



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE LA
AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
FERNANDO DAQUILEMA LTDA., EN LA CIUDAD DE
OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO DE EMPRESAS

AUTOR: EDISON JAVIER CHIMBOLEMA FERNÁNDEZ

DIRECTOR: ING. CARLOS FERNANDO VELOZ NAVARTE

Riobamba-Ecuador

2020

© 2020, Chimbolema Fernández Edison Javier

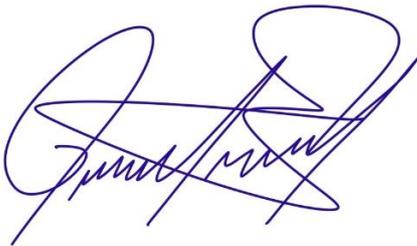
Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Chimbolema Fernández Edison Javier, declaro que el presente trabajado de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos.

Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor 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, 25 de agosto de 2020



Chimbolema Fernández Edison Javier

C.I.: 0604970475

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

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de investigación, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE LA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FERNANDO DAQUILEMA LTDA., EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**, realizado por el señor: **Chimbolema Fernández Edison Javier**, han sido minuciosamente revisado por los Miembros de 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 (año-mes-día)
Ing. Franqui Fernando Esparza Paz PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	Fernando Esparza Paz Firmado digitalmente por Fernando Esparza Paz	2020/08/25
Ing. Carlos Fernando Veloz Navarrete DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	CARLOS FERNANDO VELOZ NAVARRETE Firmado digitalmente por CARLOS FERNANDO VELOZ NAVARRETE	2020/08/25
Ing. Ángel Gerardo Castelo Salazar MIEMBRO DEL TRIBUNAL	ANGEL GERARDO CASTELO SALAZAR Firmado digitalmente por ANGEL GERARDO CASTELO SALAZAR	2020/08/25

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico a ti mi Dios, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado, también lo dedico a mi familia quienes fueron un motor de impulso en mi proceso de aprendizaje.

Edison

AGRADECIMIENTO

¡Gratitud ESPOCH querida!, por darme la oportunidad de formarme en tus aulas y llegar a ser un profesional al servicio de la sociedad. Son muchas las personas que han formado parte de mi vida, a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en todo este proceso., Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus oraciones.

Edison

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1	MARCO DE REFERENCIAL	2
1.1	Antecedentes de investigación.....	2
1.1.1	Antecedentes Históricos	2
1.1.2	Antecedentes de Investigación	2
1.2	MARCO TEÓRICO	4
1.2.1	<i>Cooperativismo</i>	4
1.2.2	<i>Estudio de factibilidad</i>	5
1.2.5	<i>Estudio de mercado</i>	7
1.2.9	<i>Estudio organizacional</i>	12
1.2.12	<i>Estudio Técnico</i>	14
1.2.17	<i>Estudio técnico, económico y financiero</i>	19
1.3	Estudio del impacto social y ambiental.....	23
1.4	MARCO CONCEPTUAL	24
1.5	Idea a defender.....	25

CAPÍTULO II

2	MARCO METODOLÓGICO	26
2.1	Enfoque de la investigación.....	26
2.2	Nivel de investigación	26
2.3	Diseño de investigación.....	26
2.4	Tipo de estudio	26
2.5	Población y muestra.....	26

2.5.1	<i>Población</i>	26
2.5.2	<i>Muestra</i>	26
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	27

CAPÍTULO III

3	ANÁLISIS DE RESULTADOS	28
3.1	Análisis e interpretación de resultados	28

CAPÍTULO IV

4.	MARCO PROPOSITIVO	49
4.1.	Demanda	49
4.2.	Oferta	50
4.3.	Estructura organizacional	52
4.4.	ESTUDIO TÉCNICO	66
4.5.	Macrolocalización	66
4.6.	Microlocalización	67
4.7.	Criterios de Selección.	68
4.8.	Tamaño del Proyecto	68
4.9.	Diseño de las Instalaciones	68
4.10.	Distribución de la Planta	69
4.11.	Análisis del Proceso de Otorgamiento de Crédito	71
4.12.	Proceso de Cobranza	79
4.13.	Estudio financiero	84
4.14.	Activos Fijos Tangibles	84
4.15.	Activos Diferidos	85
4.16.	Total, inversión en Activos	85
4.17.	Gastos Administrativos	85
4.18.	Captaciones	87
4.19.	Flujo de Caja Proyectado	88
4.20.	Evaluación financiera	88
4.21.	Tasa Interna de Retorno	89

CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
BIBLIOGRAFÍA	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Estructura del estudio de factibilidad	6
Tabla 2-1:	Tamaño óptimo del Proyecto	16
Tabla 3-2:	Población Económicamente activa 2018 de la ciudad de Otavalo.....	26
Tabla 4-3:	Género de los encuestados	28
Tabla 5-3:	Estado civil de los encuestados	29
Tabla 6-3:	Nivel educativo de los encuestados.....	30
Tabla 7-3:	Actividad económica del encuestado	31
Tabla 8-3:	Nivel de ingresos económico	32
Tabla 9-3:	Utilización de productos y servicios financieros	33
Tabla 10-3:	Instituciones financieras en Otavalo.....	34
Tabla 11-3:	Importancia de ahorro e inversión.....	35
Tabla 12-3:	Frecuencia de ahorros.....	36
Tabla 13-3:	Montos destinados de ahorro	37
Tabla 14-3:	Créditos obtenidos en entidades financieras	38
Tabla 15-3:	Montos realizados en una institución financiera.....	39
Tabla 16-3:	Razones de acceder a un crédito.....	40
Tabla 17-3:	Plazos considerados de pagar su crédito	41
Tabla 18-3:	Servicios que ofrecen las diferentes entidades financiera.....	42
Tabla 19-3:	Creación de una nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito.....	43
Tabla 20-3:	Uso de servicios financieros.....	44
Tabla 21-3:	Dispuesto a utilizar servicio de la COAC	45
Tabla 22-3:	Localizada la nueva entidad financiera	46
Tabla 23-3:	Medio le gustaría recibir información.....	47
Tabla 24-3:	Mercado Total	49
Tabla 25-3:	Mercado Potencial.....	49
Tabla 26-3:	Proyección de la Demanda.....	50
Tabla 27-3:	Oferta.....	51
Tabla 28-3:	Oferta Proyectada.....	51
Tabla 29-3:	Demanda Insatisfecha	52
Tabla 30-3:	Parámetros de Calificación del Crédito.....	73

Tabla 31-4: Niveles de Aprobación del Crédito	75
Tabla 32-4: Manual del Proceso de Concesión de Créditos.	77
Tabla 33-4: Manual del Proceso de Concesión de Créditos.	77
Tabla 34-4: Manual del Proceso de Concesión de Créditos.	78
Tabla 35-4: Manual del Proceso de Cobranzas	81
Tabla 36-4: Manual del Proceso de Cobranzas	81
Tabla 37-4: Manual del Proceso de Cobranzas	82
Tabla 38-4: Muebles y Enseres.....	84
Tabla 39-4: Equipo de Oficina	84
Tabla 40-4: Equipo de Computo.....	84
Tabla 41-4: Activos fijos	84
Tabla 41-4: Activos Diferidos	85
Tabla 42-4: Total inversión en activos	85
Tabla 43-4: Sueldos y Salarios	85
Tabla 44-4: Gasto Arriendo	86
Tabla 45-4: Servicios Básicos.....	86
Tabla 46-4: Suministros de Oficina	86
Tabla 47-4: Materiales de limpieza	86
Tabla 48-4: Gastos administrativos	87
Tabla 49-4: Captaciones	87
Tabla 50-4: Costo de las Captaciones.....	87
Tabla 51-4: Ingreso de la tasa Activa	88
Tabla 52-4: Flujo de Caja Proyectado	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Partes que conforman un estudio técnico	15
Gráfico 2-1:	Estructura del estudio económico – financiero	20
Gráfico 3-1:	Punto de Equilibrio	22
Gráfico 5-3:	Género de los encuestados.....	28
Gráfico 6-3:	Estado civil de los encuestados	29
Gráfico 7-3:	Nivel educativo de los encuestados	30
Gráfico 8-3:	Actividad económica del encuestado	31
Gráfico 9-3:	Nivel de ingresos económico	32
Gráfico 10-3:	Utilización de productos y servicios financieros	33
Gráfico 11-3:	Instituciones financieras en Otavalo	34
Gráfico 12-3:	Importancia de ahorro e inversión	35
Gráfico 13-3:	Frecuencia de ahorros.....	36
Gráfico 14-3:	Montos destinados de ahorro	37
Gráfico 15-3:	Créditos obtenidos en entidades financieras	38
Gráfico 16-3:	Montos realizados en una institución financiera	39
Gráfico 17-3:	Razones de acceder a un crédito.....	40
Gráfico 18-3:	Plazos considerados de pagar su crédito	41
Gráfico 19-3:	Servicios que ofrecen las diferentes entidades financiera	42
Gráfico 20-3:	Creación de una nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito	43
Gráfico 21-3:	Uso de servicios financieros	44
Gráfico 22-3:	Dispuesto a utilizar servicio de la COAC.....	45
Gráfico 23-3:	Localizada la nueva entidad financiera	46
Gráfico 24-3:	Medio le gustaría recibir información.....	47
Gráfico 25-4:	Organigrama estructural de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”	56
Gráfico 26-4:	Flujograma del Proceso de Otorgación de Crédito.....	79
Gráfico 27-4:	Flujograma del Proceso de Cobranza	83

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue el de realizar un estudio de factibilidad de apertura de la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., para el crecimiento económico. Para ello se realizó una revisión bibliográfica de referentes teóricos que permitieron definir el cómo realizar un estudio de factibilidad según las necesidades del estudio. En base a esta sustentación se planteó los parámetros de la ejecución del estudio de mercado y el análisis de factibilidad económica. Para la ejecución de la investigación se empleó un enfoque mixto que ayudó a estudiar el comportamiento de la población de Otavalo. El levantamiento de la información se realizó mediante la aplicación de encuestas a una muestra poblacional de 379 habitantes. Entre los resultados más significantes se encontró que el 70% de los entrevistados usaban servicios financieros de manera frecuente en la localidad por lo que existe un mercado potencial. De manera general se concluye que el proyecto es factible gracias a los resultados obtenidos en el análisis económico – financiero y de rentabilidad para la apertura de una nueva agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., en la ciudad Otavalo, el proyecto arrojó un Valor Actual Neto de USD 52.077,00 y una Tasa Interna de Retorno de 58,16%, demostrando la viabilidad de su ejecución. Por lo que se recomienda la aplicación del estudio de factibilidad con la finalidad de apertura de agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito en la ciudad de Otavalo.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <CRECIMIENTO ECONÓMICO>.



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS



31-03-2021

0903-DBRAI-UTP-2021

ABSTRACT

The objective of the following research was to carry out an opening feasibility study at “Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA.”, for economic growth. A bibliographic review of theoretical references was carried out that allowed to define how to carry out a feasibility study according to the needs of the study. Based on this support, the parameters of the execution of the market study and the economic feasibility analysis were raised. A mixed approach was used for the execution of the research that helped to study the behavior of the population of Otavalo. The information was surveyed to a population sample of 379 inhabitants. Among the most significant results was that 70% of respondents used financial services frequently in the locality so there is a potential market. It is generally concluded that the project is feasible thanks to the results obtained in the economic – financial and profitability analysis for the opening of a new agency “Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA.”, in the city of Otavalo, the project demonstrated a current value of USD 52,077.00 and an Internal Return Rate of 58.16%, demonstrating the feasibility of its execution. Therefore, it is recommended to apply the feasibility study for the purpose of opening the agency of the savings and credit union in the city of Otavalo.

Keywords: < ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, < FEASIBILITY STUDY>, < SAVINGS AND CREDIT UNION > < MARKET STUDY>, < ECONOMIC GROWTH >

INTRODUCCIÓN

En la actualidad cada vez es más demandado el uso de instituciones financieras que permitan a sus usuarios acceder a servicios que les permitan el manejo efectivo de su capital monetario, servicios como cajas de ahorro, cuentas bancarias, préstamos e incluso los pagos de los servicios de uso diario. Por esta razón cada día en mayor medida surgen nuevas entidades que permiten a la población acceder a dichos servicios en sus localidades, facilitando el intercambio financiero, activando los sectores económicos y brindando comodidades a todos sus usuarios.

La presente investigación se planteó como objetivo reconocer la factibilidad de implantación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito del grupo Fernando Daquilema Ltda. en la ciudad de Otavalo provincia Imbabura, la cual cuenta con trayectoria reconocida de más de 10 años en el mercado ecuatoriano. El propósito primario de dar ejecución a este análisis de factibilidad económica es conocer si resulta viable la apertura de dicha entidad financiera con el fin de contribuir en el crecimiento y desarrollo económico de la ciudad. En tal sentido, la presente investigación se enmarca en los siguientes acápite;

Capítulo I, el cual aborda una sustentación bibliográfica de aquellas definiciones pertinentes para el desarrollo del análisis de factibilidad.

Capítulo II, en él se presenta un abordaje de la metodología aplicada para el desarrollo de la investigación, el enfoque, técnicas e instrumentos con los que se evaluó a la población de Otavalo.

Capítulo III, en este acápite se presenta el análisis descriptivo de los resultados obtenidos en el levantamiento de información

Capítulo IV, en el marco propositivo se muestra el desarrollo del estudio de mercado y de factibilidad económica, necesarios para la determinación de la factibilidad de la implementación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda., en la ciudad de Otavalo.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones pertinentes emanadas de las distintas apreciaciones y hallazgos encontrados durante la ejecución de los objetivos investigativos.

CAPÍTULO I

1 MARCO DE REFERENCIA

1.1 Antecedentes de investigación

1.1.1 Antecedentes Históricos

Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” Ltda., es una cooperativa de ahorro y crédito fundada en 1985 en un pueblo rural de la provincia de Chimborazo con el fin de brindar servicios financieros y no financieros a los habitantes del lugar.

Daquilema ofrece varios productos financieros para las personas de bajos y medianos ingresos que viven tanto en áreas urbanas como rurales. Sus productos son usados con diversos propósitos para mejorar el estándar de vida de los prestatarios.

A modo de ejemplo, el microcrédito se ofrece como capital de trabajo o como medio para adquirir activos fijos. Los préstamos hipotecarios se ofrecen como préstamos para vivienda social o la compra de tierras. Los préstamos de consumo se ofrecen para gastos personales como educación, atención médica, etcétera. Daquilema también ofrece un seguro de vida que cubre el préstamo en caso de fallecimiento.

La cooperativa ofrece servicios de pagos, incluido el pago de remesas extranjeras y de servicios públicos como facturas de agua, electricidad y teléfono sin costo adicional.

Daquilema ha venido utilizando los préstamos de Oikocredit para satisfacer la demanda local de más servicios financieros.

1.1.2 Antecedentes de Investigación

El trabajo de investigación presentado por (Ramírez, 2014) de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EN EL MUNICIPIO DE EL TARRA, NORTE DE SANTANDER concluye que la realización del estudio de mercados, permitió analizar las variables de la mercadotecnia, como son Precio, Plaza, Promoción y Publicidad. En lo que hace referencia con el estudio técnico y la evaluación económica y financiera se establecieron todos los componentes que tiene que ver con los requerimientos mínimos para la puesta en marcha del proyecto, así como la determinación de los ingresos y egresos del proyecto y el cálculo del Valor Presente Neto (VPN), Razón Costo Beneficio (RCB) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) cuyos resultados fueron positivos. Por último, se determinó el impacto socio-ambiental los cuales fueron favorables en todo aspecto, para la puesta en marcha del proyecto.

La investigación realizada por (Mora, 2015) de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, titulada: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ LTDA., COMO ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS, PERIODO 2015. En el estudio manifiesta que la motivación para que un inversionista realice una inversión está en torno a la tasa interna de retorno del 28,30%, una RB/C equivalente a \$ 0,70 de

rendimiento por dólar invertido. Llegando a la conclusión que existe un potencial mercado, altas expectativas de ingresos y el deseo de ahorro, por lo cual se recomienda poner en marcha la propuesta, es decir cristalizar la idea de apertura una Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., en la ciudad de Guayaquil.

El trabajo de investigación presentado por (Sánchez, 2015) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil con el tema de Factibilidad de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda., para el Cantón Daule concluye que el estudio financiero desarrollado, permite ver claramente que es un proyecto viable, el cual brindará a los habitantes del sector otra alternativa financiera con quien poder desarrollar sus proyectos de emprendimiento.

En la investigación realizada por (Cunalata y Quijije, 2016) de la Universidad de Guayaquil con el tema de Factibilidad para la creación de Cooperativa de Ahorro y Crédito. Con este estudio se pudo verificar que existe una demanda insatisfecha de artesanos debido a que muchas instituciones financieras no les facilitan un capital para el crecimiento de su negocio, lo cual nos indica que tenemos un amplio campo abierto para posesionarnos en el mercado. Además, se realizó un estudio de factibilidad técnico y administrativo el cual consistió en determinar una excelente ubicación para el funcionamiento de la cooperativa y que también se cuenta con un personal altamente calificado. Realizando el estudio financiero se concluyó que es factible la creación de la cooperativa de ahorro y crédito GREMIARTCOOP.

Todas estas investigaciones ayudaron a estructurar y diseñar el estudio de factibilidad de la presente investigación

1.2 MARCO TEÓRICO

1.2.1 Cooperativismo

1.2.1.1 ¿Qué es una cooperativa?

Según Choquehuanca (2009) manifiesta que:

Es una Asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

Según Partnell (2009), en su libro “Reinventando las Cooperativas” dice: que lo contrario a ganar es perder y una cooperativa como ninguna otra empresa no puede existir para perder. Entonces es suficiente conocer nuestro origen y entrar en el mercado a ofrecer nuestros productos y servicios solidarios creo que ahí es donde vemos la importancia de la “Identidad Visual” que el cooperativismo debe desarrollar y es el “Diseño” una herramienta estratégica que crea y sostiene una ventaja competitiva porque el diseño comunicaciones (vía Internet) servicios y la propia identidad cooperativa.

1.2.1.2 ¿Cómo construimos la identidad cooperativa?

Choquehuanca (2009) Habla sobre cómo construir la identidad cooperativa:

Se debe tomar en cuenta tres aspectos:

- Los Valores
- Los Principios
- El Concepto de Cooperativa.

Estos tres elementos constitutivos, son una unidad indivisible, están íntimamente relacionados, se complementan y se refuerzan unos a otros. Sobre la “identidad cooperativa” se cimentará la cultura de la solidaridad y debemos lograr diferenciarnos de los demás modelos empresariales.

1.2.1.3 El cooperativismo en Ecuador

Mora (2015) afirma que las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador juegan:

Un rol fundamental en la economía del país. El sistema cooperativo está conformado por 350 entidades. La mayor parte de las cooperativas (70%) está en la Sierra, y el 30% restante en la Costa. La participación dentro del sistema financiero es relativamente baja, apenas un 2%, pero su fortalecimiento ha sido significativo en estos últimos años. Los servicios cooperativos se brindan a un total de 792.639 personas en todo el país, la cooperativa de ahorro y crédito poseen alrededor de los 82 millones de dólares en activos, unos 48 millones de dólares en los pasivos y un patrimonio de 36 millones de dólares. Los recursos captados suman 44 millones de dólares aproximadamente, debido a esto, desde enero del 2000 se ha registrado un incremento en el sistema cooperativista del país alrededor de 50.000 personas, lo que quiere decir que hay mayor confianza en el sistema cooperativo nacional. Hoy en día las cooperativas especialmente el

movimiento cooperativo constituye un instrumento positivo para el desarrollo económico del país, que a través de dicho sistema se puede solucionar muchas necesidades.

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

El sistema integrado por las cooperativas se ha preocupado de mantener un buen nivel en cuanto a liquidez se trata, es así que se encuentra en 0.22% con respecto al capital, manteniéndose en un nivel superior el establecido por la Superintendencia de Bancos que es de 0.14%, esto demuestra que las cooperativas se encuentran en condiciones de cumplir con las exigencias de los socios.

1.2.2 Estudio de factibilidad

Flórez (2015) afirma que:

El estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio del mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, así como los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación, la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económicos, sociales y ambientales que permitan obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto.

En el estudio de factibilidad se puede abandonar el plan de negocio por no ser viable o conveniente o, por el contrario, puede mejorar a través de la elaboración de un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que propongan las posibles fuentes de financiación del proyecto.

1.2.2.1 Estructura del estudio de factibilidad

Tabla 1-1: Estructura del estudio de factibilidad

Tipo de estudio	Elementos en los que se concentra el análisis
Estudio de mercado	Demanda Oferta Características del producto Marketing Mix
Estudio administrativo y organizacional	Tipo de sociedad legal Trámites legales Estructura orgánica Descripción de las funciones de los puestos
Estudio técnico	Localización de las instalaciones Tamaño de las instalaciones Tecnología básica Maquinaria y equipo Necesidades de obra civil Descripción de los procesos productivos
Estudio financiero	Cuantificación de la inversión Fuentes de financiamiento Estados financieros Evaluación financiera

Fuente: Tomado del libro Evaluación y Formulación de proyectos de inversión de (Morales & Morales 2009, p.32)
Elaborado por; Edison Chimbolema. 2020

1.2.3 Análisis del entorno externo e interno

Según la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (2018) dentro del entorno externo e interno se debe tomar en cuenta los siguientes parámetros:

- Identificación de la institución que presenta el estudio de pre-factibilidad
- Situación geográfica del cantón y/o parroquia
- Perfil demográfico del cantón y/o parroquia (población, infraestructura de servicios básicos, migración, etc.)
- Perfil económico del cantón y/o parroquia (Principal actividad económica, composición de la PEA, etc.)

Martínez y Milla (2012) habla sobre:

Situación geográfica: Es determinar los límites del cantón, parroquia o ciudad, donde va emprender el negocio.

Perfil demográfico: Es el elemento del entorno más sencillo de comprender y de cuantificar. Es la raíz de muchos cambios en la sociedad. La demografía incluye elementos como la edad de la población, crecientes o decrecientes niveles de riqueza, cambios en la composición étnica, distribución geográfica de la población y disparidad en el nivel de ingresos.

Perfil económico: Existen multitud de factores económicos influyentes en el entorno de una sociedad, pero no todos tienen un impacto relevante sobre la actividad del sector, por lo tanto, la sociedad deberá escoger aquellos cuya evolución puede resultar útil consultar.

1.2.4 Análisis geográfico

El estudio de la densificación o geográfico de las ciudades (Hermida et al., 2015) constituye una importante herramienta para evitar el crecimiento innecesario de la ciudad, aplicando para ello un enfoque de sustentabilidad que atienda varios frentes: proximidad, conectividad, población y

actividad, transporte alternativo, habitabilidad del espacio público, complejidad urbana, dotación de espacios verdes y biodiversidad, autosuficiencia energética, autosuficiencia hídrica, adaptación y mitigación al cambio climático, cohesión social, dotación de equipamientos, etcétera.

1.2.5 Estudio de mercado

De acuerdo a Flórez (2015) el estudio del mercado en los proyectos de inversión privados:

Busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor. Para su realización, se identifican una serie de variables de tipo económica, financiera, social, organizacional y de producción, que al ser tenidas en cuenta, permitan desarrollar con posibilidades de éxito, el plan de negocio que se está elaborando. En su proceso, es importante determinar el tipo de clientes a atender y en donde se encuentran localizados, para ello es necesario definir su nicho de mercado y su ubicación geográfica, es decir, si el mercado a atender es de carácter local, regional, nacional o de exportación. Las variables que se analizan en el estudio de mercado son:

- Conocer las características de los productos y servicios que demanda el mercado.
- Identificar el mercado meta
- Cuantificar la cantidad de productos y servicios que se generarán
- Establecer el precio al cual se debe vender el producto o servicio
- Conocer la estación adecuada para generar los productos o servicios.
- Fijar el lugar idóneo de producción y venta de los productos y/o servicios
- Diseñar los canales de distribución de los productos y/o servicios
- Conocer las características de los competidores y de sus productos y/o servicios.

Según Joseph, Robert, & David, (2003), relatan una de las experiencias de una empresa que produce autos Jeep, en la cual explica la ardua tarea que realizan día a día al tratar de entender al cliente y sus necesidades, ya que como ellos mismo explican no todos entendemos que es una auto Jeep y además no todos somos clientes para este tipo de empresa, es decir nos ilustran una manera en que la investigación de mercados resuelve los asuntos de una empresa. Los autores definen la investigación de mercados como. “Función que enlaza una organización con su mercado mediante la recolección de información” (pag.4)

Si se establece un esquema razonable de investigación de mercado que se base en indagaciones y comentarios de los clientes, una empresa de cualquier tamaño puede tomar decisiones confiables y costeables, ya sea que identifique oportunidades para nuevos productos o que se diseñe nuevos métodos para comunicarse con los clientes. Joseph F, “et al”, (2003)

La American Marketing Association define Formalmente investigación de Mercado como:

La función que vincula una compañía con su mercado mediante la recolección de información con la que identifican y definen las oportunidades y los problemas que trae dicho mercado. Con esta información se generan, perfeccionan y evalúan las actividades de marketing. Se vigila el desempeño del mercado y se avanza en su comprensión como un proceso de la compañía.

Si se aplica esta definición al relato que los autores mencionan y también con su definición.

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de productos y anteceder la necesidad. Córdoba, (2011)

1.2.6 Antecedentes

En el estudio de mercado se deben considerar algunos aspectos de carácter general, tales como:

1.2.6.1 Objetivos

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. Baca, (2010)

1.2.6.2 Ventajas y Desventajas

- Permite descubrir oportunidades comerciales.
- Permite satisfacer en mayor medida las necesidades de los consumidores.
- Las empresas obtendrán mayores ingresos como consecuencias de un mayor volumen de ventas, o mayores beneficios.

También hay algunas desventajas como:

- Elevados costos como consecuencia de la amplitud de la gama de productos y la necesidad de aplicar diferentes programas comerciales.
- No siempre es posible aprovechar las economías de escala. Córdoba, (2011)

1.2.6.3 Estructura del Mercado

Según Collazos (2002) indica que. “un mercado se puede establecer de diversas formas” Por ejemplo:

- Según el volumen de las transacciones: mercado minorista, mercado mayorista.
- Según el ámbito de sus operaciones: mercado local, mercado regional, mercado nacional e internacional.
- Según el tipo de transacción u operación: mercado de bienes, mercado de servicios, mercado de dinero, mercado de capitales, etc.
- Según su emplazamiento físico: mercado al detalle, mercado modelo, supermercado, feria, etc.
- Según su constitución legal: mercado formal, mercado informal.
- Según su estructura económica: Competencia perfecta, monopolio puro, oligopolio, competencia monopolística, etc.

Para Córdoba, (2011), el primer aspecto que se debe considerar dentro de un estudio de mercado es la identificación de su conformación o forma en donde se divide los mercados en categorías teóricas:

- Competitivos: Alto número de participantes, inexistencia de barreras de acceso, poca diferenciación de sus productos.
- Monopolios: Un único productor existente, existe barreras de acceso.
- Monopsónicos: El comprador es el dominador del mercado e impone las condiciones (precio, calidad, condiciones de entrega, etc.)
- Oligopólicos: Limitaciones en la entrada del mercado, existencia de pocos vendedores que enfrentan en el mercado con muchos compradores, no es necesario que exista diferenciación en el producto.
- De competencia Monopolística: Productos diferenciados que resultan sustitutos cercanos, entrada y salida relativamente libre del mercado, existencia de un amplio conjunto de productores y compradores, información perfecta.

1.2.7 Premisas para un Estudio de Mercado

- El objetivo del proyecto es proporcionar bienes y servicios a la sociedad, a la comunidad y a los consumidores; por consiguiente, es indispensable cuantificar el volumen o cuantía de esos bienes y servicios que determinaran a determinados precios a través del tiempo.
- El estudio de mercado debe proporcionar criterios sustentables para estimar adecuadamente la capacidad instalada de la planta durante la vida útil del proyecto.

1.2.8 Etapas de un estudio de mercado

Un estudio de mercado suele comprender básicamente dos etapas:

1. Recopilación de información y formulación de bases empíricas: suele ser estadística o no estadística, dependiendo del objetivo de estudio y del tipo de bien o servicio que se quiere estudiar.
2. Procesamiento y análisis económico de información: está dirigido al conocimiento técnico-financiero de los hechos, cualesquiera fuera el tipo de antecedente.

1.2.8.1 La Demanda

Se entiende por demanda al llamado **consumo nacional aparente (CNA)**, que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere. El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan las exigencias del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. Baca, (2010)

1.2.8.2 La oferta

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

El término oferta se aplica tanto a la curva como a la tabla de oferta. Lo mismo ocurre en la demanda. La conjugación de ambas determina el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio. Sapag y Sapag, (2008)

La oferta al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto. Baca, (2010)

1.2.8.3 Principales tipos de Oferta

En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

Oferta competitiva o de mercado libre: En ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

Oferta oligopólica: Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores. Ejemplo: el mercado de automóviles nuevos. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria.

Oferta monopólica: Es en la que exige un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina o posee más del 95 por ciento del mercado siempre impondrá precio y calidad.

1.2.8.4 Análisis de los Precios

Según Baca, (2010), hace un análisis sobre los precios, los tipos de precios y como estos deben ser manejados de forma estratégica, más aún si nuestro producto o servicio entra por primera vez al mercado y está lleno de competidores muy fuertes.

En su primera introducción hace un análisis de las diferentes estrategias que se utiliza para fijar los precios, ya sea en base al punto de equilibrio entre oferta-demanda, o en base al costo de producción más un porcentaje de ganancias. También están los precios regulados y controlados por el estado dentro de un país, pero esto se aplica solo en los productos que se consideren dentro de la canasta básica.

Al respecto el autor pone énfasis en la segunda estrategia en donde la mayor parte utiliza o tiende por fijar el precio en base al costo de producción más un porcentaje de ganancia. Cabe resaltar que esto no es tarea fácil, ya que la tasa real de ganancia actual, (indicador de rendimiento de la inversión) varía con la cantidad de unidades producidas. Es necesario conocer primeramente si el producto o servicio que estamos ofertando se lo comercializa dentro o fuera del país, ya que las reglas cambian según el lugar.

Un ejemplo que nos da es en la producción de petróleo, y nos menciona que. “cada país tiene un costo de producción por barril diferente, pero esto no influye en la fijación del precio internacional. Es solo el equilibrio entre la oferta y demanda lo que lo determina.” Baca, (2010)

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existen protecciones (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer. Córdoba, (2011)

Conocer el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros, y hay que distinguir de qué tipo de precio se trata y como se ve afectado al cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente en el sitio de venta.

1.2.8.5 Tipos de Precios

Internacional: Es el que se usa para artículos de importación-exportación. Normalmente está cotizado en dólares estadounidenses y FOB (libre a bordo) en el país de origen.

Regional externo: Es el precio vigente solo en parte de un continente. Rige para acuerdos de intercambio económico solo en esos países, y el precio cambia si sale de esa región.

Regional Interno: Es el precio vigente en solo una parte del país. Rigen normalmente para artículos que se producen y consumen en esa región; el precio cambia fuera de ella.

Local: Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. El precio cambia fuera de esa localidad.

Nacional: Es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con mayor control oficial de precio o artículos industrializados muy especializados. Baca, (2010)

El precio de venta depende de:

- Elasticidad-precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura del mercado en cuanto oferta y número de consumidores
- Fijación de precios oficiales
- Tipo de naturaleza del mercado y sistema de distribución
- Estructura de los costos de operación
- Margen de rentabilidad esperado. Córdoba, (2011)

1.2.9 Estudio organizacional

Córdoba (2013) ostenta que: El estudio de la organización debe ser un proceso permanente que permita ajustarse a las variaciones que presenta la economía mundial, en relación a la cual se encuentran las siguientes tendencias:

- Aceleración del ritmo de cambio en todas las actividades.
- Consecuente aumento de la incertidumbre.
- Retorno a la economía productivista. Adecuación de la cultura al acelerado ritmo de avance tecnológico.
- Nueva dimensión de la calidad.
- Búsqueda de límites: calidad total, cero defectos, cero stocks, etc.
- Entrada plena en la era de la informática, las comunicaciones y los sistemas.
- Coincidencia de actividades económicas crecientes y otras bruscamente declinantes.
- Revalorización de la logística.
- Creciente globalización de la economía.
- Desarrollo impactante de los servicios.
- Incipiente conciencia y respeto del ecosistema.
- Creciente innovación y dinamismo de los mercados.

1.2.10 Estudio Administrativo-Legal

Se refiere al estudio del marco administrativo y legal del proyecto, es decir la estructura organizativa y los requerimientos legales del proyecto.

1.2.10.1Objetivos de este estudio

- a) Establecer la factibilidad administrativa y legal del proyecto.
- b) Contribuir al flujo de fondos con los gastos administrativos y legales.

1.2.10.2Estudio Legal

El estudio busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto.

2.1.1.1 Estudio Administrativo

Para Sánchez, (2012), “Trata de establecer la estructura organizativa que dirigirá el proyecto, diseñando aquella que más se adapte a los requerimientos de la posterior operación”

El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como:

- Planeación estratégica
- Estructura organizacional
- Aspectos legales, fiscales, laborales
- Establecimiento de las fuentes
- Métodos de reclutamiento
- Proceso de selección y la inducción.

Para hacer el estudio se debe empezar por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

1.2.11 Organigrama de la Empresa

Existen varios tipos de organigrama para reflejar una organización, según la unidad administrativa, los organigramas se dividen en:

- Generales: Son aquellos que se limita únicamente a las unidades de mayor importancia.
- Específicos: Son aquellos en los que se refleja un nivel más de desagregación de los procesos de trabajo.

1.2.11.1 Clasificación de los Organigramas

En términos de contenido, los organigramas se clasifican en:

- Organigramas Estructurales: Tienen por objeto la presentación gráfica de la estructura de una institución, así como de las relaciones que se dan entre sus órganos.
- Organigrama Funcional: son llamados también “organigramas de funciones”, y tienen por objeto indicar en el cuerpo de la gráfica, las unidades prioritarias que componen la unidad dependencia y sus relaciones y las principales funciones o funciones vitales que deberán desempeñar cada una de ellas.
- Organigramas Matriciales: Crea líneas duales de autoridad; combina dos formas de departamentalización: la funcional y la de producto o servicio. Rompe el concepto de

unidad de mando, tal que la estructura matricial se tienen dos jefes, el funcional y el del producto o servicio.

En términos de formato o su representación, los organigramas, se dividen en:

- Organigramas Verticales: Aquellos en la que la más alta jerarquía se coloca en la parte superior y la ramificación de los órganos se presenta de arriba hacia abajo, cuyo distinto nivel representa su rango.
- Organigramas Horizontales: Son aquellos en que el área de más alta jerarquía se coloca a la izquierda y la ramificación de las unidades de izquierda a derecha. Los niveles jerárquicos se ubican en columnas.
- Organigramas mixtos: Son aquellos que se combinan entre el formato vertical para algunos niveles y el horizontal para otros. Baca, (2010)

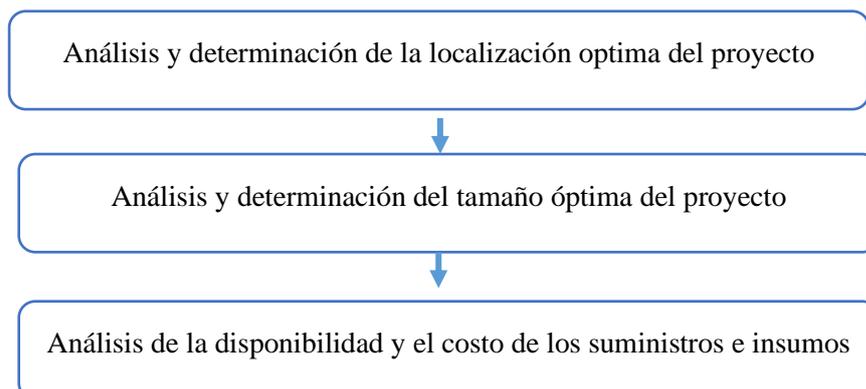
Manual de funciones: Define la estructura organizacional, las relaciones, responsabilidades y funciones de cada unidad dentro de una empresa. Debe ser considerado como un instrumento dinámico, sujeto a cambios que surgen de las necesidades propias de toda empresa.

1.2.12 Estudio Técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. Córdoba, (2011)

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Se deberá definir la función de la producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. Con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Sapag y Sapag, (2008)

La creatividad que es necesaria en esta parte del estudio, debe ser parte cuando hay que determinar y optimizar: la capacidad de producción que tendrá la planta, el número de turnos a trabajar, el grado de automatización de la tecnología, el número de obreros, la capacidad de los equipos, la distribución de las áreas de la planta, etc., todo esto sujeto a un presupuesto limitado. Baca, (2010)



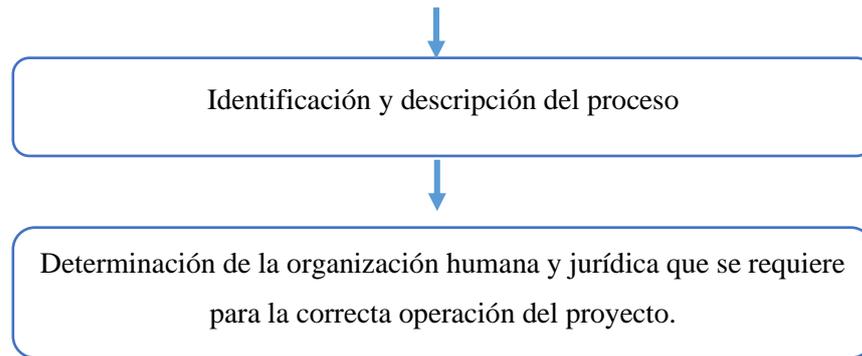


Gráfico 1-1: Partes que conforman un estudio técnico

Fuente: Formulación de Proyectos, Baca Urbina Gabriel, 2010, sexta Edición, pag.75

1.2.13 Tamaño óptimo del Proyecto

Para poder localizar el tamaño óptimo del proyecto, es necesario la ayuda o el aporte fundamental de un ingeniero, es decir una persona que sepa ingeniar, crear. El autor Baca Urbina Gabriel (2010), pone mucho énfasis en este término, ya que lo que pretende explicar es que en esta parte se necesita optimizar los recursos, obtener costos bajos y el producto final sea de mayor calidad.

“El tamaño óptimo de un proyecto es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”

“La optimización del tamaño de la planta y las condiciones de trabajo es similar a obtener un platillo de sabor igual a la de la mejor cocinera, pero se deben optimizar todas las operaciones, de manera que dichas operaciones, o sea el sabor de su comida, puedan repetirse, cuantas veces quiera, al menor costo, en el menor tiempo posible, esto sí es un verdadero acto de ingeniería”

El primer aspecto corresponde a la ingeniería, pero el segundo a la manufactura y este debe ser analizado por su tipo ya que deberá emplearse para elaborar el producto bajo estudio.

Tabla 2-1: Tamaño óptimo del Proyecto

Tipo de Manufactura	Características	Ejemplo	Clave de éxito	Factores	Dependencia
Por órdenes de producción	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar determinada cantidad de producto. - Producto con características especiales. - Personal con habilidades especiales. - Equipo de producción especializado. - Fijación de tiempo límite para la producción. - En los lotes el producto rara vez se ejecuta. 	<ul style="list-style-type: none"> - 20 automóviles de lujo de producción limitada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer al detalle la tecnología que se empleará. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Cantidad que se desea producir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demanda Potencial. - Disponibilidad de dinero. - Proceso de manufactura a seleccionar.
Por lotes	<ul style="list-style-type: none"> - Producto similar en grandes cantidades. - Similar al de órdenes de trabajo. - En los lotes el producto se elabora en grandes volúmenes. - El proceso de producción permanece vigente por años. - Se divide el proceso en operaciones sencillas. - El proceso puede ser optimizado y estudiado. - El mismo equipo puede utilizarse para fabricar varios artículos distintos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Productos de consumo popular. 		<ul style="list-style-type: none"> b) Intensidad en el uso de la mano de obra en las operaciones. c) Cantidad de turnos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Automatizado, semiautomatizado, abundante mano de obra - Dinero disponible. - 10hrs/día (1 turno), 9hrs/día (2 turnos), 8hrs/día (3 turnos). - Capacidad de la maquinaria. - Distancia entre Materia prima, producto en proceso y producto terminado. - Considerar las técnicas de manejo de materiales.
Por línea	<ul style="list-style-type: none"> - Se elaboran una gama de productos y uno de ellos tiene mayor demanda. - Ese producto tiene una línea de producción exclusiva. 			<ul style="list-style-type: none"> d) Optimización física de la distribución del equipo de producción 	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo clave: requiere mayor inversión y se debe aprovechar el 100% de su capacidad.
De procesamiento continuo	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de producción de diversos productos sin interrupción. - El procedimiento puede durar meses o años. - Reiniciar un proceso de producción tiene un costo elevado. - Alta demanda de los productos que se fabrican. 	<ul style="list-style-type: none"> - Refinerías de petróleo 		<ul style="list-style-type: none"> e) Capacidad individual de cada máquina que interviene en el proceso de productivo. f) La optimización de la mano de obra. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cálculo exacto de mano de obra. - Creación de manual de funciones. - Cálculo de sueldos y salarios.

Elaborado por: Edison Chimbolema, 2020

Fuente: Formulación de Proyectos, Baca Urbina Gabriel, 2010, sexta Edición, pags.76, 77

1.2.14 Factores que determinan el tamaño de un Proyecto

Según Córdoba (2011), indica las razones por las cuales un proyecto no ofrece un mayor número de productos y servicios.

- **Tamaño y mercado:** Este factor está condicionado al tamaño del mercado consumidor, es decir, al número de consumidores o lo que es lo mismo, la capacidad de producción del proyecto debe estar relacionada con la demanda insatisfecha.
- **Tamaño y materias primas:** Se refiere a la provisión de materias primas o insumos suficientes en cantidad y calidad para cubrir las necesidades del proyecto, durante los años de vida del mismo. Es recomendable levantar un listado de todos los proveedores, así como las cotizaciones de los productos requeridos para el proceso productivo.
- **Tamaño y financiamiento:** Si los recursos financieros son insuficientes para cubrir las necesidades de inversión, el proyecto no se ejecuta. Por lo cual debe ser aquel que pueda financiarse fácilmente y que en lo posible presente menores costos financieros.
- **Tamaño y tecnología:** También se da en función al mercado de maquinarias y equipos porque el número de unidades que pretende producir el proyecto depende de la disponibilidad y existencias de activos de capital.
- **Tamaño propuesto:** Analizados los puntos anteriores, se determina el tamaño del proyecto considerando:

1.2.15 Localización del Proyecto

Es el análisis de las variables (facetes) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, la cantidad de factores y lugares involucrados en el análisis es enorme; si ello es así para las compañías de ámbito nacional, lo es mucho más para aquellas que operan a nivel internacional. Por lo que respecta a las firmas pequeñas de nueva creación, estas se localizan típicamente en el lugar de residencia de su fundador y comienzan a expandirse en su entorno local o regional Córdoba, (2011)

La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto. El estudio de localización no será entonces una evaluación de factores tecnológicos. Su objetivo es más general que la ubicación por sí misma: es elegir aquella que permita las mayores ganancias. Los factores técnicos, legales, tributarios, sociales, etcétera deben tomarse necesariamente en consideración. Sapag y Sapag, (2008)

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo”. Baca, (2010)

1.2.15.1 Factores que influyen en la Localización

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de la mano de obra.

- Cercanía de las fuentes de establecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

1.2.16 Selección de Equipo y Maquinaria

Al momento de decidir sobre el equipo y maquinaria que se utilizara para la realización del producto o servicio es necesario tomar en cuenta los siguientes factores que se presentan a continuación:

- a) Proveedor: Es útil para la presentación formal de las cotizaciones.
- b) Precio: Se utiliza en el cálculo de la inversión inicial.
- c) Dimensiones: Se usa para determinar la distribución de la planta.
- d) Capacidad: En parte de él depende el número de máquinas que se adquieran, la cantidad y capacidad de equipo adquirido debe ser tal que el material fluya en forma continua.
- e) Flexibilidad: Algunos equipos son capaces de realizar operaciones y procesos unitarios en ciertos rangos y provocan en el material cambios físicos, químicos, o mecánicos en distintos niveles.
- f) Mano de obra necesaria: Es útil calcular el costo de la mano de obra y el nivel de capacitación que se requiere.
- g) Costo de mantenimiento: Se emplea para calcular el costo anual de mantenimiento, es un porcentaje del costo de adquisición.
- h) Consumo de energía eléctrica, otro tipo de energía o ambas: Se indica en una placa que traen todos los equipos, para señalar su consumo n watts/hora.
- i) Infraestructura necesaria: Algunos equipos requieren de infraestructura especial y es necesario conocerlo ya que incrementa la inversión inicial.
- j) Costo de instalación y puesta en marcha: Se verifica si se incluye en el precio original y a cuánto asciende.
- k) Existencia de refacciones en el país: Hay equipos sobre todo de tecnología avanzada, cuyos repuestos solo se pueden obtenerse importándolas. Baca, (2010)

1.2.16.1 Distribución de la planta

Según Baca, (2010) “Una buena distribución de la planta es las condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez e mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.

Según Córdoba, (2011) “Conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicio necesarias, se desarrolla un diagrama que especifique dónde está cada equipo y donde está cada instalación”

1.2.17 Estudio técnico, económico y financiero

a) Estudio económico – financiero

Según Córdoba (2013) habla sobre el estudio económico:

Es aquella que identifica los méritos propios del proyecto, independientemente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera. Los costos y beneficios constituyen el flujo económico.

La parte del análisis económico, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto Baca, (2010).

En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados; su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto Unión Europea, (2008)

El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará

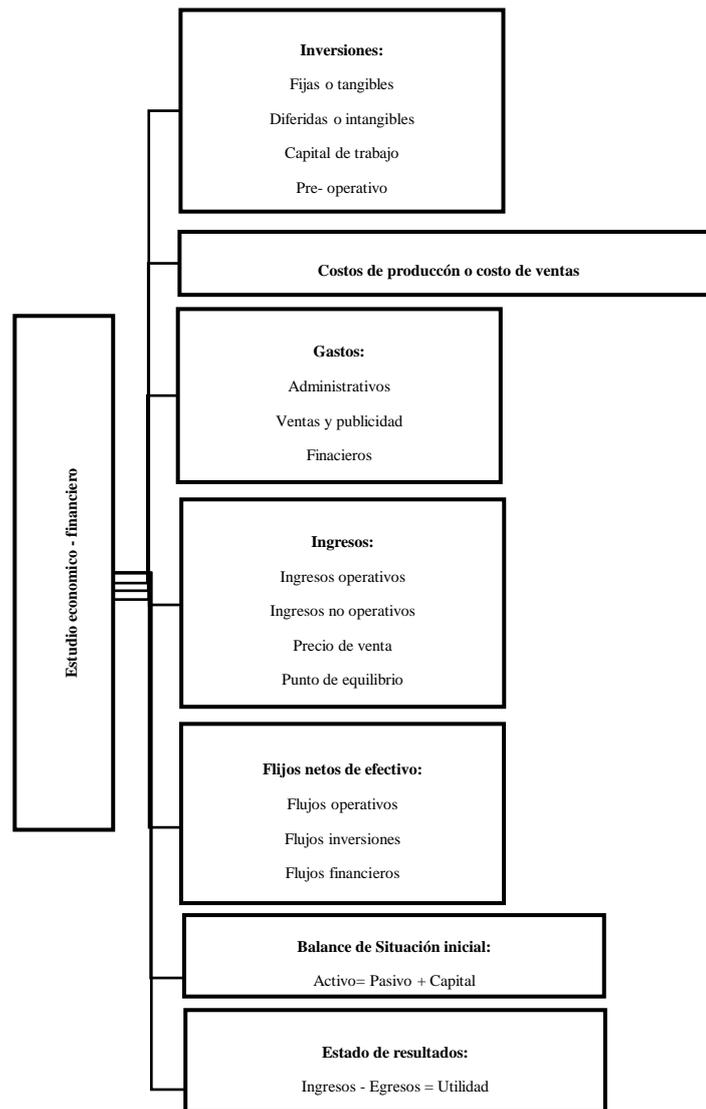


Gráfico 2-1: Estructura del estudio económico – financiero

Fuente: Tomado del libro *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso* de (Lara 2011, p.162)

Esta estructura permite hacer un análisis general económico. El autor (Baca G, 2010), indica que cada cuadro es información necesaria que se utiliza o se requiere para los cuadrantes a donde se dirigen las flechas. Los cuadrantes o información que no le antecede una flecha como: la inversión total fija y diferida, capital de trabajo y costo de capital, indica que esta información se la debe obtener con investigación. Los cuadrantes como: balance general y estado de resultados son agrupamientos de información.

1.2.17.1 Las inversiones del Proyecto

Constituido por la inversión inicial, que a su vez está compuesta por todos los activos fijos, diferidos tangibles y no tangibles, necesarios para la operación del proyecto y el capital de trabajo.

Córdoba, (2011) nos menciona:

Las decisiones que se adoptan en el estudio técnico corresponden a una utilización que debe justificarse de diversos modos desde el punto de vista financiero. Inicialmente se debe demostrar que los inversionistas cuentan con recursos suficientes para hacer las inversiones y los gastos corrientes, que implica la solución dada a los problemas de proceso, tamaño y localización. (pág. 191)

a. Inversión fija

Son los elementos requeridos para la ejecución del proyecto:

- Terreno: Costos de los trabajos, estudios de suelo, nivelación de terreno, el drenaje, la excavación, vías de acceso, etc.
- Construcciones (Edificios, planta, almacenes etc.): Servicios profesionales, Los planos, Licencias de construcción
- Maquinaria y Equipo: Transporte de maquinaria
- Muebles y enseres: Instalaciones, dotación de oficinas

b. Inversión diferida

Son bienes de propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, en las cuales incluye:

- Investigaciones preliminares Permisos
- Gasto de estudio Marcas
- Adquisición de derechos Asistencia técnica
- Patentes de inversión Gastos pre-operativos
- Licencias Puesta en marcha
- Estructura organizativa etc.

1.2.18 Capital de Trabajo Inicial

Es aquel que requiere el proyecto para comenzar su operación, es decir el capital adicional necesario para que funcione la empresa, este capital o financiamiento son necesarios para la primera producción Córdoba, (2011). El capital de trabajo está integrado por:

- Materia prima Impuestos
- Mano de obra Publicidad
- Sueldos Útiles de oficina
- Servicios públicos Implementos de aseo
- Arrendamientos
- Mantenimientos

1.2.19 Cronograma de Inversiones

El diseño de un cronograma de inversiones y financiamiento permite estimar los tiempos para capitalizar o registrar los activos en forma contable. “En tal sentido estas deben estar clasificadas por etapas, es decir, a corto, mediano, y largo plazo, de tal manera que concuerden con el

planeamiento técnico del proyecto y el programa de trabajo que se ha fijado para su implementación” Córdoba, (2011).

Este es simplemente un diagrama de Gantt, en el que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con los tiempos que se tarde tanto en instalar como en poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable. Baca, (2010)

1.2.20 Depreciaciones y amortizaciones

El término **depreciación** tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes vales menos; es decir; se deprecian; en cambio la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles. El término **amortización** significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. Baca, (2010)

1.2.21 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa no fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

Esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión; sino que solo es una importante referencia a tomar en cuenta.

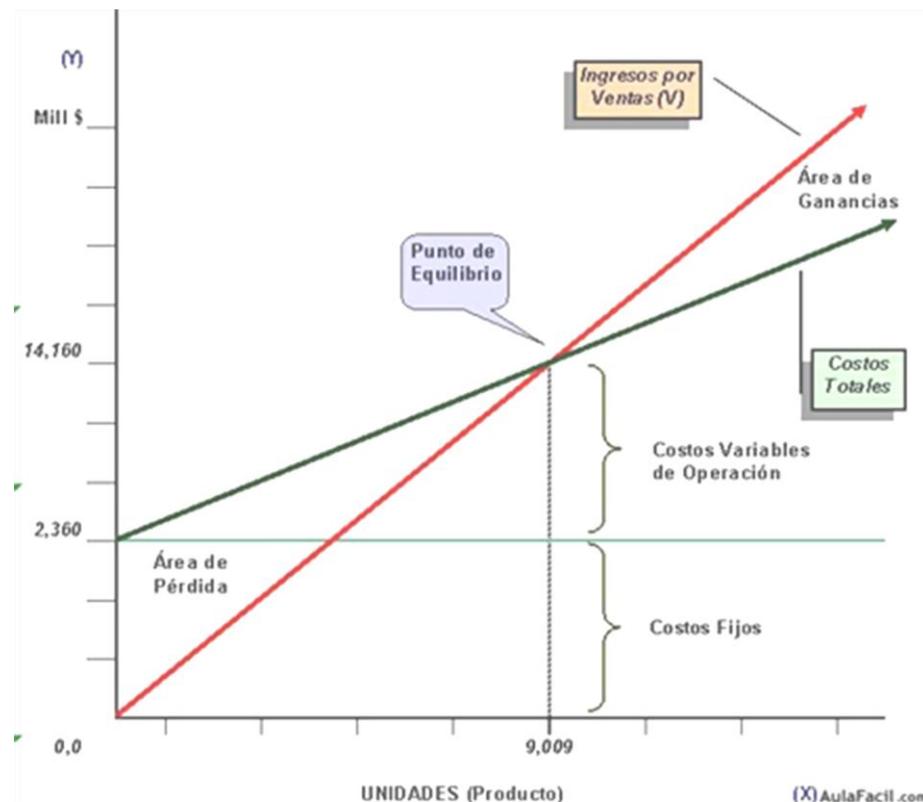


Gráfico 3-1: Punto de Equilibrio

1.2.22 Estado de Resultados

También llamado estado de pérdidas y ganancias, el estado de resultados tiene la finalidad de conocer la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto. “En forma general son el beneficio real de la operación de la planta y los impuestos que se debe pagar” Baca, (2010).

1.3 Estudio del impacto social y ambiental

a) Impacto ambiental

Según Córdova (2013) el propósito del impacto ambiental es:

Asegurarle al planificador que las opciones de desarrollo bajo consideración sean ambientalmente aceptables, viables, adecuadas y sustentables con medidas ambientales cuyos costos no sean mayores que los beneficios esperados, considerando para ello alternativas costos efectivos.

Con la evaluación ambiental se busca identificar, predecir, cuantificar, y describir los efectos negativos y de beneficio de un proyecto propuesto, valorar los impactos de un proyecto sobre el entorno y los posibles efectos del entorno sobre el proyecto, aspecto importante de incorporar en la formulación del mismo. p (280)

Características de los impactos ambientales

Córdova (2013) habla sobre las características de los impactos ambientales:

- **El carácter** del impacto que hace referencia a su consideración positiva o negativa respecto al estado previo a la acción; indica si, en lo que se refiere a la faceta de la vulnerabilidad que se esté teniendo en cuenta, ésta es beneficiosa o perjudicial.
- **La magnitud** del impacto informa de su extensión y representa la “cantidad e intensidad del impacto”: ¿cuántas hectáreas se ven afectadas?, ¿qué número de especies se amenaza?, ¿cuáles son los volúmenes de contaminantes.
- **El significado** del impacto alude a su importancia relativa (se asimila a la “calidad del impacto”).
- **El tipo** de impacto describe el modo en que se produce; por ejemplo, el impacto es directo, indirecto o sinérgico (se acumula con otros y se aumenta ya que la presencia conjunta de varios de ellos supera a las sumas de los valores individuales).
- **La duración** del impacto se refiere al comportamiento en el tiempo de los impactos ambientales previstos: si es a corto plazo y luego cesa, si aparece rápidamente, si su culminación es a largo plazo, si es intermitente, etc.
- **La reversibilidad** del impacto tiene en cuenta la posibilidad, dificultad o imposibilidad de retornar a la situación anterior a la acción. Se habla de impactos reversibles y de impactos terminales o irreversibles.

- **El riesgo** del impacto estima su probabilidad de ocurrencia.
- **El área espacial** o de influencia es el territorio que contiene el impacto ambiental y que no necesariamente coincide con la localización de la acción propuesta. Informa sobre la dilución de la intensidad del impacto, que no es lineal a la distancia a la fuente que lo provoca.

b) Impacto social

Córdoba (2013) manifiesta que: Al realizar una evaluación social de un proyecto, se miden los efectos indirectos que se tendrán con la implementación del proyecto”. La evaluación social constituye la verdadera manera de medir la rentabilidad para la sociedad de la realización de un proyecto. En este análisis se incluyen todos aquellos aspectos que no tienen valoración clara en el mercado o que simplemente no pueden ser apropiados por el proyecto.

La evaluación social estudia y mide el aporte neto de éste al bienestar nacional. Los beneficios intangibles, si bien no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente, especialmente considerando los cambios en el estado de bienestar que se produzca en la comunidad. A la vez, las externalidades se refieren a aquellos efectos positivos o negativos que superan a la institución inversora.

1.4 MARCO CONCEPTUAL

Ahorro

Es la parte del ingreso que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras. La clave del ahorro es la capacidad de juntar dinero de manera regular durante un periodo de tiempo. Mora, (2015)

Cooperación entre Cooperativas

Principio mediante el cual las cooperativas ofrecen a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo, trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales internacionales. Salvat, (2011)

Cooperativa

Empresa con personería jurídica de naturaleza privada, de interés social, fundada en la solidaridad, auto gestionada democráticamente por sus socios que tienen la calidad de trabajadores, usuarios o consumidores de la misma cooperativa y que se organizan para realizar actividades económicas, sin fin de lucro, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas de sus asociados. Salvat, (2011)

Egresos

Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado. El término hace referencia específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que por lo tanto no puede ser contado como ganancia. Sin embargo, el egreso también es la finalización de una carrera o proyecto ya que es allí cuando se considera que una persona egresa o deja una institución educativa. Maldonado y Gallardo , (2016)

Estudio de factibilidad

Es el análisis intenso que sirve para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, ya que nos indica las condiciones con las que se debe desarrollar un proyecto para que sea exitoso; él mismo contribuirá a la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales”. Choquehuanca, (2009)

Ingresos

La calidad de socio se adquiere mediante la participación en el acto constitutivo o por resolución de la asamblea o del consejo de administración a pedido del interesado. Salvat, (2011)

Préstamo

Operación mediante la cual una persona entrega a otra una determinada cantidad de dinero con la obligación de reintegrarlo en un plazo fijado previamente. Salvat, (2011)

1.5 Idea a defender

El estudio de factibilidad de apertura de la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura permitirá el crecimiento y desarrollo económico del sector.

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de la investigación

Esta investigación tiene un enfoque mixto porque se utilizó el tipo cualitativo nos ayuda para estudiar el comportamiento de la población de Otavalo y se utilizó este tipo al momento de realizar las encuestas mediante los datos obtenidos fueron objeto de análisis estadístico.

2.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación utilizado fue descriptivo porque se investigó directamente a la población de Otavalo con el objetivo de conocer la factibilidad de apertura una nueva agencia de la Cooperativa Fernando Daquilema en ese lugar.

2.3 Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue transversal porque se realizó una sola intervención en el estudio de campo, es decir la recopilación de datos se hizo una sola vez a población económicamente activa mayores de 18 años en un determinado tiempo.

2.4 Tipo de estudio

El tipo de estudio aplicado fue el trabajo de campo y documental ya que se recopiló datos a través de las encuestas a la PEA de Otavalo y también se investigó en artículos científicos, libros, internet entre otros para sustentar la teoría de la presente investigación.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), la población de la ciudad de Otavalo con base en el Censo de Población y Vivienda realizada en el 2010, se representa en la siguiente tabla:

Tabla 3-2: Población Económicamente activa 2018 de la ciudad de Otavalo

Población de la ciudad Otavalo 2010	44.536
Tasa de crecimiento poblacional anual	2.01%
Población de la ciudad Otavalo para 2018	52.218
Población Económicamente Activa	52%
Total de población a estudiar	27.153

Fuente: Datos del INEC. Elaboración Propia
Elaborado por: Edison Chimbolema, 2020

2.5.2 Muestra

Para obtener el tamaño de muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

Z: Es nivel de significación de la investigación

N: Es el número de individuos de la muestra

p & q: Son una medida de dispersión de la muestra.

e: Error muestral máximo que se desea obtener. Se recomienda trabajar con errores superiores al 5%

Entonces:

$$n = \frac{1.96^2(27153)(0.5)(0.5)}{0.05^2(27153 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{26077,7412}{68,8404}$$
$$n = 379$$

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

El método que se utilizó en este estudio es el empírico el cual permitió la recolección de datos directamente del fenómeno a estudiar. La encuesta fue utilizada como instrumento se aplicó el cuestionario para determinar la viabilidad de la creación de una nueva agencia de la Cooperativa Fernando Daquilema en la ciudad de Otavalo, provincia Imbabura.

CAPÍTULO III

3 ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Análisis e interpretación de resultados

Género

Tabla 4-3: Género de los encuestados

MASCULINO	254	67%
FEMENINO	125	33%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

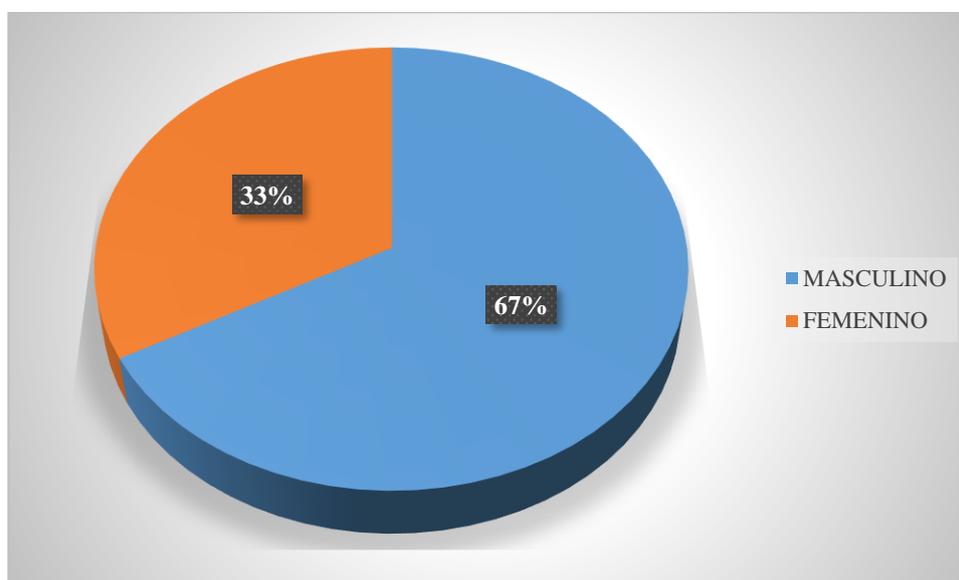


Gráfico 4-3: Género de los encuestados

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

Se puede observar que la mayoría de personas encuestadas de la ciudad de Otavalo son del sexo masculino quienes representan el 67% del total, mientras que el 33% representa el género femenino, resultados que denotan que la mayor población son varones o son del género masculino.

Estado civil:

Tabla 5-3: Estado civil de los encuestados

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Soltero	30	8%
Casado	322	85%
Unión Libre	8	2%
Viudo	15	4%
Divorciado	4	1%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

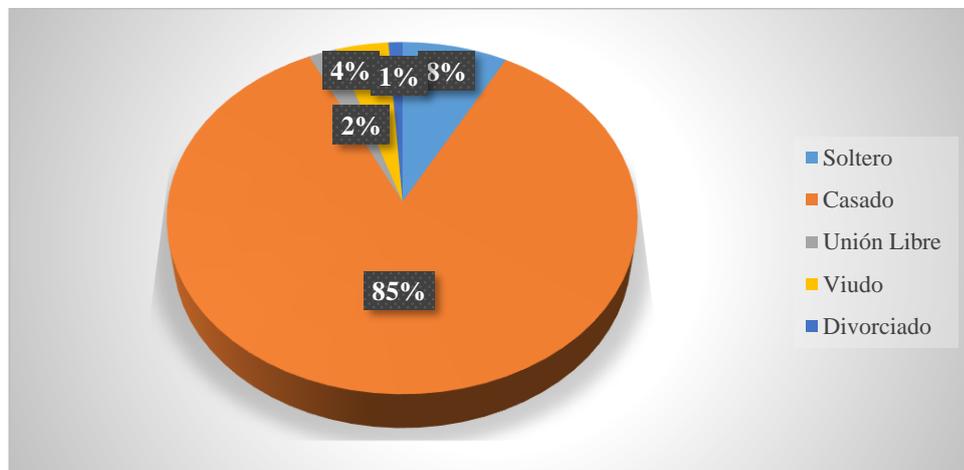


Gráfico 5-3: Estado civil de los encuestados

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 85% de las personas encuestadas son casadas, mientras que el 8% son solteros, el 2% son unión libre, el 4% viudos; y, el 1% son divorciados. El hecho de tener mayoría de personas encuestadas como casadas ayuda a la creación de la cooperativa de ahorro y crédito, por cuanto se entiende que tienen demasiadas responsabilidades y podrían tener capacidad de pago para los créditos a solicitar.

Educación

Tabla 6-3: Nivel educativo de los encuestados

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Primaria	45	12%
Secundaria	244	64%
Superior	45	12%
Post grado	45	12%
No tiene	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

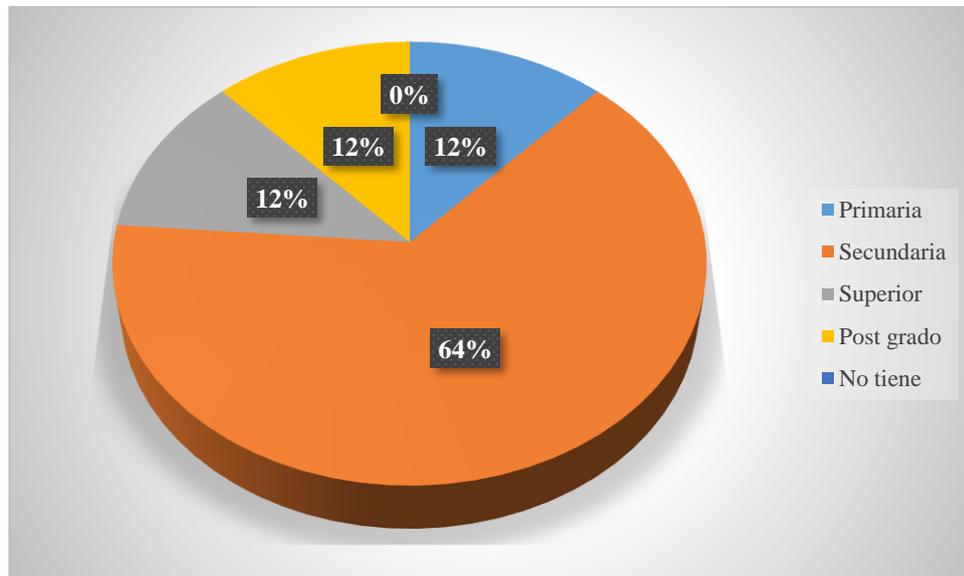


Gráfico 6-3: Nivel educativo de los encuestados

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 64% de los encuestados cursa el nivel secundario, seguido del 12% que cursa el nivel superior, un 12% que cursa el nivel primario; y, el restante 12% un posgrado, por lo que se puede determinar que la mayoría de las personas encuestadas se encuentran en un nivel secundario de estudio lo que es garantía del criterio formado emitido por los encuestados.

Actividad a la que se dedica

Tabla 7-3: Actividad económica del encuestado

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Agricult. /Ganad.	217	57%
Comercio	45	12%
Transporte	30	8%
Empleado Publico	34	9%
Empleado privado	19	5%
Estudiante	19	5%
Otro	15	4%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

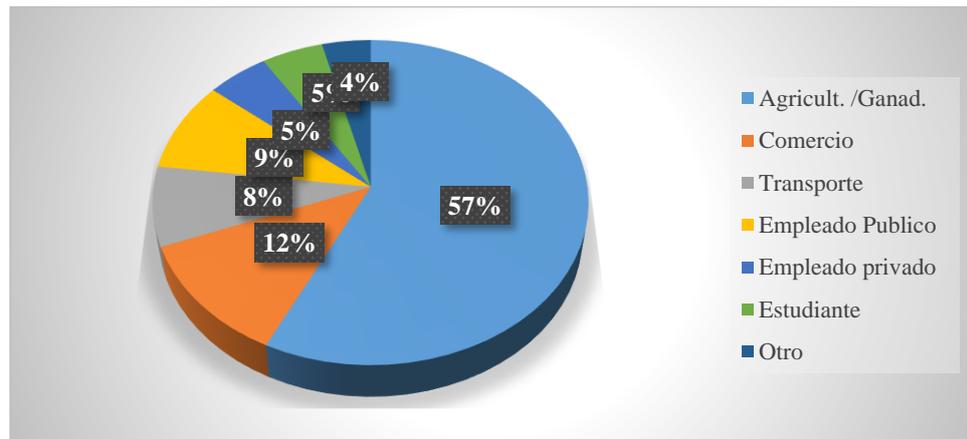


Gráfico 7-3: Actividad económica del encuestado

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

Todos los encuestados cumplen diferentes actividades de trabajo, pero la actividad a la que más se dedican las personas encuestadas, agricultura ganadería, con un 57%, el 12% se dedica al comercio; y, empleado público y transporte entre el 8% y 9% respectivamente; resultados que permiten inferir que como consecuencia de la migración del campo a la ciudad, las personas buscan como alternativa realizar otras actividades económicas, y principalmente se dedican al comercio, en sus diversas modalidades: formales e informales.

1. ¿Usted percibe ingresos?

Tabla 8-3: Nivel de ingresos económico

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	197	52%
No	182	48%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

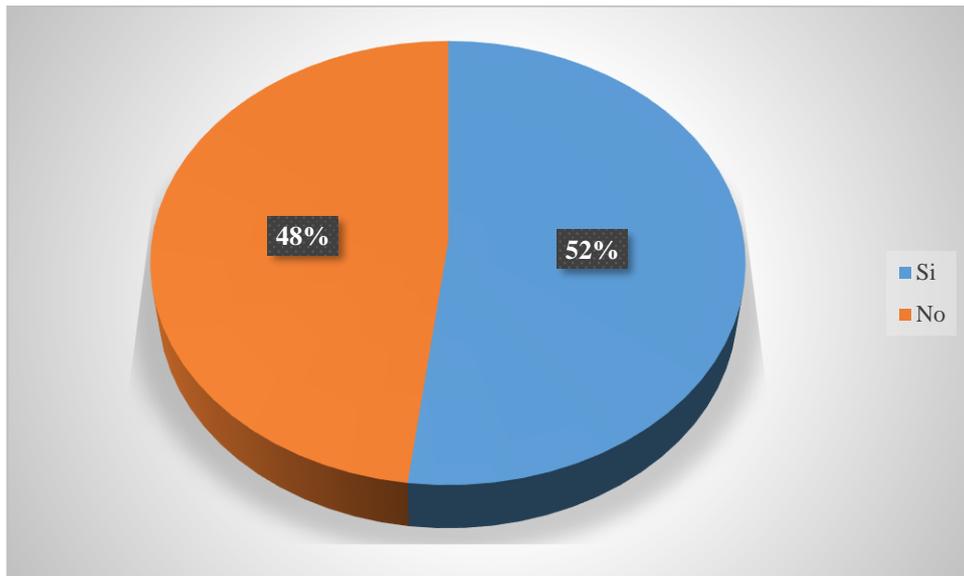


Gráfico 8-3: Nivel de ingresos económico

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, el 52% manifiesta que tiene ingresos económicos, pero el 48% restante, en cambio tiene ingreso económico eso debe a la situación económica que está pasando el país y no se puede ahorrar en cada hogar. Para el desarrollo de las actividades económicas los encuestados hacen uso de dinero dentro sus hogares, lo que genera una expectativa de que las personas al acceder a un crédito si tiene retorno de dinero en la apertura de la nueva agencia de la COAC Fernando Daquilema.

2. ¿Actualmente Ud. utiliza productos y servicios ofrecidos por instituciones financieras?

Tabla 9-3: Utilización de productos y servicios financieros

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	265	70%
No	114	30%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

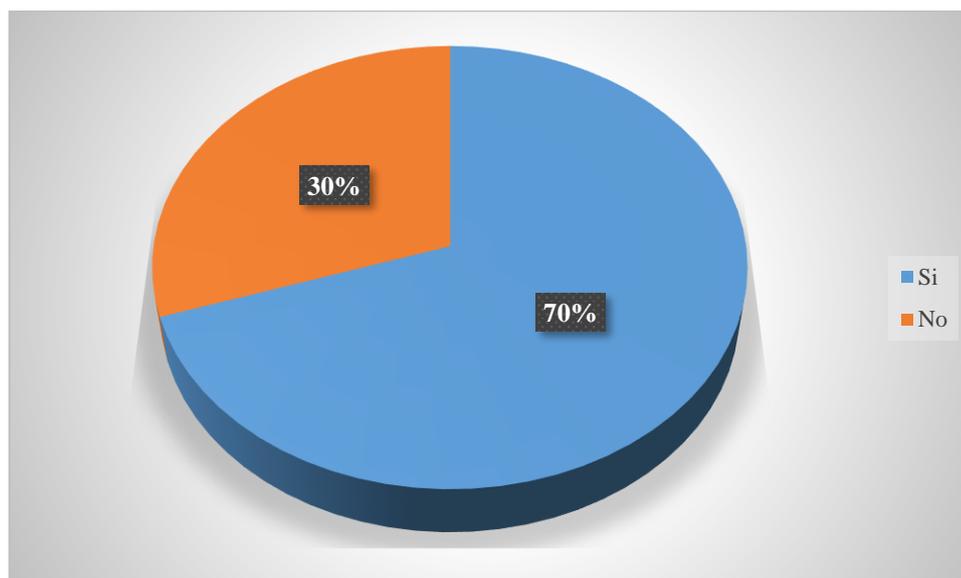


Gráfico 9-3: Utilización de productos y servicios financieros

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 70% de los encuestados en algún momento si ha realizado un crédito, mientras que el 30% no lo ha realizado, existiendo por tanto un mercado potencial importante para la colocación de los diferentes créditos que ofrezca la cooperativa.

3. ¿Cuál de estas instituciones financieras viene primero a su mente?

Tabla 10-3: Instituciones financieras en Otavalo

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
Pilahuin Tio Ltda.	152	40%
Atuntaqui Ltda.	182	48%
23 de Julio Ltda.	4	1%
Oscus Ltda.	15	4%
Chibuleo Ltda.	27	7%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

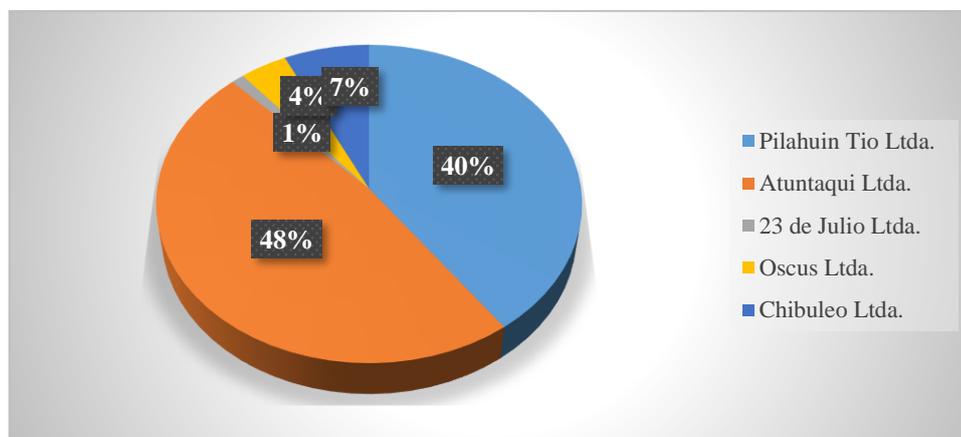


Gráfico 10-3: Instituciones financieras en Otavalo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

La cooperativa Atuntaqui Ltda. Indicaron 48% de las personas encuestadas se inclinan más por utilizar los servicios de las instituciones financieras públicas, mientras que Pilahuin Tio Ltda. 40% 23 de Julio Ltda. 1% Oscus Ltda. 4% Chibuleo Ltda. 7%, por lo tanto, se puede ver que el uso de instituciones financieras por parte de la comunidad, está dividido entre públicas y privadas reconocidas en el entorno.

4. ¿Qué es lo más importante a la hora de ahorrar o invertir su dinero en una entidad financiera?

Tabla 11-3: Importancia de ahorro e inversión

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Interés alto	166	44%
Facilidad de acceso	99	26%
Seguridad y confianza	99	26%
Buen servicio al cliente	15	4%
Otro	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

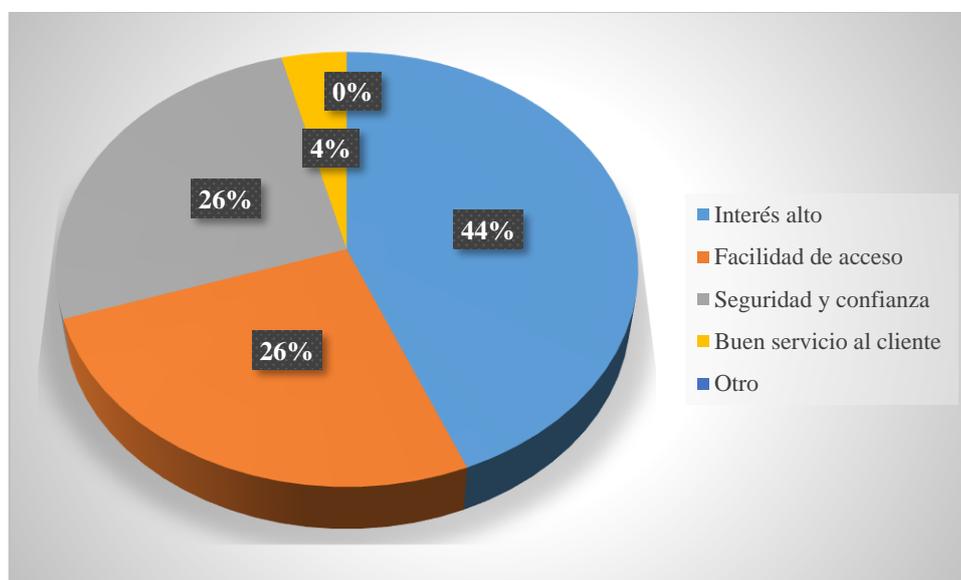


Gráfico 11-3: Importancia de ahorro e inversión

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 44% de los encuestados indican que su inversión o al ejecutar el crédito es de acorde al interés que la cooperativa paga, facilidad de acceso 26%, Seguridad y confianza 26% Buen servicio al cliente 4%. Se nota un alto nivel de adquisición del crédito de acorde al interés que este ejerciendo la COAC.

5. ¿Con que frecuencia ahorra?

Tabla 12-3: Frecuencia de ahorros

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Diario	8	2%
Semanal	106	28%
Quincenal	23	6%
Mensual	224	59%
Otro	18	5%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

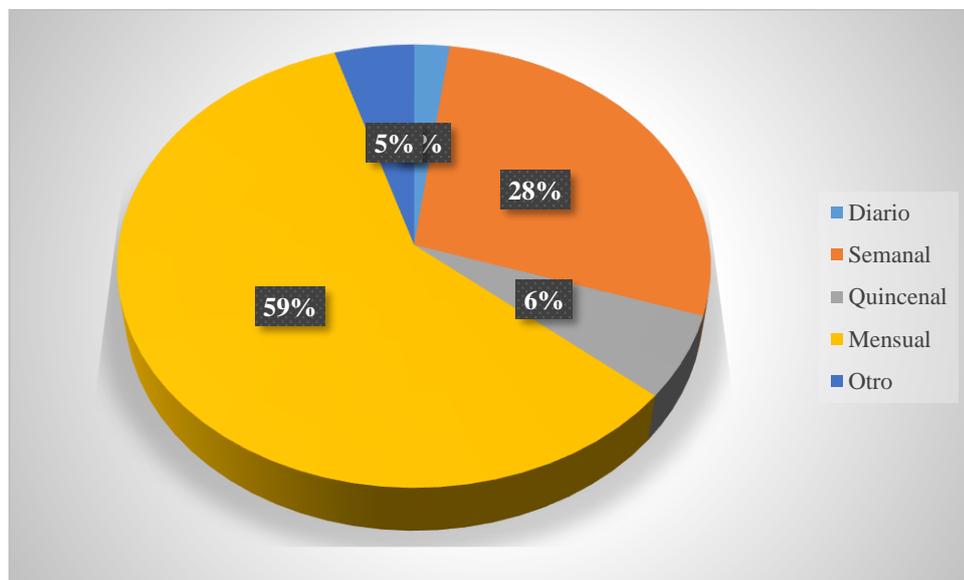


Gráfico 12-3: Frecuencia de ahorros

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

De las personas aplicadas las encuestas el 2% ahorra diario, el 28% semanalmente, el 6% quincenalmente, el 59% mensualmente, el 5% otros. Tanto el ahorro mensual como el semanal son importantes, por cuanto la frecuencia de tiempo es corta.

6. ¿De su sueldo o ingreso mensual cuanto destina al ahorro?

Tabla 13-3: Montos destinados de ahorro

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
De \$1 a \$50	102	27%
De \$51 a \$100	152	40%
De \$101 a \$200	61	16%
De \$201 a \$500	38	10%
De \$501 en adelante	23	6%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

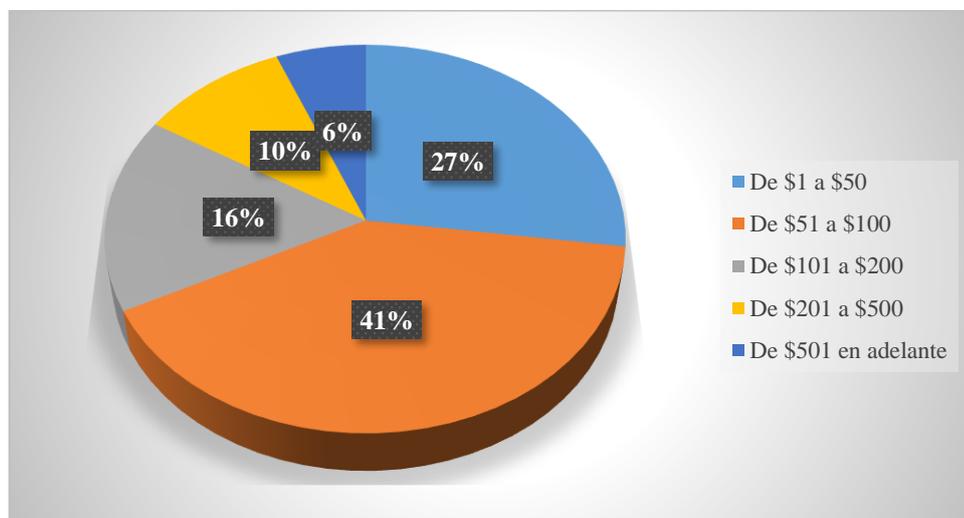


Gráfico 13-3: Montos destinados de ahorro

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 27% ha realizado un crédito entre \$1 a \$50, mientras que el 40% ha hecho un crédito entre \$51 a \$100, el 16% un crédito de entre \$101 a \$200, 10% un crédito de 201 a \$500 y más de \$501 un 6%. Este factor indica que la mayor demanda de créditos oscila entre \$1 a \$50, ayudando a identificar el nivel de aprobación que debe mantener la nueva agencia para agilizar los créditos.

7. ¿Ha obtenido un crédito en una institución financiera?

Tabla 14-3: Créditos obtenidos en entidades financieras

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	265	70%
No	114	30%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

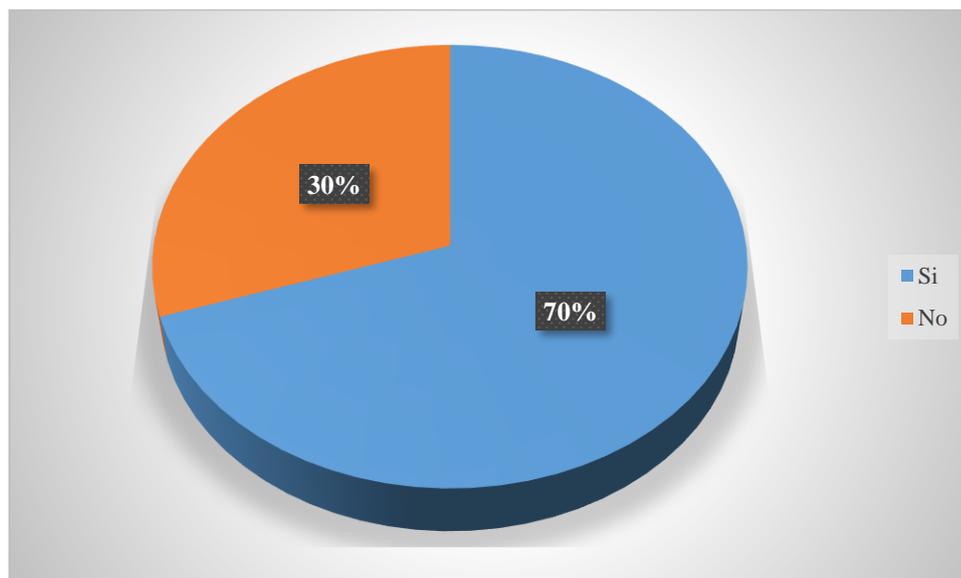


Gráfico 14-3: Créditos obtenidos en entidades financieras

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 70% de los encuestados en algún momento si ha realizado un crédito, mientras que el 30% no lo ha realizado, existiendo por tanto un mercado potencial importante para la colocación de los diferentes créditos que ofrezca la cooperativa en el mercado.

8. ¿De qué montos ha realizado sus créditos?

Tabla 15-3: Montos realizados en una institución financiera

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
\$500-\$1000	76	20%
\$1000-\$5000	155	41%
\$5000-\$10000	72	19%
\$10000-\$15000	49	13%
Más de \$15000	27	7%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

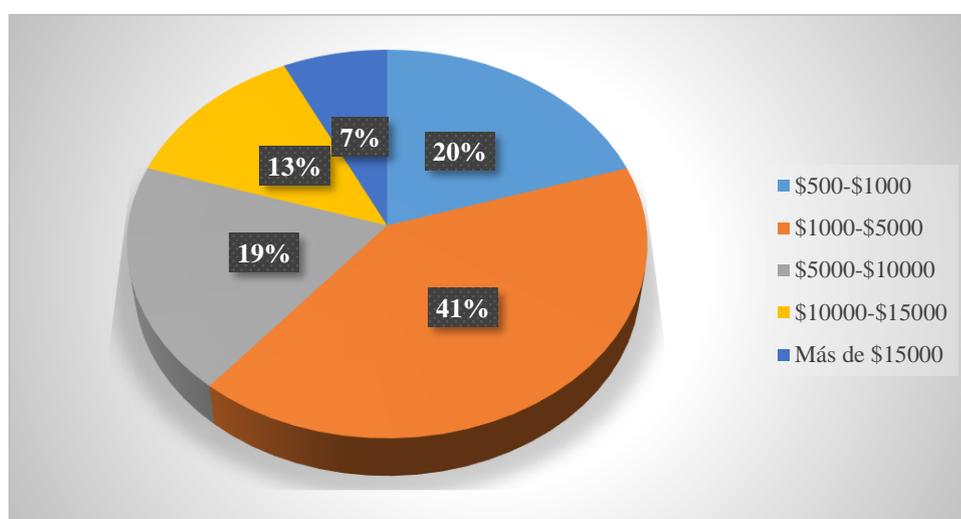


Gráfico 15-3: Montos realizados en una institución financiera

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 20% ha realizado un crédito entre \$ 500 y \$ 1000, mientras que el 41% ha hecho un crédito entre \$ 1000 y \$ 5000, el 19% un crédito de entre \$ 5000 y \$ 10000, 13% un crédito de entre \$10000-\$15000 y el 7% un crédito más de \$15000. Este factor indica que la mayor demanda de créditos oscila entre 1000 a 5000, ayudando a identificar el nivel de aprobación que debe mantener la nueva agencia para agilizar los créditos.

9. ¿Por qué razón accedió al crédito?

Tabla 16-3: Razones de acceder a un crédito

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Interés bajo	197	52%
Trámite rápido	91	24%
Buena atención	81	23%
Plazos a convenir	8	2%
Otro	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

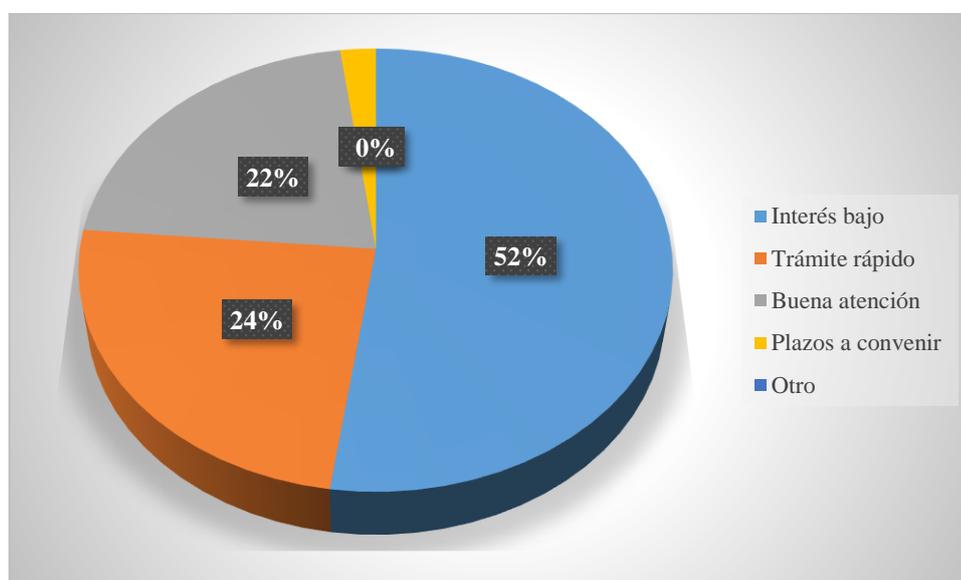


Gráfico 16-3: Razones de acceder a un crédito

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 52% de los encuestados opinan que para acceder un crédito se fijan en los intereses que otorga la cooperativa, el 24% piensan que es por los tramites rápidos, el 23% buena atención y el 2% plazo a convenir, resultados que exigen que las personas que les interesa un crédito dependen de la tasa activa que ejecuta la institución

10. ¿En qué plazos considera conveniente pagar su crédito?

Tabla 17-3: Plazos considerados de pagar su crédito

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Anual	87	23%
Mensual	125	33%
Semanal	152	40%
Diaria	11	3%
Otro	4	1%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

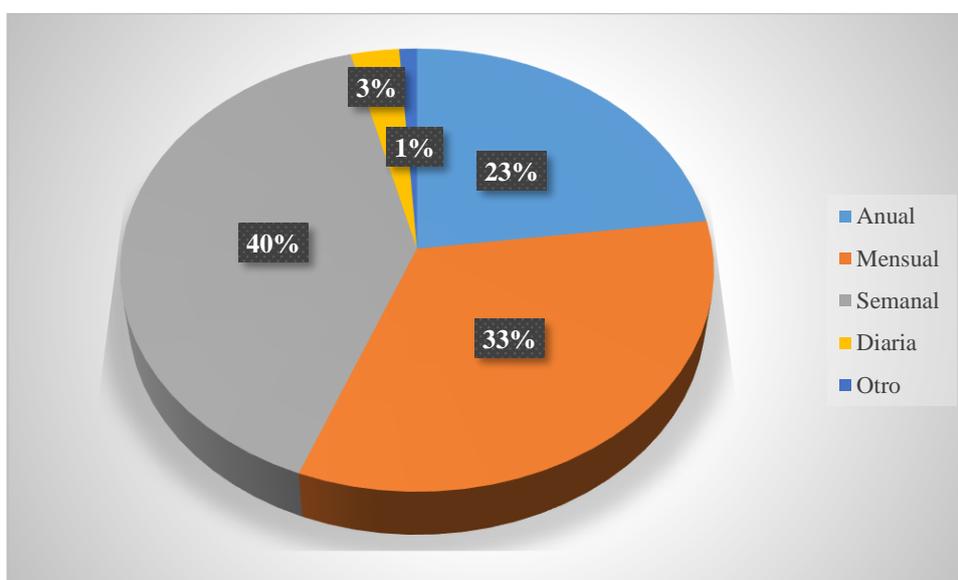


Gráfico 17-3: Plazos considerados de pagar su crédito

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

De los encuestados el 40% manifiesta que se debería pagar el crédito semanalmente, 33% mensual, el 23% anual, el 3% diario y el 1% otros. Como se puede apreciar el nivel de su crédito que es semanal considerando que es una cuota mínima y pueden pagar con una obligación más grande

11. ¿Cuál de los servicios que ofrecen las diferentes entidades financieras le interesan más a Usted?

Tabla 18-3: Servicios que ofrecen las diferentes entidades financiera

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Ahorro	99	26%
Crédito	166	44%
Inversión	99	26%
Otros	15	4%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

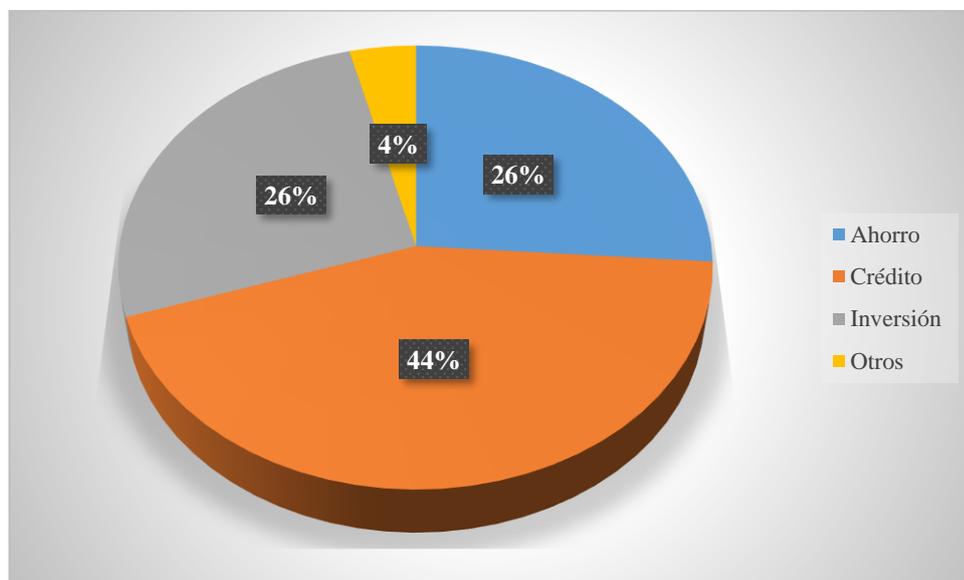


Gráfico 18-3: Servicios que ofrecen las diferentes entidades financiera

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas indican que otras instituciones financieras ofrecen servicios de Ahorro un 26%, Crédito un 44%, Inversión un 26% y Otros un 4%. Se puede decir que la mayoría de habitantes acceden aun crédito en instituciones financieras para un destino específico del mismo.

12. ¿Qué le parecería a Ud. si en esta ciudad (Otavalo) se diera la creación de una nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Tabla 19-3: Creación de una nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Nada importante	87	23%
Poco importante	11	3%
Más o menos importante	84	22%
Importante	201	53%
Muy importante	0	0%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

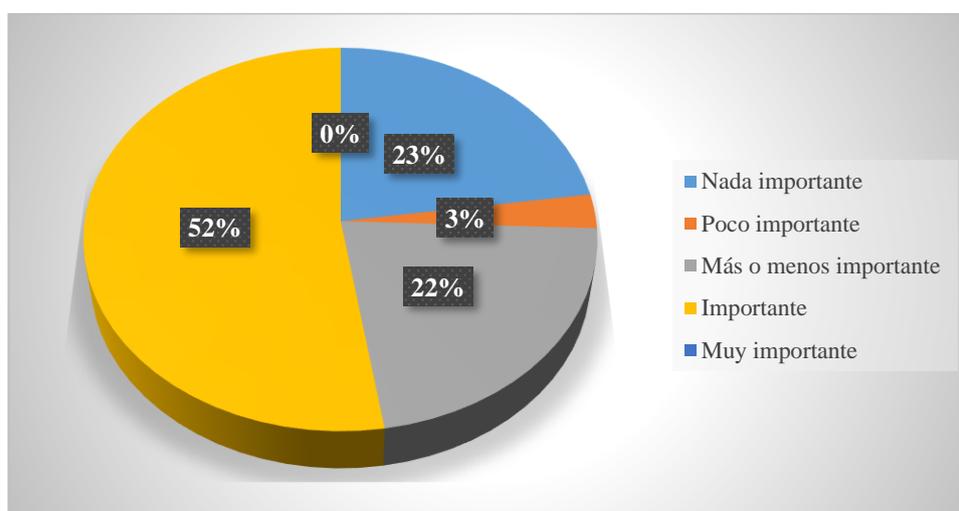


Gráfico 19-3: Creación de una nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 23% de las personas opinan que le dan nada de importancia, el 53% dicen que es importante la creación de una nueva COAC, el 22% más o menos importancia y el 3% poca importancia; estos datos nos dan la pauta de inseguridad de importancia a una institución financiera.

13. ¿Le interesaría a Ud. acceder a los servicios de una nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito que se ajuste a sus necesidades financieras?

Tabla 20-3: Uso de servicios financieros

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	217	68%
No	102	32%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

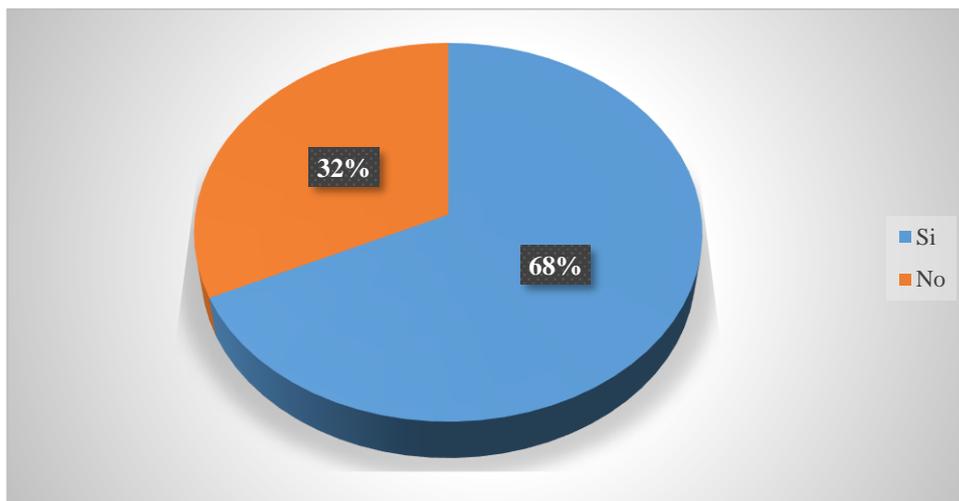


Gráfico 20-3: Uso de servicios financieros

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, el 68% manifiesta que si accedería a un crédito en caso de crear la cooperativa hace uso de los servicios financieros, pero el 32% restante, en cambio no utiliza dichos servicios, por lo que se podría decir que el uso de un servicio financiero está muy dividido entre sí y no. Para el desarrollo de las actividades económicas los encuestados hacen uso de los diferentes servicios financieros, lo que genera una expectativa de que las personas utilizarán los productos y servicios con la apertura de la nueva agencia de la COAC Fernando Daquilema.

14. ¿De crearse la Cooperativa de Ahorro y Crédito estaría dispuesto a utilizar sus productos y servicios?

Tabla 21-3: Dispuesto a utilizar servicio de la COAC

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	315	83%
No	64	17%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

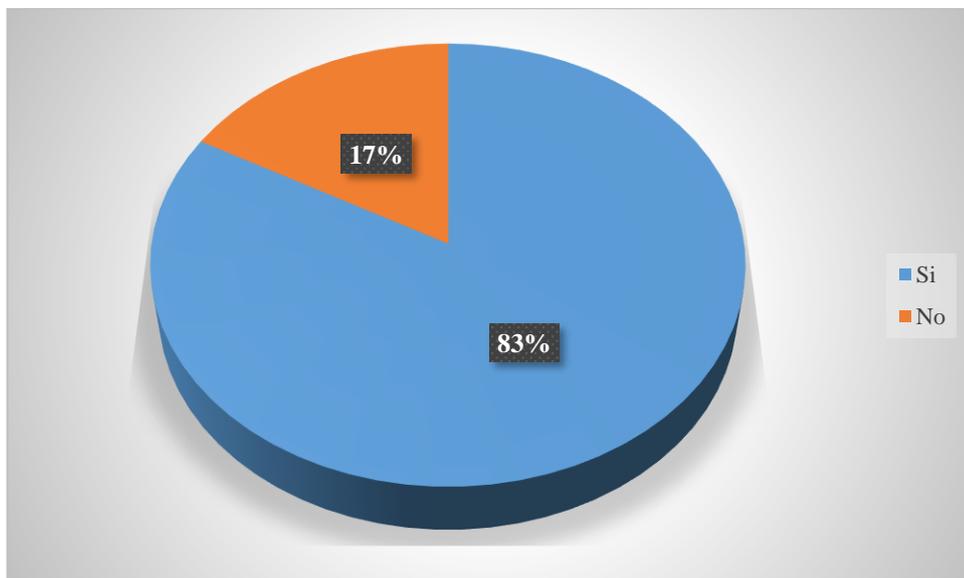


Gráfico 21-3: Dispuesto a utilizar servicio de la COAC

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas, el 87% accederán a un crédito, mientras que el 17% restante no dese acceder al servicio de la nueva institución finiera. Estos resultados permiten determinar que un considerable porcentaje de la población tiene referencia a poder adquirir los servicios que fresca la COAC en el cantón Otavalo.

15. ¿Dónde le gustaría que se encuentre localizada la nueva entidad financiera?

Tabla 22-3: Localizada la nueva entidad financiera

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Norte de la ciudad	8	2%
Sur de la ciudad	76	20%
Centro de la ciudad	190	50%
Sector financiero de la ciudad	8	2%
Centros comerciales	0	0%
Cercano a algún mercado	15	4%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

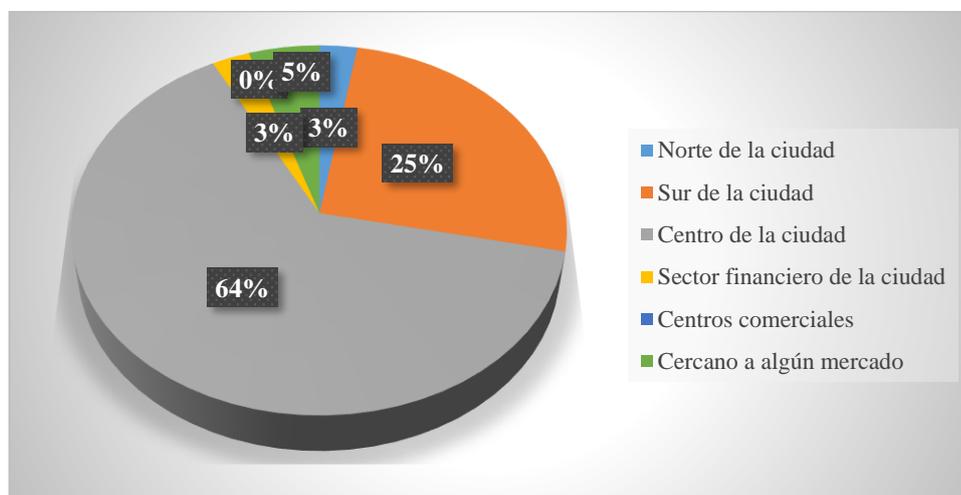


Gráfico 22-3: Localizada la nueva entidad financiera

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

De las personas encuestas nos indican que la ubicación de la Otavalo de la cooperativa sería al norte de la ciudad un 2%, sur de la ciudad un 20%, centro de la ciudad un 50%, sector financiero de la ciudad un 2%, y cercano a algún mercado un 4%. Se puede decir que el lugar óptimo de creación sería el centro de la ciudad de Otavalo donde la mayoría de personas acceden.

16. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información?

Tabla 23-3: Medio le gustaría recibir información

Detalle	Frecuencia	Frecuencia relativa
Televisión	227	60%
Radio	45	12%
Redes sociales	53	14%
Hojas volantes	56	15%
TOTAL	379	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

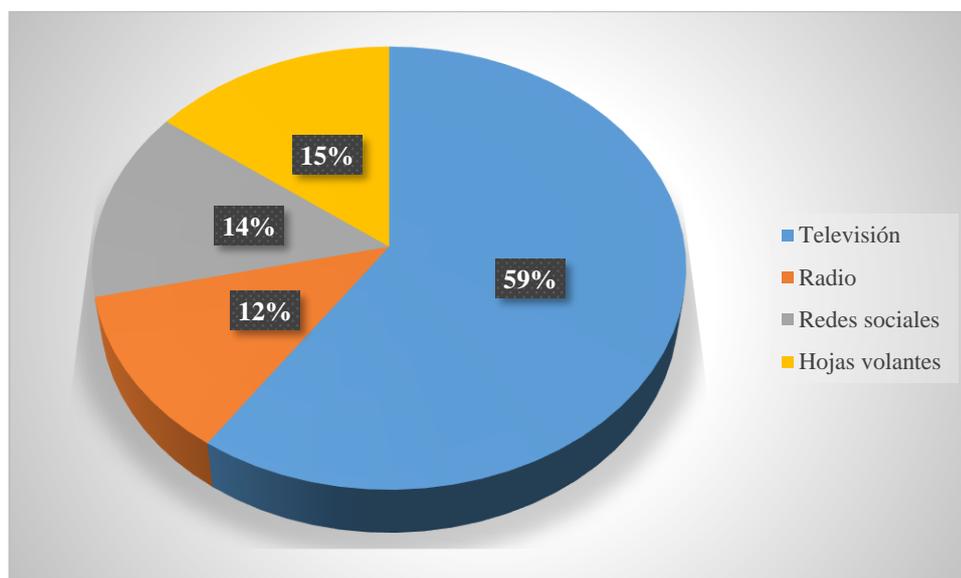


Gráfico 23-3: Medio le gustaría recibir información

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Análisis e interpretación

El 59% de las personas encuestadas aseguran que los medios que les gustaría conocer son por televisión, el 15% le gustaría mediante hojas volantes, el 14% redes sociales y el 12% por radio. Según el análisis se puede decir que los medios más utilizados en el cantón Otavalo es la televisión donde se informan de las nuevas publicidades.

Análisis de las encuestas

Una vez realizada las encuestas se determinó que la mayoría de personas encuestadas fueron masculinos con un porcentaje del 67% con una representación de personas casadas de 85% de las cuales conforman un hogar de 4 personas y poseen ende ellos son los que ejecutan las préstamos para diferentes actividades, se pudo evidenciar que la población de Otavalo es se dedica a la agricultura y la ganadería de los cuales tiene un nivel de ingresos por lo tanto de ellos se puede decir que han obtenido algún beneficio de alguna institución financiera en un porcentaje de 70% de todas las cooperativas que existente en la ciudad demostrado la calidad y la confiabilidad del sistema financiero y dependiendo al tasa de interés ya sea para ahorros o para realizar un crédito, mediante el levantamiento de información se pudo evidenciar que las personas de le dan poca importancia a un institución financiera considerando que existe varias instituciones pero el 52% está de acuerdo en acceder un crédito en la creación de una nueva cooperativa dependiendo las políticas y cláusulas que mantenga para otorgar un crédito o para realizar una cuenta de ahorros.

CAPÍTULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Demanda

Podemos resumir que la demanda son los deseos que mantienen las personas en un mercado acerca de un bien o un servicio para poder satisfacer sus necesidades.

4.1.1. Mercado Total

Para realizar un análisis de la demanda tomaremos como referencia la población total de la ciudad Otavalo.

Según los datos del el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), la población de Otavalo en el año 2011, fue de:

Tabla 24-3: Mercado Total

Tipo de poblacion	Poblacion	%
Población masculina	32.088	45.80
Población femenina	37.976	54.20
Población total	70.064	100,00

Fuente: INEC 2011

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.1.2. Mercado Potencial

El mercado potencial cantón Otavalo constituye la población económicamente activa de la ciudad Otavalo, del sexo masculino y femenino, de entre 18 y 58 años, pues representan personas aptas para desarrollar actividades económicas tanto independientes como en relación de dependencia (PEA):

Tabla 25-3: Mercado Potencial

Tipo de población	Población	%
PEA	35.593	50.80

Fuente: INEC 2011

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.1.3. Mercado Efectivo

Dentro de este mercado consideraremos a las personas que en las encuestas contestaron que estarían dispuestas a ser parte de la Cooperativa.

Tomando en cuenta que el PEA de Otavalo es de 35.593 habitantes, nuestro mercado objetivo sería el 83% de las mismas, es decir; 29.542 habitantes.

4.1.4. Proyección de la demanda

Para fines de proyección de la demanda se consideraron las siguientes premisas de análisis, que se resumen a continuación

Para el presente proyecto de investigación para calcular la demanda proyectada se utilizó la fórmula de la proyección de la demanda por exponentes.

$$D_p = DA (1+i)^n$$

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda Actual

i = Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo (Baca G, 2010)

La tasa de crecimiento de la población de la ciudad Otavalo entre los dos periodos de censo (2001 y 2011), para hombres y mujeres, es el 9,5%, lo que da una tasa del 0,79% promedio anual de crecimiento. Esta información nos sirve para la proyección de la población y la demanda.

Tabla 26-3: Proyección de la Demanda

Años	Habitantes proyección demanda
2020	30727
2021	30970
2022	31215
2023	31462
2024	31710

Fuente: INEC 2011

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.2. Oferta

La oferta es la cantidad que propone vender el servicio en un mercado determinado, para poder brindar el servicio financiero.

4.2.1. La Competencia

Nuestra principal competencia son las Agencias de las Instituciones Financieras que se encuentran dentro de la ciudad Otavalo, según las encuestas estas son:

Pilahuin Tio Ltda.

Atuntaqui Ltda.

23 de Julio Ltda.

Oscus Ltda.

Chibuleo Ltda.

4.2.2. Estimación de la Oferta

Según el informe del Banco Central del Ecuador en el 2015, se registra que en el Ecuador existen 314 Coacs en funcionamiento, dividido en 4 segmentos. De la misma fuente se obtiene que por lo menos 1 miembro de cada familia tenga una cuenta en las instituciones financieras, por ende, la oferta aplicada a la siguiente formula sería:

$$Op=OA (1+i)^n$$

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual i= Valor Constante i =

Tasa de crecimiento

n= Tiempo (Baca G, 2010)

Tabla 27-3: Oferta

Años	Habitantes (pea)	Oferta
2015	29542	7386
2016	29775	7444
2017	30011	7503
2018	30248	7562
2019	30487	7622

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.2.3. Oferta Proyectada

Tabla 28-3: Oferta Proyectada

Años	Habitantes (pea)	Oferta proyectada
2020	30727	7682
2021	30970	7743
2022	31215	7804
2023	31462	7866
2024	31710	7928

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.2.4. *Demanda Insatisfecha*

Tabla 29-3: Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2020	30727	7682	23045
2021	30970	7743	23228
2022	31215	7804	23411
2023	31462	7866	23597
2024	31710	7928	23783

Fuente: INEC 2011 - Informe del Banco Central del Ecuador en el 2015 - Investigación de Campo
Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

De la demanda insatisfecha la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., tiene como objetivo alcanzar al 30% de la misma, de tal forma que ésta se convierta en socios de la misma; es decir, se pretende captar 6.981 socios.

4.3. **Estructura organizacional**

4.3.1. *Filosofía corporativa*

Nombre

Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda.

4.3.2. *Misión*

Somos una Cooperativa de Ahorro y Crédito, con principios y valores cristianos que fomentamos el desarrollo económico y social de nuestros socios

4.3.3. *Visión*

Ser la Cooperativa de Ahorro y Crédito número uno de los pueblos originarios, con enfoque intercultural, basada en principios y valores cristianos.

4.3.4. *Objetivos organizacionales*

- Cumplir con todos los requisitos exigidos por la legislación ecuatoriana.
- Mantener el servicio en el mercado y aumentar gradualmente los socios, promover la innovación tecnológica y la mejora continua.
- Ofrecer servicios de excelente calidad que cumplan con los estándares de seguridad para satisfacer las necesidades y expectativas del socio y crear rentabilidad.
- Poner nuestra institución en la mente de los socios como una Cooperativa que brinda servicios de excelente calidad.
- Contribuir a la creación de empleo para la sociedad.

4.3.5. *Valores organizacionales*

Los valores son los pilares más importantes que gobiernan y definen los métodos de trabajo y las relaciones entre el personal para lograr el éxito organizacional.

Los valores más importantes que debe tener la Cooperativa Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda., son:

- **Honestidad:** Hacemos cada actividad con franqueza, trabajo y actividad comercial.
- **Colaboración:** buscamos la colaboración y los esfuerzos de conexión para que, con todas las contribuciones de las subvenciones, contribuya a la multiplicación.
- **Calidad:** Ofrecemos servicios diarios y atributos de excelencia de servicio al socio
- **Respeto:** valoramos a cada persona y entendemos sus diferencias sociales, culturales, religiosas y de pensamiento.
- **Responsabilidad:** Cumplimos nuestras tareas a tiempo y desarrollamos el trabajo con compromiso de acuerdo con nuestros compromisos con la Cooperativa.
- **Confianza:** Ofrecemos los mejores servicios a precios justos y razonables para mantener y aumentar la participación de mercado.
- **Enfoque de liderazgo:** estamos buscando mejoras continuas para convertirnos en la mejor referencia para el desarrollo a nivel local y nacional.

4.3.6. Principios

- La disciplina es el eje fundamental de la Cooperativa para lograr la excelencia en todos los aspectos.
- Las calidades del servicio son fundamentales para lograr la satisfacción del socio.
- Los objetivos establecidos se logran a través de la responsabilidad y el compromiso de todos los que conforman la Cooperativa.

4.3.7. Diseño de las políticas Cooperativa

- La administración definirá la estructura organizativa de la cooperativa para que se desarrolle de tal manera que se satisfagan las necesidades a través de servicios y servicios de calidad.
- El cambio o cambio de la estructura organizativa de la organización debe ser aprobado por el gerente y socializado para todos los miembros que conforman la Cooperativa.
- Las tareas y responsabilidades de los empleados y los empleados deben distribuirse en función de la competencia y la capacidad de cada uno de ellos y evitar funciones duplicadas.
- El cumplimiento de los objetivos de la organización y el desempeño del personal será medido continuamente por la administración para garantizar la corrección y la mejora continua de los procesos y actividades.

Política administrativa

Para una mejor gestión de las políticas, lo hemos clasificado de la siguiente manera.

- a) Política administrativa
- b) política de calidad
- c) política de servicio
- d) Política de selección de personal
- e) Política de personal

a) Política administrativa

- Crear un ambiente de trabajo agradable para el desarrollo personal y laboral.
- Buena gestión de personal, recursos técnicos, recursos materiales y recursos logísticos para un buen crecimiento continuo de la Cooperativa.
- Socializar e introducir valores de la empresa para todo el personal de la Cooperativa.
- El servicio al socio es crucial para las diligencias de la Cooperativa.

b) Políticas de calidad

- Trabajar con la materia prima de calidad.
- La Cooperativa se compromete a ofrecer servicios que cumplan con los estándares de calidad de salud para la satisfacción del socio

c) Políticas de servicio

- El motor importante de la Cooperativa es el socio, por lo tanto, es la mayor satisfacción que es satisfactoria.
- La atención y el servicio a los socios serán una alta prioridad para la Cooperativa, por lo que se buscará continuamente el desarrollo y la capacitación del personal que mantiene contacto directo con el socio.
- El desarrollo de todas las actividades en la Cooperativa y en particular aquellas en las que hay un contacto directo con el socio se caracterizará por la presencia de cortesía, amabilidad y cordialidad.

d) Políticas de la selección del personal

- El proceso del personal permite elegir a las personas que cumplen con los requisitos para satisfacer las necesidades de la Cooperativa y realizar las siguientes actividades.
- El proceso comienza con la necesidad de requisitos de personal, que deben ser aprobados por el departamento de talento humano, para los casos de creación de nuevas posiciones o remuneración son finales o temporales.
- Luego se analiza la posición y se define la posición de la posición para poder publicar y llamar.
- La recepción de las solicitudes de trabajo de las partes se llevará a cabo y, de acuerdo con el perfil deseado, los solicitantes serán evaluados y calificados.

- Cuando se seleccionen los mejores candidatos, será necesario realizar una entrevista personal y confirmar los antecedentes y las recomendaciones, y realizar una prueba un día para ver sus capacidades.
- Una vez que se ha seleccionado a la persona adecuada para el puesto, comienza el proceso de capacitación e inducción

e) Políticas de los trabajadores

- Puntualidad
- Respeto a tus gerentes alternativos
- Cuando la Cooperativa trabaja, vive mestizos e indígenas, por lo que los proveedores deben hablar en dos idiomas kichwa y español.
- El desempeño de cada trabajador debe ser evaluado para verificar la productividad, la capacidad y el conocimiento de la posición que ocupa.
- Ningún empleado puede retirar material o ningún servicio de las instalaciones de la Cooperativa sin la responsabilidad superior competente.
- Los trabajadores deben mantener la ropa de trabajo limpia, las uñas cortadas y usar delantales, redes para el cabello, máscaras y guantes para la recolección de leche y la producción de leche.
- Si no hay notificación de inmediato o comuníquese con anticipación para evitar cualquier inconveniente entre las partes.
- Si no hay tres días seguidos sin que se rechace el razonamiento de la Cooperativa
- Cuidar las máquinas y herramientas asignadas por los responsables.
- La pérdida de herramientas será deducida del salario.
- El personal de la Cooperativa debe recibir capacitación continua en las actividades que deben realizarse, con un enfoque en el servicio al socio.

4.3.8. Estructura Organizacional

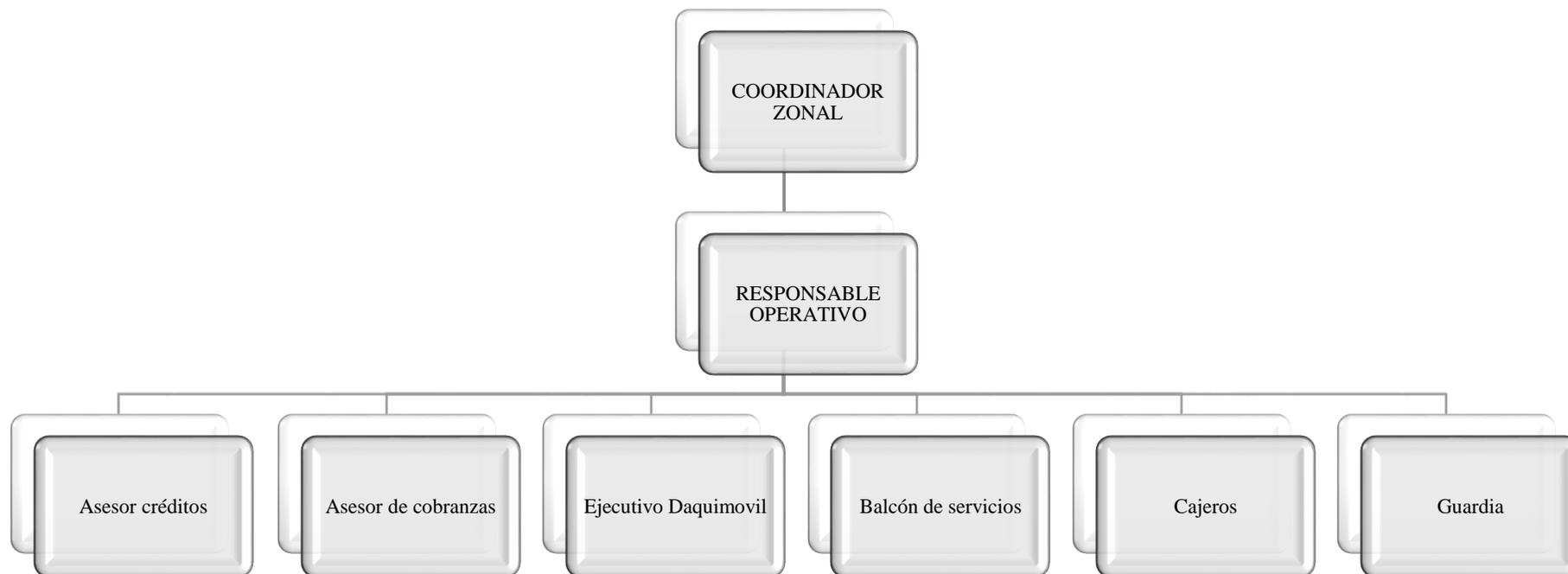


Gráfico 24-4: Organigrama estructural de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda.

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.3.9. Funciones principales de la Cooperativa

Coordinador zonal

Descripción de la posición:	
Resumen del puesto:	El coordinador zonal lidera la gestión de la misión institución en el territorio en el que trabaja la Agencia, para contribuir a la consecución de los objetivos institucionales.
Reporta a:	Depende y reporta al Responsable de la Unidad de Negocios.
Supervisa a:	El Coordinador Zonal supervisa, coordina y acompaña a las agencias/oficinas de su territorio de su responsabilidad.
Experiencia:	Experiencia de 2 años en posiciones similares, preferiblemente en instituciones de Micro finanza.
Competencias Técnicas:	
Conocimientos de Microfinanzas Conocimientos de Procesos Operativos; Destrezas en Administración de Personal; Destrezas en Comunicación interpersonal; Destrezas en Negociación y consecución de acuerdos; Manejo de Conflictos; Pensamiento Analítico; Planificación/Organización.	
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
Conocimientos en el sector financiero popular y solidario, en labores de jefatura, supervisión, coordinación, etc.	
Título Superior en Administración de Empresas, Economía, o afines	
Calificación A en Buró de Crédito.	
Funciones Habituales:	
Gestionar la oferta de productos y servicios financieros y no financieros con el equipo de trabajo. Representar responsablemente a la Gerencia en eventos a los que sea delegado en el territorio de la zona, agencias/oficinas; Liderar la gestión de captaciones maximizando la productividad. Liderar, coordinar, supervisar y evaluar las acciones y estrategias a los Coordinadores de Gestión Integral y Operativo; así como a todos los puestos de trabajo del equipo de su responsabilidad; Asegurar el cumplimiento de las metas establecidas, así como del Plan Estratégico y Presupuesto determinado por la institución en lo que le corresponda a su zona; Realizar contactos con personas, grupos y entidades de interés en la zona de atención y agencia/oficinas; Apoyar y Supervisar la entrega de una atención de calidad de atención y servicio al socio/a y público en general; por parte de los colaboradores de las agencias/oficinas de la zona de su responsabilidad; Participar y apoyar a los Asesores de crédito en los Comités de Crédito (de ser necesario). Planificar, liderar, coordinar, acompañar y supervisar el accionar de recuperación de créditos en la zona de su responsabilidad.; Generar informes mensuales de la gestión de las agencias/oficinas al Responsable de Negocios y/o responsables de las instancias que lo soliciten. Generar Insumos para el desarrollo de nuevos productos y servicios financieros y no financieros conforme la demanda del mercado objetivo, para cumplir con las exigencias de innovación y mejora continua. Determinar las necesidades y preparar requerimientos para las unidades pertinentes. Dar cumplimiento a la normativas interna y externa que intervienen en su gestión; Determinar las particularidades de su zona y agencias/oficinas para contribuir con insumos para la construcción y mejoramiento permanente del modelo de gestión Institucional; y, Otras que el Responsable de Negocios lo designe.	

Responsable de agencia

Descripción de la posición:	
Resumen del puesto:	Responsable operativo de la Agencia: es el responsable de administrar y dirigir en su totalidad a la agencia, así como de tomar las decisiones estratégicas relacionadas con el crecimiento de la misma.
Reporta a:	Responsable de la Unidad de Negocios.
Supervisa a:	Asesores de crédito Ejecutivo (Daquimóvil) Balcón de servicios (Información) Cajeros Guardia
Experiencia:	Experiencia de 2 años en posiciones similares, preferiblemente en instituciones de Micro finanza.
Competencias Técnicas:	
Conocimiento de crédito.	
Destreza en la administración de personal.	
Destreza en la elaboración de presupuestos.	
Destreza en ventas.	
Destrezas de cobranzas.	
Destrezas de comunicación.	
Destrezas de negociación .	
Comunicación efectiva.	
Manejo de conflictos.	
Planificación / organización.	
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
Conocimientos en el sector bancario, jefatura, supervisión, coordinador, etc.	
Título Superior en Administración de Empresas, Economía, o afines	
Calificación A en Buró de Crédito.	
Funciones Habituales:	
Promocionar los productos y servicios.	
Administrar los recursos físicos y humanos de la agencia.	
Gestión de auditoría operativa y financiera y de campo	
Cumplir las metas operativas y financieras establecidas para la agencia, así como el cumplimiento estricto del Manual de Crédito y normativa emitida y normada por el Equipo Gerencial.	
Administrar el personal operativo de la Agencia en coordinación con las disposiciones de la oficina matriz.	
Atender a socios con reclamos.	
Procurar y representar a la Agencia en eventos locales de relevancia, según el caso.	
Planificar y coordinar actividades de venta del personal de su agencia.	
Supervisar trabajo en campo y oficina.	
Coordinar con otras áreas el abastecimiento de materiales.	
Actualizar al personal sobre nuevas promociones.	
Analizar y evaluar el resultado de las proyecciones comerciales y el cumplimiento de metas.	
Realizar contactos con grupos y entidades de interés en la zona de atención de su agencia.	
Evaluar la carga de trabajo del personal a su cargo y monitorea el cumplimiento de las actividades.	
Realizar la evaluación final y aleatoria de todas las solicitudes aprobadas por los diversos Niveles de Aprobación, pudiendo solicitar el rechazo de alguna al nivel de aprobación que aprobó el crédito, de considerarlo necesario.	
Autorizar todas las aprobaciones y monitorear el proceso operativo del desembolso.	
Participar activamente y demostrando con documentación de respaldo adecuado para la aprobación de montos mediante un análisis responsable.	
Supervisar la calidad de la explicación que el personal de atención al público brinda al socio en la plataforma de atención.	
Monitorear permanentemente las gestiones de recuperación emprendidas por el personal a su cargo.	
Priorizar y direccionar las actividades de recuperación del personal a su cargo.	
Suscribir compromisos de pago con socios morosos.	
Participar y apoyar a los Asesores visitando a los clientes en sus propios negocios a fin de solucionar los problemas presentados.	

Reportar a la Jefatura de Negocios, el estado de la cartera de la agencia a su cargo.
Analizar el cumplimiento de metas operativas de la agencia.
Analizar la situación y composición de la cartera de crédito de la agencia a su cargo.
Participar en la elaboración del plan operativo de la institución en lo referente a las actividades planeadas de su agencia y el presupuesto correspondiente.
Evaluar el desempeño del personal a su cargo.
Promover el trabajo en equipo y la motivación entre el personal a su cargo.
Coordinar con el área de Operaciones, las actividades normadas referentes al proceso crediticio y la interacción de los administradores con los asesores de crédito.
Determinar las necesidades de personal y preparar requerimientos a la Jefatura de Negocios con copia a la Unidad de Talento Humano.
Organizar, coordinar y Monitorear el trabajo del personal a su cargo.
Vigilar y dar cumplimiento a las leyes, normativas, regulaciones gubernamentales que afectan su gestión;
Apoyar en actividades de control interno del área;
Dar cumplimiento a las políticas, procedimientos y demás normas internas que regulan su gestión y apoyan al desarrollo institucional;
Otras que el Jefe directo las designe.

Asesor de créditos

Descripción de la posición:	
Misión:	Responsable de la administración, seguimiento y control de crédito
Reporta a:	Responsable Operativo de
Experiencia:	Mínima de 2 años en puestos similares. Eficiencia y razonamiento analítico, trabajo bajo presión, solución problemas, orientado a logros, toma de decisiones, comunicación.
Competencias Técnicas:	
Administración integral de créditos	
Destreza en la administración de personal	
Destreza en ventas	
Destrezas de cobranzas	
Destrezas de comunicación	
Destrezas de negociación	
Manejo de conflictos	
Pensamiento Analítico	
Planificación / organización	
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
Conocimientos en el sector bancario, jefatura, supervisión, coordinador, asesor de crédito, etc.	
Título en Banca y Finanzas, Administración de Empresas o carreras similares al cargo.	
Calificación A en Buró de Crédito	
Funciones Habituales:	
Planificar y participar en las diversas modalidades de promoción	
Administrar la documentación del socio con el debido cuidado y confidencialidad.	
Recabar información suficiente sobre el comportamiento del potencial socio.	
Visitar el negocio, realizar y culminar el levantamiento de información en base a los formatos establecidos para el efecto dentro del mismo, establecimiento para luego negociar con el socio las condiciones probables del préstamo.	
Realizar la verificación domiciliaria, verificar y valorizar las garantías si aplican según las políticas de crédito de la institución.	
Sustentar la recomendación crediticia para el socio ante el nivel de aprobación correspondiente.	
Desarrollar de forma ordenada y metódica gestiones de seguimiento preventivo de socios.	
Negociar compromisos de pago, de manera verbal y formal con morosos.	
Entregar notificaciones a deudor y garante, y mantener al tanto de las negociaciones realizadas entre ellos.	
Elaborar informe para el responsable Operativo acerca de las gestiones de recuperación realizadas, inmediatamente después de realizadas.	
Vigilar y dar cumplimiento a las leyes, normativas, regulaciones gubernamentales que afectan su gestión.	
Apoyar en actividades de control interno del área;	
Dar cumplimiento a las políticas, procedimientos y demás normas internas que regulan su gestión y apoyan al desarrollo institucional;	
Otras que el Jefe las designe.	

Asesor de cobranzas

Descripción de la posición:	
Misión:	Responsable de la administración, gestión de cartera y su recuperación
Reporta a:	Responsable Operativo de la agencia, Unidad de negocios
Experiencia:	Mínima de 2 años en puestos similares. Eficiencia y razonamiento analítico, trabajo bajo presión, solución problemas, orientado a logros, toma de decisiones, comunicación.
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
El puesto requiere título de tercer nivel en Administración de Empresas, Finanzas o carreras afines. Mínimo 2 años de experiencia en instituciones financieras. La frecuencia de contactos internos y externos es continua por lo que se requiere de habilidades comunicacionales verbales y escritas.	
Calificación A en Buró de Crédito	
Funciones Habituales:	
<ul style="list-style-type: none"> a) Proponer estrategias y alternativas de mejora en los manuales de crédito cada vez que sea requerido; b) Apoyar en actividades de control interno del área; c) Diseñar, proponer e implementar controles administrativos que permitan reducir los riesgos inherentes a la recuperación de créditos; d) Controlar y custodiar los documentos que correspondan a su instancia; e) Supervisar la ejecución y desarrollo de proyectos y actividades de su unidad en base a indicadores de efecto e impacto y tomar medidas correctivas en caso de observarse desvíos e incumplimientos; f) Participar en el proceso de planificación operativa de la Coordinación de Negocios; g) Apoyar en la formación del personal de crédito y recuperación en temas inherentes al Crédito; h) Visitar a las diferentes oficinas o agencias en coordinación con el Coordinador de negocios; i) Procesar y proveer a la institución información de su competencia para la toma de decisiones al nivel ejecutivo y garantizar el cumplimiento de normativas; j) Recibir, analizar, evaluar y retroalimentar información crediticia levantada por los asesores de créditos, secretarías de créditos y responsables operativos; k) Aprobar crédito dentro de su nivel de aprobación permitido; l) Coordinar y supervisar el proceso de recuperación de cartera vencida y en riesgo, y verificar su registro; m) Dar cumplimiento a las políticas, procedimientos y demás normas internas y externas implementadas en la Cooperativa sobre Prevención de Lavado de Activos; n) Otras que la coordinación de Negocios y Gerente General las designe o) Establecer procedimientos para recopilar monitorear y controlar las operaciones de crédito; p) Coordinar el seguimiento a los procesos de cobranza judicial y extrajudicial; q) Generar estadísticas e informes periódicos de resultados de los indicadores de gestión operativos y estratégicos; r) Coordinar con Marketing el desarrollo de un estudio de atención al socio en créditos; s) Elaborar informes requeridos por estamentos competentes; t) Apoyar otras actividades inherentes al cargo, requeridas por la institución. 	

Ejecutivo Daquimovil

Descripción de la posición:	
Resumen del puesto:	Responsable de la recaudación directamente en los mercados
Reporta a:	Responsable operativo
Supervisa a:	No aplica
Experiencia:	2 años de experiencia en manejo de cajas, tesorería, contabilidad o asesor de negocios.
Competencias Técnicas:	
Comunicación efectiva.	
Administración integral de créditos.	
Destreza en ventas.	
Destrezas de cobranzas.	
Destrezas de comunicación.	
Destrezas de negociación .	
Manejo de conflictos.	
Pensamiento Analítico.	
Planificación / organización.	
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
Conocimientos en el sector bancario, asesor de crédito, captaciones, etc.	
Título Superior en Administración de Empresas, Contabilidad, Economía, o afines	
Manejo de herramientas informáticas	
Habla Kichwa – Español	
Calificación A en Buró de Crédito	
Funciones Habituales:	
Planificar y participar en las diversas modalidades de promoción.	
Visitar los mercados u zonas asignadas para la recaudación del dinero a los socios	
Establecer y mantener buenas relaciones de negocios con los socios/as.	
Responsable del buen manejo de los dineros otorgados	
Responsable del buen manejo y cuidado de los equipos tecnológicos otorgados	
Realizar los informes diarios sobre el trabajo desarrollado	
Dar apoyo en gestiones de cobranzas a socios ubicados en su zona de atención	
Ayudar a los socios/as en las transacciones habituales de pago de crédito, servicios básicos, impuestos, SOAT, aperturas de cuentas, entre otros	
Realizar los informes diarios sobre el trabajo desarrollado.	
Apoyar en actividades de control interno del área;	
Dar cumplimiento a las políticas, procedimientos y demás normas internas que regulan su gestión y apoyan al desarrollo institucional;	
Otras que el Jefe las designe.	

Cajeros

Descripción de la posición:	
Resumen del puesto:	Responsable de las transacciones diarias realizadas al interior de la institución
Reporta a:	Responsable operativo
Supervisa a:	No aplica
Experiencia:	1 año como cajera o asistente operativo en instituciones financieras
Competencias Técnicas:	
Conocimiento de contabilidad básica	
Administración y procedimientos en caja	
Manejo de Excel	
Comunicación efectiva	
Razonamiento analítico	
Habla Kichwa – español	
Relaciones interpersonales	
Conocimiento de ventas	
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
Conocimientos en el sector bancario, cajero, asistente administrativo, asistente operativo, etc.	
Licenciatura en Administración, Contabilidad, o afines.	
Calificación A en Buró de Crédito	
Funciones Habituales:	
Realizar las principales transacciones internas con los socios directamente en las ventanillas de la institución. (Depósitos, retiros, pagos, transferencias, entre otros.), todo esto con la debida diligencia y cuidado profesional.	
Responsable del uso y manejo adecuado del dinero a su cargo.	
Cuadrar el efectivo recibido y pagado diariamente por las operaciones realizadas	
Mantener sigilo con los saldos de las cuentas de los socios internos y externos	
Completar el proceso con relación a la apertura y cierre de cuentas de ahorros, plazos fijos, certificados de aportación, entre otras.	
Mantener sus claves de acceso al sistema de manera confidencial	
Suplir a sus compañeros en caso de ausencia y/o permisos	
Hacer registrar el formulario de Origen de Fondos Lícitos de acuerdo a los montos respectivos conforme el Manual de Lavado de Activos.	
Dar cumplimiento a las políticas, procedimientos y demás normas internas que regulan su gestión y apoyan al desarrollo institucional	
Otras que el Jefe las designe.	

Balcón de servicios

Descripción de la posición:	
Resumen del puesto:	Brindar un adecuado soporte operativo en la prestación de los productos financieros de la Cooperativa y en general en los negocios institucionales, contribuyendo de esta manera a la satisfacción de los usuarios y al cumplimiento de los objetivos de la Cooperativa.
Reporta a:	Responsable operativo
Supervisa a:	No aplica
Experiencia:	1 año de experiencia en entidades financieras.
Competencias Técnica:	
Conocimiento de Contabilidad Básica	
Destreza en ventas	
Destrezas de comunicación	
Relaciones interpersonales	
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
Pensamiento analítico	
Habla Kichwa – Español	
Nivel Superior, Contabilidad o Administración.	
Funciones Habituales:	
Apertura de Cuentas en el sistema	
Escaneo de firmas de cuentas	
Apertura de DPF'S	
Atención al público interno y externo personal y telefónicamente, adoptando técnicas de relaciones humanas y satisfaciendo las necesidades de manera efectiva y eficiente.	
Asesorar al socio/a y/o público en general sobre los diferentes requerimientos para acceder a los productos y servicios que brinda la institución,	
Verificar la información de los documentos requeridos previo a un servicio a otorgar.	
Envío de correspondencia	
Gestionar los diferentes servicios bancarios (bloqueo, anulación, transferencias, etc.) en conocimiento con el Responsable operativo.	
Receptar quejas o reclamos de los socios	
Vigilar y dar cumplimiento a las leyes, normativas, regulaciones gubernamentales que afecten su gestión.	
Apoyar en gestiones de control interno del área.	
Dar cumplimiento a las políticas, procedimientos y demás normas internas que regulan su gestión y apoyan al desarrollo institucional	
Otras que el Jefe las designe.	

Guardia

DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN:	
Resumen del Puesto:	Responsable de la seguridad integral de la agencia.
Reporta a:	Responsable operativo / Empresa de seguridad privada.
Experiencia:	Años de experiencia como guardia de seguridad.
Competencias Técnicas:	
Conocimiento de seguridad	
Destrezas de comunicación	
Manejo de armas, sistemas de alarmas	
Defensa Personal	
Relaciones interpersonales	
Certificaciones, Licencias y Títulos académicos:	
Título de bachiller	
Funciones Habituales:	
Responsable de la seguridad integral de la agencia, sus activos físicos y el personal.	
Abrir y cerrar la agencia revisando minuciosa y prolijamente los alrededores y exteriores de la misma para evitar cualquier atentado delincuencial.	
Brindar atención amable, cordial y respetuosa a todo el personal que visita la agencia.	
Guiar a los socios con los respectivos funcionarios para que sean atendidas sus necesidades.	
Reportar oportuna e inmediatamente al responsable operativo sobre cualquier evento que atente contra la seguridad integral de la agencia.	
Actualizarse periódicamente sobre normas de seguridad y protección bancaria	
Apoyar en gestiones de control interno del área.	
Dar cumplimiento a las políticas, procedimientos y demás normas internas que regulan su gestión y apoyan al desarrollo institucional.	
Otras que el Jefe las designe.	

Otavalo. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio. El cantón se divide en parroquias que pueden ser urbanas o rurales y son representadas por las Juntas Parroquiales ante el Municipio de Otavalo.

El mercado artesanal ubicado en un hermoso sitio, en donde se concentran miles de artesanos y comerciantes que salen todos los días de la semana a exponer sus artesanías. Esta diversidad cultural se conjuga igualmente con una variedad de ecosistemas que encierran una diversidad biológica muy importante y representativa de la región repartida entre las montañas, lagunas, ríos, quebradas y vertientes que son generadoras de vida y energía. Otavalo "Capital de las artesanías ecuatorianas", debido a la variedad y calidad de productos que se ofrecen a los visitantes y del mundialmente famoso mercado indígena. Es el corazón de la Provincia de Imbabura y el punto de encuentro en los Andes sobre el nivel del mar. La ciudad está ubicada a 110 kilómetros al norte de Quito, capital del Ecuador; asentada en un amplio valle.

Ubicación

Ubicada al norte del Ecuador y al sur oriente de la Provincia de Imbabura a 110 Km. de la capital Quito.

Límites

- Norte: Limita con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante
- Este: Cantón Ibarra y Cantón Cayambe (Provincia de Pichincha)
- Sur: Cantón Quito (Provincia de Pichincha)
- Oeste: Cantón Quito y Cantón Cotacachi

4.6. Microlocalización

En cuanto a la Microlocalización, la Agencia estará ubicada en la ciudad de Otavalo en la parte céntrica de la misma.



Figura 2-3: Microlocalización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.7. Criterios de Selección.

Los factores que han influido en la localización técnica de la Agencia del Cooperativa, son las siguientes:

- **Seguridad**

Actualmente Otavalo es una ciudad tranquila y segura, por lo que los socios de la Cooperativa y demás personas podrán acudir con tranquilidad a las instalaciones de la misma, ya que la Agencia se ubicará en una zona que no represente riesgos de robo o agresión física.

- **Vías de acceso**

Es de gran importancia que la Agencia se encuentre ubicada en un lugar estratégico, el mismo que tenga vías de acceso, facilitando la movilización de los socios.

- **Servicios Básicos**

En la actualidad la ciudad de Otavalo cuenta con servicios básicos, éstos son necesarios para el funcionamiento de cualquier negocio y por ende de la Otavalo de la Cooperativa.

- **Espacio Físico**

Para que la Agencia de la Cooperativa Fernando Daquilema LTDA., funcione es primordial contar con un lugar de gran afluencia y de fácil acceso, para ello es necesario que el espacio físico sea el adecuado, brindando confort y seguridad al socio, de tal forma que los socios se sientan cómodos y el servicio brindado en la misma sea satisfactorio.

- **Preferencia de los Socios**

Al momento de encuestar a los posibles socios de la Cooperativa, los mismos mencionaron que el mejor lugar para que se ubique la Agencia de la Cooperativa es Otavalo, ya que es una ciudad céntrica de la Provincia, por lo que el acceso al mismo es fácil.

4.8. Tamaño del Proyecto

Se puede establecer que el tamaño del presente proyecto sería mediano, ya que con la apertura de una Otavalo como su nombre lo indica, pasaría solo áreas principales de la Cooperativa a la misma.

4.9. Diseño de las Instalaciones

En cuanto al diseño de las instalaciones, se pretende que las mismas sean ergonómicas y funcionales, es decir, las mismas deberán ser modernas, con la tecnología requerida, pero sin perder su funcionalidad, y el fin para las cuales fueron destinadas.

La Otavalo deberá incluir las siguientes áreas:

- Asesor de crédito.
- Contabilidad.
- Sala de espera.
- Cajas.
- Baños.

4.10. Distribución de la Planta

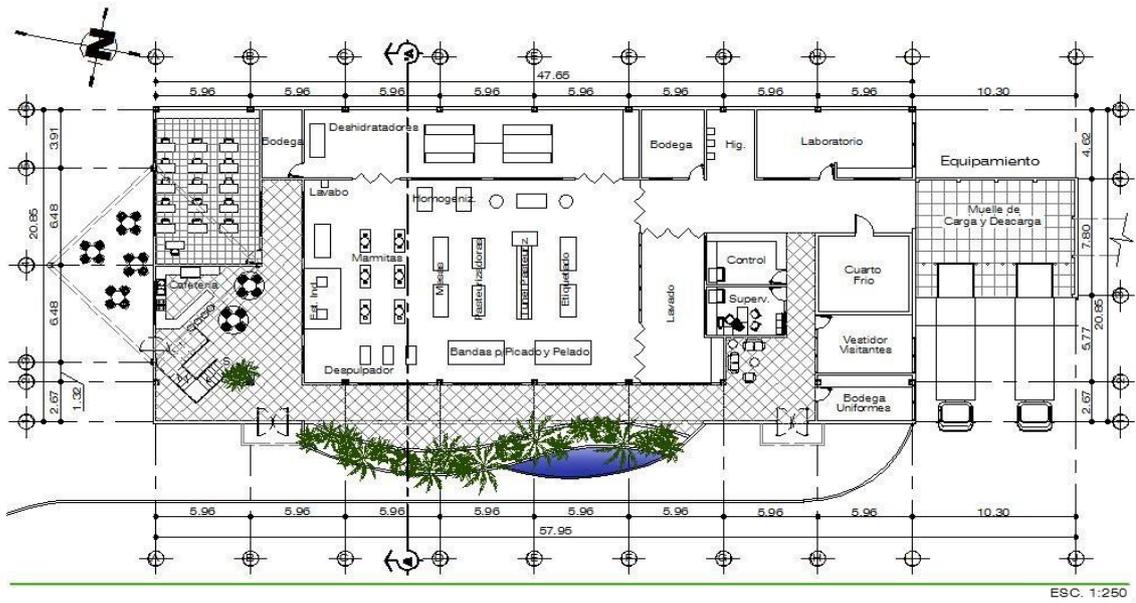


Figura 3-4: Distribución de planta

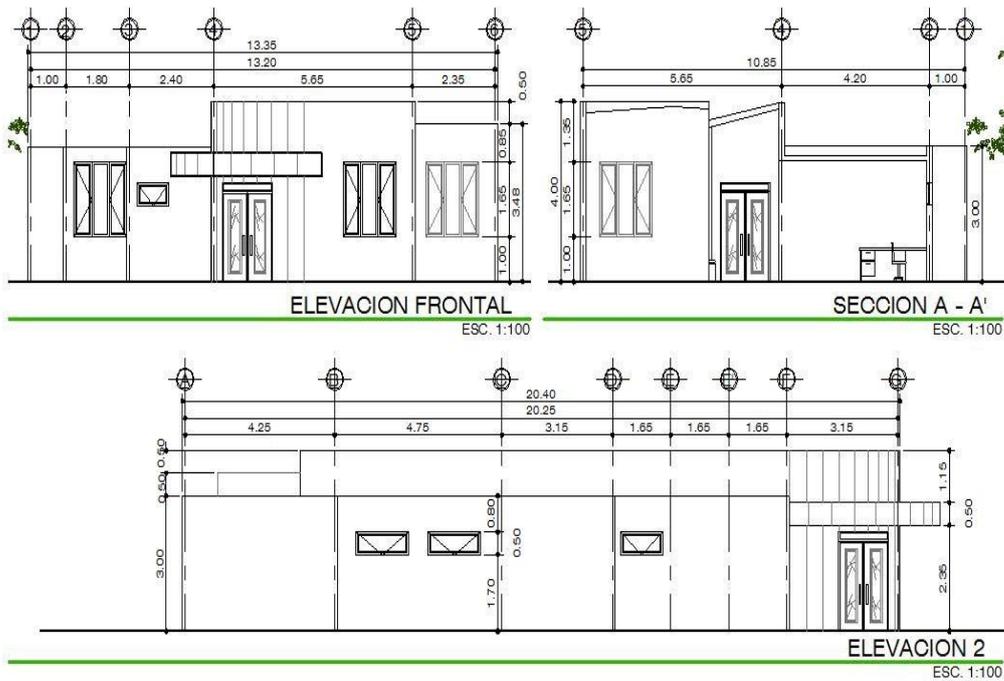


Figura 4-4: Edificio administrativo

- **Perspectivas propuestas**



Vista No.1



Vista No. 2

- **Perceptiva clara**



Vista No. 1



Vista No. 2

4.11. Análisis del Proceso de Otorgamiento de Crédito

Es de vital importancia analizar el proceso para el otorgamiento y aprobación de cualquier tipo de crédito y se lleva a cabo según lo establecido en la cooperativa el siguiente procedimiento.

1. Promoción de los Productos Crediticios

Con el fin de incrementar su número de socios y la colocación de capital, realizara permanentemente la promoción de los servicios que presta, dando a conocer las características de los productos y los requisitos del solicitante y garante a presenta.

2. Solicitud de Crédito

El Jefe de Créditos es el representante del área de créditos y es el responsable de recibir solicitudes de crédito de los socios que han decidido acceder a este servicio para su respectivo análisis.

3. Verificar que la Solicitud este Correctamente Llenada

La solicitud presentada contendrá toda la documentación y requisitos necesarios que respalde la veracidad de la información que contendrá la carpeta de crédito del socio. Esta solicitud no deberá presentar manchones ni enmendaduras y estará firmada por el solicitante y dependiendo del monto y tipo de créditos por el garante.

4. Entrevista, Registro de Datos y Validación de la Información

Una vez que el socio presente la carpeta de crédito estará sujeta a la inspección y verificación por parte del oficial de crédito quien se encargará de confirmar todos los datos y referencias presentadas por el solicitante donde se evidenciará sus actividades, dirección, certificados laborales u otras fuentes de ingreso, referencias bancarias, estabilidad laboral, personales y comerciales, validez de los documentos de los bienes declarados y de manera especial aquellos que servirán de garantía y del destino del crédito. Inspeccionado y verificado el oficial de créditos expondrá los resultados positivos o negativos incluyendo su respectiva opinión técnica sobre la aprobación o negación del crédito.

5. Análisis y Evaluación de Crédito

Es de vital importancia realizar el análisis y evaluación dentro del proceso de crédito, ya que de este dependerá la calidad de la cartera y su recuperación. Para ello se tomará en cuenta lo siguiente:

- La solvencia, reputación y disposición del sujeto de crédito para cumplir con sus obligaciones, para lo cual es necesario conocer referencias comerciales, reportes del historial crediticio, verificar demandas judiciales y obtener referencias bancarias.
- Para garantizar la recuperación del crédito se analizará la capacidad de pago que tiene el sujeto de crédito, que estará dado por los sueldos, salarios, actividades económicas, entre otras actividades que constituyan un ingreso más y respalden la operación; conjuntamente se analizará y evaluará sus egresos.
- Se analizará y evaluará que los bienes y valores otorgados en garantía sean aptos para que el prestamista recupere el capital en caso de una pérdida en la operación.

- Analizar el entorno de cada operación de crédito para manejar diferentes situaciones en un futuro y evitar pérdidas por créditos mal otorgados, garantizados o mal administrados, tomando en cuenta el riesgo que se va asumir en cada operación.
- Para un crédito de microempresa es necesaria la visita al negocio del socio y al domicilio, pues es la única forma de evaluar de forma real el tipo de negocio, nivel de venta, inventario, la competencia y la demanda del servicio o producto ofrecido por el socio.

Por tal razón para el análisis y evaluación del crédito, se tomará en consideración a las calificaciones crediticias que permitirán al prestamista medir y evaluar de forma rápida y objetiva la solicitud de crédito, agilizando de esta manera el proceso de crédito y por ende su aprobación. Además, esta calificación, ayudará para que el prestamista pueda centrarse sólo en los hechos relacionados con el riesgo de crédito y en la información precisa sobre la cual se pueda basar las decisiones de crédito.

El análisis y evaluación del crédito tendrá un puntaje que va de 0 a 1000 puntos, el mismo que servirá para predecir la probabilidad de que el crédito sea pagado a tiempo. En donde la puntuación mínima que deberá obtener el deudor es de 680 puntos para la aprobación del crédito solicitado. Para determinar el factor de riesgo que se va asumir, el prestamista toma en cuenta lo siguiente:

- Si la puntuación es inferior a 620, está considerada como "Arriesgada".
- Si la puntuación está entre 620 y 660, están etiquetados como "Incierto".
- Cuando la puntuación está entre 660 y 720 significa que tiene una calificación de crédito "Aceptable".
- Si tiene más de 720 significa que tiene crédito "Perfecto".

Pero hay que tomar en cuenta que en la actualidad se cuenta con los Buros de crédito, quienes suministran a las Instituciones Financieras informes que detallan el historial de crédito, enumera los tipos de crédito que utiliza, la cantidad de tiempo que sus cuentas han sido abiertas, y si ha pagado las cuentas a tiempo, dando al prestamista una visión más amplia de su historia de crédito. La calificación de crédito se calcula a partir del informe de crédito y los prestamistas toman en cuenta muchas cosas al momento de tomar una decisión de crédito incluyendo sus ingresos, cuánto tiempo han trabajado en su empleo actual y el tipo de crédito que está solicitando.

Tabla 30-3: Parámetros de Calificación del Crédito.

5 C's	Factores de evaluación	Sub-factores de Evaluación	Niveles	Calificación	
Carácter	Residencia	Tipo de Residencia (A)	Propia Familiar Arrendada Otros	10 puntos 9 puntos 7 puntos 3 puntos	
		Tiempo de Residencia (B)	Propia 0 a 6 meses 7 a 12 meses Más de 12 mese	10 puntos 3 puntos 5 puntos 7 puntos	
	Trabajo	Tipo de Trabajo (C)	Negocio Empleado No trabajo	10 puntos 8 puntos 3 puntos	
		Tiempo de Trabajo (D)	0 a 12 meses 13 a 24 meses Más de 24 meses	3 puntos 7 puntos 10 puntos	
	Experiencia Crediticia	Mora en el último Crédito (E)	Sí No	3 puntos 10 puntos	
		Meses de Mora (F)	0 a 4 días 5 a 20 días 21 a 45 días 46 a 90 días Más de 91 días	10 puntos 8 puntos 5 puntos 4 puntos 3 puntos	
		Referencias (G)	Buenas Regulares Malas	10 puntos 7 puntos 3 puntos	
	Capital	Endeudamiento (Pasivos/activos)	Endeudamiento Actual (H)	0% a 40% 41% a 60% Más de 60%	10 puntos. 5 puntos 1 puntos
			Endeudamiento con este crédito (I)	0% a 50% 51% a 70% Más de 70%	10 puntos. 5 puntos 1 puntos
		Cobertura de Cuota	Cobertura de Cuota (J)	0% a 150% 151% a 160% 161% a 170% 171% a 180% 181% a 190% 191% a 200% Más de 200%	1 punto 5 puntos 6 puntos 7 puntos 8 puntos 9 puntos 10 puntos
Capacidad de pago	Ingresos / Gastos	Ingresos / Gastos (K)	0% a 60% 61% a 70% 71% a 80% Más de 80%	10 puntos 7 puntos 5 puntos 3 puntos	
	CONDICIONES	Ingresos Principales	Estabilidad (L)	Alta Media Baja	10 puntos 7 puntos 3 puntos
Acerca del Negocio		Ventas o Ingresos (M)	Alta Media Baja	10 puntos 7 puntos 3 puntos	
		Flujo de Efectivo (N)	Alta Media Baja	10 puntos 7 puntos 3 puntos	
COLATERAL	Garantías	Tipo de Garantía (P)	Saturado Crecimiento	3 puntos 10 puntos	
			Hipotecaria Prendaria Personal Sin garantía	10 puntos 8 puntos 7 puntos 3 puntos	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

Para calcular el número de puntos obtenidos en cada una de las 5C's de crédito que se evaluarán en la Tabla 24. Parámetros de Calificación del Crédito, se tomarán en cuenta a cada uno de los factores y sus factores de evaluación y a la calificación que está dada para cada nivel, en donde el carácter deberá sumar un total de 70 puntos, el capital 20 puntos, la capacidad de pago 20 puntos, las condiciones 40 puntos y el colateral 10 puntos, tomando en cuenta que la máxima calificación a darse es 10 puntos y para ello se explicara cada una de las 5C's.

- **Carácter:** Son las cualidades de honorabilidad y solvencia moral que tiene el deudor para responder al crédito cuando se realiza el análisis de crédito, lo que se busca de alguna manera es ser capaz de predecir el futuro comportamiento de pago de un cliente, por lo que se debe buscar información sobre sus hábitos de pago y comportamiento, dicha información tendrá que hacer referencia al pasado (como se ha comportado en operaciones crediticias pasadas) y al presente (como se está comportando actualmente en relación a sus pagos) esto marcará una tendencia y por ende una probabilidad de mantener un similar comportamiento para futuros eventos. El carácter se considera importante conocer la residencia, el trabajo y el historial creditico del deudor, debido a que estos factores ayudaran a conocer mejor al prestamista y garantizar la recuperación del crédito.

- **Capital:** Es la habilidad y experiencia en los negocios que tenga la persona o empresa de su administración y resultados prácticos. Para su evaluación se toma en cuenta la antigüedad, el crecimiento de la empresa, sus canales de distribución, actividades, operaciones, zona de influencia, número de empleados, sucursales, etc. Los nuevos negocios ofrecen un difícil problema para el departamento de Crédito, pues miles de establecimientos cada año, fallan en un gran porcentaje, debido a la falta de habilidad y experiencia para conducir un negocio con éxito.

Permite analizar al prestamista el nivel de endeudamiento actual y el que va asumir al momento de solicitar el crédito.

- **Capacidad de Pago:** Es un factor determinante para conocer el volumen de cobertura de la cuota y a la vez la relación ingresos/gastos que mientras más alta sea es mejor. Para determinar dicha capacidad es necesario investigar como el solicitante del crédito pretende hacer frente a sus obligaciones, considerando cuidadosamente sus flujos de efectivo, el calendario de pagos, su experiencia e historial de crédito.

- **Condiciones:** Es importante analizar cuan estables son los ingresos que tiene el futuro deudor, se toma en cuenta diversas circunstancias externas que pueden afectar a la situación financiera del prestatario y a su capacidad para pagar, por ejemplo, la situación de la economía local. Si el prestatario es una empresa, el prestamista puede evaluar la salud financiera de la industria del prestatario, su mercado local y a sus competidores.

- **Colateral:** Se considera un factor fundamental al momento de analizar y evaluar un crédito, pues se constituye en una segunda fuente de pago en caso de que el deudor no pague sus deudas.

Al final de este proceso, el Jefe de Crédito es el encargado de realizar una revisión exhaustiva de todos los aspectos antes mencionados y podrá hacer verificaciones aleatorias para confirmar si la información es real y consistente.

Concluida el análisis y evaluación del crédito pasa por el primer nivel de aprobación que es el Jefe de Crédito.

6. Aprobación del Crédito

Después del respectivo análisis y evaluación del crédito, se procede a la aprobación o negación del crédito, en una reunión ordinaria realizada por el Comité de Crédito que estará conformado por un Oficial de créditos, el Jefe de Créditos y el Gerente, para lo cual se firmarán las actas respectivas donde constará el número de solicitud, nombre del socio, tipo de crédito, monto del crédito y el plazo.

Los niveles de aprobación del crédito serán los siguientes:

Tabla 31-4: Niveles de Aprobación del Crédito

MONTOS	NIVEL DE APROBACIÓN
Créditos desde 100 hasta 10000	Comité de crédito
Créditos desde 10001 hasta 40000	Analistas de crédito
Créditos de 40000 en adelante	Unidad de negocios
Créditos de funcionarios, directivos y vinculados.	Consejo de Administración

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito "Fernando Daquilema Ltda."

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

7. Comunicar a los Socios de la Decisión del Comité de Crédito

El oficial de crédito deberá comunicar al socio la resolución tomada por cada uno de los niveles antes mencionados, en cualquiera de los casos, es decir, si el crédito fue negado o aprobado, si el crédito es aprobado se procederá con los trámites respectivos para su legalización.

8. Formalización del Crédito

Después de haber notificado la resolución al solicitante, se procede a la legalización de contrato de crédito, donde firmará el socio y el garante y consigo vendrá el pagaré y la tabla de amortización. Todos estos trámites se los realizará en las oficinas de la Cooperativa. En el caso de que el crédito sea concedido con garantías reales se esperará a que la hipoteca o la prenda este totalmente legalizada, no se aceptarán trámites a medias pues una vez firmado el contrato de crédito y recibido el dinero es muy difícil obligar al socio para que termine los trámites respectivos.

9. Desembolso del Crédito

El desembolso de crédito, es el proceso en el que el Jefe de crédito, acredita a la cuenta del socio el valor del crédito, para lo cual se deberá tomar en cuenta si es una nueva operación o si es renovación en cuyo caso hay que hacer una reliquidación de capital e intereses generados hasta la fecha.

10. Archivo de Documentos

- Para finalizar el proceso de concesión del crédito se procede a archivar todos los documentos que respalden el crédito en su expediente, el mismo que servirá de constancia y control de la operación. Los documentos que contendrá el archivo dependiendo del crédito y monto son los siguientes:

- Copias de cédula y certificado de votación legibles tantas del deudor, garantes y cónyuges.
- Original del Pagaré
- Formato e informe de evaluación
- Original de la Tabla de Amortización
- Original de la Hipoteca legalizada
- Original de la Prenda legalizada

“La entidad financiera acreedora deberá mantener resguardados en un archivo centralizado los documentos que representan o instrumentan todas las garantías otorgadas a su favor”. La custodia de las garantías estará a cargo de un custodio quien, bajo su responsabilidad mantendrá un registro de las garantías vigentes y contendrá la siguiente información:

- “Nombre e identificación del deudor;
- Tipo de garantía y breve descripción;
- Nombre e identificación de la persona que otorga la garantía, en caso de que no sea el deudor;
- Valor de la garantía y fecha de su vencimiento, en caso de haberla;
- Valor y fecha de vencimiento de los créditos que está garantizando;
- Fecha y monto del último avalúo y nombre del perito evaluador (cuando la garantía requiera de un avalúo);
- Fecha y monto del valor del endoso de la póliza de seguro (cuando ésta sea requerida);
- Firma de responsabilidad del custodio

La Cooperativa para una correcta gestión de los créditos deberá cumplir cada uno de las políticas y procesos antes detallados, con el fin de ajustar los procedimientos de manera que se pueda automatizar los procesos operativos y expandir el volumen de colocación de crédito.

Además de buscar en cada una de sus etapas la identificación y cuantificación de los riesgos a la que se encuentra expuesta, pues en la medida en que la Cooperativa conozca y pueda controlar los productos que ofrece, podrá ejercer una mejor gestión de sus operaciones, lo que se reflejará en los resultados económicos y en la cartera de colocaciones perfectamente nivelada.

Tabla 32-4: Manual del Proceso de Concesión de Créditos.

		MANUAL DEL PROCESO DE CONCESIÓN CRÉDITOS		PÁGINA 1/3
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FERNANDO DAQULEMA ” LTDA.		
Nombre del Proceso:		Concesión de Créditos	Responsables:	Analistas de Créditos, unidad de negocios y Gerencia
OBJETIVO: Garantizar que el proceso de otorgación del crédito sea ejecutado de manera eficiente y eficaz.				
ALCANCE: El proceso de otorgamiento de créditos comienza con la recepción de la solicitud de crédito y termina con el archivo de los documentos del crédito que certifican la concesión del crédito.				
Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN		RESPONSABLE
1	Promoción de los créditos.	Informar las características, condiciones, beneficios, costos, requisitos y documentos necesarios para acceder al crédito, puede ser en forma directa o a través de medios de comunicación como la prensa escrita, radio o televisión.		Asesor de créditos
2	Solicitud de crédito.	Recepción de la solicitud de crédito.		Asesor de créditos
3	Verificar que la solicitud este correctamente llenada.	La solicitud de créditos deberá estar acompañada de todos los requisitos exigidos por la COAC “Fernando Daquilema Ltda.” y deberán estar firmados por el solicitante y garante.		Asesor de créditos
4	Entrevista, registro de datos y validación de la información.	Todos los datos y referencias proporcionadas por el solicitante deberán ser confirmados a través de una entrevista personal o visita a su domicilio o por medio de la vía telefónica.		Asesor de créditos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

Tabla 33-4: Manual del Proceso de Concesión de Créditos.

		MANUAL DEL PROCESO DE CRÉDITOS		PÁGINA 2/3
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FERNANDO DAQULEMA ” LTDA.		
Nombre del Proceso:		Concesión de Créditos	Responsables:	Analistas de Créditos, unidad de negocios y Gerencia
OBJETIVO: Garantizar que el proceso de otorgación del crédito sea ejecutado de manera eficiente y eficaz.				
ALCANCE: El proceso de otorgamiento de créditos comienza con la recepción de la solicitud de crédito y termina con el archivo de los documentos del crédito que certifican la concesión del crédito.				
Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN		RESPONSABLE
5	Análisis y evaluación de créditos.	Para toda operación crediticia, se deberá contar un análisis y evaluación de su capacidad de pago, fuentes de ingreso,		Asesor de créditos

		situación en la central de riesgos, garantías, veracidad de la información proporcionada, confirmación de las referencias y el destino del crédito.	
6	Aprobación del Crédito	El Comité de Crédito en sesión ordinaria analizará las solicitudes de crédito y procederán a su aprobación, para lo cual se firmará un acta de créditos.	Analistas de Créditos, unidad de negocios y Gerencia
7	Comunicar a los socios de la decisión del Comité de Crédito.	El oficial de créditos, será el encargado de comunicar al socio su aprobación, negación o limitación de la solicitud.	Asesores y analistas de créditos
8	Formalización del Crédito	Las firmas del contrato de crédito se lo realizarán en las oficinas de la Cooperativa.	Secretaria de créditos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

Tabla 34-4: Manual del Proceso de Concesión de Créditos.

	MANUAL DEL PROCESO DE CRÉDITOS		Página 3/3				
	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "FERNANDO DAQUILEMA LTDA."						
Nombre del Proceso:	Concesión de Créditos	Responsables:	Analistas de Créditos, unidad de negocios y Gerencia				
OBJETIVO: Garantizar que el proceso de otorgación del crédito sea ejecutado de manera eficiente y eficaz.							
ALCANCE: El proceso de otorgamiento de créditos comienza con la recepción de la solicitud de crédito y termina con el archivo de los documentos del crédito que certifican la concesión del crédito.							
Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE				
9	Desembolso	Cuando ya se haya aprobado el crédito, se procederá a la acreditación del crédito en la cuenta del socio.	Secretaría de créditos				
10	Archivo de Documentos	Para finalizar el proceso de crédito, se procede a archivar todos los documentos en el expediente del socio para su constancia y control. El mismo que será actualizado de acuerdo a los abonos que realice el deudor.	Secretaría de créditos				
Indicador de Gestión en el proceso de Crédito Este indicador nos permitirá medir cuan eficiente es el proceso de créditos en la Cooperativa.							
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td># Créditos Aprobados</td> <td>_____ x100</td> </tr> <tr> <td># Créditos Solicitud</td> <td></td> </tr> </table>				# Créditos Aprobados	_____ x100	# Créditos Solicitud	
# Créditos Aprobados	_____ x100						
# Créditos Solicitud							
Control Interno: Las actas de crédito y los reportes que deberá elaborar el Jefe de Créditos, permitirá tener una visión clara y definida de los créditos y montos aprobados, que en conjunto con los reportes del sistema garantizaran la razonabilidad de los saldos presentados en los balances.							

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

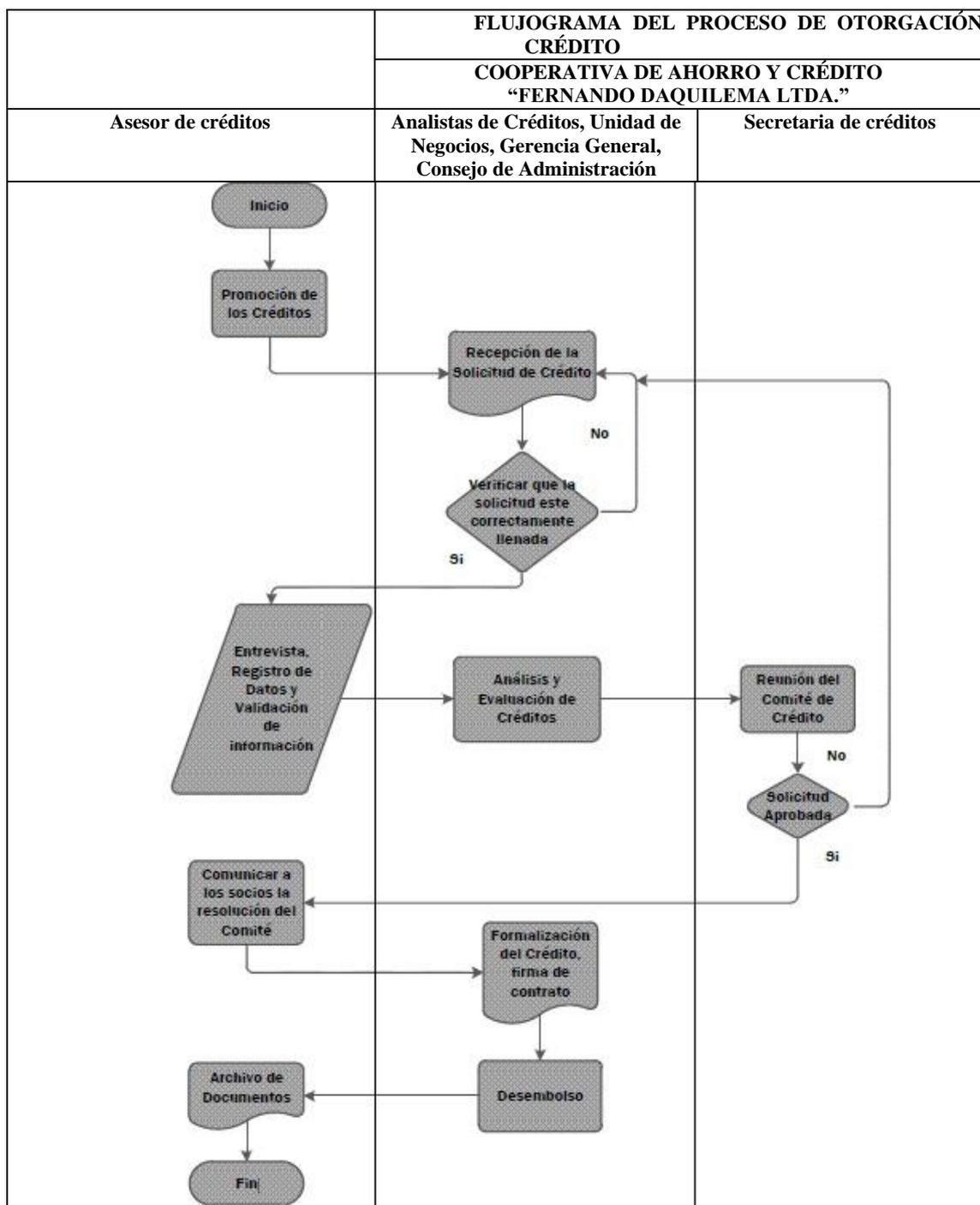


Gráfico 25-4: Flujograma del Proceso de Otorgación de Crédito

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

4.12. Proceso de Cobranza

Es muy importante el proceso de cobranza dentro de la Cooperativa, pues de este proceso dependerá la recuperación de la cartera de créditos en los plazos y tiempos pactados, además de reducir los créditos vencidos y la morosidad. El proceso de cobranza estará a cargo del oficial de créditos, quien deberá contar con una planificación de cobro, dependiendo de los socios que estén a su cargo. Las etapas de este proceso se encuentran divididas de la siguiente manera:

1. Seguimiento del Crédito

Permite constatar que el dinero que se facilitó se haya empleado para los fines mencionados al momento de su aprobación. Además, permitirá verificar que el socio este cancelando sus abonos en los plazos y fechas establecidas, lo que beneficia a la Cooperativa en la disminución de sus índices de morosidad. Al mismo tiempo es importante realizar llamadas preventivas en caso de que el crédito no se esté cancelando adecuadamente y antes de su vencimiento.

2. Reporte de Morosidad y Créditos vencidos

El Jefe de Créditos mantendrá y llevará reportes de morosidad y créditos vencidos, con el fin de agilizar su cobranza y recuperación. Para lo cual se indicará a cada Oficial responsable del grupo de socios los días que se encuentran en mora y el valor adeudado.

3. Cobranza Morosa

Una vez conocido los reportes de créditos vencidos y morosidad, el oficial de créditos procederá a notificar al deudor y al garante vía telefónica sobre el vencimiento de la letra al día siguiente de vencida, con el fin de que el socio se acerque a cancelar el valor vencido. Para lo cual se tomará en cuenta los datos de la tabla 22. Calificaciones de Riesgo y Constitución de Provisiones, donde se detallan los días de vencimiento por tipo de crédito.

4. Refinanciación, Renovación o Reestructuración

El socio podrá acceder a una renovación, refinanciación o reestructuración del crédito, sino puede cancelar en ese momento y dependiendo de las causas el mismo que deberá estar cancelado en un 30% el valor del préstamo antes de su vencimiento.

5. Cobranza Extrajudicial

El crédito entra en un trámite de cobranza extra judicial cuando el socio después de las llamadas y avisos realizados por parte del Oficial de Créditos, no ha cancelado el monto vencido. Estos créditos se encuentran vencidos más de 30 días, y se procede a entregar al socio una primera notificación escrita al adeudado dando un plazo de 4 días, una segunda notificación al adeudado y al garante dando un plazo de 3 días, y una tercera notificación dando un plazo de 24 horas. En caso de que el socio no se acerque a cancelar después de las notificaciones enviadas, se entregará el expediente al Asesor Jurídico para que proceda la recuperación por medio de un proceso legal.

6. Cobranza Judicial

La cobranza judicial procederá después de los 90 días de vencido y al no haber respetado las notificaciones enviadas o se detecte una imposibilidad de pago por parte del socio el mismo que será analizado y evaluado por los empleados y funcionarios de la Cooperativa. La cobranza judicial consiste en recuperar el valor adeudado a través de las garantías, sean estas reales o personales, las mismas que después del trámite judicial respectivo y con la orden de un juez serán adjudicadas a favor de la Cooperativa.

Tabla 35-4: Manual del Proceso de Cobranzas

		MANUAL DE COBRANZAS		Página 1/3
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FERNANDO DAQUILEMA LTDA.”		
Nombre del Proceso:	Recuperación de la Cartera de Créditos	Responsables:	Analistas de Créditos, unidad de negocios y Gerencia Asesor Jurídico	
OBJETIVO: Garantizar que el proceso de cobro del crédito sea ejecutado de manera eficiente y eficaz, evitando que los créditos caigan en mora.				
ALCANCE: El proceso de recuperación de créditos comienza con el seguimiento del crédito y termina con la cobranza judicial				
N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	
1	Seguimiento del Crédito.	Mediante los reportes del sistema, se verificará que los socios estén cancelando sus préstamos en las fechas pactadas, donde el cobrador encargado realizará llamadas con anticipación señalando el monto y el plazo en el que deberá cancelar y de esta forma prevenir una posible morosidad.	Asesor de créditos	
2	Reporte de Morosidad y Créditos vencidos	El Jefe de créditos, mediante un reporte señalará los créditos que han caído en mora y los índices de morosidad de cada oficial con el fin de agilizar la recuperación.	Unidad de negocios	
3	Cobranza Morosa	El reporte entregado detallará los días de morosidad, montos atrasados, saldos actuales, nombre del socio, etc., con esta información el Oficial de crédito deberá realizar las respectivas llamadas y avisos para su recuperación.	Asesor de créditos	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

Tabla 36-4: Manual del Proceso de Cobranzas

		MANUAL DE COBRANZAS		Página 2/3
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FERNANDO DAQUILEMA LTDA.”		
Nombre del Proceso:	Recuperación de la Cartera de Créditos	Responsables:	Analistas de Créditos, unidad de negocios y Gerencia Asesor Jurídico	
OBJETIVO: Garantizar que el proceso de cobro del crédito sea ejecutado de manera eficiente y eficaz, evitando que los créditos caigan en mora.				
ALCANCE: El proceso de recuperación de créditos comienza con el seguimiento del crédito y termina con la cobranza judicial.				
N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	
4	Refinanciación, renovación o reestructuración.	Si el socio no tiene la capacidad de pago para cubrir la deuda y dependiendo del monto que se encuentre en mora, podrá acceder a una renovación, refinanciamiento o reestructuración.	Unidad de negocios y consejo de administración	
5	Cobranza Extrajudicial	Cuando el socio, no se ha acercado a cancelar después de las llamadas, avisos, o no ha optado por una renovación, refinanciamiento o reestructuración, se procede a enviar un aviso de vencimiento y el crédito entra en cobranza extrajudicial.	Asesor de cobranzas	
6	Cobranza Judicial	Después de haber realizado las respectivas llamadas, avisos y persiste el atraso, se envía al socio una citación, dando a	Asesor Jurídico	

		conocer que el crédito ha entrado en un trámite judicial, donde el abogado realizará los respectivos trámites para lograr recuperar lo adeudado.	
--	--	--	--

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

Tabla 37-4: Manual del Proceso de Cobranzas

		MANUAL DE COBRANZAS		Página 3/3	
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FERNANDO DAQUILEMA LTDA.”			
Nombre del Proceso:	Recuperación de la Cartera de Créditos	Responsables:	Analistas de Créditos, unidad de negocios y Gerencia Asesor Jurídico		
Indicador de Gestión en el Proceso de Recuperación del Crédito					
Este indicador permitirá medir cuan eficiente es el proceso de cobranza en la Cooperativa.					
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td> $\frac{\text{Monto de Créditos Cancelados} \times 100}{\text{Monto de Créditos Totales}}$ </td> </tr> </table>					$\frac{\text{Monto de Créditos Cancelados} \times 100}{\text{Monto de Créditos Totales}}$
$\frac{\text{Monto de Créditos Cancelados} \times 100}{\text{Monto de Créditos Totales}}$					
Control Interno					
El jefe de créditos llevará un reporte de los índices de morosidad y créditos vencidos, permitiendo de esta forma controlar que los índices no excedan el promedio del sistema. El oficial de créditos deberá elaborar un reporte e informes de la situación de los créditos que se encuentran en mora y cuál es su estado de recuperación.					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Chimbolema, E. 2020

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema Ltda.”, con la aplicación de los procesos de cobranza, buscara controlar y dar el seguimiento oportuno a los créditos otorgados con el fin de alcanzar la recuperación total de la cartera de crédito vencida en los plazos establecidos. Además, permitirá adoptar las medidas correspondientes, entre las que se debe encontrar la revisión del proceso de otorgamiento y recuperación, con el propósito de mejorar su gestión del riesgo crediticio, debido a que dicho proceso debe actuar como mecanismo protector de créditos riesgosos.

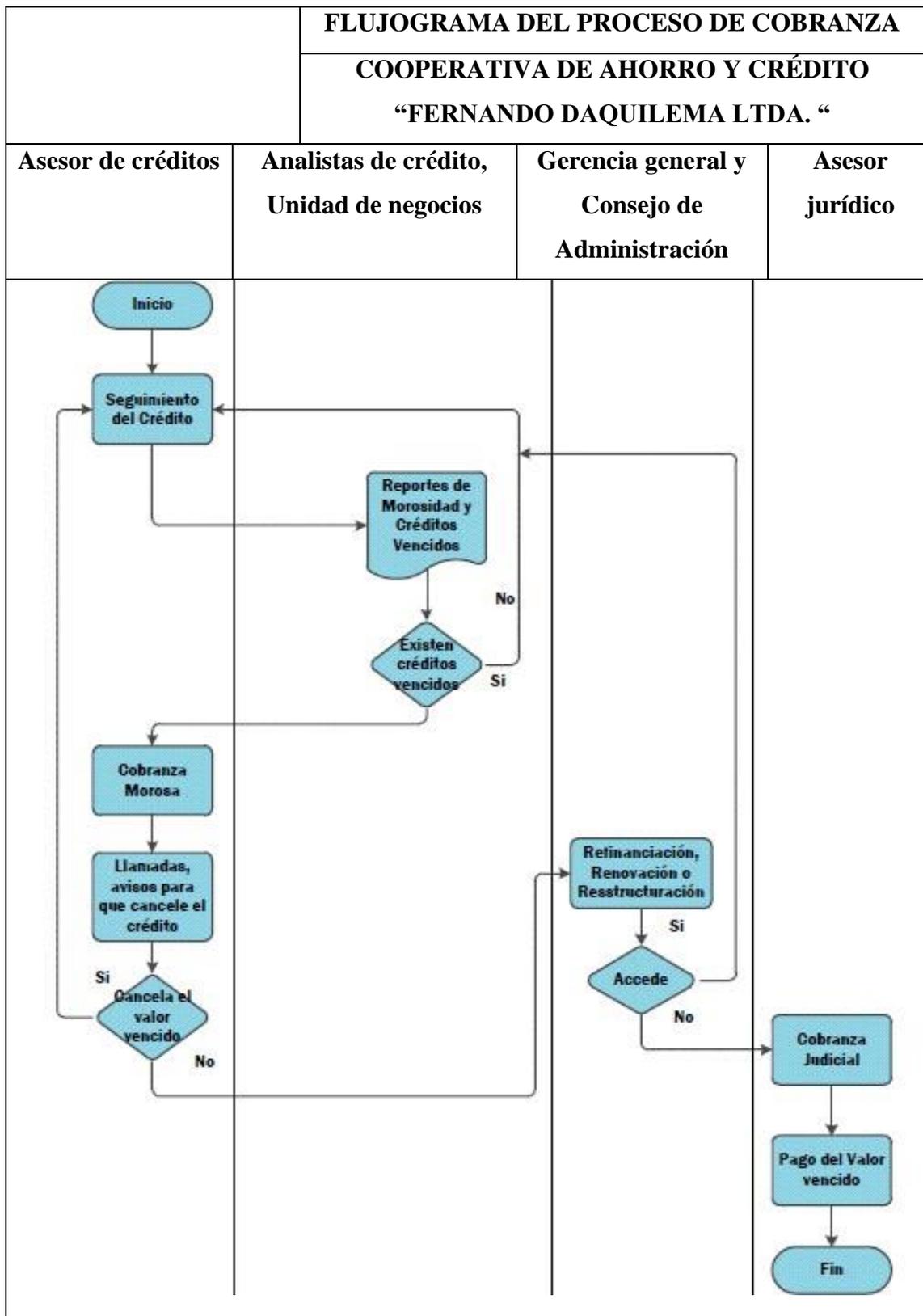


Gráfico 26-4: Flujograma del Proceso de Cobranza

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: Chimbolema, E. 2020

4.13. Estudio financiero

Dentro de este estudio de determinaron varios elementos que servirán para el funcionamiento de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda.

4.14. Activos Fijos Tangibles

Para el funcionamiento de la Agencia, se necesita la siguiente inversión en bienes:

4.14.1. Muebles y Enseres

Tabla 38-4: Muebles y Enseres

No.	Descripción del bien	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Escritorios	3	350,00	1050,00
2	Archivadores	3	175,00	525,00
3	Sillones ejecutivos	3	150,00	450,00
4	Sillones para atención a socios	2	80,00	160,00
5	Caja de seguridad	1	1000,00	1000,00
6	Sillón de espera	1	250,00	250,00
7	Papeleras	3	20,00	60,00
8	Modulares de cajas	2	250,00	500,00
TOTAL				3.995,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.14.2. Equipo de Oficina

Tabla 39-4: Equipo de Oficina

No.	Descripción del bien	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Teléfono	3	400,00	1200,00
2	Sumadora	2	300,00	600,00
3	Aspiradora	1	400,00	400,00
4	Equipo de seguridad y monitoreo	1	6000,00	6000,00
TOTAL				8.200,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.14.3. Equipo de Computo

Tabla 40-4: Equipo de Computo

No.	Descripción del bien	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Computadoras de escritorio	5	900,00	4.500,00
2	Impresoras multifuncional	2	400,00	800,00
3	Impresora matricial	2	250,00	500,00
TOTAL				5.800,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Tabla 41-4: Activos fijos

DESCRIPCION DE GASTOS	Total
Muebles y enseres	3995,00
Equipo de oficina	8200,00
Equipo de computo	5800,00
Total	17995,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.15. Activos Diferidos

Tabla 42-4: Activos Diferidos

No.	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Gastos legales	1	600,00	600,00
2	Gastos de instalación y adecuación	1	12702,15	12702,15
3	Gastos de organización	1	1000,00	1000,00
4	Software	1	5000,00	5000,00
TOTAL				19302,15

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.16. Total, inversión en Activos

Tabla 43-4: Total inversión en activos

No.	Descripción del bien	Valor del activo	Subtotal	%
ACTIVOS FIJOS:				
1	Equipos de oficina	8200,00		14,99
2	Equipos de computación	5800,00		10,60
3	Muebles y Enseres	3995,00		7,30
Subtotal Activos Fijos			17.995,00	32,90
ACTIVOS DIFERIDOS:				
1	Gastos legales	600,00		1,10
2	Gastos de instalación y adecuación	12702,15		23,22
3	Gastos de organización	1000,00		1,83
4	Software	5000,00		
Subtotal Activos Diferidos			19.302,15	35,29
ACTIVOS CORRIENTES:				
1	Capital de trabajo	17400,00		31,81
Subtotal Activos Corrientes			17.400,00	31,81
TOTAL			54.697,15	100,0

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

En cuanto al capital no se determina un valor, ya que éste depende de los estatutos que la Cooperativa tenga y de la liquidez de la misma.

4.17. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos que la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y crédito Fernando Daquilema LTDA tendrá en el primer año oscilan en 49.809,60 dólares, detallados a continuación:

4.17.1. Sueldos Salarios

Tabla 44-4: Sueldos y Salarios

No.	Tipo de función	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Responsable operativo de Agencia	1	1000,00	18.880,00
2	Asesor de crédito	1	500,00	8.700,00
3	DaquiMovil y Balcón de servicios	1	500,00	8.700,00
4	Ejecutivo de cobranza	2	500,00	17.400,00
5	Cajera	1	600,00	11.920,00
6	Guardia	1	400,00	4.000,00
TOTAL				69.600,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.17.2. Arriendo

Tabla 45-4: Gasto Arriendo

No.	Tipo de función	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Valor de arrendamiento	1	600,00	7.200,00
TOTAL			600,00	7.200,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.17.3. Servicios Básicos

Tabla 46-4: Servicios Básicos

No.	Tipo de gasto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
1	Energía eléctrica	1	100,00	1.200,00
2	Agua	1	20,00	240,00
3	Teléfono	1	120,00	1.440,00
4	Internet	1	60,00	720,00
TOTAL				3.600,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.17.4. Suministros de oficina

Tabla 47-4: Suministros de Oficina

Tipo de suministro	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Papel	Resmas	10	8,00	80,00
Esferos	Caja	3	10,00	30,00
Lápices	Caja	1	15,00	15,00
Engrapadoras	Unidad	5	10,00	50,00
Perforadores	Unidad	5	20,00	100,00
Sellos	Unidad	12	10,00	120,00
Papeletas	Miles	2	200,00	400,00
Libretas de Ahorros	Miles	1	500,00	500,00
Estuche para libretas	Miles	1	1.000,00	1000,00
Grapas	Cajas	12	10,00	120,00
TOTAL				2.415,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.17.5. Materiales de oficina

Tabla 48-4: Materiales de limpieza

TIPO DE MATERIAL	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL
Jabón líquido	Galón	2	25,00	50,00
Detergente	Unidad	1	10,00	10,00
Escobas	Unidad	5	5,00	25,00
Cestos de basura	Unidad	8	10,00	80,00
Gel antibacterial	Galón	3	20,00	60,00
Trapeador	Unidad	5	6,00	30,00
TOTAL				255,00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Tabla 49-4: Gastos administrativos

Descripción de gastos	Valor mensual	Valor anual
Gatos Sueldos y salarios	5800,00	69600,00
Gasto arriendo	600,00	7200,00
Gastos servicios básicos	300,00	3600,00
Gasto suministros de oficina	201,25	2415,00
Gasto materiales de limpieza	21,25	255,00
Total	6922,50	83070,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.18. Captaciones

Se estima que para el funcionamiento de la Agencia de la Cooperativa se alcance 2.792 socios, los mismos que tendrán que abrir una cuenta de ahorros para poder acceder a los servicios de la misma.

Tabla 50-4: Captaciones

CAPTACIONES	2019
Número de socios	6,981
Valor de Apertura	\$ 20.00
Promedio de Ahorro Anual	\$ 100.00
TOTAL	\$ 837,720.00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Financiero

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

Se estima que el promedio anual de ahorro de una persona es de \$ 100 al año, sin tomar en cuenta para estos cálculos el valor de los certificados de aportación que son obligatorios para los socios de la Cooperativa.

4.18.1. Costo por Captaciones

La tasa pasiva de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., es del 3%.

Tabla 51-4: Costo de las Captaciones

Costo de las captaciones	Tasa pasiva	2019
Número de socios	5%	6,981
Valor de Apertura		\$ 20.00
Promedio de Ahorro Anual		\$ 100.00
TOTAL		\$ 41,886.00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo – Financiero

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.18.2. Ingresos Tasa Activa

La Cooperativa tiene la política de otorgar créditos con un encaje del 2x1, y una tasa de interés activa del 18% como promedio, dependiendo del tipo de crédito que el socio desee.

Tabla 52-4: Ingreso de la tasa Activa

Créditos	Tasa activa	2019
Número de socios	18%	6,981
Valor de Apertura		\$ 20.00
Promedio de Ahorro Anual		\$ 100.00
TOTAL INGRESO		\$ 150,790.00

Fuente: Diseñado por el Dpto. Administrativo – Financiero

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.19. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 53-4: Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024
INVERSION INICIAL	-54.697					
UTILIDAD NETA		17.128	25.565	35.600	47.494	61.550
DEPRECIACIONES		3.153	3.153	3.153	3.153	3.153
AMORTIZACIONES		3.860	3.860	3.860	3.860	3.860
CAPITAL		0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						0
FLUJO NETO DE FONDOS	-54.697	24.141	32.579	42.613	54.507	68.563

Fuente: Diseñado por el Dpto. Negocios

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

4.20. Evaluación financiera

4.20.1. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto es el valor presente de los flujos de efectivo menos su inversión inicial.

VAN (25%)		VAN (25%)	52.077,00
AÑO 0	-54697.00		
AÑO 2020	24141.00	VALOR ACTUAL NETO	52.077,00
AÑO 2021	32579.00		
AÑO 2022	42613.00		
AÑO 2023	54507.00		
AÑO 2024	68563.00		

Fuente: Diseñado por el Dpto. Negocios

Elaborado por: Chimbolema, E. 2020

EL VAN para la apertura de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., es \$ 52.077,00, a una tasa de descuento del 25%, lo que demuestra que la apertura de la misma es factible.

4.21. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno representa el porcentaje de la inversión que se va a recuperar. Después de realizar los respectivos cálculos correspondientes se puede determinar que:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

La TIR para la apertura de la Agencia es el 58,16%, lo que demuestra su factibilidad de creación y funcionamiento.

CONCLUSIONES

- El estudio de factibilidad realizado previo a la apertura de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., ha sido desarrollado cumpliendo todas las etapas y fases del respectivo estudio, esto es desde el estudio de mercado hasta el análisis económico financiero y su evaluación desde el punto de vista privado.
- Se procedió a identificar la cuota de mercado para conocer el target, en base a la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad Otavalo, siendo estos los mercados populares, migración e iglesias. Se realizó a través de la aplicación de 307 encuestas, donde los resultados fueron que el 83% de los encuestados aceptan la creación de una nueva cooperativa y de las personas que son parte de una Institución Financiera, el 70% de los entrevistados hace uso de los servicios financieros en diferentes entidades financieras de la localidad.
- Se realizó el análisis económico – financiero y de rentabilidad para la apertura de una nueva agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., en la ciudad Otavalo, el proyecto arrojó un Valor Actual Neto de USD 52.077,00 y una Tasa Interna de Retorno de 58,16%, demostrando la viabilidad de su ejecución.

RECOMENDACIONES

- Recomendamos la apertura de la Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, permitiendo además de financiar actividades comerciales, artesanales, productivas, entre otras, ayudar a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la zona de influencia de la COAC, mediante programas sociales, culturales, etc.
- Para el funcionamiento y puesta en marcha de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA., se sugiere a la planta directiva y ejecutiva continuar realizando estudios de mercado para conocer las necesidades del socios, socios y usuarios de la entidad Cooperativa.
- Se recomienda la aplicación del estudio de factibilidad con la finalidad de apertura la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, por la demostración de sus indicadores financieros y de rentabilidad como son el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca G, U. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). Mexico, D.F, México: McGrawHill.
- Choquehuanca, W. (01 de 01 de 2009). *Cooperativismo e identidad global*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=3180185&query=cooperativismo#>
- Córdoba M, P. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Córdoba Padilla, M. (01 de 01 de 2013). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Cunalata, P., & Quijije, S. (2016). *Factibilidad para la creación de Cooperativa de Ahorro y Crédito. Sector Artesanal*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14091/1/TESIS%20Cpa%20117%20-%20Factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20Cooperativa%20de%20Ahorro%20y%20Cr%C3%A9dito.%20Sector%20Artesanal.pdf>
- Empresarial, B. (2017). Obtenido de <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasempresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/Analisisinternoyexternodelaorganizacion.aspx>
- Flórez Uribe, J. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME* (3a. ed.). Ecoe Ediciones.
- Hermida, M., Hermida, C., Cabrera, N., & Calle, C. (2015). *Scielo*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612015000400002
- Joseph F, H., Robert P, B., & David J, O. (2003). *Investigacion de mercados*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Lara, B. (2011). *Cómo Elaborar Proyectos de inversión paso a paso*. Quito: ISBN.
- Lira, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor*. UPC.
- Maldonado, V., & Gallardo, D. (01 de 01 de 2016). *Proyectos organizacionales*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=4536685&query=proyectos#>
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Analisis del entorno*. Madrid: Díaz de Santos.
- Mora, L. (2015). Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7294/1/22T0299.pdf>
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2009). *Evaluación y formulación de Proyectos de inversión*. 2009: McGraeHill.
- Rámirez, J. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una cooperativa de ahorro y crédito en el municipio de el Tarra, Norte de Santander*. Obtenido de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/374/1/25807.pdf>

- Salvat, O. T. (01 de 01 de 2011). *Diccionario de Cooperativismo*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=3203821&query=cooperativismo>
- Sanchez J, R. R. (Diciembre de 2012). *ClaseV*. Obtenido de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: <http://clasev.net/v2/mod/resource/view.php?id=29495>
- Sánchez, G. (2015). *Factibilidad de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4429/1/T-UCSG-POS-MFEE-19.pdf>
- Sapag, C. N., & Sapag, C. R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). Colombia: McGrawHill.
- Sebastián Pérez,, M., Arenas, J., & Claver Gil, J. (01 de 01 de 2017). *Oficina técnica y proyectos*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=5190208&query=proyectos#>
- Solidaria, L. O. (2018). *Cooperativas de Ahorro y Crédito*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/epochsp/reader.action?docID=4945370&query=cooperativas+de+ahorro+y+cr%C3%A9dito>



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS
PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN**



**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

FECHA DE ENTREGA: 19 / 05 / 2021

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
NOMBRES – APELLIDOS: EDISON JAVIER CHIMBOLEMA FERNÁNDEZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TÍTULO A OPTAR: INGENIERO DE EMPRESAS
F. ANALISTA DE BIBLIOTECA RESPONSABLE: ING. CPA. JHONATAN RODRIGO PARREÑO UQUILLAS. MBA.
 <p>Firmado electrónicamente por: JHONATAN RODRIGO PARREÑO UQUILLAS</p> 
19-05-2021 0903-DBRAI-UTP-2021