda actual, además en el GRAFICO No.2 nos indica que tan solo el 47% de las personas poseen una cuenta en una institución financiera (IFIS).

Cuadro No 35: Cuadro comparativo de COAC CHACA Ltda., frente a la competencia Directa.

COAC CHACA LTDA					COAC JARDÍN AZUAYO				COAC CAÑARLTDA.				MÁXIMA B.C.E
PROD Y SERV.	TIEMP.	CAPITAL	GARANT.	TASA	TIEP.	CAPITAL	GARANT.	TASA	TIEP.	CAPITAL	GARANTIA	TASA	TASA
Cuenta de Ahorro	Inmed.	25 USD	-	4% Anual	Inmed.	5 USD	-	1,5 a 3% Anual	Inmed.	30 USD	-	2% Anaul	1,41% Anual
Encaje	Max. 4 días	Relación 20 a 1	-		Max. 8 días	Relación 10 a 1			Max. 8 días	Relación 15 a 1			
D.P.F	Min. 30 días	Min. 200 USD	-	6 a 11% Anual	Min. 30 días	Min. 600 USD	-	6 a 9,38 % Anual	Min. 30 días	Min. 500 USD	-	5,50 a 8,60 % Anual	3,89 a 5,35%
Micro.	1 a 5 años	Menor o igual a 500 USD hasta 12.000 USD	Pers. hasta 10.000USD Hip. desde los 15.000 USD	16% Anual	6 a 18 meses	Desde 500 a 3000 USD	Pers. hasta 6.999 USD Hipo. desde los 7.000 USD	12,77 a 15% Anual	1 a 5 años	Menor o igual 300 hasta 10.000 USD	Pers. hasta 4.999 USD Hip.desde los 5.000 USD	19% Anual	30,50% Anual

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Manuel Loja

Como se puede observar el CUADRO No. 35 la Cooperativa de Ahorro y Crédito CHACA LTDA., posee algunas ventajas competitivas frente a sus competidores directos, (COAC JARDÍN AZUAYO Y COAC CAÑARLTDA) considerados así porque estas cooperativas están controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Las mejores ventajas frente a ellos se tiene en lo referente a colocaciones, la Cooperativa de Ahorro y Crédito CHACA LTDA tiene la capacidad de financiar hasta un 7% más que la COAC JARDÍN AZUAYO, y 2% más que la COAC CAÑARLTDA., a más de ello en relación a las tasas pasivas de las cuentas de ahorro pagamos hasta un 25% y 50% más que COAC JARDÍN AZUAYO y COAC CAÑARLTDA. Respectivamente, y finalmente en lo que respecta a Depósitos a Plazo Fijo (DPF) ofrecemos 2% más que la COAC JARDÍN AZUAYO y 2.4% más que la COAC CAÑARLTDA.

Cuadro No 36: Cuadro comparativo de COAC CHACA Ltda., frente a la competencia Indirecta.

CHACA LTDA					COMPETENCIA				MÁXIMA B.C.E
PRODUCTOS Y SERVICIOS	TIEMPO	CAPITAL	GARANTÍAS	TASA	TIEMPO	CAPITAL	GARANTÍAS	TASA	
Cuentas de ahorro	Inmediato	25 USD	-	4% Anual	Inmediato	30 USD	-	3% Anual	1,41% Anual
Encaje	Max. 4 días	Relación 20 a 1	-		-	Relación 15 a 1	-	-	
D.P.F	Min. 30 días	Min. 200 USD	-	6 a 10% Anual	Min. 30 días	Min. 350 USD	-	5,40 a 7,85 % Anual	3,89 a 5,35% Anual
Microcrédito	1 a 5 años	Menor o igual a 500 USD hasta a 12.000 USD	Personales hasta 10.000 USD	16% Anual	1 a 4 años	Menor igual a 300 hasta 13.000 USD	Personales hasta 3999 USD	22% Anual	30,50% Anual
			Hipotecario desde los 15.000 USD				Hipotecario desde los 4.000 USD		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Manuel Loja

Según CUADRO No.36 posee mecanismos muy parecidas a grandes entidades financieras como son los bancos, aunque estas sean competidores indirectos cumplen una función importante dentro del estudio porque son los únicos entes aparte de Cacha Ltda., que pueden ofrecer una seguridad y sostenibilidad económica a la sociedad por sus años en el mercado financiero.

4.3.2.7. Análisis de precios

Como lo hemos observado en el CUADRO No. 31 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., posee las siguientes ventajas frente a la competencia.

- **Tasa de Interés.-** Le ofrecemos la tasa de interés más alta del mercado
- **Liquidez.-** Facilitamos Montos superiores a la de la competencia, gracias a la solvencia económica de la cooperativa y con la cual mitigamos el sobreendeudamiento.
- **Plazo.-** Nos adecuamos a sus posibilidades y formas de pago teniendo un tiempo cúspide de 60 meses siendo la un plazo mucho mayor a la de la competencia directa.
- **Garantías.-** Las gratinas hipotecarias son las mejores del mercado, puesto que el monto mínimo hipotecario es mucho mayor q la de la nuestros competidores directos.
- **Encaje.-**Comprometidos con el fortalecimiento de la cultura de ahorro la relación le ofrecemos la mejor tasa del mercado y una relación de 20 a 1 del monto de crédito solicitado.
- **Seguridad.-**La cooperativa de ahorro y crédito es regulada por la Superintendencia de Bancos y Seguros(SBS), la cual nos brinda una seguridad absoluta e inquebrantable frente a la competencia indirecta (cooperativas de ahorro y crédito reguladas por el MIES)

Finalmente podemos concluir que poseemos una tecnología crediticia óptima porque el margen de morosidad es muy sano en relación con la competencia

4.3.3. GESTIÓN DE PROCESOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

La Gestión del proceso del plan de negocios es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente, independientemente de la magnitud del negocio.

Es una forma de pensar sobre el futuro del negocio, a donde ir; cómo ir rápidamente, o qué hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos. Es aquel que define y enfoca su objetivo haciendo uso de información y análisis adecuados.

Tiene un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen las acciones futuras que deberán ejecutarse, tanto por el empresario como por sus colaboradores, para, utilizando los recursos de que dispone la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro.

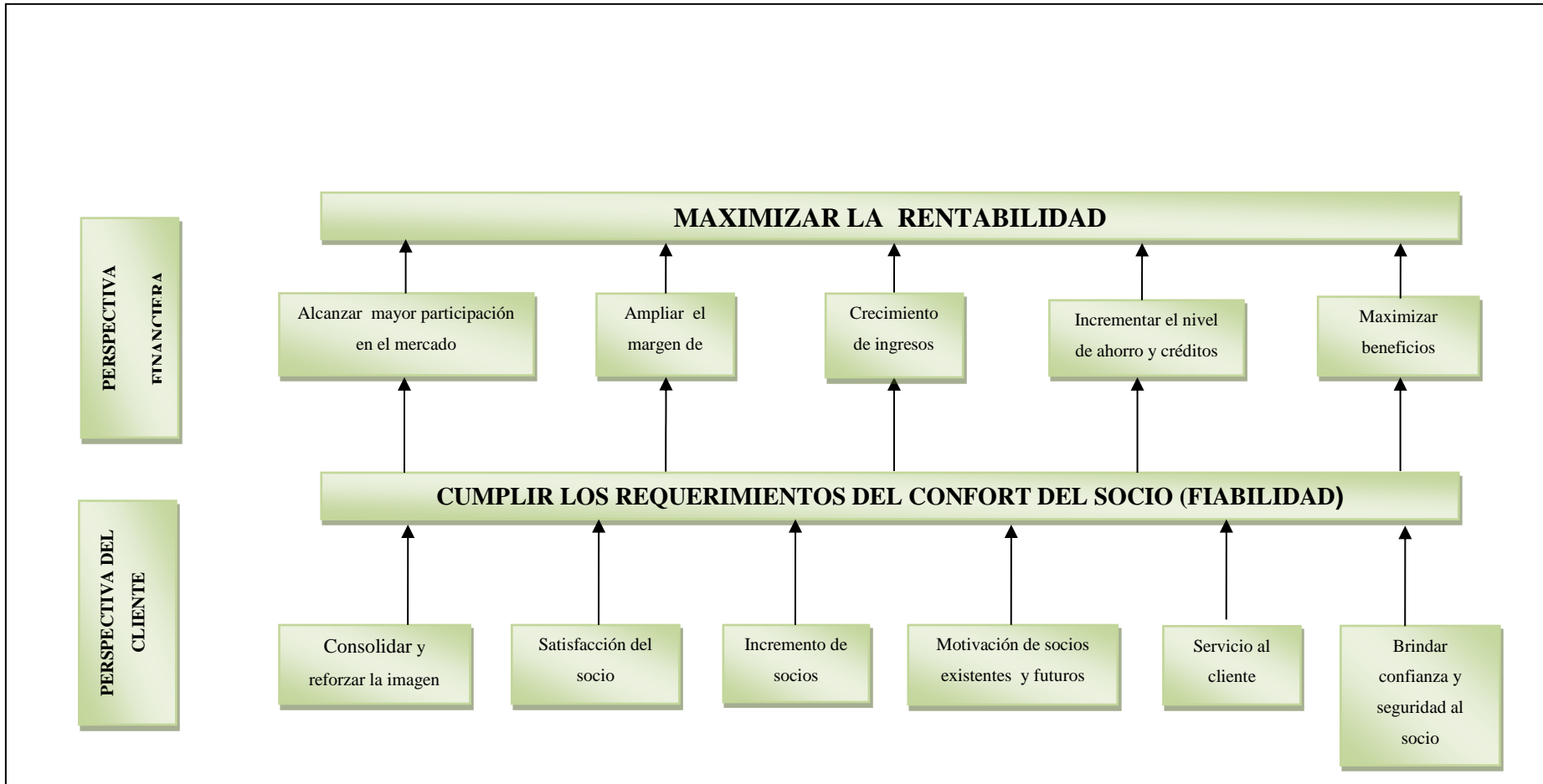


Figura No 22: Definición de procesos de control

Elaborado por: Manuel Loja

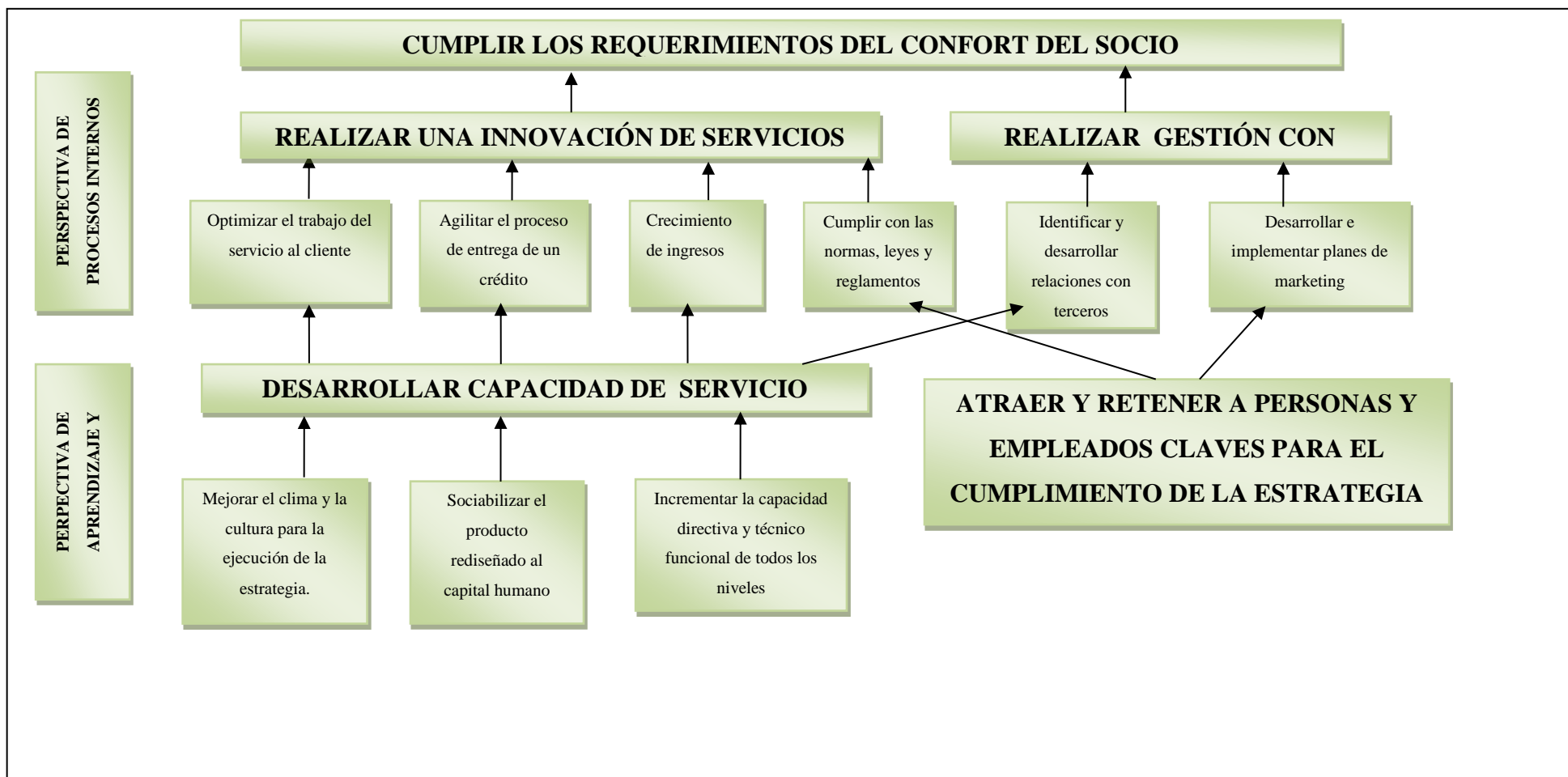


Figura No 23: Proceso de Control

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.3.1. Diseño de indicadores

1.- TIR: Tasa interna de retorno, es el método que permite conocer la magnitud como la oportunidad de los flujos del efectivo esperados en cada periodo de la vida de un proyecto, permitiéndonos saber la rentabilidad del mismo.

2.- VAN: Valor actual neto es el enfoque del flujo del efectivo descontado en la elaboración del presupuesto de capital.

3.-Número de socios inactivos: Se ha considerado a este indicador en nuestro estudio, ya que nos permitirá verificar cual es el porcentaje o el número de socios que no mantienen movimiento con la Agencia de acuerdo a los productos ofertados.

4.-Tiempo medio de entrega de un crédito: Ha sido utilizada con el fin de determinar el tiempo de demora en la entrega de un crédito, que nos permitirá tomar medidas correctivas que minimicen el tiempo utilizado

5.-Promedio de visitas: Por medio de este indicador podemos constatar cuantos clientes visitan nuestra Agencia, con el fin de saber qué nivel de acogida tenemos con socios/clientes y a su vez poder maximizar ingresos.

6.-Margen de contribución del marketing: Nos permite conocer si el plan de marketing aplicado, nos ha brindado los resultados deseados de acuerdo a los recursos utilizados.

7.- Porcentaje de empleados que participan en programas de formación y desarrollo: Determina el nivel de participación e involucramiento del capital humano con la Cooperativa, a fin de lograr tanto un desarrollo personal como profesional permitiendo así un mayor desenvolvimiento en sus actividades.

8.-Calificación del desempeño: Comprueba la capacidad que tienen las personas al momento de ubicarse o ascender a un puesto de trabajo, permitiendo saber si son o no idóneos para desempeñar las funciones encomendadas.

4.3.3.2. Parámetros de indicadores

Cuadro No 37: Parámetros de Indicadores

INDICADOR	FORMULA
TIR	$X_0 = \frac{X_1}{(1+r)^1} + \frac{X_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{X_n}{(1+r)^n}$
VAN	$X_0 + \frac{X_1}{(1+K)} + \frac{X_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{X_n}{(1+K)^n}$
Número de socios inactivos	Número de socios totales de la agencia – Número de socios activos
Tiempo medio de entrega de un crédito	Número de horas de trabajo/ Número créditos entregados
Promedio de visitas	Total de visitas en el periodo / (número de vendedores)(número de días)
Margen de contribución del marketing	Margen bruto- costes del marketing/ ventas(Créditos)
% De empleados que participan en programas de formación y desarrollo	Número de empleados que participan / total de empleados
Calificación del desempeño	Número De evaluaciones deficientes / Total de personas evaluadas

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: Manuel Loja

4.3.4. GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA DEL PLAN DE NEGOCIOS

La Gestión Administrativa del plan de negocios es un poderoso instrumento para medir el desempeño corporativo y se ha demostrado que es la herramienta más efectiva para enlazar la visión, misión y la estrategia de desempeño. Además permite ofrecer una visión completa de la organización, siendo el elemento esencial del sistema de

información que sirve de apoyo al sistema de control de gestión en su misión de mejorar su nivel de competitividad en el largo plazo. Es la combinación de indicadores financieros y no financieros, ésta es una característica importante, pero no la más relevante. Alcanza una visión más práctica.

4.3.4.1. Indicadores Corporativos

1.- Incrementar el 27% de la cartera: El incremento de la cartera se ha estipulado en un 10% vasados en la inflación anual del último año y al plan de crecimiento de la Cooperativa un 17%, con el fin de medir y maximizar la rentabilidad de la misma.

2.- Incrementar las captaciones en un 15 %: El incremento de las captaciones de los ahorros esta dado en base al plan de crecimiento que posee la COAC Cacha Ltda.,

3.- Recuperar un 30% de socios inactivos: Es necesario recuperar los socios inactivos en un 30%, de acuerdo a políticas emitidas por la Cooperativa, con el fin de incrementar la utilización de los productos, lo podemos lograr a través de la realización de rifas, caravanas, publicidad, visitas y llamadas a los socios, con el propósito de satisfacer las necesidades prioritarias de los mismos.

4.- Reducir un 50% la demora en actividades operativas: El porcentaje de reducción de la demora esta dado en base a la competencia debido a que la relación de entrega de créditos es de una semana para la competencia y dos semanas para la cooperativa Cacha, existiendo una diferencia del 50%, se logrará mediante nuevas alternativas de políticas internas de la misma.

5.- Incremento de visitas de socios en un 35%: El incremento de visitas de socios y/o clientes está dado de acuerdo al incremento de cartera - captaciones se lograra mediante la información debida de servicio al cliente y/o publicidad, o a su vez minimizando el tiempo de entrega de los productos.

6.- Duplicar la publicidad establecida: El crecimiento del aporte a la publicidad, se ha establecido, debido a la necesidad de obtener un mayor posicionamiento en el mercado, se lograra mediante la aplicación de estrategias de marketing que permitan desarrollar la entereza de los socios y/o clientes.

7.-Personal capacitado: Al implantar como meta el poseer personal capacitado, se pretende lograr un mejor desarrollo en las actividades operativas del capital humano de la entidad, mediante el apoyo institucional, la equidad de oportunidad para todos los funcionarios la motivación y su importancia para lograr un crecimiento tanto personal como institucional.

8.- Cubrir en un 100% los puestos estratégicos necesarios: El pretender cubrir en un 100% los puestos estratégicos de la Cooperativa, tiene como objetivo lograr la eficiencia dentro de cada uno de los mismos, para poder alcanzar el fin deseado será necesario la búsqueda de personal idóneo mediante convocatorias y concursos que le hagan merecedores del puesto.

4.3.4.2. Cuadro de mando integral (BSC)

Cuadro No 38: Cuadro de Mando integral

OBJETIVO	KPI's	METAS	FCE (inductores)	INICIATIVA ESTRATÉGICA (planes de Acción)
1.- Maximizar rentabilidad	1.- TIR $X_0 = \frac{X_1}{(1+r)} + \frac{X_2}{(1+r)^2} \dots \frac{X_n}{(1+r)^n}$	1.- Incrementar el 27% de la cartera	1.- Ampliar el margen de ahorros 2.- Incremento colocación de créditos 3.- Acrecentar el uso de los productos 4. Maximizar los beneficios	1.- Incrementar la cartera de crédito 2.- Implementación de Plan de Movilización de Ahorro.
	2.- VAN: $X_0 + \frac{X_1}{1+K} + \frac{X_2}{(1+K)^2} \dots + \frac{X_n}{(1+K)^n}$	2.- Incrementar las captaciones en un 12%		
2.- Cumplir los requerimientos del confort de los socios (Fiabilidad)	1.- # de socios inactivos: # de socios totales de la agencia - # socios activos	1.- Recuperar un 30% de socios inactivos	1.- Reforzar la imagen institucional 2.- Satisfacción del socio 4.- Buen servicio 5.- Brindar confianza	1.- Movilizar cuentas inactivas
3.-Realizar una innovación de servicios	1.- Tiempo medio de entrega de un crédito: número de horas de trabajo/ # créditos entregados	1.-Reducir un 50% la demora en actividades operativas.	1.- Optimización del trabajo 2.- Agilizar procesos	1.- Oferta de Nuevos Servicios para Socios y Clientes.
4.-Realizar gestión con los clientes	1.- Promedio de visitas: Total de visitas en el periodo / (número de vendedores) (número de días).	1.- Incremento de visitas de socios en un 35%	1.- Relaciones con terceros. 2.- Desarrollo plan de marketing.	1.- Campaña de Promoción y Publicidad Focalizadas en los segmentos de Mercado con el Fin de incrementar el uso de los productos. 2.- Implantar políticas de atención al cliente
	2.- Margen de contribución del marketing: Margen bruto - costes del marketing/ ventas(Créditos)	2.- duplicar la publicidad establecida		
5.-Desarrollar capacidad de servicio	1.- % de empleados que participan en programas de formación y desarrollo: # de empleados que participan / total de empleados	1.- Personal capacitado	1.- Brindar un ambiente de trabajo adecuado. 2.- Sociabilización de los productos al capital humano. 3.- Realizar capacitaciones permanentes.	1.- Difundir Capacitaciones al personal
6.-Atraer y retener a personas y empleados en general claves para el cumplimiento de la estrategia.	1.- Calificación del desempeño: # De evaluaciones deficientes / Total de personas evaluadas	1.-Cubrir en un 100% los puestos estratégicos necesarios.	1.- Estabilidad laboral 2.- Oportunidad de crecimiento.	1.- Plan de selección de personal

4.3.4.3. Plan de acción

Objetivo estratégico: Maximizar rentabilidad

Estrategia: Incrementar la cartera de crédito

Cuadro No 39: Incrementación de la Cartera de Crédito

Actividad	Responsable	Cronograma(mes)			Presupuesto
		1m	2m	3m	
Rediseño de Productos	Departamento de negocios y operaciones				0
Aplicación de Técnicas de Investigación de Mercado para diseño y rediseño de Productos					100
Producto Rediseño					0
Sociabilización de los productos rediseñados					125

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Objetivo estratégico: Maximizar rentabilidad

Estrategia: Implementación de Plan de Movilización de Ahorro.

Cuadro No 40: Implementación de Plan de movilización de Ahorro

Actividad	Responsable	Cronograma(mes)				Presupuesto
		1m	2m	3m	4m	
Contratación de fuerza de ventas	Departamento de negocios y operaciones					300
Implantación de productos rediseñados (Ahorro Ágil, Ahorro a la Vista, Ahorro Productivo, Ahorro Meta)						0
Desarrollo y empaque Producto de Captación						100
Sociabilización del nuevo producto						125

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Objetivo estratégico: Cumplir los requerimientos del confort de los socios (Fiabilidad).

Estrategia: Movilizar cuentas inactivas

Cuadro No 41: Movilización de Cuentas Inactivas

Actividad	Responsable	Cronograma(mes)				Presupuesto
		1m	2m	3m	4m	
Base de Datos de Socios Inactivos	Jefe de agencia servicio al cliente					0
Activación de socios inactivos mediante radio y oficios a los dirigentes comunitarios						0
Ubicación y llamadas telefónicas a socios inactivos						75
Campaña de actualización de datos, a través de la radio y oficios a los dirigentes comunitarios						75

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Objetivo estratégico: Realizar una innovación de servicios

Estrategia: Oferta de Nuevos Servicios para Socios y Clientes.

Cuadro No 42: Oferta De Nuevos Servicios Para Socios Y Clientes.

Actividad	Responsable	Cronograma(mes)			Presupuesto
		1m	2m	3m	
Convenio para pago de servicios básicos	Gerente general				100
Transferencias Bancarias					100
Difusión del nuevo servicio					50
Puesta en marcha					0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Objetivo estratégico: Realizar gestión con los clientes

Estrategia: Campaña de Promoción y Publicidad Focalizadas en el segmentos de Mercado con el Fin de incrementar el uso de los productos.

Cuadro No 43: Campaña de promoción y publicidad

Actividad	Responsable	Cronograma(mes)						Presupuesto
		7m	8m	9m	10m	11m	12m	
Estrategia de Promoción y Publicidad	Departamento de negocios y operaciones							
Presencia en Fiestas								300
Material Pop (Afiches, Trípticos y Otros)								200
Difusión de productos en medios de comunicación								100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Objetivo estratégico: Realizar gestión con los clientes

Estrategia: Implantar políticas de atención al cliente

Cuadro No 44: Implantación de Políticas de Atención al Cliente

Actividad	Responsable	Cronograma(mes)		Presupuesto
		1m	2m	
Elaboración de Manual de Políticas de Atención al Cliente	Recursos humanos y apoyo administrativo			0
Sociabilización del manual				100
Implantación y evaluación del Manual				0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Objetivo estratégico: Desarrollar capacidad de servicio

Estrategia: Difundir Capacitaciones al personal.

Cuadro No 45: Difundir capacitaciones al personal

Actividad	Responsable	Cronograma(semanas)				Presupuesto
		1s	2s	3s	4s	
Determinación de temas a tratarse	Recursos humanos y apoyo administrativo					0
Selección de conferencistas						0
Difusión de talleres a realizar						0
Inicio de talleres						100
Personal capacitado						0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Objetivo estratégico: Atraer y retener a personas y empleados en general claves para el cumplimiento de la estrategia.

Estrategia: Plan de selección de personal

Cuadro No 46: Plan de Selección de Personal

Actividad	Responsable	Cronograma(semestral)		Presupuesto
		1Sem	2Sem	
Pruebas(personal interno-externo)	Recursos humanos y apoyo administrativo			35
Entrevistas al personal				0
Selección de personal				0
Inducción al personal calificado				0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

5.8.4 Cuadro de control

El cuadro de control del Balance ScoreCard, nos permitirá comprobar el grado o porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cuanto a las actividades planteadas, es aplicable sobre la marcha de la institución, en caso del no cumplimiento del 100% de la meta establecida se deberá realizar un replanteamiento.

A continuación se muestra el modelo a seguir del cuadro de control.

Cuadro No 47: Cuadro de Control

Actividad	Responsable	Fecha de seguimiento	% de cumplimiento	Causas de incumplimiento	Costo %	Responsable

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.5. Marketing.

4.3.5.1. Diseño del Servicio

El diseño de nuevos productos es crucial para la supervivencia de la mayoría de las empresas, aunque existen algunas firmas que experimentan muy poco cambio en sus productos, la mayoría de las compañías deben revisarlas en forma constante, casi nunca es responsabilidad única de la función de operaciones, sin embargo ésta se ve muy afectada por la introducción de nuevos productos y viceversa. La función de operaciones es el "receptor" de la introducción de nuevos productos. Al mismo tiempo, estos nuevos productos se ven limitados por las operaciones existentes, tecnología y calidad. La definición del producto es el resultado del desarrollo de una estrategia empresarial.

El presente plan estratégico de marketing pretende conseguir que la Cooperativa Cacha Ltda., líder dentro del mercado financiero en el Cantón Cañar, utilizando integralmente los procesos involucrados en las áreas de mercadeo y creación de relaciones con el cliente. Es necesario entender la necesidad de centrar la atención de la Cooperativa y los esfuerzos de mercadeo en satisfacer y deleitar al cliente y el mercado como una vía para desarrollar ventajas diferenciales sostenibles. Diseñando una estrategia de mercadeo a corto y mediano plazo, coherentes con la dirección estratégica de la entidad financiera y la dinámica del mercado que garanticen una mejor posición competitiva

Liderar un ambiente de trabajo a través de la gerencia participativa para posicionar correctamente el servicio en el mercado consiste en hacerlo más deseable, compatible, aceptable y relevante para el segmento meta, diferenciándolo del ofrecido por la competencia; es decir, ofrecer un servicio que sea efectivamente percibido como "único" por los socios. Con una buena estrategia de mercadeo podemos hacer llegar la información detallada y específica de los servicios que ofrece la entidad financiera de Ahorro y Crédito "Cacha Ltda." además de los beneficios y facilidades que el cliente puede adquirir al formar parte de esta entidad.

La mayor satisfacción será el ver crecer a esta institución y más aún que las ideas sirvan para el mejoramiento de esta organización. De igual manera con este proyecto se pone en práctica los conocimientos adquiridos.

El diseño es muy importante principalmente para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en el cantón Cañar, el enfoque de producción se dirige hacia: Infraestructura, movimientos en cajas, áreas de servicio al cliente y a su vez, los rótulos de presentación que el mismo posee

La cooperativa posee diversos productos, mismos que son ofertados a los socios, ya que son quienes dispondrán de ellos cuando exista la necesidad de requerir una asesoría financiera, principalmente podemos mencionar los:

Cuadro No 48: Productos Financiero

Productos financieros
Ahorros
Créditos
Inversión

Fuente: COAC CACHA Ltda.

Elaborado por: Manuel Loja

Para la venta de los productos financieros mencionados es necesario, el aporte de:

Cuadro No 49: Estructura Funcional

Jefe de Agencia
Cajero
Oficiales de Crédito
Servicio al Cliente
Guardia

Fuente: COAC CACHA Ltda.

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.5.2. Definición del Producto

Niveles del Producto

Una vez que se ha realizado un análisis minucioso de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., y se han identificado los productos que están a disposición de los socios.

4.3.5.3. FODA DE LA COOPERATIVA DE ESTUDIO:

Cuadro No 50: Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda.

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Personal Capacitado • Solvencia • Experiencia en el mercado Financiero • Imagen Institucional • Diversificación de productos y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de mercado potencial importante • Fortalecimiento de relaciones con los clientes a través de nuevos productos. • Alto interés que cobran los bancos por los préstamos. • Necesidades de los ciudadanos no satisfechos. • Elevación del nivel educativo y económico del sector indígena.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con edificación propia • Mercado objetivo disperso • Nuevo en el Mercado(Cañar) 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en el Mercado • Regulaciones de leyes económicas del país. • Idiosincrasia de las personas • Incremento de la inflación • Socio político del País • Aspectos climáticos • Incumplimiento por parte de los socios.

Fuente: COAC CACHA Ltda., Observación

Elaborado por: Manuel Loja

Una vez que se realizó el análisis de cada una de las Cooperativas que son consideradas nuestra competencia y la Cooperativa que se está actualmente estudiando hemos determinado las principales características de sus productos, donde se mencionan a continuación los niveles del producto.

4.3.5.4. Evaluación de Oportunidades y Amenazas

Análisis de Macroentorno

Cuadro No 52: Análisis Externo de oportunidades

Código	Aspecto del macroentorno	Factor	Atractivo en la Empresa	Probabilidad de que se produzca	Capacidad de aprovechar la oportunidad	Probabilidad de ocurrencia
1	Social	Mercado Potencial Importante	9	9	7	8
2	Económico	Nuevos Productos	6	7	6	6
3	Económico	Alto interés	7	6	6	6
4	Social	Necesidad	8	7	7	7
5	Social	Elevación del nivel educativo y económico	7	7	6	6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

Cuadro No 53: Análisis Externo de Amenazas

Código	Aspecto del macroentorno	Factor	Atractivo en la Empresa	Probabilidad de que se produzca	Capacidad de aprovechar la oportunidad	Probabilidad de ocurrencia
1	Social	Competencia	6	8	7	7
2	Económico	Regulación de leyes económicas del país.	7	6	4	6
3	Social	Idiosincrasia	5	6	8	6
4	Económico	Inflación	7	6	2	5
5	Político	Socio Político	8	7	3	6
6	Ambiental	Aspectos Climáticos	6	4	2	4
7	Social	Incumplimiento	5	4	1	3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.5.5. Ciclo de vida del Servicio

No se ajusta a nuestro estudio, su ciclo de vida es indefinido, ya que la cooperativa no depende ni de la moda ni de la tecnología, depende del trabajo del personal.

4.3.5.6. Presentación del Servicio

Imagen de la Cooperativa

Marca

La marca es parte integral del servicio que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., ofrecerá la imagen con la que se quiere posicionar en la mente del consumidor y que le recordará la experiencia en los servicios demandados es la siguiente:

Figura No 24: Marca



Fuente: COAC CACHA LTDA.

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.5.7. Instrucciones

(COAC CACHA LTDA.) Para la apertura de una Oficina de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en el Cantón Cañar intervienen varios productos financieros.

Requisitos para la apertura de una cuenta de Ahorros

Ahorro a la Vista

Personas Naturales

- Copia de cedula y certificado de votación.
- Copia actual de la planilla de: luz, agua o teléfono.
- Monto de apertura 25,00 dólares.

Ahorro Ágil

- Copia de la cédula y certificado de votación
- Copia actual de la planilla de: luz, agua ó teléfono.

- Monto de apertura 25,00 dólares.

Persona Jurídicas

- Nombramiento de los representantes legales
- Copia de cédula y certificado de votación.
- Copia RUC
- Monto de apertura 25,00 dólares.

Requisitos para acceder a un crédito

- Una foto actualizada tamaño carnet.
- Copia actualizada de cédula y certificado de votación del Deudor, Garante (s) y cónyuge.
- Copia actual de la planilla de luz, Agua o Teléfono del Deudor y Garante (s).
- Copia de la Escritura con el respectivo Gravamen y copia predial del Deudor o Garante Actualizadas.
- Copia de la libreta con el depósito del encaje 5x1 para el monto a solicitar, 8 días antes de presentarse a solicitar el crédito.
- Certificado actual de trabajo o de Ingresos, Rol de pagos.

Requisitos Crediagil

- Copia de cédula y Certificado de votación.
- Copia Patente Municipal
- Copia del RUC del negocio

Requisitos para Realizar inversiones en la Cooperativa.

- Apertura de cuenta
- Cedula de identidad (original y foto copia)
- Certificado de votación (original y copia)

- Comprobante de pago de luz, agua o teléfono (original y copia)

4.3.5.8. Diseño

Proceso

Para la entrega de los productos de la Cooperativa, debe seguir un proceso continuo, puesto que se maneja mediante requisitos establecidos.

Estilos

Los productos que serán ofertados en el mercado, tienen como finalidad satisfacer una necesidad a la población con los servicios financieros prestados por la cooperativa, el mismo que estará dirigido a la población económicamente activa, contando con ello todas las personas que deseen realizar transacciones monetarias.

Tamaño

La unidad de medida que se utiliza es el dólar \$ y su tasa de interés diferenciada en cada uno de los productos, el monto dependerá de acuerdo al producto y la necesidad.

4.3.5.9. Calidad del Servicio

Confiabilidad

El servicio de la Cooperativa será de forma inmediata, permitiendo de esa manera obtener una buena calidad en los servicios, mismo que se dará por medio de los colaboradores, a la vez disminuyendo los trámites burocráticos con respecto a la competencia.

Acceso

La Cooperativa brindará una buena información que permitirá que los socios puedan conocer el funcionamiento de la institución y de los servicios que brinda el mismo, a su vez se puede

mencionar que existirá un buzón de sugerencias, quejas o reclamos respectivamente, con respecto a todo lo que se relaciona a la institución.

Plaza

El Cantón Cañar cuenta con un 31.5% de población indígena del total de la población, que no ha sido atendido por las instituciones financieras que operan en el cantón. En dicha localidad existe un considerable porcentaje de población indígena que sigue viviendo en la marginación y exclusión social.

Es por tal motivo que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., se crea con el propósito de forjar el desarrollo socio-económico de las organizaciones comunitarias, microempresarios y pequeños comerciantes. Hay que reconocer que los socios son el eje fundamental de una cooperativa y mantenerlos satisfechos es el trabajo de la entidad, para de esta manera integrar personas participativas y forjadoras de su propio bienestar, claro está, con la ayuda de los servicios que oferta la cooperativa.

4.3.5.10. Promoción y Comunicación

Una vez realizada las encuestas y obtenidos los resultados en los que se refiere a los medios de comunicación se ha determinado que es necesario aplicar una campaña publicitaria y otras opciones que se han incrementado debido a la necesidad de llegar a nuestros posibles socios.

Campaña Promocional

Se llevará a cabo mediante visitas a comunidades, escuelas, parroquias, barrios, organizaciones con el fin de dar a conocer los servicios y beneficios que ofrece la cooperativa, permitiendo de esta manera poder llegar cada vez más a todos sectores que engloba al cantón.

Campaña de Propaganda

Se dará en eventos que se lleven a cabo dentro del Cantón, donde nos permitirá repartir o entregar afiches con información de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., y a su vez puede llevarse a cabo mediante auspicios.

Cuadro No 54: Plan de Medios

Tipo de medio	Nombres del Medio	Resp. Validas	Porcentaje
Radios	La voz de Ingapirca	182	47%
	Radio Roja Cañar	140	33%
Redes Sociales	Redes Sociales	62	20%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.5.10.1. Estrategia de Marketing

Cuadro No 55: Estrategias de Marketing

ESTRATEGIA DE MARKETING								
Objetivo	Estrategia	Línea de Actividad	Tácticas				Cronograma	Presupuesto
			Actividades	Producto	Plaza	Promoción		
Diseñar una campaña publicitaria que permita incrementar el conocimiento del producto de la COAC en el Cantón Cañar	Promoción y publicidad	Campañas de Promoción y Publicidad focalizadas en los segmentos de Mercado con el fin de incrementar el uso de los productos	Estrategia de Promoción y Publicidad	Créditos Ahorro Inversión	Cañar	Radio	Diario	\$ 223
			Material Pop			Afiches, Trípticos y entre otros	Permanente	\$ 300
			Participación en Mercado Feria.			Radio	Permanente	\$ 233
			Presencia en Fiestas			Radio	Junio, Septiembre	\$ 233
			Difusión de productos en medios de comunicación			Radio, Redes Sociales	Permanente	\$ 233
TOTAL DE PRESUPUESTO PRBLICITARIO								\$ 1.000,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.5.10.2. Comunicación.

Comunicación directa

A través de las estrategias seleccionadas se puede dar a conocer sobre los servicios la cooperativa a la población, mediante mesas de información en lugares con mayor concentración poblacional, sean estos, plazas, ferias, reuniones y entre otros.

Las alternativas que sugerimos son:

- Entregar material publicitario bip-ticos de productos y de información general de la institución
- Elaborar afiches y gigantografías de la institución
- Llevar dispositivos de audio como grabadoras y parlantes para difundir los comerciales de radio y el slogan de la cooperativa.
- En reuniones de las organizaciones indígenas se puede brindar capacitación clara, concreta y concisa en donde se dé a conocer los servicios que presta para ayudar a la reactivación económica familiar.

Comunicación Indirecta

Se la realiza a través de medio de comunicación como la radio para que los posibles socios capten el mensaje que les queremos transmitir. Debe estar muy bien elaborada para que sea de fácil entendimiento y además que llame la atención del posible socio.

4.3.6. ESTUDIO TÉCNICO

Una vez que se ha determinado los aspectos del mercado del servicio final, se debe analizar con profundidad y objetividad los diferentes aspectos que engloban al estudio técnico, a fin de extraer de ellos los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinen el tamaño requerido para atender a la demanda que se ha definido.

Este estudio determinará el tamaño óptimo de la oficina, la localización de la misma la selección del modelo administrativo tecnológico, consecuentemente con el comportamiento del mercado.

En esta parte del estudio se intenta determinar con la mayor exactitud cómo, dónde y con cuántas personas se necesita para poner en funcionamiento la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en la Ciudad de Cañar.

Entonces cabe mencionar que iremos dilucidando y especificando los diferentes instrumentos se pretende otorgar los servicios financieros de la cooperativa de

Ahorro y Crédito Cacha Ltda., por lo que en esta parte del estudio técnico se analiza detalladamente todo lo que tenga relación con el funcionamiento y operatividad de la presente propuesta investigativa.

4.3.6.1. Objetivos del Estudio

Objetivo General

Estructurar un estudio con la finalidad de verificar la posibilidad técnica del funcionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda. Dentro del Cantón Cañar

Objetivos Específicos

- Determinar la localización óptima del proyecto.
- Establecer una infraestructura apropiada para el desarrollo conveniente de las actividades.
- Determinar al personal requerido y necesario para el normal desempeño de las actividades.

4.3.6.2. Localización Geográfica del Proyecto

El primer punto a analizar será precisamente el que se refiere a la localización más adecuada para la instalación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros.

El estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización, los cuales se detallan a continuación:

4.3.6.2.1. Macro localización

La Macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., estará ubicada en la Provincia Cañar, Cantón Cañar.



Fuente: www.imagenes.google.com.ec

Figura No 25: Mapa del Ecuador

(Monografías) ECUADOR (nombre oficial, República del Ecuador), república situada en el noroeste de Sudamérica, limita al norte con Colombia, al este y sur con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. Debe su nombre a la línea imaginaria del ecuador, que atraviesa el país y divide a la Tierra en dos hemisferios. Las islas Galápagos o archipiélago de Colón, localizadas en el Pacífico a unos 1.050 km de la costa, pertenecen a Ecuador. El país tiene una superficie de 272.045 km² contando con las Galápagos. La capital es Quito, una de las más antiguas de América del Sur

Ecuador está dividido en cuatro regiones geográficas: la Costa, que comprende poco más de la cuarta parte del país; la Sierra, constituida por dos alineaciones montañosas entre las que se alza una estrecha meseta deshabitada conocida como valle interandino; el Oriente o región Amazónica, al este de los Andes, y la región Insular, integrada por las islas Galápagos, que comprende varias islas de origen volcánico. La región de la Sierra se extiende entre las dos cadenas de la cordillera de los Andes, la Occidental y la Oriental, con más de una docena de picos por encima de los 4.800 metros de altitud. El Cotopaxi es el volcán activo más alto del mundo (5.897 m) y está situado en el valle interandino; el pico Chimborazo (6.310 m) es el nevado más alto del Ecuador y está ubicado en la cordillera Occidental de los Andes. Otros picos importantes son: el volcán Cayambe (5.790 m), el nevado Antisana (5.704 m), el Sangay (5.230 m), el Tungurahua (5.033 m) y el macizo Pichincha (4.787 m).

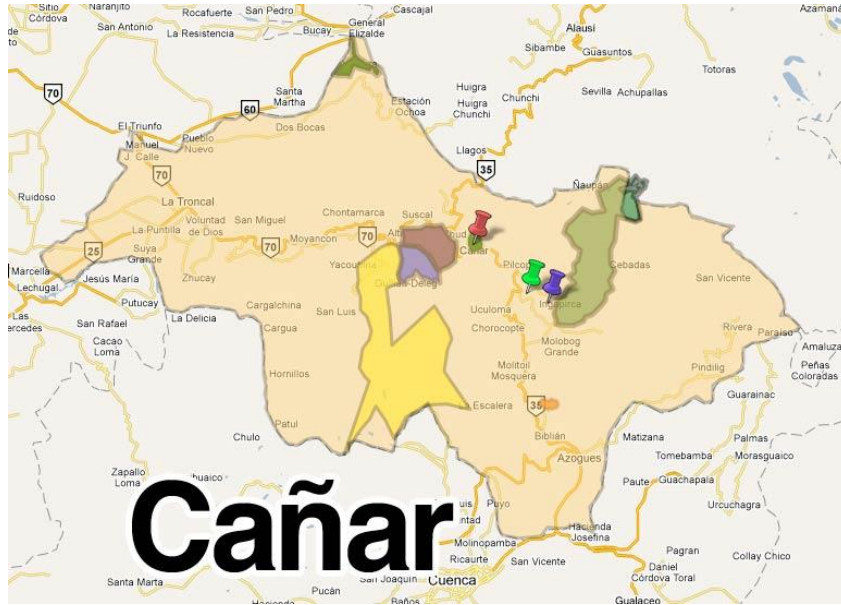


Figura No 26: Mapa de la Provincia de Cañar

Fuente: www.imagenes.google.com.ec

4.3.6.3. Cantón Cañar

(ORDENANZA CAÑAR) Está situado al noroeste de la Provincia de Cañar. Está limitado al NORTE por la provincia de Chimborazo; al SUR por la provincia del Azuay y los cantones de Biblián y Azogues; al ESTE, por el cantón Azogues; y, al OESTE, por la provincia del Guayas.

Altitud: 3.160 m.s.n.m.

Temperatura: 11.8°C media anual

Extensión.- El Cantón Cañar tiene una extensión de 1.751.20 Km². Siendo este el cantón con mayor extensión en la provincia, ocupando el 56.07 % del territorio provincial.

DIVISIÓN POLÍTICA.- El Cantón Cañar está dividido en 12 Parroquias: Chontamarca, Ventura, San Antonio, Gualleturo, Juncal, Cañar, Zhud, General Morales, Ducur, Chorocopte, Ingapirca y Honorato Vásquez.

Cuadro No 56: Macro localización

IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Cañar
Cantón	Cañar

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Manuel Loja

Al estudiar la localización se definió la ubicación de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., en Provincia de Cañar Cantón Cañar por existir gran necesidad de Instituciones Financieras que permita el desarrollo de la población.

Cuadro No 57: Factores de la Macro localización

MACRO LOCALIZACIÓN	FACTORES CONSIDERADOS
Observa factores básicos de manera integral	Electricidad
	Teléfono
	Seguridad
	Acceso a Internet
	Vivienda
	Vías de acceso

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.6.3.1. Micro localización

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

Para determinar el sitio exacto donde se va ubicar la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., se realiza un análisis de los sitios del Cantón Cañar, para lo cual consideramos conveniente analizar los siguientes factores:

- **Sitio 1:** Calle Sucre y 5 de Junio.
- **Sitio 2:** Panamericana Principal y 3 de Noviembre.
- **Sitio 3:** Av. de los Cañarís y Chaglaban.
- **Sitio 4:** Calle Guayaquil y Borrero.

Ubicación.- Según el análisis de sitios es recomendable escoger el sitio 4 porque está en centro del cantón, es un lugar más transitado y es fácil de llegar por las referencias.

4.3.6.4. Ingeniería

Distribución en planta

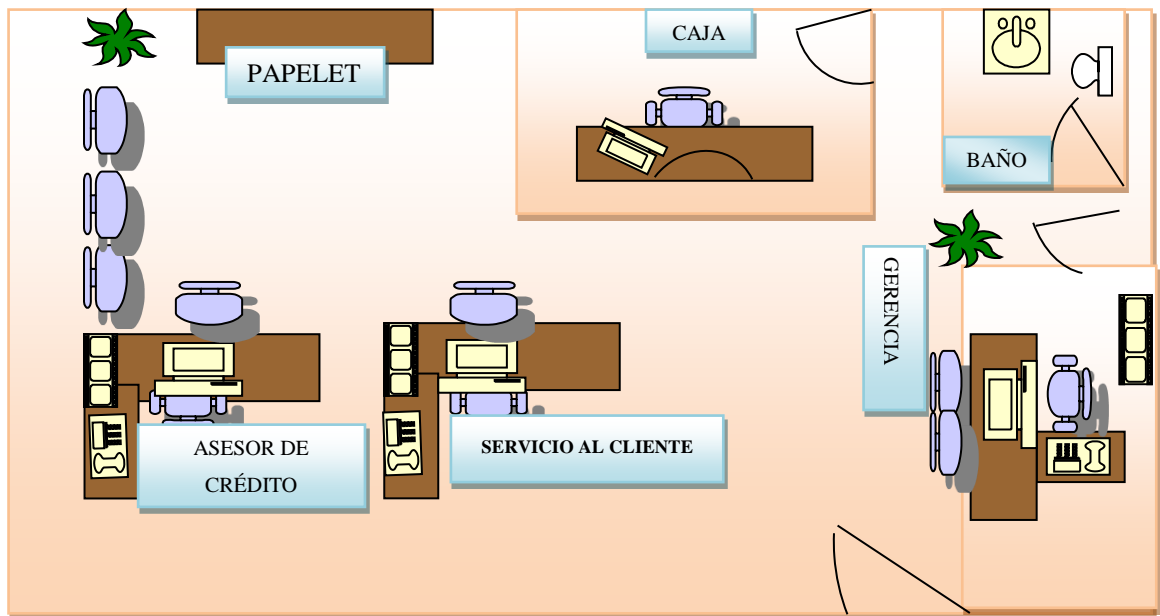


Figura No 27: Distribución de la Planta
Elaborado por: Manuel Loja

1-Coordinador o Jefe de Oficina: Es quien organiza y dirige la administración interna de la Agencia a su cargo, con sujeción a la normatividad interna y disposiciones estimadas por el consejo de Administración y la Gerencia.

2.- Servicio al Cliente: Es quien va a proporcionar la información especializada que sea requerida por los socios y clientes y atender sus reclamos.

Va a estar ubicado en la parte izquierda a la entrada, permitiendo de esta manera dar un servicio de calidad.

3.- Asesor de Crédito: Es la persona quien llevará a cabo los créditos, controlara las operaciones de crédito en todas sus fases, estará ubicado en el lado derecho y a su vez es quién dará información acerca de los créditos y pagos.

4.- Caja: Es donde los socios podrán realizar sus transacciones mediante la ventanilla que estará ubicado al frente de la puerta de ingreso.

4.3.6.5. Operación del proyecto

Organización

La oficina constará de un personal no muy extenso es decir no excederá de cuatro personas, estableciendo la necesidad de contar con un Jefe de Agencia, un promotor de Ahorros, una cajera y un asesor de crédito. A parte de ello se debe contratar a un guardia de seguridad.

4.3.6.6. Organigrama Estructural

El organigrama de la “COAC” Cacha Ltda., es el siguiente.

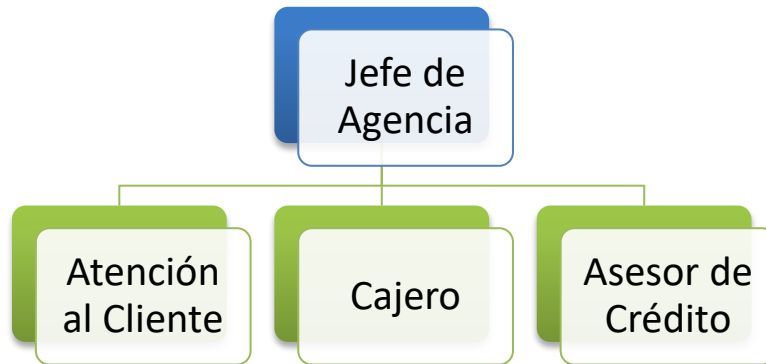


Figura No 28: Organigrama Estructural de Agencia

Elaborado por: Manuel Loja

4.3.6.7. Estructura Funcional

(COAC CACHA LTDA.) A continuación se presenta las actividades y requerimientos para contratar al personal:

Jefe de Agencia

Área: Negocios

Naturaleza y alcance

- El Titular reporta al Gerente General
- Es responsable por la calidad de atención a los socios.
- Es el promotor principal para la Captación de Ahorros.
- Responsable por la confidencialidad y veracidad de la información que entrega a la Cooperativa.
- Responsable por equipos, muebles y enseres entregados para la ejecución de su trabajo.
- Internamente se relaciona con el personal del departamento para cruzar información.

- Externamente con el público en el proceso de información y tramitación de los servicios financieros que otorga la cooperativa.

Objetivo General

Captar recursos económicos mediante un adecuado asesoramiento de los servicios institucionales que contribuyan en la satisfacción de los socios en concordancia a las normas, reglamentos, políticas y procedimientos vigentes en la Cooperativa.

Sus funciones son:

1. Representar a la Gerencia General ante los organismos públicos y privados realizar toda clase incidencia ante los grupos organizados del mercado objetivo de la Agencia.
2. Velar por el cumplimiento de las disposiciones por las instancias superiores de la entidad y los organismos de control.
3. Ejecutar conjuntamente con los Jefes de área, estrategias específicas para captar recursos económicos, según los requerimientos de la institución.
4. Responsabilizarse de la ejecución y cumplimiento de metas presupuestarias programadas.
5. Administrar los recursos económicos de la agencia, con sujeción a las normas establecidas por las instancias superiores.
6. Firmar la o las cuentas bancarias necesarias juntamente con el tesorero(a) de la agencia previa delegación de firmas por Presidencia y Gerencia General, informarla y responsabilizarse.
7. Participar activamente en todas las reuniones, propuestas y proyectos del equipo gerencial de la Cooperativa Cacha Ltda.
8. Recibir, consolidar y sistematizar los informes mensuales de las unidades de la agencia y rendir informes mensuales de resultados y sus actividades a la Gerencia General.

9. Proveer información requerida a las Jefaturas de Áreas, Gerencia General y previa autorización de la Gerencia General a la comisión especial de la Agencia, el Consejo de Administración y el Consejo de Vigilancia.
10. Organizar y dirigir la administración interna de la Agencia a su cargo con sujeción a la normatividad interna y disposiciones emitidas por el Consejo de Administración y la Gerencia General.
11. Elaborar y proponer a la Gerencia General y Jefatura de Áreas, proyectos y propuestas tendientes a mejorar los productos y servicios financieros y no financieros de la agencia.
12. Coordinar la implantación de sistemas de gestión administrativos y operativos de la agencia, monitorear, evaluar su aplicación y disponer los correctivos necesarios.
13. Supervisar y evaluar la provisión de servicios y beneficios a los socios, clientes y las respectivas instancias establecidas.
14. Ejecutar los procesos técnicos de preselección, inducción, capacitación, evaluación y desarrollo del talento humano de la Agencia.
15. Verificar y aprobar diariamente los informes de soportes correspondientes a los arqueos realizados en la agencia.
16. Ejecutar gastos, egresos e inversiones previa aprobación de la Gerencia General o las instancias pertinentes según la normativa interna vigente.
17. Aprobar, negar y otorgar los créditos hasta los montos autorizados por las instancias superiores.
18. Participar en la elaboración del Plan Operativo Anual y el presupuesto de la Agencia, proponer actividades y sus costos a la Gerencia General para su estudio, aprobación e incorporación al presupuesto general.
19. Realizar arqueos de caja en forma sorpresiva para constatar el buen manejo de los recursos por los responsables de caja y tesorería.
20. Mantener bajo su cuidado y/o delegar la custodia de inventarios y bienes de la Agencia.
21. Predecir la comisión de crédito de la Agencia.
22. Cumplir con las demás obligaciones requeridas por el Gerente General.
23. Asistir a las reuniones de la comisión especial y del consejo de Administración o Vigilancia con voz informativo previa convocatoria.

Perfil del Cargo

Poseer formación Superior en áreas de Administración de empresas, economía, finanzas.

- Experiencia profesional mínimo 6 meses.
- Excelentes relaciones interpersonales, análisis, síntesis y capacidad para comunicar.
- Dominar los idiomas básicos Kichwa y Español
- Haber trabajado en las Organizaciones Sociales.
- Ser socio de la Cooperativa.

Asesor de Crédito

Área: Operativa

Naturaleza y Alcance

- Cordialidad y responsabilidad hacia todos los socios de la cooperativa.
- Decido en dar el seguimiento a los créditos, con el fin de evitar su vencimiento.

Objetivo General

Cumplir con las disposiciones del Estatuto, Reglamento y Manual de procedimientos de crédito y cobranzas.

Sus funciones son:

1. Analizar las características financieras y morales de cada solicitante y dar su concepto en a solicitud de crédito;
2. Establecer que no sobrepase en la capacidad de pago del socio;

3. Ordenar, en los casos que lo amerite, la certificación de datos por intermedio de! Analista de Crédito;
4. Verificar, aprobar o rechazar las garantías ofrecidas u otorgadas de acuerdo al Reglamento de Crédito;
5. Registrar las garantías en el libro respectivo y pasarlas al Comité de Crédito para su estudio;
6. Registrar en el libro de control el monto del crédito aprobado por el Comité y demás datos necesarios;
7. Sumillar la documentación al Auxiliar de Crédito;
8. Llevar estadísticas de los préstamos;
9. Atender información especializada y reclamos referentes a créditos;
10. Asesorar y coordinar el trabajo de la Sección de Cobranzas para lograr la agilización de los sistemas de cobro y aplicación de lo establecido en el Reglamento de Morosidad;
11. k) Llevar el control de gastos y costos judiciales;
12. Exigir, cobrar, acordar o transar con los socios morosos el pago de sus obligaciones aplicando el Reglamento de Morosidad;
13. m) Entregar un listado mensual de los socios morosos que deban pasar a cobro judicial, a Gerencia con su respectivo informe;
14. Recibir de Caja General la documentación de préstamos para la transferencia de préstamos;
15. Liquidar la cuenta morosa que el socio deba cancelar;
16. Fijar fechas y formas de entrega de los créditos aprobados por el Comité de Crédito, para la elaboración de cheques; y,
17. Las demás funciones inherentes a su cargo.

Perfil del cargo

- Formación de nivel superior administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Economía, áreas afines.
- Tener suficientes experiencia de manejo de cartera de Crédito.
- Participar y aprobar un proceso riguroso de inducción y capacitación para su cargo.

CAJERA

Área: Operativa

Naturaleza y Alcance

- Responsable de la oficina, y el dinero que se recauda.
- Verás de los recursos monetarios y documentarios que recibe a través de la caja, respondiendo por los faltantes y sobrantes que se presenten.
- Tener buenas relaciones con todo el personal para receptar y/o entregar información y el dinero recaudado.
- Establecer buenas relaciones con el responsable de la oficina operativa para la entrega recepción de dinero y reportes de su función.

Objetivo General

Contribuir en la calidad de servicio al público e imagen institucional mediante la atención eficiente y eficaz a los socios y clientes de la institución, en las operaciones de caja, receptando, entregando y custodiando los valores a su cargo durante la atención al público, de acuerdo a las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de la Cooperativa.

Sus funciones son:

1. Recibir de Gerencia el dinero para el fondo de cambio, previa la firma del comprobante necesario;
2. Responsabilizarse por el dinero entregado para el fondo de cambio con el cual operará;
3. Responsabilizarse por el pago del faltante en caso de que lo hubiera;
4. Recibir dinero por depósitos de ahorros, depósitos en aportaciones, por abonos o cancelaciones de préstamos y certificados con saldos actualizados, manteniendo una

información veraz de forma que en el momento de una fiscalización, auditoría o balance se dé a conocer datos precisos a quien lo solicitare;

5. Mantener relaciones con las Secciones de Contabilidad y Recaudación solicitando o proporcionando datos;
6. Para el caso de retiros, recibirá los respectivos comprobantes de egresos;
7. Elaborar los comprobantes de depósitos al Banco por el valor total de los ingresos diarios y en las mismas especies recibidas, para luego ser entregados a Contabilidad para su registro correspondiente;
8. Elaborar la hoja de colecta, conforme a las papeletas y la movimiento del día, documentos que luego de la revisión por parte del Gerente, deben ser entregados a Contabilidad;
9. Elaborar el detalle de cheques recibidos por concepto de depósitos; y,
10. Otras tareas propias del puesto de trabajo

Perfil del Cargo

- Debe poseer el título mínimo de Bachiller en cualquier especialidad o de preferencia Bachiller en Comercio y Administración.
- Experiencia o con estudios universitarios aprobados o cursando en especialidades a fines en áreas financieras

Servicio al Cliente

Área: Operativa

Naturaleza y Alcance

- Responsable por equipos, muebles y enseres entregados para la ejecución de su trabajo.
- Decidido por dar la atención adecuada a los socios o clientes de la cooperativa.
- Mantener buenas relaciones con todo el personal para receptor y/o entregar información

- Establecer relación con el responsable de oficina operativa, para emitir reportes.

Objetivo General

Contribuir en la calidad de servicio al público e imagen institucional mediante la atención eficiente y eficaz a los socios y clientes de la institución en las operaciones de servicio al cliente, receptando y entregando una buena atención al público.

Sus funciones son:

1. Informar al público sobre los servicios que oferta la cooperativa y de manera particular la agencia.
2. Recibir toda información, solicitudes o reclamo de los socios y clientes externos, remitir a las instancias pertinentes, monitorear y coordinar la atención de estas.
3. Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, relaciones e impresiones anotado su devolución y archivarlo.
4. Receptar, revisar la documentación de los nuevos socios, registrarlo en el sistema informático y comunicar al socio que se acerque a la ventanilla para el retiro de su libreta de ahorro o el documento correspondiente.
5. Informar al socio o cliente sobre las operaciones, tasas de interés, condiciones de crédito, plazos, condiciones de inversión, y todo lo concerniente a la operatividad de la cooperativa.
6. Informar los servicios de captación en plazo fijo, sus ventajas y elaborar los respectivos contratos, si lograrse determinar acuerdos.
7. Contestar y manejar adecuadamente la comunicación telefónica.
8. Revisar correo electrónico y contestarlo.
9. Enviar y recibir correspondencia.
10. Organizar y mantener archivos de documentos y cartas generalmente confidenciales, agenda y registros, determinando su localización, cuando sea necesario.
11. Prevenir oportunamente los requerimientos básicos de la agencia como: material de escritorio, servicios generales.

12. Las demás funciones requeridas por las instancias superiores.

Perfil del Cargo

- Poseer el título mínimo de Bachiller en cualquier especialidad o de preferencia Bachiller en Comercio y Administración.
- Estudios universitarios aprobados o cursando en especialidades a fines a la cooperativa de Ahorro y Crédito.
- Experiencia en actividades afines.

GUARDIA

Función Principal

Vigilar y custodiar el edificio y todos los bienes de la cooperativa, tanto en horas hábiles y fuera de ellas.

Responsabilidades

- Velar por el adecuado mantenimiento del edificio y oficinas de la cooperativa.
- Velar por los bienes de la institución.
- Velar por el cuidado y control de los sistemas de seguridad, monitoreo, activación de las alarmas de las distintas secciones de la cooperativa.

Sus funciones son:

1. Acompañar diariamente y permanentemente a la persona que realiza los depósitos y retiros en el Banco;
2. Vigilar que todos los bienes permanezcan en los lugares respectivos;
3. Elaborar y dar información a los socios y particulares que necesiten de ello;
4. Colaborar con la limpieza de los lugares de acceso al público;
5. Custodiar el edificio y sus alrededores cuando le toque el turno nocturno;
6. Vigilar, poner orden y disciplina cuando el caso lo requiera a los socios y particulares que perturben la tranquilidad de los empleados de ventanilla;
7. Desempeñar las demás actividades que le sean solicitados por el Jefe inmediato o la Gerencia.

Perfil del Cargo

- Poseer la formación secundaria en cualquier especialidad
- Haber realizado el servicio militar
- Experiencia en actividades afines preferentemente en Cooperativas de Ahorro y Crédito y/o instituciones financieras

4.5.5 Programa de producción

El programa de producción de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., estará dado en base a las políticas y estimaciones que plantea el consejo de Administración y la Gerencia, mismas que son consideradas con una base de 12 colocaciones de créditos hasta un máximo de 45, considerándose así con una tasa del 2% de créditos recurrentes dados a partir del séptimo mes, debido a que por ser el primer año de incursionarse en el mercado financiero en el cantón, se deberá de minimizar riesgos, no quiere decir que se tendrá que mantener dichas colocaciones, puesto que el objetivo es que al transcurrir el tiempo poco a poco deberá irse incrementando, para superar el objetivo planteado.

4.3.7. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

En el presente capítulo se realiza una presentación amplia y detallada de cada uno de los elementos que participan en la estructura financiera del proyecto, para determinar la inversión en activos fijos tangibles, intangibles así como la cantidad de capital de trabajo necesario para iniciar las operaciones y para poner el proyecto en funcionamiento, también se analizarán sus fuentes de financiamiento.

Adicionalmente los ingresos provenientes de los intereses cobrados por los créditos otorgados, conjuntamente con los costos que se incurren en las tasas de interés pagadas por los depósitos recibidos, créditos contratados, procesos administrativos, operativos y financieros que cumpla la institución.

Para terminar, toda esta información se organizará en un flujo de caja y se proyectará para cada uno de los periodos fijados en el horizonte de evaluación del proyecto, para determinar la rentabilidad y factibilidad financiera del mismo.

4.3.7.1. Presupuesto de Inversión

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados Factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera Flujo de Beneficios. Asimismo es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y/o servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de la cooperativa.

Inversión Variable (Capital de Trabajo)

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el plan de negocios para atender las operaciones de producción y comercialización de productos y servicios financieros, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo en la acción

objeto de la actividad de la cooperativa de ahorro y crédito Cacha Ltda., en su etapa de arranque en la nueva sucursal.

El Capital adicional con el que se debe contar para que Cacha Cañar comience a funcionar, esto es financiar las actividades antes de percibir ingresos es de 100000 Dólares, en relación al la diferencia del activo corriente y el pasivo corriente del año 2013.

Capital de trabajo = Activo corriente- pasivo corriente

Capital de trabajo = 100000 - 0

Capital de trabajo =100000 USD

Inversión Diferida, estudio y puesta en marcha

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

Cuadro No 58: Gastos de Preinversión

GASTOS DE PREINVERSIÓN		
DETALLE	PARCIAL	TOTAL
GASTOS OPERATIVOS		1030
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1030	
Capacitación al personal		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		300
Unidad ejecutora del proyecto		
Personal		
Suministros y materiales		
Servicios		
Escalamiento y contingentes 10%		
Capacitación al personal administrativo	300	
GASTOS DE VENTAS		7151,67
Investigación de mercado	485	
SOFTWARE	6666,67	
TOTAL GASTOS		\$ 8.481,67

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Inversión Fija: Equipo Muebles y Enseres

La Inversión Fija, es la asignación de recursos reales y Financieros para obras físicas o servicios básicos del Proyecto, cuyo monto por su naturaleza no tiene necesidad de ser transado en forma continua durante el horizonte de planeamiento, solo en el momento de su adquisición o transferencia a terceros. Estos recursos una vez adquiridos son reconocidos como patrimonio del Proyecto, siendo incorporados a la nueva unidad de producción hasta su extinción por agotamiento, obsolescencia o liquidación final.

Cuadro No 59: Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA				
ITEM	DETALLE	AÑO	CANTIDAD	PRECIO
1	Equipo de Oficina	2014	3	336,84
2	Computador-impresora	2014	3	2850
TOTAL PLANTA				3189,84

Cuadro No 60: Mobiliario y Equipo de Oficina

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA				
ITEM	DETALLE	AÑO	CANT.	V/U
1	Muebles de Oficina	2014	1	2431
2	Enseres	2014	1	168,46
TOTAL VENTAS				2599,46

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Cuadro No 61: Resumen de Inversiones

INVERSIONES	VALOR
FIJAS	5786,30
DIFERIDAS	8481,67
CAPITAL DE TRABAJO	100000,00
FLUJO DE EFECTIVO	114270,97

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

4.3.8. Presupuestos

4.3.8.1. Fuentes del financiamiento

Para el financiamiento de la agencia es de responsabilidad directa de la Matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda., que se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba, quien es la que realiza los trámites pertinentes para la creación y legalización de acuerdo a los estatutos y reglamentos estipulados, tomando en cuenta el estudio de mercado realizado en la Ciudad de Cañar

Cuadro No 62: Financiamiento

Fuente	Valor	%
Capital Propio	\$ 100.000,00	88%
Capital Ajeno	\$ 14267,67	12%
Total	\$ 114267,67	100%

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Estados Financieros

El término estados financieros proforma significa estados financieros proyectados, es decir; la realización de la evaluación proyectará los resultados económicos que se calcula deberá tener la empresa de acuerdo con la serie de informaciones que se recabaron durante todos los estudios previstos a esta etapa. Los estados financieros son los documentos que muestran la situación de una empresa por un período o fecha determinada. En función de las encuestas, apertura de libreta con 25 dólares.

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados es el principal medio para poder medir la rentabilidad de una empresa a través de un período, ya sea de un mes, tres meses o un año. El estado de resultados se muestra en etapas, ya que al restar a los ingresos los egresos del período se obtienen diferentes utilidades hasta llegar a la utilidad neta.

4.3.8.2. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

4.3.8.2.1. Estructura de la Inversión

Balance General Proyectada

Cuadro No 63: Balance General Proyectado

ACTIVOS	INICIAL	2015	2016	2017	2018	2019
Activo Corriente	100000	116000	153798,81	178971,95	208195,39	242118,1
Caja	100000		135.489,28	157.624,43	183.319,48	213144,75
Cartera		100000	18.627,58	21.678,28	25.219,91	29331,12
Intereses por Cobrar		16.000,00	11.716,88	12185,5552	12672,9774	13179,9
Intereses Mora por Cobrar		0	718,27	747,0008	776,880832	807,96
(-)Provisión Cuentas Incobrables		0	-12.753,20	-13263,328	-13793,8611	-14345,62
Activo Fijo	5.786,30	4.362,35	3.095,80	1.754,50	-929,46	-5114,07
Muebles de Oficina	2.431,00	2.431,00	2.497,61	2.566,04	2.636,35	2708,59
Equipo de Oficina	336,84	336,84	346,07	355,55	365,29	375,3
Equipo de Computo	2.850,00	2.850,00	2.926,95	2.926,95	3.005,98	3005,98
Enseres	168,46	168,46	173,08	177,82	182,69	187,7
(-) Depreciación Acumulada		-1423,95	-2.847,91	-4.271,86	-7.119,77	-11391,64
Activo Diferido	6.785,34	240	240	240	276,53	314,07
Gastos de Constitución y Adecuación	1.030,00	206	206	206	206	206
Estudios	485	97	97	97	97	97
Capacitación nuevo personal	300	300	300	300	300	300
Software	6.666,67	1.333,33	1.333,33	1.333,33	1.369,87	1407,4
(-) Amortización Acumulada	-1696,33	-1696,33	-1.696,33	-1.696,33	-1.696,33	-1696,33
TOTAL ACTIVOS	\$ 110.875,30	\$ 118.906,01	\$ 155.438,28	\$ 179.270,11	\$ 205.846,13	\$ 235.621,77
PASIVO						
Depósito a Plazo a la Vista	0	6150,09	4964,09	4964,09	4964,09	4964,09
Depósito a Plazo	0	0	87572,98	91951,63	96549,21	101376,67
Fondos en Administración	0	0	0	0		
TOTAL PASIVO	\$ 0,00	\$ 6.150,09	\$ 92.537,07	\$ 96.915,72	\$ 101.513,30	106340,76
PATRIMONIO						
Capital						
Aportación Inicial de la Matriz	110.875,30	54.936,70	0	0	0	0
Certificados de Aportación		28.079,46	6.700,75	7.277,79	7.200,91	6407,22
Utilidad/Pérdida Acumulada						
Utilidad/Perdida del Ejercicio	0	68.368,69	86.170,68	107.011,63	131.382,37	159851,39
TOTAL DE PATRIMONIO	110.875,30	151.384,85	92.871,43	114.289,42	138.583,28	166258,61
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 110.875,30	\$ 157.534,94	\$ 185.408,50	\$ 211.205,14	\$ 240.096,58	272599,37

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Estado de Resultados

Cuadro No 64: Estado de Resultados Proyectado

DETALLE	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS					
Intereses de los créditos	16000,00	18627,58	21678,28	25219,91	29331,12
Cuotas de capital	100000,00	116422,40	135489,28	157624,43	183319,48
Cuota de Ingreso (Socios)	352,00	366,08	380,72	395,95	411,79
Mantenimiento de Cuentas de Ahorro	70,40	73,22	76,14	79,19	82,36
TOTAL INGRESOS	116422,40	135489,28	157624,43	183319,48	213144,75
EGRESOS	20839,18	21063,84	21294,77	21532,17	21777,20
Costo de Generación del Servicio	7660,68	7870,58	8086,24	8307,80	8535,43
Intereses causados	246,00	255,84	266,08	276,72	287,79
Provisiones Cuentas Incobrables	12753,20	12753,20	12753,20	12753,20	12754,20
Suministros	179,30	184,21	189,26	194,45	199,77
Gastos Administrativos	26414,60	27254,84	28118,11	29005,03	29916,25
Sueldos del Personal	25854,48	26562,89	27290,72	28038,48	28806,74
Arriendos	4320,00	4438,37	4559,98	4684,92	4813,29
Servicios Básicos	312,00	320,55	329,33	338,36	347,63
Suministros	179,30	184,21	189,26	194,45	199,77
Depreciaciones	-1423,95	-1423,95	-1423,95	-1423,95	-1423,95
Amortizaciones	-2827,22	-2827,22	-2827,22	-2827,22	-2827,22
Gastos de Venta del Servicio	1000,00	1200,00	1400,00	1600,00	1800,00
Publicidad y Propaganda	1000,00	1200,00	1400,00	1600,00	1800,00
TOTAL GASTOS	48253,79	49518,68	50812,88	52137,19	53493,44
UTILIDAD DEL EJERCICIO	68168,61	85970,60	106811,55	131182,29	159651,31
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	10225,29	12895,59	16021,73	19677,34	23947,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	57943,32	73075,01	90789,82	111504,95	135703,61
25% IMPUESTO A LA RENTA	14485,83	18268,75	22697,45	27876,24	33925,90
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	43457,49	54806,26	68092,36	83628,71	101777,71

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Flujo de Caja Proyectada

Cuadro No 65: Flujo de Caja Proyectado

	Año 0	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS						
intereses de los créditos		16000,00	18627,58	21678,28	25219,91	29331,12
Cuotas de capital		100000,00	126600,00	156251,58	189394,83	226538,30
Cuota de Ingreso (Socios)		4840,00	5033,60	5234,94	5444,34	5662,12
Mantenimiento de Cuentas de Ahorro		5760,00	5990,40	6230,02	6479,22	6738,39
TOTAL INGRESOS		126600,00	156251,58	189394,83	226538,30	268269,91
EGRESOS		72572,21	74797,58	77093,39	79461,97	81905,69
Costo de Generación del Servicio		53592,32	55060,75	56569,41	58119,42	59711,89
Intereses causados		6047,39	6289,29	6540,86	6802,49	7074,59
Provisiones Cuentas Incobrables		12753,20	13263,33	13793,86	14345,62	14919,44
Suministros		179,30	184,21	189,26	194,45	199,77
Gastos Administrativos		34929,94	35783,55	36660,56	37561,59	38487,31
Sueldos del Personal		25854,48	26562,89	27290,72	28038,48	28806,74
Arriendos		4800,00	4931,52	5066,64	5205,47	5348,10
Servicios Básicos		320,00	328,77	337,78	347,03	356,54
Suministros		179,30	184,21	189,26	194,45	199,77
Depreciaciones		2139,84	2139,84	2139,84	2139,84	2139,84
Amortizaciones		1636,32	1636,32	1636,32	1636,32	1636,32
Gastos de Venta del Servicio		1000,00	1200,00	1400,00	1600,00	1800,00
Publicidad y Propaganda (Telemarketing)		1000,00	1200,00	1400,00	1600,00	1800,00
TOTAL GASTOS		108502,15	111781,13	115153,95	118623,56	122193,00
INVERSIONES						
FIJAS	5786,30					
DIFERIDAS	6785,34					
CAPITAL DE TRABAJO	100000,00					
Depreciaciones		2139,84	2139,84	2139,84	2139,84	2139,84
Amortizaciones		1636,32	1636,32	1636,32	1636,32	1636,32
RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO						100000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		21874,01	48246,61	78017,04	111690,90	249853,07
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		3281,10	7236,99	11702,56	16753,63	37477,96
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		18592,91	41009,62	66314,48	94937,26	212375,11
25% IMPUESTO A LA RENTA		4648,23	10252,41	16578,62	23734,32	53093,78
FLUJO DE EFECTIVO	112571,64	13944,68	30757,22	49735,86	71202,95	159281,33

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

4.3.8.3. Depreciaciones de Activos Fijos

Es la pérdida de valor de los activos fijos como consecuencia del uso en el proceso productivo; en el presente proyecto se utilizó el método lineal, mediante el cual se hacen depósitos anuales iguales en el fondo para la depreciación durante la vida útil del activo, el saldo residual anual de acuerdo a la vida útil del Activo

Cuadro No 66: Depreciación de Maquinaria Y Equipo de Planta

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA									
ITEM	DETALLE	AÑO	CANTIDAD	PRECIO	V/ S	V/ D	D/A	D/M	D/H
1	Equipo de Oficina	2014	3	336,84	33,684	303,156	101,052	8,421	0,0540
2	Computador-impresora	2014	3	2850,00	285	2565	855	71,25	0,4567
TOTAL PLANTA				3192,84			956,05	79,67	0,51

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Cuadro No 67: Depreciación de Mobiliario y Equipo de Oficina de Ventas

DEPRECIACIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS									
ITEM	DETALLE	AÑO	CANT.	V/U	V/ SALVAMENTO	V/ DEP	DEP.ANUAL	DEP. MEN	DEP. HORA
1	Muebles de Oficina	2014	1	2431,00	243,1	2187,90	437,58	36,465	0,2338
2	Enseres	2014	1	168,46	16,846	151,61	30,3228	2,5269	0,0162
TOTAL VENTAS				2599,46			467,9028	38,9919	0,2499
TOTAL DE INVERSIONES									5792,3

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

4.3.8.4. Evaluación de la Inversión

La evaluación de un proyecto consiste en realizar una apreciación comparativa entre las posibilidades de uso de los recursos representados por los proyectos de inversión evaluados por los distintos criterios existentes.

4.3.8.4.1. Valor Actual neto

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de flujos descontados a la inversión inicial estos valores netos miden la diferencia que existe entre ingresos y egresos de un proyecto, una vez cumplida la exigencia de considerar el valor del dinero en el tiempo y la de producir un rendimiento igual al mínimo (TREMA).(Tasa de rendimiento mínima aceptable)

$i = 10.70\%$ porque la tasa pasiva efectiva máxima es del 8% sumado a la inflación del 2.70%

Si $VAN > 0$: El proyecto es rentable.

Si $VAN = 0$: El proyecto es postergado.

Si $VAN < 0$: El proyecto no es rentable.

VAN POSITIVO

$I = 10,70\%$

Cuadro No 68: VAN Positivo

VALOR ACTUAL NETO 1				
VALORES CORRIENTES				
AÑO	INVERSIÓN	FACTOR ACTUALIZADO	FNE ACTUALIZADO	FNEACT. ACUM.
0	-112.572	1	-112571,636	-112571,64
1	13.945	0,90334	12596,82091	-99974,82
2	30.757	0,81603	25098,73202	-74876,08
3	49.736	0,73715	36662,89798	-38213,19
4	71.203	0,6659	47414,0974	9200,91
5	159.281	0,60154	95813,51586	105014,43
VAN 1				105014,43

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Análisis: Significa que la inversión y el tiempo actual representan los **\$105014,43** es decir el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero, debido a que los dineros invertidos en el proyecto rinden más que la tasa de oportunidad (10,70%) por lo tanto es aceptable.

VAN NEGATIVO

I = -51%

Cuadro No 69: VAN Negativo

VALOR ACTUAL NETO 2				
VALORES CORRIENTES				
AÑO	INVERSIÓN	FACTOR ACTUALIZADO	FE ACTUALIZADO	FEAA
0	(112.572)	1	-112571,636	- 112571,64
1	13.945	0,66225	9234,887914	- 103336,75
2	30.757	0,43858	13489,4154	-89847,33
3	49.736	0,29045	14445,70731	-75401,63
4	71.203	0,19235	13695,88756	-61705,74
5	159.281	0,12738	20289,91113	-41415,83
VAN 2				-41415,83

Fuente: Equipo de Trabajo

Elaborado por: Manuel Loja

Análisis: Se tiene un Valor Actual Neto negativo que alcanza los -41415,83 tomando en consideración una tasa de actualización de -51% para realizar su respectivo cálculo.

4.3.8.4.2. Tasa Interna de Retorno

Se define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero, es decir, se efectúan tanteos con diferentes tasas de descuento consecutivas hasta que el VAN sea cercano o igual a cero y obtengamos un VAN positivo y uno negativo.

Si $TIR >$ tasa de descuento: El proyecto es aceptable.

Si $TIR =$ tasa de descuento: El proyecto es postergado.

Si $TIR <$ tasa de descuento: El proyecto no es aceptable.

Cuadro No 70: Resumen del VAN

VAN	FEAA	I
VAN +	105014,43	10,70%
VAN -	-41415,83	-51,00%

Fuente: Equipo de Trabajo

Elaborado por: Manuel Loja

$$TIR = r1 + (r2 - r1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 11 + (34 - 11) \frac{105014,43}{105014,43 - 41415,83}$$

$$TIR = 32,33\%$$

Análisis: La inversión se justifica desde el punto de vista financiero ya que la Tasa Interna de Retorno es mayor (32,33%) que la tasa mínima de oportunidad (10,70%).

4.3.8.4.3. Período de Recuperación de la Inversión

Se define como el período que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto. La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial.

El período de recuperación se usa para evaluar las inversiones propuestas, es el tiempo exacto que requiere la empresa para recuperar su inversión inicial en un proyecto, y se calcula a partir de las entradas de efectivo. Las bases para el cálculo se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro No 71: Periodo de Recuperación de la Inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS ANUALES	FLUJOS ACUMULADOS
0	112.572		-112571,64
1		13.945	-99974,82
2		30.757	-74876,08
3		49.736	-38213,19
4		71.203	9200,91
5		159.281	105014,43
INVERSIÓN		112.572	

Fuente: Equipo de Trabajo

Elaborado por: Manuel Loja

Después de calcular los flujos acumulados se determina entre que cantidades se encuentra el valor de la inversión y en este caso se encuentra entre el número 1 y 2, por lo que el año base es 1, y a continuación se procede a calcular la fracción del año o en otras palabras los meses que se añadirán al uno y en los que se recuperará la inversión a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Período de Recuperación} = \frac{\text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO 1}} * 12$$

$$\text{Período de Recuperación} = \frac{112.572}{13.945} * 12$$

Periodo de recuperación = 2

La inversión se recuperará en 3 años y 2 meses, es decir; que el tiempo restante es de rentabilidad líquida.

Cuadro No 72: Periodo de Recuperación

AÑOS	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN	- 112.571,64					
PRI		13.944,68	30.757,22	49.735,86	79.389,53	159.281

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Cuadro No 73: Periodos de Recuperación

	INVERSIÓN	INGRESOS	FALTANTE
PRI=	-11.571,64	94.437,76	18.133,88

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

Cuadro No 74: Periodo de Recuperación

	AÑOS	MESES
PRI=	3	2

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

La inversión se recuperará en 3 años y 2 meses, es decir; que el tiempo restante es de rentabilidad líquida.

4.3.8.5. Relación Beneficio/Costo

La relación Beneficio Costo mide el cociente entre los ingresos y costos descontados. Se calcula el valor actual tanto de los costos del proyecto como de los beneficios y obtenemos la relación Beneficio/Costo.

Un criterio tradicionalmente utilizado en la evaluación de proyectos es esta relación. La relación beneficio-costo mide la utilidad obtenida por cada unidad de capital invertido, es decir, mide la utilidad que genera el proyecto por cada dólar invertido.

$$RB/C (i)-1 = \frac{\sum_{j=0}^n VPIj (i)}{\sum_{j=0}^n VPEj (i)} - 1$$

Cuadro No 75: Recuperación de la Inversión

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
R\$/BC	13944,68	30757,22	49735,86	71202,95	159281,33
	1,11	1,23	1,36	1,5	1,66
R\$/BC	12596,82	25098,73	36662,9	47414,1	95813,52

Fuente: Equipo de Trabajo

Elaborado por: Manuel Loja

Cuadro No 76: Costo Beneficio

TOTAL FLUJOS	217586,06
INVERSIÓN	112571,64
COSTO/BENEFICIO	2,08
Prima(-)	1,00
R\$/BC	1,80

Fuente: Equipo de Trabajo

Elaborado por: Manuel Loja

Por cada unidad monetaria invertida la Cooperativa tendrá como mínimo \$ 1.08, para respaldar todas sus inversiones.

En relación a la teoría, si la relación beneficio costo es mayor a uno, la inversión es rentable.

4.3.8.5.1. Estructura de Costos

En cuanto a lo que tiene que ver con la estructura de costos del proyecto hay que tomar en cuenta diversas consideraciones y sobre todo diferenciar una estructura de costos entre una empresa de producción y una empresa del sector financiero como es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha Ltda.

Partiendo de los conceptos básicos de lo que es un costo que se define como la cantidad de dinero que una empresa dedica a la creación o producción de bienes o servicios pero si vamos un poco más allá de este enunciado y definimos los tipos de costos de acuerdo a su comportamiento que se clasifican en:

- Costos fijos
- Costos variables

Los costos fijos.- Son los que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen de producción; por ejemplo: los sueldos, la depreciación y entre otros.

Costos Variables.- Son las que cambian o fluctúan en relación a una actividad o volumen de producción. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas; por ejemplo: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción y las comisiones de acuerdo con las ventas.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Cuadro No 777: Estructura de Costo Publicitario

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Mensual	Total Anual
Radio Roja	Mes	12	22	264
Radio Ingapirca	Mes	12	24	288
Otros	Mes	12	20	448
TOTAL				1000

Cuadro No 78: Estructura de Costos

ESTRUCTURA DE COSTOS										
DETALLE	FIJOS					VARIABLES				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
Servicios Básicos	312,00	320,55	329,33	338,36	347,63					
Sueldos y Salarios	25854,48	26562,89	27290,72	28038,48	28806,74					
Alquiler	4320,00	4438,37	4559,98	4684,92	4813,29					
Depreciación	1423,95	1423,95	1423,95	1423,95	1423,95					
Amortización	2827,22	2827,22	2827,22	2827,22	2827,22					
Intereses Causados	246,00	255,84	266,08	276,72	287,79					
Publicidad						1000,00	1120,00	1200,00	1400,00	1600,00
TOTAL	34983,66	35828,83	36697,283	37589,659	38506,62	100,00	1120,00	1200	1400	1600

Fuente: Investigación Realizada

Elaboración: Manuel Loja

4.3.8.6. Punto de equilibrio

Punto en el cual la cooperativa no pierde ni gana, por ello ha sido menester calcularlo en función de la siguiente fórmula:

Datos:

Costos Fijos: 34983,66

Costos Variables: 1000

Ingresos totales: 116422,40

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE = \frac{34983,66}{1 - \left(\frac{100000}{116422,40}\right)}$$

$$PE = 35286,8$$

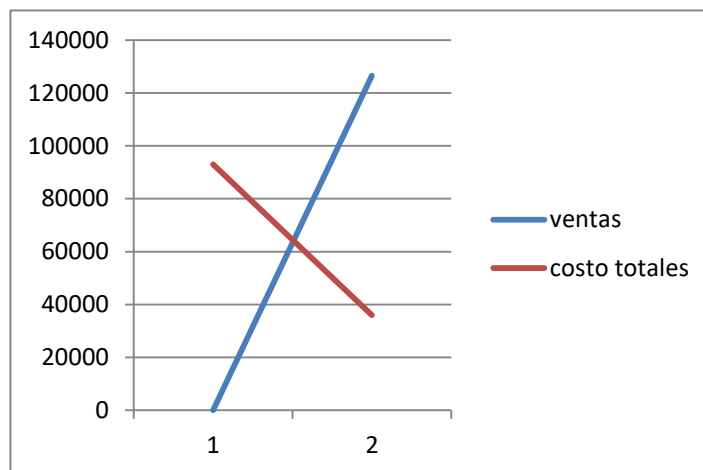


Figura No 29: Punto de Equilibrio

Elaboración: Manuel Loja

Es decir para que la sucursal de la cooperativa de ahorro y crédito Cacha Ltda., logra su punto de equilibrio en la venta de \$ **35286,8**dólares.

CONCLUSIONES

- Es factible la apertura de una agencia de la Cooperativa “Cacha” Ltda., debido a la factibilidad que tiene la idea podemos decir con seguridad que el ente financiero tendrá una buena aceptación en el mercado del cantón Cañar. Identificamos que existe un potencial de mercado, debido a la necesidad de una Cooperativa en el sector, la mayor parte de los encuestados realizan créditos considerándolo así un mercado potencial de crecimiento que puede ser captado.
- Es importante establecer reglas, políticas, estrategias, y lineamientos para otorgar créditos y lograr metas e indicadores de rendimiento, para implantar su sistema de control interno. Si no se conocen los resultados que la Cooperativa quiere alcanzar, es imposible definir las medidas necesarias para lograrlos y evaluar su grado de cumplimiento en forma periódica.
- El propósito de establecer reglas, políticas, estrategias, y lineamientos para otorgar créditos es para actuar como agentes del cambio, por tanto, es nuestra responsabilidad cambiar, eliminando en lo posible todos los procesos y mecanismos innecesarios que conlleven a desvíos y demoras en la actividad operativa de la Institución
- De acuerdo al análisis de la gestión de procesos, el plan de negocios tiene varias perspectivas que nos han permitido conseguir distintos objetivos con el fin de aplicar el cuadro de mando integral y poder obtener finalmente un plan de acción de acuerdo a las estrategias establecidas.

RECOMENDACIONES

- Por lo expuesto, se recomienda al Consejo de Administración de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Cacha” Ltda., considerar como factible la apertura o implementación de la oficina, ya que estudios realizados han demostrado que el plan de negocios es rentable, solo que hay que aplicar plan de marketing para hacer conocer los servicios financieros que ofrece la Cooperativa.

- La implementación reglas, políticas, estrategias, y lineamientos para otorgar créditos permitirá plantear el establecimiento de normas para la toma de decisiones efectivas, tanto a nivel financiero como a nivel administrativo (gerencial) creando una cultura organizacional de emprendimiento y responsabilidad en la consecución de los objetivos institucionales por parte de personal y funcionarios de la Cooperativa.

- La elaboración de un Plan de Desarrollo Institucional, donde se contemple objetivos y metas en términos de cuantificación y calificación bajo índices de rendimiento debe ser puesto en marcha inmediatamente con la finalidad de evaluar el grado de cumplimiento reglas, políticas, estrategias para otorgar créditos.

- Es necesario que la Institución empiece a desarrollar estrategias de mercadeo que fortalezcan la imagen, con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento en el mercado que le permita desarrollarse con facilidad, conjuntamente con nuevas estrategias y aplicación de controles que le aseguren el cumplimiento de los distintos objetivos y metas planteadas para el mejor desempeño de la Cooperativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Gabriel Urbina, G. (2010) Evaluación de Proyectos 6^a ed. México: Me Graw Hill.
- Zapata Sánchez, P. (2010) Contabilidad General 7^a ed. Bogota: Me Graw Hill
- Robbins, Stephen P. y Coulter Mary (2010) Administration 10^a ed. México.
- Backer, M. (1988) Contabilidad de Costos 2^a ed. México: Me Graw Hill.
- Achic, L. (1988) Metodología de la investigación Social Cuenca: Idis.
- Gabriel Urbina, G. (2010) Evaluación de Proyectos 4^a ed. México: Me Graw Hill.
- Vásquez G. (1989) Cooperativismo^a a ed. Quito: Grafica Señal
- Valera, R. (1989) Evaluación Económica de Inversiones Bogotá: Norma

WEBGRAFIA

- <http://www.monografias.com/trabajos82/el-punto-de-equilibrio/el-punto-de-equilibrio.shtml> (Recuperado 05 de Octubre del 2014)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cooperativa> (Recuperado 17 de Abril del 2014)
- <http://www.inclusion.gob.ec/> (Recuperado 23 de Octubre del 2014)
- <http://www.seps.gob.ec/web/guest/sector-asociativo> (Recuperado 10 de junio del 2014)
- <http://www.monografias.com/trabajos66/finanzas-venezuela/finanzas-venezuela.shtml> (Recuperado 18 de Abril del 2014)
- <http://www.biess.fin.ec/hipotecarios> (Recuperado 29 de Agosto del 2014)
- http://es.wikipedia.org/wiki/Riesgo_pa%C3%ADs (Recuperado 06 de Septiembre del 2014)
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/> (Recuperado 11 de Octubre del 2014)
- <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha> (Recuperado 15 de Septiembre del 2014)
- <http://www.monografias.com/trabajos27/regresion-simple/regresion-simple.shtml> (Recuperado 23 de Agosto del 2014)

ANEXOS

Fase cualitativa

Objetivos cualitativos vs preguntas abiertas

Anexo No 1: Fase Cualitativa

Objetivos de la Información Cualitativa	Preguntas abiertas de la Información Cualitativa
Conocer la necesidad de una nueva cooperativa en el cantón	1.- ¿Conoce usted lo que es una Cooperativa de Ahorro y Crédito? 2.- ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de una nueva cooperativa de ahorro y crédito en el cantón?
Determinar en el mercado que instituciones financieras son las más acogida	3.- ¿Qué busca usted en una Cooperativa de ahorro y crédito? 4.- ¿Comente los nombres de Cooperativas de Ahorro y Crédito existentes en el cantón Cañar que se venga a la mente en este momento?
Conocer el nivel de ahorro de la población	5.- ¿Ahorra usted actualmente? 6.- ¿Con que frecuencia ahorra usted?

<p>Conocer la disponibilidad de la personas para realizar un crédito.</p>	<p>7.- ¿En cuánto tiempo está pensando hacer usted un crédito?</p> <p>8.- ¿Qué aspectos influirían para que considerara adquirir un crédito?</p> <p>9.- ¿Al adquirir un crédito en que lo invertiría?</p>
<p>Determinar la capacidad de inversión de las personas</p>	<p>10.- ¿Invierte usted en una Cooperativa de ahorro y crédito?</p>
<p>Conocer el nivel de confianza de las personas</p>	<p>11.- ¿Qué nivel de confianza tiene usted en las cooperativas de ahorro y crédito?</p>
<p>Identificar los medios de comunicación para dar a conocer a una institución financiera</p>	<p>12.- ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza usted?</p> <p>13.- ¿De los medios escogidos, indique de cada uno de ellos el que más le guste?</p>

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Manuel Loja

Anexo No 2: Guion de Entrevista

GUION DE ENTREVISTA

1.- ¿Conoce usted lo que es una Cooperativa de Ahorro y Crédito?

SI	
NO	

2.- ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de una nueva cooperativa de ahorro y crédito en el cantón?

SI	
NO	

3.- ¿Qué busca usted en una Cooperativa de ahorro y crédito?

.....

4.- ¿Comente los nombres de Cooperativas de Ahorro y Crédito existentes en el cantón Cañar que se venga a la mente en este momento?

.....
.....
.....

5.- ¿Ahorra usted actualmente?

SI	
NO	

6.-¿Con que frecuencia ahorra usted?

.....
.....

7.- ¿En cuánto tiempo está pensando hacer usted un crédito?

.....

8.- ¿Qué aspectos influirían para que considerara adquirir un crédito?

Que se brinden asesorías () La Tasa de interés () Facilidad de pagos ()
Facilidad de trámite ()

9.- ¿Al adquirir un crédito en que lo invertiría?

.....

10.- ¿Invierte usted en una Cooperativa de ahorro y crédito?

.....

11.- ¿Qué nivel de confianza tiene usted en las cooperativas de ahorro y crédito?

CATEGORIA	Respuesta
Del 100% al 75%	
Del 74% al 50%	
Del 49% al 25%	
Del 24% al 1%	

12.- ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza usted?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	DE	RESPUESTA
TV		
Radio		
Diario		
Redes Sociales		

13.- ¿De los medios escogidos, indique de cada uno de ellos el que más le guste?.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	RESPUESTA
TV:	
• TC	
• RTS	
• Teleamazonas	
Radio:	
• Mega	
• Ingapirca	
• Cumbres	
• Suscal	
Redes Sociales:	
• Hotamil	
• Yahoo	
• Facebook	
Diario:	
• Extra	
• Comercio	
• Prensa	
• Revista	

Fase cuantitativa

Objetivos Cuantitativos vs Preguntas Cerrados

Anexo No 3: Fase Cuantitativa

Objetivos de la información Cualitativa	Preguntas Cerradas de la Información cualitativa	Instrucción de Respuestas
Conocer la necesidad de una nueva cooperativa	1.- ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en el Cantón, que satisfaga sus expectativas con rapidez en sus trámites y con una adecuada atención a sus socios y clientes? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2.- ¿Se encuentra afiliado/a a alguna Cooperativa de Ahorro y Crédito? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.
Determinar en el mercado que instituciones financieras son las más escogidas	3.- ¿Qué Cooperativas de Ahorro y Crédito conoce usted?	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.
	4.- ¿Ahorra usted actualmente?	

<p>Conocer el nivel de Ahorro de la población</p>	<p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>5.- ¿A qué actividad destina sus ahorros?</p> <p>Micro Empresa <input type="checkbox"/></p> <p>Comercio <input type="checkbox"/></p> <p>Artesanía <input type="checkbox"/></p> <p>Consumo <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p>	<p>Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.</p>
<p>Conocer la disponibilidad de la personas para realizar un crédito.</p>	<p>6.- ¿Dispone de la cantidad de dinero suficiente para desarrollar su actividad?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>7.- ¿Estaría dispuesto/a a realizar un crédito?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>8.- ¿En cuánto tiempo está pensando hacer usted un crédito?</p> <p>Un mes <input type="checkbox"/></p> <p>Dos meses <input type="checkbox"/></p> <p>Seis meses <input type="checkbox"/></p> <p>Nueve meses <input type="checkbox"/></p> <p>Un año <input type="checkbox"/></p>	<p>Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.</p>

	<p>9.- ¿A qué actividad destinaria su crédito?</p> <p>Micro empresa <input type="checkbox"/></p> <p>Comercio <input type="checkbox"/></p> <p>Artesanía <input type="checkbox"/></p> <p>Consumo <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p> <p>10.- ¿En caso de optar por un crédito cual sería la forma de pago que estaría dispuesto a asumir?</p> <p>Diarios <input type="checkbox"/></p> <p>Semanal <input type="checkbox"/></p> <p>Quincenal <input type="checkbox"/></p> <p>Mensual <input type="checkbox"/></p> <p>Trimestral <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p> <p>11.- ¿Qué cantidad de dinero requeriría solicitar usted?</p> <p>500 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>1000 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>1500 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>2000 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>2500 dólares <input type="checkbox"/></p>	
--	---	--

	3000 dólares <input type="checkbox"/> 3500 dólares <input type="checkbox"/> 4000 dólares <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	
Determinar la capacidad de inversión de las personas	12.- ¿Invierte usted en una Cooperativa de ahorro y crédito? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.
Conocer el nivel de satisfacción de las personas	13.- Indique la satisfacción que le brinda su actual cooperativa? Completamente insatisfecho <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/> Ni satisfecho ni insatisfecho <input type="checkbox"/> Satisfecho <input type="checkbox"/> Muy satisfecho <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> 14.-Cómo considera usted los requisitos necesarios al solicitar un crédito? Muy exigentes <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> 15.- ¿Ha pensado usted cambiarse a otra cooperativa de ahorro y crédito? Si me cambiaría <input type="checkbox"/> Indeciso <input type="checkbox"/>	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.

	<p>Mantendré la actual cooperativa <input type="checkbox"/></p> <p>Probablemente después. <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p>	
<p>Conocer las debilidades de las instituciones financieras en el cantón</p>	<p>16.- ¿Indique cuáles son las debilidades o problemas que usted ha notado en las Cooperativas de Ahorro y Crédito?</p> <p>Servicio al cliente Malo <input type="checkbox"/></p> <p>Dificultad de Retiro <input type="checkbox"/></p> <p>Pérdida de Tiempo <input type="checkbox"/></p> <p>Falta de personal Capacitado <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguna <input type="checkbox"/></p>	<p>Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.</p>
<p>Identificar los productos y servicios financieros que requiere la población</p>	<p>17.- ¿Qué tipos de productos y servicios financieros requeriría usted, que ofrezca la nueva cooperativa de Ahorro y Crédito?</p> <p>Ahorro a la vista <input type="checkbox"/></p> <p>Ahorro ágil <input type="checkbox"/></p> <p>Ahorro productivo <input type="checkbox"/></p> <p>Ahorro meta (programado) <input type="checkbox"/></p> <p>Capital emprendedor <input type="checkbox"/></p> <p>Micro crédito <input type="checkbox"/></p> <p>Microcrédito crediágil <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p> <p>18.- ¿Qué servicios adicionales desearía que ofreciera la nueva cooperativa de ahorro y crédito?</p> <p>Pago de servicios básicos <input type="checkbox"/></p> <p>Bono de desarrollo humano <input type="checkbox"/></p> <p>Aporte al IESS <input type="checkbox"/></p>	<p>Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.</p>

	Pago de impuestos del SRI <input type="checkbox"/> Pago de Matricula Vehicular <input type="checkbox"/> Pago de SOAT <input type="checkbox"/> Pago de TV Cable Planes de recargas electrónicas (Movistar, Claro) <input type="checkbox"/> Transferencias de remesas internacionales <input type="checkbox"/>	
Conocer los tipos de incentivos adicionales que le gustaría recibir como socio.	19.- ¿Qué tipo de incentivos adicionales le gustaría recibir como socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito? Sorteos de electrodomésticos. <input type="checkbox"/> Atención médica <input type="checkbox"/> Atención odontológica <input type="checkbox"/> Viajes turísticos <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.
Identificar los medios de comunicación para dar a conocer a una institución financiera	20.- ¿Qué medio de comunicación prefiere para informarse? RADIO Radio Ingapirca <input type="checkbox"/> Radio Mega <input type="checkbox"/> Radio Cumbres <input type="checkbox"/> Radio Canela <input type="checkbox"/> CANALES DE TV RTS <input type="checkbox"/> Tele amazonas <input type="checkbox"/> TC <input type="checkbox"/> Gamavisión <input type="checkbox"/> DIARIOS Prensa <input type="checkbox"/> Extra <input type="checkbox"/> Comercio <input type="checkbox"/>	Marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.

	REDES SOCIALES	
	Facebook <input type="checkbox"/>	
	Twitter <input type="checkbox"/>	
	Hotmail <input type="checkbox"/>	
	Yahoo <input type="checkbox"/>	

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Manuel Loja

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

Anexo No 4: Cuestionario de Encuesta

Objetivo: Obtener información que permita conocer al mercado objetivo para la apertura de una Cooperativa de Ahorro y crédito, dicha información nos ayudara a determinar la aceptación en el mercado.

Instrucciones.

Lea detenidamente cada pregunta y marque con una (x) en el casillero que sea de su elección.

1.- ¿Estaría usted de acuerdo con la apertura de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en el Cantón, que satisfaga sus expectativas con rapidez en sus trámites y con una adecuada atención a sus socios y clientes.

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Se encuentra afiliado/a a alguna Cooperativa de Ahorro y Crédito?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Qué Cooperativas de Ahorro y Crédito conoce usted?

COOPERATIVAS	RESPUESTAS
SumakYary	
Wiñary	
América	
Biblia	
Cañar	
Codefis	
Pakarimuy	
Sisay	
Esencia Indígena	
Jardín Azuayo	
Atlántida	
Solidario	
Inti	
Otros	

4.- ¿Ahorra usted actualmente?

SI	
NO	

5.- ¿A qué actividad destina sus ahorros?

DESTINO DE AHORRO	RESPUESTAS
Micro Empresa	
Comercio	
Artesanía	
Consumo	
Ninguno	

6.- ¿Dispone de la cantidad de dinero suficiente para desarrollar su actividad?

SI	
NO	

7.- ¿Estaría dispuesto/a a realizar un crédito?

SI	
NO	

8.- ¿En cuánto tiempo está pensando hacer usted un crédito?

Tiempo de Préstamo	RESPUESTAS
Un mes	
Dos meses	
Seis meses	
Nueve meses	
Un año	

9.- ¿A qué actividad destinaria su crédito?

DESTINO DE CRÉDITO	RESPUESTAS
Micro Empresa	
Comercio	
Artesanía	
Consumo	
Ninguno	

10.- ¿En caso de optar por un crédito cual sería la forma de pago que estaría dispuesto a asumir?

FORMA DE PAGO	RESPUESTA
Diarios	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Trimestral	
Otros	

11.- ¿Qué cantidad de dinero requeriría solicitar usted?

CANTIDAD DE DINERO	RESPUESTA
500 Dólares	
1.000 Dólares	
1.500 Dólares	
2000 Dólares	
2.500 Dólares	
3.000 Dólares	
3.500 Dólares	
4.000 Dólares	
Otros	

12.- ¿Invierte usted en una Cooperativa de Ahorro y Crédito?

SI	
NO	

13. ¿Indique la satisfacción que le brinda su actual cooperativa?

PARÁMETRO	RESPUESTAS
Completamente insatisfecho	
Insatisfecho	
Ni satisfecho ni insatisfecho	
Satisfecho	
Muy satisfecho	
Ninguno	

14.-Cómo considera usted los requisitos necesarios al solicitar un crédito?

PARÁMETRO	RESPUESTAS
Muy exigentes	
Normal	
Deficiente	
Otros	

15.- ¿Ha pensado usted cambiarse a otra cooperativa de ahorro y crédito?

LEALTAD	RESPUESTA
Si me cambiaría	
Indeciso	
Mantendré la actual cooperativa	
Probablemente después.	
Ninguno	

16.- ¿Indique cuáles son las debilidades o problemas que usted ha notado en las Cooperativas de Ahorro y Crédito?

PROBLEMAS	RESPUESTA
Servicio al cliente malo.	
Dificultad de retiro	

Pérdida de tiempo	
Falta de personal capacitado	
Ninguno	

17.- ¿Qué tipos de productos y servicios financieros requeriría usted, que ofrezca la nueva cooperativa de Ahorro y Crédito?

PRODUCTO Y SERVICIO FINANCIEROS	MENCIÓN
Ahorro a la vista	
Ahorro ágil	
Ahorro productivo	
Ahorro meta (programado)	
Capital emprendedor	
Microcrédito	
Microcrédito Crediágil	
Otros	

18.- ¿Qué servicios adicionales desearía que ofreciera la nueva cooperativa de ahorro y crédito?

SERVICIOS	MENCIÓN
Pago de servicios básicos	
Bono de desarrollo humano	
Aportes del IESS	
Pago de impuestos del SRI	
Pago Matriculación Vehicular	
Pago de SOAT	
Pago de TV Cable	
Planes de recargas electrónicas (Movistar, Claro)	
Transferencias de remesas internacionales	

19.- ¿Qué tipo de incentivos adicionales le gustaría recibir como socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito?

BENEFICIOS	MENCIÓN
Sorteos de electrodomésticos	
Atención médica	
Atención odontológica	
Viajes turísticos	
Otros	

20.- ¿Qué medio de comunicación prefiere para informarse?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	RESPUESTA
RADIO	
Radio Ingapirca	
Radio Mega	
Radio Cumbres	
Radio Canela	
CANALES DE TV	

RTS	
Tele amazonas	
TC	
Gamavisión	
DIARIOS	
Prensa	
Extra	
Comercio	
REDES SOCIALES	
Facebook	
Twitter	
Hotmail	
Yahoo	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "CACHA LTDA".

REGLAMENTO DE CREDITO

REGLAMENTO DE CREDITO Y COBRANZAS

El Consejo de Administración en uso de sus atribuciones y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 34 numeral 4 del Reglamento General de la Ley de Economía Popular y Solidaria y lo que dispone el Estatuto Social Adecuado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "CACHA LTDA", determinan las atribuciones que le corresponde al Consejo de Administración, acuerda expedir el presente Reglamento:

CAPITULO I

POLÍTICA GENERAL DE CREDITO

Art. 1. *Ámbito de Aplicación.* El Consejo de Administración, es el organismo que determina las políticas sobre el instructivo de Crédito de la Cooperativa, por las atribuciones que le confiere la Ley de Economía Popular Y Solidaria, su Reglamento General y el Estatuto Social Adecuado. La Comisión de Crédito, Gerencia y el Departamento de Crédito y Cobranzas, son los organismos encargados de la aplicación de este instructivo, y conforme determina el Estatuto.

Art. 2. La Cooperativa de Ahorro y Crédito “CACHA LTDA”, cumplirá el objetivo principal del servicio de crédito al proporcionar a los socios y clientes de la Cooperativa, los recursos financieros necesarios y adecuados a sus posibilidades de pago, condicionados a las disposiciones de este reglamento y las políticas de nuestra cooperativa.

Art. 3. El Crédito, es un servicio que la Cooperativa ofrece a sus socios, y clientes con el propósito de facilitarles el dinero que requieren para solucionar necesidades tales como:

- a. Consolidación de deudas
- b. Pago de gastos Médicos
- c. Construcción, reparación y ampliación de vivienda
- d. Adquisición de bienes muebles e inmuebles
- e. Incremento de negocio
- f. Mejoras en el hogar
- g. Viajes de placer [Vacaciones)
- h. Compra de computadoras y otros equipos
- i. Compra de vehículo
- j. Inicio y ampliación de actividades agrícolas, comerciales, industriales, etc.

Art. 4. La atención de la demanda crediticia se realizará en forma ágil, eficiente y segura: en función de la disponibilidad de recursos de la Cooperativa. Previo informe mensual de Gerencia y Auditoría Interna (cuando por su crecimiento

exista), mismo que será entregado a la Comisión de Crédito y al Jefe de Crédito.

Art. 5. Los créditos que otorgue la Cooperativa serán el resultado del estudio efectuado por el Jefe de Crédito, el Asistente de Crédito y la Comisión de Crédito sobre la base del análisis, evaluación y calificación del riesgo crediticio en base a las CINCO "C" DEL CREDITO:

- ✓ **Carácter:** Integridad /Deseo de pagar/ Características morales y éticas de los socios y clientes.
- ✓ **Capacidad:** Capacidad de pago como primera fuente de repago.
- ✓ **Capital:** Solvencia económica y financiera.
- ✓ **Condiciones:** Situación económica macro y micro/ Situación de mercado/ Situación política.
- ✓ **Colateral:** Garantías adecuadas y suficientes que respalden la recuperación cuando no exista capacidad de pago.

Art.6. Los créditos se otorgarán de acuerdo al ingreso de la solicitud y de la disponibilidad económica de la cooperativa.

Art. 7. El primer lugar de importancia en la evaluación del crédito será la capacidad de pago del socio que permita recuperar el capital y los intereses en el plazo acordado.

Art. 8. Funciones de La Comisión de Crédito

La Comisión de Crédito tiene las siguientes funciones:

- a. Aprobar o negar los préstamos solicitados por los socios y clientes dejando constancia escrita.
- b. Solicitar a Gerencia un informe mensual, para conocer la disponibilidad económica.
- c. Sugerir al Consejo de Administración la necesidad de cambios en las políticas de crédito.
- d. La Comisión de Crédito tiene la obligación de sentar en el libro de actas respectivo el resumen de cada una de las sesiones llevadas a cabo y de extractar los datos estadísticos que se requieran.
- e. Rendir informes mensuales al Consejo de Administración y Vigilancia;

semestralmente a la Asamblea General de Representantes, haciendo observaciones que tengan por objeto mejorar el servicio del crédito.

Art. 9. De la Calificación, Autorización y Aprobación de los Créditos

El Comité de Crédito aprueba los Créditos Ordinarios;

- a. El Comité de Crédito revisa y registra en actas los créditos;
- b. El Jefe de Crédito califica los Créditos Ordinarios;
- c. El Asistente de Crédito califica y aprueba los créditos: Emergente y Crediagil;
- d. Para la aprobación de los créditos de los empleados autorizará el Consejo de Administración.

CAPITULO II

SUJETO DE CRÉDITO

Art.10. Los socios debidamente registrados de la cooperativa, clientes y los empleados de la Cooperativa bajo relación de dependencia con (Instructivo especial), que cumplan con los siguientes requisitos:

- a. Ser socio activo;
- b. Cubrir el encaje correspondiente al crédito solicitado;
- c. Calificación del crédito;
- d. Estar al día en el pago de los aportes mensuales:
 - Ahorro cautivo
 - Certificados de aportación
- e. Estar al día en el pago de las obligaciones crediticias como son:
 - Crédito emergente
 - Crediagil
 - Crédito ordinario
- f. No ser garante de socio en mora;
- g. Cumplir positivamente en la calificación del buró de crédito con un score mínimo de 600 puntos mínimo;
- h. El socio o cliente que tenga calificación menos de 600 hasta 300 puntos. Serán sujetos de crédito previo a otras exigencias ya sea por resoluciones pueda

adoptar la cooperativa,

- i. Menores a 299 puntos de score. En el buró de crédito, será negada su solicitud, hasta cuando solucione sus obligaciones con la entidad financiera y presente un certificado de la misma.