



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA SUCURSAL DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SOL DE LOS ANDES
LTDA. CHIMBORAZO, CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA
DE CHIMBORAZO, AÑO 2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR:

JEYSON RENE IBLES CHUNGA

Riobamba – Ecuador

2023



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA SUCURSAL DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SOL DE LOS ANDES
LTDA. CHIMBORAZO, CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA
DE CHIMBORAZO, AÑO 2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR: JEYSON RENE IBLES CHUNGA

DIRECTOR: ING. LILIANA FUNES SAMANIEGO PH.D.

Riobamba – Ecuador

2023

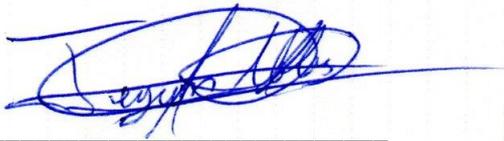
©2023, Jeyson Rene Ibles Chunga

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, Jeyson Rene Ibles Chunga, declaro que el presente Trabajo 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.

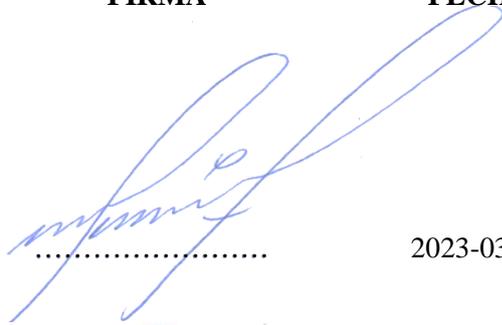
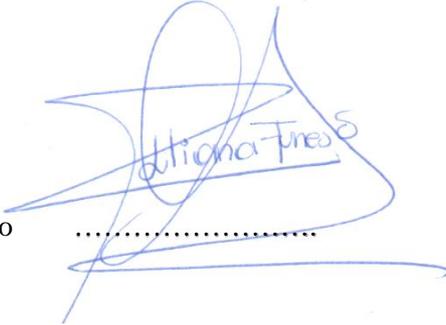
Riobamba, 29 de marzo del 2023



Jeyson Rene Ibles Chunga
C.I: 0605232123

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA SUCURSAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SOL DE LOS ANDES LTDA. CHIMBORAZO, CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022.**”, realizado por el señor: **JEYSON RENE IBLES CHUNGA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-03-29
PhD. Liliana Alejandra Funes Samaniego DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-03-29
Ing. Jorge Luis Chafla Granda MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-03-29

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios, por darme la vida, sabiduría necesaria y fe para siempre creer que todo es posible con su ayuda, a mis padres y hermanas que durante el transcurso de esta etapa han sabido apoyarme de manera incondicional, con amor y cariño impulsándome a seguir hacia adelante, a todos los profesores de la carrera que han contribuido con enseñanzas no solo académicas si no también con principios humanísticos para poder enfrentar la vida de manera correcta, a mis tutores de tesis por su apoyo siendo guía durante este trabajo, a personas en especial y amigos quienes con sus consejos y apoyo permitieron que esta etapa sea única.

Jeyson

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida, salud y sobre todo por su infinito amor mostrándome a través de sus bendiciones durante el transcurso de mi vida y en esta etapa académica, a la vez a mis padres y hermanas por siempre mostrarme su apoyo incondicional, dándome fuerzas y cariño para siempre continuar. A mis tutores de tesis por ayudarme y guiarme en este proceso, a mis profesores quienes contribuyeron en mi formación profesional con su apoyo y enseñanzas, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a la Carrera de Finanzas por abrirme las puertas para aprender y formarme profesionalmente, a la COAC Sol de Los Andes por abrirme las puertas para poder realizar este trabajo de titulación, agradezco a todas las personas quienes han formado parte de mi proceso de estudio con consejos y enseñanzas, sin duda todos han sido muy necesarios y cada recuerdo siempre tendré en mi corazón.

Jeyson

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
RESUMEN	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Limitaciones y delimitaciones	3
1.3. Problema general de investigación (Pregunta)	3
1.4. Objetivos.....	3
1.4.1. <i>Objetivo general</i>	3
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i>	3
1.5. Justificación.....	4
1.5.1. <i>Justificación teórica</i>	4
1.5.2. <i>Justificación metodológica</i>	4
1.5.3. <i>Justificación práctica</i>	4

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Referencias teóricas	5
2.1.1. <i>Proyectos</i>	5
2.1.1.1. <i>Importancia de la realizado por de proyectos</i>.....	5
2.1.1.2. <i>Tipos de proyectos</i>	5
2.1.1.3. <i>Alcance de los proyectos</i>.....	6
2.1.1.4. <i>Fases del proyecto</i>	6
2.1.1.5. <i>Los proyectos y su aplicación</i>	7
2.1.1.6. <i>Proyecto de inversión</i>	7
2.1.1.7. <i>Ciclo de vida de los proyectos</i>	8
2.1.2. <i>Factibilidad</i>	8

2.1.2.1.	<i>Estudio de factibilidad</i>	8
2.1.3.	Diagnostico situacional	8
2.1.3.1.	<i>Análisis externo</i>	9
2.1.3.2.	<i>Análisis interno</i>	9
2.1.3.3.	<i>Análisis FODA</i>	9
2.1.3.4.	<i>Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i>	10
2.1.3.5.	<i>Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)</i>	12
2.1.4.	Estudio de mercado	13
2.1.4.1.	<i>Objetivos</i>	13
2.1.4.2.	<i>Etapas de un estudio de mercado</i>	14
2.1.4.3.	<i>Oferta</i>	14
2.1.4.4.	<i>Principales tipos de oferta</i>	14
2.1.4.5.	<i>Ley de la oferta</i>	15
2.1.4.6.	<i>Demanda</i>	16
2.1.4.7.	<i>Tipos de Demandas</i>	16
2.1.4.8.	<i>Ley de la demanda</i>	17
2.1.4.9.	<i>Demanda insatisfecha</i>	17
2.1.4.10.	<i>El producto</i>	18
2.1.4.11.	<i>La promoción</i>	18
2.1.4.12.	<i>Plaza de distribución</i>	18
2.1.5.	Estudio técnico	19
2.1.5.1.	<i>Factores que determinan el tamaño de un proyecto</i>	19
2.1.5.2.	<i>Localización del proyecto</i>	20
2.1.5.3.	<i>Factores que influyen en la localización</i>	20
2.1.5.4.	<i>Tamaño del proyecto</i>	21
2.1.5.5.	<i>Capacidad</i>	21
2.1.5.6.	<i>Infraestructura</i>	22
2.1.5.7.	<i>Maquinaria y equipo</i>	22
2.1.6.	Estudio legal	23
2.1.7.	Estudio Administrativo	23
2.1.7.1.	<i>Estructura administrativa</i>	23
2.1.7.2.	<i>Visión</i>	24
2.1.7.3.	<i>Misión</i>	24
2.1.7.4.	<i>Objetivos</i>	24
2.1.7.5.	<i>Valores</i>	25
2.1.7.6.	<i>Estructura organizacional</i>	25
2.1.7.7.	<i>Organigrama funcional</i>	25

2.1.7.8.	<i>Manual de funciones</i>	25
2.1.8.	<i>Estudió financiero</i>	26
2.1.8.1.	<i>Las inversiones del proyecto</i>	26
2.1.8.2.	<i>Capital de trabajo inicial</i>	27
2.1.8.3.	<i>Costos</i>	27
2.1.8.4.	<i>Gastos</i>	27
2.1.8.5.	<i>Cronograma de inversiones</i>	28
2.1.8.6.	<i>Depreciaciones y amortizaciones</i>	28
2.1.8.7.	<i>Balance general</i>	28
2.1.8.8.	<i>Flujo de efectivo</i>	28
2.1.8.9.	<i>Estado de resultados</i>	29
2.1.9.	<i>Evaluación financiera</i>	29
2.1.9.1.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	29
2.1.9.2.	<i>Tasa Interna De Retorno (TIR)</i>	30
2.1.9.3.	<i>Relación Benéfico Costo</i>	32
2.1.9.4.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)</i>	32
2.1.10.	<i>Economía popular y solidaria</i>	33
2.1.10.1.	<i>Sector financiero de la economía popular y solidaria</i>	33
2.1.10.2.	<i>Cooperativismo</i>	33
2.1.10.3.	<i>Principios del cooperativismo</i>	34
2.1.10.4.	<i>Cooperativa</i>	34
2.1.10.5.	<i>Cooperativa de ahorro y crédito</i>	35
2.1.10.6.	<i>Marco normativo de la Cooperativas según SEPS</i>	35
2.1.11.	<i>Productos financieros</i>	35
2.1.11.1.	<i>Créditos</i>	36
2.1.11.2.	<i>Inversiones</i>	36
2.1.11.3.	<i>Ahorro</i>	36
2.1.12.	<i>Tasas de interés</i>	37
2.1.13.	<i>Sucursales</i>	37
2.1.14.	<i>¿Por qué abrir nuevas unidades negocios?</i>	37

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	39
3.1.	Enfoque de investigación	39
3.1.1.	<i>Cuantitativo</i>	39
3.1.2.	<i>Cualitativo</i>	39

3.2.	Nivel de Investigación	40
3.2.1.	<i>Investigación exploratoria</i>	40
3.2.2.	<i>Investigación descriptiva</i>	40
3.3.	Diseño de investigación	40
3.3.1.	<i>No experimental</i>	40
3.4.	Tipo de investigación	41
3.5.	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	41
3.5.1.	<i>Población</i>	41
3.5.2.	<i>Muestra</i>	41
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	42
3.6.1.	<i>Métodos</i>	42
3.6.2.	<i>Técnicas e instrumentos</i>	43

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	45
4.1.	Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	45
4.2.	Discusión	75

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	77
5.1.	Introducción	77
5.2.	Estudio de mercado	77
5.2.1.	<i>FODA</i>	77
5.2.1.1.	<i>Estrategias FODA</i>	79
5.2.2.	<i>Demanda</i>	81
5.2.2.1.	<i>Proyección de la demanda</i>	81
5.2.3.	<i>Oferta</i>	82
5.2.3.1.	<i>Proyección de la oferta</i>	82
5.2.4.	<i>Demanda insatisfecha</i>	83
5.3.	Marketing	83
5.3.1.	<i>Plaza</i>	83
5.3.2.	<i>Publicidad</i>	85
5.3.2.1.	<i>Estrategias de medios</i>	85
5.4.	Estudio administrativo	90
5.4.1.	<i>Reseña histórica</i>	90

5.4.2.	<i>Misión</i>	90
5.4.3.	<i>Visión</i>	90
5.4.4.	<i>Políticas</i>	91
5.4.4.1.	<i>Políticas generales</i>	91
5.4.4.2.	<i>Políticas operacionales</i>	92
5.4.4.3.	<i>Políticas administrativas</i>	92
5.4.4.4.	<i>Políticas financieras</i>	92
5.4.4.5.	<i>Políticas de servicio</i>	92
5.4.4.6.	<i>Políticas sobre aperturas de cuentas de ahorros.</i>	92
5.4.4.7.	<i>Políticas de depósitos.</i>	93
5.4.4.8.	<i>Políticas de retiros.</i>	93
5.4.4.9.	<i>Políticas de plazo fijo</i>	94
5.4.4.10.	<i>Políticas generales de crédito</i>	94
5.4.4.11.	<i>Políticas de cobros</i>	95
5.4.4.12.	<i>Políticas de remesas.</i>	95
5.4.4.13.	<i>Políticas de control interno</i>	95
5.4.5.	<i>Organigrama</i>	97
5.4.6.	<i>Manual de funciones</i>	98
5.5.	Estudio técnico	111
5.5.1.	<i>Localización</i>	111
5.5.1.1.	<i>Macrolocalización</i>	111
5.5.1.2.	<i>Microlocalización</i>	111
5.5.2.	<i>Tamaño y Capacidad del proyecto</i>	113
5.5.3.	<i>Distribución de planta</i>	113
5.5.4.	<i>Diagramas de flujo</i>	114
5.5.4.1.	<i>Proceso afiliación de socios</i>	115
5.5.4.2.	<i>Proceso de otorgación de crédito</i>	116
5.5.5.	<i>Presupuesto técnico</i>	117
5.5.5.1.	<i>Muebles y enseres de oficina</i>	117
5.5.5.2.	<i>Equipamiento informático</i>	117
5.5.5.3.	<i>Enseres de oficina</i>	118
5.5.5.4.	<i>Suministros de oficina</i>	118
5.6.	Estudio financiero	118
5.6.1.	<i>Inversiones iniciales</i>	119
5.6.2.	<i>Inversión fija</i>	119
5.6.3.	<i>Inversión diferida</i>	120
5.6.4.	<i>Capital de trabajo</i>	121

5.6.5.	<i>Resumen de la inversión</i>	122
5.6.6.	<i>Financiamiento</i>	122
5.6.7.	<i>Costos de producción</i>	123
5.6.8.	<i>Gastos administrativos</i>	124
5.6.9.	<i>Gastos de ventas</i>	127
5.6.10.	<i>Gastos financieros</i>	127
5.6.11.	<i>Ingresos</i>	128
5.6.12.	<i>Estado de resultados</i>	128
5.6.13.	<i>Balance general</i>	129
5.6.14.	<i>Flujo neto del efecto</i>	131
5.7.	<i>Evaluación económica -financiera</i>	132
5.7.1.	<i>Valor actual neto</i>	132
5.7.2.	<i>Tasa interna de retorno</i>	132
5.7.3.	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	133
5.7.4.	<i>Relación beneficio costo</i>	134
	CONCLUSIONES	135
	RECOMENDACIONES	136
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Elaboración de una Matriz EFE.....	11
Tabla 2-2:	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	12
Tabla 3-2:	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	12
Tabla 4-2:	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	13
Tabla 5-2:	Tipo de ofertas.....	15
Tabla 6-2:	Tipo de demanda	16
Tabla 7-2:	Factores que determinan el tamaño de un proyecto	19
Tabla 8-2:	Factores para determinar la maquinaria	22
Tabla 9-2:	Inversiones fijas	26
Tabla 10-2:	Principios del cooperativismo	34
Tabla 11-2:	Importancia de nuevas unidades de negocio.....	37
Tabla 1-4:	Edad	45
Tabla 2-4:	Nivel de instrucción del encuestado	46
Tabla 3-4:	Estado civil del encuestado	47
Tabla 4-4:	Instituciones financieras de Pallatanga	48
Tabla 5-4:	Servicios financieros	49
Tabla 6-4:	Actividad de ingresos	50
Tabla 7-4:	Periodo de ingresos	51
Tabla 8-4:	Valor de ingresos.....	52
Tabla 9-4:	Realizar ahorros	53
Tabla 10-4:	Motivación de ahorro	54
Tabla 11-4:	Frecuencia de ahorro	55
Tabla 12-4:	Obtención de crédito	56
Tabla 13-4:	Número de créditos	57
Tabla 14-4:	Montos de créditos realizados	58
Tabla 15-4:	Número de créditos pagados	59
Tabla 16-4:	Uso de crédito	60
Tabla 17-4:	Aspecto - horario de atención.....	61
Tabla 18-4:	Aspecto- atención personal.....	62
Tabla 19-4:	Aspectos- espacio físico	63
Tabla 20-4:	Aspectos-resolución de problemas	64
Tabla 21-4:	Aspectos- agilidad en tramites.....	65
Tabla 22-4:	Importancia para ahorrar	66
Tabla 23-4:	Frecuencia se servicios financieros	67

Tabla 24-4:	Socio de una nueva cooperativa	68
Tabla 25-4:	Ubicación de la cooperativa	69
Tabla 26-4:	Servicio a domicilio de recaudación	70
Tabla 27-4:	Crédito en una nueva institución	71
Tabla 1-5:	Matriz FODA	77
Tabla 2-5:	Estrategias FODA	79
Tabla 3-5:	Demanda proyectada	82
Tabla 4-5:	Oferta proyectada	83
Tabla 5-5:	Demanda insatisfecha.....	83
Tabla 6-5:	Precio	84
Tabla 7-5:	Plan de medios de comunicación.....	86
Tabla 8-5:	Manual de funciones de jefe de agencia	98
Tabla 9-5:	Manual de funciones de asesor de créditos.....	100
Tabla 10-5:	Manual de funciones de atención al cliente	102
Tabla 11-5:	Manual de funciones de contador.....	104
Tabla 12-5:	Manual de funciones de cajero	107
Tabla 13-5:	Manual de funciones de guardia de seguridad.....	109
Tabla 14-5:	Tamaño del proyecto	113
Tabla 15-5:	Muebles de oficina	117
Tabla 16-5:	Equipo informático.....	117
Tabla 17-5:	Enseres de oficina.....	118
Tabla 18-5:	Suministros de oficina.....	118
Tabla 19-5:	Inversión fija	119
Tabla 20-5:	Inversión diferida	120
Tabla 21-5:	Capital de trabajo	121
Tabla 22-5:	Resumen de la inversión.....	122
Tabla 23-5:	Financiamiento	122
Tabla 24-5:	Tabla de amortización	123
Tabla 25-5:	Costos de producción	124
Tabla 26-5:	Rol de pagos.....	125
Tabla 27-5:	Gastos administrativos	126
Tabla 28-5:	Gasto de ventas	127
Tabla 29-5:	Gastos financieros	127
Tabla 30-5:	Ingresos	128
Tabla 31-5:	Estado de resultados	129
Tabla 32-5:	Balance general	130
Tabla 33-5:	Flujo neto del efectivo	131

Tabla 34-5: Determinación de tasa de descuento.....	132
Tabla 35-5: Valor actual neto	132
Tabla 36-5: Periodo de recuperación de la inversión	133
Tabla 37-5: Relación beneficio Costo.....	134

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2:	Identificación y fases de un proyecto.....	6
Ilustración 2-2:	Fases del proyecto.....	8
Ilustración 3-2:	Matriz FODA.....	10
Ilustración 1-4:	Edad.....	45
Ilustración 2-4:	Nivel de instrucción del encuestado.....	46
Ilustración 3-4:	Estado civil del encuestado.....	47
Ilustración 4-4:	Instituciones financieras de Pallatanga.....	48
Ilustración 5-4:	Servicios financieros.....	49
Ilustración 6-4:	Actividad de ingreso.....	50
Ilustración 7-4:	Periodo de ingresos.....	51
Ilustración 8-4:	Valor de ingresos.....	52
Ilustración 9-4:	Realizar ahorros.....	53
Ilustración 10-4:	Motivación de ahorro.....	54
Ilustración 11-4:	Frecuencia de ahorro.....	55
Ilustración 12-4:	Obtención de crédito.....	56
Ilustración 13-4:	Número de créditos.....	57
Ilustración 14-4:	Montos de créditos realizados.....	58
Ilustración 15-4:	Número de créditos pagados.....	59
Ilustración 16-4:	Uso de crédito.....	60
Ilustración 17-4:	Aspecto - horario de atención.....	61
Ilustración 18-4:	Aspecto- atención personal.....	62
Ilustración 19-4:	Aspectos- espacio físico.....	63
Ilustración 20-4:	Aspectos-resolución de problemas.....	64
Ilustración 21-4:	Aspectos- agilidad en tramites.....	65
Ilustración 22-4:	Importancia para ahorrar.....	66
Ilustración 23-4:	Frecuencia se servicios financieros.....	67
Ilustración 24-4:	Socio de una nueva cooperativa.....	68
Ilustración 25-4:	Ubicación de la cooperativa.....	69
Ilustración 26-4:	Servicio a domicilio de recaudación.....	70
Ilustración 27-4:	Crédito en una nueva institución.....	71
Ilustración 1-5:	Anuncio de periódico.....	87
Ilustración 2-5:	Hoja volante parte frontal y posterior.....	88
Ilustración 3-5:	Díptico parte frontal.....	89
Ilustración 4-5:	Díptico parte posterior.....	89

Ilustración 5-5:	Políticas	91
Ilustración 6-5:	Organigrama	97
Ilustración 7-5:	Mapa del cantón Pallatanga	111
Ilustración 8-5:	Ubicación del proyecto	112
Ilustración 9-5:	Diseño de planta	114
Ilustración 10-5:	Proceso de afiliación de socios	115
Ilustración 11-5:	Proceso de otorgación de créditos	116

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENTREVISTA

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA

ANEXO C: CARTA DE AUSPICIO

RESUMEN

La presente investigación denominada un estudio de factibilidad para poner una sucursal de la COAC Sol de los Andes Ltda. en el cantón Pallatanga tuvo como objetivo brindar un servicio de calidad y una serie de productos financieros dando satisfacción a la ciudadanía entera. Para el desarrollo de la investigación se aplicó métodos, técnicas, e instrumentos como la encuesta a los habitantes para ello se consideró importante conocer la opinión de los habitantes, al igual se desarrolló un levantamiento de información mediante la matriz FODA lo cual se evidencio varias falencias dentro de ella como son, no disponer de infraestructura propia, desconfianza de los habitantes y socios hacia la cooperativa por ser una entidad nueva. Para ello se aplicó un estudio de mercado para conocer la demanda y oferta de la institución, el estudio administrativo donde se aplicó la estructura organizacional con todos sus lineamientos administrativos, a su vez se aplicó estrategias de marketing lo que servirá para dar a conocer los productos y servicios financieros que oferta, en la parte técnica se aplicó procesos de adecuación de infraestructura y la capacidad de planta, el análisis económico – financiero determina que el proyecto es rentable debido que el Valor Actual Neto de \$ 20.753,40, una Tasa Interna de Retorno de 46,61%, el periodo de recuperación de 3 año 3 meses, y una relación beneficio costo de 1,26 por cada dólar invertido. Se puede decir que la creación de la sucursal de la cooperativa es favorable. Se recomienda desarrollar la presente investigación donde la cooperativa siempre busque el bienestar del socio y esta pueda conocer cuál es el impacto que se desarrollar y a su vez analizar cada una de las falencias para poder ser rentables mediante la toma de decisiones oportunas.

Palabras claves: <ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL>, <CRÉDITO>, <TOMA DE DECISIONES>, <ESTRATEGIAS>, <RENTABILIDAD>.



05-04-2023

0653-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The present research, called a feasibility study, to set up a branch of COAC Sol de los Andes Ltda. in Pallatanga canton aimed to provide a quality service and a series of financial products that would satisfy the entire citizenry. For the development of the research, methods, techniques, and instruments were applied, such as the survey to the inhabitants, for which it was considered important to know the inhabitants' opinion, as well as a survey of information developed through the SWOT matrix, which revealed several shortcomings within it, such as not having its own infrastructure and the distrust of the inhabitants and partners towards the cooperative because it was a new entity. For this purpose, a market study was applied to know the demand and supply of the institution, an administrative study was applied where the organizational structure was applied with all its administrative guidelines, in turn marketing strategies were applied that will serve to publicize the products and financial services offered, in the technical part, processes of infrastructure adequacy and plant capacity were applied, and the economic-financial analysis determined that the project is profitable because it has a net present value of \$ 20,753.40, an internal rate of return of 46.61%, a payback period of 3 years and 3 months, and a benefit-cost ratio of 1.26 for each dollar invested, It can be said that the branch creation of the cooperative was favorable. It is recommended to develop this research where the cooperative always seeks the welfare of the partner, and this can help determine what impact needs to be developed and, in turn, analyze each of the shortcomings in order to be profitable by making timely decisions.

Key words: <ORGANIZATIONAL STRUCTURE>, <CREDIT>, <DEECISION MAKING>, <STRATEGIES>, <PROFITABILITY>.



Leonardo E. Cabezas A.

0601880420

INTRODUCCIÓN

Dentro del país las instituciones financieras brindan un rol importante de las cuales la sociedad busca para satisfacer necesidad a su vez estas buscar un a calidad de vida donde el cliente, socio y accionistas analizan el entrar para poder aplicar un crédito y este se basa en regalen nos que las institucione financiera son reguladas por la SEPS dentro del Ecuador.

Al analizar el crédito se puede decir que este cumple la función de satisfacer las necesidades de una sociedad de las cuales estos buscan satisfacer a cambiión de un interés esto ayuda que las instituciones financieras desarrollen sus actividades ayudando a mejorar posibles apuros a cambiión de recuperar el monto de dinero en un tiempo determinado que fortalezca la economía.

Para el desarrollo de la siguiente investigación se considera la aplicación de una sucursal la cooperativa Sol de los Andes Ltda. fomite posicionamiento en el cantón Pallatanga para ello se desarrolla cinco capítulos que se detalla a continuación.

El primer capítulo se enfoca en analizar el problema que tiene la Cooperativa para ampliar su mercado y a su vez verificar su entró, se desarrolla objetivos que busquen fortalecer la investigación y ayude a determinar una investigación adecuada, con una justificación de como pode ayudar.

El segundo capítulo se enfoca en conocer las referencias teóricas de diferentes autores las que sirven de guía para el desarrollo adecuado de la investigación y cumplir cada una de las fases del estudio de mercado siendo importante para verificar una factibilidad de acorde a los autores.

Tercer capítulo se enfoca en conocer la metodología que se ocupa buscando la más adecuada mediante encuestas, entrevista donde se determina a la apreciación de diferentes personas involucradas en la investigación y la aceptación del nuevo servicio financiero.

Cuanto capítulo el cuarto **CAPÍTULO** nos ayuda a analizar e interpretar las preguntas de la encuesta realizada a la población del cantón Pallatanga y la entrevista al gerente donde se conocer el nivel de aceptación y sus ves cada uno de los robles que deben ser cambiados para aplicar esta sucursal.

Quinto capítulo es donde se desarrollo es estudio de encado donde cada una de las faces determina ser aceptados de acorde a las necesidades del mercado esto ayuda que las instituciones puedan ampliar su negocio.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, es una Institución Financiera creada por un grupo de líderes y dirigentes Indígenas de la Provincia de Chimborazo, esta institución cuenta con estándares de calidad de servicios a través de su Agencia matriz en Riobamba y sus 3 sucursales ubicadas en Cañar, Guayaquil y Quito, para atender a sus clientes con productos financieros competitivos, en ese sentido la Cooperativa busca expandirse en otros cantones de la provincia de Chimborazo.

En el proceso de crecimiento institucional y económico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, un problema suscitado, es la de cubrir las necesidades financieras de los cantones alejados a la agencia matriz y es por eso por lo que la Cooperativa busca expandir sus servicios a cantones de la Provincia de Chimborazo mediante la creación de una nueva sucursal el cual permita seguir ofreciendo sus servicios financieros a sus socios con mayor facilidad.

Considerándose de esta manera la expansión de nuevas agencias algo necesario para la institución, con el fin de poder satisfacer a la población de cantones más alejados de la matriz principal mediante la prestación de servicios financieros por medio de la financiación que permita fomentar el crecimiento económico de las familias y del país.

Observando la dinamización de la población pallatanguña, considerando la migración un factor influyente en la busca de financiación y siendo un cantón que cuenta con tres instituciones financieras actualmente, se ha evidenciado que estas instituciones no pueden abastecer al total de la población, esto se evidencia a que existen personas que en busca de financiación acuden a otras ciudades, un claro ejemplo es que la COAC Sol de los Andes ha generado financiación para la población pallatanguña desde la Agencia Matriz ubicada en el cantón Riobamba, además de que por medio de la creación de una nueva agencia se generará captación de nuevos clientes.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

CONTENIDO

- Campo: Organizacional
- Área: Administración y Economía
- Tipo de estudio: Estudio de factibilidad

ESPACIO

- Provincia: Chimborazo
- Cantón: Pallatanga

1.3. Problema general de investigación (Pregunta)

¿De qué manera ayudará la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo en el cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía?

1.4. Objetivos

1.4.1. *Objetivo general*

Elaborar un proyecto de factibilidad para la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo en el cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo.

1.4.2. *Objetivos específicos*

- Elaborar un marco teórico a través de la revisión en fuentes bibliográficas, que permita la fundamentación de la aplicación de un proyecto de factibilidad.
- Realizar el estudio de mercado, mediante técnicas e instrumentos de investigación para determinar la factibilidad para la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo
- Diseñar un proyecto de factibilidad, por medio de la información recopilada para la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo en el cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo.

1.5. Justificación

1.5.1. *Justificación teórica*

El presente trabajo de investigación presenta justificación teórica mediante la revisión en diferentes fuentes bibliográficas a partir de libros, artículos científicos, sitios web u otras fuentes de investigación, que permitirán tener una amplia información referente al proyecto de factibilidad, que permita abordar criterios científicos para poder llevar a cabo un correcto estudio para la apertura de la sucursal de la COAC Sol de los Andes Ltda. Chimborazo en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo.

1.5.2. *Justificación metodológica*

El trabajo de investigación presenta justificación metodológica, debido a que se aplicará métodos: deductivo, analítico; técnicas como: encuestas; instrumentos como: guía de encuestas, mismos que facilitaran la obtención de información necesaria para obtener criterios que permitan conocer si el proyecto de factibilidad tendrá un impacto positivo.

1.5.3. *Justificación práctica*

El trabajo de investigación se basa en necesidad de estudiar la factibilidad de la apertura de una sucursal de la COAC Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, mismo que permitirá conocer a la institución financiera el impacto que tendrá con la apertura de la misma, por medio de la utilización de los aprendizajes adquiridos durante el transcurso de la carrera.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Referencias teóricas

2.1.1. *Proyectos*

Según Cardona (2018), un proyecto es la unidad operativa del plan, el cual vincula actividades y recursos con el propósito de resolver problemas o satisfacer necesidades de una población, basados en los objetivos de un plan, con fechas de inicio y terminación definidas.

2.1.1.1. *Importancia de la realizado por de proyectos*

En la asignación de los recursos que generen beneficios para la comunidad se tienen en cuenta factores como:

- Condiciones puramente crediticias: requisitos, garantía, referencias, etc.
- Operaciones factibles y rentables para el inversionista: mercado, rentabilidad, riesgo, etc.
- Operaciones adecuadas para la economía del país: social y económicamente (Solarte, 2015).

En el sector privado se tiene en cuenta:

- Tasa elevada de rentabilidad
- Recuperación rápida y asegurada de la inversión (Solarte, 2015).

2.1.1.2. *Tipos de proyectos*

Para Vigo, et al (2018), desde la perspectiva de la responsabilidad gerencial, los proyectos pueden ser clasificados en dos grandes categorías. Por un lado, los proyectos en los que la gerencia es responsable de la instalación de una determinada capacidad productiva que, luego de culminada la ejecución, será puesta en servicio. Y, por otro, los proyectos en los que la gerencia se responsabiliza de cumplir con determinadas metas de atención a la población beneficiaria, básicamente mediante el mejoramiento u optimización de determinados procesos.

2.1.1.3. Alcance de los proyectos

Según Quinde (2017), el alcance del proyecto se enfoca en definir y controlar qué se incluye y qué no se incluye en el proyecto, en el cual, en el contexto del proyecto, se refiere al trabajo realizado para entregar un producto, servicio o resultado con las funciones y características específicas.

2.1.1.4. Fases del proyecto

Según Albis (2012), independientemente de su alcance, nivel de complejidad o incertidumbre los proyectos pasan por tres fases para su formulación y posterior evaluación: la fase de pre-inversión en donde se plantea el problema y se definen los objetivos; es la evaluación y continúa con la fase de inversión o ciclo primario en donde ya está definido el problema y se comienza a buscar las posibles alternativas para su solución y se ejecuta el proyecto e identificando los siguientes.

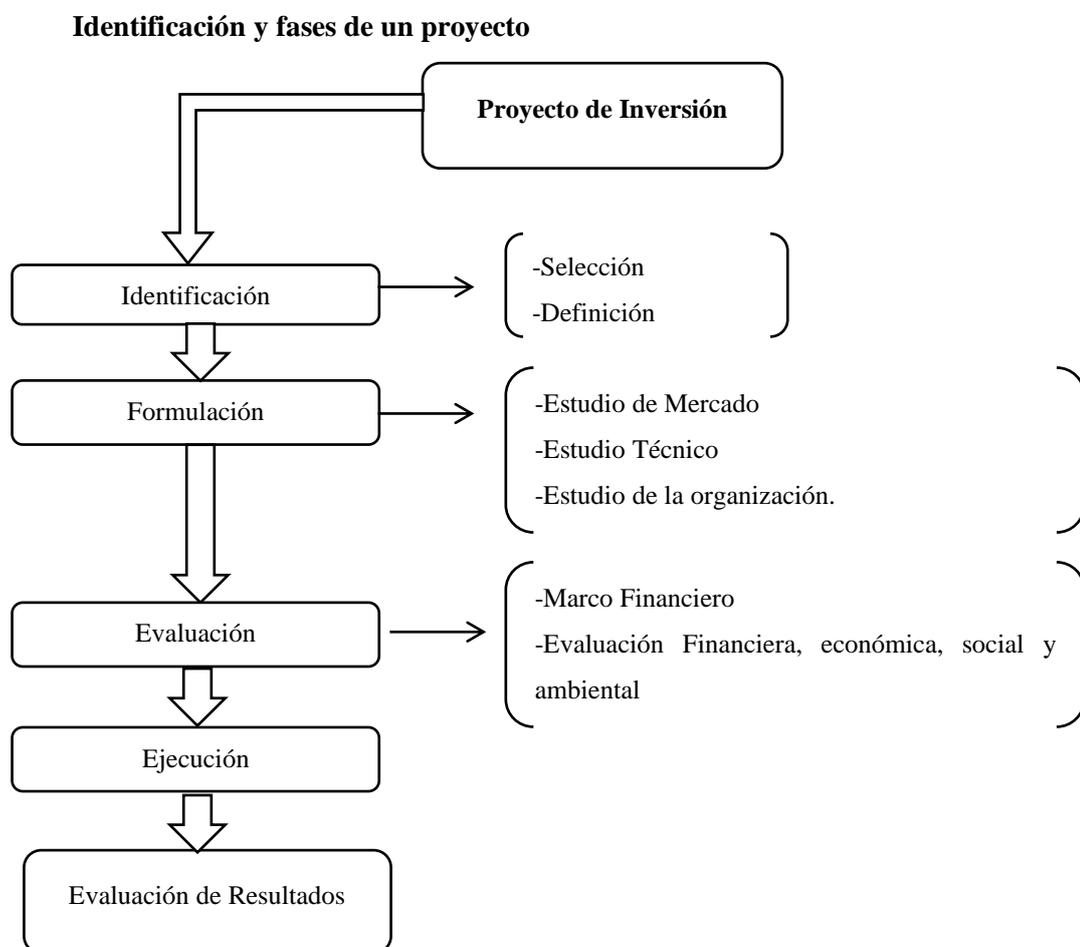


Ilustración 1-2: Identificación y fases de un proyecto

Fuente: Padilla, M. (2011).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

Las fases de un proyecto es el conjunto de actividades orientadas a levantar y procesar información sobre los diferentes aspectos que tengan relación con un proyecto, para luego producir un documento donde se plasme de manera sistemática sus principales características, definiendo clara y coherentemente sus objetivos en relación con la generación de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de una comunidad sobre la base de optimización de recursos (Córdoba, 2011).

2.1.1.5. Los proyectos y su aplicación

Para Narváez (2009), el objetivo fundamental de la preparación de un proyecto es el de minimizar los riesgos de inversión, planificar la ejecución y optimizar la utilización de los recursos por eso es importante definir bien la identificación del problema; ésta actividad es tal vez, la más compleja en la preparación de un proyecto; el conjunto de variables que afectan el contexto del problema requiere de una definición clara y precisa de éste, por lo que es un requisito fundamental en una buena formulación de proyectos para alcanzar el impacto deseado. De esta manera al proyecto se le puede otorgar conceptos según el campo de la ciencia o profesión en que se emplee como, por ejemplo: en investigación, inversión, de ley, de desarrollo, empresarial.

2.1.1.6. Proyecto de inversión

Para Córdoba (2011), un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizándolos recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización.

El proyecto de inversión no es ajeno a la realidad económica del país; su desarrollo debe responder a los requerimientos de los asociados. El sistema económico de un país establece la orientación de la planificación de las actividades públicas y privadas, señalando las políticas a seguir en los sectores económicos (Córdoba, 2011).

- Elementos
- Sociedad
- Personas
- Necesidades
- Recursos (Córdoba, 2011).

2.1.1.7. *Ciclo de vida de los proyectos*

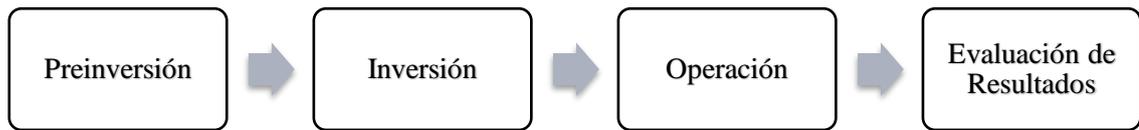


Ilustración 2-2: Fases del proyecto

Fuente: Córdoba , M. (2011).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

2.1.2. *Factibilidad*

Según Berrones (2016), menciona que la factibilidad es la posibilidad de lograr un determinado proyecto, en el cual mediante el análisis que realiza una empresa se puede determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

2.1.2.1. *Estudio de factibilidad*

Según Pacheco, & Brito (2018), el estudio de factibilidad es una condición para el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar; es decir, preguntar “qué”, lo cual una vez definido verifica la factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar.

2.1.3. *Diagnostico situacional*

El diagnostico situacional, determina la adecuada combinación de recursos para afrontar la solución de un problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible. Define la dirección correcta que debe tomar la organización y el conjunto de transformaciones que se deben realizar al interior de ésta para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado. Herramienta para la toma de decisiones, la acción, el cambio y el desarrollo institucional (Remuzgo, 2015).

El diagnostico situacional es un procedimiento necesario para conocer el escenario a estudiar y determinar su situación actual de la microempresa e identificar los diferentes problemas que existen y su importancia respectiva, identificar las necesidades de fortalecimiento y las oportunidades de mejora para facilitar la evolución de la microempresa para ello se debe realizar

un análisis externo e interno de la microempresa ya que los mismos influyen en el entorno operacional. Ya que actualmente la microempresa se encuentra en un sector el cual no le permite generar ventas a gran cantidad, sus clientes tienen dificultad de localizar el almacén donde ofrece sus productos, lo cual ocasiona que no se pueda conocer la microempresa y la marca, por lo cual disminuye su productividad y no genere mayores ganancias.

2.1.3.1. *Análisis externo*

Este consiste en reconocer todos los factores sectoriales, regionales, departamentales, nacionales e internacionales según tenga influencia la empresa y los cuales tengan impacto sobre la misma aun sin esta tener ningún tipo de impacto en estos, con el fin de identificar las oportunidades y amenazas de la organización con ello maximizar las primeras y minimizar las segundas (Tabares, 2017).

2.1.3.2. *Análisis interno*

En este el propósito es reconocer las debilidades y fortalezas que tiene la empresa en su interior con el fin de corregir las debilidades y potenciar las fortalezas y con ello, enriquecer tanto los procesos internos de la organización como su proyección al exterior conociendo su situación real a todo nivel y sus capacidades para llevarla al mayor potencial de su ventaja competitiva (Tabares, 2017).

2.1.3.3. *Análisis FODA*

Evaluación que se realiza sobre la empresa para registrar así fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es útil para tomar decisiones sobre mejorar la situación de la empresa y también para definir estrategias.

Al respecto Talacón (2016) manifiesta, “Se trata de un instrumento metodológico y estratégico, para realizar el análisis interno y externo de una empresa”, Esta herramienta tiene el objetivo de aportar con un diagnóstico amplio y específico sobre la situación y condición de la empresa, factores más influyentes, de acuerdo a esta mención en la siguiente figura se puede observar la estructura de la matriz FODA:

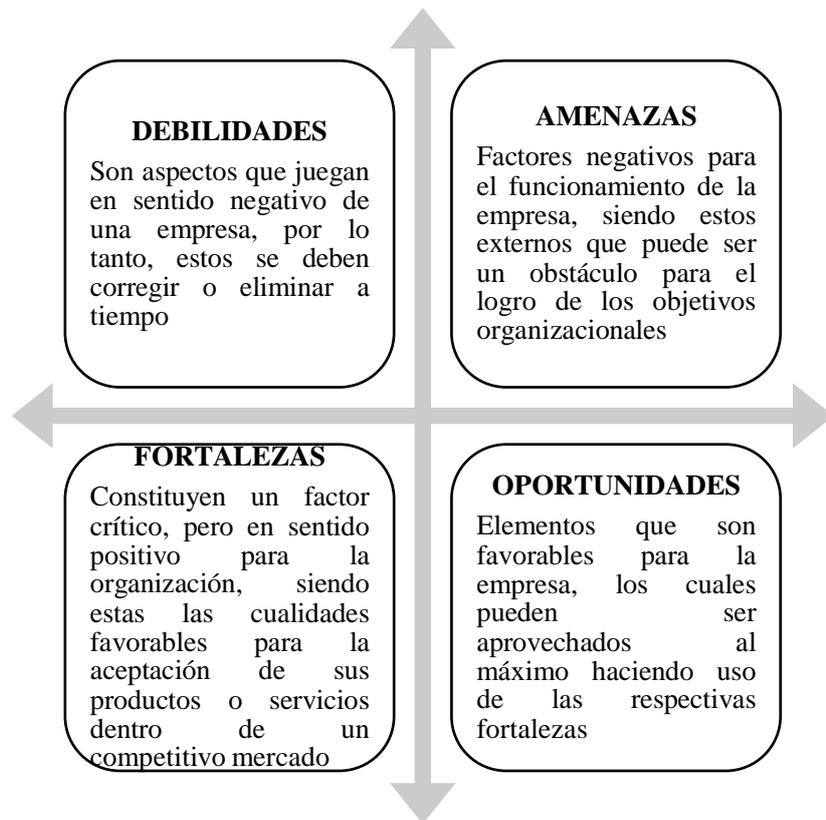


Ilustración 3-2: Matriz FODA.

Fuente: Talacón (2016).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

Se puede decir que la matriz FODA consiste en cuatro factores fundamentales para realizar un diagnóstico minucioso para determinar falencias que afectan a las empresas para poder tomar dediciones adecuadas dentro de un tiempo establecido

2.1.3.4. *Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)*

“La matriz de evaluación de los factores externos (MEFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.” (Rocillo, 2016).

La elaboración de una Matriz EFE consta de cinco pasos:

Tabla 1-2: Elaboración de una Matriz EFE

1	Haga una lista de los factores críticos o determinantes para el éxito identificados. Abarque un total de entre diez y veinte factores, incluyendo tanto oportunidades como amenazas que afectan a la empresa y su industria. En esta lista, primero anote las oportunidades y después las amenazas. Sea lo más específico posible, usando porcentajes, razones y cifras comparativas en la medida de lo posible.
2	Asigne un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. Las oportunidades suelen tener pesos más altos que las amenazas, pero éstas, a su vez, pueden tener pesos altos si son especialmente graves o amenazadoras. Los pesos adecuados se pueden determinar comparando a los competidores que tienen éxito con los que no lo tienen o analizando el factor en grupo y llegando a un consenso. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
3	Asigne una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes para el éxito con el objeto de indicar si las estrategias presentes de la empresa están respondiendo con eficacia al factor, donde 4 = una respuesta superior, 3 = una respuesta superior a la media, 2 = una respuesta media y 1 = una respuesta mala. Las calificaciones se basan en la eficacia de las estrategias de la empresa. Así pues, las calificaciones se basan en la empresa, mientras que los pesos del paso 2 se basan en la industria.
4	Multiplique el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
5	Sume las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización.

Fuente: Rocillo (2016).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

Independientemente de la cantidad de oportunidades y amenazas clave incluidas en la matriz EFE, el total ponderado más alto que puede obtener la organización es 4.0 y el total ponderado más bajo posible es 1.0. El valor del promedio ponderado es 2.5. Un promedio ponderado de 4.0 indica que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en su industria. En otras palabras, las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas. Un promedio ponderado de 1.0 indica que las estrategias de la empresa no están capitalizando las oportunidades ni evitando las amenazas externas.

Tabla 2-2: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

FACTORERS DETERMINANTES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
AMENAZAS			
Total			

Fuente: Rocillo, (2016).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

2.1.3.5. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

“Suministra una base para analizar las relaciones entre las áreas de la empresa. Es una herramienta analítica de formulación de estrategias que resume y evalúa las debilidades y fortalezas importantes de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, recursos humanos, investigación y desarrollo.” (Rocillo, 2016).

Tabla 3-2: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

1	Identificar las fortalezas y debilidades claves de la organización y con ellas hacer una lista clara del procedimiento.
2	Asignar una ponderación que vaya desde 0.0 (sin importancia) hasta 1.0 (de gran importancia) a cada factor.
3	Hacer una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable representa: <ul style="list-style-type: none">• Una debilidad importante (1)• Una debilidad menor (2)• Una fortaleza menor (3)• Una fortaleza importante (4)
4	Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable.
5	Sumar los resultados ponderados para cada variable, con el objeto de establecer el resultado total ponderado para una organización

Fuente: Rocillo (2016).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

Sin importar el número de factores por incluir, el resultado total ponderado puede oscilar de un resultado bajo de 1.0 a otro de 4.0, siendo 2.5 el resultado promedio. Los resultados mayores de

2.5 indican una organización poseedora de una fuerte posición interna, mientras que los menores de 2.5 muestran una organización con debilidades internas.

La matriz de evaluación factores internos se representa de la siguiente manera:

Tabla 4-2: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

FACTORERS DETERMINANTES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
DEBILIDADES			
Total			

Fuente: Rocillo (2016).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

2.1.4. Estudio de mercado

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.

Para Córdoba (2011), 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 producir y atender una necesidad, Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio”.

Según Cardona (2018), el objetivo es determinar si existe la suficiente demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. Un mercado lo conforman los clientes potenciales que comparten una necesidad o un deseo y están dispuestos a realizar un intercambio para satisfacerlo, las empresas que esperan satisfacerlos, los proveedores de bienes y servicios, los distribuidores; al analizarlo, se deben tener en cuenta estos componentes y no sólo el consumidor final. Es fundamental definir el segmento del mercado y dirigirse a él decididamente.

2.1.4.1. 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).

2.1.4.2. *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.

2.1.4.3. *Oferta*

Según Córdoba (2011), la oferta es la cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio; es decir, a mayores precios mayores cantidades ofrecidas, a menores precios menores cantidades ofrecidas.

La oferta para Gaitán (2020), es la cantidad de un bien o servicio que los productores estarían dispuestos a vender, a diferentes niveles de precio, en un lugar específico y durante un lapso determinado

2.1.4.4. *Principales tipos de oferta*

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

Tabla 5-2: Tipo de ofertas

Oferta competitiva o de mercado libre	Dentro de la oferta competitiva los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido 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 (del griego oligos, poco)	Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acapara da una gran cantidad de materia prima para su industria. Tratar de penetrar en ese tipo de mercados no sólo es riesgoso, sino que en ocasiones hasta resulta imposible.
Oferta monopolica	Existe 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 de 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

Fuente: Aucancela (2018).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

Las ofertas es el conjunto de productos que una empresa oferta en un mercado determinado por el cual el consumidor adquiere o prefiere de acorde a los gustos y preferencias para ello debe estar plasmada con calidad el producto.

2.1.4.5. *Ley de la oferta*

Para Gaitán (2020), desde la perspectiva del productor, la ley de la oferta establece qué pasa con la cantidad ofertada de un bien o servicio si su precio varía, permaneciendo todos los demás factores constantes (es decir, bajo el supuesto de que no hay cambios en elementos como los costos de producción, la tecnología, el clima, etc.). Siendo el precio un incentivo para el productor, si el precio del bien aumenta en el mercado, el productor querrá fabricar y vender más unidades, y viceversa; si el precio disminuye, estará dispuesto a vender menos unidades.

Según el autor Baca (2010) aplicó la fórmula para determinar la oferta

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

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

2.1.4.6. *Demanda*

Según Cardona (2018), menciona que se le conoce a la demanda como la cantidad comprada de un producto o servicio a un precio determinado y en un mercado específico; es función de la composición del mercado, competencia, sustitutos, sensibilidad del mercado frente al cambio de variables macroeconómicas, canales de distribución y crecimiento del consumo.

Para Gaitán (2020), la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores estarían dispuestos a adquirir a diferentes niveles de precio, en un lugar específico y durante un lapso determinado.

2.1.4.7. *Tipos de demandas*

De acuerdo al momento que se da la demanda esta puede ser:

Tabla 6-2: Tipo de demanda

Demanda real o efectiva	Es el volumen total de transacciones de un producto o servicio a un precio determinado, dentro de un área determinada en el momento actual.
Demanda Potencial	Es el volumen probable que alcanzaría la demanda real por el incremento normal o futuro o bien si se modificara ciertas condiciones del medio que la limitan.

Fuente: Gaitán (2020).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

Otra forma de clasificar a la demanda es desde el punto de vista de quien es el consumidor, la demanda puede ser directa, intermedia o complementaria. En el primer caso el producto es

adquirido por el consumidor final. En el segundo, el producto se usa como insumo de la producción del satisfactor final, mientras que en el tercero el producto se usa como complementario de la producción del satisfactor (Gaitán, 2020).

2.1.4.8. *Ley de la demanda*

Según Gaitán (2020), menciona que, desde la perspectiva del consumidor, cuyo interés es satisfacer sus necesidades, pero siendo el ingreso de los hogares una limitación para tal efecto, por lo que los consumidores querrán adquirir los bienes y servicios al menor precio posible. Así las cosas, la ley de la demanda dice que, permaneciendo todos los demás factores constantes (es decir, bajo el supuesto de que no hay cambios en elementos como el ingreso, el aumento de la población, el clima, etc.), si el precio del bien o servicio sube, la cantidad demandada disminuye, y viceversa, si el precio del bien disminuye, la cantidad demandada aumenta.

Según el autor Baca (2010) aplicó la siguiente fórmula para determinar la demanda.

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

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

2.1.4.9. *Demanda insatisfecha*

La demanda insatisfecha según Carrillo (2021), es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierto, dicho de otro modo, la demanda insatisfecha es cuando la demanda es mayor que la oferta, producto de esto resulta de la diferencia de la demanda calculada menos la oferta.

A la demanda insatisfecha se puede conocer como la parte de mercado que lo producido u ofrecido no puede cubrir.

2.1.4.10. *El producto*

El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa (Espinosa, 2018).

Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto, el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, o los servicios posventa (Espinosa, 2018).

El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos (Espinosa, 2018).

2.1.4.11. *La promoción*

La promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal (Gates, 2018)

El propósito es el de influir en la mente del consumidor de manera positiva. Existen diferentes formas de promocionar un servicio y/o producto: Ventas personal, Publicidad, Relaciones Públicas, entre otras (Medina, 2017).

Unos de los principales propósitos de la promoción es permitirles a potenciales compradores enterarse de la existencia de un bien o servicio con el fin de que los consuman (Medina, 2017).

Dentro de la investigación la promoción nos permite realizar incentivos o estrategias publicitarias a corto plazo ya que buscamos incrementar la venta de los productos (Medina, 2017).

2.1.4.12. *Plaza de distribución*

Son los lugares físicos o punto de venta que se distribuirá el servicio, también es un conjunto de actividades que hace que el producto salga del fabricante y llegue al consumidor cuando lo necesite y en las condiciones que lo requiera (Cajigas & Ramírez, 2018).

La mayoría de los productores trabajan con intermediarios para llevar sus productos al mercado. Estos intermediarios su vez, utilizan los canales de distribución consisten en un conjunto de individuos y organizaciones involucrados en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor (Cajigas & Ramírez, 2018).

Las variables de la Plaza de Distribución pueden ser las siguientes: Canales, Logística, inventario, Ubicación, Transporte, Cobertura, Etc. (Cajigas & Ramírez, 2018).

2.1.5. *Estudio técnico*

Según Cardona (2018), en el estudio técnico se determinan aspectos que permiten estructurar el proyecto. Los ítems a considerar son la localización, el tamaño o capacidad, infraestructura o gestión tecnológica, requisitos legales y ambientales, el modelo administrativo a implementar, que en última instancia es lo que infunde el espíritu al proyecto. Un buen estudio técnico se basa en el estudio de mercados, de donde parte la búsqueda de los elementos mencionados.

Para Sarmiento (2000), también se le denomina estudio de ingeniería del proyecto consiste en determinar los procesos que generarán valor al producto, las necesidades de maquinaria, espacios, capital humano y en general todos los recursos requeridos para llevar a cabo del proyecto. Este estudio se compone de tres etapas: Descripción de los procesos; Definir tiempos y operaciones; Determinación de recursos.

2.1.5.1. *Factores que determinan el tamaño de un proyecto*

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

Tabla 7-2: Factores que determinan el tamaño de un proyecto

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:

Fuente: Córdoba (2011).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

2.1.5.2. *Localización del proyecto*

La localización en un proyecto de factibilidad es una decisión trascendental ya que influirá en el éxito o fracaso del proyecto, ya que si en el lugar que se va a establecer los cajeros automáticos hay mayor flujo de gente y de comercialización, en algunos casos los clientes tendrán la facilidad de realizar una transacción extra para realizar sus compras, por lo que se definen dos aspectos esenciales la macro localización y la micro localización (Guacanes, 2016).

Según lo mencionado por Catagña (2019), a la localización se le puede entender desde la parte de micro localización y macro localización siendo; la micro localización la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio en el cual se describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas; y la macro localización la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto.

2.1.5.3. *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 (Martines, 2017)

2.1.5.4. *Tamaño del proyecto*

Según Rodríguez (2018), el tamaño del proyecto es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año.

Para Guacanes (2016), es fundamental ya que determinará la cantidad de inversiones y el nivel de operaciones que serán necesarios para llevar a cabo el proyecto esto permitirá proyectar los costos de funcionamiento de los ingresos proyectados.

2.1.5.5. *Capacidad*

Según Vigo et al. (2018), menciona que la capacidad hace referencia al tamaño óptimo de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. La definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto

Además, Vigo et al. (2018), en relación con la capacidad indica que existen tres tipos que son:

Capacidad diseñada: es el nivel de producción o de prestación de servicios en condiciones normales de operación.

Capacidad instalada: es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria y equipos e infraestructura disponible pueden generar.

Capacidad utilizada o real: es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas.

2.1.5.6. *Infraestructura*

Según Vigo et al. (2018), la infraestructura comprende los trabajos de ingeniería civil y afines, como edificaciones y obras de acceso. Se incluyen los terrenos. Cuando el proyecto contempla construir o remodelar, se consideran todos los materiales requeridos y el valor de uso de la maquinaria utilizada para la construcción y mano de obra. Cuando se compran instalaciones terminadas, se tiene en cuenta su valor de mercado.

2.1.5.7. *Maquinaria y equipo*

Según Vigo et al. (2018), contempla la inversión en máquinas y herramientas, incluidos vehículos y mobiliario. Hace referencia al acervo que se incorpora físicamente a la instalación del proyecto y no a la maquinaria usada para la construcción, la que forma parte del rubro anterior.

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:

Tabla 8-2: Factores para determinar la maquinaria

Proveedor	Es útil para la presentación formal de las cotizaciones
Precio	Se utiliza en el cálculo de la inversión inicial.
Dimensiones	Se usa para determinar la distribución de la planta.
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.
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.
Mano de obra necesaria	Es útil calcular el costo de la mano de obra y el nivel de capacitación que se requiere.
Costo de mantenimiento	Se emplea para calcular el costo anual de mantenimiento, es un porcentaje del costo de adquisición.
Consumo de energía eléctrica, otro tipo de energía o ambas	Se indica en una placa que traen todos los equipos, para señalar su consumo en watts/hora.

Infraestructura necesaria	Algunos equipos requieren de infraestructura especial y es necesario conocerlo ya que incrementa la inversión inicial.
Costo de instalación y puesta en marcha	Se verifica si se incluye en el precio original y a cuánto asciende.
Existencia de refacciones en el país	Hay equipos sobre todo de tecnología avanzada, cuyos repuestos solo se pueden obtenerse importándolas.

Fuente: Martines (2017).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

2.1.6. Estudio legal

Según Cardona (2018), en el estudio legal se definen la posibilidad legal y social para que el negocio se establezca y opere. Hace alusión a permisos requeridos, tipo de sociedad a constituir, procedimientos para la conformación de la sociedad, obligaciones tributarias, comerciales y laborales. Incluye la normativa que enmarca el proyecto y que debe observarse durante su ejecución y operación. Algunas de las disposiciones legales a cumplir son: constitución y prueba de la sociedad, planeación local y regional, relaciones laborales, aspectos sanitarios, control ambiental, permisos, contratos de compraventa y otros.

2.1.7. Estudio Administrativo

Para Chasipanta (2022), el estudio administrativo permite establecer de manera idónea el organigrama empresarial, y las persona que estarán a cargo del direccionamiento de esta. Consiste en determinar cómo se deberá manejar todo lo relacionado al área administrativa del proyecto y establecer el direccionamiento estratégico.

2.1.7.1. Estructura administrativa

Según Cardona (2018), se debe describir la estructura organizacional, incluyendo los niveles administrativos y operativos. Relacione los cargos previstos y los empleados por cargo. También es necesario determinar con anticipación el tipo de gestión y liderazgo que se desarrollará. No se puede dejar nada al azar; es necesario plantear modelos motivacionales que permitan que las personas involucradas en el proyecto estén dispuestas a aportar sus mayores capacidades.

2.1.7.2. *Visión*

La visión organizacional representa las aspiraciones a largo plazo que posee la organización, la forma en que ella espera trascender en su contexto. La visión constituye una imagen futura y deseable a la que la organización aspira en un horizonte temporal lejano, por eso actúa como guía del accionar organizacional. En este sentido, es necesario que esta imagen sea motivadora, que impulse a la acción (Federist, 2016).

2.1.7.3. *Misión*

Es habitual encontrar en la bibliografía el empleo de otras categorías para referirse al fin de la organización, la más divulgada es la de misión organizacional. Esta es definida como “el propósito o la razón de existir de una organización” (Federist, 2016).

La declaración de la misión organizacional debe servir como elemento aglutinante e impulsor dentro del proceso de planeamiento estratégico y de la conducción de la organización hacia el logro de objetivos a largo plazo. Debe estimular a que los integrantes de la organización lleven adelante sus acciones cotidianas reconociendo su trascendencia en el marco de una perspectiva estratégica (Federist, 2016).

2.1.7.4. *Objetivos*

En cuanto al cumplimiento de sus fines, es posible observar que las organizaciones pueden realizarlo con diferentes grados de rendimiento, definidos estos en torno al nivel en que el accionar organizacional contribuye a la persecución de aquellos. La organización como una totalidad no realiza acciones aisladas, sino que todas las acciones organizacionales se encuentran articuladas dentro de un plan, en el cual se detallan, entre otros elementos, los objetivos perseguidos y los caminos para alcanzarlos (Federist, 2016).

Los objetivos constituyen una expresión concreta de los estados futuros que se desean lograr, son orientadores de la acción organizacional de una forma más concreta que los fines, ya que se encuentran acotados en el tiempo y poseen un conjunto de parámetros que permiten cuantificar los resultados esperados del accionar. De esta manera, al establecer un marco general para la acción, los objetivos indican un conjunto de limitaciones tanto para el accionar organizacional como para el de sus miembros (Federist, 2016).

2.1.7.5. *Valores*

Estos pasan a definir el conjunto de principios, valores y creencias que servirán como marco general del accionar organizacional constituyendo así una filosofía institucional y de gestión. La declaración de valores en una organización debe responder a la pregunta “¿En qué creemos?”, con el objeto de que estos principios actúen como indicadores generales de los comportamientos considerados como deseables dentro de la organización y de cuáles no lo son (Federist, 2016).

2.1.7.6. *Estructura organizacional*

Se puede definir como el arreglo e interrelación de las partes componentes y de las posiciones de la compañía (Rojas, 2017).

Las estructuras sirven como referencia del tamaño de la compañía, de la ubicación de las áreas, de la posición para toma de decisiones, la coordinación de las actividades y se adecua de acuerdo con los diferentes crecimientos de la compañía (Rojas, 2017).

Los organigramas, son representaciones gráficas de las áreas de responsabilidad y de las comunicaciones formales respectivas, son usados por la mayoría de las empresas para indicar exclusivamente la estructura básica de la organización (Rojas, 2017).

2.1.7.7. *Organigrama funcional*

Según Berrones (2016), dentro del organigrama funcional implica diseñar las operaciones y funciones que debe realizar el proyecto, así como cada uno de los recursos humanos que van a conformar la organización del proyecto, que acciones van a ejecutar cada uno de estos y su forma de apoyo a las operaciones normales del mismo.

2.1.7.8. *Manual de funciones*

El 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 (Vidal., Domínguez, & Yasleny, 2017)

2.1.8. *Estudio financiero*

Según Cardona (2018), en el estudio financiero se hace un análisis de la inversión inicial y sus componentes, los costos y gastos que surgen de la implementación del proyecto. Además, se plantean los estados financieros básicos, la construcción de flujos de caja libre y el costo de capital promedio ponderado, fundamental para evaluar el proyecto.

Para Villahermosa (2022), un estudio financiero es factible económicamente cuando la rentabilidad de los activos, medida por la TIR, es superior o igual al coste del pasivo asociado, medido por k , o, lo que es lo mismo, cuando su VAN es positivo. En resumen, cuando permite dotar a reservas, o lo que es lo mismo, cuando los accionistas obtienen con el proyecto una super rentabilidad.

2.1.8.1. *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:

Tabla 9-2: Inversiones fijas

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

Fuentes: Vidal et al. (2017).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

b. Inversión diferida

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

- Investigaciones preliminares
- Gasto de estudio
- Adquisición de derechos
- Patentes de inversión
- Licencias
- Estructura organizativa, etc. Vidal et al. (2017)

2.1.8.2. *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
- Mano de obra
- Sueldos
- Servicios públicos
- Arrendamientos
- Mantenimientos Vidal et al. (2017)

2.1.8.3. *Costos*

Según Gaitán (2020), manifiesta que toda empresa en su proceso productivo emplea una serie de insumos o factores productivos, siendo el valor monetario necesario para hacer uso de esos recursos, denominado costo. Desde el punto de vista económico, se consideran incluso elementos intangibles como el costo de oportunidad

2.1.8.4. *Gastos*

Para Villahermosa (2022), los gastos incluyen cualquier compra de productos o servicios que no pueda tratarse como inversión. Son salidas de dinero que no se pueden recuperar. A grandes rasgos, los gastos los podemos diferenciar entre buenos o malos dependiendo de para qué se

utilicen; y en una escala menor podemos diferenciarlos entre gastos fijos, variables y superfluos en base a la naturaleza de la compra.

2.1.8.5. *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” (Guzmán, 2018)

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 (Erossa, 2017).

2.1.8.6. *Depreciaciones y amortizaciones*

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

2.1.8.7. *Balance general*

Balance General del proyecto. Tiene por objeto permitir a los involucrados en el desarrollo del proyecto, evaluar la situación financiera, y de manera particular instituir las condiciones relativas a los activos circulantes y pasivos a corto plazo, o sea al capital de trabajo (Baca, 2010)

2.1.8.8. *Flujo de efectivo*

Flujo de efectivo del proyecto. Deberá mostrar en forma detallada y ordenada las operaciones de entrada y salida que se espera ejecutada durante la vida del proyecto (Baca, 2010)

2.1.8.9. *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)

2.1.9. *Evaluación financiera*

La etapa de la evaluación financiera permite definir las técnicas a utilizar para determinar la aceptación o rechazo de una propuesta de inversión. Es importante también realizar un análisis cualitativo, lo cual apoyará la decisión tomada o, por el contrario, hará pensar en otras posibilidades de inversión (Cardona, 2018).

2.1.9.1. *Valor Actual Neto (VAN)*

Es una medida de generación de valor en dólares de hoy. Para calcularlo, se traen a valor presente los flujos de caja futuros del proyecto y, al resultado, se le resta la inversión inicial. La tasa de descuento es el costo de capital o WACC si lo que se evalúa es la rentabilidad de la inversión; si lo que se evalúa es la rentabilidad del inversionista, la tasa de descuento es el costo de oportunidad del recurso propio. Dicho de otra forma, es el remanente neto que obtiene el inversionista, en dólares de hoy (período cero), después de descontar los flujos de caja a la tasa de corte y restarle la inversión inicial (Cardona, 2018).

Para Vigo et al. (2018), el VAN, también es conocido como valor presente neto (VPN), es el valor actual de los beneficios netos que genera el proyecto. Mide, en moneda de hoy, cuánto más bienestar económico tendría la sociedad con la ejecución del proyecto, en lugar de colocar su dinero en la actividad que tiene como rentabilidad la tasa de descuento adoptada. La tasa con la que se descuenta el VAN representa el costo de oportunidad del capital (COK), que es la rentabilidad que estaría ganando el dinero de utilizarlo en la mejor alternativa de inversión. El COK representa, en cierta medida, un costo adicional a cualquier proyecto (que no se encuentra incluido en el flujo de caja), pues, castiga (disminuye) los beneficios netos futuros debido al tiempo que tiene que transcurrir para que se hagan efectivos.

El VAN es un indicador que podría considerarse que es a futuro. Esto es debido a que evalúa el resultado de cada uno de los proyectos en caso de que se vendiera y, para ello, emplea diferentes proyecciones en los flujos de gastos e ingresos. Este indicador no sólo mide la viabilidad, sino

que ayuda a determinar el precio por el que se debería vender si se quiere obtener una rentabilidad de dicha transacción económica (Chaig, 2010).

Con hallar el VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que queríamos de no venderlo (Chaig, 2010).

Formula:

$$VAN = I - \sum_{j=1}^n \frac{FNE_j}{(1+i)^j}$$

Donde:

VAN = valor actual neto.

Tmar o i = tasa mínima aceptable de rendimiento.

In = % inflación anual.

F = % de riesgo anual.

N = tiempo de vida útil.

FNE_j = flujo neto de efectivo.

I = inversión del Proyecto.

La tasa de descuento (TD) con la que se descuenta el flujo neto proyectado, es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima, que se espera ganar; por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0) es porque se ha cumplido con dicha tasa. Y cuando el BNA es mayor que la inversión es porque se ha cumplido con la tasa y, además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional (Chaig, 2010).

VAN > 0 el Proyecto es rentable.

VAN < 0 el Proyecto no es rentable.

VAN = 0 el Proyecto es rentable también, porque ya está incorporado ganancia de la TD (Chaig, 2010)

2.1.9.2. Tasa Interna De Retorno (TIR)

Es la medida de rentabilidad de una inversión en porcentaje. La TIR es la tasa que iguala el valor presente de los flujos de caja con la inversión inicial. El VAN calculado con la TIR es igual a

cero, es decir, el proyecto paga la inversión, el costo del dinero y la ganancia. Criterio de decisión: si se evalúa la rentabilidad de la inversión, la TIR debe ser mayor o igual que el costo de capital promedio ponderado o WACC de la empresa para ser aceptable cuantitativamente; si es menor se rechaza, ya que no alcanza la rentabilidad requerida para los recursos comprometidos. Su cálculo manual se realiza mediante tanteo, buscando una tasa que iguale la inversión inicial con el valor presente de los flujos de efectivo (Cardona, 2018).

Para Vigo et al. (2018), la tasa interna de retorno, universalmente conocida como TIR, es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea cero. La TIR es un número que no depende de la tasa de interés que rige en el mercado de capitales. Por eso se llama tasa interna de rentabilidad; el número es interno o inherente al proyecto y no depende exclusivamente de los flujos de caja del proyecto. La TIR indica la rentabilidad de realizar un proyecto y la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. Su fórmula es la siguiente:

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión (Tolón, 2018).

Formula:

$$TIR = \left[T1 + \left(T2 - T1 \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right) \right) \right]$$

Donde:

TIR = tasa interna de retorno

TI = tasa de actualización o Tmar del VAN1

T2 = tasa de actualización o Tmar del VAN2

VAN1 = valor actual neto 1 o el primer VAN calculado.

VAN2 = valor actual neto 2 o el segundo VAN calculado

La TIR transforma la rentabilidad de la empresa en un porcentaje o tasa de rentabilidad, el cual es comparable a las tasas de rentabilidad de una inversión de bajo riesgo, y de esta forma permite saber cuál de las alternativas es más rentable. Si la rentabilidad del proyecto es menor, no es conveniente invertir (Tolón, 2018).

2.1.9.3. *Relación Benéfico Costo*

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada que se sacrifica en el proyecto (Guzmán, 2018)

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirá en los años proyectados. Al mencionar los egresos presente netos se toma aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado del flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador (Guzmán, 2018)

Formula:

$$R \frac{b}{c} = \frac{\sum_i^n = 1 \frac{FNE}{(1 + in)^n}}{I0}$$

Donde:

R b/ c = relación beneficio costo

FNE = Flujo neto de efectivo.

\sum = sumatoria.

in = tasa de actualización o tasa de descuento.

I0 = inversión del proyecto al año cero.

N = tiempo de vida útil del proyecto

2.1.9.4. *Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)*

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión (Guzmán, 2018).

Formula:

$$P \frac{R}{K} = N - 1 + \left[\frac{(F.A)^{n-1}}{(F)^n} \right]$$

Donde:

PT/K = período de recuperación de capital.

N = año en el que el flujo acumulado cambia de signo.

(F.A)ⁿ⁻¹ = flujo de efectivo acumulado en el año previo

N (valor absoluto- sin importar el signo)

(F)ⁿ = FNC el año N

Otra forma de determinar lo provechosa que es una inversión es determinar el plazo de recuperación de la inversión, es decir, determinar el tiempo que se tarda en recuperar el desembolso realizado en el proyecto de inversión (Martines, 2017).

La forma correcta de calcular el plazo de recuperación de la inversión es construir primero el flujo de caja y luego calcular, sobre el mismo, en qué momento los retornos de dinero llegan a devolver en su totalidad los desembolsos efectuados (Boquera, 2015).

- No tiene en cuenta los flujos de caja, más allá del plazo de recuperación de la inversión.
- Es un método que prefiere la liquidez, es decir, puede rechazar inversiones rentables que generen elevados flujos de caja, en concreto para el presente estudio los últimos años de la concesión, a favor de otras que generen elevados flujos de caja en los primeros años de la concesión pero que a medida que pasa el tiempo se van reduciendo e incluso se detienen.
- No tiene en cuenta la cronología de los flujos de caja y valora por igual todas las unidades monetarias, independientemente de cuándo se produzcan (Boquera, 2015).

2.1.10. Economía popular y solidaria

Según Salto et al. (2016) la economía popular y solidaria es un modelo económico en el cual el factor dinero está en segundo plano. Se basa en el bien común y parte del ser humano como sujeto y fin, respetando a la naturaleza. Es un modelo económico, no existe una ruta o un modelo a seguir.

2.1.10.1. Sector financiero de la economía popular y solidaria

En su articulado, la Constitución de la República del Ecuador (2008), establece que:

“El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro [...] que recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria” (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

2.1.10.2. Cooperativismo

Para Aldás (2019), el cooperativismo representa una forma adecuada de participación de los sectores populares en la vida económica y social de un país, y permite medir su nivel de madurez democrática.

Desde esta perspectiva se puede entender al cooperativismo al conjunto de personas que se organizan y asocian con la finalidad de satisfacer necesidades conjuntas basadas en valores y principios.

2.1.10.3. Principios del cooperativismo

Según el Reglamento de la Alianza Cooperativa Internacional (2017), menciona que los principios cooperativos son:

Tabla 10-2: Principios del cooperativismo

Adhesión voluntaria y abierta	Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas que quieran utilizar sus servicios y que deseen aceptar las responsabilidades de la afiliación
Gestión democrática de los miembros	Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, que participan activamente en el establecimiento de sus políticas y en la toma de decisiones.
Participación económica de los miembros	Los socios contribuyen de forma equitativa al capital de la cooperativa y lo controlan democráticamente. Al menos una parte del capital suele ser propiedad común de la cooperativa.
Autonomía e independencia	Las cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda gestionadas por sus miembros.
Educación, formación e información	Las cooperativas ofrecen educación y formación a sus miembros, representantes elegidos, directores y empleados, para que puedan contribuir de forma efectiva al desarrollo de sus cooperativas.
Cooperación entre cooperativas	Las cooperativas sirven de forma más efectiva a sus miembros y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando con estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.
Interés por la comunidad	Las cooperativas trabajan para el desarrollo sostenible de sus comunidades a través de políticas aprobadas por sus miembros.

Fuente: Alianza Cooperativa Internacional (2017).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

2.1.10.4. Cooperativa

Según Valencia (2020), menciona mediante su Trabajo de Titulación que las cooperativas son entidades autónomas de individuos que se unen de forma voluntaria con la intención de satisfacer sus necesidades económicas, culturales y/o sociales mediante una corporación de propiedad

conjunta, cuyo control es democrático, el cual el término cooperativa puede usarse como adjetivo o como sustantivo. En el primer caso, permite calificar a aquel o aquello que coopera: es decir, que actúa a favor de los propósitos o las intenciones de alguien o que procede en conjunto con otro u otros para cumplir un objetivo en común. Como sustantivo, la idea de cooperativa refiere a un tipo de sociedad que se constituye para la utilidad común de sus integrantes. Estas asociaciones se organizan de manera democrática y son administradas según el acuerdo que establecen sus socios.

2.1.10.5. *Cooperativa de ahorro y crédito*

Para el INEC. (2017), las cooperativas de ahorro y crédito o, simplemente, cooperativas de crédito son sociedades cooperativas cuyo objeto social es servir las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades de crédito.

2.1.10.6. *Marco normativo de la Cooperativas según SEPS*

La SEPS, según la Ley de la Economía Popular y Solidaria.(2011), tiene las siguientes atribuciones: “a) Ejercer el control de las actividades económicas de las personas y organizaciones sujetas a esta Ley; b) Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de las instituciones sujetas a su control; c) Otorgar personalidad jurídica a las organizaciones sujetas a esta Ley y disponer su registro; d) Fijar tarifarios de servicios que otorgan las entidades del sector financiero popular y solidario; e) Autorizar las actividades financieras de las organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario; f) Levantar estadísticas de las actividades que realizan las organizaciones sujetas a esta Ley; g) Imponer sanciones; y, h) Las demás previstas en la Ley y su Reglamento”.

Por su parte, el Código Orgánico Monetario (2014), establece que, “además de las atribuciones que le otorga la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria”, la SEPS podrá aprobar los estatutos sociales de las entidades y las modificaciones que en ellos se produzcan y “disponer a las entidades controladas aumentos de capital suscrito y pagado en dinero, como una medida de carácter preventivo y prudencial”, “reconociendo que las entidades de la economía popular y solidaria tienen capital ilimitado”

2.1.11. *Productos financieros*

Según Aguilar (2019), los productos financieros son instrumentos que permiten ahorrar, invertir o financiar de formas diversas, adecuadas al nivel de riesgo que cada cliente esté dispuesto a asumir.

Los productos financieros son instrumentos que permiten ahorrar, invertir o financiar de formas diversas, adecuadas al nivel de riesgo que cada cliente esté dispuesto a asumir.

2.1.11.1. *Créditos*

Para Villahermosa (2022), el crédito simplemente se basa en pedir prestado para adelantar el consumo al presente y atrasar el pago. En esta operación financiera intervienen dos agentes: el acreedor o prestamista, que es quien presta el dinero; y el deudor o prestatario, que es quien debe el dinero en un tiempo definido.

Al hablar del crédito es necesario mencionar que no todas las personas pueden acceder al crédito ya que para realizar este tipo de operaciones se debe cumplir con ciertos requisitos, tales como contar con antecedentes comerciales y crediticios adecuados y demostrar ingresos actuales y futuros que le permitan atender de manera adecuada la deuda que va a contraer.

2.1.11.2. *Inversiones*

Según Villahermosa (2022), las inversiones tienen que ver con la compra de activos que se espera que generen rendimientos futuros.

Para Rosario. & De Rosario (2017), las decisiones de inversión están relacionadas con la adquisición de los activos empresariales que conforman la estructura económica de una empresa. Constituye una de las cuestiones fundamentales de la problemática económico-empresarial, ya que el llevar a cabo inversiones desacertadas puede ser el origen de una crisis de la empresa, debido a que las decisiones de inversión comprometen a la empresa durante un largo periodo de tiempo y suponen una inmovilización elevada de recursos financieros, sobre todo en las empresas industriales.

2.1.11.3. *Ahorro*

Respecto al ahorro Villahermosa (2022), manifiesta que el ahorro es el primer paso para la inversión. Lo importante no es cuánto dinero ganas, sino cuánto dinero guardas. La riqueza es lo que acumulas, no lo que gastas. Ahorrar es más una cuestión de hábito que una cuestión monetaria. Es más importante cultivar el hábito de ahorro que la cantidad que ingresamos (a no ser que tengas unos ingresos extremadamente bajos, en cuyo caso habría que centrarse en aumentarlos).

2.1.12. *Tasas de interés*

Según Villahermosa (2022), las tasas son las decisiones sobre los tipos de interés que deciden los Bancos Centrales. El tipo o tasa de interés no es más que el precio del dinero, lo que determina en gran medida las preferencias de los principales agentes del mercado a la hora de decidir si favorecer el consumo en el presente o en el futuro.

2.1.13. *Sucursales*

Según el Ministerio de Justicia (1996), mediante la Normativa Española señala que se entenderá por sucursal a todo establecimiento secundario dotado de representación permanente y de cierta autonomía de gestión, a través del cual se desarrollen, total o parcialmente, las actividades de la sociedad.

2.1.14. *¿Por qué abrir nuevas unidades negocios?*

Según Indómito (2018), menciona que existen algunas razones para pensar en expandir los negocios en ellas están:

Tabla 11-2: Importancia de nuevas unidades de negocio

Reducción de riesgos:	Al ampliar el ámbito de inversión y contar con varios negocios, las empresas reducen el riesgo de fracaso financiero. Las probabilidades de que una actividad fracase son elevadas, pero de que lo hagan varias es más reducida.
Saturación del mercado:	El mercado es altamente competitivo y algunos sectores industriales están sobresaturados, pues muchas organizaciones ofrecen los mismos productos y servicios. La diversificación abrirá las puertas de nuevos mercados y permitirá ofrecer nuevos productos.
Aprovechamiento de recursos:	Algunas empresas deciden invertir su excedente de recursos y capacidades en la creación de nuevos productos o establecimiento de lazos con otras corporaciones.
Generación de sinergias:	El desarrollo de nuevas actividades o la relación con otros entes. Todo ello dará como resultado un funcionamiento más eficiente del conjunto y un mayor control sobre el negocio.

Otros:	El beneficio económico no es la única razón de la diversificación. Las empresas pueden buscar mejorar su presencia en el mercado o reputación, adaptarse a los cambios del consumo o cubrir determinadas necesidades de su público objetivo.
Beneficio económico:	Es una clara consecuencia del incremento del número de ventas del nuevo producto o servicio. Potenciar la imagen de marca: si se tiene un cliente concreto, la marca solo será conocida por un número reducido de personas. Pero si se amplía el target, se incrementará la presencia en la sociedad.
Mejora de la presencia en el mercado:	Y como consecuencia de lo anterior, consolidaremos el posicionamiento en ese nuevo mercado.
Mayor capacidad para hacerle frente a los cambios:	Al tener un mayor conocimiento de lo que necesitan los clientes, es posible anticipar con mayor rapidez y dar respuesta adecuada a las necesidades de los clientes

Fuente: Indómito (2018).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

3.1.1. *Cuantitativo*

De manera más detallada, y desde la concepción de Maldonado (2018), se utiliza para la recolección, análisis e interpretación de los datos para contestar preguntas de investigación o probar hipótesis establecidas previamente, de manera que está fundamentado en la medición numérica, el conteo de los datos y la utilización de la estadística para establecer con exactitud los factores de comportamiento en una población o muestra.

El presente trabajo de investigación se aplicó un enfoque cuantitativo para obtener información que permita reconocer los datos de manera numérica de los habitantes del cantón Pallatanga, para obtener los resultados de la encuesta que se realice mediante un muestreo, las cuales ayuden detectar los problemas de forma directa.

3.1.2. *Cualitativo*

Las investigaciones cualitativas según Maldonado (2018), indica que descubren y establecen preguntas de investigación, con frecuencia se utilizan técnicas de recolección de datos que no necesitan medición estadística como las notas de campo, las entrevistas, la observación directa, las descripciones, etc.

Se aplicó este enfoque en la investigación para obtener información verídica en función a las actividades y cualidades que favorezcan al crecimiento económico de las familias, con el fin de establecer conclusiones y sugerir recomendaciones de avance hacia un futuro en la economía de los productores de los diferentes sectores.

3.2. Nivel de Investigación

3.2.1. *Investigación exploratoria*

Según Villa (2018), menciona que el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Estos estudios sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos.

Este tipo de investigación denominada exploratoria para el desarrollo del estudio de factibilidad se centra en hallar todo lo pertinente con el análisis interior y externo del cantón para el desarrollo del estudio pertinente y pueda tener un excelente funcionamiento la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga.

3.2.2. *Investigación descriptiva*

Desde el punto de vista el autor Villa (2018), menciona que la investigación descriptiva busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se sometido a análisis.

La investigación descriptiva busca especificar una descripción completa de cada uno de los factores y las variables que inciden en el estudio de mercado para demostrar si es o no factible la apertura de la Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga.

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. *No experimental*

Según Hernández et al. (2014), indica que: la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional la variable independiente para ver su efecto sobre otras variables, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (p. 152)

En la presente investigación no se trabajará en laboratorios y las variables de investigación observadas la forma correcta de desarrollar un estudio de mercado sin aplicó reactivos químicos por tal motivo la investigación no es experimental debido a que se aplicará la apertura de una

Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga.

3.4. Tipo de investigación

Transversal

El estudio transversal se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido. (Ramirez, 2017).

La presente investigación se realizará mediante un diseño transversal debido a que se aplicará una sola vez encuesta, a la población para la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga para de esa manera desarrollar un estudio de mercado de forma correcta que ayude a verificar la factibilidad.

3.5. Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

3.5.1. Población

Según Robles (2019), La población es considerada como un conjunto de unidades generales una persona, cosa, transacción o evento; en los que estamos interesados en estudiar.

Según la proyección del INEC del año 2020, la población económicamente activa del cantón Pallatanga es de 11.415 habitantes, dato publicado mediante la proyección cantonal del INEC.

3.5.2. Muestra

Para el autor Robles (2019), indica que la muestra es un subconjunto de la población para determinar qué parte de una realidad debe examinarse para hacer inferencias sobre el todo del que procede.

Para la presente investigación se aplicó la siguiente la fórmula de la muestra considerando 11.415 habitantes, a los que se tomarán en cuenta para realizar el cálculo de la muestra los mismos que permitirán obtener datos reales como se muestra a continuación:

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

Donde

n	Tamaño de la muestra.
Z	Nivel de confiabilidad 95% Z = 1.96
p	Probabilidad de ocurrencia 0.5
q	Probabilidad de no ocurrencia 1 - 0.5 = 0.5
N	Población: = 11.415 Habitantes (PEA)
e	Error de muestreo 0.05 (5%)

Efectuando el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (11.415)}{(0.05)^2(11.415 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = \frac{11.415}{18}$$

n= 371,68 Encuestas

n= 372 Encuesta a ejecutar a los habitantes

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Métodos

Inductivo:

Según Cegarra (2012), menciona que: “Consiste en basarse en enunciados singulares para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías”. (p. 83)

En el trabajo de investigación se utilizará el método inductivo, el cual consistirá en la observación de información, hechos y además la recolección de datos que sirvan de sustento para poder determinar la factibilidad de la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga.

Deductivo

Según Maya (2014), señala que:” Es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares”. (p. 14)

En el presente Trabajo de Titulación se utilizará dicho método, puesto que parte de lo general a lo particular, en donde se efectuó un análisis global de la población para posteriormente detectar puntos positivos o negativos para el desarrollo del estudio de mercado mediante un análisis optimo y veras.

3.6.2. Técnicas e instrumentos

Técnicas

Encuesta:

Según Martínez (2015), manifiesta que: “Es un instrumento de la investigación, que consiste en obtener información mediante el uso de cuestionarios diseñados de forma previa, que son respondidas por la población o muestra”. (p. 27)

A través de esta técnica se podrá aplicar una encuesta a la Población Económicamente Activa, en la cual se obtendrá información suficiente y objetiva de la situación actual y las condiciones de vida de la población para poder solventar los créditos y de esta forma dar apertura de una Sucursal para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda., en el cantón Pallatanga.

Observación:

Según Martínez (2015), indica que:” Es el método de investigación por el cual se adquiere información de un hecho a través de los sentidos. Proceso que pretende la adquisición de información sobre el sujeto objeto de estudio”. (p. 40)

Mediante esta técnica se buscará examinar de manera rápida el comportamiento de todos los habitantes del cantón Pallatanga, en sus actividades económicas y esto será evidencia observación para conocer su estatus económico.

Instrumentos

Cuestionario

Según Calduch (2014), manifiesta que: “Es un conjunto de preguntas organizado para facilitar información sobre un suceso o problema de la realidad a partir de las respuestas expresadas por una persona o un colectivo de personas previamente seleccionadas”. (p. 154)

Se aplicará la técnica del cuestionario con una serie de preguntas abiertas o cerradas a todos los habitantes mayores de 18 años y constituyan la Población Económicamente Activa el cual servirá para recolectar información relevante acerca de la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Edad del encuestado

Tabla 1-4: Edad

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
18 años a 24 años	81	21,77%
25 años a 34 años	117	31,45%
35 años a 44 años	118	31,72%
45 años a 54 años	41	11,02%
Mas de 54	15	4,03%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

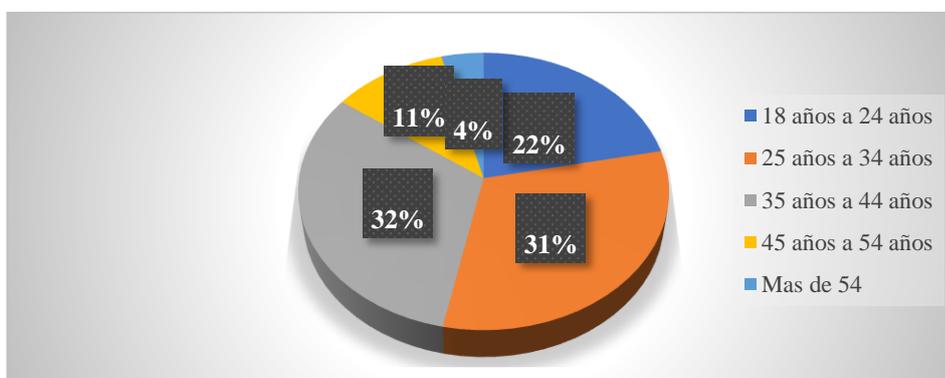


Ilustración 1-4: Edad

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados representa el 32% y 31% las edades que van desde el rango de 25 años a 44 años, mientras que el 22% son personas de 18 a 24 años, es decir personas más jóvenes, por otro lado, tenemos con el 11% habitantes de 45 a 54 años y finalmente se ubica con el 4% de encuestados más de 54 años, siendo de edad avanzada. Evidentemente existe un gran número de habitantes que acuden a la cooperativa por servicios financieros, mismas que se ubican en el rango de 25 años a 44 años considerando que a esta edad se ejerce más responsabilidades, mientras que las personas de 18-24 años y 45 años en adelante, en muchas de las ocasiones no requieren de estos servicios.

Nivel de instrucción

Tabla 2-4: Nivel de instrucción del encuestado

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Ninguno	11	2,96%
Primaria	75	20,16%
Secundaria	182	48,92%
Superior	104	27,96%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

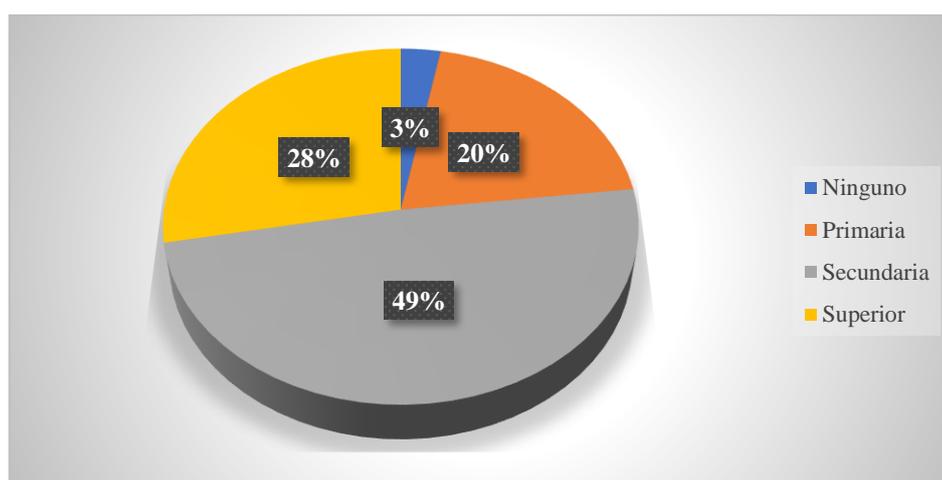


Ilustración 2-4: Nivel de instrucción del encuestado

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 49% de los encuestados cuentan con estudios secundarios, el 28% terminaron sus estudios superiores, mientras que el 20% estudiaron únicamente la primaria, finalmente un 3% no tuvo la posibilidad de acceder a estudiar. De este modo se manifiesta que la mitad de los encuestados obtuvieron la posibilidad de acceder a estudios secundarios siendo las personas más interesadas en adquirir los servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, seguido de personas con estudios superiores, cabe recalcar que son personas adultas que sienten la necesidad de ahorrar y a la vez de solicitar créditos que ayuden a sobresalir.

Estado Civil

Tabla 3-4: Estado civil del encuestado

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Soltero/a	137	36,83%
Casado/a	181	48,66%
Divorciado/a	11	2,96%
Unión libre	30	8,06%
Viudo/a	13	3,49%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

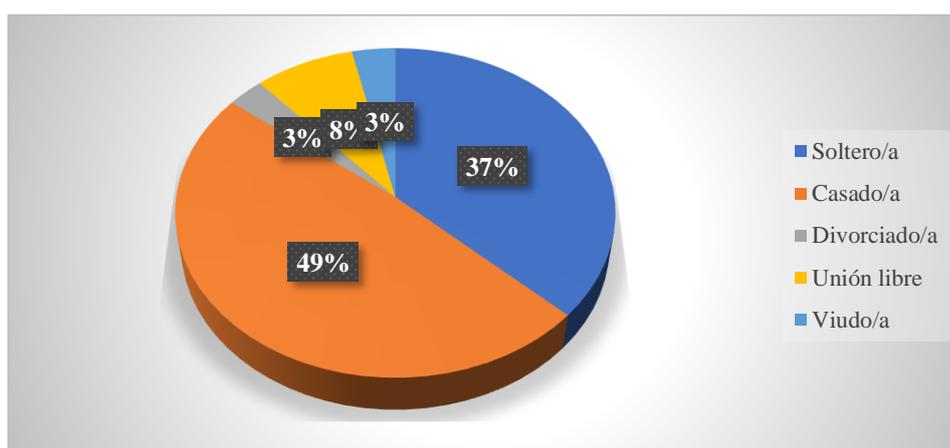


Ilustración 3-4: Estado civil del encuestado

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las personas consideradas para determinar la factibilidad de una sucursal de la Cooperativa en Chimborazo representan un 49% que poseen un estado civil de casados, de igual forma con el 37% le sigue la opción solteros, un 8% corresponden a unión libre, por otro lado, el 3% son viudos y únicamente el 3% son divorciados. Ante lo mencionado se observa que los ciudadanos con estado civil de casados y solteros son los más interesados en adquirir servicios financieros puesto que tienen mayor responsabilidad para acceder a un crédito al igual que buscan ahorrar para mejorar su calidad de vida.

1. ¿Qué instituciones financieras conoce Usted en el cantón Pallatanga?

Tabla 4-4: Instituciones financieras de Pallatanga

Detalle	Si	No	Total	Valor relativo
BanEcuador	335	37	372	90,05%
Cooperativa de Ahorro y Crédito San Miguel de Pallatanga	349	23	372	93,82%
Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.	335	37	372	90,05%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

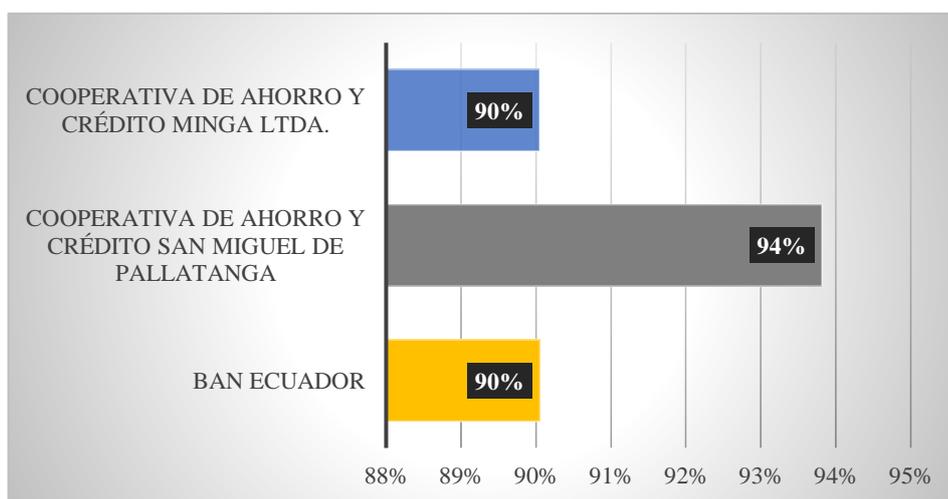


Ilustración 4-4: Instituciones financieras de Pallatanga

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En base a la información recopilada se identificó que un 90% del total de encuestados mencionan conocer la institución financiera Ban Ecuador, el 94% del total de encuestados mencionan que conocen la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Miguel de Pallatanga, y además el 90% de los encuestados mencionan conocer la Cooperativa de ahorro y Crédito Minga Ltda. En conclusión, la institución financiera San Miguel de Pallatanga es más conocida en el cantón, esto debido a que ya se encuentran años, en el mercado local prestando servicios financieros, siendo una cooperativa creada en el cantón buscando opciones para posicionarse en el mercado.

2. ¿Hace uso de los servicios financieros?

Tabla 5-4: Servicios financieros

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Si	324	87,10%
No	48	12,90%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

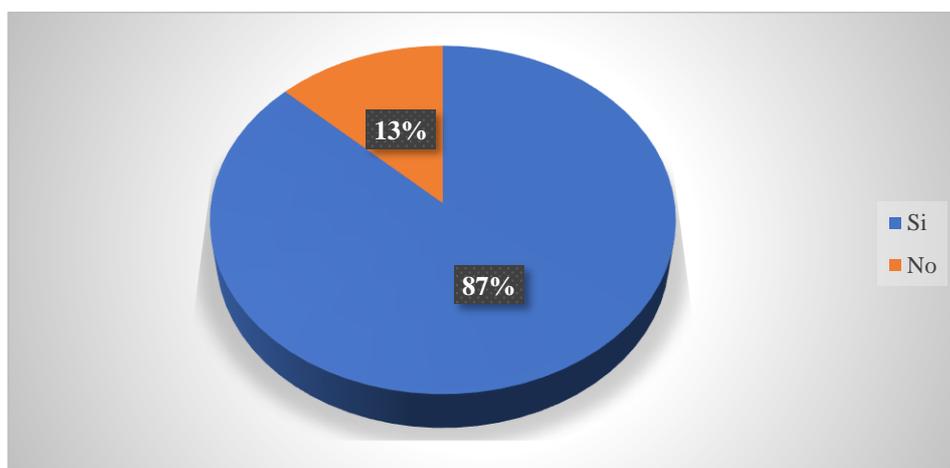


Ilustración 5-4: Servicios financieros

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el 87% manifestó que hace uso de los servicios financieros, mientras que el 13% no requiere de los servicios. Evidentemente las personas encuestadas que indicaron usar servicios financieros mencionan que lo hacen por temas de trabajo, ahorro y en muchas de las ocasiones solicitan créditos para poder invertir o comprar lo que se les sea necesario, por otro lado, existen ciudadanos que no requieren este tipo de servicios ya que se sienten cómodos con el manejo de su dinero sin necesidad de la intervención de una Cooperativa.

3. ¿De qué actividad proviene sus ingresos económicos?

Tabla 6-4: Actividad de ingresos

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Empleado privado	110	33,95%
Empleado público	36	11,11%
Comercio	55	16,98%
Transporte	13	4,01%
Agricultura/Ganadería	45	13,89%
Construcción	32	9,88%
Artesano	10	3,09%
Remesas	16	4,94%
Otro	7	2,16%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

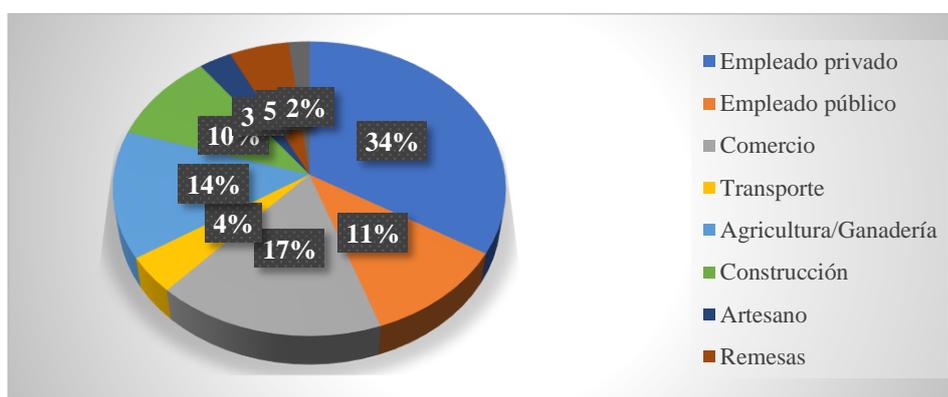


Ilustración 6-4: Actividad de ingreso

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la información obtenida como resultado de las encuestas realizadas revelan que los ingresos de los encuestado provienen en un 34% al ser empleado privado, el 17% indica ser del comercio, un 14% proviene de la agricultura/ ganadería, el 11% corresponde a empleados públicos, un 10% es de construcción, el 5% proviene de remesas, 4% de transporte, 3% representa a los artesanos, mientras que un 2% corresponde a otras actividades ajenas a las mencionadas. La mayor parte de ingresos proviene de empleados privados y públicos, al igual que de la agricultura y construcción. Es importante mencionar que al obtener un número significativo de personas que cuentan con estudios secundarios, estos desarrollan todo tipo de actividades con mayor esfuerzo físico de acorde a su nivel de educación por otra parte están las personas con estudios superiores que ejercen puestos de trabajo de acorde a sus capacidades.

4. ¿Cómo son sus ingresos económicos?

Tabla 7-4: Periodo de ingresos

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Diario	75	23,15%
Semanal	94	29,01%
Quincenal	49	15,12%
Mensual	100	30,86%
Otro	6	1,85%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

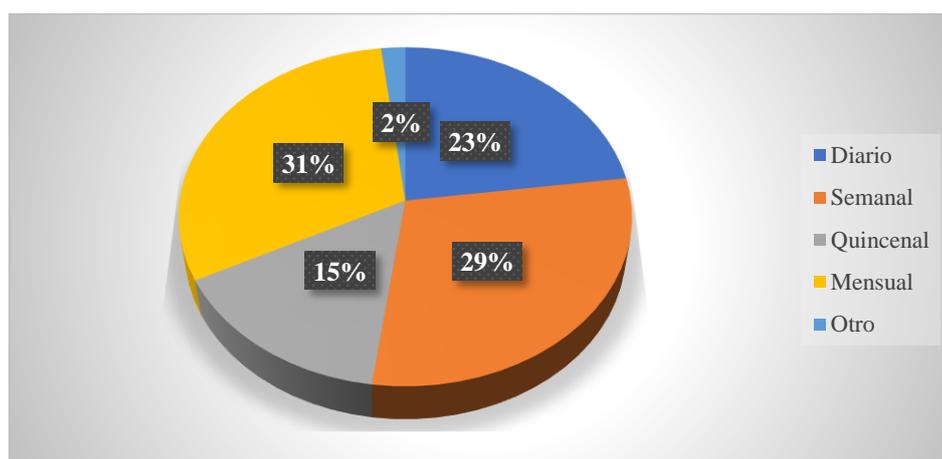


Ilustración 7-4: Periodo de ingresos

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 31% de los encuestados menciona que sus ingresos económicos son mensuales, el 29% alude ser semanales, mientras que el 23% manifiestan ser ingresos diarios, de igual forma el 15% manifiesta que son quincenales finalmente un 2% dice estar dentro de otro tipo de periodo los ingresos. De este modo se evidencia que los ingresos económicos de los encuestados se encuentran en un periodo de ingresos diarios a mensuales ya que en algunos de los casos las actividades que se realiza no requieren de mucho tiempo para ejecutarlo, además se debe considerar que en algunas ocasiones se llega a obtener otros ingresos, mismo que pueden ser trimestrales inclusive anuales.

5. Aproximadamente ¿Cuánto es el ingreso mensual?

Tabla 8-4: Valor de ingresos

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
\$100-\$500	204	63,55%
\$501-\$1000	98	30,53%
Más de \$1000	19	5,92%
Total	321	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

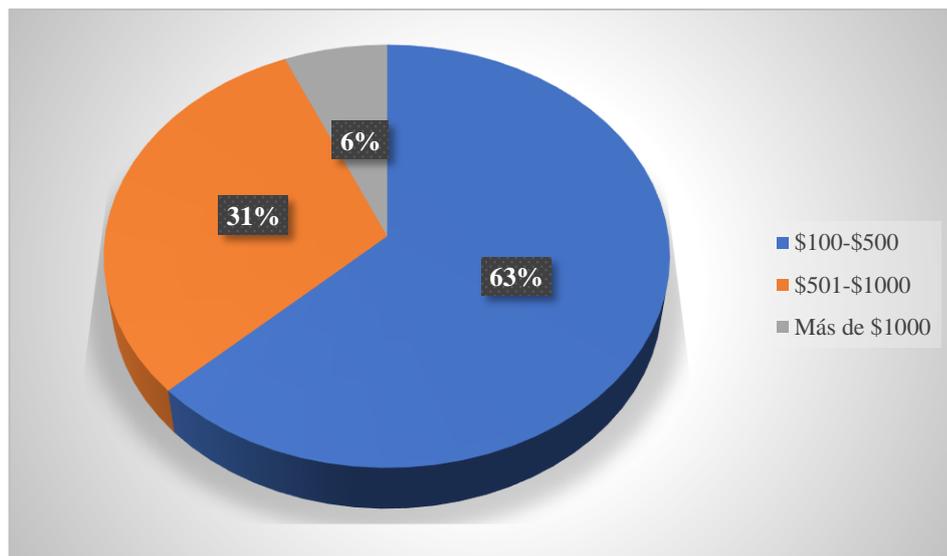


Ilustración 8-4: Valor de ingresos

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 63% del ingreso mensual de los encuestados corresponde de \$100-\$500, el 31% es de \$501-\$1000, mientras que el 6% es de más de \$1000. Ante la información obtenida y detallada se llega a la conclusión que la cantidad de ingresos más elevada es de \$100- \$1000 esto debido a que la mayor parte de personas poseen estudios secundarios y básicos, lo que les impide desempeñar otras actividades para generar un mayor ingreso a diferencia de los encuestados con estudios superiores que tienen más facilidades para lograr más de \$1000 ingresos mensuales.

6. ¿De los ingresos que Usted tiene, realiza ahorros?

Tabla 9-4: Realizar ahorros

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Si	268	72,04%
No	104	27,96%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

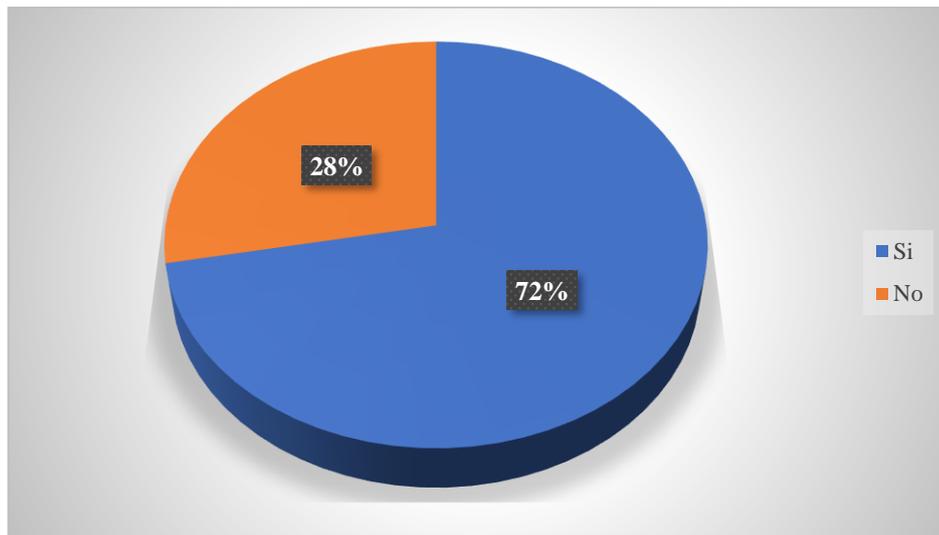


Ilustración 9-4: Realizar ahorros

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de los estados considerados se manifiesta que el 72% si realiza ahorros directamente de sus ingresos obtenidos mientras que el 28% no realiza ningún tipo de ahorro. Ante lo mencionado existe una gran cantidad de personas encuestadas que realizan ahorros instituciones financieras con la finalidad de comprar algún bien, invertir en otras actividades o a la vez son destinados para algún tipo de negocio es decir tiene una visión futura mientras que también existen persona que no les interesa generar un ahorro.

7. ¿Cuál es su motivación principal para ahorrar?

Tabla 10-4: Motivación de ahorro

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Salud	40	10,75%
Educación	57	15,32%
Vivienda	98	26,34%
Negocio	42	11,29%
Vehículo	26	6,99%
Acceso al crédito	2	0,54%
No aplicó	104	27,96%
Otro	3	0,81%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

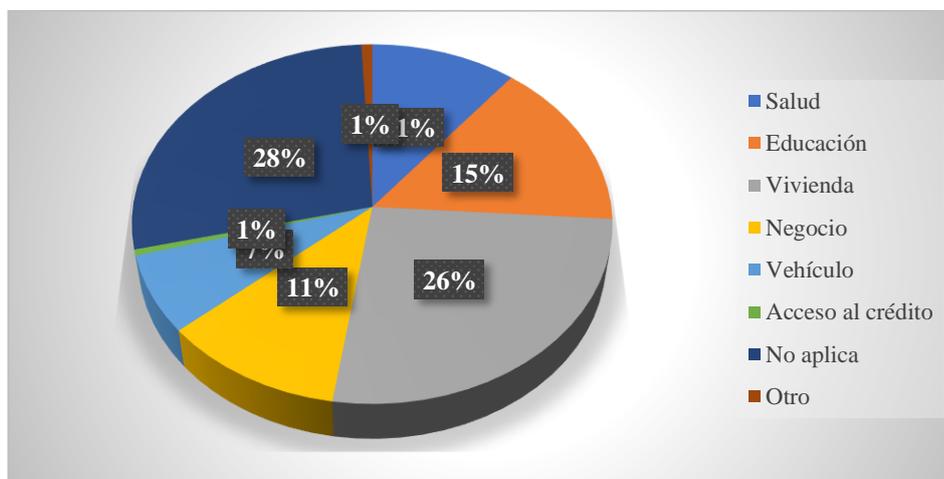


Ilustración 10-4: Motivación de ahorro

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 26% de los encuestados manifiestan que sus ahorros están destinados a la vivienda, el 15% menciona que lo primordial es destinarlo a educación, en un 11% está destinado a un negocio, por otro lado, con tan solo un 11% los ahorros son para salud, finalmente en un 7%, 1% y 1% se define para otras actividades diferentes a las mencionadas en ellas se incluye la adquisición de un vehículo y el acceso a crédito y finalmente el 28% de los encuestados indican que no ahorran. De esta manera se considera que la mayor motivación para ahorrar son motivos vinculados en mejorar la calidad de vida ya que los deseos de ahorrar se enfocan en vivienda, salud, educación y negocio lo que les permite a las personas que acceden a los servicios financieros mejorar su estilo de vida.

8. ¿Con qué frecuencia ahorra?

Tabla 11-4: Frecuencia de ahorro

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Diario	18	4,84%
Semanal	66	17,74%
Quincenal	31	8,33%
Mensual	150	40,32%
No aplicó	104	27,96%
Otro	3	0,81%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

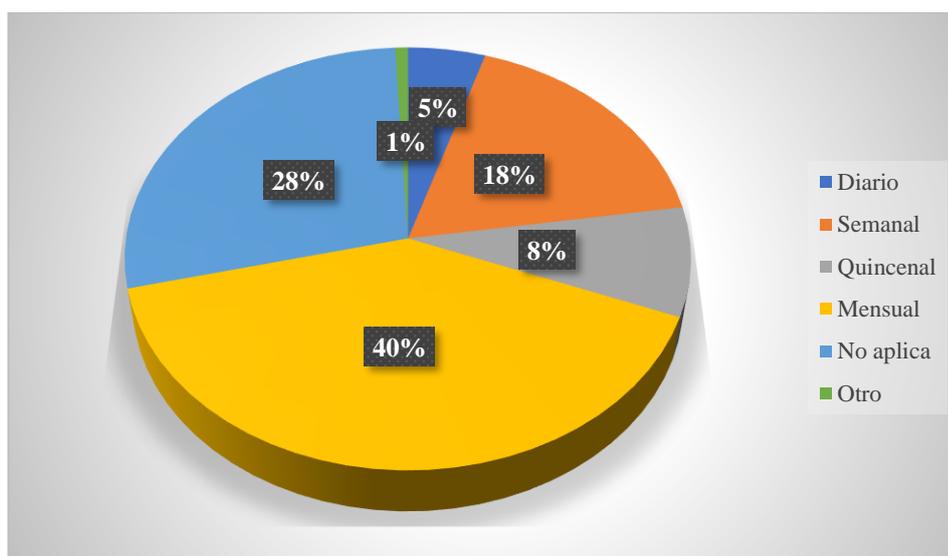


Ilustración 11-4: Frecuencia de ahorro

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de los encuestados manifiesta que su frecuencia de ahorro es del 40% de forma mensual, un 28% mencionan que no realizan ahorros, mientras que el 18% lo hace de forma semanal, de igual forma un 8% lo realiza de manera quincenal, el 5% es diario y el 1% corresponde a otros tipos de frecuencias utilizados para ahorrar. Con respecto a la información detallada se puede observar que los encuestados realizan ahorros con una frecuencia mensual y semanal, esto debido a que se les hace más fácil destinar un montón adecuado para ahorros siendo visionario además muy pocas de las personas realizan esta actividad ya que sus ingresos los imposibilitan.

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

Tabla 12-4: Obtención de crédito

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Si	233	71,91%
No	91	28,09%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

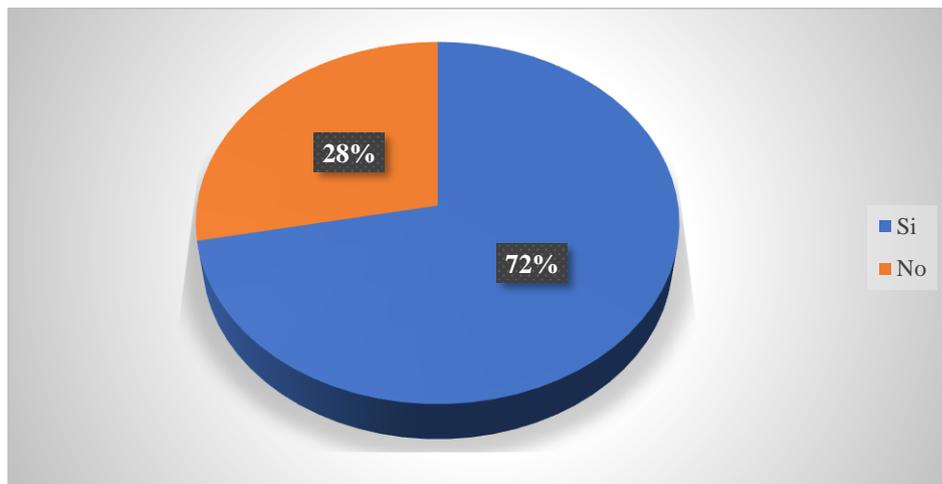


Ilustración 12-4: Obtención de crédito

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la investigación realizada el 72% de los encuestados indicaron que, si han obtenido un crédito en instituciones financieras, mientras que el 28% menciona no haber tenido la necesidad de recurrir a un crédito. Por consiguiente, muchos de las personas han accedido a un crédito a lo largo de su vida, lo que les ha permitido mejorar su calidad de vida y generar nuevas oportunidades, mientras que otros encuestados indican no acceder a créditos y optar por ahorrar para adquirir lo deseado.

10. ¿Cuántos créditos ha realizado en los dos últimos años?

Tabla 13-4: Número de créditos

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
1 crédito	159	49,07%
2 créditos	42	12,96%
3 créditos	10	3,09%
Más de 3	7	2,16%
Ninguno	106	32,72%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

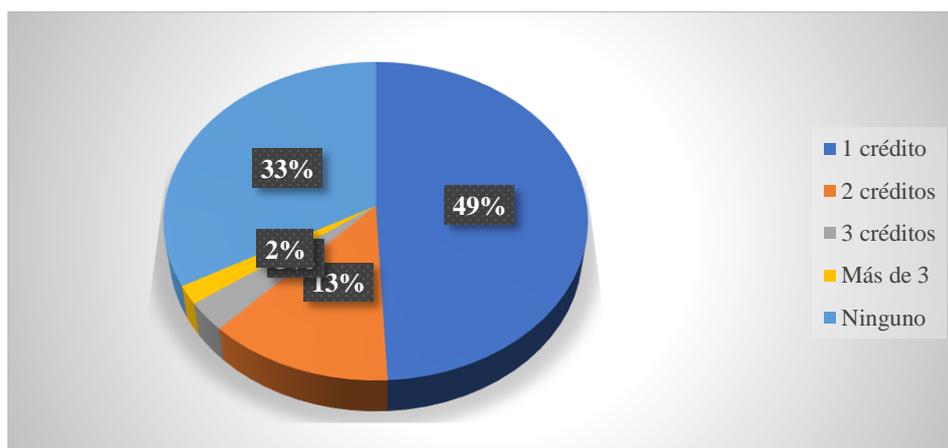


Ilustración 13-4: Número de créditos

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En base al resultado obtenido de los encuestados el 49% menciona haber realizado un crédito en los dos últimos años, el 33% menciona no tener ningún tipo de crédito, mientras que el 13% indica haber realizado dos créditos en el tiempo estipulado, un 3% ha realizado 3 créditos, finalmente solo el 2% ha optado por más de 3 créditos. En consecuencia, en el transcurso de los dos últimos años la mayor parte de encuestados ha realizado de 1 a dos créditos esto con la finalidad de utilizarlos para mejorar la calidad de vida y a la vez en busca de nuevas oportunidades enfocadas en un negocio, como se puede observar un porcentaje mínimo hacer referencia a crédito realizado a partir de los 3 créditos en adelante ya que no se han visto en la necesidad de solicitarlos de manera continua.

11. ¿De qué montos ha realizado sus créditos?

Tabla 14-4: Montos de créditos realizados

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
\$500-\$1000	59	18,21%
\$1001-\$5000	94	29,01%
\$5001-\$10000	46	14,20%
Más de \$10000	34	10,49%
No aplicó	91	28,09%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

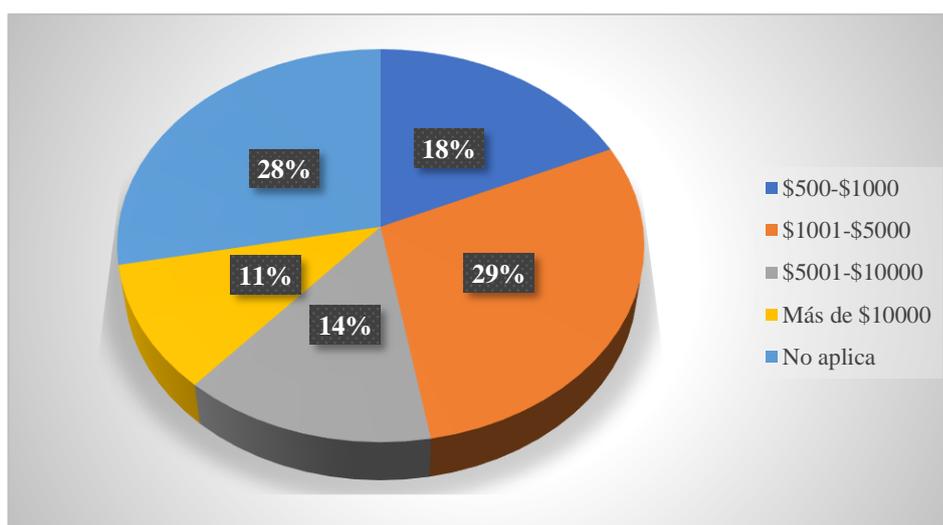


Ilustración 14-4: Montos de créditos realizados

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de los encuestados manifiesta el 32% menciona haber obtenido un monto de \$1001-\$5000, el 21% el crédito de \$500-\$1000, tan solo el 17% menciona un valor de \$5001-\$10000 y el 13% dice haber realizado más de \$10000 a instituciones financieras. Por otra parte, se evidencia que los montos que mayor se realizan como crédito es de \$1001 a \$5000 debido a que en muchas de las ocasiones solo utilizan para inversiones y compras pequeñas, también hay que considerar que se encuentran los créditos desde \$500 que en ocasiones pueden llegar a los \$10000, todo depende de la necesidad de las personas por adquirir el servicio.

12. En el caso de tener crédito ¿Cuántos créditos está pagando?

Tabla 15-4: Número de créditos pagados

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
1 crédito	182	56,17%
2 créditos	41	12,65%
3 créditos	7	2,16%
Más de 3	1	0,31%
Ninguno	93	28,70%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

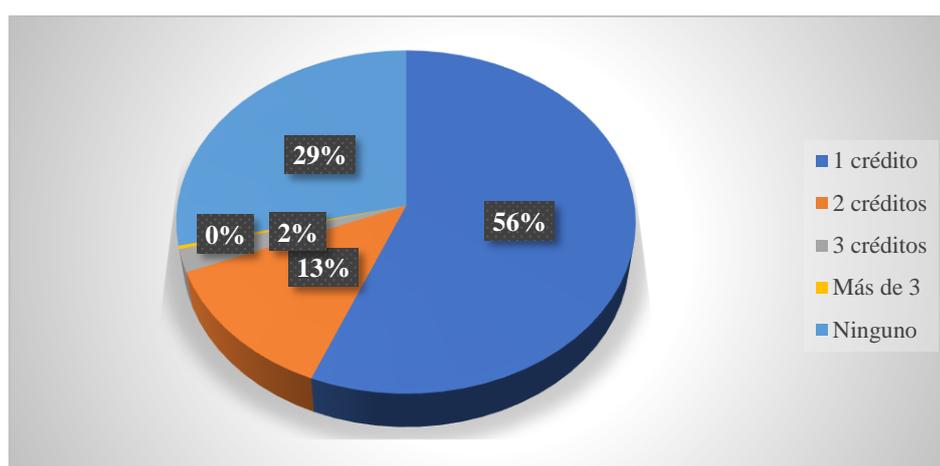


Ilustración 15-4: Número de créditos pagados

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 56% de los encuestados aluden que están pagando 1 crédito hasta la actualidad, mientras que el 13% indica estar pagando 2 crédito y tan solo el 2% está pagando 3 créditos y más de 3 créditos es el 1%. De este modo se constata que las personas están pagando de 1 a 2 créditos, esto debido a la necesidad que se presenta y a los ingresos que le favorecen, es evidente que a partir de 3 créditos muy pocas personas acceden por la dificultad para cancelar las cuotas, ya que muchas de las veces estas personas son desempleadas.

13. ¿En qué utilizó el crédito?

Tabla 16-4: Uso de crédito

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Salud	5	1,54%
Educación	16	4,94%
Vivienda	119	36,73%
Negocio	49	15,12%
Vehículo	19	5,86%
Agricultura/Ganadería	19	5,86%
No aplicó	91	28,09%
Otro	6	1,85%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

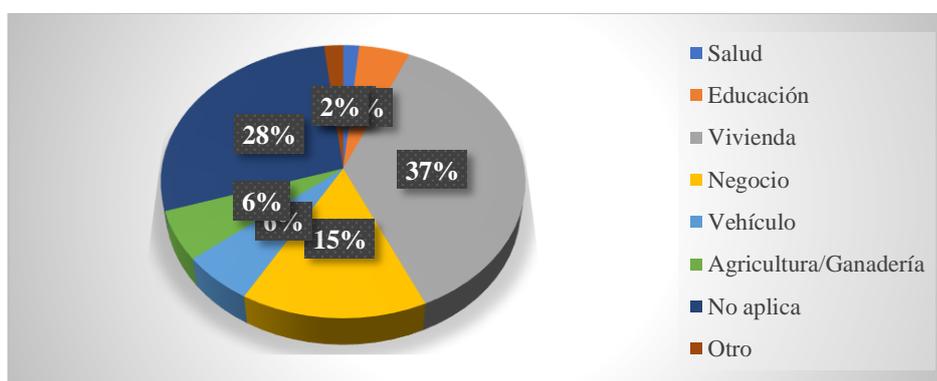


Ilustración 16-4: Uso de crédito

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los encuestados manifiestan que el crédito adquirido se lo destino para diferentes ámbitos estos están distribuidos de la siguiente manera: el 40% se menciona que es para adquirir una vivienda, mientras que el 17% lo ocupa para crear un negocio, el 7% lo destina para agricultura/ganadería, de igual modo el 6% es para educación, el 7% para la adquisición de vehículos, el 2% para salud y finalmente el 3% se lo define a otras necesidades de los encuestados. Por lo tanto, la investigación realizada ha permitido conocer que los créditos otorgados por instituciones financieras han sido destinados para asunto de adquisición de vivienda, crear negocios y agricultura/ganadería quedando en segundo plano los temas de salud y educación, puesto que estas personas buscan generar un crecimiento económico en sus ingresos que le permita mejorar su calidad de vida.

14. ¿Cómo califica los siguientes aspectos de la institución financiera con la que Usted trabaja?

Horario de atención

Tabla 17-4: Aspecto - horario de atención

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Excelente	45	13,89%
Bueno	247	76,23%
Regular	32	9,88%
Malo	0	0,00%
Muy malo	0	0,00%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

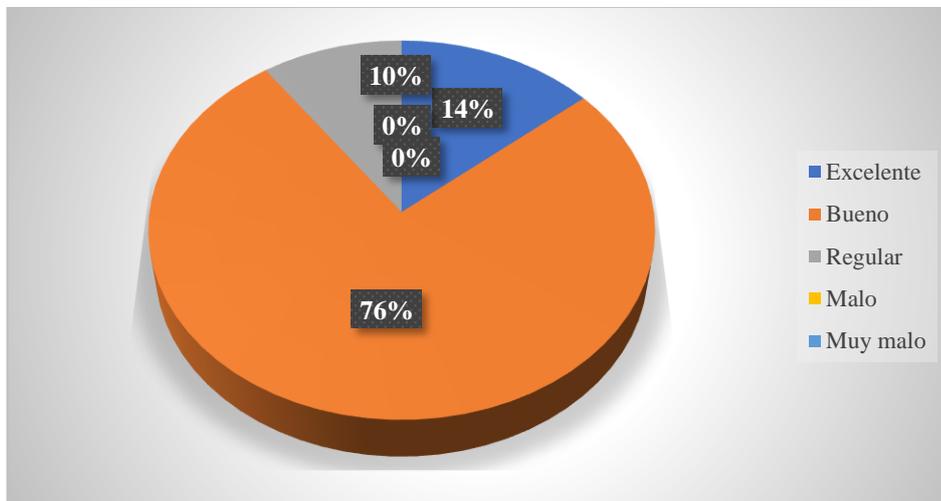


Ilustración 17-4: Aspecto - horario de atención

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los encuestados consideran que el horario de atención de la institución financiera con la que trabajan es bueno con el 63%, mientras que otros manifiestan ser excelente alcanzando un 14%, el 10% indican ser regular. En conclusión, más de la mitad de los encuestados de la investigación mencionan estar satisfechos con el horario de atención ya que en muchos de los casos existen largas filas en las cooperativas para realizar o adquirir cualquier tipo de servicio financiero, de este modo el horario ayuda a realizarse esta acción en el lugar y tiempo requerido sin ocasionar algún tipo de retraso.

Atención personal

Tabla 18-4: Aspecto- atención personal

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Excelente	42	12,96%
Bueno	237	73,15%
Regular	42	12,96%
Malo	3	0,93%
Muy malo	0	0,00%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

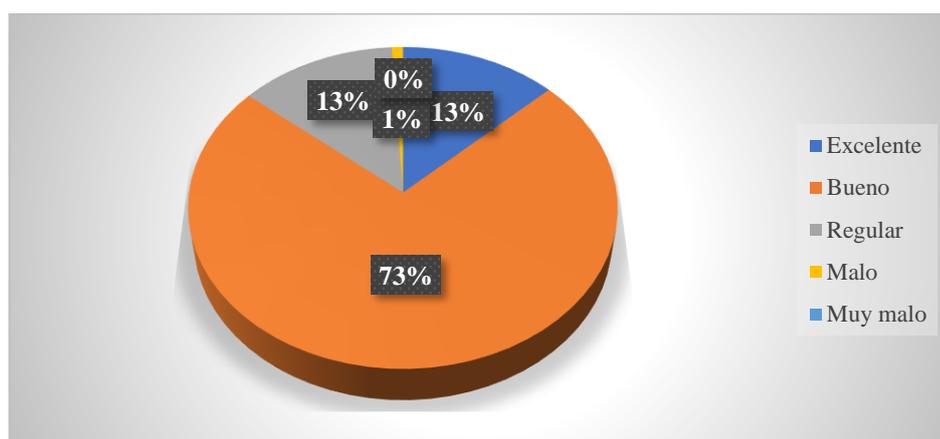


Ilustración 18-4: Aspecto- atención personal

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La atención personal es fundamenta, es por ello por lo que los encuestados indican que en un 73% que es buena, el 13% es excelente, en un 13% se representa como regular, mientras que el 1% dice ser una atención mala p. De la misma forma se establece que la atención de personal se encuentra de un rango de regular hacia excelente, es decir existe una gran parte de encuestados que se encuentran conformes con la atención.

Espacio Físico

Tabla 19-4: Aspectos- espacio físico

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Excelente	45	13,89%
Bueno	234	72,22%
Regular	42	12,96%
Malo	3	0,93%
Muy malo	0	0,00%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

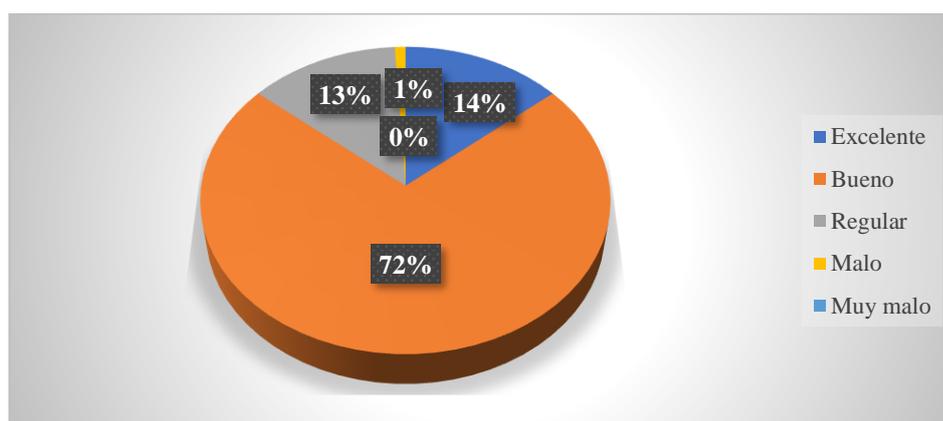


Ilustración 19-4: Aspectos- espacio físico

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El aspecto físico de la institución con la que se trabaja es bueno con el 72%, de igual forma el 14% manifiesta ser excelente al igual que el 13% reconoce ser regular y el 1% menciona que es un malo espacio. Una mayor parte de encuestados revela que los espacios físicos son adecuados para la institución financiera solo un bajo porcentaje manifiesta que es regular y malo, que además no cumple con las expectativas de las personas interesadas en trabajar con la institución.

Resolución de problemas

Tabla 20-4: Aspectos-resolución de problemas

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Excelente	32	9,88%
Bueno	224	69,14%
Regular	58	17,90%
Malo	10	3,09%
Muy malo	0	0,00%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

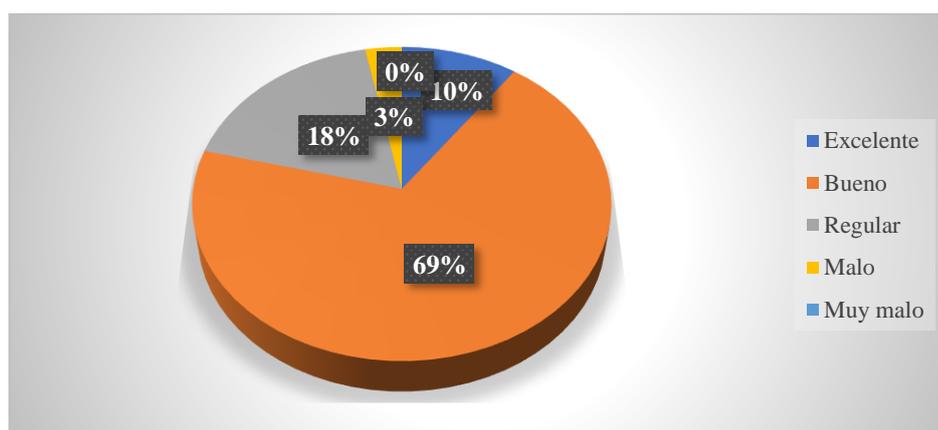


Ilustración 20-4: Aspectos-resolución de problemas

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de los encuestados la resolución de problemas en la institución financiera es representada con el 69% como buena, mientras que el 18% dice ser regular, solo el 10% menciona que es excelente, el 3% indica ser malo. Como se evidencia en la investigación realizada la resolución de problemas es importante dentro de una institución financiera o cualquier otra organización por más de la mitad de encuestados manifiesta ser una resolución buena y excelente, por otro lado, en porcentajes menores dicen ser una situación que va de lo regular a lo malo ya que no tiene la capacidad para reaccionar la institución de manera rápida y oportuna ante problemáticas.

Agilidad en tramites

Tabla 21-4: Aspectos- agilidad en tramites

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Excelente	45	13,89%
Bueno	214	66,05%
Regular	62	19,14%
Malo	3	0,93%
Muy malo	0	0,00%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

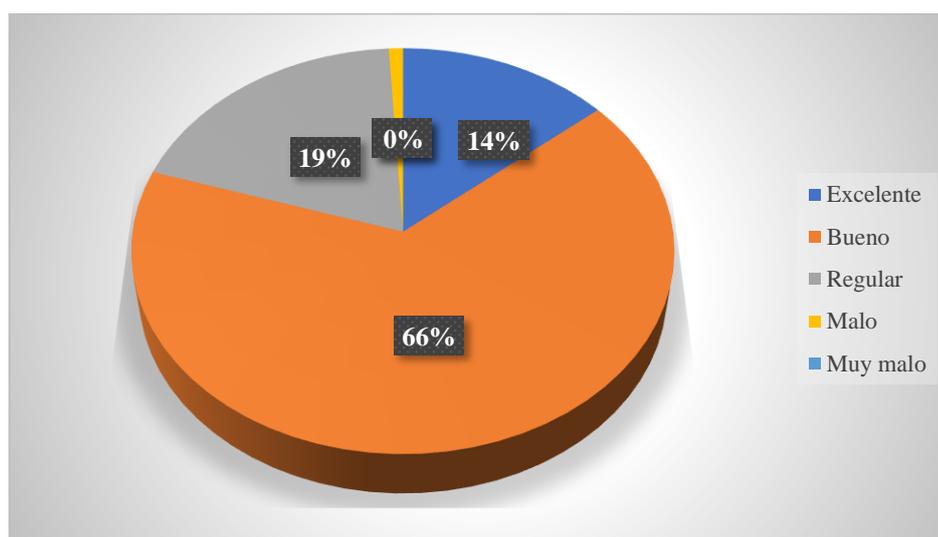


Ilustración 21-4: Aspectos- agilidad en tramites

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 66% de los encuestados que trabajan con la institución financiera mencionan que la agilidad de tramites es buena, el 19% dice ser regular, mientras que el 14% manifiesta ser excelente, el 1% menciona ser malo. Además de lo mencionado se llega a la conclusión de que la agilidad de tramites se encuentra entre malo bueno y excelente puesto que se considera el tiempo de atención, por otra parte, es importante mencionar que existen un porcentaje que menciona ser malo y regular esto debido a que muchas de las veces la institución financiera no cumple con las expectativas deseadas por lo que en base a la investigación se busca mejorar la agilidad de tramites

15. ¿Qué es lo más importante al momento de ahorrar o invertir su dinero en una institución financiera?

Tabla 22-4: Importancia para ahorrar

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Interés	123	37,96%
Seguridad	133	41,05%
Facilidad	65	20,06%
Otro	3	0,93%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

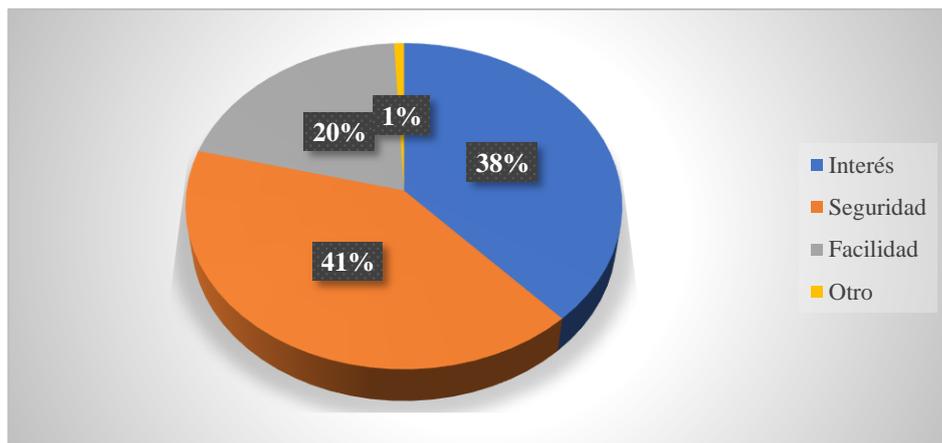


Ilustración 22-4: Importancia para ahorrar

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En las encuestas realizadas se menciona que lo importante considerado para ahorrar es la seguridad que brinda la institución financiera con respecto al dinero entregado, mismo que se indica en un 41%, de igual forma se alude con el 38% que es el interés que otorga, mientras que con el 20% se hace referencia a la facilidad de acceder a un ahorro o inversión y el 1% considera otros elementos entre ellos está la ubicación de la institución que les permite ser parte. De esta forma los encuestados manifiestan que al acceder a un ahorro o inversión en una institución financiero primero consideran la seguridad que se brinda para que el dinero este a salvo y en segundo lugar buscan acceder a los servicios en base a los intereses que se otorgue por las diferentes acciones que se realice, esto con la finalidad de obtener máximos beneficios.

16. ¿Con qué frecuencia hace uso de los servicios financieros?

Tabla 23-4: Frecuencia se servicios financieros

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Diario	16	4,94%
Semanal	130	40,12%
Quincenal	45	13,89%
Mensual	107	33,02%
Semestral	13	4,01%
Anual	13	4,01%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

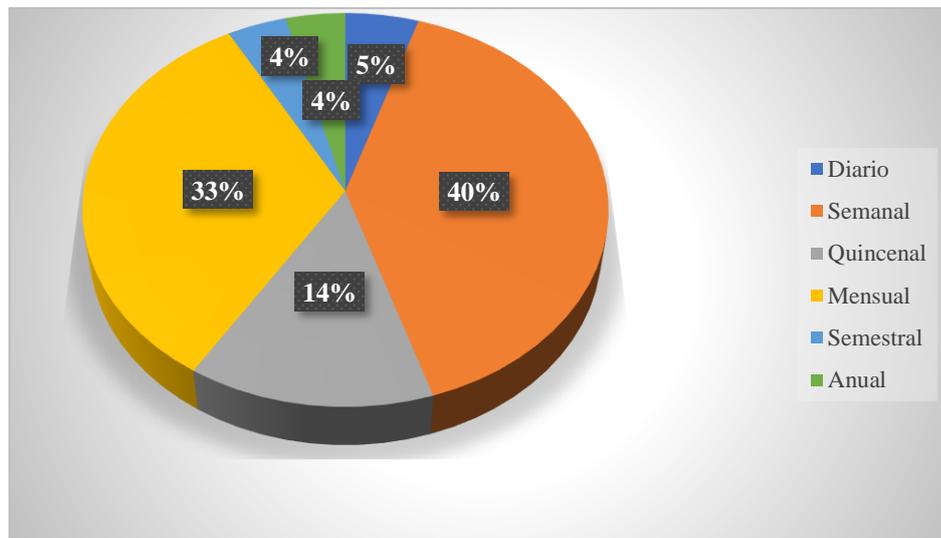


Ilustración 23-4: Frecuencia se servicios financieros

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los encuestados manifiestan en un 33% que acceden a los servicios financieros de manera mensual, de forma semanal lo realizan en un 40%, mientras que el 14% lo hace en un periodo quincenal, en un 4% se encuentra la frecuencia de forma semestral y anual, mientras que de forma diaria en el 5%. La participación económica de servicios financieros más realizados por estas personas es mensual, quincenal y semanal, puesto que en este tiempo se logra generar mayor actividad. Es importante mencionar que dentro de los servicios financieros se encuentran los ahorros, inversión, seguros, créditos y pagos, mismos que requieren otra frecuencia de uso tal como lo representa la investigación en porcentajes menores siendo diario, semestral y anual.

17. ¿Le gustaría ser socio de una nueva cooperativa de ahorro y crédito?

Tabla 24-4: Socio de una nueva cooperativa

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Si	292	90,12%
No	32	9,88%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

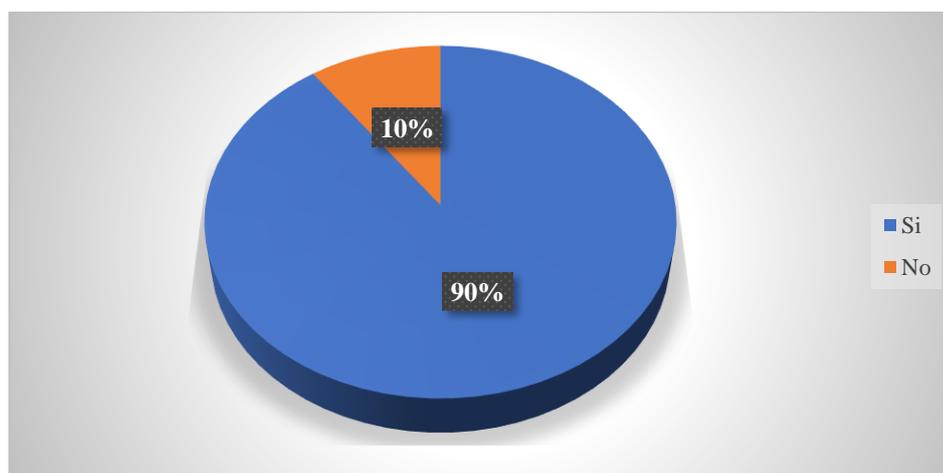


Ilustración 24-4: Socio de una nueva cooperativa

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de las personas encuestadas manifiestan con un 90% que si les gustaría ser socios de una nueva cooperativa que les brinde mejores servicios financieros, mientras que 10% no desea que se apertura la misma. De este modo los encuestados manifiestan el deseo de ser socios de una nueva cooperativa que se enfoque en mejorar la atención y servicios para de esta manera obtener máximos beneficios de manera conjunta. Por otra parte, existen encuestados que menciona innecesaria la creación de una nueva institución debido a que actualmente existe un sin número de cooperativas en el mercado que brindan los mismos servicios y características.

18. ¿En qué lugar le gustaría que se encuentre ubicado?

Tabla 25-4: Ubicación de la cooperativa

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Barrio Central	184	56,79%
Cerca de la Gasolinera PETROECUADOR	36	11,11%
Alrededor del Mercado Municipal	65	20,06%
Otro	39	12,04%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

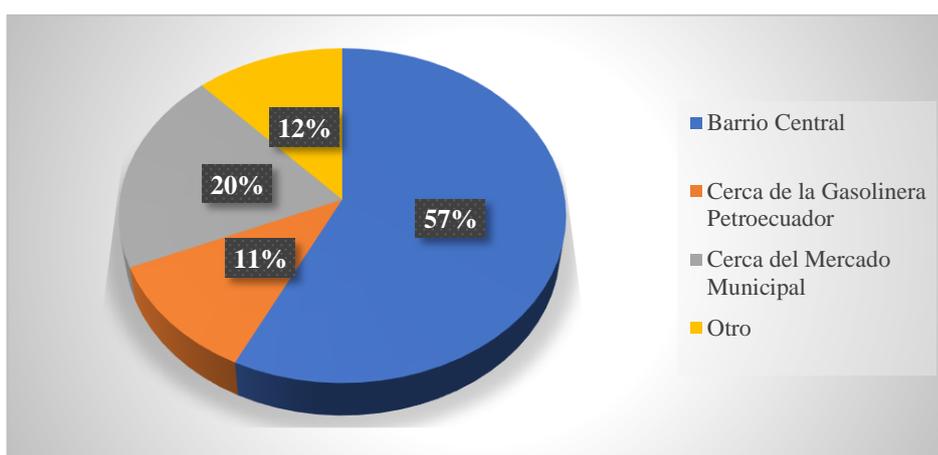


Ilustración 25-4: Ubicación de la cooperativa

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al crearse una nueva cooperativa los futuros socios desearían que se ubique en los siguientes lugares: con un 57% de participaciones mencionan que se ubique en el Barrio central, el 20% manifiesta que es mejor que este situado cerca del mercado municipal, del mismo modo el 11% expresa que debería ser cerca de la Gasolinera Petroecuador y el 12% considera ideal en otros lugares importantes del cantón como también dentro de este criterio se encuentran aquellos que no les gustaría la apertura de la sucursal. Evidentemente mayor acogida para la ubicación de la institución financiera es el Barrio central al igual que el mercado municipal, ya que es un lugar muy recurrido y al momento de requerir los de servicios financieros es más accesible su ubicación sin la necesidad de caminar hacia otros lugares, por otra parte los encuestados manifiestan como otros lugares adecuados para la ubicación de la cooperativa lugares como cerca al parque central, del colegio Provincia de Chimborazo y del parque acuático.

19. ¿Le gustaría que una institución financiera recaude su dinero en su puesto de trabajo o en su domicilio?

Tabla 26-4: Servicio a domicilio de recaudación

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Si	272	83,95%
No	52	16,05%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

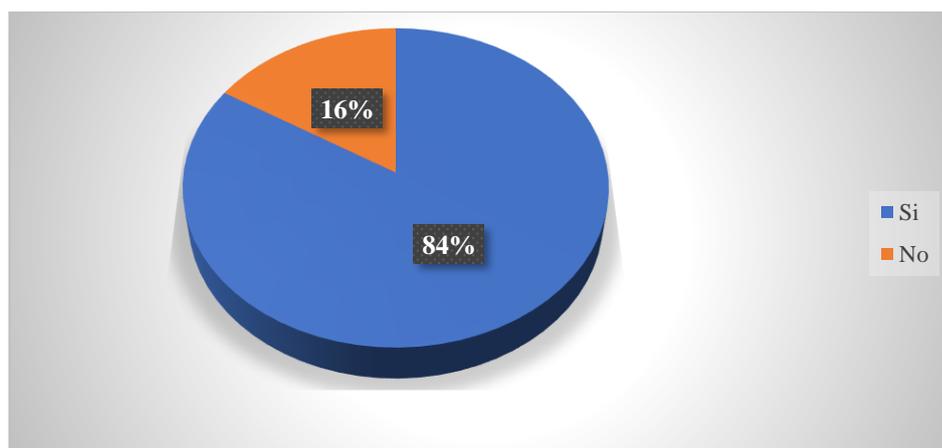


Ilustración 26-4: Servicio a domicilio de recaudación

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 84% de los encuestados mencionaron que la recaudación fuera de manera rápida y oportuna en sus respectivos hogares o trabajos, mientras que el 16% menciona que no le gustaría la acción, debido a que se genera incomodidad ya sea al laborar o al encontrarse en casa, además genera desconfianza en la seguridad de recaudación de dinero. Actualmente las instituciones financieras han optado por incrementar en su servicio la recaudación de dinero a domicilio o en el lugar de trabajo, esto debido a que muchas de las veces los horarios de atención al público no se ajustan a la disponibilidad de tiempo de los socios es por ello por lo que los encuestados manifiestan conformes con lo menciona, ya que ayudara a optimizar su tiempo.

20. ¿Por qué razón Usted accedería a un crédito en una nueva institución financiera?

Tabla 27-4: Crédito en una nueva institución

Detalle	Valor Absoluto	Valor relativo
Cantidad que presta	29	8,95%
Da a tiempo el dinero	10	3,09%
Trámite rápido	36	11,11%
Buena atención	13	4,01%
Intereses Bajos	217	66,98%
Plazos a convenir	10	3,09%
Cercanía	6	1,85%
Otro	3	0,93%
Total	324	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

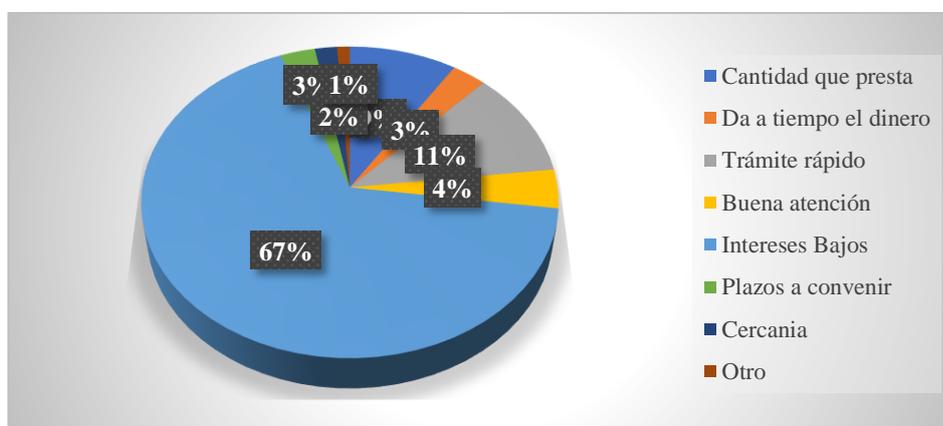


Ilustración 27-4: Crédito en una nueva institución

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Ibles, J. 2022.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la investigación realizada los encuestados mencionan con un 67% que la razón para acceder a un crédito en una nueva institución financiera es los interés bajos que ofrecen, el 11% porque brindan tramites rápidos, un 9% por la cantidad de dinero que presta la institución, el 4% se basa en la buena atención, mientras que el 3% menciona la entrega de dinero a tiempo y los plazos a convenir, mientras que el 2% opta por la cercanía al igual que el 1% es por otras razones que accederían a ser parte de la misma. La mayor parte en la investigación ha expresado que accederían a un crédito por el interés bajo y la rapidez para realizar trámites, esto debido a que las instituciones del mercado ofrecen créditos con altos interese imposibilitando que el socio pueda acceder.

Entrevista dirigida al jefe de negocios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda.

1. ¿Cuáles son las razones por las que cooperativa busca instaurar una sucursal en el cantón Pallatanga?

El instaurar una agencia en Pallatanga es muy importante para nosotros como institución en la búsqueda de nuevos mercados, siempre la ideología de la institución es innovar los servicios financieros y darlos en lugares en los que hay menos competencia y aprovechar los mercados como lo es Pallatanga un mercado agricultor, un mercado comerciante que es muy bueno y hay bondades para fortalecer los servicios como Sol de los Andes.

2. ¿Cuáles son las alternativas que la cooperativa utilizará para brindar sus servicios en el cantón Pallatanga?

Como institución se tiene un equipo comprometido, como es el área de marketing a través de brigadas de promoción, siempre pienso que para empezar cualquier emprendimiento Sol de los Andes se ha enmarcado en eso, la promoción de servicios puerta a puerta pues eso va a ser una de las fortalezas para brindar y por supuesto a través de las redes sociales promover los servicios financieros.

3. ¿Cuáles serán los servicios que brindara la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo a los habitantes del cantón Pallatanga?

Pallatanga siendo un sector agricultor, comerciante, creo que encaja muy bien con la línea de crédito, microcrédito, crédito SOS, los créditos normales, el credi plazo para socios que tienen inversiones y por supuesto para que los socios puedan cobrar el bono de desarrollo humano, los servicios no financieros, pago de servicios básicos y demás productos que tenemos a disposición de los socios.

4. ¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo al abrir una agencia en el cantón Pallatanga, solo tendría una sucursal o esta tendría autonomía en la localidad?

Al hablar de la agencia esta tiene cierta autonomía, pero depende del control de la matriz, en este caso del área administrativa. La agencia va a tener su autonomía en el cantón, ya que es la única

agencia que vamos a generar ahí, va a haber un jefe de agencia un personal operativo y con eso vamos a empezar el trabajo en esa agencia.

5. ¿Como pretenden unificar el proceso de vinculación de la Cooperativa con la sociedad?

En este tema siempre estamos dispuestos a apoyar, desde la gerencia a nombre del Lic. Edwin Maza en calidad de gerente, siempre ha promovido el aporte social con auspicios para áreas verdes, tachos de basura, en el tema de iglesias somos metódicos en el tema de auspiciar también eventos cristianos, conociendo que en Pallatanga hay un nicho cristiano pues también apoyaremos para que haya apoyo con la sociedad.

6. ¿Cuáles serían las tasas de interés que la cooperativa manejaría en el cantón Pallatanga?

En el tema de tasas de interés se ha hecho un pequeño análisis de mercado y para ese nicho de mercado hay ciertas líneas por ejemplo el SOS que tiene una tasa de microcrédito que no es el techo, sino más bien es una media de colocación que se va a ser una tasa que norma el banco central, también el credi impulso que hasta 5000 sin base y sin garante netamente para lugares comerciales, esas dos líneas de crédito vamos a explotar en el cantón Pallatanga.

7. ¿Cuáles son los métodos que la cooperativa manejaría para dar a conocer sus servicios?

En el tema como sol de los andes siempre nos movemos por redes sociales, vamos a segmentar este tema de publicidad para el cantón Pallatanga, otra cosa es visitar las iglesias nosotros como cooperativa tenemos estos principios cristianos y tenemos esa fortaleza de que el sector evangélico cristiano aglomeran una gran cantidad de personas, el cual vamos hacernos conocer primero en las iglesias y luego para ir trabajando en el sector urbano, como en visitas puerta a puerta, considerando que Pallatanga centro no es tan grande, sino más bien hay que trabajar en la zona rural.

8. ¿Normalmente las personas en promedio a cuantos créditos pueden acceder durante un año?

Por lo general las personas puede acceder hasta dos créditos, hay casos que dependiendo los montos realizan hasta más.

9. ¿Del total de socios de la cooperativa que porcentaje representa a socios que acceden a créditos?

En datos referenciales alrededor del 50% de los actuales socios cuentan con crédito en la institución.

10. ¿Cuál es el porcentaje de inversión referencial que pretenden invertir en cada línea de crédito?

Los créditos que mayormente se generan son los de microcrédito en el cual aspiración alcanzar una inversión del 90% en lo que son en la línea de microcrédito y el 10% en lo que son créditos de consumo.

11. ¿Cuáles son los métodos para informar a los socios cuando incumplen con los pagos?

Nosotros tenemos un departamento de call center que siempre esa llamando de 1 a 10 días de morosidad, si un socio ha caído en mora le estamos haciendo un recuerdo con una llamada previa antes de ir a dejar una notificación y por otro lado inclusive tenemos un automatizado de mensajes que 5 días antes ya se va un mensaje al socio que anticipa el pago para tal fecha y de tal valor para tener alerta a los socios de los pagos puntuales, y además tenemos las brigadas de cobranzas que visitamos a nuestros socios con la notificación que por normativa interna tenemos que hacerlo para el retorno del capital de trabajo y pues esa es la metodología más sencilla, ya que no queremos llegar a mayores por ende tratamos de negociar la deuda sin llegar a juicio y trámites judiciales.

4.2. Discusión

Al realizar las encuestas a la población se puede evidenciar que las instituciones financieras residentes en el cantón Pallatanga como la Cooperativa San Miguel, Ban Ecuador y Cooperativa Minga, son conocidas por más del 90% de la población económicamente activa, esto debido a que se encuentran estables en el mercado nacional, pero en varias de las ocasiones no satisfacen las necesidades de los usuarios por lo cual los ciudadanos muestran interés en buscar una nueva Cooperativa que brinde servicios financieros, de acuerdo a la pregunta 2 que el 12,90% no accede a ellos debido a que no existe un adecuado nivel de regulación en las tasas de interés que son elevadas afectando a varias familias que pierden sus bienes, optando por la migración como un factor influyente en la busca de financiación fuera de la ciudad como del país; las personas que acceden a estos servicios nos menciona que sería bueno que haya el servicio de una nueva cooperativa para cubrir las necesidades financieras dentro del cantón, ya que existe tres instituciones financieras actualmente, en el cual se ha evidenciado que estas instituciones no pueden abastecer al total de la población que desea satisfacer sus necesidades con un crédito para realizar sus distintas actividades por ende hacen hincapié que la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo se evidencia que el 87,10% utiliza servicio financieros de acuerdo a las expectativas de los clientes considerando los horarios de atención, trato al cliente, los espacios físicos adecuado, una inmediata resolución de problemas y la agilidad de tramites.

Por lo general los socios de una cooperativa buscan el lugar ideal para solicitar créditos de acuerdo con las necesidades y las políticas de crédito o de ahorro. Evidentemente la apertura de una cooperativa en el cantón Pallatanga que ayude acceder a los servicios financieros con la finalidad de adquirir inversiones, créditos, ahorros, pagos entre otros servicios, además al momento de elegir el servicio de una nueva cooperativa indicada, las tasas de intereses que ofrezcan, por la seguridad que brinda la institución, por una buena atención y plazos a convenir.

La apertura de la Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. optan por incrementar nuevos servicios a raíz de peticiones de la ciudadanía o socios estos pueden ser servicio de recaudación de distinta índole que sea de beneficio para el socio, en la actualidad debido a los problemas económicos suscitados los socios optan por adquirir más de 1 un crédito, mismos que son destinados para desarrollar actividades de vivienda, negocio, salud, de educación, para lograr la satisfacción del socio se les da la facilidad de optar por créditos con grandes montos ya que muchas de las ocasiones las instituciones financieras ponen límites de monto de crédito debido a que las personas no cumplen con los requisitos para acceder a grandes montos, imposibilitando de esta manera mejorar la calidad de vida, siendo uno de los objetivos principales

la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, es por esto que según los datos recabados se puede evidenciar que la apertura de una sucursal es aceptada por la población lo cual esta debe ser conocida por los distintos medios publicitarios los cuales ayuden a determinar al socio y cumplir sus expectativas, ayudar a fomentar el emprendimiento y brindar los créditos a la población considerando los aspectos económicos y los que rige la SEPS.

De los datos considerado en la entrevista se puede evidenciar que se hace mención a que las cooperativa constituyen una parte importante del sector económico, dentro de los factores positivos se puede indicar que es una actividad que genera un beneficio a la comunidad ya que el principal objetivo cooperativo es coadyuvar al desarrollo económico local, en la actualidad la institución de servicios financieros constituye al sector más importante la creación de Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. en el cantón Pallatanga, en la que se brindará principalmente tres líneas de servicios: Ahorros a la vista, Ahorro s a Plazo y Créditos dirigido a las distintas actividades del sector económicas, sociales, culturales etc., y esta debe estar en una adecuada ubicación, en un lugar estratégico para que con esto cada año, la demanda de las habitantes del sector se incrementará de mayor tránsito en lo referente al comercio de la ciudad en sí y al manejo de efectivo en busca de la inversión y el ahorro seguro; el segundo, la confianza de las personas del sector analizado en busca de una Institución que maneje su dinero de manera efectiva y eficiente en los aspectos del ahorro e inversión adicionalmente las referencias de seguridad y agilidad en el servicio.

Por ende se desarrollara el estudio de mercado donde permite conocer que es factible incursionar en el mercado referente a esta actividad económica, debido a que existe la necesidad de una cooperativa que busque el desarrollo de la población del cantón Pallatanga brindando una filosofía corporativa clara precisa y concisa que demuestre la solides de la cooperativa con una estructura organizacional adecuada para cada área de trabajo con su respectivas funciones en cada departamento y estos deben acatar políticas, reglamentos y lineamientos que regule un adecuado funcionamiento de la cooperativa y de esta forma aplicar procesos que se deben cumplir en el sector cooperativo para brindar un servicio de calidad para no tener ningún tipo de inconveniente, ya que se tiene la experiencia para implementar una institución financiera y esta debe realizar alianzas estratégicas con los gremios del sector seleccionado de manera de asegurar las cuotas de clientes y posteriormente para mejorar sus beneficios y los de la Institución de forma eficiente y eficaz con la mejor toma de decisiones.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Introducción

Para la formulación del Proyecto de Factibilidad para la creación de una sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Sol de los Andes” en el cantón Pallatanga; para poder brindar un servicio de calidad y poder alcanzar los objetivos propuestos, a través del desarrollo de todas las fases del proyecto mediante el diagnóstico situacional donde se evidencia que el sector cooperativo de ahorro y crédito en las últimas décadas a nivel nacional ha tenido una importante expansión, a pesar de la dura legislación impuesta en contra del cooperativismo, pero a favor de la banca privada. Hoy se tiene mejores perspectivas de desarrollo con la nueva Ley de Economía popular y solidaria, dirigida a impulsar proyectos productivos a través de la formación de capitales mediante el ahorro de amplios sectores sociales, que no tienen acceso al sistema bancario y financiero privado con el fin de ayudar a los habitantes a mejorar sus proyectos o estilo de vida.

5.2. Estudio de mercado

5.2.1. FODA

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Sol de los Andes” se analizará la matriz FODA que proporcione información necesaria con respecto a los aspectos positivos y negativos de la organización para prevenir situaciones futuras.

Tabla 1-5: Matriz FODA

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Acceso a los productos y servicios de forma ágil y simple.	1. Escasos conocimiento de la institución por la población.
2. Facilidad y agilidad en trámites para acceder al crédito.	2. No disponer de infraestructura propia.
3. Entrega de créditos en monto y tiempo en términos flexibles.	3. Limitada cultura de ahorro en los socios del cantón.
4. Apertura de cuentas de ahorros con monto inferior al de la competencia.	4. Desconfianza de los habitantes y socios hacia la cooperativa por ser una entidad nueva.
5. Otorgar asesoría al socio en el empleo del crédito asignado.	5. Limitado monto de crédito.
6. Poseer un software innovado para agilizar procesos.	

7. Contar con talento humano calificado para el buen manejo de recursos.	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Captar a los demandantes insatisfechos. 2. Ofrecer tasas de interés acordes al del sistema financiero 3. Contar con el alcance del Buró de Bancos y Seguros. 4. Contribuir con el desarrollo económico y productivo del cantón Pallatanga. 5. Expansión a otros mercados. 6. Inconformidad e insatisfacción por el servicio brindado por las demás cooperativas del cantón. 7. Crecimiento tanto poblacional como económico en el cantón. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencias de diversas instituciones financieras. 2. Afrontar cambios repentinos de políticas gubernamentales en el ámbito financiero. 3. Campaña publicitaria agresiva de las grandes instituciones financieras. 4. Atractivas tasas de interés por parte de la competencia. 5. Apertura de otras instituciones financieras en el cantón

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.2.1.1. Estrategias FODA

Tabla 2-5: Estrategias FODA

	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Acceso a los productos y servicios de forma ágil y simple. 2) Facilidad y agilidad en trámites para acceder al crédito. 3) Entrega de créditos en monto y tiempo en términos flexibles. 4) Apertura de cuentas de ahorros con monto inferior al de la competencia. 5) Otorgar asesoría al socio en el empleo del crédito asignado. 6) Poseer un software innovado para agilizar procesos. 7) Contar con talento humano calificado para el buen manejo de recursos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Escasos conocimiento de la institución por la población. 2) No disponer de infraestructura propia. 3) Limitada cultura de ahorro en los socios del cantón. 4) Desconfianza de los habitantes y socios hacia la cooperativa por ser una entidad nueva. 5) Limitado monto de crédito.
AMENAZAS: A	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencias de diversas instituciones financieras. 2. Afrontar cambios repentinos de políticas gubernamentales en el ámbito financiero. 3. Campaña publicitaria agresiva de las grandes instituciones financieras. 4. Atractivas tasas de interés por parte de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Emplear al máximo la tecnología para el mejor desempeño de la cooperativa. • Aprovechar el talento humano para el funcionamiento eficiente. • Dar seguimiento a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar administración financiera para buscar solvencia y estabilidad. • Priorizar la satisfacción de los clientes. • Efectuar los procedimientos para realizar las actividades de forma oportuna y eficaz.

5. Apertura de otras instituciones financieras en el cantón		
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1) Captar a los demandantes insatisfechos. 2) Ofrecer las mejores tasas de interés del sistema financiero 3) Contar con el alcance del Buró de Bancos y Seguros. 4) Contribuir con el desarrollo económico y productivo del cantón Pallatanga. 5) Expansión a otros mercados. 6) Inconformidad e insatisfacción por el servicio brindado por las demás cooperativas del cantón. 7) Crecimiento tanto poblacional como económico en el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la gestión de cobro. • Capacitar a socios y empleados. • Asegurar alianzas estratégicas con entidades o empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las promociones y publicidad. • Brindar asesoría personal y buen trato al cliente. • Controlar el cumplimiento de las leyes.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.2.2. Demanda

La necesidad de satisfacer la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere, se determinan específicamente a un precio determinado, por lo tanto la demanda es la fuente potencial de ingreso de un proyecto y lo que se requiere compensarla son diferentes alternativas de inversión; el cantón Pallatanga, es un cantón agrícola y comercial por naturaleza según los datos del INEC del año 2020, la población económicamente activa del cantón Pallatanga es de 11.415 habitantes con una tasa de crecimiento de 3,2% según los datos (INEC, 2020).

Para determinar la demanda real del proyecto se consideró a la Población Económicamente Activa (independientemente si son socios o no de alguna institución financiera) que está de acuerdo con la implementación y quisieran formar parte de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda, de acuerdo a la encuesta en la pregunta 17 donde menciona el 90,12%, que estarían dispuesto hacer uso de los servicios financieros de la institución considerando las preguntas de la entrevista en el cual se mencionan que en promedio el 50% de socios de la COAC usan servicios de crédito y en base a la pregunta 8 de la entrevista en que referencia la capacidad de créditos por socio que es de 2 créditos anuales, se realiza el cálculo de demanda de créditos dando como resultado 10287 créditos en los cual se ha proyectado para 5 años.

5.2.2.1. Proyección de la demanda

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

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

DA = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Tabla 3-5: Demanda proyectada

AÑO	DEMANDA
2023	10.616
2024	10.956
2025	11.307
2026	11.669
2027	12.042

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.2.3. Oferta

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda, especializada en servicios financieros, pretende brindar a sus futuros socios y ciudadanía en general del cantón Pallatanga, con alternativas de financiamientos viables, acordes a las necesidades e ingresos de sus involucrados, haciéndola impulsadora del desarrollo del sector productivo y comercial, convirtiéndose en la protagonista del desarrollo social y económico, los productos y servicios que ofrece esta institución están dirigidos especialmente a cubrir actividades económicas que generalmente no permiten obtener los rendimientos esperados de estas actividades dentro del cantón

Actualmente el mercado financiero dentro del cantón Pallatanga, está conformado con alguna instituciones financieras la que mayor reputación mantiene es al COAC san Miguel que ofrece sus productos y servicios en general a nivel local ofreciendo a sus socios en su mayor parte créditos destinados a la agricultura y ganadería; la cual la mayoría están enfocados a la otorgación de créditos a personas o empresas que por lo general tienen limitados sus recursos económicos.

La oferta se considera la Población Económicamente Activa 11.415 habitantes que posee créditos actualmente en la cooperativa y será considerada como base para proyectar la oferta en la investigación se considera el 71,91% de acuerdo a la pregunta 9 de la encuesta donde se evidencia que los habitantes han realizado un crédito en la institución financiera de la localidad temiendo una oferta de créditos de 8.209 personas que han desarrollado un crédito y se utilizará tasa de crecimiento poblacional de 3,2% de consumo de créditos (INEC, 2020).

5.2.3.1. Proyección de la oferta

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

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

l= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Tabla 4-5: Oferta proyectada

AÑO	OFERTA
2023	8.471
2024	8.742
2025	9.022
2026	9.311
2027	9.609

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.2.4. *Demanda insatisfecha*

Es indispensable realizar un análisis comparativo entre la demanda y oferta, para de esta manera determinar la demanda insatisfecha existente. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda, pretende captar a nuevos clientes para cubrir sus necesidades

Tabla 5-5: Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha
2023	10.616	8.471	2.145
2024	10.956	8.742	2.214
2025	11.307	9.022	2.285
2026	11.669	9.311	2.358
2027	12.042	9.609	2.433

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.3. Marketing

5.3.1. *Plaza*

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Sol de los Andes” ofrecerá sus productos y servicios a los habitantes del cantón Pallatanga. La ubicación en la COAC es importante para los clientes ya que los servicios deben ser realizados de manera inmediata brindando accesibilidad o disponibilidad inmediata en este sentido la ubicación, de la sucursal de la institución financiera será en la calle 10 de agosto y García Moreno.

5.3.2. Producto

Los productos que oferta al cooperativa es uno de los eje fundamentales para poder analizar siendo estos donde un habitante accede a pedir de acuerdo a sus necesidad y su posibilidad de pago para ello se analiza

- Ahorro a la Vista.
- Depósito a Plazo Fijo.
- Credi Sol
- Sol apps
- Inversol

5.3.3. Precio

Para el análisis de los precios se considera las tasa de intereses que mantiene al cooperativa lo cual es uno d ellos factores importantes para que un socio realice un crédito para ello se presenta a continuación

Tabla 6-5: Precio

Tasas activas			COAC Sol de los Andes
Tipo de crédito	Tasa referencial	TEA/MAX	
Microcrédito Minorista	17,99%	28,23%	25,03%
Microcrédito Acumulación Simple	20,47%	24,89%	21,79%
Microcrédito Acumulación Ampliada	19,74%	22,05%	19,45%
Consumo	16,03%	16,77%	16,00%

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.3.4. Publicidad

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Sol de los Andes”, dará a conocer los productos y servicios que ofrece a través de los diferentes medios de comunicación, esta publicidad estará dirigida a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Pallatanga, misma que proporcionará información que contendrá aspectos generales de la cooperativa, de los productos y servicios que ofrece al igual que los beneficios adicionales que adquiere un socio.

La campaña publicitaria contendrá:

- Un spott radial en el que se dará a conocer los productos y servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. y el sitio donde funcionará.
- Publicidad mediante la entrega de hojas volantes y dípticos que contendrán ilustraciones llamativas, datos generales de la cooperativa, información de la red de oficinas y agencias, información de los productos y servicios, página de internet y números de atención al cliente.
- Anuncio publicitario en diario La prensa, que contendrá información de la apertura de la nueva sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. en la ciudad de Pallatanga.

5.3.4.1. Estrategias de Medios

El propósito general de las estrategias de promoción de servicios en medios, es crear conciencia e interés en el servicio y en la institución, para diferenciar la oferta de servicio de la competencia, para comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles, y/o persuadir a los clientes para que compren o usen el servicio, llegando de esta manera a público objetivo en forma eficaz y eficiente. Llegar a establecer estrategias de medios permitirá elaborar y evaluar el plan en términos de cobertura y mención.

El plan de estrategias de medios se plantea de la siguiente manera:

- Difusión en medios radiales de la localidad: Amplia cobertura a todos los sectores de la población.
- Anuncios en medios escritos de la localidad: Más accesible y económico para la población.
- Material impreso: Hojas volantes y dípticos para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. a la Población Económicamente Activa del cantón Pallatanga.

Las estrategias a utilizarse, la duración y los medios que en los que se difundirá la publicidad para la implementación de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda, en la ciudad de Pallatanga.

Tabla 7-5: Plan de medios de comunicación

ESTRATEGIA	MEDIO	HORARIO	DURACIÓN
Difusión en medios radiales de la localidad	Radio La Voz De Pallatanga	07h00, 13h00 y 18h00	3 meses
Anuncios en medios escritos de la localidad	Diario La Prensa	Lunes, jueves y domingo. Sección clasificados	1 mes
Hojas volantes y Dípticos		Dos semanas antes de la apertura de la sucursal	2 semanas

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

1. Contenido del Mensaje

Spott radial

Hágase socio hoy mismo de su Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda en la ciudad de Pallatanga y empiece a disfrutar de innumerables beneficios.

”Sol de los Andes, creciendo junto a ti”

a. Etapa de Difusión

Duración: 3 meses

Anuncio escrito

DIARIO LA PRENSA

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SOL DE LOS ANDES LTDA

Sol de los Andes, creciendo junto a ti!!

Sea parte hoy mismo de su Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda en la ciudad de Pallatanga y empiece a disfrutar de innumerables beneficios.

a. Etapa de Difusión

Duración: 1 mes

Anuncio de periódico



SOL DE LOS ANDES
Cooperativa de Ahorro y Crédito

**Cooperativa de Ahorro y Crédito
"Sol de los Andes"**

Sea parte hoy mismo de su Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes en el cantón Pallatanga y empiece a disfrutar de innumerables beneficios.

✉ info@coacsoldelosandes.fin.ec
☎ 032948545

www.coacsoldelosandes.fin.ec

Ilustración 1-5: Anuncio de periódico

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Material impreso

- Hojas volantes
- Díptico

a. Etapa de Difusión Duración: 2 semanas.

Hoja volante parte frontal y posterior



La solución Crediticia en tus manos !

SERVICIOS



- Ahorro a la vista
- Depósito a Plazo Fijo
- Cero Costo de Mantenimiento
- Créditos Grupales
- Convenios Institucionales
- Becas y Créditos Estudiantiles

REQUISITOS PARA SU CRÉDITO



- Original.- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación
- Original.- Copia del pago de algún servicio básico
- Encaje del 10% del monto solicitado

BENEFICIOS PARA LOS SOCIOS



- Su dinero 100% seguro
- Alta rentabilidad en sus ahorros e inversiones
- Agilidad en sus servicios
- Bajo interes en sus créditos
- Atención personalizada

Ilustración 2-5: Hoja volante parte frontal y posterior

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Díptico parte frontal



Ilustración 3-5: Díptico parte frontal

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Díptico parte posterior



Ilustración 4-5: Díptico parte posterior

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.4. Estudio administrativo

5.4.1. *Reseña histórica*

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Sol de los Andes” es una Institución Financiera creada por un grupo de Líderes y Dirigentes Indígenas de la Provincia de Chimborazo.

Hoy en día, esta cooperativa es una institución solvente que cuenta con altos estándares de calidad de servicios y locales adecuados a nivel de su Matriz y Agencia N° 1 en Riobamba, para atender a sus clientes con productos financieros competitivos.

5.4.2. *Misión*

“Impulsar el progreso socioeconómico del país a través de prestaciones de servicios financieros competitivos para proveer soluciones personalizadas a los sectores productivos y comunidad en general, de manera accesible, eficiente y con credibilidad.”

5.4.3. *Visión*

“Ser la primera opción en soluciones financieras como cooperativa líder, sólida, segura y solvente, ofreciendo un conjunto de productos y servicios satisfaciendo a la necesidad de los socios con rentabilidad justa y social.”

Valores

Respeto: Prevalecer el respeto de la dignidad de las personas al igual que las leyes y normas institucionales asegurando un buen clima laboral.

Transparencia: Dar conocer las actividades, negociaciones, presupuestos y acceso a la información necesaria, sin la manipulación de la información a fin de generar confianza y seguridad en la ciudadanía.

Ética: Trabajar de manera conjunta demostrando la equidad, justicia y rectitud de nuestros actos.

Honestidad: Actuar con la verdad buscando una mejora continua que permita destacar como buenos seres humanos.

Lealtad: Fidelidad a los socios y clientes.

5.4.4. Políticas

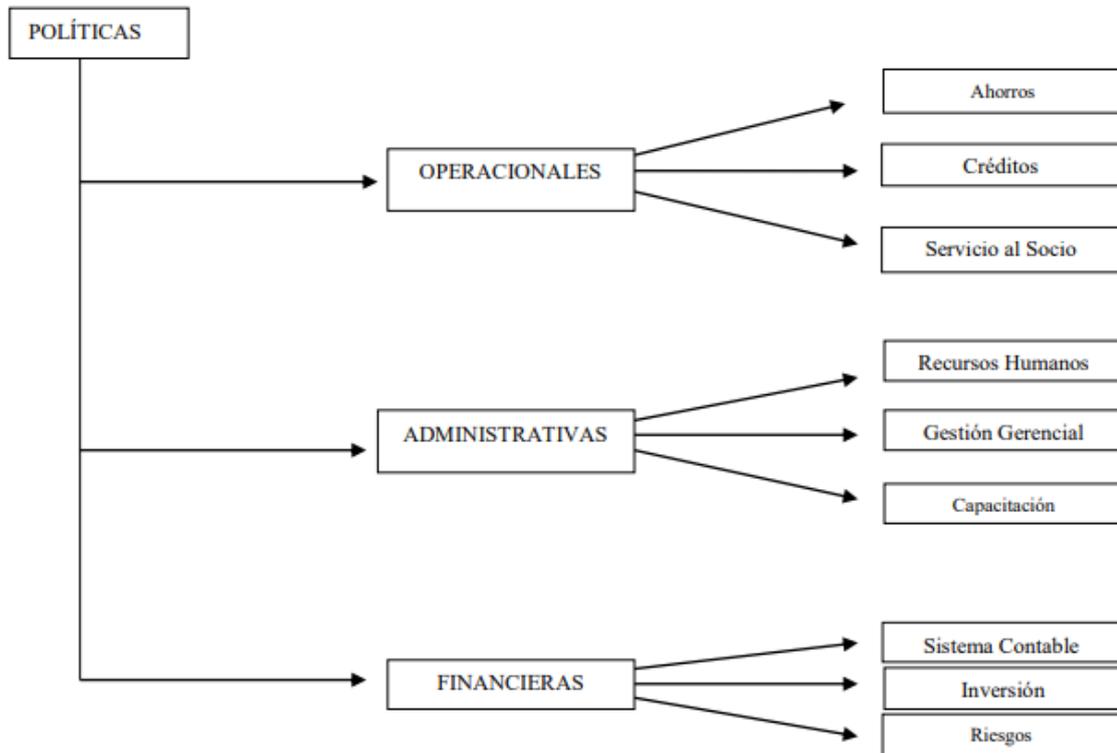


Ilustración 5-5: Políticas

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.4.4.1. Políticas generales

- La Gerencia General comunicará al personal de la Cooperativa, los temas relativos a la Planificación Estratégica en sus fases de diseño, implementación y difusión, de acuerdo a los lineamientos aprobados previamente por el Consejo de Administración.
- Dentro del presupuesto de cada año la entidad asignará una partida presupuestaria para el diseño, implementación y difusión del Plan Estratégico, partida que será revisada por la Gerencia General y aprobada por el Consejo de Administración.
- Todos los funcionarios que laboran en la institución, sin excepción, deberán conocer de la existencia, beneficios y actividades constantes relativas al Plan Estratégico.
- La formulación del Plan Estratégico es responsabilidad de la Gerencia General a través de las jefaturas de las áreas de negocio de la entidad.

5.4.4.2. *Políticas operacionales*

- Las políticas operacionales se orientan en los siguientes aspectos: el tipo de ahorro, tipos de créditos, sus plazos, montos, interés y destinos a darse.
- Lo que se trata es que el trabajo operativo se enmarque en las políticas establecidas, en beneficio de todos los socios.

5.4.4.3. *Políticas administrativas*

Las políticas administrativas de la cooperativa se dirigen a guiar el proceso de contratación de personal, y capacitación. En menor porcentaje se establecerán políticas organizacionales, y de toma de decisiones.

5.4.4.4. *Políticas financieras*

Estas políticas se aplican principalmente para el sistema contable y financiero de la cooperativa con ellas establecen y deciden sobre inversiones que pueda la cooperativa realizar: Montos, plazos, garantías, destinos, e intereses.

5.4.4.5. *Políticas de servicio*

- Ser cortés y amable con el socio.
- Responder cortésmente los saludos de los socios.
- Prestar toda la atención a los socios cuando realicen alguna consulta.
- Utilizar correctamente el uniforme proporcionado y cuidar de la apariencia.
- Dar la información necesaria al socio de acuerdo al manual de servicio.
- Utilizar adecuadamente las herramientas de trabajo (computador, internet, teléfono).
- Mantener sigilo en la información al socio.

5.4.4.6. *Políticas sobre aperturas de cuentas de ahorros*

- El número de la cartola será ingresada en la recepción al momento de la apertura.
- El cajero será el responsable de hacer firmar la cartola a cada socio, cada vez que emita una.
- La persona de atención al socio será responsable de recibir los documentos de apertura, registrar la firma en la ficha de ingreso y del archivo de estos documentos.

- Las cuentas con firmas conjuntas se ingresarán al sistema con la letra y; y marcar las libretas con el sello de firmas conjuntas
- Se deberá llenar todos los campos existentes en el sistema para la apertura de una cuenta.

5.4.4.7. *Políticas de depósitos*

- Los depósitos de los socios se los realizará únicamente en las ventanillas y en papeletas autorizadas.
- Los depósitos podrán realizarlo cualquier persona.
- Deberán estar marcados en las libretas.
- En caso de realizar un depósito sin libreta deberán emitir un recibo del sistema.
- Los depósitos en cheques serán efectivizados en cuatro días laborables
- Los depósitos con cheques de nuestra institución cualquiera sea la Agencia que lo haya emitido serán registrados en efectivo.
- Los depósitos con cheques internacionales serán efectivizados en 25 días laborables.
- Todo cheque depositado por el socio deberá ser revisado y endosado al momento de recibirlo.
- Los billetes falsos que sean entregados en ventanilla por los socios serán sellados con la palabra FALSO en letras grandes, legibles y devueltas al socio.
- Todo depósito superior a 5.000,00 dólares en efectivo o cheques deberá firmar una hoja de licitud de fondos.
- Los depósitos en ahorros durante las promociones no serán bloqueados.
- En caso de no existir sistema, solo se recibirá depósitos y se elaborará doble papeleta con el debido sello y sumilla del cajero, se registrará el número de papeleta ingresada al sistema y se sobrepondrá este número en el duplicado

5.4.4.8. *Políticas de retiros*

- El socio deberá presentar la cédula de identidad y libreta de ahorros
- Los retiros podrán ser realizados por terceros, siempre y cuando sean mayores de edad con autorización del socio.
- En caso de retiros con autorización deberá estar firmado por el socio en el anverso y presentar las cédulas del socio y de la persona que retira.
- El retiro que realice una persona analfabeta deberá ser puesta la huella en presencia del cajero.

- La papeleta de retiro de ahorros será la autorizada por la Cooperativa y deberá estar correctamente llenada.
- No se permitirán tachones ni borrones en las papeletas de retiro.
- Se deberá verificar que en la papeleta de retiro y la libreta coincida el número de socio, nombres y apellidos y las firmas.
- Los socios podrán realizar los retiros en la matriz o en las agencias.
- Todos los retiros superiores a 2.000,00 dólares deberán tener un autorizado del jefe de operaciones en la Matriz o del jefe de Agencia u operadores en las Agencias.
- Los retiros en cheques serán emitidos por la Tesorería.

5.4.4.9. *Políticas de plazo fijo*

- Todo depósito a plazo fijo será ingresado en efectivo.
- Deberá tener dos firmas de responsabilidad y sello. La una firma corresponderá a la persona que emite la póliza y la otra de cualquier firma autorizada.
- Los depósitos tendrán una secuencia numérica ascendente.
- El monto mínimo para un plazo fijo será de 200,00 dólares
- El plazo mínimo para plazo fijo será de 30 días
- Todo ingreso por depósitos a plazo fijo y pago de intereses en efectivo se realizará directamente por caja.
- Las tasas de interés aplicables a los depósitos a plazos fijos serán enviadas por el jefe operativo de manera quincenal al Jefe de Agencia.
- Las tasas superiores a las establecidas deberán ser autorizadas por el jefe de operaciones, la Subgerencia o la Gerencia.
- Todo ingreso superior a 5.000,00 dólares deberán ser llenada la licitud de fondos.
- Todo plazo fijo será cancelado con débito a la cuenta de ahorros, en caso de no ser socio será cancelado en cheque.

5.4.4.10. *Políticas generales de crédito*

- La tasa de interés dependerá de la calificación de riesgo interna que será “a” o “b”
- Los primeros créditos tendrán una calificación de “b”
- A un socio que se ha retrasado más de 15 días en alguna cuota de su crédito anterior no se incrementará el monto para el siguiente.

- El Consejo de Administración y Directivos estarán vinculados a las operaciones de crédito excepto a los créditos automáticos.
- Las aprobaciones de montos mayores deberá contener el informe de todos los niveles anteriores. Excepto de gerencia.

5.4.4.11. *Políticas de cobros*

- Por los pagos que se realicen se entregará obligatoriamente un comprobante de pago
- Los pagos de crédito con débitos de la cuenta, los realizarán directamente los asesores de crédito.
- Toda papeleta de pago deberá ser sumillada y sellada.
- Los cajeros no podrán realizar modificación a las tablas de amortización superiores a 2,00 dólares.

5.4.4.12. *Políticas de remesas*

- Los envíos de remesas se los realizará únicamente en la Matriz.
- Los pagos de remesas se los realizará en la Matriz o en las Agencias.
- Para el pago el cajero deberán solicitar cedula de identidad.
- El personal está obligado a guardar absoluta reserva sobre los dineros recibidos o entregados al socio.
- Los pagos y cobros de remesas se los realizará en papeletas autorizadas por MONEY GRAM, debidamente llenadas.
- Todo envío o pago superior a 2.000,00 dólares deberá firmar una litud de fondos.
- El monto máximo de envío será de 2.000,00 dólares excepto a Colombia que es de 500,00 dólares.
- Todos los envíos de Money Gram se realizarán a través de la Tesorería.

5.4.4.13. *Políticas de control interno*

- Los cuadros de cajas serán entregados al finalizar la jornada de trabajo y deberán contener la firma del cajero, y de la persona responsable de Tesorería.
- Todo faltante o sobrante deberá ser registrado contablemente por el responsable de Tesorería.

- No se mantendrán dineros superiores a 3.000,00 dólares en las cajas, los excedentes serán enviados a la caja fuerte
- No se mantendrán dineros superiores a 15.000,00 dólares en la caja fuerte de matriz, de 10.000,00 dólares en agencias y los excedentes serán enviados al banco
- La caja fuerte deberá permanecer cerrada y con clave, será abierta únicamente para guardar o entregar efectivo.
- El responsable de la caja fuerte será la Tesorería, o la persona responsable de la Tesorería en cada Agencia.
- Las personas encargadas de Tesorería deberán encuadernar los resúmenes de caja cada 3 meses.
- La persona encargada de Tesorería será la responsable de mantener cheques firmados suficientes para suplir las necesidades operativas de cada oficina.
- El Jefe de Operaciones realizará un arqueo de caja sorpresivo de manera trimestral en matriz y agencias.
- Los documentos de soporte de las transacciones, podrán ser entregados únicamente a los socios mediante una solicitud por escrito autorizada por el jefe de operaciones.

5.4.5. Organigrama

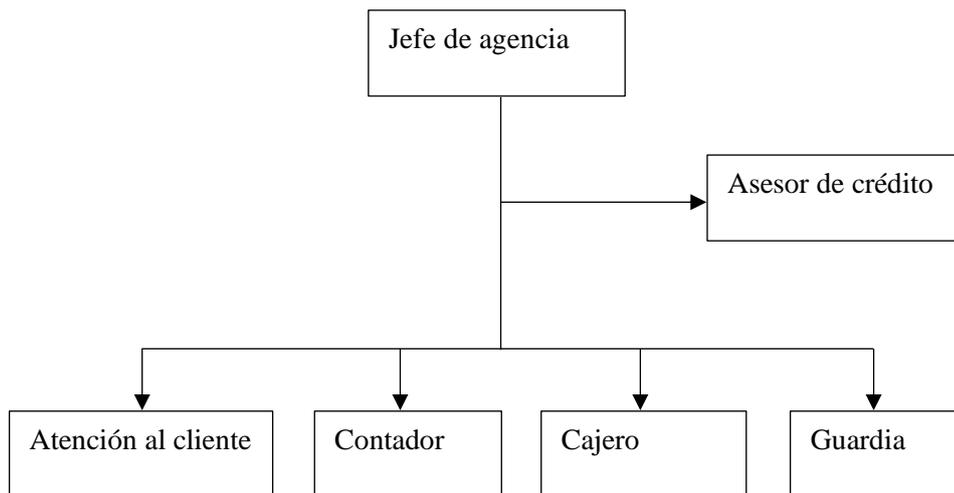


Ilustración 6-5: Organigrama

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.4.6. Manual de funciones

Tabla 8-5: Manual de funciones de jefe de agencia

DENOMINACIÓN DEL CARGO:		JEFE DE AGENCIA
Área:		Negocios
Reporta a:		Subgerencia de Negocios
Supervisa a:	Directos:	Personal de Seguridad y Limpieza
	Indirectos:	Oficial de Crédito y Cobranzas (Ag), Cajero Financiero (Ag), Auxiliar de Servicios Generales (Ag).
Se relaciona con:	Internamente:	Auditoría Interna, Oficial de Cumplimiento, Administrador de Riesgos, Jefatura de TICs, Contabilidad, Jefatura de Operaciones, Promotor de Marketing, Atención al Cliente, Oficial de Seguridad Física y Electrónica y Gestor de Talento Humano.
	Externamente:	Organismos de Control Gubernamental, Entidades públicas y privadas, Bancos, Aseguradoras, Socios, Proveedores y Público en General.
Misión:		
Planificar, coordinar, dirigir y controlar las actividades administrativas, comerciales y operativas de la Agencia en el marco de la norma interna, orientadas a fortalecer la imagen institucional y la difusión efectiva de los productos y servicios financieros y sociales que brinda la Institución.		
Funciones y Responsabilidades:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar eficientemente las actividades de la agencia y supervisar el cumplimiento de la reglamentación interna, políticas y procedimientos por parte del personal a su cargo. 2. Brindar información al público sobre los productos y servicios que ofrece la Institución. 3. Atender al socio con relación a reclamos, atrasos de pago, renegociaciones y demás información que requiera, acciones que serán orientadas a la calidad de servicio y satisfacción al cliente. 4. Supervisar el mantenimiento adecuado de los expedientes de crédito de los socios y custodiar los bienes materiales, dinero, chequera, y demás documentación de valor (letras, pagarés, escrituras, hipotecas, prendas, etc.), que respaldan los créditos. 5. Supervisar la correcta ejecución del proceso de crédito y recuperación efectiva de la cartera por el personal competente a su cargo. 6. Coordinar con el equipo de Oficiales de Crédito y Cobranzas el estado de la Cartera y establecer políticas de seguimiento y recuperación. 7. Proponer a superior inmediato la aplicación de estrategias y políticas de crédito, que contribuyan al cumplimiento de objetivos y crecimiento institucional. 8. Coordinar las actividades relacionadas a recuperación y trámites judiciales de cartera morosa. 9. Apoyar y ejecutar las actividades competentes al área Captaciones y Marketing orientadas a incrementar la productividad de la agencia y calidad de servicio. 10. Efectuar diariamente el respectivo registro contable. 11. Revisar el informe de gestión diario y mensual de la agencia en lo referente a cartera. 		

12. Supervisar la disponibilidad de fondos de la agencia (traslado de fondos de banco – sucursal e inversamente).
13. Efectuar el arqueo diario de caja.
14. Efectuar una revisión diaria de licitudes de fondos por depósitos realizados por los socios.
15. Realizar Transacciones Bancarias por depósitos, retiros y transferencias.
16. Apoyar en tareas promoción, publicidad y difusión de la imagen Institucional y de los servicios financieros.
17. Supervisar al personal encargado la apertura y cierre de oficina.
18. Mantener prudencia y sigilo con las actividades administrativas, operativas y comerciales de la Institución.
19. Cuidar la imagen institucional a través del orden, limpieza y seguridad de los espacios físicos de la sucursal.
20. Asumir responsabilidad por equipos, muebles, enseres, archivo, garantías, pagarés, dinero, información y demás documentación entregados para la ejecución de su trabajo, desde la posesión en el cargo.
21. Las demás inherentes al cargo dispuestas por su jefe inmediato.
22. Revisión en primer nivel de los expedientes de crédito que los asesores de negocios presenten para enviar a la fábrica de crédito.

Perfil del Cargo:

FORM. ACADÉM.	JEFE DE AGENCIA	TOTAL PONDERADO
Formal:	Título superior en Finanzas, Economía, Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o afines. (20 / 25)	
Complementaria:	Normatividad de Organismos de Control, conocimiento del mercado geográfica del área de influencia, Marketing (5 / 25)	30.00
EXPERIENC. LAB	Un año en posiciones similares y en Instituciones Financieras.	40.00
COMPETENCIAS	Responsabilidad	2.25
	Orientación al Servicio	2.25
	Trabajo en Equipo	2.25
	Liderazgo	3.75
	Capacidad de Gestión	3.75
	Discreción	3.00
	Pensamiento Estratégico	3.00
	Negociación	3.75
	Proactividad	3.00
	Pensamiento Analítico	3.00
		100.00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Tabla 9-5: Manual de funciones de asesor de créditos

DENOMINACIÓN DEL CARGO:		ASESOR DE CRÉDITOS
Área:		Negocios
Reporta a:		Subgerencia de Negocios
Supervisa a:	Directos:	Oficial de Crédito y Cobranzas
	Indirectos:	Ejecutivo de Recaudación Móvil.
Se relaciona con:	Internamente:	Auditoría Interna, Asesor Legal, área de Marketing, área de Captaciones, Balcón de Servicios, Oficial de Cumplimiento, Administrador de Riesgos, Gestor de Talento Humano.
	Externamente:	Organismos de Control Gubernamental, Bancos, Aseguradoras, Socios, Proveedores y Público en General.
Misión:		
Liderar la gestión de crédito y cobranzas de la Institución, fortaleciendo las proyecciones comerciales y estratégicas del área de Negocios.		
Funciones y Responsabilidades:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asegurar que el proceso de crédito se efectúe con alta profesionalismo, calidad de servicio, y prolijidad, desde la atención al socio sujeto de crédito hasta su recuperación. 2. Promover una actitud cordial, ágil y oportuna hacia el socio y público en general, en cuanto a información y asesoramiento sobre los tipos de crédito que dispone la Institución. 3. Corroborar la legitimidad de la información y documentación entregada por el socio previo análisis y verificación del Oficial de Crédito y Cobranzas. 4. Realizar el análisis crediticio y de riesgos del monto a financiar al socio a fin de determinar la capacidad de pago y las condiciones de otorgamiento. 5. Monitorear y detectar posibles problemas del socio y reportarlos a su superior inmediato. 6. Verificar la situación del socio en el buró de la UAFE. 7. Preparar la carpeta de crédito del socio incluyendo su opinión técnica de calificación para someterla a los niveles de aprobación correspondientes. 8. Llevar el control de la morosidad de su cartera y tomar las acciones pertinentes para su recuperación. 9. Si es o no necesario, conjuntamente con el Asesor Legal, realizar visitas sorpresa al domicilio, lugar de trabajo, etc., a fin de recuperar los montos adeudados. 10. Elaborar y entregar al superior inmediato los reportes de situación de cartera asignada; así como también, de la gestión de cobranzas. 11. Devolver pagarés a socios que han cumplido a cabalidad con las obligaciones económicas de pago a la Institución. 		

12. Participar con voz informativa en las reuniones de Comité de Crédito y otros órganos resolutivos en que sea requerido.
13. Apoyar con acciones pertinentes para la recuperación judicial y extrajudicial de cartera.
14. Colaborar en las tareas de atención al cliente tales como: información general, canalizar y solventar inquietudes de los socios.
15. Elaborar y enviar información al departamento jurídico a fin de iniciar acciones legales contra socios que han incurrido en morosidad.
16. Realizar y reportar al CAIR sobre la calificación de activos de riesgo.
17. Enviar información relacionada a Tasas de Interés al Banco Central.
18. Enviar estructuras a la SEPS dentro del plazo establecido por el ente de Control.
19. Planificar y coordinar con el equipo de trabajo actividades competentes al área.
20. Supervisar el fiel cumplimiento de las políticas crediticias contempladas en el Manual de Crédito.
21. Realizar y reportar mensualmente a Gerencia General las actividades desarrolladas.
22. Coordinar con el área de Marketing actividades de promoción de créditos la Cooperativa. Realizar visitas publicitarias a entidades públicas y privadas.
23. Mantener prudencia y sigilo con las actividades administrativas, comerciales y operativas de la Organización y la información de sus socios.
24. Asumir responsabilidad y custodia por equipos, muebles, enseres, valores en efectivo, archivo, información, documentos de valor, garantías y demás elementos entregados para la ejecución de su trabajo.
25. Realizar otras actividades inherentes al cargo dispuestas por su jefe inmediato.

Perfil del Cargo:

FORM. ACADÉM.	JEFE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	TOTAL PONDERADO
Formal: Complementaria:	Título de tercer nivel en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas o afines. (20 / 30)	30.00
	Normativa de Organismos de Control y Gubernamental, Negociación, Marketing. (10 / 30)	
EXPERIENC. LAB.	Dos años en posiciones similares y en Instituciones Financieras.	40.00
COMPETENCIAS	Responsabilidad	2.25
	Orientación al Servicio	2.25
	Trabajo en Equipo	2.25
	Liderazgo	3.75
	Capacidad de Gestión	3.75
	Negociación	3.75
	Proactividad	3.00
	Iniciativa	3.00
	Firmeza	3.00
Orden y Método	3.00	
		100.00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Tabla 10-5: Manual de funciones de atención al cliente

DENOMINACIÓN DEL CARGO:		ATENCIÓN AL CLIENTE
Área:		Negocios
Reporta a:		Jefatura de Crédito y Cobranzas / Subgerente de Negocios
Supervisa a:	Directos:	Ejecutivo de Recaudación Móvil
	Indirectos:	Ninguno
Se relaciona con:	Internamente:	Asesor Legal, área de Marketing, área de Captaciones, Jefatura de Agencia, Balcón de Servicios, Cajas, Oficial de Cumplimiento y Administrador de Riesgos.
	Externamente:	Socios y Público en General.
Misión:		
<p>Proporcionar al socio un servicio de calidad en relación a sus necesidades de crédito. Ejecutar el proceso de crédito y recuperación con eficiencia y exactitud, dentro del marco normativo y de procedimientos previamente establecidos por el Organismo de Control y la Institución.</p>		
Funciones y Responsabilidades:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar el proceso de crédito, desde la atención al socio sujeto de crédito hasta su recuperación. 2. Informar y asesorar a los solicitantes sobre los tipos de crédito que dispone la Institución. 3. Receptar, recopilar y verificar la legitimidad de la información y documentación entregada por el socio para el trámite respectivo. 4. Realizar el análisis crediticio y de riesgos del monto a financiar al socio a fin de determinar la capacidad de pago y las condiciones de otorgamiento. 5. Monitorear y detectar posibles problemas del socio y reportarlos a su superior inmediato. 6. Verificar la situación del socio en la Central de Riesgos y en el buró de la UAFE. 7. Preparar la carpeta de crédito del socio incluyendo su opinión técnica de calificación para someterla a los niveles de aprobación correspondientes. 8. Llevar el control de la morosidad de su cartera y tomar las acciones pertinentes para su recuperación. 9. Asumir la responsabilidad directa del proceso de crédito, desde su otorgamiento hasta su recuperación. Incluye la veracidad de la información y autenticidad de la documentación presentada y revelada por el cliente. 10. Comunicar y notificar a los socios con problemas de morosidad y a sus respectivos garantes. Si es necesario, conjuntamente con el asesor legal, realizar visitas sorpresa al domicilio, lugar de trabajo, etc., a fin de recuperar los montos adeudados. 		

11. Elaborar y entregar al superior inmediato los reportes de situación de cartera asignada; así como también, de la gestión de cobranzas.
12. Entregar pagarés cancelados a socios previo oficio y aprobación de la Gerencia General.
13. Apoyar con acciones pertinentes para la recuperación judicial y extrajudicial de cartera.
14. Apoyar las actividades del área de Marketing previo consentimiento de su jefe inmediato.
15. Colaborar en las tareas de Balcón de Servicios tales como: información general, canalizar y solventar inquietudes de los socios.
16. Reemplazar temporalmente a los compañeros/as de su misma línea cuando éstos se ausenten.
17. Mantener prudencia y sigilo con las actividades administrativas, comerciales y operativas de la Organización y la información de sus socios.
18. Asumir responsabilidad y custodia por equipos, muebles, enseres, valores en efectivo, archivo, información, garantías y demás documentación entregada para la ejecución de su trabajo.
19. Realizar otras labores inherentes al cargo.

Perfil del Cargo:

FORM. ACADÉM.	OFICIAL DE CREDITO Y COBRANZAS	TOTAL PONDERADO
Formal: Complementaria:		
	Estudios superiores en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas o afines (20 / 30) Normativa de Organismos de Control y Gubernamentales, Negociación, Marketing. (10 / 30)	30.00
EXPERIENC. LAB	Un año en posiciones similares y en Instituciones Financieras.	40.00
COMPETENCIAS	Responsabilidad	2.25
	Orientación al Servicio	2.25
	Trabajo en Equipo	2.25
	Relaciones Interpersonales	3.00
	Pensamiento Estratégico	3.75
	Negociación	3.75
	Manejo de Conflictos	3.00
	Orden y Método	3.00
	Pensamiento Analítico	3.00
	Comunicación Eficaz	3.75
		100.00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Tabla 11-5: Manual de funciones de contador

DENOMINACIÓN DEL CARGO:		CONTADOR
Área:		Contabilidad
Reporta a:		Gerente General
Supervisa a:	Directos:	Asistente de Contabilidad y Auxiliar de Contabilidad
	Indirectos:	Ninguno
Se relaciona con:	Internamente:	Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, Auditoría Interna, Administrador de Riesgos, área de operaciones, área de TICs, área de Crédito y Cobranzas y Gestor de Talento Humano.
	Externamente:	Organismos de Control Gubernamental, empresas públicas y privadas, entidades bancarias y Proveedores.
Misión:		
Administrar las actividades de contabilidad de la Institución a fin de garantizar el registro correcto y oportuno de las operaciones económicas, de conformidad con los principios de contabilidad de general aceptación y las de ética profesional, así como también, dar cumplimiento a las disposiciones emitidas por los Organismos de Control Gubernamentales.		
Funciones y Responsabilidades:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar el sistema contable institucional, de acuerdo con las normas y principios de general aceptación, que permitan suministrar información óptima y establecer una sólida política financiera. 2. Suscribir conjuntamente con la Gerencia General los estados financieros, balances y cuentas que deben rendirse a la Asamblea General, al Consejo de Administración y a los organismos gubernamentales de inspección, regulación y vigilancia. 3. Acatar y/o adoptar las disposiciones de los organismos de control así como de los informes de auditoría interna, externa y otras medidas para superar deficiencias informadas en el área. 4. Elaborar y enviar estructura B11 y de solvencia a la SEPS. 5. Mantener el registro contable correcto y oportuno de todas las operaciones de la Cooperativa (comprobantes diarios de ingreso y egreso). Deberán conservarse todos los comprobantes de las partidas definitivas de sus libros y operaciones, de conformidad con lo dispuesto en la Ley y las normas dictadas por los organismos de control. 6. Revisar las cuentas contables para respaldos de balances. 7. Revisar anexos de sistema vs contabilidad. 8. Elaborar y presentar balances a Gerencia General y Conafips. 		

9. Elaborar y presentar los estados financieros mensuales y anuales con sus respectivos anexos en los tiempos definidos por los organismos de control.
10. Autorizar el proceso de registro de los comprobantes diarios de la oficina matriz y agencias.
11. Autorizar el proceso de compras, anticipos y pagos de los bienes y servicios a los proveedores de manera oportuna.
12. Revisar y autorizar la acreditación mensual de los Roles de Pago del personal vigente.
13. Efectuar el pago a proveedores.
14. Realizar transferencias interbancarias.
15. Realizar mensualmente conciliaciones interbancarias.
16. Llevar un control adecuado de los activos fijos y de inventarios de la oficina matriz y verificar los anexos de activos fijos de las agencias conciliando los saldos contables. Registrar activos fijos y amortizaciones.
17. Realizar las provisiones de las cuentas por pagar y por cobrar de los activos y pasivos de la Cooperativa de conformidad a lo definido en la Ley y demás normas aplicables.
18. Realizar la declaración y pago del impuesto a la renta y los anticipos al SRI.
19. Generar y enviar el anexo de partícipes, socios fundadores y administradores al SRI.
20. Revisar declaración a Solca.
21. Realizar declaraciones al SRI (IVA, RETENCIONES, RENTA, AE, etc) anexos (ATS, ROTEF, REDEP, etc).
22. Ingresar información a plantillas para revisar indicadores financieros.
23. Elaborar la proforma presupuestaria de ingresos y gastos de matriz y agencias y enviar a gerencia para la revisión, para la posterior aprobación por parte del Consejo de Administración.
24. Realizar arqueos de caja.
25. Responsable del manejo de chequera.
26. Administrar y custodiar el archivo del área tanto físico como magnético.
27. Mantener prudencia y sigilo con las actividades administrativas y operativas de la Organización.
28. Asumir responsabilidad por el cuidado y custodia de equipos, muebles y enseres, dinero, archivo, documentación y demás información entregados para la ejecución de su trabajo.
29. Las demás inherentes al cargo dispuestas por su jefe inmediato.

Perfil del cargo:

FORM. ACADÉM.	CONTADOR	TOTAL PONDERADO
Formal: Complementaria:	Título en Finanzas, Contabilidad y Auditoría o afines. (20 / 30) Normativa Organismos de Control, Presupuesto, Tributación. (10 / 30)	30.00

EXPERIENC. LAB	Un año en el cargo y en Instituciones Financieras.	35.00
OTROS	CPA	5.00
COMPETENCIAS	Responsabilidad	2.25
	Orientación al Servicio	2.25
	Trabajo en Equipo	2.25
	Pensamiento Analítico	3.75
	Firmeza	3.00
	Perfeccionismo	3.00
	Discreción	3.75
	Orden y Método	3.75
	Atención a Normas	3.00
	Puntualidad	3.00
		100.00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Tabla 12-5: Manual de funciones de cajero

DENOMINACIÓN DEL CARGO:		CAJERO
Área:		Operaciones
Reporta a:		Jefatura de Operaciones / Jefe de Agencia.
Supervisa a:	Directos:	Ninguno
	Indirectos:	Ninguno
Se relaciona con:	Internamente:	Auditoría Interna, Oficial de Cumplimiento, Balcón de Servicios, Contabilidad y área de TICs.
	Externamente:	Socios y público en general.
Misión:		
Contribuir a la calidad de servicio e imagen institucional a través de la atención ágil y oportuna a los socios, responsabilizándose por la recepción, entrega y custodia de valores y precautelando los intereses de la Organización, en concordancia con las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas.		
Funciones y Responsabilidades:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir, entregar y custodiar dinero y documentos de valor durante las actividades de caja, preservando las normas de seguridad y control establecidos para este tipo de operaciones. 2. Atender con cordialidad, eficiencia y precisión los requerimientos transaccionales de los socios. 3. Proporcionar la información solicitada por el socio apoyándole con recomendaciones para la solución de sus problemas financieros del momento, manteniendo la imagen y cultura organizacional. 4. Registrar en el sistema los movimientos transaccionales efectuados. 5. Archivar y custodiar la documentación de las operaciones realizadas diariamente. 6. Administrar y custodiar la información de los socios, según políticas de clasificación, mantenimiento y actualización en el software, con la finalidad de optimizar las acciones de registro y consulta. 7. Verificar el monto de fondo de cambio. 8. Efectuar, al final de su jornada laboral, el cuadro de caja respectivo y reportar su resultado al superior inmediato. 9. Asumir responsabilidad por faltantes de dinero y documentos de valor, que resultaren de las operaciones al final de su jornada. 10. Verificar el proceso de apertura y cierre de cuentas. 11. Colaborar en las tareas de Balcón de Servicios tales como: información, canalizar y solventar inquietudes de los socios y público en general. 12. Reemplazar temporalmente a los compañeros pares cuando éstos se ausenten. 		

13. Mantener prudencia y sigilo con las actividades administrativas, comerciales y operativas de la Organización y la información de sus socios.
14. Asumir responsabilidad y custodia por equipos, muebles, enseres, valores, dinero, archivo, información, garantías y demás documentación entregada para la ejecución de su trabajo
15. Las demás inherentes al cargo dispuestas por su jefe inmediato.

Perfil del Cargo:

FORM. ACADÉM.	CAJERO FINANCIERO	TOTAL PONDERADO
Formal: Complementaria:	Bachiller en Contabilidad o preferiblemente con estudios superiores en Administración de Empresas, Banca y Finanzas, Economía o afines. (20 / 25) Office: Word, Excel, Detección de billetes falsos, Lavado de Activos y Atención al Cliente. (5 / 25)	30.00
EXPERIENC. LAB.	Un año en el cargo y en Instituciones Financieras.	40.00
COMPETENCIAS	Responsabilidad	2.25
	Orientación al Servicio	2.25
	Trabajo en Equipo	2.25
	Destreza Numérica	3.00
	Proactividad	3.75
	Discreción	3.00
	Relaciones Interpersonales	3.75
	Atención a Normas	3.00
	Perfeccionismo	3.75
	Orden y Método	3.00
		100.00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Tabla 13-5: Manual de funciones de guardia de seguridad

DENOMINACIÓN DEL CARGO:		GUARDÍA DE SEGURIDAD
Área:		Control
Reporta a:		Consejo de Vigilancia
Supervisa a:	Directos:	Ninguno
	Indirectos:	Ninguno
Se relaciona con:	Internamente:	Área de TICs, área de Crédito y Cobranzas, área de Operaciones, Jefatura de Agencia, Balcón de Servicios, área de Marketing y todos los cargos.
	Externamente:	Organismo de Control, proveedores, casas comerciales de productos electrónicos, inversionistas, socios y público en general.
Misión:		
<p>Precautelar la seguridad de los colaboradores, socios y público en general que se encuentren dentro de los límites de las oficinas y salones de la Cooperativa; así como también, para el transporte de valores, resguardo de instalaciones físicas, bienes, equipos y demás materiales de propiedad de la Institución.</p>		
Funciones y Responsabilidades:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar inspección permanente y mantenimiento de las instalaciones físicas y electrónicas de zonas de la Institución donde exista de colaboradores, socios y público en general. 2. Confirmar la presencia de al menos dos personas que se encuentren presentes al momento de abrir y cerrar las oficinas operativas (matriz, sucursales y agencias) de la Institución. 3. Verificar que la Institución cuente con efectivos sistemas de seguridad y vigilancia en el interior de sus instalaciones, con guardias de empresas u organizaciones de seguridad privada. 4. Velar por el fiel cumplimiento de la Normativa de Seguridad y Protección. 5. Verificar la funcionalidad de los dispositivos, sistemas y procedimientos para la entrada y salida de los colaboradores de la entidad; así como también para la entrada y salida de socios, clientes, usuarios, supervisores y proveedores. 6. Contratar empresas de seguridad privada; suscribiendo los respectivos acuerdos de confidencialidad y observando los requisitos que establezca la Ley y el Ministerio del Interior. 7. Verificar permanentemente los sistemas de alarma con la finalidad de garantizar el funcionamiento correcto de los equipos y la presencia del personal encargado; así mismo deberá confirmar los sistemas de comunicación con las empresas de seguridad privada, Policía Nacional, Servicio Integrado de Seguridad ECU-911 y Cuerpo de Bomberos. 		

8. Verificar todos los sistemas electrónicos, alarmas y demás elementos de seguridad estén operativos en todo momento y al menos deberán captar, grabar tanto las señales de alarma como las escenas de hechos delictivos o siniestros.
9. Brindar seguridad, en coordinación con la Policía Nacional, a los socios, clientes o usuarios que solicitaren dicho servicio para el retiro o depósito del dinero en efectivo.
10. Efectuar la recepción y envío de efectivo y valores en áreas de acceso restringido al público y por personal autorizado por la entidad que eviten su exposición a riesgos.
11. Realizar el traslado de especies y valores de empresas debidamente autorizadas, utilizando vehículos blindados que cumplan con las disposiciones del Ministerio del Interior o del organismo que haga sus veces. Adicionalmente se deberán mantener actualizadas las fichas con los nombres, firmas y fotografías del personal de la empresa transportadora de fondos y valores.
12. Definir en el Manual de Seguridad y Protección los montos mínimos y máximos que serán transportados a través de vehículos blindados.
13. Asumir responsabilidad y custodia por equipos, muebles, dinero, enseres, archivo, información y documentación entregada para la ejecución de su trabajo.

Perfil del Cargo:

FORM. ACADÉM.	OFICIAL DE SEGURIDAD FÍSICA	TOTAL PONDERADO
Formal:	Título de tercer nivel o egresado/a en Sistemas, Informática o Tecnología de la Información.	25.00
Complementaria:	Puede postular también personas con formación en Ingeniería en Administración de Empresas, Banca y Finanzas, Ingeniería Industrial o afines. (20 / 25) Preferible con conocimientos y/o experiencia en seguridad física, electrónica y manejo de personal de seguridad. (5 / 25)	
EXPERIENC. LAB	Un año en posiciones similares y en Instituciones Financieras. Incluso, puede considerarse candidatos con experiencia en empresas de seguridad.	35.00
OTROS	Alta disponibilidad para visitar agencias y sucursales localizadas dentro y fuera de la Ciudad y perfecto estado de Salud Física y Mental.	10.00
COMPETENCIAS	Responsabilidad	2.25
	Orientación al Servicio	2.25
	Trabajo en Equipo	2.25
	Firmeza	3.00
	Discreción	3.75
	Equilibrio Emocional	3.75
	Rendimiento Bajo Presión	3.75
	Atención a Normas	3.00
	Planificación y Organización	3.00
	Liderazgo	3.00
		100.00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.5. Estudio técnico

5.5.1. Localización

La localización determinará la ubicación exacta donde se ejecutará el proyecto, a pesar de que la necesidad de dinero está presente en todo el cantón Pallatanga, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda, se ubicará tomando en cuenta los siguientes factores para la localización.

5.5.1.1. Macrolocalización

El proyecto se ubicará en el cantón Pallatanga, la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda, prestará sus servicios financieros.

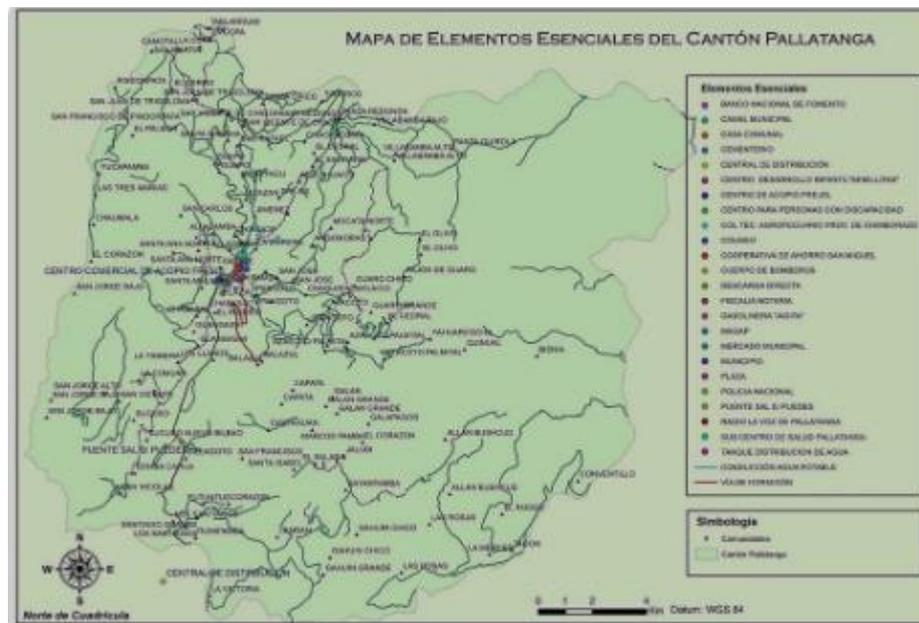


Ilustración 7-5: Mapa del cantón Pallatanga

Fuente: GAP de Pallatanga (2023).

5.5.1.2. Microlocalización

Para la determinación del sector exacto de la ubicación de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda, en el área central de la ciudad de Pallatanga, esta ciudad es el principal centro económico, comercial, donde llama la atención a los habitantes y se utilizó el método de la observación directa, en donde se tomó en cuenta variables que inciden en la prestación del servicio: la competencia, la accesibilidad a los servicios básicos, el flujo vehicular, el flujo comercial, la accesibilidad a la ubicación, y facilidad de acceso para los clientes.

Determinados estos factores se decidió ubicar la oficina de la entidad en las calles 10 de agosto y García Moreno como se muestra a continuación.

Ubicación de la cooperativa

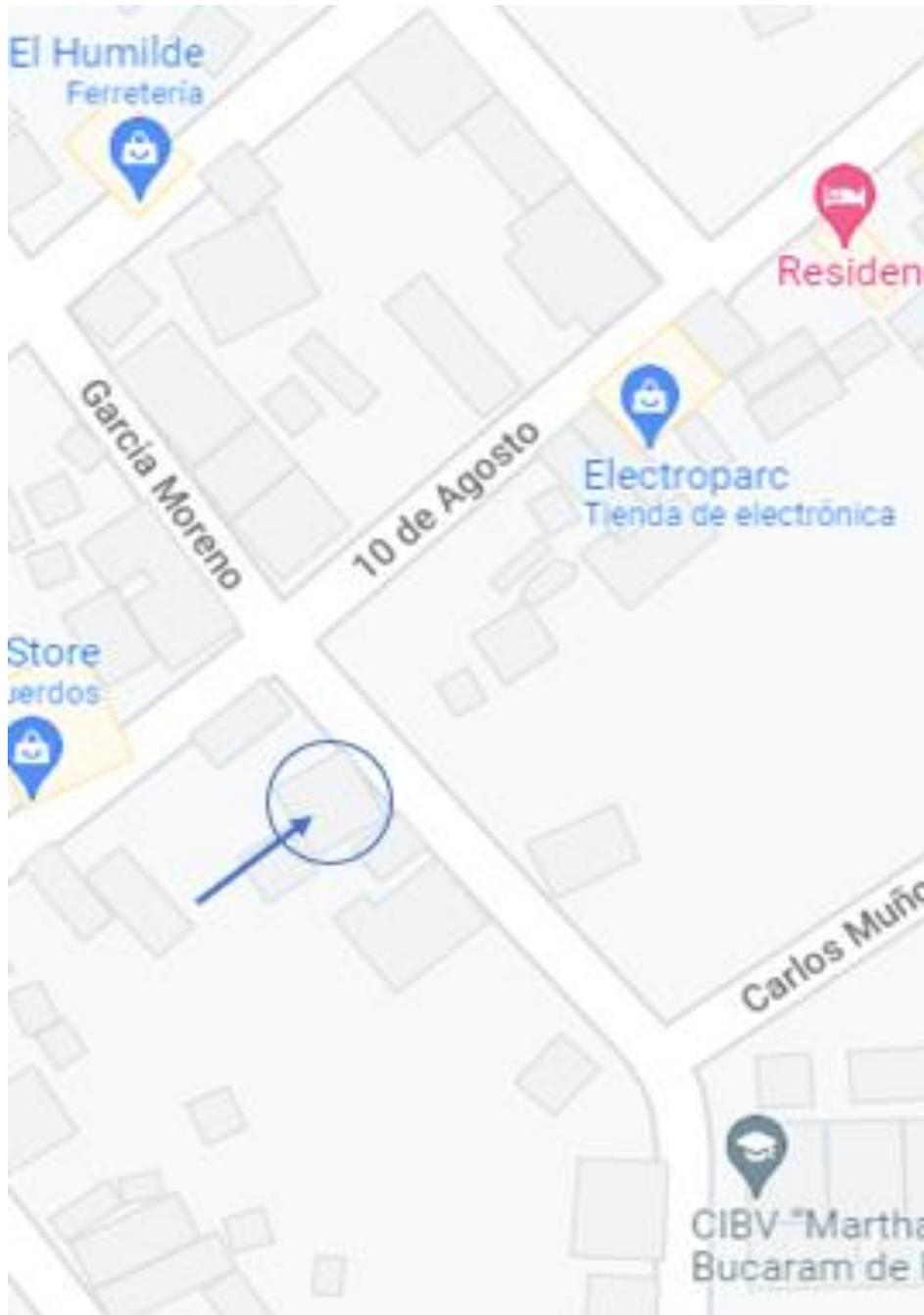


Ilustración 8-5: Ubicación del proyecto

Fuente: GAP de Pallatanga (2023).

Este proyecto consiste en implementar la creación de una cooperativa de ahorro y crédito en el cantón Pallatanga con la finalidad de facilitar el acceso a recursos financieros, para incentivar a las personas emprendedoras y aportar al desarrollo de la COAC.

5.5.2. Tamaño y Capacidad del proyecto

El tamaño del proyecto se determinará en base a la capacidad de servicios que la cooperativa puede ofrecer, este análisis permitirá presupuestar los costos que requiere la ejecución del proyecto con el fin optimizar el manejo de recursos y se desea acaparar al 5% de personas para otorgamiento de créditos.

Tabla 14-5: Tamaño del proyecto

AÑO	DEMANDA	OFERTA	Demanda Insatisfecha	A CUBRIR
2023	10.616	8.471	2.145	5,0%
2024	10.956	8.742	2.214	107
2025	11.307	9.022	2.285	111
2026	11.669	9.311	2.358	114
2027	12.042	9.609	2.433	118

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.5.3. Distribución de planta

Plano de espacios requeridos proyectados a 5 años

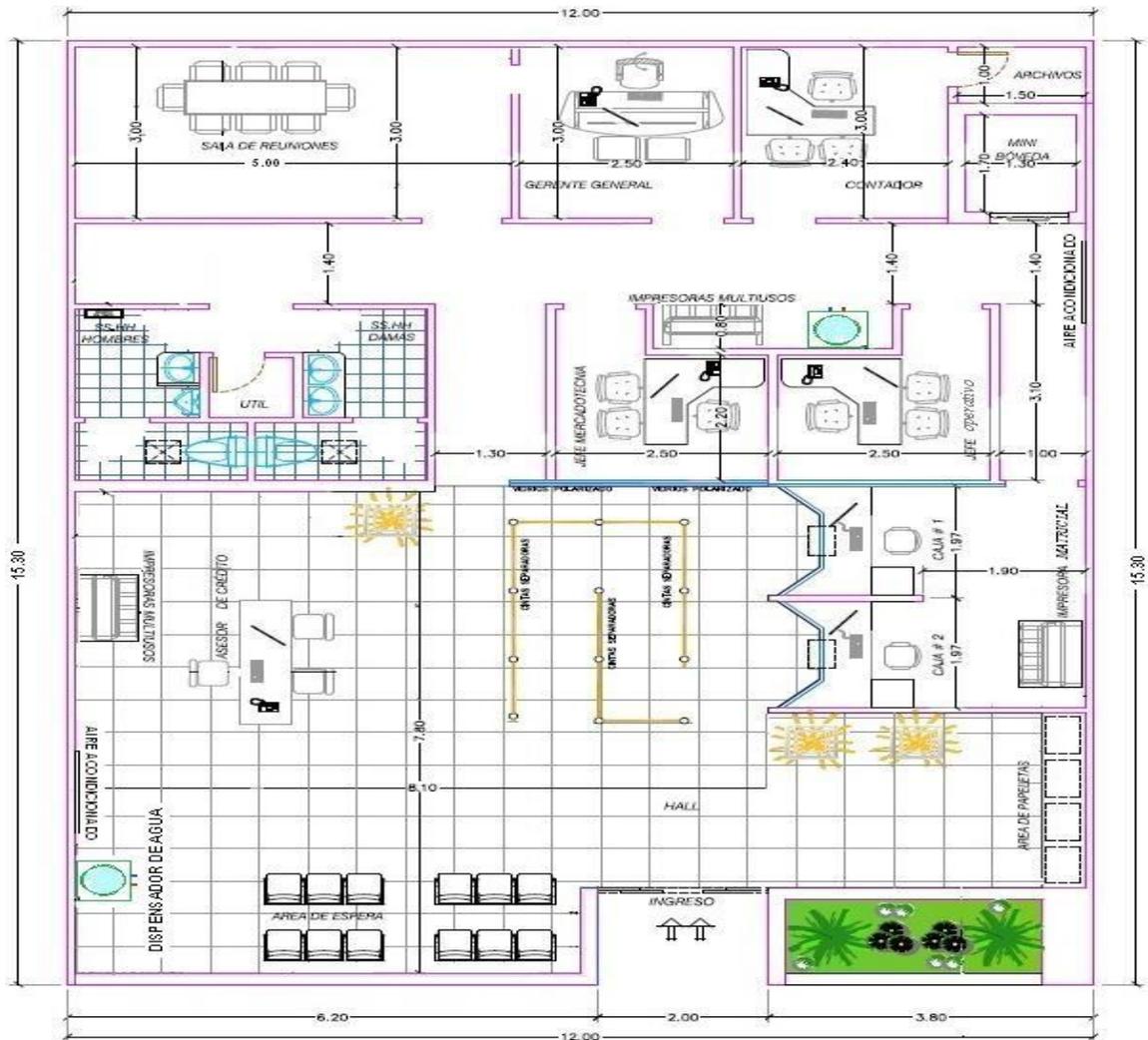


Ilustración 9-5: Diseño de planta

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

El plano del local es adecuado para desempeñar las funciones requeridas por la cooperativa.

5.5.4. Diagramas de flujo

Tiene como función principal acoplar los recursos físicos, materiales y tecnológicos, para la optimización del servicio crediticio, fundamentalmente tiene que ver con la adecuación y equipamiento de las oficinas de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. en el cantón Pallatanga.

La prestación del servicio hacia los clientes será detallada mediante la realizado por de flujogramas analíticos que especifican minuciosamente los paso que se deberá seguir, tiempo y detalles para cada servicio y se detalla de la siguiente manera:

5.5.4.1. *Proceso afiliación de socios*

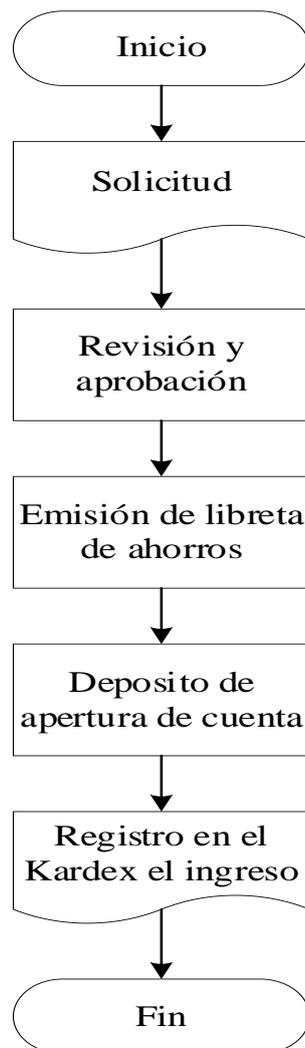


Ilustración 10-5: Proceso de afiliación de socios

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.5.4.2. *Proceso de otorgación de crédito*

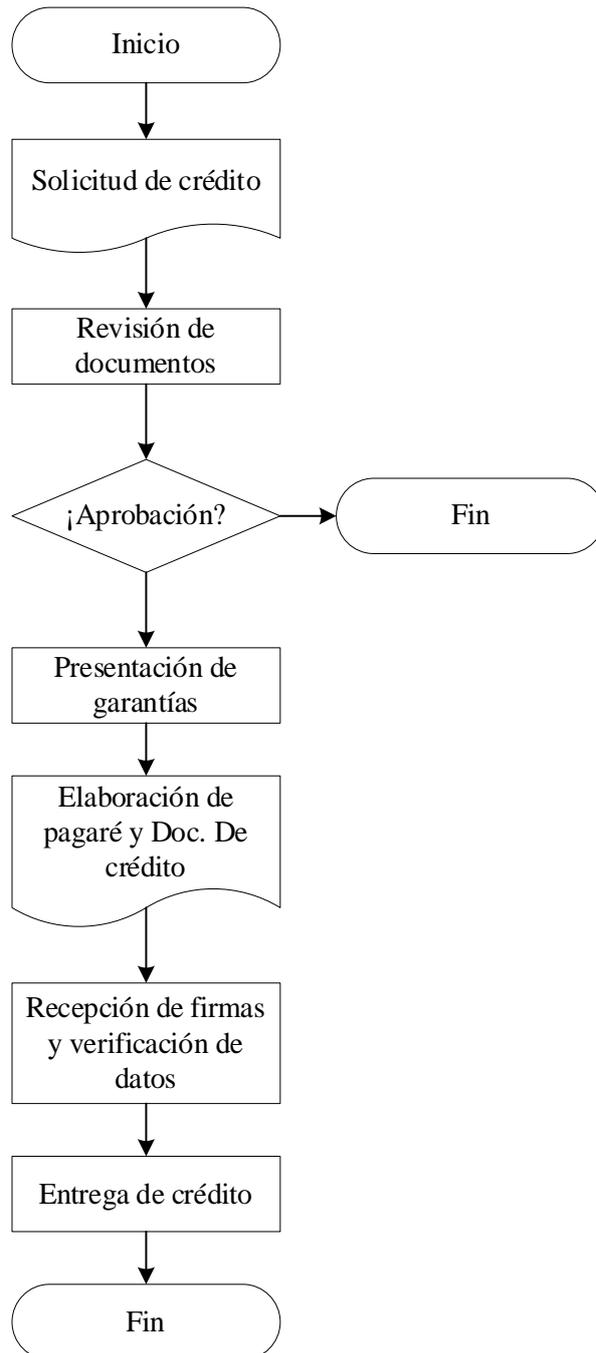


Ilustración 11-5: Proceso de otorgación de créditos

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.5.5. Presupuesto técnico

5.5.5.1. Muebles y enseres de oficina

Para el normal funcionamiento de la nueva cooperativa de ahorro y crédito, se requiere adecuar con el mobiliario y enseres de oficina necesarios, el cual constará de:

Tabla 15-5: Muebles de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios de Oficina	6	120	720,00
Archivadores	6	80	480,00
Sillas de escritorio	6	35	210,00
Sillas de espera	8	20	160,00
Total			1570,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.5.5.2. Equipamiento informático

Se adquirirá un equipo de computación o informático básico, de acuerdo con el o los funcionarios que contrate la Cooperativa, equipo que debido a su depreciación será renovado al término de tres años.

Tabla 16-5: Equipo informático

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	5	800	4000,00
Impresora	1	450	450,00
Total			4450,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.5.5.3. Enseres de oficina

Tabla 17-5: Enseres de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sumadoras	1	20,00	20,00
Telefax	1	100,00	100,00
Conexiones internet	1	50,00	50,00
Extinguidor	1	50,00	50,00
Total			220,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.5.5.4. Suministros de oficina

Tabla 18-5: Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Papel bond (resmas)	6	5	30,00
Carpetas	65	0,35	22,75
Engrapadora y perforadora	2	7,5	15,00
Libretas de ahorro	65	0,5	32,50
Esferos	6	0,35	2,10
Sellos	3	3,5	10,50
Estuche libretas	65	0,25	16,25
Otros: Grapas, lápices, borradores	1	30	30,00
Total			159,10

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.6. Estudio financiero

El estudio económico analiza la información obtenida tanto en el estudio de mercado marketing técnico, administrativo para así poder definir la cantidad de las inversiones que se necesita para realizar la implementación de una sucursal Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. en el cantón Pallatanga y una vez conocido los costos, gastos e ingreso permitió realizar la proyección del flujo de caja, estado de resultados y la construcción del balance general, así también nos permitirá analizar las diferencias alternativas de financiamiento y conocer la factibilidad mediante el estudio económico para tener mayor claridad sobre la factibilidad y viabilidad del mismo.

5.6.1. Inversiones iniciales

Para la determinación de los costos y gastos del proyecto se considera analizar aspectos importantes relacionados con la tecnología, precios; la infraestructura, y los costos de inversión de producción.

5.6.2. Inversión fija

Para el estudio de factibilidad para proponer una sucursal para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. las inversiones fijas se consideran a todo tipo de activos para el funcionamiento de la misma, cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la COAC lleve a cabo sus actividades de forma ordenada y concreta brindando un excelente servicio.

Tabla 19-5: Inversión fija

Descripción	Valor Total
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	\$ 12.000,00
Arriendo	\$ 12.000,00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRACIÓN	\$ 6.399,10
Muebles y Enseres	\$ 1.570,00
Escritorios de Oficina	720,00
Archivadores	480,00
Sillas de escritorio	210,00
Sillas de espera	160,00
Equipo de computo	\$ 4.450,00
Computador	4000,00
Impresora	450,00
Enseres de oficina	\$ 220,00
Sumadoras	20,00
Telefax	100,00
Conexiones internet	50,00
Extinguidor	50,00
Suministros de oficina	\$ 159,10
Papel bond (resmas)	30,00
Carpetas	22,75
Engrapadora y perforadora	15,00
Libretas de ahorro	32,50
Esferos	2,10
Sellos	10,50
Estuche libretas	16,25
Otros: Grapas, lápices, borradores	30,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	\$ 18.399,10

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Las Inversiones Fijas de este proyecto se detallaron en la tabla anterior mediante las proformas de costos detalladas en el estudio técnico del arriendo, equipos, muebles, enseres, instalaciones y otros siendo los necesarios para poder dar funcionamiento a la cooperativa dentro del cantón Pallatanga cada uno de estos activos fijos serán actualizados y de calidad. Los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones proforma de equipos, maquinarias, muebles, enseres, para el proyecto las inversiones están valoradas en \$ 18.399,10.

5.6.3. Inversión diferida

Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables para iniciar el funcionamiento de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. estos activos están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo.

Tabla 20-5: Inversión diferida

Descripción	Valor Total
Estudios preliminares	\$ 1.200,00
Encuestas	\$400,00
Visitas a los habitantes	\$100,00
Adecuación de áreas	\$500,00
Trasporte	\$200,00
Gasto de constitución	\$ 2.500,00
Asesoramiento técnico	\$1500,00
Estructura de políticas	\$1000,00
Permisos de funcionamiento	\$ 1.000,00
Bomberos	\$200,00
Municipio	\$400,00
SRI	\$200,00
Medio ambiente	\$200,00
TOTAL	\$ 4.700,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Las inversiones diferidas se caracterizan como derechos adquiridos, servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto y su debido funcionamiento de orden legal, dando como resultado de \$ 4.700,00 dólares para estructurar la COAC en el cantón Pallatanga.

5.6.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal de proyecto durante el primer mes de funcionamiento.

Tabla 21-5: Capital de trabajo

Descripción	Valor Total
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 23.496,16
Asesor de crédito	\$ 8.501,90
Atención al cliente	\$ 7.729,00
Cajero	\$ 7.265,26
GASTOS OPERATIVOS	\$ 159,10
Papel bond (resmas)	30,00
Carpetas	22,75
Engrapadora y perforadora	15,00
Libretas de ahorro	32,50
Esferos	2,10
Sellos	10,50
Estuche libretas	16,25
Otros: Grapas, lápices, borradores	30,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 31.050,34
Mano de obra indirecta	\$ 30.452,26
Jefe de agencia	\$ 15.458,00
Contador	\$ 7.729,00
Guardia	\$ 7.265,26
Gastos administrativos	\$ 598,08
Papel bond (resmas)	30,00
Carpetas	22,75
Engrapadora y perforadora	15,00
Libretas de ahorro	32,50
Esferos	2,10
Sellos	10,50
Estuche libretas	16,25
Otros: Grapas, lápices, borradores	30,00
Agua	240,00
Luz	120,00
Teléfono	48,98
Internet	30,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 760,00
Radio	\$ 600,00
Periódico	\$ 150,00
Hojas volantes	\$ 10,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 55.465,60

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

El capital de trabajo es la cantidad de dinero con que iniciara sus actividades la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. siendo sus activos y las obligaciones con un total \$ \$ 55.465,60 para cubrir deudas del primer mes de ejecución de la COAC para que esta funcione de manera correcta.

5.6.5. Resumen de la inversión

Tabla 22-5: Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 18.399,10
Inversión Diferida	\$ 4.700,00
Capital de Trabajo	\$ 55.465,60
INVERSIÓN TOTAL	\$ 78.564,70

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

El resumen de inversiones en el total de la inversión para estudio de factibilidad para la apertura de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. para su debido funcionamiento.

5.6.6. Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual la COAC obtiene recursos para cubrir el faltante de la inversión de este proyecto. Por medio del financiamiento pueda mantener una economía estable, planear a futuro con una excelente toma de decisiones.

Tabla 23-5: Financiamiento

Capital Propio	\$ 31.425,88	40%
Capital de Terceros	\$ 47.138,82	60%
TOTAL	\$ 78.564,70	100%

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Tabla 24-5: Tabla de amortización

Préstamo:	\$ 47.138,82
Tasa Interés:	8,33%
Plazo:	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 47.138,82
1	\$ 7.982,42	\$ 3.926,66	\$ 11.909,09	\$ 39.156,40
2	\$ 8.647,36	\$ 3.261,73	\$ 11.909,09	\$ 30.509,04
3	\$ 9.367,68	\$ 2.541,40	\$ 11.909,09	\$ 21.141,35
4	\$ 10.148,01	\$ 1.761,07	\$ 11.909,09	\$ 10.993,34
5	\$ 10.993,34	\$ 915,75	\$ 11.909,09	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Los gastos financieros reflejan el costo del préstamo adquirido en la misma institución financiera la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. como se muestra en la tabla anterior la deuda que contrae la COAC es de \$ 47.138,82. Considerando una tasa de interés de 8,33% (BanEcuador).

5.6.7. Costos de producción

Se considera este costo la valoración monetaria en la cual se incurren el funcionamiento en la prestación de servicios a los habitantes para ello se demuestra a continuación.

Tabla 25-5: Costos de producción

TASA DE INFLACIÓN 3,70%

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 23.496,16	\$ 24.365,52	\$ 25.267,04	\$ 26.201,92	\$ 27.171,39
MOD	\$ 23.496,16	\$ 24.365,52	\$ 25.267,04	\$ 26.201,92	\$ 27.171,39
GASTOS OPERATIVOS	\$ 159,10	\$ 164,99	\$ 171,09	\$ 177,42	\$ 183,99
Costos administrativos	\$ 159,10	\$ 164,99	\$ 171,09	\$ 177,42	\$ 183,99
TOTAL	\$ 23.655,26	\$ 24.530,50	\$ 25.438,13	\$ 26.379,34	\$ 27.355,38

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

El costo para brindar el servicio es el valor importante para el estudio de factibilidad el cual ayuda a ver el monto adecuado ya sea este directo o indirecto las depreciaciones para ello se considera la tasa de inflación que mantiene el Ecuador que es de 3,70% siendo una tarea fundamental a la hora de gestionar o planificar la las actividades diarias para la colocación de los créditos en el cantón Pallatanga mostrando los costos para el primer año es de \$ 23.655,26 y el quinto \$ 27.355,38 incrementando de acorde a la inflación y políticas de estado.

5.6.8. Gastos administrativos

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización.

Tabla 26-5: Rol de pagos

	FONDOS DE RESERVA:		8,33%	luego de un año de servicio								
ROL DE PAGOS												
CARGO	SALARIO BASICO	TOTAL ANUAL BASICO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL 1	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5	
Jefe de agencia	1000	\$ 12.000,00	\$ 1.458,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 15.458,00	\$ 1.395,47	\$ 16.853,47	\$ 18.248,94	\$ 19.644,41	\$ 21.039,88	
Asesor de crédito	550	\$ 6.600,00	\$ 801,90	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 8.501,90	\$ 767,51	\$ 9.269,41	\$ 10.036,92	\$ 10.804,43	\$ 11.571,94	
Atención al cliente	500	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 7.729,00	\$ 697,74	\$ 8.426,74	\$ 9.124,47	\$ 9.822,21	\$ 10.519,94	
Contador	500	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 7.729,00	\$ 697,74	\$ 8.426,74	\$ 9.124,47	\$ 9.822,21	\$ 10.519,94	
Cajero	500	\$ 5.640,00	\$ 685,26	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 7.265,26	\$ 655,87	\$ 7.921,13	\$ 8.577,00	\$ 9.232,87	\$ 9.888,75	
Guardia	470	\$ 5.640,00	\$ 685,26	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 7.265,26	\$ 655,87	\$ 7.921,13	\$ 8.577,00	\$ 9.232,87	\$ 9.888,75	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

La mano de obra es lo primordial dentro de estudio de factibilidad para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. de la ciudad de Riobamba donde se puede mostrar de manera directa el sueldo de cada integrante de la institución considerando todos los beneficios de ley como rige el código de trabajo ecuatoriano por esta razón la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. contará con este personal y el valor total anual de la suma del total líquido a pagar del año 1 es de \$ 53.948,42 para determinar este valor se toma en cuenta el sueldo mensual, fondos de reserva, aporte patronal, XIII, XIV, como se observa en la tabla anterior se observa que la proyección va aumentando ya que año tras año el sueldo básico unificado aumenta por ende los beneficios de cada trabajador aumentara y los valores serán alto

Tabla 27-5: Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe de agencia	15458	16853,47	18248,94	19644,41	21039,88
Contador	7729	8426,74	9124,47	9822,21	10519,94
Guardia	7265,26	7921,13	8577,00	9232,87	9888,75
TOTAL	\$ 30.452,26	\$ 33.201,34	\$ 35.950,42	\$ 38.699,49	\$ 41.448,57

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Los gastos administrativos se consideran a los colaboradores de la COAC que no intervienen directamente con el proceso directo de la entrega de los créditos, pero son parte de la COAC para la toma de decisiones, los gastos de la tabla anterior se pueden decir que para el primer año se toma el básicos anual con todos los beneficios de ley, para el año 2 se incrementa de acuerdo a la tasa de inflación.

5.6.9. Gastos de ventas

Tabla 28-5: Gasto de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Radio	\$ 600,00	\$ 622,20	\$ 645,22	\$ 669,09	\$ 693,85
Periódico	\$ 150,00	\$ 155,55	\$ 161,31	\$ 167,27	\$ 173,46
Hojas volantes	\$ 10,00	\$ 10,37	\$ 10,75	\$ 11,15	\$ 11,56
TOTAL	\$ 760,00	\$ 788,12	\$ 817,28	\$ 847,52	\$ 878,88

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Estos gastos son generados por la publicidad que se desarrolla para dar a conocer nuestro producto y servicios a los habitantes del cantón Pallatanga y estos servirán para dar a conocer los beneficios que brinda la COAC.

5.6.10. Gastos financieros

Tabla 29-5: Gastos financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses del Préstamo	\$ 3.926,66	\$ 3.261,73	\$ 2.541,40	\$ 1.761,07	\$ 915,75
TOTAL	\$ 3.926,66	\$ 3.261,73	\$ 2.541,40	\$ 1.761,07	\$ 915,75

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Los gastos financieros es el pago que se desarrollará por el préstamo que se recuperará para el ingreso a al COAC lo que será mensualmente de acorde a la tabla de amortizaciones que está estipulado.

5.6.11. Ingresos

Los ingresos son considerados la cantidad de dinero que se pretende colocar como créditos a los habitantes del cantón Pallatanga entre ellos se considera oportuno empezar un crédito de \$1000,00 para los distintos préstamos para determinar esa cantidad se calcula multiplicando la capacidad instalada que es del 5% por la demanda insatisfecha para lo cual se considera que la colocación de créditos sea microcréditos un 90% de la población con una tasa de interés de 25,03% de la capacidad instalada y los créditos de consumo es del 10% con un interés de 16% como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 30-5: Ingresos

INGRESOS (Anuales)

Productos/Servicios	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Micro crédito 90%	1000,00	97	100	103	106	109
		\$120.695,84	\$124.558,11	\$128.543,97	\$132.657,37	\$136.902,41
Crédito de consumo 10%	1000,00	11	11	11	12	12
		\$12.442,10	\$12.840,24	\$13.251,13	\$13.675,17	\$14.112,77
TOTAL		\$ 133.137,94	\$ 137.398,35	\$ 141.795,10	\$ 146.332,54	\$ 151.015,18

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.6.12. Estado de resultados

El estado de resultados es un documento que detalla los ingresos, los gastos que se adquiere por la colocación de créditos y a la recuperación mediante intereses durante un período de tiempo de acorde a los tipos de crédito considerando el pago del 15% de participación de trabajadores y el 25% de impuesto a la renta dando como resultado para el primer año \$ 42.836,58 y para el quinto año de \$ 46.480,29 considerando un ingreso nítido e incremento paulatino.

Tabla 31-5: Estado de resultados

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 133.138	\$ 137.398	\$ 141.795	\$ 146.333	\$ 151.015
- Costo de Producción	-\$ 23.655,26	-\$ 24.530,50	-\$ 25.438,13	-\$ 26.379,34	-\$ 27.355,38
= Utilidad Bruta	\$ 109.482,68	\$ 112.867,85	\$ 116.356,96	\$ 119.953,20	\$ 123.659,80
- Gastos de Administración	-\$ 30.452,26	-\$ 33.201,34	-\$ 35.950,42	-\$ 38.699,49	-\$ 41.448,57
- Gastos de Ventas	-\$ 760,00	-\$ 788,12	-\$ 817,28	-\$ 847,52	-\$ 878,88
- Depreciaciones -amortizaciones	-\$ 2.949,46	-\$ 2.949,46	-\$ 2.949,46	-\$ 2.949,46	-\$ 2.949,46
- Gastos Financieros	-\$ 3.926,66	-\$ 3.261,73	-\$ 2.541,40	-\$ 1.761,07	-\$ 915,75
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 71.394,29	\$ 72.667,20	\$ 74.098,41	\$ 75.695,65	\$ 77.467,15
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 10.709,14	-\$ 10.900,08	-\$ 11.114,76	-\$ 11.354,35	-\$ 11.620,07
- Impuesto a la Renta	-\$ 17.848,57	-\$ 18.166,80	-\$ 18.524,60	-\$ 18.923,91	-\$ 19.366,79
= Utilidad Neta	\$ 42.836,58	\$ 43.600,32	\$ 44.459,04	\$ 45.417,39	\$ 46.480,29

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.6.13. Balance general

El balance general es un documento donde muestro los activos, pasivos y el patrimonio con que cuenta la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda de forma detallada en el cual se puede evidenciar la cantidad de activos y pasivos que puede tener la COAC

Tabla 32-5: Balance general

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 55.465,60	\$ 98.209,20	\$ 141.089,80	\$ 184.151,73	\$ 227.439,60	\$ 270.998,18
Caja	\$ 55.465,60	\$ 98.209,20	\$ 141.089,80	\$ 184.151,73	\$ 227.439,60	\$ 270.998,18
ACTIVO FIJO	\$ 24.798,20	\$ 21.848,74	\$ 18.899,28	\$ 15.949,82	\$ 13.000,36	\$ 10.050,90
EDIFICIOS Y OBRA CIVIL	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRACIÓN	\$ 6.399,10	\$ 6.399,10	\$ 6.399,10	\$ 6.399,10	\$ 6.399,10	\$ 6.399,10
Muebles y Enseres	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00
Equipo de computo	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00
Enseres de oficina	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
Suministros de oficina	\$ 159,10	\$ 159,10	\$ 159,10	\$ 159,10	\$ 159,10	\$ 159,10
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 2.949,46	-\$ 5.898,92	-\$ 8.848,38	-\$ 11.797,84	-\$ 14.747,30
ACTIVO DIFERIDO	\$ 4.700,00	\$ 3.760,00	\$ 2.820,00	\$ 1.880,00	\$ 940,00	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 940,00	-\$ 1.880,00	-\$ 2.820,00	-\$ 3.760,00	-\$ 4.700,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 84.963,80	\$ 123.817,94	\$ 162.809,08	\$ 201.981,55	\$ 241.379,96	\$ 281.049,08
PASIVO						
PASIVO	\$ 47.138,82	\$ 39.156,40	\$ 30.509,04	\$ 21.141,35	\$ 10.993,34	\$ 0,00
Corriente	\$ 7.982,42	\$ 8.647,36	\$ 9.367,68	\$ 10.148,01	\$ 10.993,34	\$ 0,00
No Corriente	\$ 39.156,40	\$ 30.509,04	\$ 21.141,35	\$ 10.993,34	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 31.425,88	\$ 74.262,46	\$ 117.862,78	\$ 162.321,82	\$ 207.739,21	\$ 254.219,50
Capital	\$ 31.425,88	\$ 31.425,88	\$ 31.425,88	\$ 31.425,88	\$ 31.425,88	\$ 31.425,88
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 42.836,58	\$ 43.600,32	\$ 44.459,04	\$ 45.417,39	\$ 46.480,29
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 42.836,58	\$ 86.436,90	\$ 130.895,94	\$ 176.313,33
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 78.564,70	\$ 113.418,85	\$ 148.371,81	\$ 183.463,17	\$ 218.732,55	\$ 254.219,50

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.6.14. Flujo neto del efectivo

El flujo neto de efectivo es un documento que describe los movimientos de efectivo (ingresos y gastos) en un periodo determinado, en este estudio de factibilidad que es de 5 años ya que es proyectado para verificar el movimiento de dinero y tomar mejores decisiones.

Tabla 33-5: Flujo neto del efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 133.137,94	\$ 137.398,35	\$ 141.795,10	\$ 146.332,54	\$ 151.015,18
- Costo de Producción		-\$ 23.655,26	-\$ 24.530,50	-\$ 25.438,13	-\$ 26.379,34	-\$ 27.355,38
= Utilidad Bruta		\$ 109.482,68	\$ 112.867,85	\$ 116.356,96	\$ 119.953,20	\$ 123.659,80
- Gastos de Administración		-\$ 30.452,26	-\$ 33.201,34	-\$ 35.950,42	-\$ 38.699,49	-\$ 41.448,57
- Gastos de Ventas		-\$ 760,00	-\$ 788,12	-\$ 817,28	-\$ 847,52	-\$ 878,88
- Gastos de distribución		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 3.926,66	-\$ 3.261,73	-\$ 2.541,40	-\$ 1.761,07	-\$ 915,75
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 74.343,75	\$ 75.616,66	\$ 77.047,87	\$ 78.645,11	\$ 80.416,61
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 11.151,56	-\$ 11.342,50	-\$ 11.557,18	-\$ 11.796,77	-\$ 12.062,49
- Impuesto a la Renta		-\$ 16.355,63	-\$ 16.635,67	-\$ 16.950,53	-\$ 17.301,92	-\$ 17.691,65
= Utilidad Neta		\$ 46.836,56	\$ 47.638,50	\$ 48.540,16	\$ 49.546,42	\$ 50.662,46
+ Depreciaciones		\$ 2.949,46	\$ 2.949,46	\$ 2.949,46	\$ 2.949,46	\$ 2.949,46
+ Amortizaciones		\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 7.982,42	-\$ 8.647,36	-\$ 9.367,68	-\$ 10.148,01	-\$ 10.993,34
+ Valor de Salvamento						\$ 0,00
- Inversiones						
Fija	-\$ 18.399,10					
Diferida	-\$ 4.700,00					
Capital de Trabajo	-\$ 55.465,60					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 78.564,70	\$ 42.743,60	\$ 42.880,60	\$ 43.061,93	\$ 43.287,87	\$ 43.558,58

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

5.7. Evaluación económica -financiera

5.7.1. Valor actual neto

Tabla 34-5: Determinación de tasa de descuento

	Estructura de financiamiento	% Banco Central	Ponderación
Capital propio de la empresa	40%	7,05%	2,82%
Crédito	60%	8,33%	5,00%
Riesgo de Inversión			25%
total			27,82%

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

Mediante el análisis de la tabla anterior se puede ver el cálculo estimulado para determinar la tasa de descuento siendo de 27,82% considerado el crédito que es de 60% y nuestro capital de 40% y considerando un riesgo de inversión de 25%.

Tabla 35-5: Valor actual neto

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 78.564,70	1,000000	-\$ 78.564,70	-\$ 78.564,70
1	\$ 42.743,60	0,752910	\$ 32.182,08	-\$ 46.382,62
2	\$ 42.880,60	0,566873	\$ 24.307,87	-\$ 22.074,74
3	\$ 43.061,93	0,426805	\$ 18.379,03	-\$ 3.695,71
4	\$ 43.287,87	0,321346	\$ 13.910,36	\$ 10.214,65
5	\$ 43.558,58	0,241944	\$ 10.538,75	\$ 20.753,40

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Ibles, J. 2023.

VAN= \$ 20.753,40

Al ejecutar los cálculos el Valor Actual Neto es mayor a 0, la inversión es viable desde el punto de vista económico - financiero. De acuerdo con la tabla anterior podemos deducir que se cumple una de las características para ser aceptado un proyecto ya que el valor actual neto (VAN) es mayor a cero y cumple con esta condición para ser viable.

5.7.2. Tasa interna de retorno

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

TIR= 46,61%

Una vez que se realizó el cálculo del TIR es mayor a la tasa de descuento, la inversión es rentable desde el punto de vista económico - financiero. Para determinar el valor de la Tasa Interna de Retorno se tomó los valores del flujo neto del Efectivo de los 5 años que se realizó la proyección, se procede aplicar la fórmula planteada y fue calcula en Excel de forma automática para obtener el valor dando como resultado un TIR de 47%.

5.7.3. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 36-5: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 78.564,70	1,000000	-\$ 78.564,70	-\$ 78.564,70
1	\$ 42.743,60	0,752910	\$ 32.182,08	-\$ 46.382,62
2	\$ 42.880,60	0,566873	\$ 24.307,87	-\$ 22.074,74
3	\$ 43.061,93	0,426805	\$ 18.379,03	-\$ 3.695,71
4	\$ 43.287,87	0,321346	\$ 13.910,36	\$ 10.214,65
5	\$ 43.558,58	0,241944	\$ 10.538,75	\$ 20.753,40

$$\begin{aligned}
 PRI &= \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiete}} * 12 \right\} \\
 &= 3 \left\{ \frac{-3.695,71}{13.910,36} * 12 \right\} \\
 &= 3 \wedge 0,27 \\
 &= 3 \text{ años, 3 mes(es)}
 \end{aligned}$$

PRI= 3 años, 3 meses

El periodo de recuperación de la inversión es inferior a los 3 años 3 meses de vida útil se puede considerar que es rentable desde el punto de vista económico-financiero.

5.7.4. Relación beneficio costo

Tabla 37-5: Relación beneficio Costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 78.564,70	\$ 0,00	-\$ 78.564,70
1	0,752910	\$ 42.743,60		\$ 32.182,08	\$ 0,00
2	0,566873	\$ 42.880,60		\$ 24.307,87	\$ 0,00
3	0,426805	\$ 43.061,93		\$ 18.379,03	\$ 0,00
4	0,321346	\$ 43.287,87		\$ 13.910,36	\$ 0,00
5	0,241944	\$ 43.558,58		\$ 10.538,75	\$ 0,00
				\$ 99.318,10	

$$\begin{aligned}
 R B/C &= \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}} \\
 &= \frac{\$ 99.318,10}{0,00+78.564,70} \\
 &= 1,26
 \end{aligned}$$

R B/C= \$1,26

Es importante ejecutar el cálculo de la Relación Beneficio Costo es por esta razón que se determina que el proyecto es aceptado ya que tenemos una Relación Beneficio Costo de 1,26 es decir mayor a 1, por lo que significa que por cada \$1 invertido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. se gana 0,26 centavos demostrando que el estudio de factibilidad para la implementación de una sucursal de la COAC en el cantón Pallatanga es viable y favorable para la implementación

CONCLUSIONES

El estudio de factibilidad se enfocó en realizar un análisis de los diferentes autores relacionados con el tema previo a la investigación los cuales ayudaron a ser guía para a la apertura de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Y este estudio demuestra las etapas y fases del respectivo desde el estudio de mercado hasta el análisis económico financiero y su evaluación desde el punto de vista teórico.

Se realiza la aplicación de métodos, técnicas e instrumentos para la realización del estudio de mercado con encuestas a los habitantes del cantón Pallatanga tomando en consideración a la Población Económicamente Activa (PEA), de las cuales se aplicó 372 encuestas, considerando a quienes hacen uso de servicios financieros, los resultados de aceptación fueron de 90,12% de los encuestados aceptan la creación de una nueva cooperativa donde se evidencia que existe una demanda insatisfecha por medio de las COACs del sector.

Al realizar cada uno de las fases de estudio de mercado por medio de la información recabada en cada etapa de la investigación se pudo determinar el análisis económico – financiero y de rentabilidad para la apertura de una sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo, en el cantón Pallatanga, el proyecto arrojó un Valor Actual Neto de \$ 20.753,40, una Tasa Interna de Retorno de 46,61%, el periodo de recuperación de 3 años 3 meses, y una relación beneficio costo de 1,26 por cada dólar invertido en las actividades institucionales de la COAC demostrando la viabilidad y posterior ejecución.

RECOMENDACIONES

Para la realización de estudios de factibilidad recomendamos a los investigadores considerar estructuras teóricas que ayuden aclarar las fases de un proyecto para poder ayudar a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la zona de influencia.

Para el funcionamiento y puesta en marcha de la sucursal de Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. se sugiere aplicar métodos, técnicas e instrumentos que sean confiables para poder determinar quiénes son las personas aptas a realizar un crédito para proporcionar la colocación del mismo sin que exista inconvenientes o carteras vencidas.

Se recomienda la aplicación del presente estudio de factibilidad a las autoridades de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo con la finalidad de apertura de la sucursal de la COAC en el cantón Pallatanga, considerando todos los estudios realizados en cada fase para de esta forma pueda dar a conocer los productos y servicios financieros a cambio de un ingreso que sea de beneficio para la institución y poder tomar decisiones oportunas en base al mercado competitivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. (Diciembre de 2014). *El método de investigación*. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Aguilar, S. (2019). *Problemática actual de los productos financieros complejos: especial referencia a la nulidad por incumplimiento contractual del empresario*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/121217?page=45%0A>
- Albis, M. (2012). *Ciclos y fases de la identificación de proyectos*. Recuperado de: [http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/2202/Ciclo del proyecto.pdf?sequence=1](http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/2202/Ciclo%20del%20proyecto.pdf?sequence=1)
- Aldás, A. (2019). *Cooperativismo : desarrollo y organización histórica Cooperativism : development and historical organization*. Recuperado de: <https://doi.org/https://doi.org/10.24133/vinculospe.v4i2.1552>
- Alianza Cooperativa Internacional. (2017). *Reglamento*. Recuperado de: <https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/ica-bylaws17112017es-1703487485.pdf>
- Aucancela, C. (2018). *Estudio de mercado*. Colombia: Linux.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Berrones, A. (2016). *Proyecto de Factibilidad para la Apertura de una Agencia de la Cooperativa De Ahorro Y Crédito Riobamba Ltda. en la Provincia De Chimborazo Cantón Guamote*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/7551/1/22T0350.pdf>
- Boquera, P. (2015). *Gestión de empresas de la construcción, una pincelada* . México: Pintel.
- Cajigas, E., & Ramírez, M. (2018). *Proyectos de inversión competitivos: formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Palmira: Ferisa S.A.
- Calduch, R. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación Internacional*. Colombia: Trillas. Recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Técnicas%20de%20Investigación%20Internacional%20v2.pdf>
- Cardona, J. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/164641?page=1%0A>
- Carrillo, E., Rojas, L., & Novoa, T. (2021). *Determinación de la demanda insatisfecha de miel de abeja en el cantón morona, provincia de Morona Santiago*. *ConcienciaDigital*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.2.1845>
- Catagña, L. (2019). *Estudio de factibilidad financiera para la creación de un centro de acopio y enfriamiento de leche en el sector Santa Cruz ubicado en el cantón Guamote, provincia*

- de Chimborazo para el año 2019*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/12>
- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Chaig, N. S. (2010). *proyectos de inversion: formulacion y evaluacion*. México: Prentice hall.
- Chasipanta, G. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de miel de abeja en la parroquia Cotundo del cantón Archidona, provincia de Napo*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16525/1/22T0814.pdf>
- Código Orgánico Monetario. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero. Código Orgánico Monetario*. Recuperado de: <http://www.pge.gob.ec/documents/Transparencia/antilavado/REGISTROOFICIAL332.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Recuperado de: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cunalata, P., & Quijije, S. (2016). Factibilidad para la creación de la cooperativa de ahorro y credito. Sector artesanal. (Tesis de pregrado, Univercidad de Guayaquil). Recuperado 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>
- Erossa, V. (2017). *Proyectos de inversioin en ingeniería*. España: Limusa.
- Espinosa, R. (2018). *Marketing*. México: McGraw-Hill.
- Federist, M. (2016). *Gestión y Administración en las organizaciones*. Colombia: Limuxa.
- Gaitán, J. (2020). *Microeconomía básica en siete lecciones*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/199378?page=82%0A>
- Gates, R. (2018). *Investigación de Mercados*. México: Trillas.
- Guacanes, M. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural en la parroquia de Pioter en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte) Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123>
- Guzmán, F. (2018). *El estudio económico- Financiero y la evaluacion en el proyecto de la insdustria química*. Bogotá: Ingeniería Industrial.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL
- Indómito, T. (2018). *Sistema empresarial*. Recuperado de: https://www.academia.edu/39069605/Diversificacion_empresarial

- INEC. (2017). *Memorias del Sismo: Reconstruyendo las cifras*. 228. Recuperado de:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/memorias-del-sismo-reconstruyendo-las-cifras/>
- Ley de la Economía Popular y Solidaria. (2011). *Ley Orgánica De Economía Popular Y Solidaria Del Sistema Financiero*. Recuperado de:
http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_econ.pdf
- Maldonado, J. (Julio de 2018). *Metodología de la Investigación Social*. Recuperado de:
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FTSjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq=que+es+cualitativo+y+cuantitativo+2018&ots=617N5SHH36&sig=cIJ3wsAiJvFoMzxZ_MFni1CL7qg#v=onepage&q=que%20es%20cualitativo%20y%20cuantitativo%2018&f=false
- Martines, M. (2017). *Guía para la presentación de proyectos*. España: Siglo xxi editores, S.A de C.V.
- Martínez, I. (2015). *UF2120 - Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación*. Colombia, España: Trillas.
- Maya, E. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México: Trillas.
- Medina, A. (2017). *Introducción a la publicidad*. . España : Pirámide.
- Ministerio de Justicia. (1996). *Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil. Régimen Local*. Recuperado de:
<https://www.boe.es/eli/es/rd/1996/07/19/1784>
- Narvaez, O. (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos, programa de tecnología ambiental*. Recuperado de: <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25345w/semana3.pdf>
- Pacheco, C., & Brito, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Recuperado de:
<https://books.google.com.ec/books?id=RcRXDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Quinde, J. (2017). *Gestión Del Alcance Del Proyecto*. Recuperado de:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3109/PYT-CAPÍTULO_2-Gestion_del_Alcance_del_Proyecto-Juan_Quinde.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Remuzgo, F. (2015). *Diagnóstico Situacional de la Empresa*. O Recuperado de:
http://geco.mineroartesanal.com/tiki-download_wiki_attachment.php?attId=371
- Rocillo, M. (26 de octubre de 2016). *Plan estratégico para la seguridad ciudadana del cantón francisco de Orellana, provincia de Orellana 2016 – 2021*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo) Recuperado de:
<https://1library.co/document/zx50x5wq-estrategico-seguridad-ciudadana-canton-francisco-orellana-provincia-orellana.html>
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* . Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/116949?page=40%0A>

- Rojas, L. (2017). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Colombia: LinuXa.
- Rosario, J., & De Rosario, A. (2017). *Dirección financiera: inversión*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/44579?page=3%0A>
- Saltos, J., Mayorga, M., & Ruso, F. (2016). *La economía popular y solidaria: un estudio exploratorio del sistema en Ecuador con enfoque de control y fiscalización*. Recuperado de: <https://bit.ly/3x8JXH2>
- Sánchez, G. (2015). *Factibilidad de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda., para el Cantón Daule*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4429/1/T-UCSG-POS-MFEE-19.pdf>
- Sarmiento, J. (2000). *Evaluación de Proyectos y presupuestos*. Recuperado de: https://www.academia.edu/20065453/Eval_Proj_PDF?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover_page
- Solarte, L. (2015). *Gestión de proyectos*. Santiago de Cali: Gyepro.
- Tabares, A. (2017). *Análisis interno y externo como conceptos administrativos*. Mexico: Linux.
- Talacón, H. (2016). *Análisis FODA. Herramienta de análisis empresarial*. Revista enseñanza e investigación en psicología, 15(23), 119-125.
- Tolón, P. (07 de Julio de 2018). *factibilidad de proyecto*. Recuperado de: https://industrial.frba.utn.edu.ar/MATERIAS/proyecto_final/archivos/factibilidad_proyecto.pdf
- Valencia, L. (2020). *Proyecto de factibilidad para la colocación de cajeros automáticos multifunciones la Cooperativa de Ahorro y Crédito «El Sagrario» en el centro de la ciudad de Riobamba en el año 2019*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/1>
- Vallejo, Y. (2021). “*Análisis de la vulnerabilidad socioeconómica en el cantón Pallatanga respecto a los factores geodinámicos de la falla geológica de Pallatanga*”. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo). Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7519/1/UNACH-EC-FCEHT-TG-C.SOCI-2021-000003.pdf>
- Vidal, A., Domínguez, A., & Yasleny, R. (2017). *Etapas del análisis de factibilidad*. Centro universitario “Vladimir Ilich Lenin”, Las Tunas, Cuba.
- Vigo, V., Vigil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). *Manual de diseño de proyectos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de: <https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf>
- Villa, A. (2018). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Recuperado de: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/1-Variables-with-cover-page->

v2.pdf?Expires=1636242540&Signature=GWBIdbYW-TiqomxG1KVP-
OpGCmaIJQwgsPMhq52HinU5qq5pvYZBSNYKDwSwzsg69kWQqk-
J9ReWK1BHgt5pVj47d0bISDziECxBb0FF4R9qACc8O6u4l6Fi-Eq12~M1lWhI-
o~sNtW2NF18

Villahermosa, R. (2022). *Trading e inversión para principiantes* Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/espoch/222647?page=13%0A>



ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENTREVISTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FIANZAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DE NEGOCIOS DE LA COOPERATIVA
DE AHORRO Y CRÉDITO SOL DE LOS ANDES LTDA.**

Objetivo: Elaborar un proyecto de factibilidad para la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo en el cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo

1. ¿Cuáles son las razones por las que cooperativa busca instaurar una sucursal en el cantón Pallatanga?

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

2. ¿Cuáles son las alternativas que la cooperativa utilizará para brindar sus servicios en el cantón Pallatanga?

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

3. ¿Cuáles serán los servicios que brindara la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo a los habitantes del cantón Pallatanga?

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

4. ¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo al abrir una agencia en el cantón Pallatanga, solo tendría una sucursal o esta tendría autonomía en la localidad?

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

5. ¿Como pretenden unificar el proceso de vinculación de la Cooperativa con la sociedad?

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

6. ¿Cuáles serían las tasas de interés que la cooperativa manejaría en el cantón Pallatanga?

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

7. ¿Cuáles son los métodos que la cooperativa manejaría para dar a conocer sus servicio?

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

8. ¿Normalmente las personas en promedio a cuantos créditos pueden acceder durante un año?

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

9. ¿Del total de socios de la cooperativa que porcentaje representa a socios que acceden a créditos?

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

10. ¿Cuál es el porcentaje de inversión referencial que pretenden invertir en cada línea de crédito?

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

11. ¿Cuáles son los métodos para informar a los socios cuando incumplen con los pagos?

.....

.....

.....

.....

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN PALLATANGUEÑA

Objetivo: Elaborar un proyecto de factibilidad para la apertura de una Sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sol de los Andes Ltda. Chimborazo en el cantón Pallatanga, Provincia de Chimborazo

EDAD

Marca solo un óvalo.

- 18 años a 24 años
- 25 años a 34 años
- 35 años a 44 años
- 45 años a 54 años
- Mas de 54

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Marca solo un óvalo.

- Ninguna
- Primaria
- Secundaria
- Superior

ESTADO CIVIL

Marca solo un óvalo.

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado/a
- Unión libre
- Vuido/a

1.- ¿Qué instituciones financieras conoce Usted en el cantón Pallatanga?

Seleccione las opciones que correspondan

Selecciona todos los que correspondan.

- Ban Ecuador
- Cooperativa de Ahorro y Crédito San Miguel de Pallatanga Cooperativa de Ahorro y
- Crédito Minga Ltda.

2.- ¿Hace uso de los servicios financieros?

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

3.- ¿De qué actividad proviene sus ingresos económicos?

Marca solo un óvalo.

- Empleo privado
- Empleo público
- Comercio
- Transporte
- Agricultura/Ganadería
- Construcción
- Artesano
- Remesas
- Otro: ..

4.- ¿Cómo son sus ingresos económicos?

Marca solo un óvalo.

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Otro: ..

5.- Aproximadamente ¿Cuánto es el ingreso mensual?

Marca solo un óvalo.

- 1.- \$100-\$500
- 2.- \$501-\$1000
- 3.- Más de \$1000

6.- ¿De los ingresos que Usted tiene, realiza ahorros?

Marca solo un óvalo.

- Si
- NO

7.- ¿Cuál es su motivación principal para ahorrar?

En el caso de no realizar ahorros, seleccione "No aplica"

Marca solo un óvalo.

- Salud
- Educación
- Vivienda
- Negocio
- Vehículo
- Acceso al crédito
- No aplica
- Otro: ..

8.- ¿Con qué frecuencia ahorra?
En el caso de no realizar ahorros, seleccione "No aplica"

Marca solo un óvalo.

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- No aplica
- Otro: ..

9.- ¿Ha obtenido un crédito en una institución financiera?

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

10.- ¿Cuántos créditos ha realizado en los dos últimos años?

Marca solo un óvalo.

- 1 crédito
- 2 créditos
- 3 créditos
- Más de 3
- Ninguno

11.- ¿De qué montos ha realizado sus créditos?

En el caso de no tener crédito, seleccione "No aplica"

Marca solo un óvalo

- \$500-\$1000
- \$1001-\$5000
- \$5001-\$10000
- Mas de \$10000
- No aplica

12.-En el caso de tener crédito ¿Cuántos créditos está pagando?

Marca solo un óvalo.

- 1 crédito
- 2 créditos
- 3 créditos
- Mas de 3
- Ninguno

13.- ¿En qué utilizó el crédito?

En el caso de no tener crédito, seleccione "No aplica"

Marca solo un óvalo.

- Vivienda
- Negocio
- Salud
- Educación
- Agricultura/Ganadería
- Vehículo
- No aplica
- Otro: _____

14.- ¿Cómo califica los siguientes aspectos de la institución financiera con la que Usted trabaja?

En el caso de no hacer uso de servicios financieros, seleccione "No aplica"

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	No aplica
Horario de atención	<input type="radio"/>					
Atención personal	<input type="radio"/>					
Espacio físico	<input type="radio"/>					
Resolución de problemas	<input type="radio"/>					
Agilidad en trámites	<input type="radio"/>					

15.- ¿Qué es lo más importante al momento de ahorrar o invertir su dinero en una institución financiera?

Marca solo un óvalo.

- Interés
- Seguridad
- Facilidad
- Otro: ..

16.- ¿Con qué frecuencia hace uso de los servicios financieros?

En el caso de no hacer uso de servicios financieros, seleccione "No aplica"

Marca solo un óvalo.

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Semestral
- Anual
- No aplica

17.- ¿Le gustaría ser socio de una nueva cooperativa de ahorro y crédito?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

18.- ¿En qué lugar le gustaría que se encuentre ubicado?

Marca solo un óvalo.

- Barrio Central
 Cerca de la Gasolinera Petroecuador
 Cerca del Mercado Municipal
 Otro: ..

19.- ¿Le gustaría que una institución financiera recate su dinero en su puesto de trabajo en su domicilio?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

20.- ¿Por qué razón Usted accedería a un crédito en una nueva institución financiera?

Marca solo un óvalo.

- Cantidad que presta
 Da a tiempo el dinero
 Trámite rápido
 Buena atención
 Intereses bajos
 Plazos a convenir
 Cercanía
 Otro: ..



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 05 / 04 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JEYSON RENE IBLES CHUNGA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0653-DBRA-UPT-2023