



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “NUEVA ESPERANZA CÍA. LTDA.” EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

Trabajo de titulación:

Tipo: proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

INGENIERA DE EMPRESAS

AUTORA: TORRES RODAS CINTHYA MIREYA

DIRECTOR: ING. OSCAR GRANIZO PAREDES MDE

Riobamba - Ecuador

2021

©2021, Torres Rodas Cinthya Mireya

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Torres Rodas Cinthya Mireya, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 29 de Julio del 2021



Torres Rodas Cinthya Mireya
CI. 171855699-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: el trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “NUEVA ESPERANZA CÍA. LTDA.” EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**, realizado por la señorita: **TORRES RODAS CINTHYA MIREYA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carlos Fernando Veloz Navarrete PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	2021/07/29
Ing. Oscar Granizo Paredes MDE DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	2021/07/29
Lic. Iván Bonifáz Arias Mgs. MIEMBRO DE TRIBUNAL	_____	2021/07/29

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con amor y cariño a cada uno de mis seres queridos quiénes han sido mis pilares fundamentales a lo largo de mi carrera universitaria.

Este trabajo está dedicado al ser máspreciado que tengo, mi pequeña hija Arianna, la cual me da la fortaleza para seguir creciendo tanto en mi vida personal como profesional.

Ella se ha convertido en el motor de mi vida, y me alienta a seguir superándome constantemente es por ella que acepte el reto más grande de mi vida y demostrar el gran sacrificio y amor que implica ser madre.

Cinthya

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme vida y salud para poder continuar con mi camino y superar cada reto impuesto en el mismo.

A mi familia que siempre estuvieron apoyándome y nunca dudaron de mis capacidades para cumplir esta meta

A mi amigo Victor Huacanez quien estuvo dispuesto a ayudarme en todo momento en la realización de la presente.

A la Escuela Superior de Politécnica de Chimborazo, en especial a la Facultad de Administración de Empresas quien me ha dado la oportunidad para desarrollarme como persona y profesional.

A los docentes que siempre estuvieron prestos a aportar con su conocimiento.

Cinthy

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1. Antecedentes de la investigación.....	2
1.2. Marco teórico.....	4
1.2.1. Definición de negocio.....	4
1.2.2. ¿Qué es un plan?.....	4
1.2.3. Tipos de planes.....	4
1.2.3.1. Plan estratégico.....	4
1.2.3.2. Plan de mercadeo.....	5
1.2.3.3. Plan de publicidad.....	5
1.2.4. Otros tipos de planes.....	5
1.2.4.1. Plan de negocio para empresa en marcha.....	5
1.2.4.2. Plan de negocio para nuevas empresas.....	6
1.2.4.3. Plan de negocio para inversionistas.....	6
1.2.4.4. Plan de negocios para administradores.....	6
1.2.5. ¿Qué es un planificar?.....	6
1.2.6. ¿Por qué planificar?.....	7
1.2.7. ¿Qué es plan de negocio?.....	7
1.2.8. Importancia de un plan de negocios.....	8
1.2.9. Finalidad de un plan de negocio.....	8
1.2.10. Elementos de un plan de negocios.....	9
1.2.11. Estructura básica de un plan de negocios CFN.....	9
1.2.11.1. Descripción del negocio.....	10
1.2.11.2. Nichos de mercados deseados.....	10
1.2.11.3. Posicionamiento del negocio.....	10

1.2.11.4.	<i>Competencia</i>	10
1.2.11.5.	<i>Costo de producción y desarrollo</i>	11
1.2.11.6.	<i>Ventas y marketing</i>	11
1.2.11.7.	<i>Fortalezas gerenciales</i>	11

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	12
2.1.	Enfoque de Investigación	12
2.1.1.	<i>Enfoque mixto</i>	12
2.2.	Nivel de investigación	12
2.2.1.	<i>Investigación descriptiva</i>	12
2.3.	Diseño de investigación	13
2.3.1.	<i>Diseño No Experimental</i>	13
2.3.2.	<i>Diseño transversal</i>	13
2.4.	Tipo de Estudio	13
2.4.1.	<i>Aplicada</i>	13
2.4.2.	<i>De Campo</i>	14
2.5.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	14
2.5.1.	<i>Método</i>	14
2.5.1.1.	<i>Método analítico</i>	14
2.5.2.	<i>Técnicas</i>	14
2.5.2.1.	<i>Encuesta</i>	14
2.5.2.2.	<i>Cuestionario</i>	14
2.5.2.3.	<i>Observación directa</i>	15

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	16
3.1.	Resultados	16
3.2.	Discusión de Resultados	26
3.3.	Propuesta	27
3.3.1.	<i>Título</i>	27
3.3.2.	<i>Descripción de la empresa</i>	27
3.3.2.1.	<i>Origen y desarrollo</i>	27
3.3.3.	<i>Ubicación geográfica</i>	29
3.3.3.1.	<i>Macro localización</i>	29

3.3.3.2.	<i>Micro localización</i>	29
3.3.4.	<i>Misión y Visión</i>	30
3.3.4.1.	<i>Misión</i>	30
3.3.4.2.	<i>Visión</i>	30
3.3.5.	<i>Política de calidad</i>	30
3.3.6.	<i>Valores</i>	30
3.3.6.1.	<i>Valores Corporativos</i>	31
3.3.7.	<i>Productos que ofrece la cooperativa</i>	32
3.3.7.1.	<i>Micro crédito</i>	32
3.3.7.2.	<i>Crédito de consumo</i>	32
3.3.7.3.	<i>Ahorro a la vista</i>	32
3.3.7.4.	<i>Mini socio</i>	32
3.3.7.5.	<i>Certificados de aportación</i>	32
3.3.7.6.	<i>Depósitos a plazo fijo</i>	33
3.3.8.	<i>Servicios que ofrece la cooperativa</i>	33
3.3.8.1.	<i>Servicios básicos</i>	33
3.3.8.2.	<i>Matriculación vehicular</i>	33
3.3.8.3.	<i>Bono de desarrollo</i>	33
3.3.9.	<i>Requisitos para formar parte de la Cooperativa</i>	33
3.3.9.1.	<i>Para ser socio</i>	33
3.3.9.2.	<i>Para ser ahorrista</i>	33
3.3.9.3.	<i>Para ser mini socio</i>	34
3.3.10.	<i>Estructura organizacional</i>	34
3.3.11.	<i>Funciones de los departamentos administrativo y operativos</i>	34
3.3.11.1.	<i>Asamblea general de representantes</i>	34
3.3.11.2.	<i>Consejo de administración</i>	35
3.3.11.3.	<i>Consejo de vigilancia</i>	35
3.3.11.4.	<i>Auditoria interna</i>	36
3.3.11.5.	<i>Gerente general</i>	36
3.3.12.	<i>Estudio de mercado</i>	36
3.3.12.1.	<i>Investigación de estudio de mercado</i>	36
3.3.12.2.	<i>Sondeo de mercado (propuesta de valor)</i>	37
3.3.12.3.	<i>Segmento de mercado</i>	37
3.3.12.4.	<i>Oferta y demanda</i>	38
3.3.12.5.	<i>Marketing Mix (plan de marketing y ventas)</i>	38
3.3.12.6.	<i>Marca y posicionamiento</i>	39
3.3.12.7.	<i>Posicionamiento de marcas en redes sociales</i>	40

3.3.13. Estudio técnico	41
3.3.13.1. <i>Sistema de distribución</i>	41
3.3.13.2. <i>Distribución de la planta</i>	41
3.3.14. Estudio organizacional	42
3.3.14.1. <i>Apertura de una nueva sucursal</i>	42
3.3.14.2. <i>Análisis interno</i>	43
3.3.14.3. <i>Determinación de fortalezas y debilidades</i>	43
3.3.14.4. <i>Misión y Visión</i>	45
3.3.14.5. <i>Organigrama estructural</i>	46
3.3.15. Estudio económico – financiero	51
3.3.16. Evaluación Financiera	60
3.3.16.1. <i>VAN</i>	60
3.3.16.2. <i>TIR</i>	61
3.3.16.3. <i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	61
CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	65
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Tabulación encuestas de edad.....	16
Tabla 2-3:	Tabulación del género de los encuestados	17
Tabla 3-3:	Tabulación del domicilio de los encuestados	18
Tabla 4-3:	Tabulación del área de trabajo de los encuestados.....	19
Tabla 5-3:	Tabulación de los principales socios según los encuestados	20
Tabla 6-3:	Tabulación de las áreas más concurridas según los encuestados.....	21
Tabla 7-3:	Tabulación de los principales servicios que son más concurridos por los socios según los encuestados	22
Tabla 8-3:	Tabulación de la preferencia de los socios según los encuestados	23
Tabla 9-3:	Tabulación de los resultados sobre la apertura de una nueva sucursal según los encuestados.....	24
Tabla 10-3:	Tabulación de los resultados obtenidos según los encuestados para el sector de apertura de la nueva oficina	25
Tabla 11-3:	Información general de la empresa	28
Tabla 12-3:	Posicionamiento en redes sociales	40
Tabla 13-3:	Análisis de los socios.....	43
Tabla 14-3:	Cliente potencial	43
Tabla 15-3:	Determinación de fortalezas y debilidades.....	43
Tabla 16-3:	Análisis FODA.....	44
Tabla 17-3:	Ventajas Competitivas	46
Tabla 18-3:	Funciones del gerente de la agencia.....	48
Tabla 19-3:	Funciones del cajero	49
Tabla 20-3:	Inversiones	51
Tabla 21-3:	Inversión activos fijos.....	51
Tabla 22-3:	Muebles y enseres.....	52
Tabla 23-3:	Equipo de Computo	52
Tabla 24-3:	Equipo de Oficina	52
Tabla 25-3:	Inversión en activos diferidos/gastos operacionales.....	52
Tabla 26-3:	Capital de trabajo.....	53
Tabla 27-3:	Ciclo de efectivo	53
Tabla 28-3:	Servicios Directos.....	53
Tabla 29-3:	Costo de servicio	54
Tabla 30-3:	Costo Directo Mensual	54
Tabla 31-3:	Costo Directo Anual	54

Tabla 32-3: Costos Indirectos	55
Tabla 33-3: Costos totales.....	55
Tabla 34-3: Gastos administrativos.....	56
Tabla 35-3: Sueldos y Salarios.....	56
Tabla 36-3: Servicios Básicos.....	56
Tabla 37-3: Suministros de Oficina	56
Tabla 38-3: Suministros de aseo y limpieza.....	57
Tabla 39-3: Arriendo de local	57
Tabla 40-3: Guardianía	57
Tabla 41-3: Gastos de venta.....	57
Tabla 42-3: Financiamiento	58
Tabla 43-3: Ingresos por captacion	58
Tabla 44-3: Ingresos por crédito	59
Tabla 45-3: Ingresos por crédito unitario	59
Tabla 46-3: Flujo de efectivo proyectado.....	60
Tabla 47-3: VAN	60
Tabla 48-3: TIR	61
Tabla 49-3: Periodo de recuperación de la inversión	61
Tabla 50-3: Estado de situación financiera proyectado	62
Tabla 51-3: Estado de resultados proyectado	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3.	Tabulación encuestas de edad.....	16
Gráfico 2-3.	Tabulación del género de los encuestados	17
Gráfico 3-3.	Tabulación del domicilio de los encuestados.....	18
Gráfico 4-3.	Tabulación del área de trabajo de los encuestados.....	19
Gráfico 5-3.	Tabulación de los principales socios según los encuestados	20
Gráfico 6-3.	Tabulación de las áreas más concurridas según los encuestados	21
Gráfico 7-3.	Tabulación de los principales servicios que son más concurridos por los socios según los encuestados.....	22
Gráfico 8-3.	Tabulación de la preferencia de los socios según los encuestados	23
Gráfico 9-3.	Tabulación de los resultados sobre la apertura de una nueva	24
Gráfico 10-3.	Tabulación de los resultados obtenidos según	25
Gráfico 11-3.	Estructura Organizacional de la COAC Nueva Esperanza Ltda	34
Gráfico 12-3.	Organigrama.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3.	Macro localización	29
Figura 2-3.	Micro localización.....	29
Figura 3-3.	Logo de la cooperativa nueva esperanza	39
Figura 4-3.	Canal de distribución.....	41
Figura 5-3:	Distribución de la Planta	42

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE LA ENCUESTA

RESUMEN

La presente investigación denominada plan de negocios para la sucursal de la cooperativa de ahorro y crédito “Nueva Esperanza cía. Ltda.” en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, tuvo como finalidad realizar un diagnóstico actual que permita elaborar estrategias adecuadas para la implementación de la nueva sucursal, velando por los intereses de los socios y aplicando una mejora continua en la venta de sus servicios. La metodología utilizada se basó en la realización de una encuesta a los colaboradores de la cooperativa, cuyos resultados mediante un análisis general determinaron que la mayor parte de los socios son del área urbana, y que es necesario la apertura de la nueva sucursal para disminuir la aglomeración de los socios en la matriz. La propuesta contuvo un análisis FODA el cual permitió conocer la situación actual de cooperativa para obtener un diagnóstico preciso para la toma de decisiones, un Estudio de Mercado que ayudó a conocer la demanda de los servicios que se requiere aplicar, cuenta con un plan de Marketing MIX donde se determinó precio, producto, plaza y promoción de los servicios, a demás se contó con estudio económico y financiero que detalla cada uno de los costos y gastos para la cooperativa. Se concluyó diciendo que es necesario la apertura de la nueva sucursal en Riobamba para mejorar el servicio y velar por la salud de los socios de la cooperativa. Se recomendó a la parte administrativa de la cooperativa aplicar las estrategias de posicionamientos de la institución para que tenga más reconocimientos por los servicios de calidad que esta oferta, ya que así la demanda aumentara.

Palabras claves: <PLAN DE NEGOCIOS>, <ESTRATEGIAS>, <SERVICIOS FINANCIEROS>, <COMPETITIVIDAD>, <INVESTIGACIÓN>.



25-08-2021

1641-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The present research called Business plan for the branch of the savings and credit cooperative "Nueva Esperanza Cía. Ltda." in the city of Riobamba, province of Chimborazo, the same that had the purpose of making a current diagnosis that allows the elaboration of adequate strategies for the implementation of the new branch, watching over the interests of the members and applying a continuous improvement in the sale of its services. The methodology used was based on a survey of the cooperative's collaborators, the results of which, through a general analysis, determined that most of the members are from the urban area and that the opening of the new branch is necessary to reduce the crowd of members in the head office. The proposal included a SWOT analysis which allowed us to know the current situation of the cooperative to obtain an accurate diagnosis for decision making. A market study that helped to determine the demand for the services to be applied, with a Marketing MIX plan where price, product, place, and promotion of the services were determined. In addition, there was an economic and financial study detailing each of the costs and expenses for the cooperative. It was concluded that the opening of the new branch in Riobamba is necessary to improve service and ensure the health of the cooperative's members. It was recommended to the administrative part of the cooperative to apply strategies to position the institution so that it has more recognition for the quality services it offers since this will increase demand.

Keywords: <BUSINESS PLAN>, <STRATEGIES>, <FINANCIAL SERVICES>, <COMPETITIVENESS>, <RESEARCH>.

INTRODUCCIÓN

Cuando hablamos de los sectores rurales nos referimos a los grandes campos y pueblos que dependen de una actividad económica y un sencillo pero exitoso manejo de los recursos, siendo así la consecuencia de la creación de los sistemas cooperativos.

Para la gente de un país, una cooperativa ayuda en el avance de las actividades productivas de las personas para satisfacer sus necesidades; en el Ecuador no es excepción.

Dado que una de las principales características de las cooperativas de ahorro y crédito brindar soporte financiero sin fines de lucro manejado democráticamente por los socios, enfocándose así por relaciones de solidaridad beneficio y ayuda mutua en medianos y pequeños empresarios, población rural y obreros.

Actualmente en el país existe una gran competencia de entidades financieras en el mercado, estas prestan servicios similares, de ahí que la cooperativa de ahorro y crédito Nueva Esperanza Ltda., busca innovar constantemente las estrategias administrativas que le permitan sobresalir entre la competencia y establecerse sólidamente, para el cumplimiento de los objetivos.

En el presente trabajo de investigación se ha desarrollado un Plan de Negocios para la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nueva Esperanza Cía. Ltda.” en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, la misma que busca entregar un mejor servicio a la ciudadanía a través de la nueva oficina logrando posesionarse en el mercado, captando nuevos socios, para poder cumplir con el mismo, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico interno y externo para determinar estrategias corporativas.
- Realizar los estudios administrativos, técnicos, legal y financiero para sustentarla factibilidad
- Diseñar un Plan de Negocios para la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nueva Esperanza Cía. Ltda.

El desarrollo de la presente investigación involucra la utilización de metodología investigativa es decir un trabajo de campo debido a que se realizó encuestas al personal de la cooperativa la cual permite obtener datos relevantes que corroboran la necesidad de aperturar una nueva oficina de la cooperativa dentro de la ciudad para disminuir la concurrencia de los socios en la oficina matriz, y precautelar la salud y bienestar de los mismos debido a la pandemia que se está viviendo mundialmente por el Covid-19.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de la investigación

Los antecedentes referentes a la presente investigación han permitido comprender con mayor claridad el ámbito de estudio, los cuales se pueden citar las siguientes investigaciones, para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se consideró tomar como base otros trabajos similares tales como:

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Marketing existe una tesis de Quiñaluiza Asqui Julio Clemente y Moreno Herrera Ángel Rodrigo que tiene relación con el presente trabajo y el cual tiene por título: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MINGA LTDA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO CANTON RIOBAMBA PERIODO 2014 -2015”, la misma que tiene como objetivo optimizar al máximo los recursos, realizar controles periódicos en las diferentes áreas con las que cuenta la cooperativa e implementar nuevas sucursales en los sectores estratégicos de la zona céntrica de la ciudad para de esa manera poder captar un mayor número de socios y clientes potenciales (Quiñaluiza & Moreno, 2015)

A demás presenta las siguientes conclusiones:

Se concluyó que la cooperativa no tiene definida un plan para controlar los recursos lo cual implica que existe una fuga de dichos recursos (Quiñaluiza & Moreno, 2015)

Se determinó que el socio al momento de preferir una Cooperativa de Ahorro y crédito busca una institución que les brinde estabilidad, seguridad, confianza y una buena atención a los socios. (Quiñaluiza & Moreno, 2015)

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda., realiza muy poca promoción y publicidad lo cual ha influido de manera directa ya que no puede direccionar estrategias competitivas lo que dificulta aún más para un posicionamiento en el mercado Riobambeño. (Quiñaluiza & Moreno, 2015)

Por otra parte, Rumipamba Allaica Jenny Pastora y Tierra Salao Alexandra Belén, estudiantes en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la Carrera Ingeniería en Marketing presentaron en su trabajo de titulación un tema relacionado con el “PLAN DE

NEGOCIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FERNANDO DAQUILEMA” LTDA., DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERIODO 2014-2015” la misma que tiene como finalidad de mejorar los procesos y procedimientos internos de la cooperativa para que de esta manera se entreguen mejores productos y servicios y así cumplir con las expectativas de los socios y clientes. (Rumipamba & Tierra , 2015)

Presentan las siguientes conclusiones:

La cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda., no tiene definido los procesos y procedimientos internos que se van a realizar durante el año y lo hacen de manera imprevisible; es decir carece de un Plan de Negocios que defina claramente los objetivos y estrategias a corto y largo plazo para la institución. (Rumipamba & Tierra , 2015)

El posicionamiento de un producto o servicio es la imagen que éste proyecta en relación con otros de la competencia, según los resultados obtenidos en la investigación de mercados realizado en la ciudad de Riobamba, la Coac. Fernando Daquilema Ltda., tiene un débil posicionamiento a nivel del mercado financiero local, debido a la falta de estrategias competitivas. (Rumipamba & Tierra , 2015)

Así también, Guato Curipallo, Liliana Marisol y Torres Quishpe, Silvana del Pilar, en su trabajo titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “KULLKI WASI” LTDA., DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA PARA EL PERIODO 2014-2015”., presentado en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en la Carrera Ingeniería en Marketing, en el trabajo de titulación en el 2015, tiene como objetivo primordial desarrollar un plan de negocios ayudará al gerente y a sus colaboradores a tomar decisiones acertadas y a realizar las debidas acciones correctivas donde sean necesarias de esa manera ser más eficientes en la prestación de servicios. (Guato & Torres, 2015)

Presentan las siguientes conclusiones:

El plan de negocios, que se realizó durante el desarrollo de la tesis, nos permitió enfocar con exactitud el contexto del problema, los alcances y limitaciones y al mismo tiempo desarrollar una propuesta, para dar a conocer y posicionar a la cooperativa (Guato & Torres, 2015)

Se ha podido comprobar que en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Kullki Wasi Ltda.” existen inconvenientes internos, que impide el desenvolvimiento de los empleados por falta de capacitaciones. (Guato & Torres, 2015)

1.2. Marco teórico

1.2.1. Definición de negocio

No se debe olvidar que una empresa o negocios se generan a partir de una idea, y luego se la ve reflejado en el mercado, por lo que es necesario saber qué significa y para qué sirve "una idea de negocio". (Romero O. , 2015)

Un negocio es una actividad económica que tiene como objetivo principal la obtención de beneficios económicos, mediante la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los demandantes. (Roldán, 2017)

Todo negocio tiene su origen a partir de una idea, y su principal actividad es la obtención de beneficios económicos, aquí intervienen los clientes que lograran satisfacer sus necesidades, es por esa razón que la Cooperativa Nueva Esperanza ha identificado estas necesidades y busca satisfacerlas.

1.2.2. ¿Qué es un plan?

El plan está relacionado con decisiones generales tomadas por la empresa, estas decisiones se consideran desde la perspectiva del gobierno, por ejemplo, el plan tiene como objetivo rastrear el proceso ideal de desarrollo nacional o de desarrollo empresarial. (Perez, 2015)

Un plan de negocios se define como la clave y el medio básico del éxito y consiste en una serie de actividades interrelacionadas, utilizadas para el establecimiento o desarrollo de la empresa, y una guía para promover el crecimiento o desarrollo de la misma. (Fleitman, 2000)

Para la Cooperativa Nueva Esperanza el plan de negocios es un instrumento muy importante, debido a que se podrá realizar todas las actividades previamente establecidas, logrando así el éxito y el posicionamiento en el mercado como una cooperativa de buena calificación.

1.2.3. Tipos de planes

1.2.3.1. Plan estratégico

En si el plan estratégico organiza una serie de análisis, decisiones y acciones para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a largo plazo. (Lumpkin & Dess, 2003)

Un plan estratégico es un documento que integra el posicionamiento actual y futuro de la empresa a nivel económico, financiero, estratégico y organizacional, su formulación detallada nos obligará a plantearnos preguntas sobre la organización, la forma de hacer las cosas y la formulación de estrategias. Según nuestro posicionamiento actual y esperado. (Milla & Martínez, 2008)

El plan estratégico para la Cooperativa Nueva Esperanza es de gran utilidad por que las estrategias planeadas en un presente se deberán ejecutar en un futuro serán sólidas y fructíferas.

1.2.3.2. *Plan de mercadeo*

Un plan de marketing es un documento que contiene los objetivos, estrategias y planes de acción relacionados con los elementos del Marketing-Mix, que ayudarán y harán posible a la implementación de la estrategia año a año. (Kotler & Armstrong , 2003)

Marketing es la integración de todas las actividades de la empresa centradas en la satisfacción del cliente y el beneficio.(Agueda, 2008)

El Marketing son las estrategias y planes que se van a poner en práctica para mantener la fidelidad o a su vez atraer nuevos clientes, para la Cooperativa Nueva Esperanza el Marketing permitirá que nuevos socios acudan a las instalaciones y formen parte de una cooperativa sólida que busca el bienestar común.

1.2.3.3. *Plan de publicidad*

Se debe realiza varias estrategias para encontrar el nicho de mercado objetivo para los productos de la empresa, aumentando así las ventas y lanzando nuevos productos. (Wells, Burnett, & Moriarty, 2006)

1.2.4. *Otros tipos de planes*

1.2.4.1. *Plan de negocio para empresa en marcha*

(Ramírez , 2019) Aquí se debe evaluar de forma independiente todo lo que tiene que ver con la nueva unidad de negocios, es decir se debe asignar todos los costos fijos de la empresa para todas las unidades de negocios sin excluir la nueva unidad.

Es decir que, para la apertura de la nueva oficina de la Cooperativa Nueva Esperanza, se debe considerar todos los gastos y costos existentes en la cooperativa, sin excluir la nueva oficina.

1.2.4.2. *Plan de negocio para nuevas empresas*

Un plan de negocios es una de las herramientas primordiales para la realización del diseño de la idea, es por eso que detalla cómo lograr el objetivo, la estrategia y otros pasos a seguir. (Moyano Catillejo, 2015)

Como ya lo dijimos el plan de negocios es de vital importancia para todas las nuevas empresas del mercado, este permite desde un inicio establecer cuáles son las principales claves a seguir y el medio básico para alcanzar el éxito en el mercado.

1.2.4.3. *Plan de negocio para inversionistas*

El plan de negocio no debe exceder las 30 páginas, además debe atraer el interés de los inversores y su contenido debe ser claro, debido a que la viabilidad financiera y el retorno de la inversión son las claves para la captación de inversores. (Moyano Catillejo, 2015)

1.2.4.4. *Plan de negocios para administradores*

El plan de negocio debe contener lo suficiente y necesario para facilitar la realización de las operaciones, metas y objetivos de la organización. (Mendoza, 2013)

Para la apertura de la nueva oficina de la Cooperativa Nueva Esperanza se debe detallar de manera clara y precisa todos los objetivos, estrategias, procesos, programas y presupuestos de todas las áreas

1.2.5. *¿Qué es un planificar?*

La planificación se refiere a la introducción de mayores acciones racionales y organizativas mediante el uso de una serie de procedimientos, es decir se trata de una serie de actividades y acciones interrelacionadas, que se planifican con anticipación para incidir en el avance de determinados eventos, mediante el uso eficaz de medios y recursos escasos o limitados para lograr la situación deseada.

Planificar es realizar actividades con una secuencia ordenada y lógicas para cumplir o cambiar el objetivo final, logrando tener una situación apropiada. (Ander-Egg, 1991)

La planificación incluye definir las metas de la organización, establecer una estrategia general para lograr estas metas y desarrollar un plan integral para integrar y coordinar el trabajo de la organización (Robbins & Couler, 2005)

Planificar todas las actividades que se van a realizar en la nueva oficina de la Cooperativa Nueva Esperanza nos permitirá lograr los objetivos planteados desde un inicio, debido a que las actividades se las llevará a cabalidad según lo que se esperaba.

1.2.6. *¿Por qué planificar?*

1. Para marcar una dirección, es decir saber dónde nos encontramos y hacia a donde queremos llegar
2. Dar a conocer a las personas los requisitos para alcanzar los objetivos es decir a donde quieren llegar
3. Reducir la incertidumbre es decir mirar los posibles problemas y preparar respuestas para la solución
4. Reducir las redundancias logrando así eliminar o disminuir la repetitividad de actividades de trabajo.
5. Establecer criterios para controlar es decir definir claramente las metas y objetivos a cumplir

Para la nueva oficina de la Cooperativa Nueva Esperanza se debe planificar para saber lo que vamos a hacer y hacia donde queremos llegar en cierto momento determinado, logrando así evitar o reducir el mayor número de contratiempos futuros, eliminar la duplicación de funciones y cumplir las metas y objetivos planeados.

1.2.7. *¿Qué es plan de negocio?*

Un plan de negocios es un documento claro, preciso y simple que es el resultado del proceso de planificación. El plan de negocio puede orientar el negocio porque muestra las actividades diarias desde los objetivos a alcanzar hasta las actividades a desarrollar. (Cardozo, 2012)

Un plan de negocios es un medio clave y básico del éxito y consiste en una serie de actividades relacionadas con el establecimiento o desarrollo de una empresa. Y guías para ayudar a la empresa a crear o crecer (Fleitman, 2000).

Se puede decir que un plan de negocios es un documento integral que ayuda a los emprendedores a analizar el mercado y planificar estrategias comerciales así se puede garantizar el crecimiento futuro y la gestión adecuada; ya sea en un negocio nuevo, logrando así evitar errores costosos. (Lambing & Kuehl, 1998)

El plan de negocio de la oficina de la Cooperativa Nueva Esperanza deberá estar claramente detallado lo que se va a realizar, sean procesos o actividades diarias para alcanzar los objetivos planeados, logrando crecer sólidamente al servicio de la ciudadanía.

1.2.8. *Importancia de un plan de negocios*

El plan de negocios de la organización se ha desarrollado rápidamente recientemente, especialmente porque la apertura al mercado global requiere que la empresa sea competitiva, es decir, que tenga buenos precios, productos de alta calidad, entrega puntual y especificaciones que cumplan con los requisitos del cliente. (Porter , 2007).

El plan de negocio de la oficina de la Cooperativa Nueva Esperanza es de mucha importancia debido a que así nos obliga a ser competitivos dentro de un mercado cambiante, es por esta razón que debe seguir ofreciendo y mejorando los servicios que se ofrecen en las instalaciones de la misma.

1.2.9. *Finalidad de un plan de negocio*

Para (Cardozo, 2012) manifiesta que la finalidad de plan de negocios es por lo general, brindan conveniencia para proyectos de inversión frente a financiadores de proyectos, inversionistas y patrocinadores. Esta es una función muy importante, pero no es la única conveniencia para hacer planes de negocios conscientemente.

El plan de negocio de la Cooperativa Nueva Esperanza permitirá dar a conocer a los directivos, auditores, e inversionistas como está la situación financiera, que tan fluida son los estados financieros, cual es la capacidad de endeudamiento y de pago ante diversas situaciones no controlables, si es conveniente o no seguir invirtiendo en la mismo o no.

1.2.10. Elementos de un plan de negocios

- **Meta u objetivo:** Las metas son consideradas los logros que se han realizado en los trabajos, también son las direcciones que se debe tomar para que se concluyan eficientemente. (Robbins & Couler, 2005)
- **Planes:** Son todos los documentos que contienen todos los pasos a seguir para que se puedan cumplir las metas propuestas. (Robbins & Couler, 2005)
- **Estrategia:** Son los recursos que se van a utilizar para que los planes se puedan desarrollar a cabalidad. (Bateman & Snell, 2009)
- **Políticas:** Son las normas que se deben cumplir para que todo lo planeado se desarrolle normalmente, para alcanzar las metas planeadas. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2008)
- **Procedimiento:** Son más actividades secuenciales que se van a realizar durante el transcurso del desarrollo de las metas. (Robbins & Couler, 2005)
- **Reglas (normas):** Son ordenes que se debe seguir rigurosamente, las cuales marcaran el orden y determinaran que si se puede desarrollar o no. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2008)
- **Programa:** Son las actividades a desarrollar para que se realicen correctamente los procedimientos pre existentes y se puedan cumplir las metas. (Robbins & Couler, 2005)
- **Presupuestos:** Es considerado el valor económico o numérico que se va a utilizar en la realización de una u otra actividad (Hernández Sampieri & Mendoza, 2008)

Son los recursos económicos que se dispone para el desarrollo del plan de negocios, en ellos se detallan los gastos que se van a tener, este presupuesto es desarrollado por todos los directivos y es revisado y aprobado por el inmediato superior. (Robbins & Couler, 2005)

Para el plan de negocio de la Cooperativa Nueva Esperanza se deberá detallar cada una de sus metas u objetivos que se quieren alcanzar en el tiempo no muy distante, al igual que explicar cuáles son los planes, las estrategias, la política necesaria, y por ende los procedimientos y las reglas que se deberán tener en consideración para el alcance de los objetivos, sin olvidarse de un de talle muy importante como es presupuestar todos los valores necesarios para la ejecución.

1.2.11. Estructura básica de un plan de negocios CFN

El Plan de Negocios es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable.

Se manifiesta que existen 7 pasos para posesionarse en el mercado, pero esto puede variar por la complejidad del negocio (CFN, 2016)

1.2.11.1. *Descripción del negocio*

La descripción comercial es la información básica de la empresa. Debe incluir la visión y misión, quién es usted, qué proporcionará, qué necesidades del mercado intentará satisfacer y por qué su idea de negocio es factible.

1.2.11.2. *Nichos de mercados deseados*

Para encontrar cual es el nicho de mercado se deberá tener en cuenta cual es el tipo de proyecto que se va a desarrollar.

1.2.11.3. *Posicionamiento del negocio*

El posicionamiento del mercado y el posicionamiento empresarial constituyen la forma en cómo queremos que el cliente acepte nuestro producto o servicio y como el mercado y la competencia percibe el mismo.

Es importante hacernos las siguientes preguntas.

- ✓ ¿Qué hace que nuestro producto o servicio sea único?
- ✓ ¿Qué necesidades del cliente cubre?
- ✓ ¿Cómo deseamos que la gente perciba los productos y servicios?

1.2.11.4. *Competencia*

Es una de las más importantes con ella podemos identificar si nuestro producto o satisface las necesidades de los clientes, es decir si está desarrollado para superar los diferentes obstáculos que se presentan en el mercado cambiante, gracias a ello podemos identificar cuáles serán nuestras principales compañías de la competencia,

1.2.11.5. *Costo de producción y desarrollo*

El costo de producción y desarrollo es considerado el presupuesto que entra en vigor, aquí se debe incluir el costo del diseño del prototipo y el costo de su producción, además incluir el costo de la mano de obra, y algún contratamiento que pudiese tener.

1.2.11.6. *Ventas y marketing*

Para las ventas y marketing está considerado toda la publicidad, promociones y propagandas que se debe realizar para que el producto tenga aceptación en el mercado, y sea consumido por los clientes, para ello se debe determinar el tiempo que sea necesario o a su vez generar una hoja de ruta, esto permite tener más inversionistas interesados en formar parte del negocio.

1.2.11.7. *Fortalezas gerenciales*

En el plan de negocios de nuestra empresa se debe considerar un buen equipo directivo es decir uno que este en las condiciones de tomar decisiones, y a su vez dirigir a su equipo de trabajo, ya que este será primordial para el correcto desarrollo de las metas y objetivos de la empresa. Cada uno de los integrantes del equipo de trabajo debe tener talento y experiencia relacionados con los negocios. (CFN, 2016)

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de Investigación.

En la presente investigación se implementó un enfoque mixto debido a que se analizó variables tanto cuantitativas como cualitativas.

2.1.1. *Enfoque mixto*

Los métodos mixtos son una agrupación de procesos de una investigación realizada previamente, en el que se procede a la recolección y análisis de datos estos a su vez son cuantitativos y cualitativos, logrando así entender y solucionar el problema existente (Hernández Sampieri & Mendoza, 2008)

Para el desarrollo de este documento se va a realizar a través de una investigación mixta, debido a que se tomara en cuenta dos métodos de investigación cuantitativo debido a que la forma de recolección de los datos se la hizo por medio de las encuestas donde se recogió los datos requeridos necesarios para posteriormente ser analizarlos y cualitativo permitió obtener nuevos conocimientos mediante el análisis del problema, es por esta razón que encontraremos en el transcurso de la investigación datos numéricos y criterios del personal funcional de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda., para obtener información más precisa para la apertura de la nueva oficina.

2.2. Nivel de investigación.

Para establecer los niveles de investigación se tomó en cuenta los objetivos planteados es decir el alcance que tendrá la investigación:

2.2.1. *Investigación descriptiva.*

En este tipo de descripción buscar especificar todas las características de las personas sea individual o colectivamente, para tener un resultado y someterlo a análisis. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2008)

Esta investigación es descriptiva ya que describirá la necesidad existente en cuanto a la apertura de la sucursal de la cooperativa.

2.3. Diseño de investigación

2.3.1. *Diseño No Experimental*

Este tipo de investigación se basa en la manipulación de las variables, es decir a partir de una previa observación detallada se procede al análisis de los datos. (Escamilla, 2013)

Se realizará una investigación no experimental, se trata de no alterar el fenómeno natural después de la observación realizada esta es sin cambiar las condiciones del proceso y los responsables.

Debido a esto, el diseño no experimental es el más apto para la creación del plan de negocios para la sucursal de la cooperativa, debido a que mediante la observación se puede obtener conclusiones y se puede aplicar estrategias de mejoramiento para dicha apertura y esta información ayudara a la elaboración del Plan Estratégico, por ende, se podrán cumplir los objetivos de forma eficientemente.

2.3.2. *Diseño transversal*

Este diseño de investigación se realizará por una sola intervención en el trabajo de campo, es decir que la recopilación de los datos se la realizara en un solo momento, describiendo y analizando las variables durante la investigación. (Hernández, 2004)

2.4. Tipo de Estudio.

2.4.1. *Aplicada*

El estudio realizado se lo aplicara en bienestar de los individuos o grupo de individuos, que participaron en los diferentes procesos de recopilación de información para la solución del problema, beneficiando a la sociedad en general. (Vargas, 2009)

En el transcurso de la investigación se realizó una investigación aplicada debido a que la recopilación de datos se la hizo una sola vez en un momento previo durante la investigación obteniendo información para el desarrollo de la misma.

2.4.2. De Campo

Son investigaciones realizadas en un entorno donde se desarrollan los problemas. La principal ventaja de este tipo de investigación es que, si la muestra es representativa, se puede resumir toda la población en función de los resultados obtenidos en la población muestreada. (Münch & Ernesto, 2015)

Esta investigación será realizada en la ubicación de los hechos, en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nueva Esperanza Ltda.”

2.5. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.5.1. Método

2.5.1.1. Método analítico

Una vez hecha la recolección de la información a través de encuestas realizadas a los trabajadores con la finalidad de llegar a la información requerida para la investigación, esta se someterá a un proceso de análisis, lo cual permitirá establecer estrategias como respuesta a la problemática.

2.5.2. Técnicas

Son los medios que permiten la recopilación de información de un hecho o situación particular, estas pueden ser observación, cuestionarios, entrevista entre otras más. (Rodríguez , 2010)

2.5.2.1. Encuesta

Es una de las principales técnicas que permiten recopilar información específica a un grupo muy amplio de personas, es decir qué tan aceptable es o no un producto o servicio, para ello se debe utilizar un cuestionario con preguntas pre establecido. (Naresh K., 2008)

Se aplicó la encuesta a los 26 trabajadores para conocer su opinión sobre la apertura de una nueva sucursal.

2.5.2.2. Cuestionario

(Hernandez, Fernandez, & Baptista, 1991) Mencionan que: “El cuestionario incluye un conjunto de preguntas relacionadas con una o más variables a medir”.

Para la obtención de información se realizó una serie de preguntas ya establecidas con el fin de conocer la opinión sobre la apertura de una nueva sucursal.

2.5.2.3. *Observación directa*

(Gonzalez, 1997) Manifiesta que: La observación es un procedimiento que permite la recolección de información, lo que implica una consideración sistemática y cuidadosa de cómo se desarrolla la vida de un objeto social.

En cambio (Haynes, 1978) menciona que este es el método más utilizado por las personas orientadas al comportamiento. Se puede utilizar para determinar la aceptación de los maestros por parte de un grupo, analizar conflictos familiares e incidentes grupales.

Con esta técnica podemos identificar las diferentes necesidades de los socios y el actuar de las competencias financieras, para así saber las exigencias de la empresa y de los socios, conocer las expectativas sobre la nueva sucursal en la ciudad.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Resultados

A continuación, se detallan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda.”:

1. ¿Edad?

Tabla 1-3: Tabulación encuestas de edad

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	25-30	4	15
2	31-35	6	23
3	36-40	6	23
4	41-45	10	38
TOTAL		26	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

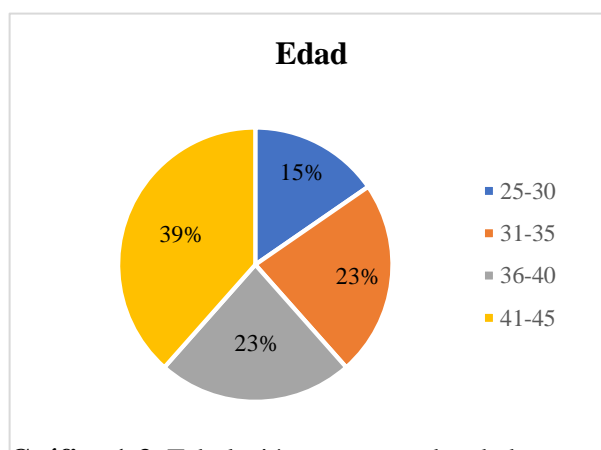


Gráfico 1-3. Tabulación encuestas de edad

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los 26 colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda, el 15% posee una edad entre 25 y 30 años, el 23% tiene una edad entre 31 y 35 años, de igual manera el 23% tiene entre 36 a 40 años y el 39% restante poseen una edad entre 41 a 45 años

2. ¿Genero?

Tabla 2-3: Tabulación del género de los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Masculino	12	46
2	Femenino	14	54
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

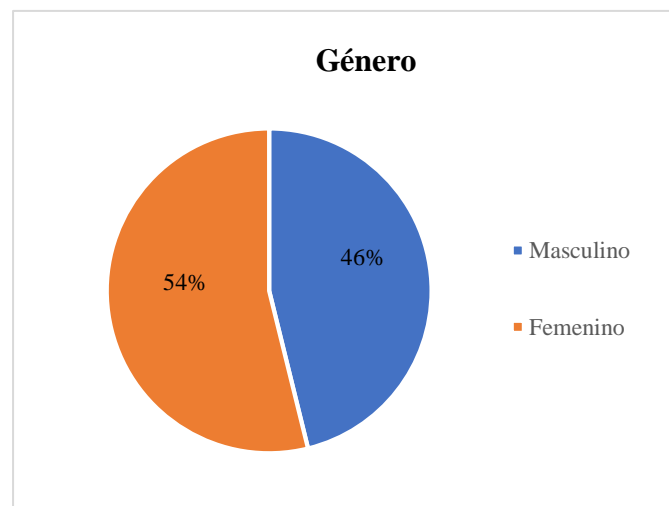


Gráfico 2-3. Tabulación del género de los encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los 26 colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda, el 46% es de género masculino, y el 54% restante es femenino.

3. ¿En qué sector usted vive?

Tabla 3-3: Tabulación del domicilio de los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Urbano	17	65
2	Rural	9	35
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

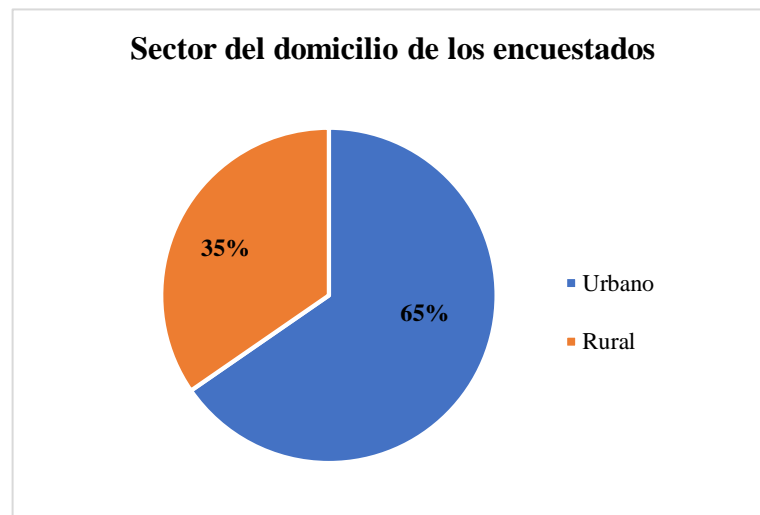


Gráfico 3-3. Tabulación del domicilio de los encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los 26 colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda, el 65% de los colaboradores vive en la provincia de Chimborazo en el sector Urbano, y el 35% restante vive en el sector Rural.

4. ¿Área de trabajo?

Tabla 4-3: Tabulación del área de trabajo de los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Crédito	8	31
2	Servicio	6	23
3	Inversiones	5	19
4	Contabilidad	7	27
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

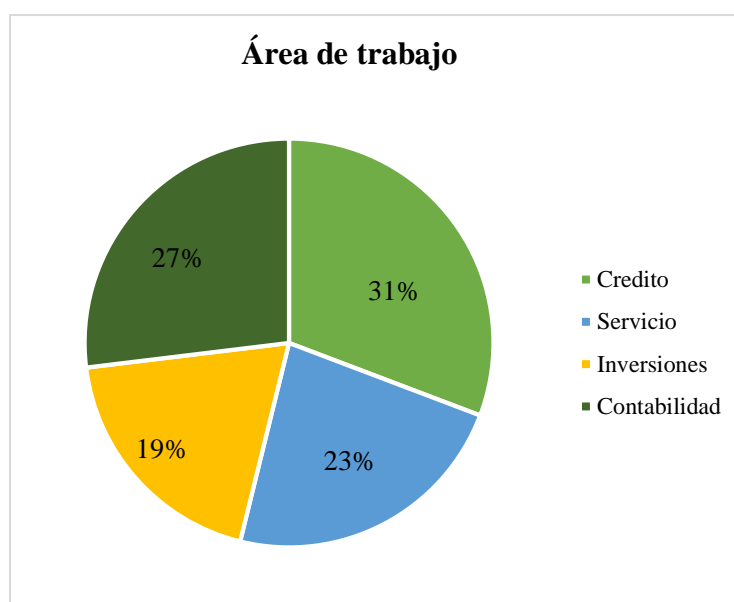


Gráfico 4-3. Tabulación del área de trabajo de los encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los 26 colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda, el 31% del encuestado trabaja en el área de Crédito, un 23% trabaja en el área de Servicios, el 19% siguiente colabora en el área de Inversiones, y el 27% restante pertenece al área de Contabilidad.

5. ¿Quiénes son sus principales socios?

Tabla 5-3: Tabulación de los principales socios según los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Personas naturales	12	46
2	Empleados Privados	6	23
3	Instituciones	6	23
4	Jubilados	2	8
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

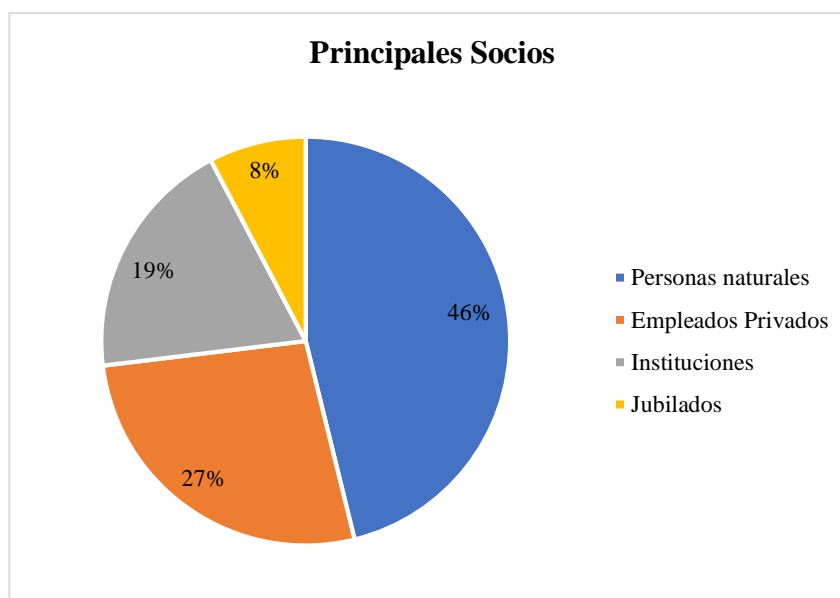


Gráfico 5-3. Tabulación de los principales socios según los encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los 26 colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda, el 46% de los encuestados manifiestan que los principales socios son Personas Naturales, el 23% comenta que son Empleados Privados, al igual que el 23% que dice que son Instituciones y tan solo el 8% restante piensa que son Personas Jubiladas.

6. ¿Qué departamento financiero es más concurrente por parte de los socios en la oficina matriz?

Tabla 6-3: Tabulación de las áreas más concurridas según los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Crédito	15	57
2	Contabilidad	3	12
3	Ventanilla	6	23
4	Gerencia	2	8
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

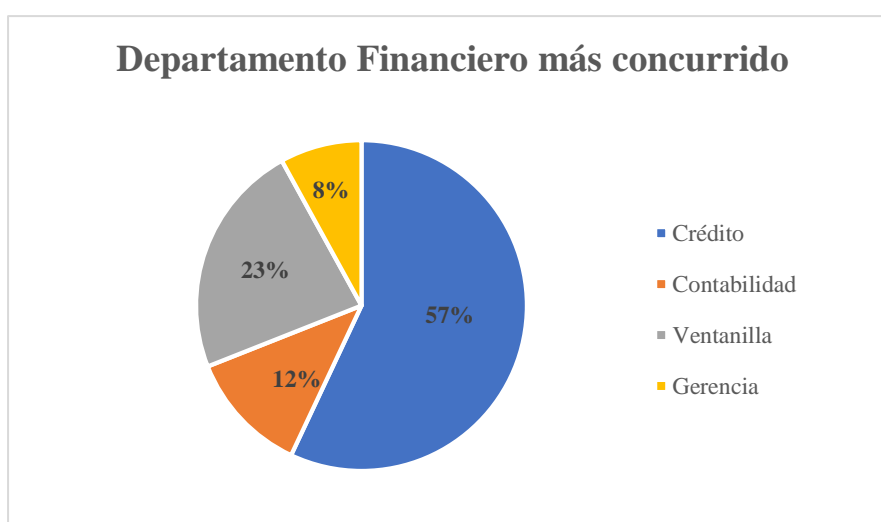


Gráfico 6-3. Tabulación de las áreas más concurridas según los encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos en la encuesta realizada a los 26 colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda nos manifiestan que el departamento financiero más concurrido por los socios es el Área de Crédito por un 57%, seguido del 23% en Ventanilla, Contabilidad el 12% y Gerencia con el 8% restante.

7. ¿Qué servicios poseen mayor aceptación por los socios en la oficina matriz?

Tabla 7-3: Tabulación de los principales servicios que son más concurridos por los socios según los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Pago de Servicios Básicos	10	38
2	Pago de créditos	12	46
3	Pago de pensiones	3	12
4	Otros	1	4
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

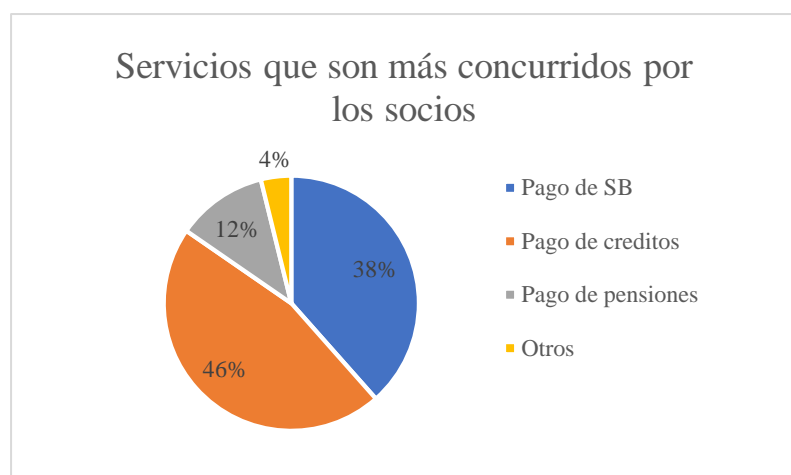


Gráfico 7-3. Tabulación de los principales servicios que son más concurridos por los socios según los encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

Del total de personas encuestadas, el 46% dijo que los socios visitan las instalaciones para realizar lo que son pagos de las cuotas de los créditos, el 38% manifiesta que realizan el 12% comento que realizan pagos de pensiones y el 4% restante realizan otras actividades.

8. ¿Por qué los socios prefieren hacer negocios con la institución?

Tabla 8-3: Tabulación de la preferencia de los socios según los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Facilidad de pago	7	27
2	Intereses bajos y cuotas cómodas	15	58
3	Facilidad de pago	4	15
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

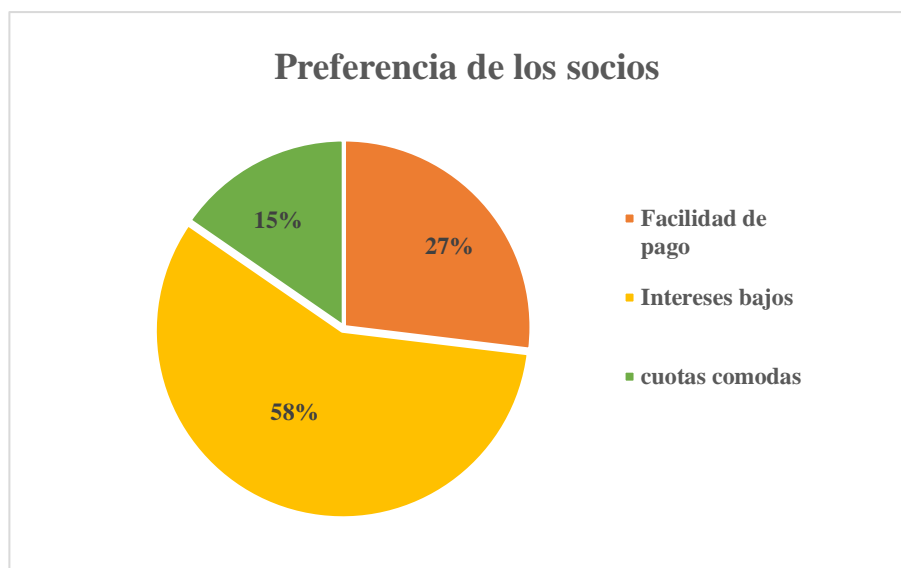


Gráfico 8-3. Tabulación de la preferencia de los socios según los encuestados

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De los datos obtenidos en la encuesta realizada, el 58% de los colaboradores manifiesta que los socios prefieren hacer negocios con la institución por los intereses bajos en los créditos, el 27% considera que los socios prefieren hacer negocios con la institución por las facilidades de pago que se les otorga, y el 15% restantes considera las cómodas cuotas que se les ofrece.

9. ¿Considera usted que la apertura de una nueva oficina dentro de la ciudad aportaría en la disminución de socios en la agencia matriz?

Tabla 9-3: Tabulación de los resultados sobre la apertura de una nueva sucursal según los encuestados

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Si	22	85
2	No	4	15
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021



Gráfico 9-3. Tabulación de los resultados sobre la apertura de una nueva

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De los datos obtenidos en las encuestas, las 22 personas encuestadas respondieron que sí sería necesario la apertura de una nueva oficina dentro de la ciudad aportaría en la disminución de socios en la agencia matriz, tan solo 4 encuestados manifestaron lo contrario.

10. ¿Cree usted que la nueva oficina tuviera mayor concurrencia en el sector urbano o rural?

Tabla 10-3: Tabulación de los resultados obtenidos según los encuestados para el sector de apertura de la nueva oficina

Orden	Opción de respuesta	Frecuencia	%
1	Urbano	23	88
2	Rural	3	12
TOTAL		26	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

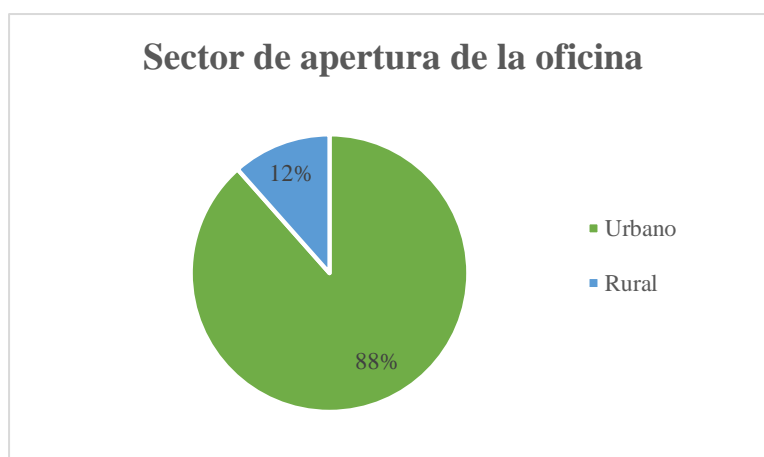


Gráfico 10-3. Tabulación de los resultados obtenidos según

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis e interpretación

De los datos obtenidos en las encuestas, el 88% personas encuestadas respondieron que sí sería necesario la apertura de una nueva oficina dentro del sector Urbano, y tan solo el 12% dice que sería necesario la apertura de la nueva oficina en el sector Rural.

3.2. Discusión de Resultados

Mediante los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los 26 colaboradores de la Cooperativa Nueva Esperanza Ltda, se determinó que el 54% de los colaboradores es de género femenino, el 65% de los colaboradores vive en el área Urbana, es por esa razón que conoce cuales son las diferentes situaciones que tiene que pasar a diario las instituciones financieras, el 31% de los colaboradores trabaja en el Área de Crédito es por eso que el 46% de los encuestados son Personas Naturales y también el 58% considera que la principal razón por la que los socios hacen negocios con la institución es porque posee cómodas cuotas e intereses bajos.

De los datos obtenidos en las encuestas, tan solo 22 personas encuestadas respondieron que sí sería necesario la apertura de una nueva oficina dentro de la ciudad para disminuir la concurrencia de los socios en la oficina matriz, y el 88% manifiesta que sería de gran ayuda la apertura en el área Urbana.

En sí, el personal encuestado cree que sí se debería aperturar una nueva oficina sucursal de la cooperativa para disminuir la aglomeración de los socios, y precautelar la salud y bienestar de los mismos.

3.3. Propuesta

3.3.1. Título

“ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “NUEVA ESPERANZA CÍA. LTDA.” EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

3.3.2. Descripción de la empresa

3.3.2.1. Origen y desarrollo

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nueva Esperanza” Ltda., nace de la construcción y acción de sueños de varios chimboracenses que buscan el desarrollo sostenible y justo de su pueblo, durante estos 11 años de trabajo ha podido consolidar la generación de oportunidades a los sectores más desprotegidos y olvidados de la sociedad, como agricultores, artesanos, mujeres, niños, jóvenes, migrantes. (COACNE, 2021)

Hoy somos más de 9355 socios indirectos, distribuidos en la zona urbana y rural de la Provincia de Chimborazo, y ha permitido canalizar a la productividad local mediante la concesión de créditos por más de \$ 6'696272,72, además trabajamos con más de 46 organizaciones y gremios como el Consorcio de Productores de papa de Chimborazo, Gremio de Modistas, Cooperativa de Taxis “La Cerámica” y “Valle de los Nevados”, colegios, escuelas, asociaciones y otros. (COACNE, 2021)

Tabla 11-3: Información general de la empresa

Razón Social	Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza Ltda.
RUC	0691720721001
Logo	
Representante Legal	Carmen Uvidia Condor
Actividad económica principal	Es una Institución de servicios Financieros y no financieros de alta calidad para el servicio de la ciudadanía, consta de una matriz y dos sucursales
Provincia	CHIMBORAZO
Cantón	RIOBAMBA
Dirección	Venezuela 28 -60 y Francia
E- mail	cooperativanuevaesperanza@hotmail.es
Teléfono	032 942 542 / 032 962 394

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.3. Ubicación geográfica

3.3.3.1. Macro localización

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza Ltda. se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba.



Figura 1-3. Macro localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.3.2. Micro localización

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza Ltda. se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba.

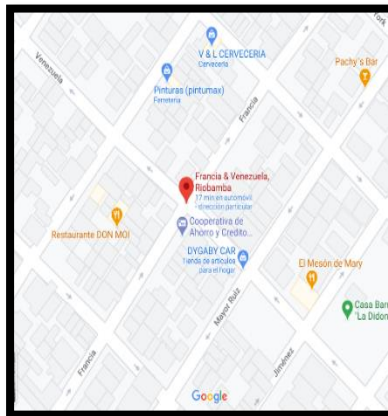


Figura 2-3. Micro localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.4. Misión y Visión

3.3.4.1. Misión

“Brindar servicios financieros y no financieros eficientes y oportunos con el trabajo comprometido y competitivo de su equipo humano, para garantizar la inclusión financiera, social y económica de nuestros asociados con responsabilidad social.”. (COACNE, 2021)

3.3.4.2. Visión

En el 2021 la cooperativa Nueva Esperanza es solvente y sostenible que apoya a los actores de economía social solidaria y contribuye al buen vivir de sus asociados. (COACNE, 2021)

3.3.5. Política de calidad

Nuestra política consiste en asumir el compromiso de ofrecer productos financieros y servicios dirigidos a nuestros Socios y Clientes, así como el cumplimiento de los requisitos aplicables, sustentados en la cultura organizacional, el mejoramiento continuo, la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información; con un equipo humano calificado y permanente innovación organizacional. (COACNE, 2021)

3.3.6. Valores

Según la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza (2021) se enmarca en los principios éticos generales para la formación integral de sus socios son los siguientes:

- ✓ **Honestidad:** Todos los miembros de la COAC actúan con coherencia y autenticidad en todos los actos, garantizando confianza, seguridad y respaldo.
- ✓ **Democracia:** Esta se debe a que la toma de decisiones responda a la voluntad colectiva de los miembros de la cooperativa, con mecanismos de participación directa indirecta, incluyendo a todos en forma libre y en igualdad de oportunidades.
- ✓ **Solidaridad:** Todos los socios y socias fomentan participaciones de intermediación financiera responsable con ahorros y pagos puntuales.
- ✓ **Responsabilidad:** Es el valor que ocupa la totalidad de la conciencia de las personas, permitiéndoles reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, perdurando la ética y moral, siempre en pro del mejoramiento institucional, social, cultural y natural.

- ✓ **Equidad:** Siempre se buscará mejorar las condiciones de vida y del trabajo digno e igualitario para los socios y socias.
- ✓ **Igualdad:** Todas y todos los socios ejercerán sus deberes y derechos en igualdad de condiciones.

3.3.6.1. *Valores Corporativos*

- ✓ **Adhesión Voluntaria y Abierta:** Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus recursos y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo. (COACNE, 2021)
- ✓ **Gestión Democrática por parte de los socios:** Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios, los cuales participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones.
Las personas elegidas para representar y gestionar las cooperativas son responsables ante los socios, los socios tienen iguales derechos de voto (un socio, un voto). (COACNE, 2021)
- ✓ **Participación Económica de los socios:** Los socios contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas y lo gestionan de forma democrática. Por lo menos parte de ese capital normalmente es propiedad común de la cooperativa. Los socios reciben una compensación, limitada sobre el capital entregado. (COACNE, 2021)
- ✓ **Autonomía e Independencia:** Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda, gestionadas por sus socios. Si firman acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o si consiguen capital de fuentes externas, los términos que aseguren el control democrático por parte de sus socios y mantengan su autonomía cooperativa. (COACNE, 2021)
- ✓ **Educación, Formación e Información:** Las cooperativas proporcionan educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de sus cooperativas. (COACNE, 2021)
- ✓ **Cooperación entre Cooperativas:** Las cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales. (COACNE, 2021)
- ✓ **Interés por la Comunidad:** Las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios. (COACNE, 2021)

3.3.7. Productos que ofrece la cooperativa

(Créditos, ahorros e inversiones)

3.3.7.1. Micro crédito

Crédito destinado a financiar pequeños emprendimientos productivos, principalmente en actividades de agricultura, ganadería, manufacturas, crianza de animales menores, artesanías (COACNE, 2021)

3.3.7.2. Crédito de consumo

Créditos a personas naturales para la adquisición de bienes o servicios de uso personal, en función con pago de cuotas mensuales, cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor y conyugue (asalariadas o rentistas). Créditos otorgados también para estudios o tratamientos médicos. Tasa de interés de 15.5%. (COACNE, 2021)

3.3.7.3. Ahorro a la vista

Haz que tus ahorros crezcan con seguridad y confianza, con la mejor tasa de interés del mercado. Un producto especialmente creado para socios y clientes, donde sus ahorros generan mayor rentabilidad y que son capitalizados de forma mensual, y pueden aperturar la cuenta a nombre de una o más personas sean estas naturales o jurídicas. (COACNE, 2021)

3.3.7.4. Mini socio

Haz que los ahorros de tus hijos crezcan con seguridad y confianza, y forma un futuro de éxito. Para fortalecer una cultura del ahorro en los niños se presenta “Mini Socio” mi un producto diseñado para menores de edad que les permite ahorro. (COACNE, 2021)

3.3.7.5. Certificados de aportación

Formar parte de una cooperativa segura, confiable y sólida de la provincia. Es un aporte en efectivo que realizan los socios y clientes a la cooperativa al abrir una cuenta de ahorros. (COACNE, 2021).

3.3.7.6. *Depósitos a plazo fijo*

Invertir con nosotros día a día con la mejor tasa de interés del mercado generando la mejor rentabilidad en tu dinero con seguro y confianza. (COACNE, 2021)

3.3.8. *Servicios que ofrece la cooperativa*

3.3.8.1. *Servicios básicos*

Puedes pagar tus servicios de luz, teléfono, TV cable, pago de planes y recargas a celular, impuestos fiscales. (COACNE, 2021).

3.3.8.2. *Matriculación vehicular*

El realizar de forma rápida y segura el pago de la especie de la matriculación vehicular e incluso pagar multas. (COACNE, 2021)

3.3.8.3. *Bono de desarrollo*

El otorgar su dinero mensual a personas inscritas al Programa de Protección Social, es decir las pensiones para adultos mayores y personas con capacidades especiales y escasos recursos económicos. (COACNE, 2021)

3.3.9. *Requisitos para formar parte de la Cooperativa*

3.3.9.1. *Para ser socio*

- ✓ Copia de la cédula y papeleta de votación y del cónyuge
- ✓ Pago de un servicio básico
- ✓ \$40 dólares (COACNE, 2021)

3.3.9.2. *Para ser ahorrista*

- ✓ Copia de la cédula y papeleta de votación a color
- ✓ Pago de un servicio básico
- ✓ \$13 dólares + \$7 Seguro de Vida (Opcional) (COACNE, 2021)

3.3.9.3. Para ser mini socio

- ✓ Copia de la cédula o Partida de Nacimiento del niño
- ✓ Copia de la cédula del representante
- ✓ Pago de un servicio básico
- ✓ \$10 dólares (COACNE, 2021)

3.3.10. Estructura organizacional

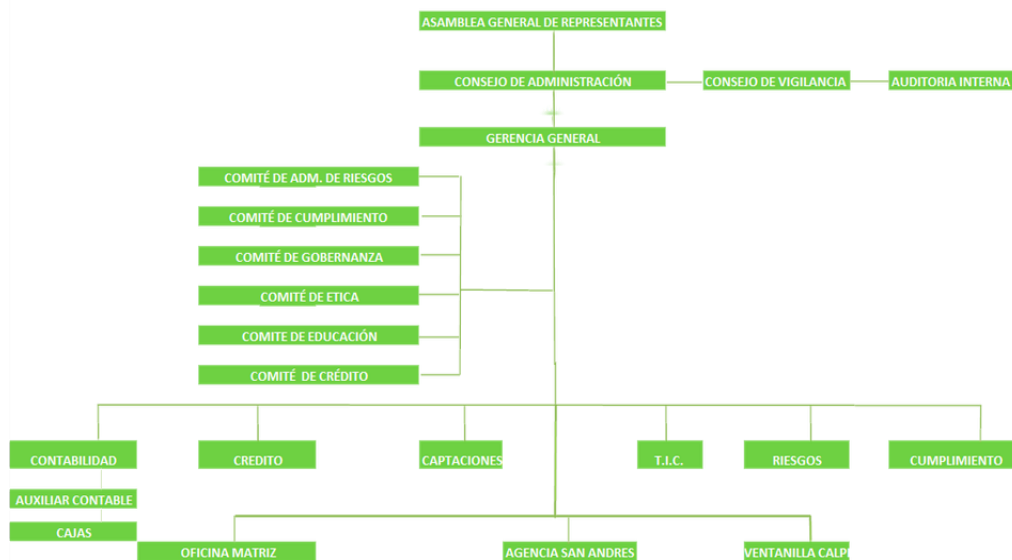


Gráfico 11-3. Estructura Organizacional de la COAC Nueva Esperanza Ltda.

Fuente: (COACNE, 2021)

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.11. Funciones de los departamentos administrativo y operativos

3.3.11.1. Asamblea general de representantes

Es el máximo organismo de gobierno de la cooperativa y sus decisiones rigen sobre todos los socios y demás órganos de la cooperativa, siempre que no sean contrarias a las normas jurídicas.

Los representantes duraran 4 años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos en forma inmediata, por una sola vez. (COACNE, 2021)

Sus funciones son:

- ✓ Aprobar y reformar el Estatuto Social, Reglamento Interno y el de Elecciones

- ✓ Elegir a los miembros del consejo de Administración y Vigilancia
- ✓ Nombrar auditor interno y externo
- ✓ Conocer y resolver sobre los informes de Auditoría Interna y Externa (COACNE, 2021)

3.3.11.2. *Consejo de administración*

Es el órgano directivo de la cooperativa y estará integrado por cinco vocales principales y cinco vocales suplentes. Serán elegidos por la asamblea general, por un período de dos años, pudiendo ser reelegidos por una sola vez para el período siguiente. (COACNE, 2021).

Sus funciones son:

- ✓ Planificar y evaluar el funcionamiento de la cooperativa.
- ✓ Aprobar el plan operativo anual y su presupuesto y someterlo a conocimiento de la Asamblea General. (COACNE, 2021)

3.3.11.3. *Consejo de vigilancia*

Es el órgano de control de los actos y contratos, que autorizan el Consejo de Administración y la Gerencia. Está integrado por 3 Vocales con sus respectivos suplentes que acrediten formación académica o experiencia en áreas relacionadas con auditoría o contabilidad. (COACNE, 2021)

Sus funciones son:

- ✓ Nombrar al presidente y secretario del consejo
- ✓ Supervisar que las actividades de la cooperativa se realicen oportunamente.
- ✓ Vigilar que la contabilidad de la cooperativa se ajuste a las normas técnicas y legales vigentes.
- ✓ Vigilar que los directivos y empleados en general cumplan las obligaciones marcadas en la ley.
- ✓ Presentar a la Asamblea General un informe con la opinión sobre la razonabilidad de los Estados Financieros de la cooperativa.
- ✓ Asistir a las sesiones del Consejo de Administración. (COACNE, 2021)

3.3.11.4. *Auditoria interna*

Es quien se encarga de planificar y dirigir el control de las actividades financieras, operativas, comerciales y administrativas de la Cooperativa. (COACNE, 2021)

Sus funciones son:

- ✓ Identificar áreas de mejora
- ✓ El objetivo es la mejora de la productividad en los procesos internos de la Cooperativa
- ✓ Identifica en un proceso los posibles errores y malas prácticas, para actualizar y renovar acciones de mejora. (COACNE, 2021)

3.3.11.5. *Gerente general*

Liderar la gestión en la cooperativa de acuerdo con la normatividad aplicable al sector solidario y las políticas y directrices establecidas por el consejo de administración y la asamblea general, generando valor, desarrollo y sostenibilidad. (COACNE, 2021)

Sus funciones son:

- ✓ Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la cooperativa.
- ✓ Presentar al Consejo de Administración las políticas, Reglamentos y procedimientos necesarios para el correcto funcionamiento de la cooperativa.
- ✓ Informar de su gestión a la Asamblea General y al Consejo de Administración (COACNE, 2021)

3.3.12. *Estudio de mercado*

3.3.12.1. *Investigación de estudio de mercado*

En la fase de investigación de mercado, se aplicó la observación como herramienta de sondeo, en la cual pudimos darnos cuenta que la COAC Nueva Esperanza Ltda., no cuenta con establecimiento en la ciudad de Riobamba para lo cual, se vio la necesidad de implementar una institución que ofrezca los mismos productos y servicios que las otras instituciones ubicadas en Calpi y en San Andrés.

- Adicional a esto se realizó un conversatorio con los directivos de la institución, quienes tienen un acercamiento más profundo con los clientes de la institución, y ellos manifestaron el requerimiento de una sucursal en la ciudad de Riobamba.
- Esta institución, financiera al contar con clientes de diferentes partes de la ciudad, al momento de desplazarse se incrementa el costo del traslado de para lo cual se dificulta su llegada para adquirir los diferentes productos y servicios que oferta la COAC Nueva Esperanza Ltda.

3.3.12.2. *Sondeo de mercado (propuesta de valor)*

Con la información recabada en la investigación de mercado, es pertinente crear un proyecto para la apertura de una sucursal financiera, cual está enfocado en la implementación de los productos y servicios que oferta la COAC Nueva Esperanza, y adicional a este que se ajusten a las características y requerimientos de los clientes.

Es por ello que la COAC Nueva Esperanza, analiza a los posibles clientes y busca la forma de innovar sus productos y servicios para una mejor acogida de sus clientes por medio de plataformas virtuales, que hagan que más clientes se sumen a la cooperativa y esta crezca de una manera sustancial, y así poder incrementar los ingresos de la institución.

Una vez ya implementada la sucursal, se pretende dotar con todos los requerimientos necesarios para poder dar un servicio de calidad a los clientes, y que estos se encuentren identificados con la cooperativa, adicional a esto se propondrá capacitaciones para que los productores que requieran asesoría para inversión de su dinero, y también ofertando todos los beneficios que tiene al asociarse a la COAC Nueva Esperanza.

Es importante acotar que, para la implementación de la sucursal, se realizó un conversatorio con los directivos de la Cooperativa, quienes han realizado alianzas estratégicas con instituciones como son el agua potable, la empresa eléctrica y el IESS para el pago de pensiones, entre otras que beneficiar al cliente.

3.3.12.3. *Segmento de mercado*

Clientes potenciales

Los clientes potenciales sería los que están dispuestos a adquirir los servicios y productos que oferta la COAC Nueva Esperanza, aquí entra la ciudadanía de Riobamba y sus alrededores,

realmente tiene un amplio mercado al cual dirigirse en la que entrarían agricultores, empresarios, estudiantes, empleados públicos y privados, emprendedores.

3.3.12.4. *Oferta y demanda*

Oferta

Como bien se conoce la oferta son todos los productos y servicios que la institución financiera presenta ante sus clientes, entre las ofertas ya existentes en el mercado de la COAC Nueva Esperanza cuenta un amplio abanico de productos y servicios que ya circulan en el mercado entre los cuales tenemos

- Créditos de vivienda
- Crédito agrícola
- Crédito estudiantil
- Pago de servicios básicos
- Pago del IESS
- Apertura de cuenta como socios

Demanda

En este caso la demanda comprende el conjunto de productos y servicios que los clientes están dispuesto adquirir a un determinado precio, cabe señalar que los productos y servicios que oferta la COACNE son de excelente calidad y muy requeridos por los clientes potenciales.

3.3.12.5. *Marketing Mix (plan de marketing y ventas)*

Producto

Cuando se habla del producto se hace referencia a los servicios que oferta la COACNE, los cuales cumplen con los estándares requeridos y de calidad quienes han sido avalado y aprobados por las instituciones pertinentes en este caso la súper intendencia de Economía Popular y solidaria

Precio

Se han determinado que los productos y servicios que oferta la COACNE son accesibles a los clientes y estos han sido comprobados y acotados con los de la competencia y estos son viables para la apertura de la nueva sucursal y se miró que sean en base al mercado real.

Promoción

Se ha hecho la difusión de los diferentes productos y servicios a los clientes de la COACNE , del proceso de implementación de la nueva sucursal, y de acuerdo a las necesidades se han establecido las adquisiciones de los productos que ofertan, se ejecutara la difusión a través de reuniones con los dirigentes de las asociaciones y con los agricultores, explicando en que consiste la implementación de la sucursal, recalcando el compromiso mutuo entre la organización con los clientes y viceversa, se lograra proporcionar la información pertinente y definir las acciones a tomar para la implementación de la sucursal financiera.

Distribución

Para el proceso de distribución de los productos y servicios, se lo hará a través de los asesores comerciales quienes son los encargados de dar a conocer y tiene la autorización para la apertura de cuentas para los socios potenciales, adicional a este dará a conocer las formas de pago y como se procede para adquirir los productos y servicios, se tratará de una distribución directa y rápida, evitando la malversación de la información.

3.3.12.6. *Marca y posicionamiento*



Figura 3-3. Logo de la cooperativa nueva esperanza

Fuente: (COACNE, 2021)

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

La cooperativa Nueva esperanza al ser una institución ya legalmente constituida ya cuenta con un logo tipo establecido, esta imagen será la que guiará a los clientes actuales ya los clientes potenciales y la cual será reconocida.

3.3.12.7. Posicionamiento de marcas en redes sociales

Tabla 12-3: Posicionamiento en redes sociales

POSICIONAMIENTO EN REDES SOCIALES	
DESCRIPCIÓN	Las redes sociales actualmente es una de las herramientas más utilizada para dar a conocer una empresa o marca, la facilidad que las mismas ofrecen para transmitir mensajes o información acerca del producto, ha facilitado el proceso de posicionamiento, en la actualidad la empresa que no tenga presencia en redes sociales no existe en el mercado, debido a que las personas invierten gran tiempo de su vida en el uso de estas herramientas.
OBJETIVO	Posicionar a la Cooperativa de Ahorro y crédito Nueva Esperanza en las redes sociales
ALCANCE	Al implementar esta estrategia se logrará <ul style="list-style-type: none"> • Presencia en redes sociales • Alcanzar clientes objetivos • Interacción entre la cooperativa y los clientes actuales y potenciales. • Difundir la información de la COACNE

Fuente: investigación propia
Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.13. Estudio técnico

3.3.13.1. Sistema de distribución

El canal de distribución de los productos y servicios que utilizará la cooperativa de ahorro y crédito Nueva Esperanza COACNE será de dos canales de distribución, de la cooperativa directo a los clientes y por medio de asesores.

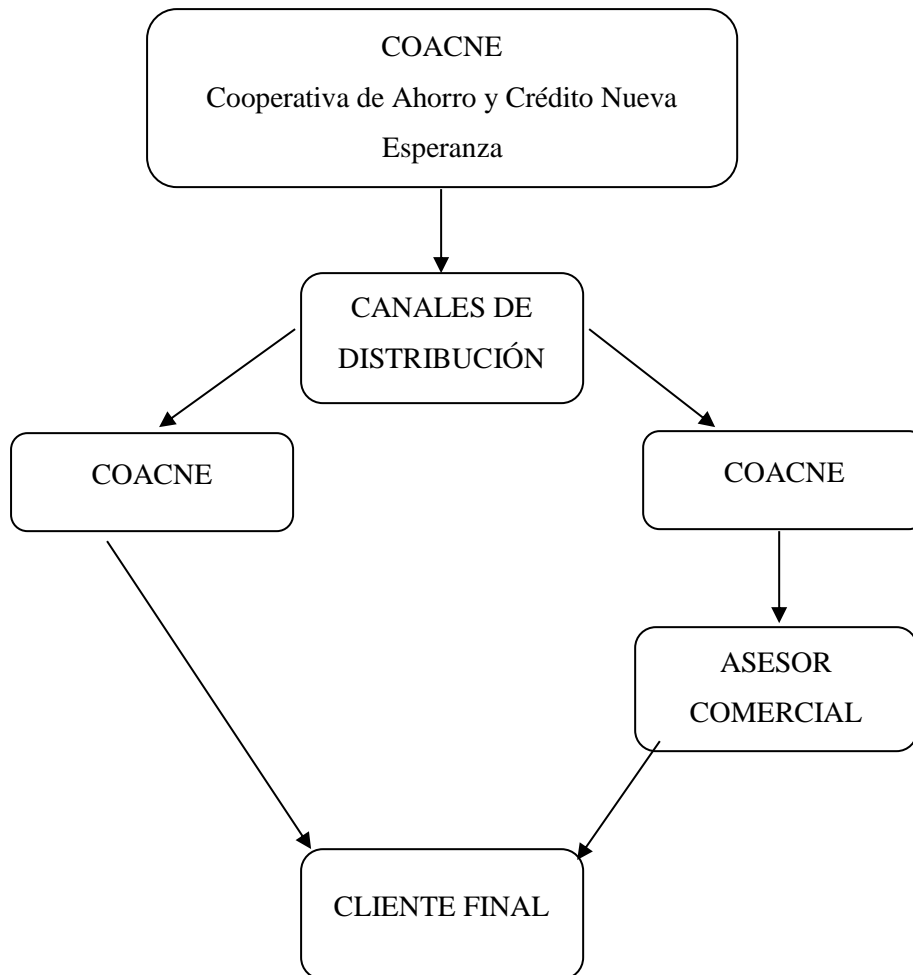


Figura 4-3. Canal de distribución
Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.13.2. Distribución de la planta

A continuación, se presenta la distribución de la sucursal a implementarse en la ciudad de Riobamba, el mismo que cuenta con un espacio para caja, una bodega donde se almacenara útiles de aseo y útiles de oficina, espacio para el asesor comercial, espacio para gerente de la sucursal y secretaria y también con un espacio para la contabilidad.

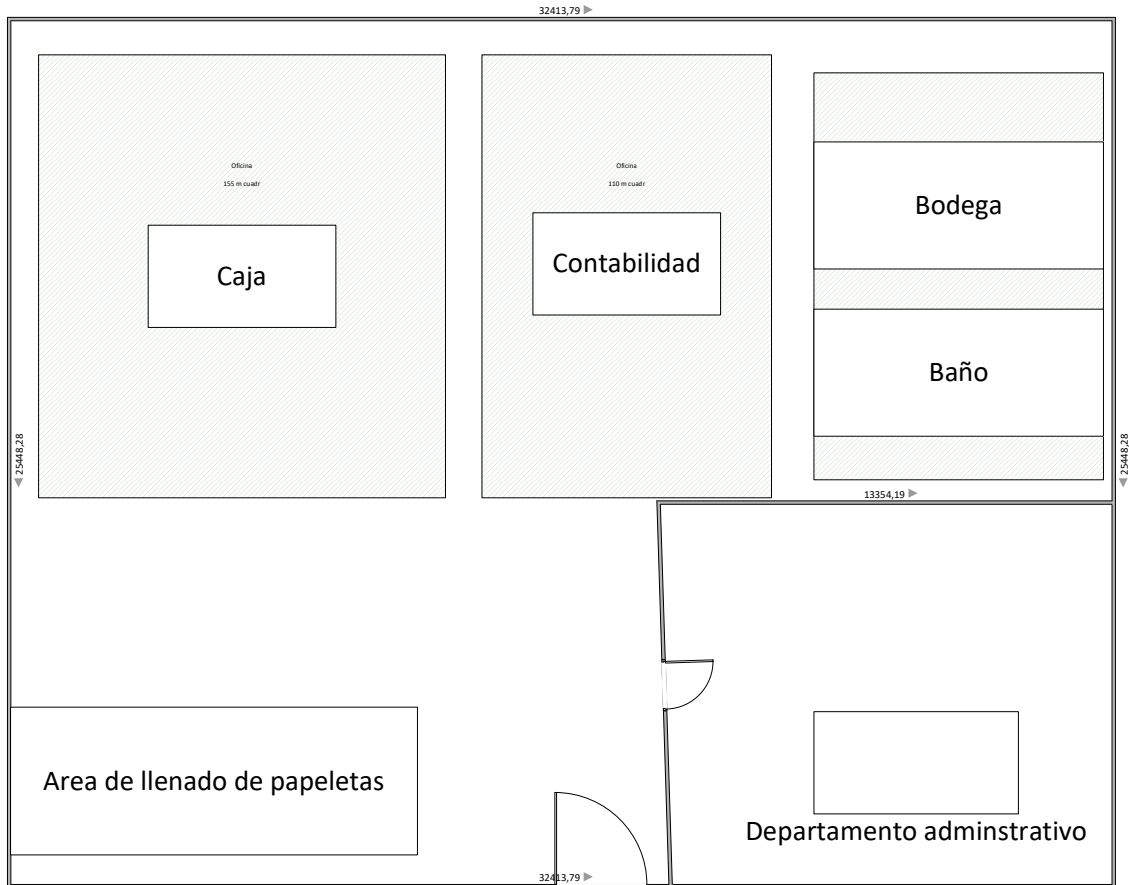


Figura 5-3: Distribución de la Planta
 Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.14. Estudio organizacional

3.3.14.1. Apertura de una nueva sucursal

COACNE mediante la apertura de una nueva sucursal, asegura la fidelización de los socios actuales y crecimiento de los socios potenciales, para lo cual implementara estrategias debidamente estructuradas.

Definitivamente la apertura de esta sucursal no solo mejorara la calidad de los servicios brindados, sino que también contribuye a la seguridad financiera de cada una de las familias de los socios, y también su calidad de vida.

3.3.14.2. Análisis interno

Tabla 13-3: Análisis de los socios

PERFIL DEL SOCIOA ACTUAL	
Descripción	Personas de 16 años en adelante
Nivel económico	Medio – Medio alto
Productos y servicios	Asesoramiento, ahorro, créditos, pagos de servicios básicos
Ingreso económico	\$400 - \$1000
Sector	Urbano y rural
Ubicación	Ciudad de Riobamba

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 14-3: Cliente potencial

PERFIL DEL CLIENTE POTENCIAL	
Descripción	Toda persona con poder adquisitivo
Nivel social	Medio – Medio alto
Productos y servicios	Servicios básicos para la subsistencia financiera de los socios.
Ingreso económico	\$400 - \$1000
Sector	Urbano y rural
Ubicación	Ciudad de Riobamba

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.14.3. Determinación de fortalezas y debilidades

Tabla 15-3: Determinación de fortalezas y debilidades

Fortalezas	Debilidades
F1 Personal altamente calificado	D1 Falta de contactos para abrir convenios con otras instituciones
F2 Experiencia en manejo de fondos	D2 Falta de oportunidades para mostrar el portafolio de servicios financieros
F3 Buen nivel de seguridad	D3 falta de páginas web y redes sociales que permitan interactuar de mejor manera con los socios
F4 tasa de interés bajos en el mercado	D4 la cooperativa está enfocada únicamente en la fidelización del cliente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Análisis FODA

El FODA es la terminación de un proceso de análisis necesario para la creación de una nueva sucursal financiera, porque nos ayuda a conocer más a profundidad el problema, se podría decir que es un método que permite analizar una serie de aspectos fundamentales, que de una u otra forma será un pilar la implementación de una nueva sucursal siempre teniendo en cuenta sus socios.

La Cooperativa de Ahorro y Créditos Nueva Esperanza, tiene varios aspectos en este análisis que se detallaran a continuación, la cual nos permitirá ir formando una matriz en donde se puede ver las oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas, que se puedan tener a la cual se dará un par de estrategias que permitan estabilizar el diagnóstico y reforzarlo.

Tabla 16-3: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1 Personal altamente calificado F2 Experiencia en manejo de fondos F3 Buen nivel de seguridad F4 tasa de interés bajos en el mercado	O1 Adquisición de un lugar propi para brindar los servicios O2 Brindar al mercado las mejores tasas de interés O3 Enfoque personalizado de cada cliente O4 Brindar los mismos servicios de la matriz para que los socios no tengan que movilizarse
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1 Falta de contactos para abrir convenios con otras instituciones D2 Falta de oportunidades para mostrar el portafolio de servicios financieros D3 Falta de páginas web y redes sociales que permitan interactuar de mejor manera con los socios D4 La cooperativa está enfocada únicamente en la fidelización del cliente	A1 Costo de equipamiento elevado A2 Políticas de estado inestables A3 Crecimiento de la competencia A4 Falta de sucursales para estar cada vez más cerca de los clientes

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.14.4. *Misión y Visión*

Misión

“Brindar servicios financieros y no financieros eficientes y oportunos con el trabajo comprometido y competitivo de su equipo humano, para garantizar la inclusión financiera, social y económica de nuestros asociados con responsabilidad social.”. (COACNE, 2021)

Visión

En el 2025 la cooperativa Nueva Esperanza es solvente y sostenible que apoya a los actores de economía social solidaria y contribuye al buen vivir de sus asociados.

Planteamiento de objetivos de la corporación

- Incrementar la productividad
- Mejoramiento de la calidad de los servicios brindados
- Eliminación de riesgos financieros
- Mejoramiento del clima laboral y corporativo
- Incremento se socios potenciales
- Implementar nuevos servicios a la comunidad

VENTAJAS COMPETITIVAS

Tabla 17-3: Ventajas Competitivas

VENTAJAS COMPETITIVAS	
FACTORES DE VENTAJAS COMPETITIVAS	DESCRIPCIÓN
Experiencia	Experiencia ganada durante 11 años al servicio de sus socios, brindando estabilidad económica, asesoramiento técnico
Tecnología	Las personas encargadas de ejecutar la implementación de la nueva sucursal de COACNE, utilizarán herramientas tecnológicas que hagan eficiente cada fase de la implementación.
Talento humano	La COACNE cuenta con personal altamente capacitado y especializado en la administración financiera necesaria para su apertura.
Recursos	Los recursos a utilizarse se los hará con el tino necesario para que no exista malversación de fondos dando con ellos una proforma debidamente estructurada y analizada por los directivos.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.14.5. Organigrama estructural

La COACNE cuenta con una estructura organizacional ya establecida, el cual fue facilitado por los directivos de la organización, en donde se presenta que el organismo superior es la asamblea general de representantes, constituida por algunos de los socios, por debajo de la misma se encuentra el consejo de administración y a la par de este el consejo de vigilancia y la auditoría interna.

Por debajo de estos tres poderes se encuentra el gerente general, que se encarga de organizar el comité de organización de riesgos, comité de cumplimiento, comité de gobernanza, comité de ética, comité de educación y por último el comité de crédito.

Luego tenemos los diferentes departamentos con sus respectivas funciones en las cuales destacan, departamento de contabilidad, con su auxiliar contable y las cajas, también tiene el departamento de crédito, el departamento de capacitaciones, el departamento de tecnología, el departamento de riesgos y por último el departamento de cumplimiento.

Entre todas las funciones que tiene el gerente general están en realizar el seguimiento de la oficina la matriz, la agencia de San Andrés y la ventanilla de Calpi.

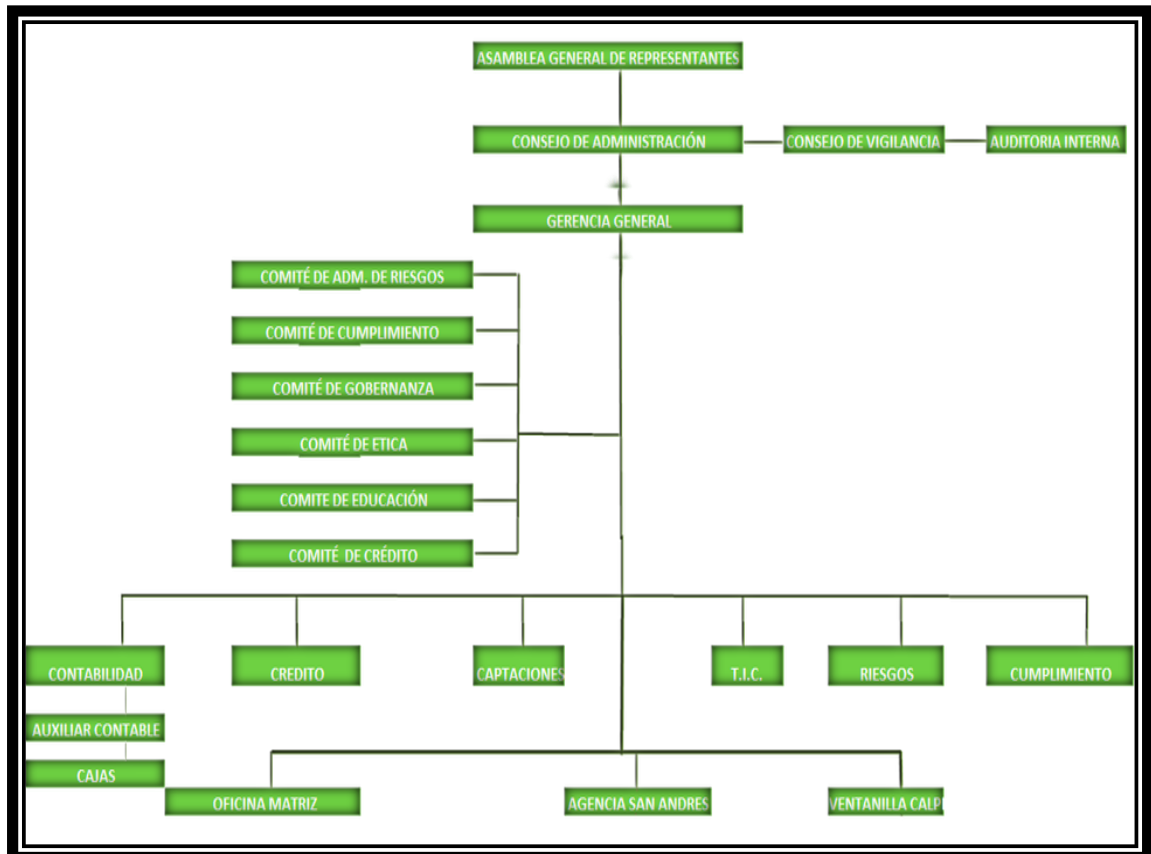


Gráfico 12-3. Organigrama

Fuente: (COACNE, 2021)

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Al tener la organización brevemente descrita anteriormente, y teniendo en cuenta que es una cooperativa legalmente constituida y amparada por la superintendencia de economía popular y solidaria, se tendrá a cargo de la nueva sucursal a un gerente de agencia Riobamba, un cajero, un asesor de crédito, un contador, guardia de seguridad, el momento de que la sucursal vaya creciendo, se ira implementando más personal, para la debida atención a los socios.

Tabla 18-3: Funciones del gerente de la agencia

Descripción del puesto	
UNIDAD	Sucursal COACNE Riobamba
CARGO	Gerente sucursal Riobamba

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

FUNCIONES BÁSICAS

Aseguramiento del manejo adecuado y la debida ejecución de los fondos económicos de la COACNE Riobamba.

DEPENDENCIA

Depende del gerente general designado por la asamblea

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Realizar la administración global de las actividades de la nueva sucursal, siempre buscando el mejoramiento organizacional, técnico y financiero.
- Participar en las reuniones de consejo y administración, para coordinar y analizar actividades.
- Control de ejecuciones y seguimiento al cumplimiento del plan estratégico.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la COACNE Riobamba.

REQUISITOS:

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

- Título de tercer nivel en administración o afines.
- Experiencia mínima de un año en cargos similares de administración en cooperativas.
- Capacitaciones en temas referentes y perfilados a la administración financiera.

CAPACITACIONES Y ACTITUDES

- Conocimiento práctico y técnico en el manejo de recursos humanos.
- Trabajo en equipo
- Trabajo bajo presión
- Toma de decisiones

Tabla 19-3: Funciones del cajero

Descripción del puesto	
UNIDAD	Sucursal COACNE Riobamba
CARGO	Cajero Agencia Riobamba

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

FUNCIONES BÁSICAS

Recepción, entrega y custodiar el dinero en efectivo, con el fin de recaudar ingresos a la institución financiera

DEPENDENCIA

Depende del gerente general y contadora.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✓ Recibe y entrega cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios y otros documentos de valor.
- ✓ Registra directamente operando una computadora o caja los movimientos de entrada y salida de dinero.
- ✓ Realiza arqueos de caja.
- ✓ Suministra a su superior los movimientos diarios de caja.
- ✓ Sellar, estampar recibos de ingresos por caja, planillas y otros documentos.
- ✓ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.
- ✓ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- ✓ Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada. (Empleo, 2016)

REQUISITOS:

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

- Bachiller, cursos de contabilidad general, cursos para cajeros.
- Experiencia mínima de un año en cargos similares

CAPACITACIONES Y ACTITUDES

Según Dirección General de empleo (2016) el perfil de un cajero debe contar con conocimientos básicos en:

- ✓ Contabilidad general.
- ✓ Técnicas para el manejo de máquina registradora, sumadora y calculadora.
Procedimientos de caja.
- ✓ Programas de computación aplicables en caja.

Habilidad para:

- ✓ Tratar en forma cortés y efectiva con el público en general.
- ✓ Realizar cálculos aritméticos.
- ✓ Realizar arqueos diarios de movimiento de caja.

Destrezas en:

- ✓ El conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez.
- ✓ El manejo de microcomputador, registradora y calculadora.

Adiestramiento requerido:

- ✓ Atención al público.
- ✓ Técnicas actualizadas de manejo y control de caja.
- ✓ Entrenamiento en el sistema de su unidad.

3.3.15. Estudio económico – financiero

El estudio económico-financiero tiene como propósito cuantificar el valor total de los recursos financieros que son necesarios para llevar a cabo o ejecutar la apertura de una sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nueva Esperanza Cía. Ltda.” En la ciudad de Riobamba.

Inversiones

En la siguiente tabla se muestra la inversión total que se requiere para la apertura de la sucursal:

Tabla 20-3: Inversiones

Concepto	Valor
Inversión Fija	11.930,00
Inversión Diferida	1.400,00
Capital de Trabajo	1.682,84
TOTAL	15.012,84

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS

La inversión de los activos fijos corresponde a todos los bienes tangibles pertenecientes a la cooperativa

Tabla 21-3: Inversión activos fijos

Activos fijos	Valor	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Muebles y enseres	3.340,00	10	334,00	27,83
Equipo de computo	6.060,00	3	2.020,00	168,33
Equipo de oficina	2.530,00	10	253,00	21,08
TOTAL	11.930,00		2.607,00	217,24

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 22-3: Muebles y enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	4	130,00	520,00
Sillas de escritorios	7	80,00	560,00
Archivadores	4	90,00	360,00
Sillas de espera	2	200,00	400,00
Estructura de ventanillas para cajeros	3	500,00	1.500,00
TOTAL			3.340,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 23-3: Equipo de Computo

Equipo de Computo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras de Escritorio	7	700,00	4.900,00
Impresoras Multifunción	2	580,00	1.160,00
TOTAL			5.360,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 24-3: Equipo de Oficina

Equipo de Oficina	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono	6	105,00	630,00
Sumadoras	4	100,00	400,00
Equipo de seguridad	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL			2.530,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS/GASTOS OPERACIONALES

Son todos los gastos que son necesarios para la apertura de la sucursal de la cooperativa.

Tabla 25-3: Inversión en activos diferidos/gastos operacionales

Concepto	Valor Total
Permisos de funcionamiento	500,00
Gastos de instalación	400,00
Gastos Legales	500,00
TOTAL	1.400,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

CAPITAL DE TRABAJO

Se refiere al dinero necesario para sustentar los egresos operacionales que requiere la sucursal de la cooperativa

Tabla 26-3: Capital de trabajo

Concepto	Valor total
Costo de venta	45.002,88
Gastos de venta	7.200,00
Gastos de administración	48.767,46
TOTAL	100.970,34
Capital de trabajo	1.682,84

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 27-3: Ciclo de efectivo

Descripción	Días
Adquisición de crédito	3
Entrega	3
Cobro crédito	30
(-) Pago del crédito	30
Ciclo efectivo en días	6

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

El capital de trabajo se calculó multiplicando los costos y gastos por el ciclo efectivo en días y esto dividido para 360 días del año comercial.

SERVICIOS DIRECTOS

Tabla 28-3: Servicios Directos

Servicios Generales	Monto de Crédito	Tasa Pasiva	Monto Tasa Pasiva
Servicios de préstamos a C/P	150.000,00	3%	375,00
Servicios de préstamos a L/P	180.000,00	3%	450,00
Servicios de préstamos de emergencia	230.000,00	3%	575,00
Total créditos ofrecidos	560.000,00		1.400,00
# de depósitos			128
Total de ganancia promedio por depósitos			10,94

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Costo Servicio Directo

A continuación, se presenta el valor a pagar anualmente por los depósitos, a cinco años con una proyección en los depósitos del 10%

Tabla 29-3: Costo de servicio

	2021	2022	2023	2024	2025
Costo por unidad	10,94	10,94	10,94	10,94	10,94
Unidades al mes	128	141	155	170	187
Costo servicio directo/mes	1.400,32	1.540,35	1.694,39	1.863,83	2.050,21
Costo servicio directo/año	16.803,84	18.484,22	20.332,65	22.365,91	24.602,50

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

COSTOS DIRECTOS

Tabla 30-3: Costo Directo Mensual

Puesto	No. Emp.	Sueldo	13° sueldo	14° sueldo	Fondo de reserva	Ap. Pa. IESS	Vacac.	Total Mensual
Cajeros Multifunción	3	400,00	33,33	33,3	0,00	44,60	0,00	1.533,69
Servicio al cliente	1	400,00	33,33	33,3	0,00	44,60	0,00	511,23
TOTAL	3	800,00	66,60	66,60	0,00	89,20	0,00	2.044,92

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 31-3: Costo Directo Anual

	2021	2022	2023	2024	2025
Costo directo/mes	2.044,92	2.044,92	2.044,92	2.044,92	2.044,92
Costo directo/año	24.539,04	24.539,04	24.539,04	24.539,04	24.539,04

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

COSTOS INDIRECTOS

Tabla 32-3: Costos Indirectos

	2021	2022	2023	2024	2025
Energía Eléctrica	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Agua potable	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Servicio Telefónico	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Servicio de Internet	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Papelería y suministros	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Mantenimiento de Pc e impresoras	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Costo indirecto/mes	305,00	305,00	305,00	305,00	305,00
Costo indirecto/año	3.660,00	3.660,00	3.660,00	3.660,00	3.660,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN

A continuación, se presenta el costo total de producción y el costo total unitario, el mismo que se obtiene dividiendo el costo total para el número de meses que tiene el año y el número de depósitos proyectados (128)

Tabla 33-3: Costos totales

	2021	2022	2023	2024	2025
Costo servicio directo/año	16.803,84	18.484,22	20.332,65	22.365,91	24.602,50
Costo directo/año	24.539,04	24.539,04	24.539,04	24.539,04	24.539,04
Costos indirectos/año	3.660,00	3.660,00	3.660,00	3.660,00	3.660,00
Costo total	45.002,88	46.683,26	48.531,69	50.564,95	52.801,54
Costo Unitario	29,30				

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

GASTOS

A continuación, se detallan los gastos administrativos y de venta que se incurrirá para la apertura de la sucursal

Gastos Administrativos

Los gastos de administración hacen referencia a todos los gastos que se realizan en la parte administrativa de la cooperativa

Tabla 34-3: Gastos administrativos

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldos y Salarios	29.157,96	29.157,96	29.157,96	29.157,96	29.157,96
Servicios básicos	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00
Suministros de oficina	237,50	237,50	237,50	237,50	237,50
Suministros de aseo y limpieza	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
Arriendo de local	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Guardianía	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
TOTAL	46.367,46	46.367,46	46.367,46	46.367,46	46.367,46

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 35-3: Sueldos y Salarios

Puesto	No. Emp.	Sueldo	13° sueldo	14° sueldo	Fon. de res.	Ap. Pa. IESS	Vacac.	Total	Total anual
Gerente	1	900,00	75,00	33,3	0,00	100,35	0,00	1108,65	13.303,80
Contador	1	600,00	50,00	33,3	0,00	66,90	0,00	750,2	9.002,40
Secretaria	1	450,00	37,5	33,3	0,00	50,18	0,00	570,98	6.851,76
TOTAL	3	1.950,00	162,50	99,90	0,00	217,43	0,00	2.429,83	29.157,96

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 36-3: Servicios Básicos

Concepto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Energía Eléctrica	1	40,00	480,00
Agua potable	1	10,00	120,00
Servicio Telefónico e Internet	1	45,00	540,00
TOTAL			1.140,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 37-3: Suministros de Oficina

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total/anual
Grapadoras	3	10,00	30,00
Perforadoras	3	10,00	30,00
Calculadora	1	20,00	20,00
Resma de papel	20	3,00	60,00
Carpeta-Portafolio	30	3,00	90,00
Saca grapas	3	2,5	7,50
TOTAL			237,5

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 38-3: Suministros de aseo y limpieza

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total/anual
Jabón Líquido	12	2,50	30,00
Detergente	4	3,00	12,00
Escobas	4	2,50	10,00
Gel antibacterial (galón)	4	14,00	56,00
Trapeador	3	8,50	25,50
Alcohol	2	14,00	28,00
Papel higiénico	20	2,50	50,00
Fundas para basura (paquete)	5	2,00	10,00
Recogedor	2	1,50	3,00
Toallas desechables (500 u)	5	1,50	7,50
TOTAL			232,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 39-3: Arriendo de local

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Arriendo de local	800,00	9.600,00
TOTAL		9.600,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 40-3: Guardianía

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Guardianía	500,00	6.000,00
TOTAL		6.000,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Gastos de Venta

Son gastos que se realizan para promocionar los servicios que ofrece la cooperativa

Tabla 41-3: Gastos de venta

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Cuñas radiales	200,00	2.400,00
Publicidad Televisiva	400,00	4.800,00
TOTAL		7.200,00

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

FINANCIAMIENTO

El capital que se requiere para implementar la sucursal de la cooperativa en la ciudad de Riobamba es de \$15.012,84 el mismo que será financiado en su totalidad por la Cooperativa.

Tabla 42-3: Financiamiento

Concepto	Participación %	Valor a
Cooperativa de ahorro y crédito Nueva Esperanza Cía. Ltda.	100,00%	15.021,84
TOTAL	100,00%	15.021,84

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

INGRESOS

Ingresos por captaciones

En la tabla se muestra el total de captaciones a percibir anualmente, donde hay ingresos por cada ahorrista al abrir una cuenta de ahorro con \$ 150.00, con una captación mensual de \$100.00 por depósito más el 2% de captación por trámites de créditos y operaciones. A estos valores se restan el seguro de ahorro por captación y mantenimiento de cuenta. Se ha proyectado que el número de ahorristas se incrementarán cada año en un 5%.

Tabla 43-3: Ingresos por captacion

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Número de Ahorristas	300	315	331	348	365
Monto promedio de apertura de cuenta	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Monto inicial de las aportaciones	45.000,00	47.250,00	49.612,50	52.093,13	54.697,78
Captación mensual de ahorro	360.000,00	378.000,00	396.900,00	416.745,00	437.582,25
Trámite de créditos y operaciones	60.428,57	69.795,00	80.613,22	93.108,27	107.540,06
	465.428,57	495.045,00	527.125,72	561.946,40	599.820,09
Costo					
Seguro de Ahorro y captación 2%	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Mantenimiento de cuenta 0,05%	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
	7.380,00	7.749,00	8.136,45	8.543,27	8.970,44
Total Captación a percibir anualmente	458.048,57	487.296,00	518.989,27	553.403,12	590.849,66

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Ingresos por créditos

A continuación, se muestra la tabla con el detalle de los ingresos por crédito anuales con un incremento del 5% por captación.

Tabla 44-3: Ingresos por crédito

Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades créditos ofrecidas al mes	128	141	155	170	187
Ingresos por crédito ofrecido mensual 15%	51,46	54,04	56,74	59,58	62,56
Ingresos Mensuales	6.587,50	7.619,37	8.794,70	10.128,09	11.697,94
Ingresos anuales	79.050,00	91.432,44	105.536,38	121.537,06	140.375,30

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 45-3: Ingresos por crédito unitario

Servicios Generales	Monto de crédito	% Tasa Activa	Monto Tasa Activa \$
Crédito a 6 meses	140.000,00	15,5%	1.808,33
Créditos a 12 meses	170.000,00	15,5%	2.195,83
Créditos a 18 meses	200.000,00	15,5%	2.583,33
Total créditos ofrecidos	510.000,00		6.587,50
Monto de préstamos	3.984,38		128
Total de créditos promedio	128		51,46

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

Tabla 46-3: Flujo de efectivo proyectado

Detalle	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
Inversión Inicial	15.012,84					
Utilidad Bruta		34.047,12	44.749,18	57.004,69	70.972,11	87.573,76
(-) Gastos		-53.567,46	-	-	-	-
(+) Depreciaciones		2.607,00	2.607,00	2.607,00	2.607,00	2.607,00
Flujo neto de fondos	15.012,84	(16.913,34)	(6.211,28)	6.044,23	20.011,65	36.613,30

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

3.3.16. Evaluación Financiera

3.3.16.1. VAN

El Valor Actual Neto es un indicador financiero que nos ayudará a determinar si el proyecto es viable o no. Para calcular el VAN se ha tomado la tasa de descuento en un valor del 12%, y se ha tomado en cuenta el flujo de efectivo de 5 años.

- **Inversión inicial:** 15.012,84
- **Tasa de descuento:** 12% ~~0,12~~
- **Número de años:** 5

Tabla 47-3: VAN

AÑO	VALOR
1	(16.913,34)
2	(6.211,28)
3	6.044,23
4	20.011,65
5	36.613,30
VAN	2.729,67

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Como podemos observar en la tabla, el resultado del VAN calculado a 5 años, nos da \$2.279,67 el cual es mayor a cero, lo que significa que se tendrá un resultado positivo en la inversión, por ende, el proyecto es realizable.

3.3.16.2. TIR

La Tasa Interna de Retorno nos muestra el porcentaje de rentabilidad que nos ofrece el proyecto.

Tabla 48-3: TIR

AÑO	VALOR
1	(16.913,34)
2	(6.211,28)
3	6.044,23
4	20.011,65
5	36.613,30
TIR	37%

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Como se puede observar en la tabla, el TIR del proyecto da como resultado un 37% el mismo que es mayor al VAN, por lo tanto se puede determinar que el proyecto se acepta.

3.3.16.3. Periodo de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión, nos indica con exactitud la cantidad de tiempo que tardará el mercado en recuperar el costo de su inversión original.

Tabla 49-3: Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo actualizado	Flujo actualizado y acumulado
0	-15.012,84			-15.012,84
1	-16.913,34	0,892857143	-15.101,20	-30.114,04
2	-6.211,28	0,797193878	-4.951,59	-35.065,63
3	6.044,23	0,711780248	4.302,16	-30.763,47
4	20.011,65	0,635518078	12.717,77	-18.045,70
5	36.613,30	0,567426856	20.775,37	2.729,67

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Como se puede observar en la tabla, el último año con valor negativo de \$-18.045,70 es el cuarto, lo cual representa que en el quinto año se habrá recuperado la inversión.

Para poder determinar el tiempo exacto en el que se recuperara la inversión, aplicamos la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Último año negativo} + \frac{FNE \text{ Act. neg. acumulado (positivo)}}{FNE \text{ Act. del año siguiente}}$$

$$PRI = 4 + \frac{18.045,70}{20.775,37}$$

$$PRI = 4,868610282$$

- **Años** = 4
- **Meses** = 0,868610282*12 = 10,42332339
- **Días** = 0,42332339*30 = 12,69970162 **13▶**

El período de recuperación de la inversión es de 4 años, 10 meses y 13 días

ESTADOS FINANCIEROS

Tabla 50-3: Estado de situación financiera proyectado

Detalle	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
Activo Corriente						
Caja-Bancos	7.000,00	-9.913,34	-11.655,49	7.422,57	29.202,88	54.708,77
Total Activo Corriente	7.000,00	-9.913,34	-11.655,49	7.422,57	29.202,88	54.708,77
Activos fijos	11.930,00	11.930,00	11.930,00	11.930,00	11.930,00	11.930,00
(-) Depreciación acumulada		2.607,00	2.607,00	2.607,00	2.607,00	2.607,00
Total Activos Fijos	11.930,00	9.323,00	9.323,00	9.323,00	9.323,00	9.323,00
Total Activo	18.930,00	-590,34	-2.332,49	16.745,57	38.525,88	64.031,77
Pasivo						
Pasivo corriente						
15% Part. Trab. Por pagar	0	-2928,051	-1322,742	515,5845	2610,6975	5100,945
Impuesto a la renta por pagar	0	-4.148,07	-1.873,88	730,41	3.698,49	7.226,34
Total Pasivo	0	-7.076,12	-3.196,62	1.245,99	6.309,19	12.327,29
Patrimonio						
Capital	18.930,00	18.930,00	18.930,00	18.930,00	18.930,00	18.930,00
Utilidad del ejercicio		-12.444,22	-5.621,65	2.191,23	11.095,46	21.679,02
Utilidad años anteriores			-12.444,22	-5.621,65	2.191,23	11.095,46
Total Patrimonio	18.930,00	6.485,78	864,13	15.499,58	32.216,69	51.704,48
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	18.930,00	-590,34	-2.332,49	16.745,57	38.525,88	64.031,77

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

Tabla 51-3: Estado de resultados proyectado

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	79.050,00	91.432,44	105.536,38	121.537,06	140.375,30
-Costo de Ventas	(45.002,88)	(46.683,26)	(48.531,69)	(50.564,95)	(52.801,54)
= Utilidad Bruta	34.047,12	44.749,18	57.004,69	70.972,11	87.573,76
-Gastos de Operación	53.567,46	53.567,46	53.567,46	53.567,46	53.567,46
Gastos Administrativos	46.367,46	46.367,46	46.367,46	46.367,46	46.367,46
Gasto de Ventas	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
=Utilidad Operacional	(19.520,34)	(8.818,28)	3.437,23	17.404,65	34.006,30
-Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Utilidad Neta	(19.520,34)	(8.818,28)	3.437,23	17.404,65	34.006,30
-15% Participación Trabajadores	2928,051	1322,742	515,5845	2610,6975	5100,945
=Utilidad antes de impuestos	(16.592,29)	(7.495,54)	2.921,65	14.793,95	28.905,36
-25% Impuesto a la renta	4.148,07	1.873,88	730,41	3.698,49	7.226,34
Utilidad Neta	(12.444,22)	(5.621,65)	2.191,23	11.095,46	21.679,02

Elaborado por: Torres Cinthya, 2021

CONCLUSIONES

El presente plan de negocios para la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nueva Esperanza Cía. Ltda.” en la ciudad de Riobamba, se ha elaborado mediante la obtención de información a través de fuentes bibliográficas, libros, e información web, las mismas que nos han ayudado a desarrollar la siguiente estructura: descripción de la empresa, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y evaluación financiera, con el fin de poder determinar su factibilidad.

Se constató, de acuerdo a los datos obtenidos, que es necesario la apertura de una nueva oficina de la cooperativa dentro de la ciudad para disminuir la concurrencia de los socios en la oficina matriz, y precautelar la salud y bienestar de los mismos debido a la pandemia que se está viviendo mundialmente por el Covid-19.

Para la creación de una sucursal de la cooperativa, se presenta una inversión total de \$15.012,84 con un Valor Actual Neto (VAN) de \$2.729,67 y la Tasa Interna de retorno (TIR) de 37%, por lo que se puede manifestar que el proyecto es viable y aceptable. La inversión se recuperará en de 4 años, 10 meses y 13 días. Todo esto nos indica que el proyecto es rentable.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con los resultados del presente estudio, se recomienda la ejecución o implementación de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nueva Esperanza Cía. Ltda.” en la ciudad de Riobamba, puesto que es factible y rentable, y ayudará a generar fuentes de trabajo y sobre todo se precautelarán la salud y bienestar tanto de los socios como de quienes trabajan en las instalaciones.

A la parte administrativa de la cooperativa se recomienda desarrollar y aplicar estrategias de posicionamiento de la institución para que tenga más reconocimiento, por el servicio y calidad del mismo, tanto en la ciudad como en sus alrededores, así la demanda aumentará.

Se recomienda contar con el personal calificado en la parte administrativa, de acuerdo al perfil de puestos señalado en la presente, y realizar el proceso de inducción, orientándolos sobre las funciones que deben realizar cada uno, también se recomienda contar con personal de seguridad calificado para proteger a los socios y contar con las normas de bioseguridad correspondientes.

GLOSARIO

Negocios: Es la acción de compra o venta de un bien o servicio, que se realiza para obtener un beneficio económico. (Ucha, 2009)

Cooperativa: Organización empresarial que tiene por objetivo el beneficio de las personas que componen y que se caracterizan porque cada miembro tiene un voto al margen del capital o aporte que posea en la misma. (Montes de Oca, 2015)

Servicios Financieros: Son todas las actividades comerciales de recursos que permitan el aprovechamiento de la inversión o recuperación del dinero. (Bujan, 2018)

Ahorro: Es la cantidad monetaria excedente de las personas e instituciones sobre sus gastos. (Vázquez, 2016)

Crédito: Término que define la posibilidad de comprar con una promesa de pago. (Montes de Oca, 2015)

Inversión: Es el empleo del capital con ánimo de lucro, ya sea en un negocio, finca, bienes muebles, educación. (López, 2018)

BIBLIOGRAFÍA

- Agueda, E. (2008). *Principios de Marketing*. España: ESIC.
- Ander-Egg, E. (1991). *Introducción a la planificación española*. España: Siglo XXI.
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORE.
- Bujan, A. (19 de Junio de 2018). *Enciclopedia Financiera* . Obtenido de Servicios Financieros: <http://www.encyclopediafinanciera.com/instrumentos-financieros/servicios-financieros.htm>
- Cardozo, J. (22 de Abril de 2012). *Slideshare*. Obtenido de Plan de Negocios: definiciones y objetivos: <https://es.slideshare.net/jairocardozorojas/plan-de-negocios-definiciones-y-objetivos>
- CFN. (07 de Febrero de 2016). *CFN Asesoría al Empresario*. Obtenido de Como elaborar un plan de negocios: https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2016/02/AE-PLAN-DE-NEGOCIOS_CFN.pdf
- COACNE. (22 de Marzo de 2021). *Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza*. Obtenido de https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Cooperativa_De_Ahorro_Y_Credito_Nueva_Esperanza_Ltda_es_5449833.html
- Empleo, D. G. (2016). *mtess.gov.py*. Obtenido de <https://www.mtess.gov.py/application/files/3115/5834/8901/CAJERO.pdf#:~:text=El%20cajero%20debe%20repcionar%2C%20entregar,al%20rubro%20de%20cada%20em%20presa.>
- Escamilla, M. (2013). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitoso*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 15 de Diciembre de 2020
- Gonzalez, M. J. (1997). *Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos*. Madrid .
- Guato, L., & Torres, S. (2015). *Plan de de negocios para la Cooperativa de Ahorro y Credito “Kullki Wasi” Ltda, de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua para el periodo 2014-2015*. Riobamba.
- Haynes, S. (1978). *Principios de la Evaluacion del Comportamiento*. Nueva York: Gardner Press.

- Hernández Sampieri, R., & Mendoza, C. (2008). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Hernández, R. (2004). Como hacer un proyecto de Investigación .
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW HILL.
- Initelabs. (2010). *Guía para elaborar un plan de negocios*. Recuperado el 2020, de http://gc.initelabs.com/recursos/files/r157r/w12737w/GuiaPlanNeg_1aEd_02.pdf
- Kotler, P., & Armstrong , G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion de Mexico.
- Lambing, P., & Kuehl, C. (1998). *Empresarios Pequeños y Medianos*. Mexico: Pearson Educacion.
- López, J. (13 de Julio de 2018). *Economipedia*. Obtenido de Inversion: <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Lumpkin, G., & Dess, G. (2003). *Dirección Estratégica*. España: McGraw-Hill Interamericana.
- Mendoza, I. (31 de Julio de 2013). *Utel Blog Universidad*. Obtenido de Utel Blog Universidad: <https://www.utel.edu.mx/blog/rol-personal/plan-de-negocios/#:~:text=Plan%20de%20negocios%20para%20administradores,%C3%A1reas%20funcionales%20de%20la%20empresa>.
- Milla, A., & Martinez, D. (2008). *La Elaboracion del Plan Estrategico y su implementacion a traves del cuadro de mando Integral*. España: Díaz de Santo.
- Montes de Oca, J. (19 de Mayo de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Cooperativa: <https://economipedia.com/definiciones/cooperativa.html>
- Moyano Catillejo, L. (2015). *Plan de Negocios*. Perú: Macro.
- Münch, L., & Ernesto, Á. (2015). *Métodos y técnicas de investigación* (Vol. 5a ed). (Trillas, Ed.) Puebla, Mexico: Trillas.
- Naresh K., M. (2008). *Investigación de mercados*. Mexico: Pearson Educación.
- Perez, F. (2015). Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa. 17.
- Porter , M. (2007). *Ser Competitivo*. Mexico.
- Quiñaluiza , J., & Moreno, Á. (2015). *Plan de negocios para la Cooperativa de Ahorro y Credito Minga Ltda, provincia de Chimborazo canton Riobamba periodo 2014 -2015*. Riobamba.
- Ramirez , L. (22 de Enero de 2019). *Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur en Español: <https://www.entrepreneur.com/article/263540>
- Robbins, S., & Couler, M. (2005). *Administración*. Mexico: Pearson Educacion.
- Rodríguez , M. A. (2010). *Métodos de investigación: Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. Mexico: Pandora.

- Roldán, P. N. (Julio de 2017). *Economipedia*. Recuperado el 07 de Diciembre de 2020, de
Negocio: <https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>
- Romero, O. (2015). *Plan de Negocios*. España: UTMACH.
- Romero, O. H. (2015). *Plan de negocios*. España: UTMACH.
- Rumipamba, J., & Tierra, A. (2015). *Plan de negocios para la Cooperativa de Ahorro y
Credito "Fernando Daquilema" Ltda., de la ciudad de Riobamba, provincia de
Chimborazzo periodo 2014-2015*. Riobamba.
- Ucha, F. (15 de Junio de 2009). *Definición ABC*. Recuperado el 19 de Abril de 2021, de
Definición de Negocio: <https://www.definicionabc.com/economia/negocio.php>
- Vargas, Z. (2009). La Investigación Aplicada: una forma de conocer las realidades con
evidencia científica. *Revista Educación*, 33, 159. Recuperado el 16 de Octubre de 2019,
de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Vázquez, R. (14 de Enero de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Ahorro:
<https://economipedia.com/definiciones/ahorro.html>
- Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. (2006). *Publicidad principios y practicas*. Mexico:
Prentice.Hall Hispanoamericana S.A.

ANEXOS

ANEXO A:

MODELO DE LA ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: Plan de negocios para la apertura de una sucursal de la COAC Nueva Esperanza en la ciudad de Riobamba

OBJETIVO: Establecer cuáles son las principales actividades de los socios o usuarias de la COAC a partir de la siguiente encuesta realizada al personal de la misma.

INSTRUCCIONES GENERALES:

- Esta encuesta es anónima, los datos que se obtengan de ella son de carácter confidencial y para uso del investigador. Conteste con la mayor honestidad posible.
- Marque con una X en la opción que más se ajuste a usted

CUESTIONARIO

1. ¿Edad?

25 – 30 31 - 35 36 - 40 41 - 45

2. ¿Genero?

Masculino Femenino Otros

3. ¿En qué sector usted vive?

Urbano Rural

4. ¿Área de trabajo?

Crédito Servicios

Inversiones Contabilidad

5. ¿Quiénes son sus principales socios?

Personas Naturales

Instituciones

Empleados Privados

Jubilados

6. ¿Qué departamento financiero es más concurrente por parte de los socios en la oficina matriz?

Crédito **Auditoría**

Contabilidad **Gerencia**

7. ¿Qué servicios poseen mayor aceptación por los socios en la oficina matriz?

Pago de servicios básicos

Pago de créditos

Pago pensiones

Otros

8. ¿Por qué los socios prefieren hacer negocios con la institución?

Facilidad de pago

Intereses bajos

Cuotas cómodas

Otros

9. ¿Considera usted que la apertura de una nueva oficina dentro de la ciudad aportaría en la disminución de socios en la agencia matriz?

Si **No**

10. ¿Cree usted que la nueva oficina tuviera mayor concurrencia en el sector urbano o rural?

Urbano **Rural**