



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS FORMACIÓN DUAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA
AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
AMBATO LTDA., EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE PELILEO DE LA
PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

AUTORA:

ALEXANDRA IBETH GUAYANLEMA BELTRÁN

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente Trabajo de Titulación ha sido desarrollado por la Señorita Alexandra Ibeth Guayanlema Beltrán, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Hernán Patricio Moyano Vallejo
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Gerardo Luis Lara Noriega
MIEMBRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba, 20 de Octubre del 2016

Alexandra Ibeth Guayanlema Beltrán

C.I.: 060470391-8

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación es dedicado a todas las personas que me brindaron su apoyo económico y moral a lo largo de mi carrera universitaria, en mi primer lugar a Dios y a la virgen santísima por guiar día a día mis pasos, a mis padres Wilson Guayanlema y Judith Beltrán que son el pilar fundamental de mi vida y de mis decisiones los cuales siempre me apoyan con su amor, comprensión y sacrificio.

A mis hermanos Estefanía y Andrés, que están siguiendo mis pasos y siempre me han brindado su apoyo incondicional y su cariño haciendo posible la culminación de esta meta tan anhelada.

Alexandra Ibeth Guayanlema Beltrán

AGRADECIMIENTO

El más profundo agradecimiento a Dios nuestro padre celestial por darme la vida y una familia bendecida, permitiéndome culminar esta etapa universitaria con lucha y sacrificio. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, que fue mi hogar a lo largo de estos años, donde el personal docente y administrativo brindo sus conocimientos y enseñanzas, permitiendo forjar fuertes lazos de amistad.

Dejo en constancia de mi eterno agradecimiento al Ing. Patricio Moyano e Ing. Gerardo Lara por brindarme su apoyo, amistad y sus conocimientos para la elaboración de este trabajo de titulación.

A mis mejores amigos que fueron compañeros a lo largo de toda la carrera y me brindaron su cariño y apoyo constante en todo momento; y de manera especial a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., por abrirme las puertas de la institución a lo largo de todos estos años contribuyendo con mi formación dual y con la elaboración de este proyecto de investigación.

Alexandra Ibeth Guayanlema Beltrán

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice De Contenido	vi
Índice de tablas	xii
Índice de gráficos.....	xv
Índice de flujogramas.....	xvii
Índice de anexos.....	xvii
Resumen ejecutivo.....	xviii
Summary	xix
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del problema	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	2
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	5
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	5
2.1.1.1 Cooperación y Cooperativismo.....	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
2.2.1 Estudio de Factibilidad.....	6
2.2.2 Estudio de Mercado	9
2.2.2.1 Objetivos del estudio de mercado:	9

2.2.2.2	Análisis de la Demanda	10
2.2.2.3	Análisis de la Oferta.....	12
2.2.2.4	Análisis del Marketing Mix	13
2.2.3	Estudio Técnico	14
2.2.3.1	Tamaño del Proyecto	14
2.2.3.2	Localización del Proyecto.....	15
2.2.3.3	Ingeniería del Proyecto	15
2.2.3.4	Organización del Proyecto	16
2.2.4	Estudio Económico Financiero	17
2.2.4.1	Presupuesto del Proyecto	18
2.2.4.2	Inversión de un proyecto.....	18
2.2.4.2.1	Gastos Financieros	19
2.2.4.3	Evaluación de Proyectos	19
2.2.4.4	Métodos de Evaluación Financiera.....	20
2.2.4.5	Valor Actual Neto	20
2.2.4.6	Tasa Interna de Retorno	21
2.2.4.7	Período de recuperación del capital	21
2.2.4.8	Razón Beneficio Costo	22
2.2.5	Estudio de Riesgo	22
2.2.5.1	Riesgo de Mercado	23
2.2.5.2	Riesgo Financiero	24
2.2.5.3	Riesgo Tecnológico	24
2.2.6	Cooperativismo	25
2.2.6.1	Cooperativa	25
2.2.6.2	Impacto de las cooperativas en la sociedad.....	26
2.2.6.3	Función económica y social de las Cooperativas	26
2.2.6.4	Economía Popular y Solidaria	27
2.3	IDEA A DEFENDER	27
2.4	VARIABLE	27
2.4.1	Variable Independiente	27
2.4.2	Variable Dependiente.....	27

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	28
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	28
3.2.1 Exploratoria.....	28
3.2.2 De campo	28
3.2.3 Descriptiva	28
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	28
3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	30
3.4.1 Métodos.....	30
3.4.1.1 Método Deductivo - Inductivo.....	30
3.4.1.2 Método Cuantitativo	30
3.4.1.3 Método Sintético	30
3.4.2 Técnicas	31
3.4.2.1 Encuesta	31
3.4.2.2 Entrevista	31
3.4.3 Instrumentos.....	31
3.4.3.1 Cuestionario	31
3.4.3.2 Guía de entrevista	31
3.5 DIAGNOSTICO SITUACIONAL	32
3.5.1 Reseña Histórica	32
3.5.2 Logotipo.....	32
3.5.3 Slogan	32
3.5.4 Ubicación de la empresa	33
3.5.5 Objetivos de la organización.....	33
3.5.6 Misión	34
3.5.7 Visión.....	34
3.5.8 Valores corporativos	34
3.5.8.1 Honestidad	34
3.5.8.2 Seriedad y profesionalismo.....	34
3.5.8.3 Transparencia.....	35
3.5.8.4 Trabajo en equipo	35

3.5.8.5	Innovación y mejoramiento continuo	35
3.5.8	Políticas de calidad	35
3.5.9	Análisis del Entorno Externo e Interno.....	37
3.5.10	Productos.....	38
3.5.10.1	Cuentas de ahorros	38
3.5.10.2	Cuenta Ahorro Vista	38
3.5.10.3	Cuenta Ahorro Alcancía	38
3.5.10.4	Cuenta Gana Más	39
3.5.10.5	Inversiones	39
3.5.10.6	Créditos.....	40
3.5.11	Servicios.....	41
3.6	RESULTADOS.....	42
3.6.1	Resultados de Encuestas	42
3.6.2	Entrevista	58
3.6.2.1	Informe de la Entrevista.....	58
3.7	VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER	59
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO		59
4.1	ESTUDIO DE MERCADO	60
4.1.1	Análisis de la Demanda	60
4.1.1.1	Población de las Parroquias del cantón Pelileo.....	61
4.1.1.2	Proyección de la Demanda.....	62
4.1.2	Análisis de la Oferta.....	64
4.1.2.1	Sistema financiero del Cantón Pelileo	64
4.1.2.2	Segmentación de las Entidades del Sector Financiero Popular y Solidario.....	65
4.1.2.3	Análisis de la Competencia.....	65
4.1.2.4	Bancos en el Cantón Pelileo	67
4.1.2.5	Tasas de Interés.....	67
4.1.2.6	Oferta Proyectada.....	68
4.1.2.7	Demanda Insatisfecha	68
4.1.3	Estrategias de Mercado	69
4.1.3.1	Imagen Corporativa	70

4.1.3.2	Publicidad Alternativa: Elaboración de hojas volantes	72
4.1.3.3	Publicidad Alternativa: Instalación de Vallas Publicitarias	73
4.1.3.4	Publicidad Alternativa: Artículos Promocionales.....	75
4.1.3.5	Publicidad Alternativa: Vestuario Institucional.....	81
4.1.3.6	Medios Masivos: Publicidad Virtual	82
4.1.3.7	Medios Masivos: Publicidad Radio, Prensa Tv	84
4.2	ESTUDIO TÉCNICO	86
4.2.1	Tamaño	87
4.2.2	Localización.....	87
4.2.2.1	Macrolocalización.....	87
4.2.2.2	Factores de la Localización.....	88
4.2.2.3	Microlocalización	89
4.2.3	Ingeniería del Proyecto	90
4.2.3.1	Proceso de depósitos en efectivo	91
4.2.3.2	Proceso de Retiro de ahorros de socios.....	94
4.2.3.3	Proceso de Apertura de Cuenta.....	96
4.2.3.4	Proceso de Captación de Plazos fijo	98
4.2.3.5	Proceso de otorgación de crédito	100
4.2.4	Diseño de la Planta.....	103
4.2.4.1	Diseño de la agencia de la Cooperativa Ambato	103
4.2.4.2	Infraestructura de redes y de comunicación.....	103
4.3	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	107
4.3.1	Estructura Administrativa de la Agencia	107
4.3.2	Descripción de cargos del personal de la COAC Ambato Agencia Pelileo	107
4.3.2.1	Jefe de Oficina	107
4.3.2.2	Analista de Crédito	110
4.3.2.3	Inspector de Crédito.....	113
4.3.2.4	Asesor de Inversiones	115
4.3.2.5	Jefe de Cajas	117
4.3.2.6	Recibidor Pagador.....	120
4.3.2.7	Guardia.....	122

4.4	ESTUDIO FINANCIERO	124
4.4.1	Inversiones	124
4.4.1.1	Inversión en Activos Fijos	124
4.4.1.2	Inversión Activos Diferidos	125
4.4.1.3	Inversión en Capital de trabajo	127
4.4.1.4	Consolidado de Inversiones	128
4.4.2	Financiamiento.....	129
4.4.3	Ingresos	129
4.4.3.1	Captaciones	129
4.4.4	Proyecciones Financieras.....	131
4.4.4.1	Balance General Proyectado	131
4.4.4.2	Estado de Resultados Proyectado	133
4.4.4.3	Flujo neto de efectivo.....	135
4.5	EVALUACIÓN E IMPACTO SOCIAL	137
4.5.1	Evaluación.....	137
4.5.1.1	Tasa mínima Aceptable de rendimiento (TMAR)	137
4.5.1.2	Valor Actual Neto 1 (VAN).....	137
4.5.1.3	Calculo del VAN 2.....	138
4.5.1.4	La tasa interna de retorno (TIR).....	139
4.5.1.5	Relación Beneficio Costo	140
4.5.2	Impacto Social de la Cooperativa en el cantón Pelileo.....	141
4.5.2.1	Entorno Social.....	141
4.5.2.2	Entorno Ambiental.....	142
4.5.2.3	Entorno Cultural.....	142
	CONCLUSIONES	143
	RECOMENDACIONES	144
	BIBLIOGRAFÍA	145
	ANEXOS	146

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de Factibilidad	7
Tabla 2: Análisis FODA	37
Tabla 3: Cuentas de Ahorro	38
Tabla 4: Tasas de Interés DPF	39
Tabla 5: Tipos de Crédito	40
Tabla 6: Servicios COAC	41
Tabla 7: Genero	42
Tabla 8: Parroquias del encuestado	43
Tabla 9: Edad	44
Tabla 10: Ocupación	45
Tabla 11: Tipo de Institución Financiera	46
Tabla 12: Preferencia Financiera	47
Tabla 13: Preferencia Institucional	48
Tabla 14: Tipo de Servicio.....	49
Tabla 15: Plan de Ahorro.....	50
Tabla 16: Crédito Vigente.....	51
Tabla 17: Crédito Requerido.....	52
Tabla 18: Tipo de Inversión del Crédito	53
Tabla 19: Instituciones reconocidas.....	54
Tabla 20: Calidad de los Servicios	55
Tabla 21: Tiempo de Inversión de Plazo Fijo.....	56
Tabla 22: Estrategias Comunicacionales	57
Tabla 23: Crecimiento poblacional del cantón San Pedro de Pelileo	60
Tabla 24: Parroquias de Pelileo	61
Tabla 25: Proyección de la demanda	62
Tabla 26: Cooperativas de Ahorro y Crédito.....	64
Tabla 27: Segmentación de la SEPS	65
Tabla 28: Análisis de la competencia	66

Tabla 29: Bancos	67
Tabla 30: Tasas de Interés	67
Tabla 31: Oferta Proyectada	68
Tabla 32: Demanda Insatisfecha.....	68
Tabla 33: Slogan de la COAC Ambato	72
Tabla 34: Bufandas Institucionales.....	75
Tabla 35: Gorras	76
Tabla 36: Camisetas.....	77
Tabla 37: Llaveros	78
Tabla 38: Pen Drive	79
Tabla 39: Bolsos	80
Tabla 40: Vestuario Institucional.....	82
Tabla 41: Radios	85
Tabla 42: Prensa.....	86
Tabla 43: Televisión	86
Tabla 44: Tamaño	87
Tabla 45: factores de Localización	88
Tabla 46: Competencias Organizacionales.....	109
Tabla 47: Competencias Gerenciales.....	109
Tabla 48: Competencias Técnicas	110
Tabla 49: Competencias Organizacionales.....	112
Tabla 50: Competencias Técnicas	113
Tabla 51: Competencias Organizacionales.....	114
Tabla 52: Competencias Técnicas	115
Tabla 53: Competencias Organizacionales.....	117
Tabla 54: Competencias Gerenciales.....	117
Tabla 55 Competencias Técnicas	117
Tabla 56: Competencias Organizacionales.....	120
Tabla 57: Competencias Gerenciales.....	120
Tabla 58: Competencias Técnicas	120
Tabla 59: Competencias Organizacionales.....	122

Tabla 60: Competencias Técnicas	122
Tabla 61: Competencias Organizacionales	124
Tabla 62: Competencias Técnicas	124
Tabla 63: Inversiones Fijas	124
Tabla 64: Inversiones Diferidas	125
Tabla 65: Depreciación de Activos Fijos.....	126
Tabla 66: Amortización de Gastos.....	126
Tabla 67: Remuneración de los colaboradores	127
Tabla 68: Gastos Operacionales	127
Tabla 69: Proyección de Gastos Operacionales.....	128
Tabla 70: Resumen de la Inversión.....	128
Tabla 71: Financiamiento	129
Tabla 72: Presupuesto de Captación	129
Tabla 73: Intereses Causados.....	129
Tabla 74: Meta de Captaciones a la Vista.....	130
Tabla 75: Intereses de Créditos.....	130
Tabla 76: Balance General.....	132
Tabla 77: Estado de Resultados	134
Tabla 78: Flujo de Efectivo	135
Tabla 79: VAN.....	138
Tabla 80: VAN 2.....	139
Tabla 81: TIR.....	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1: Pasos del estudio de factibilidad.....	8
Gráfica 2: Tipos de Mercado	9
Gráfica 3: Demanda Pasada.....	10
Gráfica 4: Demanda Presente	11
Gráfica 5: Demanda Proyectada	12
Gráfica 6: Análisis de la Oferta	13
Gráfica 7: Estudio Técnico	14
Gráfica 8: Fases de la Ingeniería del Proyecto	16
Gráfica 9: Diseño de la Organización del Proyecto.....	17
Gráfica 10: Estudio Económico Financiero.....	18
Gráfica 11: Clasificación de Riesgos.....	23
Gráfica 12: Factores de Riesgo.....	24
Gráfica 13: Factores de Riesgo Tecnológico.....	25
Gráfica 14: Logotipo.....	32
Gráfica 15: Ubicación.....	33
Gráfica 16: Organigrama Estructural.....	36
Gráfica 17: Genero.....	42
Gráfica 18: Parroquia del encuestado	43
Gráfica 19: Edad	44
Gráfica 20: Ocupación	45
Gráfica 21: Tipo de Institución Financiera	46
Gráfica 22: Preferencia Financiera	47
Gráfica 23: Preferencia Institucional	48
Gráfica 24: Tipo de Servicio.....	49
Gráfica 25: Plan de Ahorro	50
Gráfica 26: Crédito Vigente.....	51
Gráfica 27: Crédito Requerido.....	52
Gráfica 28: Tipo de Inversión del Crédito.....	53

Gráfica 29: Instituciones reconocidas.....	54
Gráfica 30: Calidad de los Servicios.....	55
Gráfica 31: Tiempo de Inversión de Plazo Fijo.....	56
Gráfica 32: Estrategias Comunicacionales	57
Gráfica 33: Crecimiento Poblacional.....	60
Gráfica 34: Parroquias de Pelileo	61
Gráfica 35: Actividades de la Población.....	62
Gráfica 36: Actividades que generan ingresos	62
Gráfica 37: Mapa de Estrategias	70
Gráfica 38: Logotipo COAC.....	71
Gráfica 39: Modelos de Hojas Volantes	73
Gráfica 40: Modelo de Valla Publicitaria	74
Gráfica 41: Página Web.....	83
Gráfica 42: Facebook.....	84
Gráfica 43: Macro localización.....	88
Gráfica 44: Micro localización	89
Gráfica 45: Mapa Estructural de Procesos Operativos	90
Gráfica 46: Proceso 03-102	91
Gráfica 47: Proceso 04-120	92
Gráfica 48: Proceso 03-128	92
Gráfica 49: 04-130.....	94
Gráfica 50: Mapa Estructural de Captaciones	98
Gráfica 51: Adecuación de la agencia de la cooperativa	103
Gráfica 52: Esquema de Red	104
Gráfica 53: Esquema de comunicación	105
Gráfica 54: Organigrama de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda	107

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

Flujograma 1: Procedimiento de deposito	93
Flujograma 2: Procedimiento de retiros.....	95
Flujograma 3: Procedimiento de Apertura de Cuenta	97
Flujograma 4 Proceso de Captación de Plazos fijo.....	99
Flujograma 5: Proceso de otorgación de crédito	102

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	146
Anexo 2: Cuestionario	148
Anexo 3: Manual de Marca	149
Anexo 4: Fotografías de Investigación de Campo.....	165

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación denominado estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la Provincia de Tungurahua, tiene como finalidad ampliar la cobertura del mercado ofertando productos y servicios financieros a la sociedad. En el trabajo investigativo se ha utilizado varias técnicas como la investigación de campo donde se aplicaron 384 encuestas a la población del cantón Pelileo determinando que el proyecto es viable de acuerdo a los resultados obtenidos: se realizó un estudio de mercado analizando la oferta y la demanda identificando la existencia de demanda insatisfecha, para lo cual se elaboró estrategias agresivas de marketing para posicionar la marca en la mente de los socios y clientes de la localidad. El estudio técnico permitió establecer el tamaño, localización, adecuación y procesos que se llevaran a cabo en la nueva agencia de la cooperativa; en cuanto al estudio organizacional se estructuró el organigrama estructural del área administrativa de la agencia estableciendo las funciones de cada uno de los cargos; en el estudio económico se dio a conocer la viabilidad económica del proyecto con un Valor Actual Neto (VAN) de \$111.596,75 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) en un 31,08%, la cual se concluye que el proyecto es viable y se recomienda la aplicación del mismo. Finalmente se realizó una evaluación del impacto social, ambiental y cultural que tendrá la apertura de la agencia.

Ing. Hernán Patricio Moyano Vallejo

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

This research work is a study of feasibility for the opening of a branch of the Loan or Credit Union “Ambato Ltda.”, in the Canton San Pedro de Pelileo – Tungurahua Province, has the purpose to extend the coverage in the market by offering financial products and services which motivate the development through the promotion of new productive opportunities. It was carried out a market study analyzing the behaviour of the demand and supply, 384 surveys were applied to the population of the canton identifying the existence of unmet demand; based on this, the following marketing strategies are proposed to position and increase the competitiveness levels of the brand in order to attract potential members from the local community.

The financial study disclosed the balance sheet, income statement and cash flow statement projected until 2021; also, an evaluation of economic feasibility for the investment project was made by applying the Net Present Value method (NPV) projecting \$ 111.596,75 and the Internal Rate of Return method (IRR) in 31,08%. Based on this, it can be concluded that the project is feasible and it is recommended the implementation of this proposal.

Finally, it was carried out an analysis of the social impact which has an objective to improve the standards of living of the inhabitants from the rural area as well as in those zones of influence where it is pretended to boost the rural sector at short- and long term.

KEYWORDS: FEASIBILITY STUDY, BRANCH, MARKET STUDY, NET PRESENT VALUE METHOD (NPV), THE INTERNAL RATE OF RETURN.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la creación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) ha permitido tener un mayor control en las entidades financieras, aprobando la apertura de nuevas agencias en el mercado a las instituciones sólidas y liquidando a las cooperativas con pérdidas, insolvencia o incapacidad de cumplir sus obligaciones con los socios.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., es una institución solvente que busca ampliar cobertura en el mercado por lo que sus administrativos han proyectado la idea de aperturar una nueva agencia en el cantón San Pedro de Pelileo de la provincia de Tungurahua y para realizar este proyecto de inversión es necesario realizar los estudios necesarios para la toma de decisiones.

El estudio de factibilidad persigue la disminución de incertidumbres para tener una perspectiva de lo que se logrará al llevar a cabo la apertura de una nueva agencia, así mismo busca la eficiencia y la eficacia en el manejo de los fondos de los cooperantes.

En el estudio de mercado se realiza un análisis del comportamiento de los clientes y de sus necesidades planteando estrategias innovadoras para el posicionamiento de la marca.

El estudio técnico evidencia las necesidades que se deben cubrir para efectuar el proyecto, enfocado en la parte logística, de planeación y su incidencia legal, también se orienta al tamaño y localización del proyecto así como al proceso que deberá aplicarse para obtener los beneficios requeridos.

En el estudio económico se determinan los costos en que se incurre con el proyecto, la inversión o costo total de la operación y los resultados que se esperan tener, también se cuantifica los recursos monetarios que se necesitarán para llevar a cabo el proyecto y señala las posibles fuentes de recursos financieros para cubrir los gastos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., se encuentra enfocada a promover el desarrollo socio económico de la colectividad y con responsabilidad social busca ampliar la cobertura del mercado y expandir los productos y servicios financieros que oferta a sus socios. San Pedro de Pelileo es el segundo cantón más poblado de la Provincia de Tungurahua y no dispone de una Agencia de la COAC Ambato, donde clientes reales y potenciales puedan ser beneficiarios de un crédito, ahorros e inversiones o de las ventajas que brinda la institución por lo cual se ha considerado oportuno realizar un estudio de factibilidad, que persigue motivar la cultura del ahorro así como también fomentar nuevas unidades productivas a partir de la otorgación de créditos los cuales marcarán el desarrollo de este sector del país.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo influye el estudio de factibilidad en la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo?

1.1.2 Delimitación del problema

La presente investigación se realizará en la Provincia de Tungurahua, cantón San Pedro de Pelileo, durante el año 2016 y pretende verificar la viabilidad de la creación de una agencia de la COAC Ambato Ltda., iniciativa que surge con el objetivo de fomentar la aparición de nuevas unidades productivas y disminuir con ello la tasa de desempleo existente en este sector del país.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La apertura de una nueva agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo permitirá el crecimiento y posicionamiento de la institución en el mercado aportando al desarrollo económico del cantón y de la provincia de Tungurahua, cubriendo la demanda insatisfecha del sector y así los socios contarán con líneas de productos y servicios de calidad que oferta la institución con una buena atención cerca de su domicilio, evitando demoras y pérdidas de tiempo.

La Cooperativa podrá incrementar sus indicadores financieros, seguirá con el cumplimiento de objetivos institucionales gracias a la fidelidad y esfuerzos colectivos de sus socios, además demostrará solidez y confianza ya que en la actualidad existe incertidumbre en el sector cooperativista a nivel nacional; es por ello que la apertura de una nueva agencia permitirá expandir los servicios de ahorros, inversiones y créditos que oferte la institución fomentando la seguridad, confianza e impulsando el desarrollo sustentable del comercio, agricultura y otras actividades productivas del cantón.

Es importante la realización estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la Provincia de Tungurahua, para demostrar la viabilidad técnica, organizacional y financiera del proyecto analizando y evaluando las mejores alternativas de inversión con criterios de optimización, para así tener una perspectiva certera de lo que se logrará con la ejecución del mismo.

El presente estudio de factibilidad se encuentra sustentado con los parámetros de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, la cual permitirá conocer el grado de aceptación que tendrá la apertura de una nueva Agencia.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

- Determinar la factibilidad de la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la Provincia de Tungurahua.

1.3.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente el estudio de factibilidad para determinar la apertura de una agencia de de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la Provincia de Tungurahua.
- Desarrollar un estudio de mercado que permita la identificación de los gustos y preferencias de los socios potenciales analizando el comportamiento de la oferta y la demanda del mercado, mediante una investigación de campo.
- Ejecutar un estudio técnico, organizacional y financiero para analizar y determinar el tamaño, localización, índices financieros, perfiles óptimos del personal y su rentabilidad para el logro de objetivos propuestos en el proyecto.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos

Sobre proyectos podemos encontrar una gama muy amplia de estudios, pero referente al de factibilidad para la apertura de una agencia de la cooperativa de ahorro y crédito Ambato en el Cantón San Pedro de Pelileo de la Provincia de Tungurahua, se puede verificar que no hay estudios similares no obstante existe investigaciones dirigidas a la apertura de agencias de instituciones financieras en el cantón Cañar; en la Provincia de Cotopaxi y el cantón la Joya de los Sachas de la Provincia de Orellana, en los mismos que se determina una importante demanda insatisfecha la cual permite prever la capacidad de ahorro existente en los ecuatorianos.

2.1.1.1 Cooperación y Cooperativismo

La Cooperación es un trabajo en conjunto de dos o más personas para conseguir una finalidad común, nace desde remotos tiempos cuando las familias se juntaron para formar comunidades viendo la necesidad de cooperación y solidaridad. Es así que a través del tiempo en 1844 nace el cooperativismo como doctrina social y económica en la época de la Revolución Industrial en Inglaterra, donde surgieron transformaciones sociales, económicas y técnicas.

La primera cooperativa fue llamada sociedad de Pioneros Imparciales de Rochdale formada por trabajadores en Inglaterra registrada el 24 de octubre de 1844, los fundadores se reunieron para analizar la situación económica luego de haber fracasado en el intento de lograr un aumento de salarios decidiendo que para aliviar sus dificultades económicas debían juntar sus ahorros y formar una sociedad entregando sus aportes por semana para alimentar un fondo común, conformando una tienda con artículos de primera necesidad para los socios, después emprendiendo ventas, servicios y posteriormente se puso en marcha proyectos de vivienda con créditos hipotecarios, al transcurrir el tiempo la

cooperativa creció en capital, créditos, depósitos y volumen de operaciones. La magnífica idea se propagó rápidamente por el mundo entero y aparecieron nuevas clases de cooperativas como las de ahorro y crédito.

En Ecuador el sentido de cooperación ha sido muy notable desde la prehistoria, las familias cooperaban mutuamente en mingas para trabajar y construir obras comunitarias, también en la colonia funcionaron numerosas sociedades con fines de protección social.

La primera organización ecuatoriana con espíritu cooperativo moderno fue la Compañía de Préstamos y Construcciones fundada en Guayaquil en 1910, pero la primera inscripción en el Registro General de Cooperativas se realizó con el nombre “Asistencia Social Protectora de Obrero” las cuales son parte del desarrollo histórico de la sociedad ecuatoriana.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Estudio de Factibilidad

El estudio de Factibilidad es un instrumento de análisis financiero, económico, técnico, social y organizacional que sirve para la toma de decisiones el mismo que analiza las posibilidades de éxito o fracaso antes de realizar un proyecto de inversión, en el estudio de factibilidad se realiza un estudio de mercado, la definición del tamaño del proyecto, la ubicación de las instalaciones, la selección tecnológica, el diseño administrativo y se determina el nivel de inversiones necesarias. Los resultados del estudio pueden establecer un panorama claro de abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable o también para mejorarlo elaborando un nuevo diseño.

El objetivo del estudio de factibilidad es la verificación de existencia de un mercado potencial o de una necesidad insatisfecha, demostrando una viabilidad técnica con una disponibilidad de recursos tanto humano, materiales, administrativos y financieros observando las ventajas en cada uno de los ámbitos.

Según Varela Rodrigo, (2001) en su libro Innovación Empresarial dice “La factibilidad son las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto y el estudio de

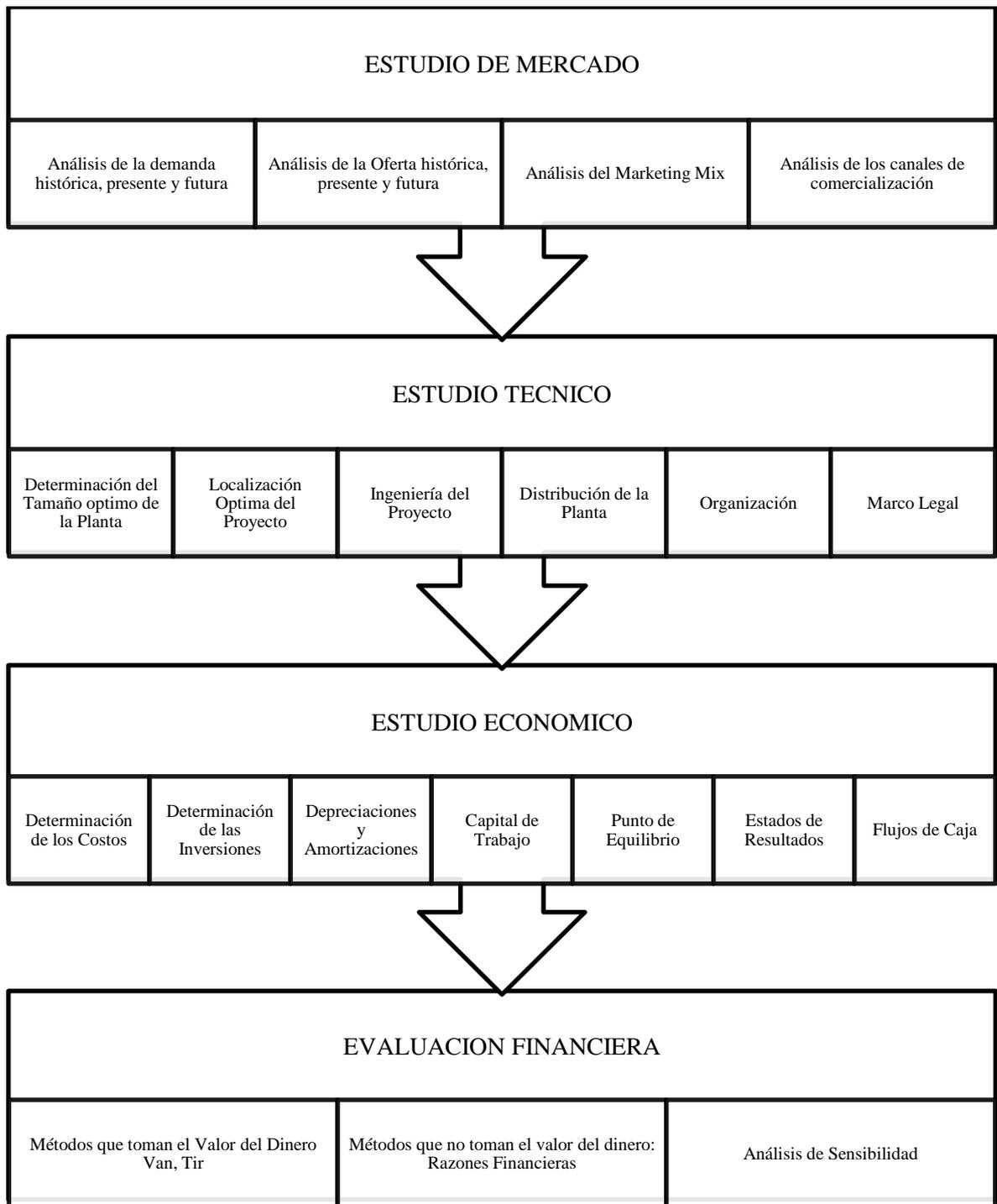
factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”.

Tabla 1: Tipos de Factibilidad

Tipos de Factibilidad	Factibilidad económica	<p>Tiempo del analista.</p> <p>Costo del estudio del sistema.</p> <p>Costo del tiempo del personal.</p> <p>Costo estimado de los equipos.</p> <p>Costo del desarrollo.</p>
	Factibilidad técnica	<p>Mejora del sistema actual.</p> <p>Disponibilidad tecnológica para satisfacer las necesidades del usuario.</p>
	Factibilidad operativa	<p>Operación garantizada.</p> <p>Uso garantizado</p>

Fuente: Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Coss, R. (1995).

Elaborado por: Alexandra Guayanlema



Gráfica 1: Pasos del estudio de factibilidad

Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

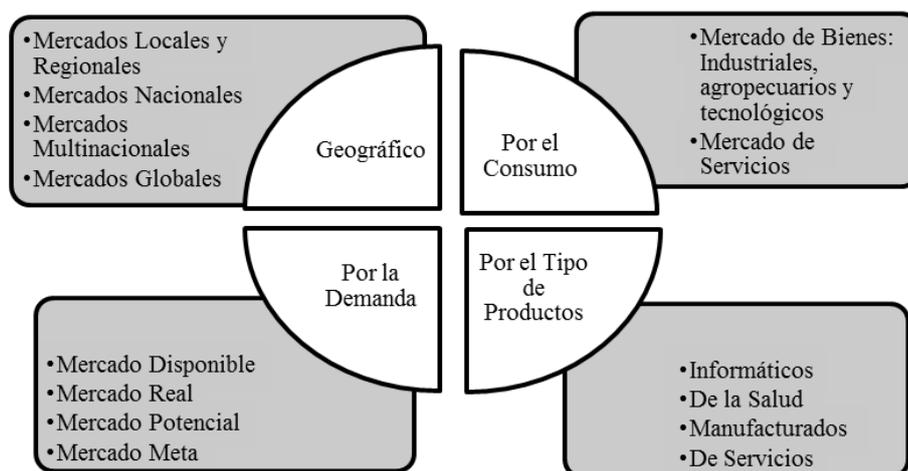
Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.2 Estudio de Mercado

Es el estudio más decisivo antes de realizar un proyecto se encarga de reunir, planificar y analizar los componentes del mercado como la demanda, la oferta, los canales de comercialización y lo referente al marketing mix: precio, plaza, promoción y producto; estos datos son relevantes para verificar la situación que afronta una organización en el mercado.

2.2.2.1 Objetivos del estudio de mercado:

- Analizar el comportamiento de la demanda de bienes o servicios que solicita el mercado, buscando satisfacer una necesidad específica como en precios y considerando la demanda pasada, presente y proyectada.
- Investigar la evolución de la oferta pasada, presente y proyectada, recopilando información sobre los bienes o servicios de la competencia en el mercado midiendo la calidad, cantidad, localización y demás condiciones establecidas en el mercado.
- Determinar los canales más adecuados de comercialización para la circulación del producto o servicio.



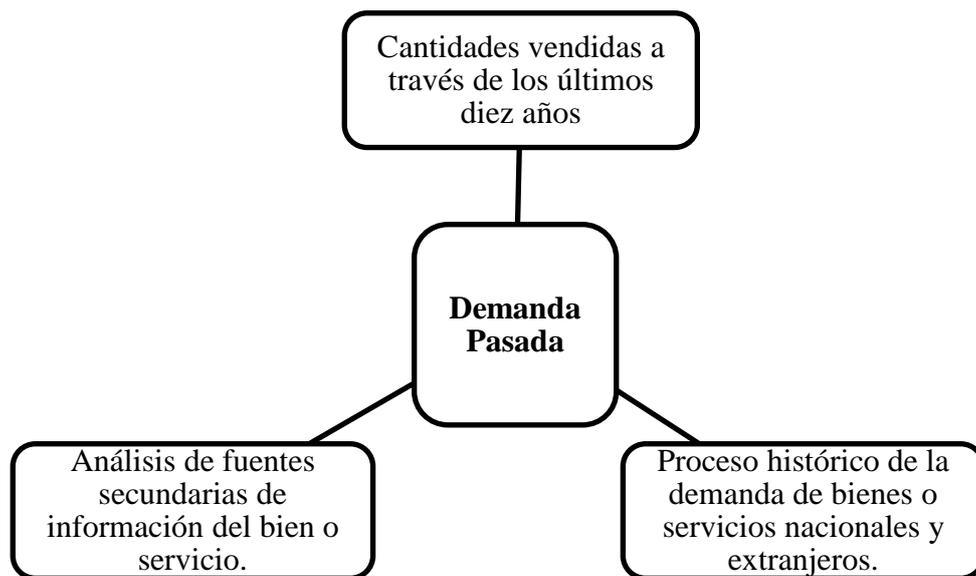
Gráfica 2: Tipos de Mercado

Fuente: Segmentación de Mercados. Fernández, R (2004)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.2.2 Análisis de la Demanda

Consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de negocio que la sociedad estaría dispuesta a adquirir a determinado precio en un periodo convencional, por este motivo es uno de los requisitos más importantes en el estudio de mercado para el desarrollo de un proyecto de inversión, si el resultado es negativo el proyecto deberá ser anulado o rediseñado.

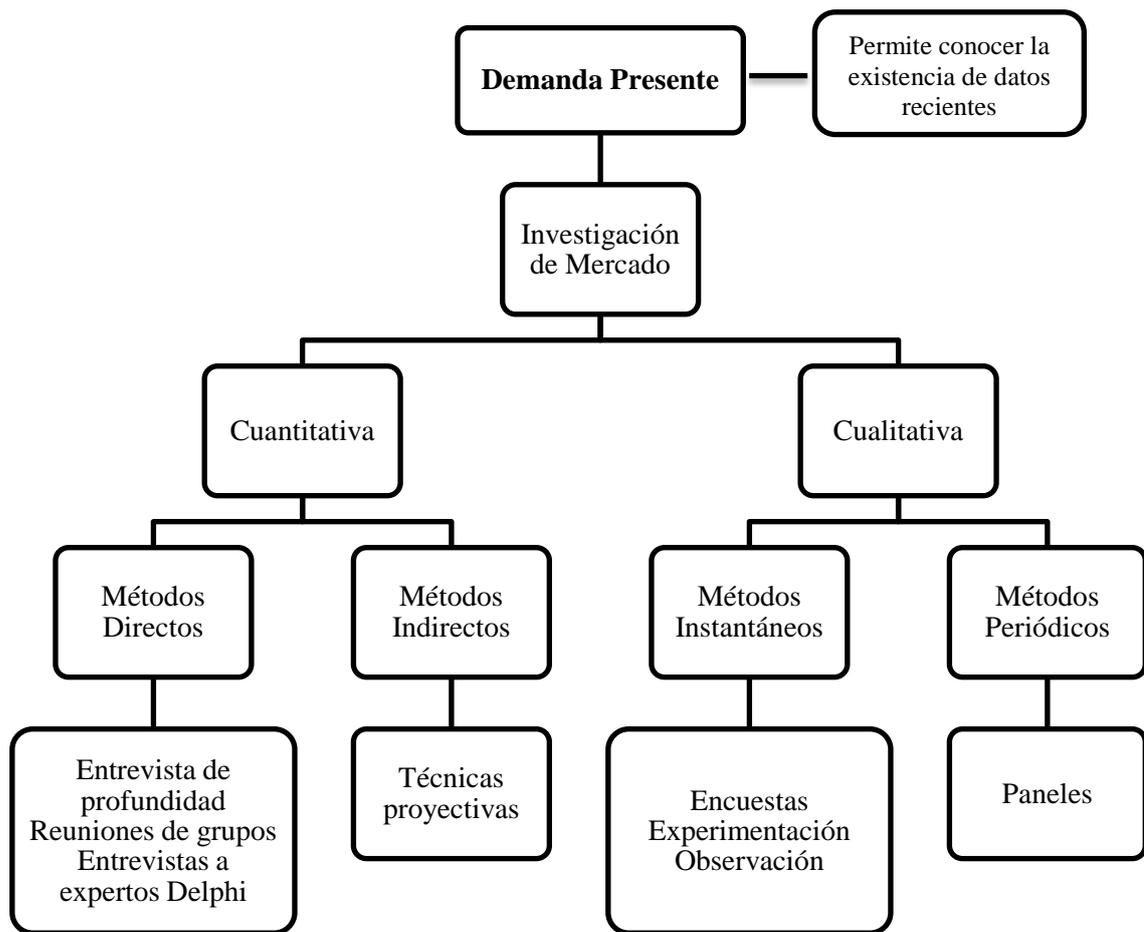


Gráfica 3: Demanda Pasada

Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

La demanda histórica es de vital importancia en el momento de elaborar un proyecto, ya que dará la tendencia del mercado y se tendrá un indicativo de aceptación del servicio que se piensa crear y como consecuencia dará el resultado de si se debe continuar con el estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de una cooperativa de ahorro y crédito.



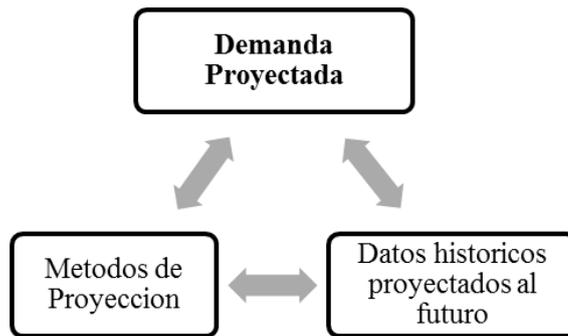
Gráfica 4: Demanda Presente

Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

La demanda presente se realiza siguiendo el proceso de investigación de mercado, es conveniente conocer la existencia de datos recientes que evitaren realizarlos en el proyecto y así disminuir costos innecesarios.

Según Lara Byron, (2011) en su libro Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso afirma. “La investigación de mercados es la recolección de información de campo respecto a las decisiones de los consumidores sobre un producto o servicio, en forma sistemática, ordenada y lógica a través de técnicas cualitativas o cuantitativas que permiten tomar decisiones respecto a la viabilidad de un proyecto de inversión privada”.



Gráfica 5: Demanda Proyectada

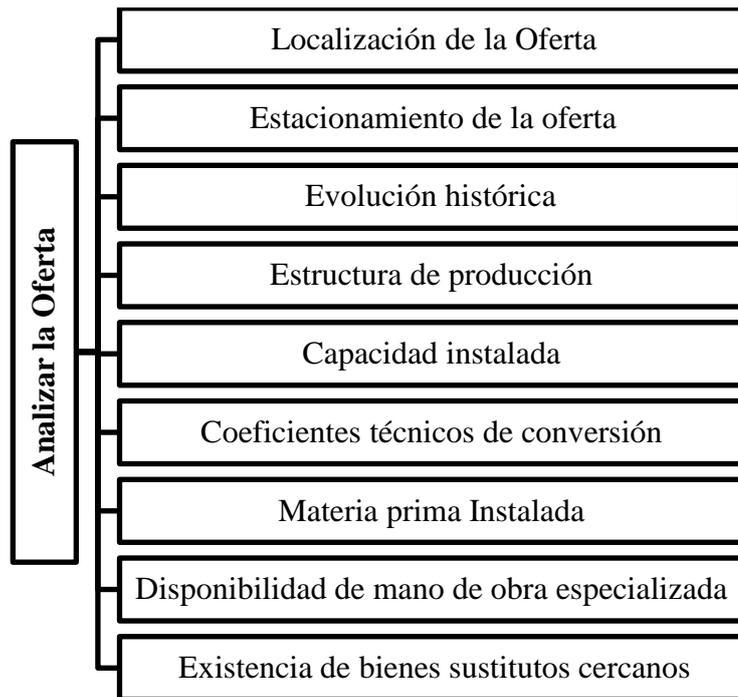
Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

La demanda Proyectada se encarga de representar mediante diversos métodos de proyección las series históricas obtenidas en investigaciones anteriores, las cuales deben ser llevadas al futuro de acuerdo a la tendencia que estos presenten y determinan de manera aproximada como se expandirá o contraerá la demanda futura.

2.2.2.3 Análisis de la Oferta

Este análisis es similar al de la demanda, debe ser temporal es decir hay que analizarlo en evolución del tiempo y existen tres tipos de ofertas: la pasada se efectúa con investigaciones de datos secundarios que permiten determinar la evolución del mercado ofertante analizando a los competidores; la presente es un análisis del mercado objetivo es decir a proveedores, distribuidores y competidores y futura se realiza proyectada de la demanda histórica.



Gráfica 6: Análisis de la Oferta

Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.2.4 Análisis del Marketing Mix

Según Kotler Philip (2003) en su libro Fundamentos de Marketing afirma. “Es el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta, la mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto”.

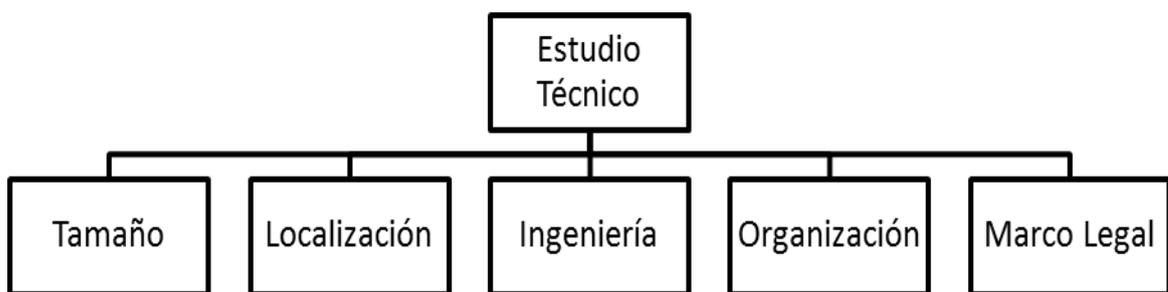
a) Las 4ps

El producto es todo aquello que satisface una necesidad sea física o psicológica, aquí se realizará un análisis de los productos o servicios que ofertará institución, se puede definir considerando: el tiempo, espacio, forma, tipo de bien y el ingreso del consumidor, mientras que el precio es el valor del bien o servicio que se está ofertando, la plaza se refiere a la ubicación de los ofertantes esta se puede establecer de acuerdo al análisis de la competencia, situándose estratégicamente en el mercado analizando fortalezas y debilidades de localización y la promoción se refiere a la publicidad y ofertas en el

mercado, realizando el respectivo análisis del impacto que tenga cuando llegue al demandante esto influirá en el éxito o el fracaso del proyecto.

2.2.3 Estudio Técnico

Después de finalizar el estudio de mercado se realizará uno de carácter técnico que permita analizar las opciones tecnológicas que serán necesarias para producir los bienes o servicios del proyecto, verificando la factibilidad técnica de cada una de ellas y así podemos obtener una base para determinar los indicadores financieros.



Gráfica 7: Estudio Técnico

Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.3.1 Tamaño del Proyecto

Según Lara Byron, (2011) en su libro Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso afirma. “Es la capacidad de producción de un bien o servicio en un periodo o jornada de trabajo normal, es decir en un tiempo determinado que puede ser un mes o un año”.

Los principales factores que influyen en el tamaño del proyecto son la disponibilidad de capital propio y prestado porque puede crecer con mayor capacidad de dinero; la cantidad que se piensa satisfacer en el mercado influye en la utilización de materias primas, diseño de la planta, tipo de tecnología y a su vez en la capacidad de producción.

2.2.3.2 Localización del Proyecto

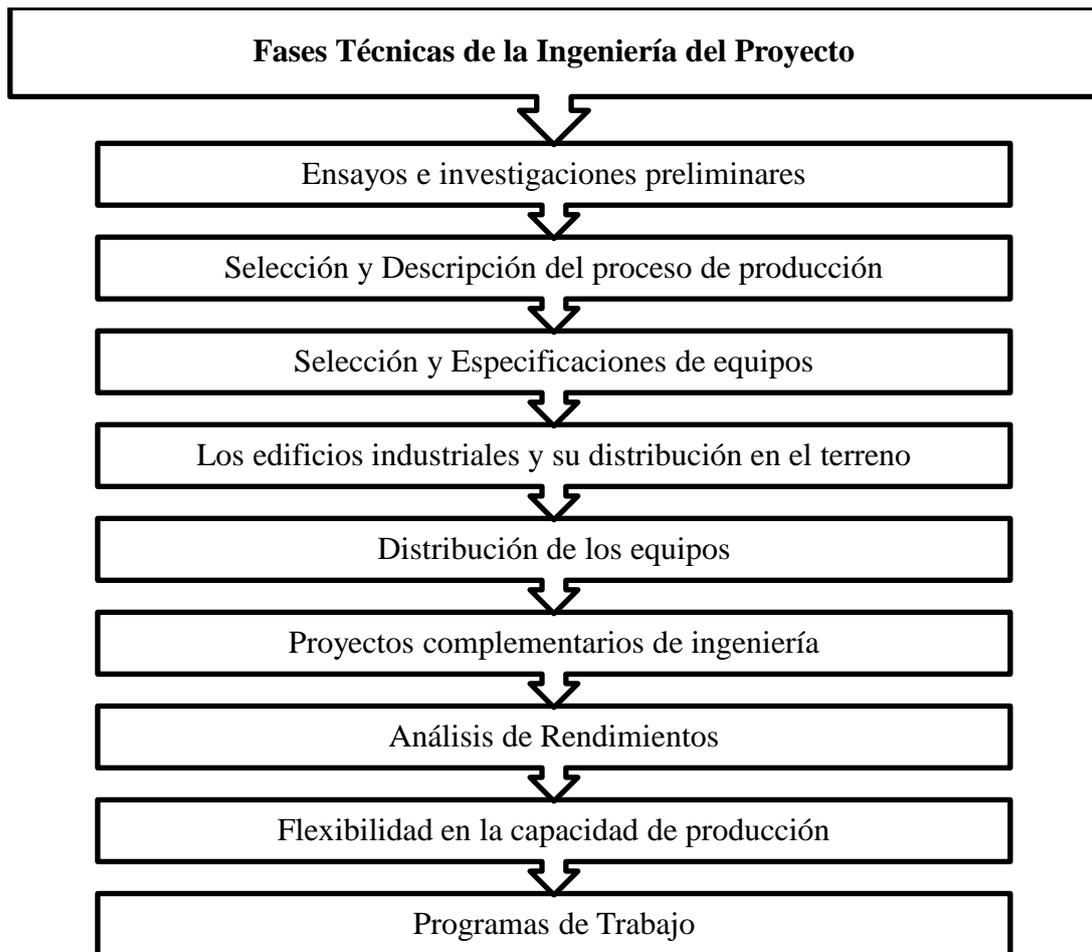
Es el espacio físico geográfico donde se va implementar el proyecto y tiene como objetivo encontrar la ubicación más ventajosa para su desarrollo analizando los factores estratégicos para minimizar costos de inversión y maximizar ganancias.

Según Padilla Marcial, (2011) en su libro Formulación y evaluación de proyectos menciona “Los factores que influyen en la localización son la disponibilidad y costo de la mano de obra, cercanía del mercado, factores ambientales, costo de terrenos, estructura impositiva y legal, comunicaciones, disponibilidad de agua, energía, los medios de transportes y otros suministros”.

2.2.3.3 Ingeniería del Proyecto

Según la Organización de Naciones Unidas, (2014) en su Manual de Proyectos de Desarrollo Económico afirman “Es aquella parte del estudio que se relaciona con su fase técnica, es decir, con la participación de profesionales en las diferentes etapas de estudio.”.

La ingeniería del proyecto analiza todo el proceso productivo de forma sistemática sin omitir ningún detalle por cuanto estos determinan los insumos que se van a utilizar para desarrollar el bien o servicio.



Gráfica 8: Fases de la Ingeniería del Proyecto

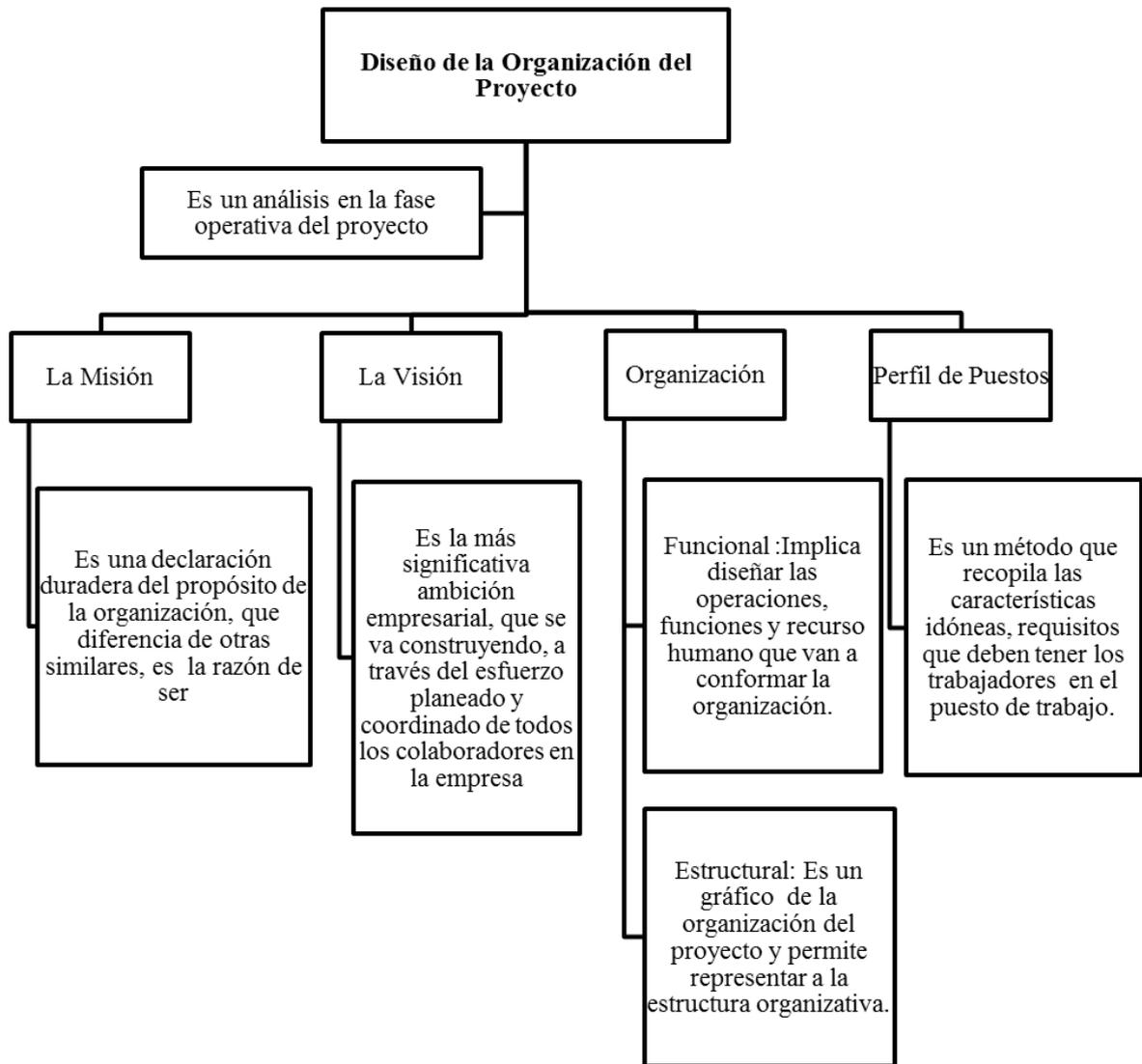
Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.3.4 Organización del Proyecto

Es el conjunto de elementos indispensables para el funcionamiento de un proyecto es decir debe tener una estructura operativa efectiva y eficaz, que permita el desarrollo de los procesos de manera que se cumplan los objetivos planteados.

En un estudio de Factibilidad cuando desarrolla el análisis de la organización del proyecto es necesario disponer de una misión, visión, organigrama funcional del proyecto, perfil de los recursos humanos establecidos en los organigramas, manual general de funciones, los mismos se pueden desarrollar en la fase operativa del proyecto.



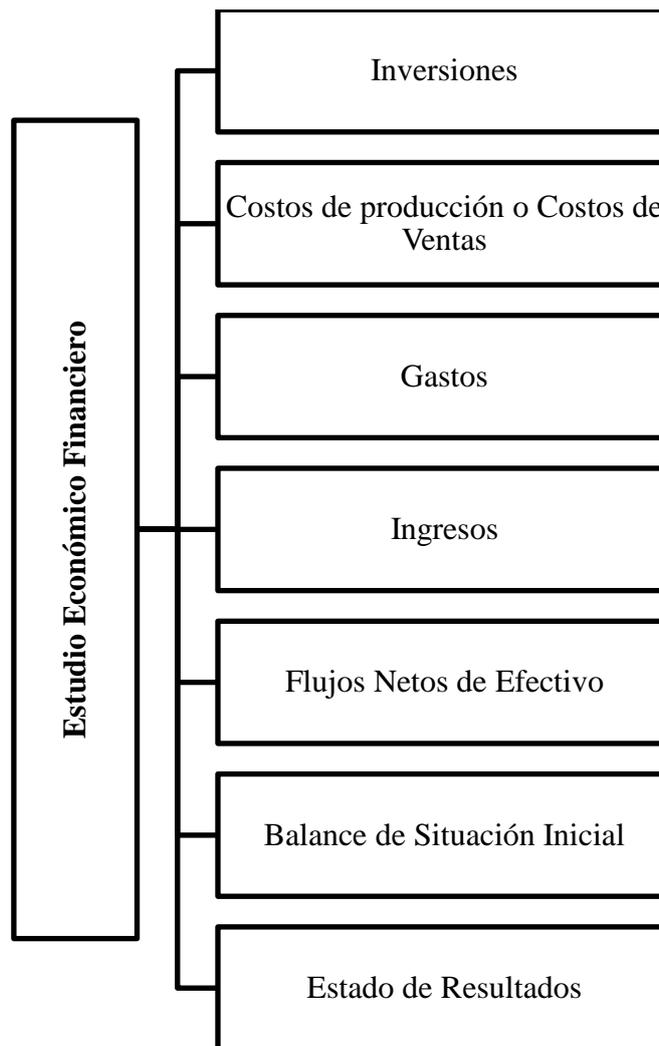
Gráfica 9: Diseño de la Organización del Proyecto

Fuente: Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. Rodríguez, J (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.4 Estudio Económico Financiero

El estudio económico busca establecer el monto de recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, estableciendo el costo total de la operación, los diferentes gastos operacionales y una serie de indicadores financieros que servirán como base para determinar la viabilidad y ejecución del mismo.



Gráfica 10: Estudio Económico Financiero

Fuente: Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso. Lara, B. (2011)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.4.1 Presupuesto del Proyecto

El presupuesto es un plan global para el ejercicio económico de un proyecto e implica determinar y detallar todos los elementos financieros del mismo, generalmente se fija a un año aunque en los estudios de factibilidad se realizan proyecciones de las operaciones para toda su vida útil.

2.2.4.2 Inversión de un proyecto

Según Lara Byron, (2011) en su libro Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso afirma. “Se denomina inversiones a todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo

para poder adquirir los factores de producción necesarios e implementar el proceso del bien o servicio el mismo que generará beneficios, en el periodo establecido como vida útil del proyecto”.

Una de las características de las inversiones es que siempre se orienten hacia el futuro y se espera obtener los beneficios financieros, sociales o ambientales, generalmente son realizadas en procesos económicos de carácter dinámico, esto implica que están sujetas a influencias como inflación, devaluación, depreciación y otras.

2.2.4.2.1 Gastos Financieros

“Son todos aquellos egresos que realizan en la normal operación del proyecto y se refieren principalmente al pago de intereses por la utilización de capital financiero ajeno a los inversionistas, el mismo que es necesario para su financiamiento”. (Lara Byron, 2011)

2.2.4.3 Evaluación de Proyectos

Según el Grupo de expertos del Comité de Asistencia para el desarrollo mencionan. “Es un examen sistemático y objetivo de un programa o proyecto en planificación, ejecución, implementación, diseño, y sus resultados determinan la eficiencia, eficacia, impacto, viabilidad y la permanencia de sus objetivos.

La evaluación de un proyecto tiene dos tipos de estrategias la primera es la que permite medir la eficacia determinando el grado en que se alcanzan los objetivos del proyecto sea en utilidad de tiempo o de producción, la segunda es la que mide la efectividad y eficiencia en relación a los costos y los productos, así como también verificando si se logró lo planificado y si se obtuvo el resultado esperado.

En el estudio de factibilidad empleamos la evaluación ex-ante que se realiza desde el momento en que el proyecto surge como idea, para luego pasar al diseño y formación del mismo implicando con ello la evaluación financiera analizando la utilidad y rentabilidad; la económica optimizando los recursos y objetivos de desarrollo; la social midiendo el nivel de redistribución de riqueza y la ambiental determinando el nivel de impacto con la

naturaleza. Con esto se pretende dar información respecto a los posibles logros de los objetivos planteados o planificados, inicialmente al diseñar el proyecto.

2.2.4.4 Métodos de Evaluación Financiera

Según Baca Gabriel, (2010) “En la evaluación se realiza un análisis sobre el método que se empleará para comprobar la rentabilidad económica del proyecto, se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente, esto implica que el análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real del dinero a través del tiempo”.

2.2.4.5 Valor Actual Neto

Según Lara Byron, (2011) “Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos de caja de cada año, pero restablecidos a una tasa referencial llamada TMAR o tasa de actualización”.

Formula:

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

Dónde:

VAN= Valor actual neto

Tmar o i = Tasa mínima aceptable de rendimiento

in= % inflación anual

f= % de riesgo anual

n= tiempo de vida del proyecto

FNE_j= flujo neto de efectivo

I= inversión del proyecto

Las consideraciones para de aceptación del proyecto son las siguientes:

- a) Si el VAN es positivo el proyecto se acepta es decir existe ganancia.
- b) Si el VAN es cero se acepta o se rechaza el proyecto cubre las inversiones.
- c) Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto es decir existe perdida.

2.2.4.6 Tasa Interna de Retorno

Según Lara Byron, (2011) “Es la tasa que convierte al VAN en cero, es decir que la totalidad de los flujos positivos actualizados son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados, lo que significa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero, si se remplace en la tasa (TIR) en la fórmula del VAN, este nos dará como resultado cero”.

El TIR indica exactamente la rentabilidad del proyecto y en general nos conduce a los mismos resultados que el VAN, sin embargo la rentabilidad interna considera como tasa de reinversión, a diferencia del VAN que lo hace el costo de capital.

Los criterios de aceptación son:

- TIR mayor a tasa de actualización, se acepta el proyecto.
- TIR igual a la tasa de actualización, se acepta o se rechaza el proyecto.
- Cuando la tasa de actualización es igual a la TIR, se recupera la inversión pero no existe ganancia y existe la opción de aceptar o rechazar el proyecto.
- TIR menor a la Tasa de actualización, se rechaza el proyecto.

2.2.4.7 Período de recuperación del capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{PRC} = a + (b - c) d$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

2.2.4.8 Razón Beneficio Costo

Según Lara Byron, (2011) “Es la relación entre todos los ingresos de efectivo actualizado den proyecto divididos para los egresos de efectivo actualizados incluyendo la inversión”.

La fórmula es la siguiente:

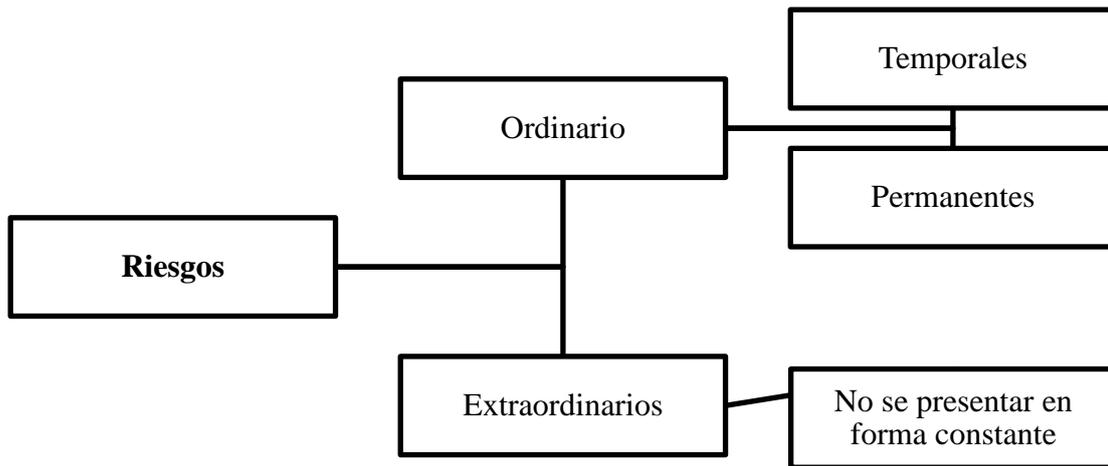
$$\mathbf{RBC} = \sum. \text{INGRESOS ACTUALIZADOS} / \sum. \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

Según los criterios de factibilidad financiera globales de un proyecto cada uno de los indicadores financieros anteriormente mencionados, por si solos no pueden ser totalmente válidos para determinar la factibilidad de un proyecto es de vital importancia que sean analizados en su conjunto por ejemplo el VAN puede ser positivo en el cálculo, pero su TIR es muy pequeño o muy cercana a la TMAR, lo que indicaría que no es muy conveniente invertir. Puede pasar que tanto el VAN como la TIR sean convenientes a la factibilidad de una determinada idea de negocios, pero el periodo de recuperación del capital sea muy largo para el monto de inversión, esto también demostraría que no es muy conveniente, todas estas y otras consideraciones son de vital importancia a la hora de darle el sí a un proyecto.

2.2.5 Estudio de Riesgo

Es la posibilidad de ocurrencia de eventos no deseados como consecuencia de condiciones potencialmente peligrosas creadas por las personas, circunstancias y por diferentes factores u objetos, este tipo de análisis es ampliamente utilizado como herramienta de gestión en estudios financieros para identificar y evaluar riesgos generalmente de naturaleza cuantitativa.

La función de la evaluación consiste en alcanzar un nivel razonable de consenso en torno a los objetivos en cuestión, y asegurar un nivel mínimo que permita desarrollar indicadores operacionales a partir de los cuales medir y evaluar. Los resultados obtenidos del análisis, van a permitir aplicar alguno de los métodos para el tratamiento, que involucra identificar el conjunto de opciones que existen para tratar los riesgos, evaluarlos, preparar planes para este tratamiento y ejecutarlos.



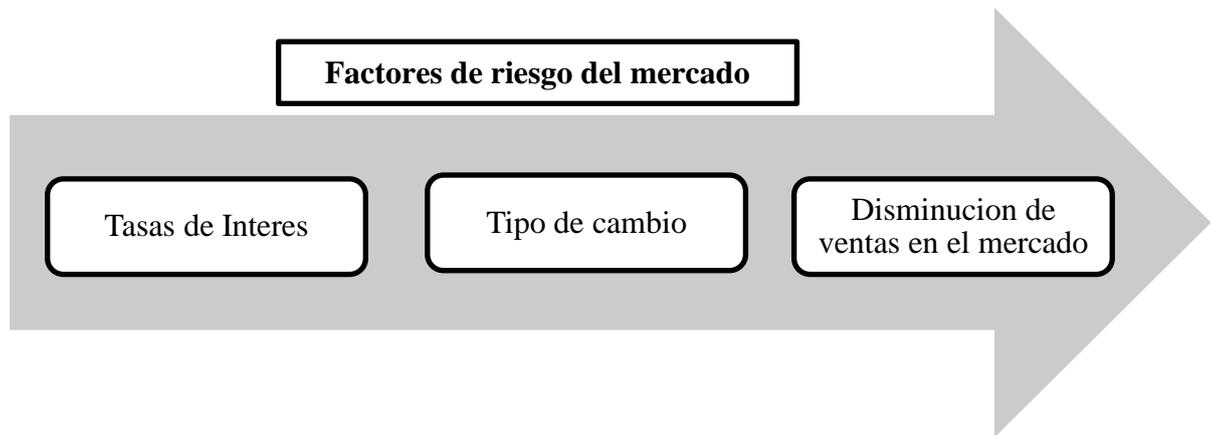
Gráfica 11: Clasificación de Riesgos

Fuente: Análisis y Evaluación de Riesgos en entidades financieras Villarroel, E. (2015)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.5.1 Riesgo de Mercado

Es un riesgo no sistemático que puede generar el perdido potencial en el valor de los activos financieros, debido a movimientos adversos en los factores de riesgo que determinan los precios que se registran en el mercado.



Gráfica 12: Factores de Riesgo

Fuente: Análisis y Evaluación de Riesgos en entidades financieras Villarroel, E. (2015)

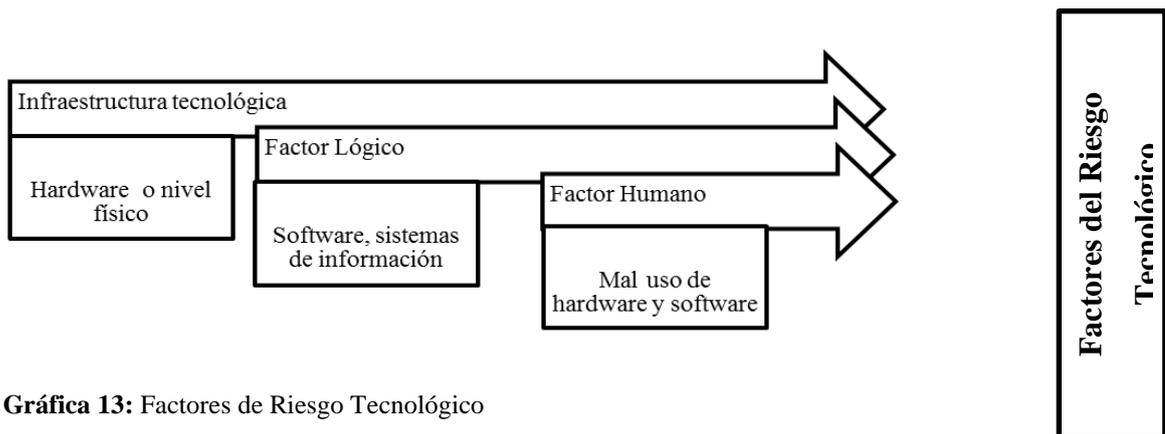
Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.5.2 Riesgo Financiero

Se refiere a las posibles amenazas de un evento que tenga consecuencias negativas para la empresa incluyendo la posibilidad de que los resultados financieros sean mayores o menores a los esperados y puedan generar ganancias o pérdidas. Está vinculado a los medios de financiación contratados por la organización para la adquisición de su activo, estos pueden ser la devaluación de la moneda cuando la empresa requiere materia prima importada o cuando tenga deudas.

2.2.5.3 Riesgo Tecnológico

Tiene su origen en el continuo incremento de herramientas y aplicaciones tecnológicas que no cuentan con una gestión adecuada de seguridad. Su incursión en las organizaciones se debe a que la tecnología está siendo fin y medio de ataques debido a vulnerabilidades existentes por medidas de protección inapropiadas y por su constante cambio, factores que hacen cada vez más difícil mantener actualizadas esas medidas de seguridad.



Gráfica 13: Factores de Riesgo Tecnológico

Fuente: Análisis y Evaluación de Riesgos en entidades financieras Villarroel, E. (2015)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

2.2.6 Cooperativismo

El cooperativismo es una empresa de la economía solidaria que promueve la organización de las personas vinculando el trabajo personal de sus asociados y aportes económicos para la producción de bienes y servicios para satisfacer de manera conjunta las necesidades, está presente en todos los países del mundo dando oportunidad a los seres humanos de escasos recursos para que se desarrollen y generen nuevas unidades de negocio como una empresa de su propiedad junto a otras personas. Uno de los propósitos de este sistema es eliminar la explotación de las personas por los individuos o empresas dedicados a obtener ganancias y la participación del ser humano común, asumiendo un rol protagonista en los procesos socio económico en la sociedad en que vive, es la principal fortaleza de la doctrina cooperativista.

Según Rodríguez Luis, (1978) en su libro Cooperativismo y Constituyente afirma. "El cooperativismo es una doctrina socio-económica que permite a las comunidades y grupos humanos participar para lograr el bien común, la participación se da por el trabajo diario y continuo, con la colaboración y la solidaridad".

2.2.6.1 Cooperativa

Es una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, por medio de una empresa de propiedad

conjunta y democráticamente controlada para lograr un objetivo común, mediante la constitución de una empresa democráticamente dirigida, aportando una cuota equitativa del capital necesario aceptando una justa participación en los riesgos y en los frutos de esa empresa, en cuyo funcionamiento los miembros participan activamente.

Según Neira Giraldo, (1995) en su libro Declaración de Identidad de Cooperativas afirma. "Cooperativa es la sociedad de derecho privado, formada por personas naturales o jurídicas que sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros".

2.2.6.2 Impacto de las cooperativas en la sociedad

Las cooperativas han tenido un impacto en todos los países ya que ha permitido la generación de nuevas fuentes de empleo siendo uno de los agentes más dinámicos de la economía social en un mundo en crisis debido al estancamiento que registran las principales economías; la solidaridad, la ayuda mutua, la integración y la organización colectiva adquieren vital importancia y es juntamente la economía solidaria cuya visión y práctica reivindican el desarrollo comunitario siendo el instrumento que millones de habitantes del planeta eligen como herramienta de transformación social.

Según Domínguez Juan, (2011) en su libro Cooperativas afirma. "Las cooperativas han tenido un impacto en la generación de empleo en la inversión, en la educación y la salud, además han propiciado el desarrollo comunitario"

2.2.6.3 Función económica y social de las Cooperativas

Las Cooperativas deben estar presentes tanto en lo social como lo económico, no basta que un conjunto de personas se asocien con el objeto de solucionar problemas comunes, sino que cuenten con el recurso económico para llevar adelante sus planes; se trata de dos elementos aparentemente necesarios que deben ser conjugados para conseguir mejoras en los integrantes de dichas instituciones financieras.

En el cooperativismo la economía se pone al servicio del ser humano fomentando el desarrollo, entendido este en el sentido de crear riqueza para distribuirla en la forma más justa posible.

2.2.6.4 Economía Popular y Solidaria

Según la Ley de Economía Popular y Solidaria (2015). “Es el conjunto de formas colectivas de organización económica, autogestionadas por sus propietarios que se asocian como trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios, a fin de obtener ingresos en actividades orientadas por el buen vivir, sin fines de lucro o de acumulación de capital. Se entiende por economía popular, al conjunto de organizaciones dedicadas a la producción de bienes y servicios que sean destinados al autoconsumo o a la venta en el mercado, con el fin de generar ingresos para garantizar la subsistencia de quienes la practican.”

2.3 IDEA A DEFENDER

Existe la factibilidad financiera, de mercado y técnica para motivar la apertura de una Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la Provincia de Tungurahua, la cual permitirá satisfacer las necesidades de los socios del sector incrementando cobertura en sus productos financieros.

2.4 VARIABLE

2.4.1 Variable Independiente

Estudio de Factibilidad.

2.4.2 Variable Dependiente

Apertura de una nueva agencia operativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la provincia de Tungurahua.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo implicará una modalidad de investigación cualitativa, ya que tendrá que ver con la realidad del comportamiento de los habitantes del cantón San Pedro de Pelileo y cuantitativa porque se realizará un análisis de las respuestas obtenidas para así poder llegar a la interpretación; enfocados en una investigación exploratoria, de campo y descriptiva debido a que se basará en la recolección y análisis de datos.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Exploratoria

Se realizará en primera instancia un acercamiento a la zona de limitación para el trabajo de investigación donde se elaborará un panorama inmediato del número de personas que requieran y que están inmersas en este tipo de servicios cooperativistas.

3.2.2 De campo

Se deberá realizar una investigación indagando e identificando la aceptación y el impacto que tienen los servicios financieros con la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo a través de encuestas dirigidas a los pobladores.

3.2.3 Descriptiva

La investigación tiene un carácter descriptivo por cuanto identifica al objetivo de estudio en sus particularidades a partir de observaciones, encuestas, fundamentándose en ellas la propuesta de alternativas de solución.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para calcular la muestra de la población del cantón San Pedro de Pelileo se procedió a utilizar el último censo 2010 del INEC.

Para el cálculo de la muestra utilizamos la siguiente fórmula.

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad de éxito, en este caso 0,5.

Q = Probabilidad de fracaso, en este caso 0,5

Z = Nivel de confianza (95% por ende 1,96)

e = Error de muestreo 5%

N = Tamaño de la población 56.573

(N-1) = Factor de Correlación

Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{(1.96^2) * (0.5) * (0.5) * (56.573)}{(0.05^2) * (56573 - 1) + (1.96^2) * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = \frac{54332.70}{141.43}$$

$$n = 384$$

Población de estudio es de 384 personas pertenecientes a las PEA.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Métodos

3.4.1.1 Método Deductivo - Inductivo

Al tratarse del estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la COAC Ambato Ltda., el método adecuado de investigación es el método deductivo porque es aquí donde se fundamenta o se comprueba la validez de un conocimiento, de una hipótesis o de una tesis y busca partir de lo general para poder fundamentar lo particular, en este estudio específicamente de manera deductiva se busca determinar del ámbito general de la propuesta hacia la aplicabilidad de cada uno de los estudios que comprende el proyecto y así conocer cada una de las variables que definen el éxito en la propuesta.

Este estudio de Factibilidad también basará su análisis bajo las directrices del método Inductivo debido a que es necesario determinar particularidades tales como el movimiento económico y financiero en el cantón San Pedro de Pelileo, el cual permitirá establecer aspectos particulares que debe tener la organización para el cumplimiento de objetivos globales.

3.4.1.2 Método Cuantitativo

La investigación cuantitativa es la que analiza diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados como los datos que se muestran de forma numérica, como por ejemplo estadísticas, porcentajes, esto implica que la investigación cuantitativa realiza preguntas específicas y de las respuestas de los participantes se obtiene muestras como el número de clientes potenciales así como también el análisis de la oferta y la demanda.

3.4.1.3 Método Sintético

Bajo el método sintético el análisis de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo, Provincia de Tungurahua busca integrar los componentes de este estudio para analizarlo en su totalidad.

3.4.2 Técnicas

3.4.2.1 Encuesta

Esta técnica se utilizará a través de un cuestionario o instrumento de recolección de datos con un listado de preguntas escritas adecuado que permitirá recopilar los datos necesarios de los habitantes del sector.

3.4.2.2 Entrevista

Es una técnica destinada a obtener datos de una o varias personas con opiniones impersonales, para ello se utilizarán un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

3.4.3 Instrumentos

3.4.3.1 Cuestionario

Corresponde a una serie de preguntas abiertas o cerradas de uso exclusivo para esta investigación orientada a las costumbres y formas de financiación por parte de los pobladores del cantón San Pedro de Pelileo.

3.4.3.2 Guía de entrevista

Es serie de preguntas que son necesarias al momento de realizar la entrevista con los administrativos de la institución como es el Gerente de Negocios de la cooperativa.

3.5 DIAGNOSTICO SITUACIONAL

3.5.1 Reseña Histórica

Cooperativa Ambato nace en la parroquia Juan B. Vela, mediante un proceso organizativo, social, económico y con el objetivo de remediar necesidades familiares, es así que el 10 de Enero del 2003 mediante Acuerdo N° 001-SDRCC el Ministerio de Bienestar Social reconoce como una sociedad con personería jurídica y sin fines de lucro.

En el mes de Enero del año 2003 apertura la oficina matriz en la ciudad de Ambato, a fines del mismo año se abre una agencia en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, en el 2004 amplían sus servicios al cantón Cevallos, para el año 2005 la cooperativa ya es conocida a nivel de la zona central del país, en el año 2006 extiende sus servicios con una oficina en el cantón Pujili y otra en el cantón Saquisilí, en el año 2008 se adquiere un edificio propio en la ciudad de Ambato, para brindar un mejor servicio y una mejor atención a sus socios, en el año 2009 para ampliar la cobertura se apertura dos oficinas más uno en la Ciudad de Guaranda y otro en la Ciudad de Quito, en el año 2011 se adquiere el edificio en la ciudad de Latacunga en el cual se abre una nueva oficina, en el 2013 se apertura una ventanilla en la ciudad de Ambato llamada oficina la pradera, el 10 de Mayo del 2014 se inauguró nuestro edificio propio en Guaranda, a finales del 2014 se adquiere el edificio en el cantón Cevallos, en la actualmente cuenta con 9 oficinas operativas 9 cajeros automáticos ubicadas estratégicamente para dar un servicio adecuado a nuestros 93,000 socios.

3.5.2 Logotipo



Gráfica 14: Logotipo

Fuente: Cooperativa Ambato Ltda.

3.5.3 Slogan

“Nos renovamos para ti”

3.5.4 Ubicación de la empresa

La Cooperativa de Ahorro y crédito Ambato está ubicada:

- **Matriz Ambato:** Lalama 08-51 y Juan Benigno Vela.
- **Ventanilla La Pradera:** Leónidas Plaza entre Martínez Mera y Av. Los Chasquis
- **Cevallos:** Calle Buchelli diagonal al parque central.
- **Saquisili:** Calle Mariscal Sucre y Gonzalo Suarez.
- **Guaranda:** Calle Salinas y Azuay (Sector Plaza Rojas).
- **Latacunga Centro:** Calle Quito y Padre Salcedo
- **Latacunga Estación:** Av. Marco Aurelio Subia y 5 de Junio 71- 24 (esquina)
- **Pujili:** Calle Belisario Quevedo entre Joaquín de Olmedo y Vicente Rocafuerte.
- **Quito:** Av. Pedro V. Maldonado y Susana Lettor



Gráfica 15: Ubicación
Fuente: Cooperativa Ambato Ltda.

3.5.5 Objetivos de la organización

- Contribuir al mejoramiento socioeconómico.
- Fortalecer y mantener los servicios financieros.

- Generar satisfacción y compromiso de la sociedad.
- Brindar productos financieros funcionales y de calidad
- Implementar plan de difusión de la gestión realizada por la cooperativa.
- Fortalecer el sistema de gestión administrativo y operativo.

3.5.6 Misión

Promover el desarrollo socioeconómico de la comunidad, brindando productos y servicios financieros eficientes con responsabilidad social.

3.5.7 Visión

Al 2018 ser una cooperativa de ahorro y crédito del segmento 1, con calidad en su gestión financiera y operacional, mayor cobertura regional.

3.5.8 Valores corporativos

3.5.8.1 Honestidad

La COAC Ambato, es una entidad que cumple con todas las Leyes y Reglamentos emitidos por los organismos de control, con los Estatutos, reglamentos, políticas y procedimientos internos siempre respetando los Principios del Cooperativismo. Trabajando honestamente sin desperdicio de tiempo, poniendo un esfuerzo personal adicional. Brindar trato personalizado amable, respetuoso, amigable a los socios.

3.5.8.2 Seriedad y profesionalismo

Todo el personal que labora en la institución es permanentemente capacitado, respeta los procedimientos internos y somos entes de apoyo de los socios a través de la asesoría y seguimiento a nuestros socios, garantizando confidencialidad con la información de los socios y de la institución. Trabajamos con humildad demostrando paciencia ante las situaciones que se presenten y dotando de soluciones prácticas para solución de dificultades.

3.5.8.3 Transparencia

La Cooperativa informa mensualmente a sus socios y semestralmente a los organismos de control sobre el crecimiento económico obtenido, y sus tasas de interés están parametrizadas por las establecidas por los organismos de control, trabajar demostrando transparencia en todas sus actividades

3.5.8.4 Trabajo en equipo

Aportar con ideas innovadoras y sugerencias, apoyando el desarrollo de los compañeros propendiendo la buena comunicación, el compañerismo, y las buenas costumbres.

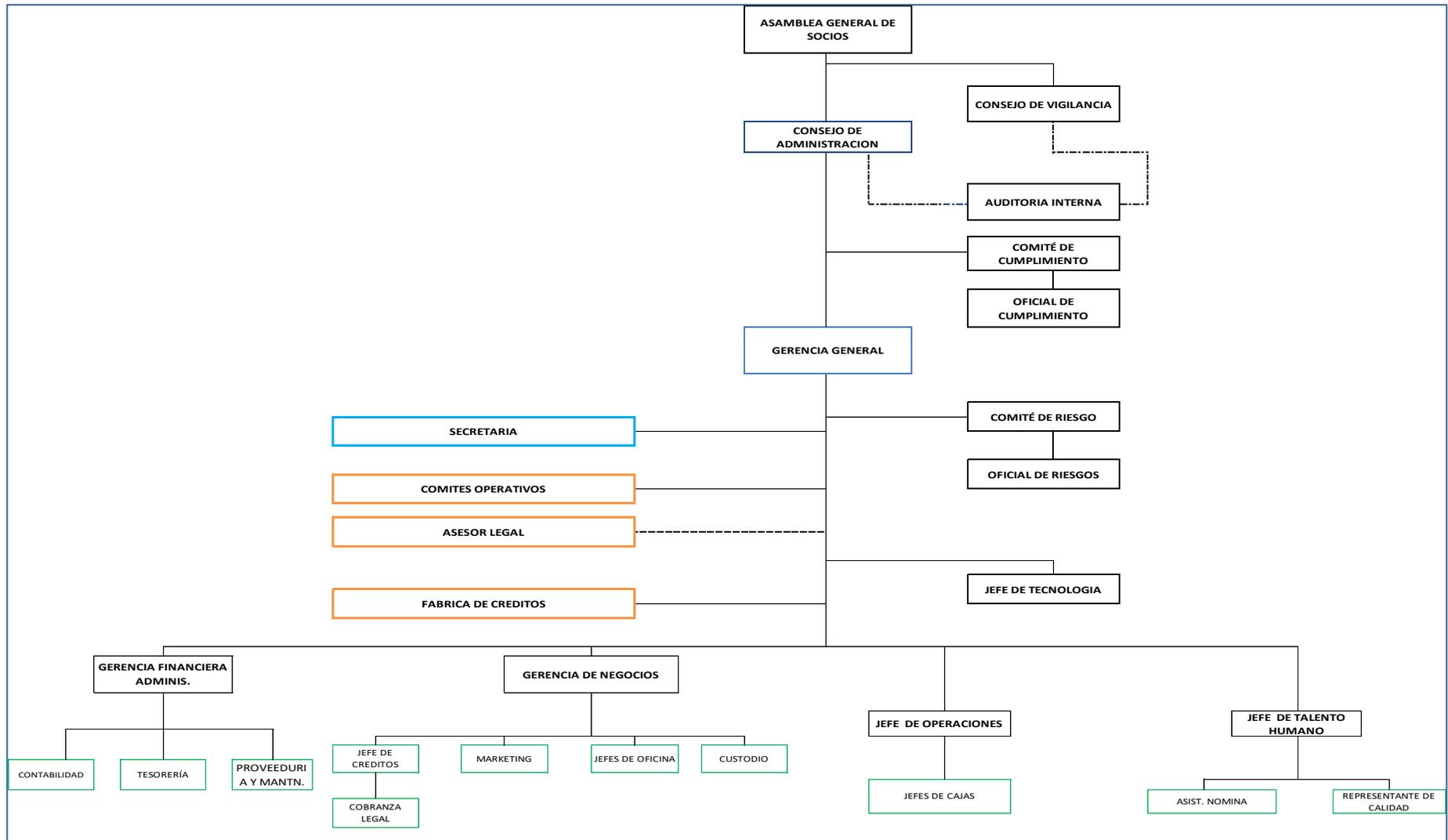
3.5.8.5 Innovación y mejoramiento continuo

Es un lema permanente de la cooperativa entregar servicios financieros a la brevedad que nuestros socios lo requieran con un valor agregado de sonrisa y amabilidad, e incorporando nuevos productos y servicios para satisfacer la necesidad de los socios.

3.5.8 Políticas de calidad

Trabajamos en confianza para satisfacer sus necesidades y expectativas para lo cual:

- Tenemos reglas claras.
- Mejoramos día a día nuestros servicios.
- Contamos con personal calificado.
- Ofrecemos tasas de intereses competitivas.
- Contamos con la Certificación de Calidad ISO 9001-2008
- Optimizamos costos para ser sostenibles por generaciones.



Gráfica 16: Organigrama Estructural
Fuente: Cooperativa Ambato Ltda.

3.5.9 Análisis del Entorno Externo e Interno

Se realiza un análisis FODA en donde se mostrará los factores internos y externos como las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la Cooperativa Ambato Ltda., en el mercado.

Tabla 2: Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Calificación de calidad ISO 9001-2008 - Diversidad de productos de ahorro y captaciones - Capacitación continua al personal. - Planificación gerencial adecuada. - Liquidez para concesión de créditos. - Infraestructura adecuada. - Seguridad financiera monitoreada por los entes de control. - Aplicación de normas y leyes vigentes. - Adecuada organización estructural. - Cobertura en distintos puntos del país. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento sostenido en los últimos años del sector micro empresarial. - Nivel promedio de ingresos de la población y su evolución. - Ubicación estratégica de las oficinas institucionales. - Avances tecnológicos en continua innovación. - Obras e infraestructuras públicas. - Innovaciones de técnicas y estrategias administrativas para el mejoramiento del sistema financiero. - Crecimiento en el mercado.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Baja inversión en investigación y desarrollo. - Comunicación deficiente. - Publicidad inefectiva. - Inestabilidad del departamento de marketing. - Desconocimiento de las políticas internas. - Activos improductivos altos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimientos y superación de la competencia directa. - Cambios en el marco jurídico ecuatoriano regulatorio del sector financiero. - Decrecimiento de la economía genera menor liquidez, capacidad de compra y ahorro. - Inestabilidad política. - Desconocimiento de productos y servicios por socios - Desastres naturales. - Nivel de sobreendeudamiento de la población

Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

3.5.10 Productos

3.5.10.1 Cuentas de ahorros

Al aperturar una de las cuentas de ahorro será socio de la Cooperativa y tendrá derecho a todos los beneficios que la institución brinda.

Tabla 3: Cuentas de Ahorro

Nombre de la Cuenta	Beneficiarios	Aperturas \$	%Interés	Costo Manteni. \$.
Ahorro vista	Personas Naturales y Jurídica	25.00	3%	0
Grupal	Grupo organizado	25.00	3%	0
Alcancía	Menor de Edad	3.00	3%	0
Ganamas (ahorro programado)	Todos	50.00	6% Pago de intereses anuales	0

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

3.5.10.2 Cuenta Ahorro Vista

- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación a color.
- Carta de pago servicio básico (luz, agua, o teléfono).
- Llenar y suscribir el formulario conozca sus cliente, proporcionar toda la información de carácter personal, laboral y económico que requiera la Cooperativa en cumplimiento con la ley de Prevención de Lavado de Activos.
- Solicitar la firma en todas las documentaciones generadas (solicitud de ingresos y licitud de fondo).

3.5.10.3 Cuenta Ahorro Alcancía

- Copia de la cédula a color del representante legal o cualquier de los dos pobres.
- Partida de nacimiento original.
- Carta de pago servicio básico (luz, agua, o teléfono).

3.5.10.4 Cuenta Gana Más

Esta cuenta se apertura cuando tenga la Cuenta de ahorro vista.

3.5.10.5 Inversiones

La Cooperativa está facultada por la Ley de Economía Popular y Solidaria a aceptar depósitos a plazo fijo, exigibles al vencimiento de un periodo libremente convenido por las partes, mediante pagos de tasas de interés preferenciales, garantizando su depósito con nuestros activos y canaliza eficientemente los depósitos de los socios entregando créditos a personas que tengan actividades productivas en distintos sectores diversificando la cartera, utilizando tecnología adecuada de microcrédito para evitar riesgos de morosidad, apoyando de esta forma las iniciativas del micro y pequeña empresa, promoviendo el desarrollo económico local y nacional.

Tabla 4: Tasas de Interés DPF

Plazos	Tasa efectiva Referencia B.C.E	Tasa Nominal %
61-120 días	4,26%	8,00%
121-184 días	5,93%	8,50%
185-299 días	6,16%	9,00%
300-360 días	6,21%	9,50%
>360 días	6,21%	10,00%

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

3.5.10.6 Créditos

Tabla 5: Tipos de Crédito

Segmento de Crédito	Tasa Efectiva Referencia B.C.E	Productos Coac Ambato	Rangos	% Nominal COAC Ambato	% Efectiva Coac Ambato	Plazo Máximo Meses
Productivo PYMES	11,83%	Comercial PYMES sin encaje	\$20.000-\$120.000	11,20%	11,79%	36
Consumo	16,30%	Consumo encaje 10%	\$200-\$100.000	12,50%	15,63%	42
	16,30%	Consumo sin encaje	\$200 -\$100.000	15,00%	16,08%	42
Microcrédito Acum. Ampliada	25,50%	Crédito de inversión encaje 10%	\$10.001-\$19.999	18,50%	24,09%	60
	25,50%	Crédito de inversión sin encaje	\$10.001-\$19.999	22,80%	25,34%	60
Microcrédito Acum. Simple	27,50%	Crédito Emprendedor encaje 10%	\$3.001-\$10.000	20,00%	26,29%	36
	27,50%	Crédito Emprendedor sin encaje	\$3.001-\$10.000	22,80%	25,34%	36
Microcrédito Minorista	30,50%	Crédito Familiar sin encaje	\$200 -\$3.000	22,80%	25,34%	24

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

3.5.11 Servicios

La Cooperativa ofrece una diversidad de servicios financieros a sus socios:

Tabla 6: Servicios COAC

Servicio	Costo
Matriculación vehicular	\$ 0,40
Cajero automático	\$ 0,50
RISE	\$ 0,40
ELEPCO(luz)	\$ 0,60
Pago de Bono	\$ 0,25
Transferencias interbancarias	\$ 1,90
Tarjeta de debito	\$ 4,60
Remesas	\$ 0,27

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Estos servicios cuentan con el respaldo de:

- Bajas Tasas de interés
- Seguro de desgravamen
- Además hay que considerar que esta organización y sus servicios financieros que ofrecen cuentan con el respaldo de:
 - Banco Central del Ecuador
 - CONAFIPS Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias
 - BANRED COOPERATIVA – Red Transaccional Cooperativa S.A.
 - Ley de Economía Popular y Solidaria
 - Y todas aquellas entidades que facultadas por la Ley regulen y controlen a las distintas entidades financieras.

3.6 RESULTADOS

3.6.1 Resultados de Encuestas

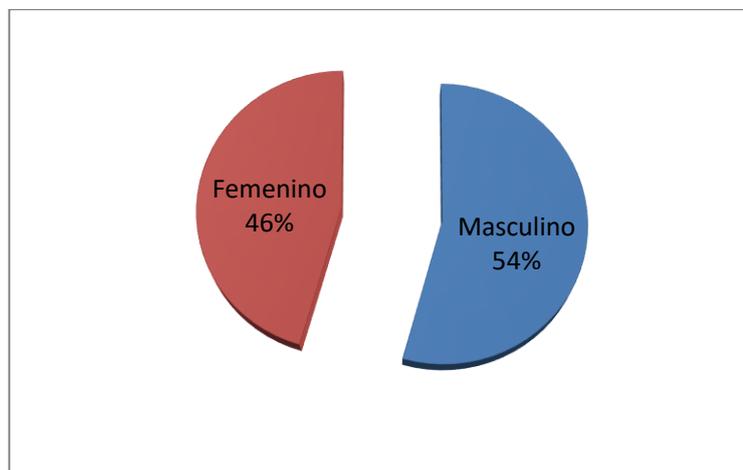
A continuación se presenta los resultados emitidos por las encuestas realizadas a los 384 habitantes mayores de edad del Cantón San Pedro de Pelileo de la Provincia de Tungurahua, de acuerdo a la muestra realizada anteriormente para facilidad del estudio.

- Género

Tabla 7: Género

Sexo	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	209	54%
Femenino	175	46%
Total	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 17: Género

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

Interpretación: En el cantón San Pedro de Pelileo la población femenina es ligeramente menor que la masculina.

- **Parroquias**

Tabla 8: Parroquias del encuestado

Parroquia	Frecuencia	Porcentaje %
Pelileo	162	42%
Salasaka	81	21%
Gámbalo	73	19%
García Moreno	41	11%
El Rosario	16	4%
Chiquicha	9	2%
Bolívar	2	1%
Total	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

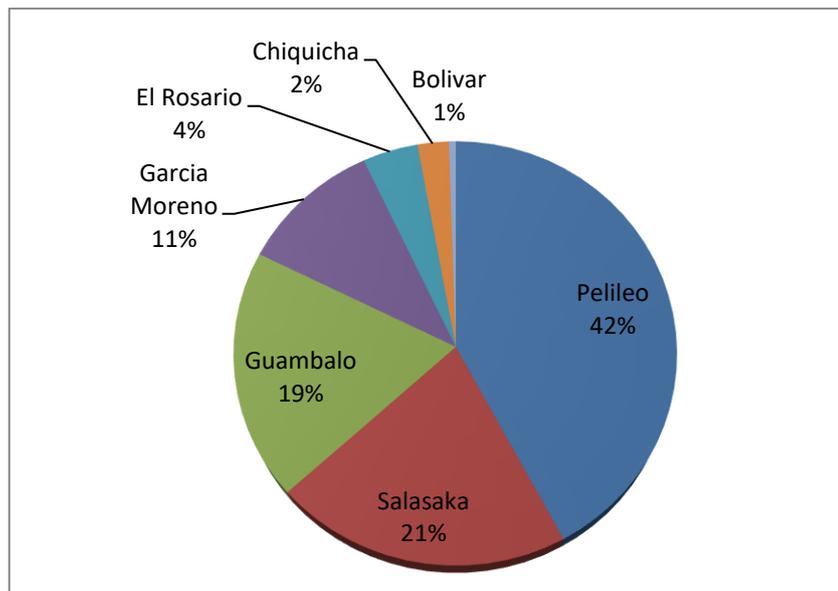


Gráfico 18: Parroquia del encuestado

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

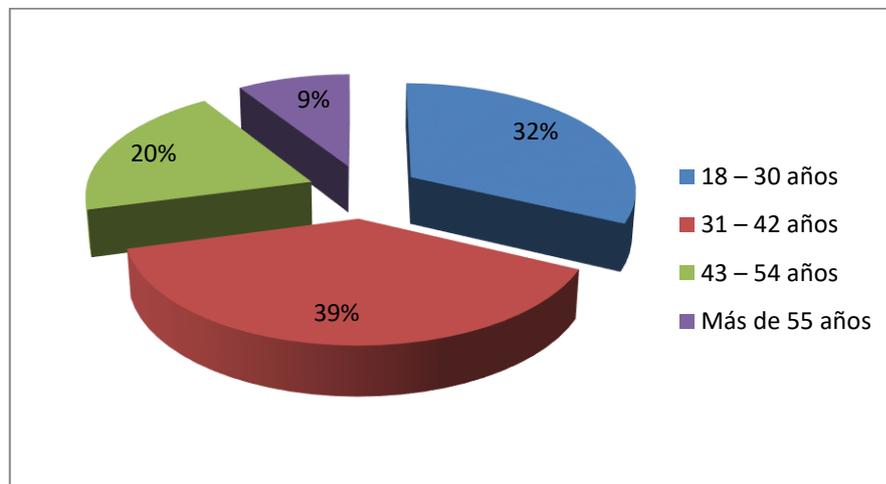
Interpretación: La parroquia Pelileo es la más poblada del cantón ya que se ubica en una zona urbana y en donde se encuentra la mayoría de habitantes, mientras que en las parroquias rurales del cantón tienen un porcentaje menor de la población pero en todas existe movimiento de comercio y en Salasaka habitan artesanos indígenas que conservan su cultura y tradición.

- **Edad**

Tabla 9: Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
18 – 30 años	123	32%
31 – 42 años	149	39%
43 – 54 años	77	20%
Más de 55 años	35	9%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 19: Edad

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

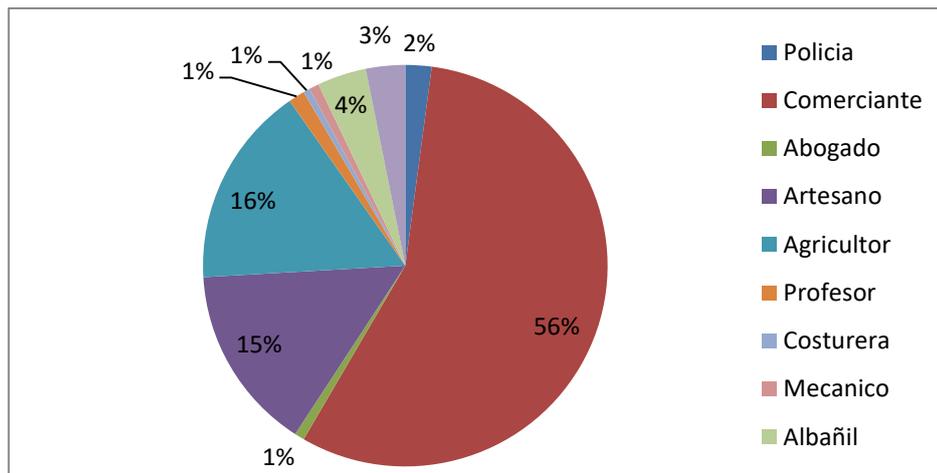
Interpretación: La mayor parte de encuestados tiene una edad 31-42 años los cuales tienen ingresos fijos y se encuentran realizando actividades de emprendimiento, mientras los más jóvenes están iniciando sus actividades económicas, todos ellos están enfocados en el ahorro y en los créditos para su desarrollo y las personas mayores de 43 años son las más estables en lo financiero, buscan el ahorro el futuro y se interesan en las inversiones.

- **Ocupación**

Tabla 10: Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje (%)
Policía	8	2%
Comerciante	217	56%
Abogado	3	1%
Artesano	57	15%
Agricultor	62	16%
Profesor	5	1%
Costurera	2	1%
Mecánico	3	1%
Albañil	15	4%
Carpintero	12	3%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 20: Ocupación

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

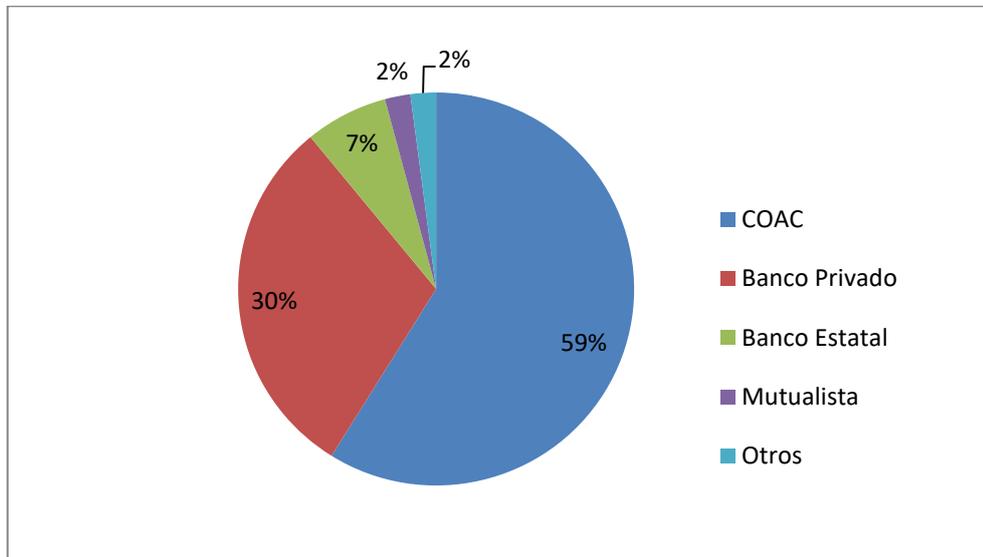
Interpretación: Para los habitantes del cantón San Pedro de Pelileo su fuente de ingreso se encuentra relacionada principalmente por el comercio, otros mantienen sus propias industrias manufactureras donde producen pantalones jeans y son conocidos en el mercado a nivel nacional, existen artesanos especialmente en la parroquia de Salasaka donde realizan artículos con lana de borrego para su exportación y en la parroquia de Huambalo están talleres de muebles.

1. ¿En qué tipo de institución financiera guarda su dinero?

Tabla 11: Tipo de Institución Financiera

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
COAC	226	59%
Banco Privado	116	30%
Banco Estatal	26	7%
Mutualista	8	2%
Otros	8	2%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 21: Tipo de Institución Financiera

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

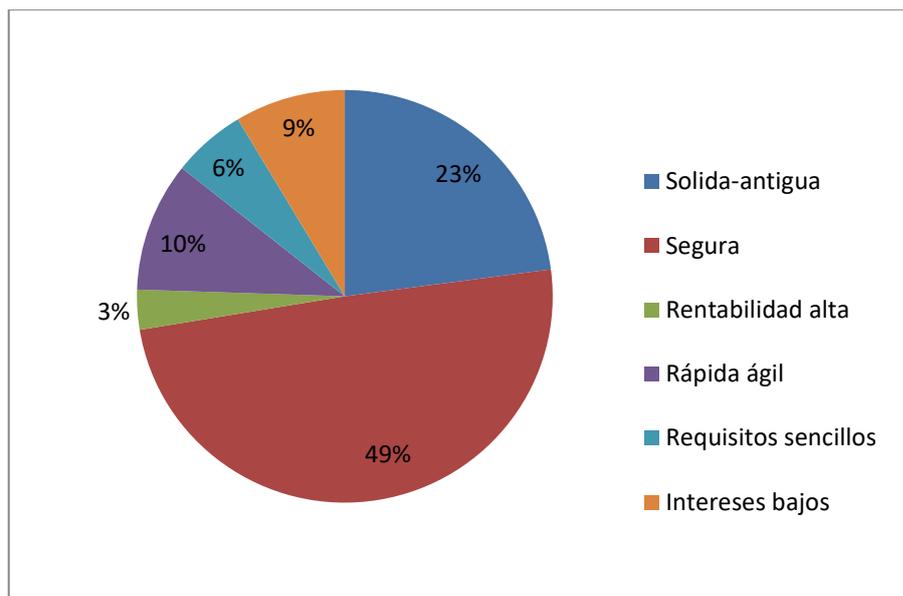
Interpretación: En los pobladores del cantón Pelileo existe preferencia por las Cooperativas de Ahorro y Crédito para guardar su dinero, mencionan que tienen facilidad de realizar sus transacciones y los requisitos para los trámites son sencillos en comparación con otras instituciones financieras.

2. ¿Qué debe tener la institución financiera de su preferencia?

Tabla 12: Preferencia Financiera

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Solida-antigua	88	23%
Segura	190	49%
Rentabilidad alta	12	3%
Rápida ágil	39	10%
Requisitos sencillos	22	6%
Intereses bajos	33	9%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 22: Preferencia Financiera

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

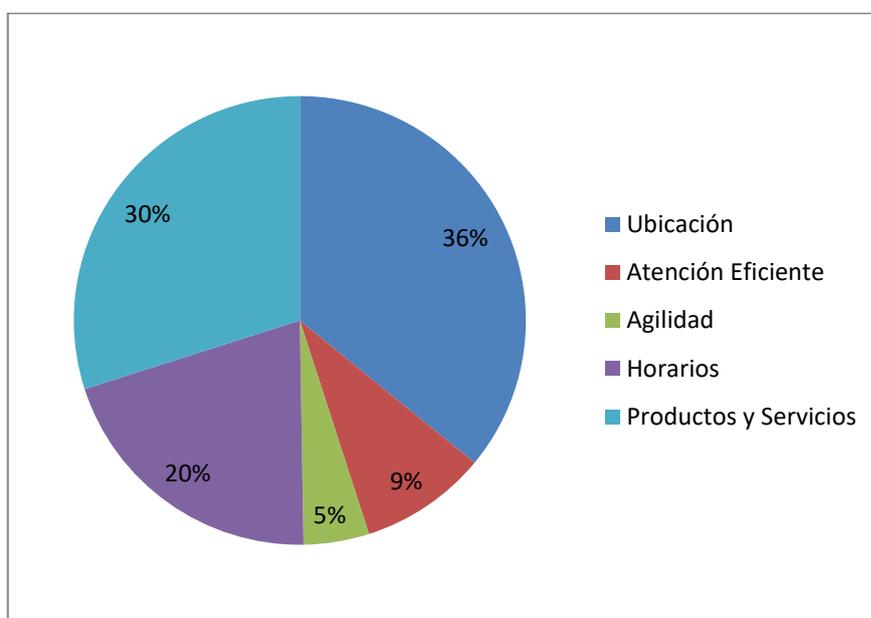
Interpretación: La seguridad es indispensable para guardar los ahorros e inversiones de los habitantes del cantón Pelileo y tienen preferencias financieras en las instituciones como la solidez la cual se ve reflejada en los años de servicio y reconocimientos de las organizaciones, los clientes demandan una atención rápida y ágil.

3. ¿Qué elementos define su preferencia hacia una entidad financiera?

Tabla 13: Preferencia Institucional

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ubicación	138	36%
Atención Eficiente	35	9%
Agilidad	18	5%
Horarios	78	20%
Productos y Servicios	115	30%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 23: Preferencia Institucional

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

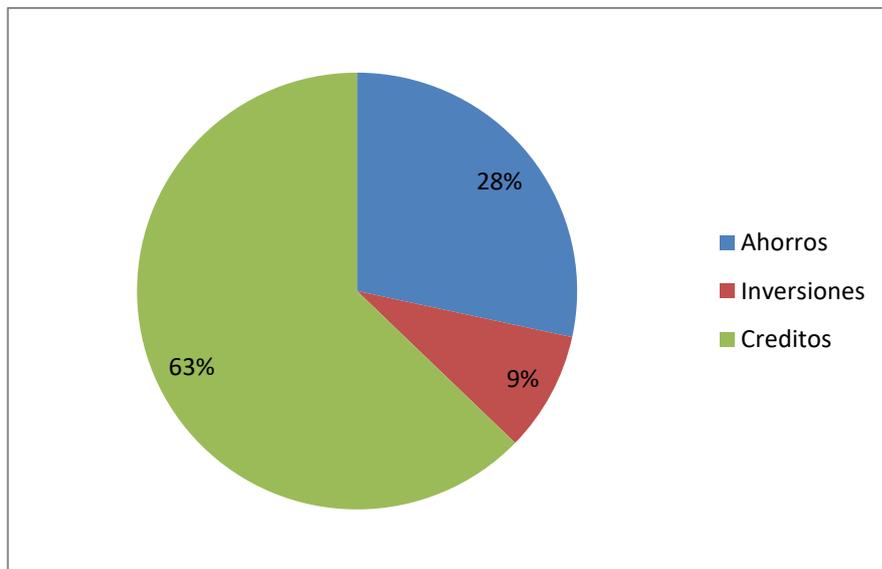
Interpretación: Los elementos que dan la preferencia a una institución financiera es principalmente la ubicación estratégica para poder realizar las transacciones y beneficiarse de los productos cerca de su hogar o trabajo, tomando en cuenta la atención eficiente en comparación con los de la competencia.

4. ¿Qué tipo de servicios solicita generalmente en una institución financiera?

Tabla 14: Tipo de Servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ahorros	109	28%
Inversiones	34	9%
Créditos	241	63%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 24: Tipo de Servicio

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

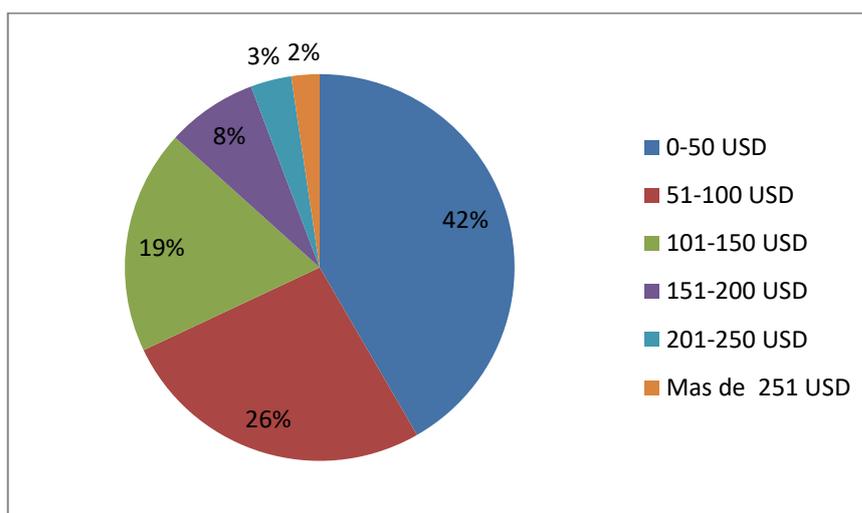
Interpretación: La sociedad de Pelileo requiere los servicios de una entidad financiera especialmente solicitan créditos para emprender sus negocios o invertir de acuerdo a sus necesidades, por este plano se da una constancia de la demanda de ahorros, créditos e inversiones.

5. Si tiene un Plan de ahorro ¿Cuánto dinero destina a los ahorros mensuales?

Tabla 15: Plan de Ahorro

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
0-50 USD	160	42%
51-100 USD	101	26%
101-150 USD	72	19%
151-200 USD	29	8%
201-250 USD	13	3%
Más de 251 USD	9	2%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 25: Plan de Ahorro

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

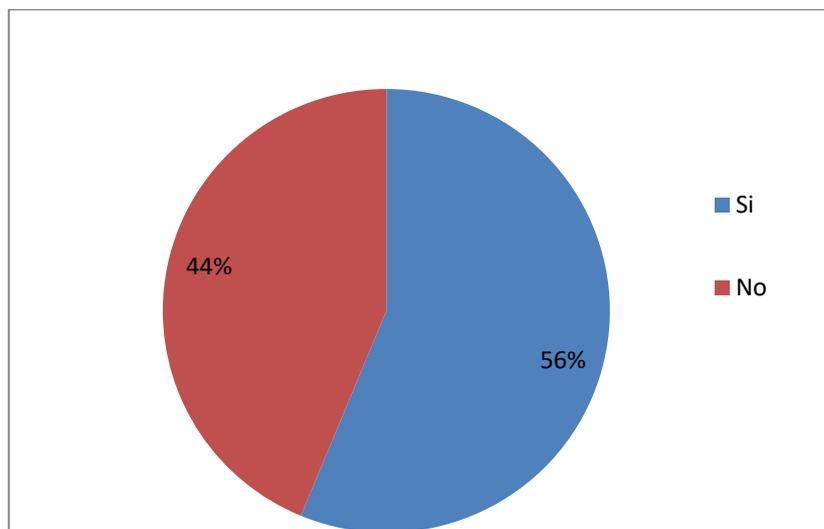
Interpretación: Existe un plan de ahorro en todos los habitantes del cantón de acuerdo a los ingresos que perciben mensualmente los cuales son distribuidos para sus necesidades básicas, sin embargo un porcentaje de sus ingresos destinan para garantizar un ahorro futuro.

6. ¿Actualmente tiene algún tipo de Crédito?

Tabla 16: Crédito Vigente

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	216	56%
No	168	44%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 26: Crédito Vigente

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

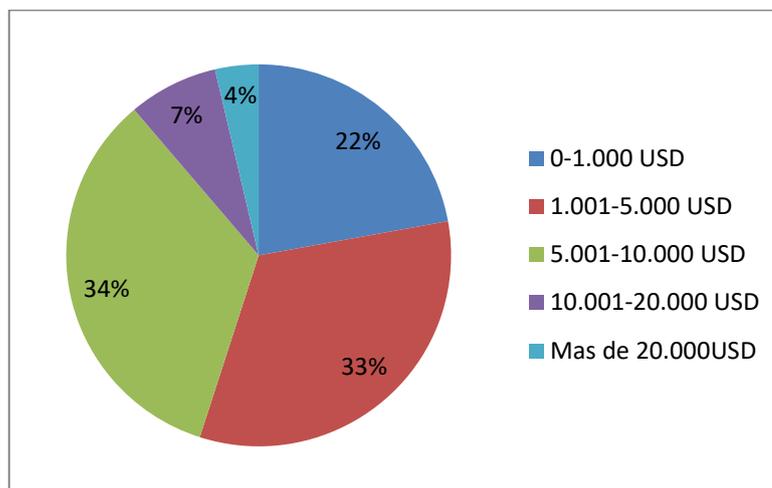
Interpretación: Existe un número considerable de personas que cuentan con un crédito vigente en las diferentes instituciones financieras del sector y es uno de los servicios que más adquieren los socios o clientes.

7. ¿Cuándo ha solicitado un crédito, cual es el monto requerido?

Tabla 17: Crédito Requerido

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
0-1.000 USD	85	22%
1.001-5.000 USD	126	33%
5.001-10.000 USD	130	34%
10.001-20.000 USD	29	7%
Más de 20.000USD	14	4%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 27: Crédito Requerido

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

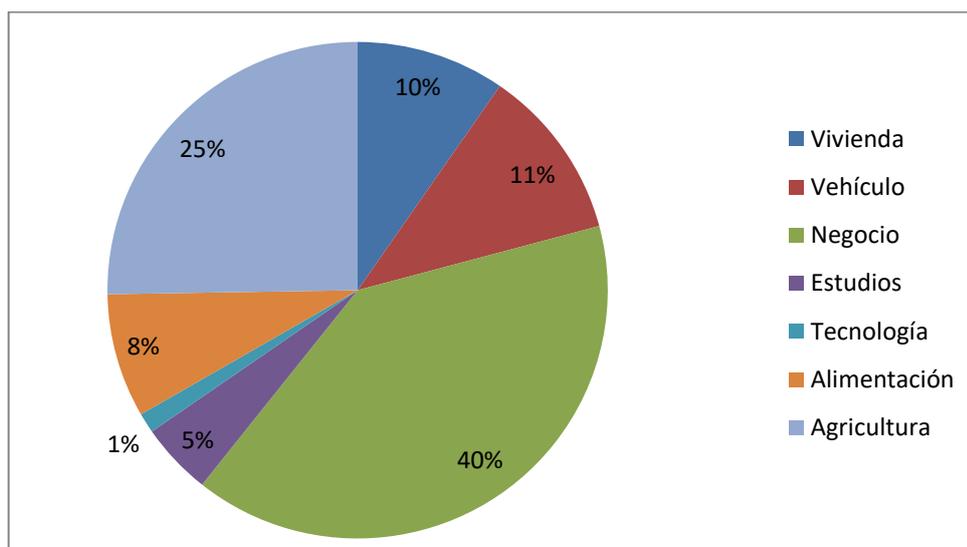
Interpretación: El crédito es uno de los productos más demandados por los pobladores del cantón Pelileo y se lo requiere para invertir en actividades de comercio y emprendimiento en su gran mayoría, los montos oscilan de acuerdo a los ingresos y la capacidad de pago de los beneficiarios.

8. ¿En que invertiría el crédito que solicita?

Tabla 18: Tipo de Inversión del Crédito

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Vivienda	37	10%
Vehículo	43	11%
Negocio	153	40%
Estudios	18	5%
Tecnología	5	1%
Alimentación	31	8%
Agricultura	97	25%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 28: Tipo de Inversión del Crédito

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

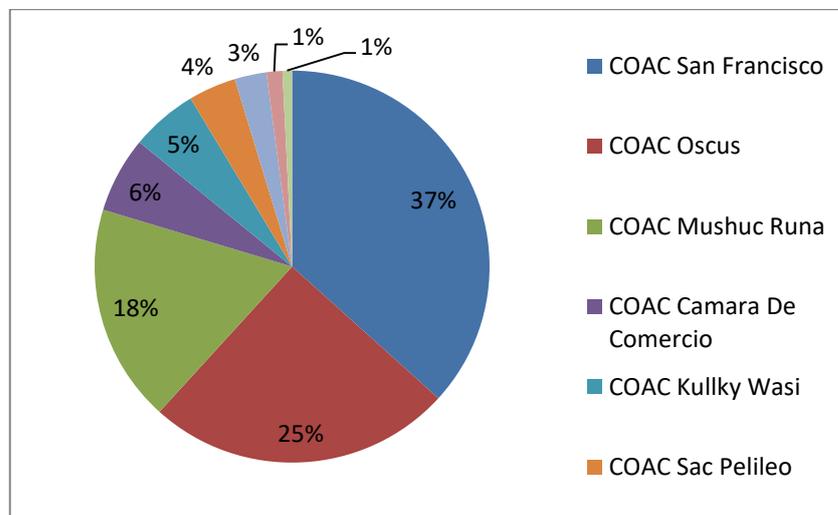
Interpretación: La colectividad del cantón Pelileo en gran magnitud lo asigna o destinan el crédito para el emprendimiento o para ampliar sus negocios, también mencionan invertir su dinero en actividades de agricultura, vehículo.

9. ¿Qué institución financiera usted reconoce en el sistema cooperativista?

Tabla 19: Instituciones reconocidas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
COAC San Francisco	141	37%
COAC Oscus	96	25%
COAC Mushuc Runa	69	18%
COAC Camara De Comercio	24	6%
COAC Kullky Wasi	21	5%
COAC Sac Pelileo	15	4%
COAC Salasaca	10	3%
COAC El Dorado	5	1%
COAC Tres Esquinas	3	1%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 29: Instituciones reconocidas

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

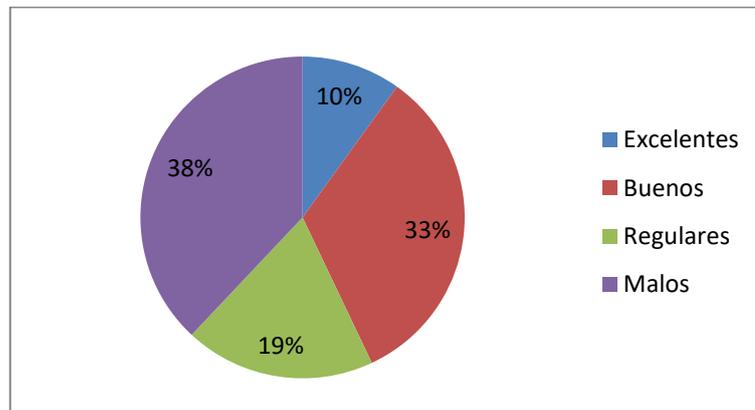
Interpretación: Las instituciones financieras más reconocidas en el cantón Pelileo y que están en el top OF mind de los pobladores son las Cooperativas de Ahorro y Crédito, mencionan a la COAC San Francisco Ltda, la COAC Oscus, ya que se ubican con sus agencias en el cantón y facilitan la utilización de sus productos financieros.

10. ¿Cómo evalúa la calidad de los servicios que recibe en el sector financiero donde realiza sus depósitos o transacciones son?

Tabla 20: Calidad de los Servicios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Excelentes	38	10%
Buenos	127	33%
Regulares	73	19%
Malos	146	38%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 30: Calidad de los Servicios

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

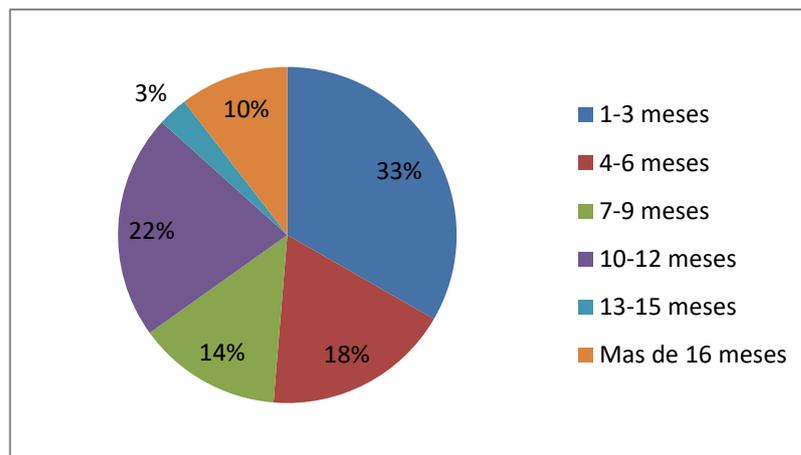
Interpretación: Los servicios que reciben los socios en el sector financiero son evaluados deficientemente, existen quejas por la falta agilidad en la atención y por los requisitos que necesitan cumplir para los trámites financieros, es decir existe falencias con la calidad de servicios que prestan las instituciones y se abren una oportunidad en el mercado para la apertura de una nueva entidad cooperativista que satisfaga las necesidades de los clientes.

11. Si invierte a plazo fijo ¿Para cuánto tiempo lo haría?

Tabla 21: Tiempo de Inversión de Plazo Fijo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
1-3 meses	128	33%
4-6 meses	69	18%
7-9 meses	53	14%
10-12 meses	83	22%
13-15 meses	11	3%
Más de 16 meses	40	10%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 31: Tiempo de Inversión de Plazo Fijo

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

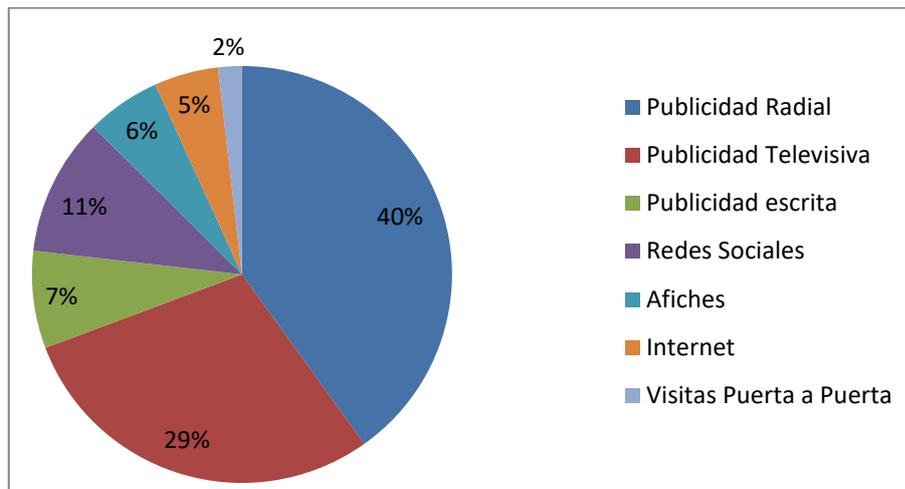
Interpretación: Los pobladores del cantón Pelileo desearían invertir su dinero a plazo fijo en una institución segura y a un interés elevado, la mayoría de encuestados mencionan en un periodo corto de 1 a 3 meses, también existen inversionistas interesados en periodos de más de un año para tener un mayor rendimiento financiero de sus ahorros.

12. ¿Qué estrategias comunicacionales usted sugiere para conocer los servicios financieros que oferte una institución financiera?

Tabla 22: Estrategias Comunicacionales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Publicidad Radial	154	40%
Publicidad Televisiva	112	29%
Publicidad escrita	29	7%
Redes Sociales	41	11%
Afiches	22	6%
Internet	19	5%
Visitas Puerta a Puerta	7	2%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.



Gráfica 32: Estrategias Comunicacionales

Fuente: Población del cantón Pelileo.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema.

Interpretación: La mejor estrategia comunicacional para informarse de los servicios es a través de la radio y la televisión nacional en horarios estratégicos, estos medios masivos de comunicación son los más sintonizados en la localidad lo cual garantiza un mayor impacto en el público objetivo.

3.6.2 Entrevista

Para obtener información verídica en el desarrollo del trabajo de investigación, se realizó una entrevista al Gerente de Negocios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., el cual está encargado de la ejecución de este proyecto de acuerdo al Plan Estratégico.

3.6.2.1 Informe de la Entrevista

La creación de una nueva agencia de la Cooperativa Ambato en el cantón San Pedro de Pelileo permite cumplir con uno de los objetivos del Plan Estratégico planteado para este periodo, el cual busca ampliar cobertura de nuestro mercado y satisfacer eficientemente las necesidades de los socios. La institución está preparada para realizar esta inversión y así expandirse a nivel nacional por lo cual Pelileo es una de los cantones en el que se desea posicionar la marca de acuerdo a los Consejos Administrativos.

Las ventajas de aperturar una agencia en el cantón permite a los socios de la institución realizar sus transacciones en un sitio aledaño a su vivienda sin tener la necesidad de trasladarse a la oficina matriz en la ciudad de Ambato evitando retrasos en pagos de créditos, agilizando los trámites y dando oportunidad a nuevos socios para formar parte de la familia COAC Ambato siendo beneficiarios de los productos y servicios con tasas de interés muy competitivas en el mercado.

Al realizar la ejecución de este proyecto de investigación existen riesgos, que en lo posterior se podrían convertir en desventajas para la empresa ocasionando pérdidas operativas por lo cual los directivos son muy minuciosos en la toma de decisiones basándose en los estudios realizados y al cumplir con todos los requerimientos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la misma que tiene el control y autoriza la expansión en el mercado.

La Cooperativa Ambato acompañada de una nueva y refrescante imagen corporativa pone al servicio de socios y público en general productos financieros renovados como es el caso de la Cuenta de Ahorros Vista con una tasa de interés del 6% anual con pagos mensuales, créditos sin base hasta 10.000 USD a socios estrellas, servicio de cajeros

automáticos integrada a la red Banred permitiendo mejorar la seguridad en las transacciones con tarjetas con chip, estos productos nos diferencian entre la competencia y nos permiten ser una institución financiera muy competitiva en el mercado.

Las estrategias comunicacionales que la institución utiliza para incrementar cobertura guarda relación con el medio de las estaciones radiales, existiendo en la actualidad un contrato con 15 emisoras en el área de influencia de la presente investigación en las cuales se cubre un pauta de jingles trimestrales, también se trabaja con publicidad en prensa escrita de las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar y Pichincha, afiches promocionales direccionados al mercado meta de acuerdo a las campañas publicitarias ofertadas y la Banca Móvil con un grupo de agentes de ventas externas los cuales difunden las promociones y dan servicios de puerta a puerta a los socios.

Las competencias que debe reunir el talento humano que se incorpore a la nueva agencia es una actitud activa ante los problemas, capacidad para tomar decisiones e iniciativas, trabajo en equipo, conocimientos y experiencia de acuerdo al área a requerirse, el personal debe ser comprometido con la institución el cual será evaluado en todos los ámbitos.

3.7 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

El estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la provincia de Tungurahua es considerado como un proyecto viable de acuerdo a los resultados positivos obtenidos en el estudio de mercado en el cual se demuestra la amplia aceptación de las personas encuestadas donde la mayor parte de la población requiere de los productos y servicios financieros de una institución financiera sólida y segura que satisfaga sus necesidades.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

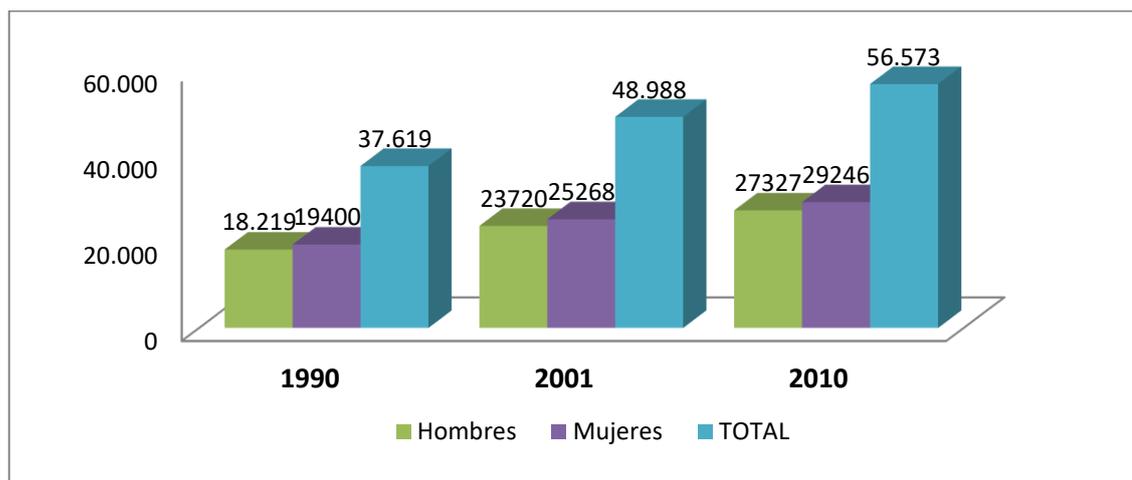
4.1.1 Análisis de la Demanda

Tabla 23: Crecimiento poblacional del cantón San Pedro de Pelileo

Genero	Años		
	1990	2001	2010
Hombres	18.219	23720	27327
Mujeres	19400	25268	29246
TOTAL	37.619	48.988	56.573

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Alexandra Guayanlema



Gráfica 33: Crecimiento Poblacional

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

El cantón San Pedro de Pelileo cuenta con 56.573 habitantes según el último censo del INEC en el año 2010, lo cual representa el 11.2 % de la población con respecto a la provincia de Tungurahua siendo el segundo cantón más poblado, con una zona urbana del 17.9% y rural en un 82.1%, con una representatividad de 51.7% en el género femenino y 48.3% masculino considerando al 60.3 % de su total como la población económicamente activa.

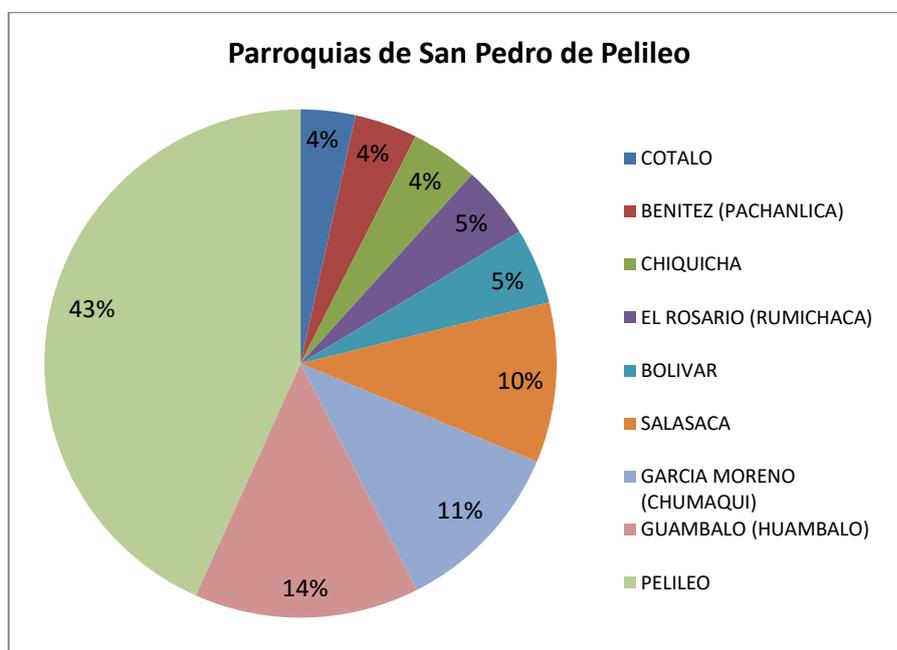
4.1.1.1 Población de las Parroquias del cantón Pelileo

Tabla 24: Parroquias de Pelileo

Nombre de parroquia	Población		
	Hombre	Mujer	Total
Cotalo	944	908	1.852
Benitez (Pachanlica)	1.082	1.101	2.183
Chiquicha	1.163	1.282	2.445
El Rosario (Rumichaca)	1.269	1.369	2.638
Bolívar	1.316	1.397	2.713
Salasaca	2.784	3.102	5.886
García moreno (Chumaqui)	3.056	3.324	6.380
Guambalo (Huambalo)	3.883	3.979	7.862
Pelileo	11.830	12.784	24.614
Total	27.327	29.246	56.573

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

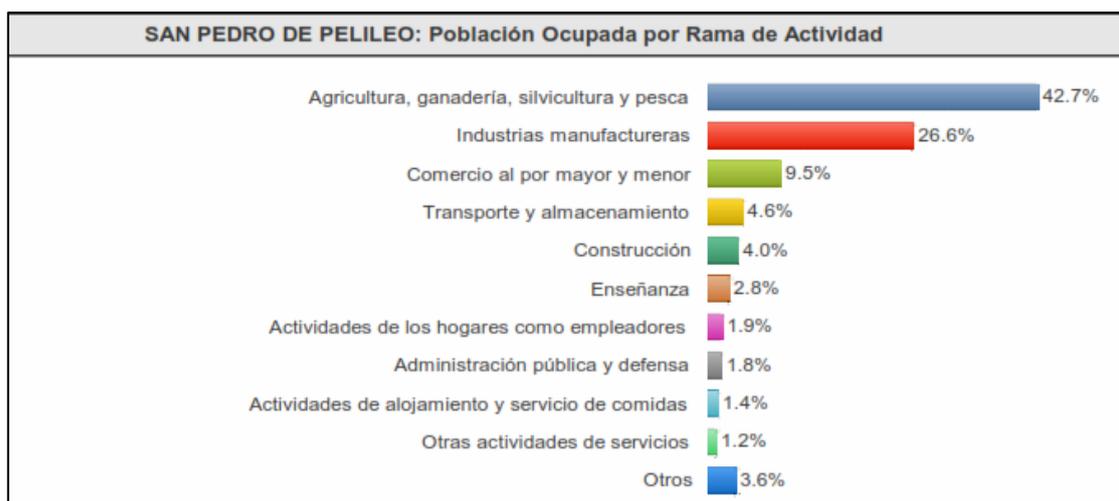
Elaborado por: Alexandra Guayanlema



Gráfica 34: Parroquias de Pelileo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Alexandra Guayanlema



Gráfica 35: Actividades de la Población

Fuente: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPLADES)

Principales actividades que generan mayor ingreso	
Clasificación CIU 4.0 Actividad Principal	%
Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas.	48.1%
Industrias manufactureras.	15.4%
Administración pública y defensa - planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	15.4%

Gráfica 36: Actividades que generan ingresos

Fuente: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPLADES)

La participación de la actividad económica en San Pedro de Pelileo se refleja en aproximadamente 1.900 establecimientos los cuales perciben un ingreso por ventas de 86 millones de dólares, donde trabajan 4700 personas generando un gran movimiento económico para el crecimiento del cantón y de la provincia.

4.1.1.2 Proyección de la Demanda

A continuación se realizará la proyección de la demanda de acuerdo a los datos históricos existentes de acuerdo al método de la tasa de crecimiento anual de la población; tomando en cuenta que la tasa de crecimiento según el INEC es de 1.37 anual.

Tabla 25: Proyección de la demanda

Años	Tasa de Crecimiento Anual	Crecimiento	Demanda Proyectada
2010	1,37%		56.573
2011	1,37%	775	57.348
2012	1,37%	786	58.134
2013	1,37%	796	58.930
2014	1,37%	807	59.737
2015	1,37%	818	60.556
2016	1,37%	830	61.386
2017	1,37%	841	62.226
2018	1,37%	853	63.079
2019	1,37%	864	63.943
2020	1,37%	876	64.819

Fuente: INEC

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.2 Análisis de la Oferta

4.1.2.1 Sistema financiero del Cantón Pelileo

Tabla 26: Cooperativas de Ahorro y Crédito

Razón Social	Parroquia	Dirección Organización	Segmentación
Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda	Pelileo	General Cacha y Padre Chacón	Segmento 1
Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda	Pelileo	José María y Celiano Monje	Segmento 1
Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda	Pelileo	22 de Julio	Segmento 1
Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara De Comercio De Ambato Ltda.	Pelileo	José Mejía y Antonio Clavijo	Segmento 1
Cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi Ltda.	Pelileo	Barrio Comercial calle José María	Segmento 2
Cooperativa de Ahorro y Crédito Mi Tierra	Pelileo	Avenida Confraternidad Y Lago Agrio	Segmento 4
Cooperativa de Ahorro y Crédito Salasaca	Salasaca	Centro Salasaca - Vía Baños	Segmento 4
Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Ñan Ltda.	Salasaca	Vía Baños	Segmento 4
Cooperativa de Ahorro y Crédito Finander	Pelileo	Av. Confraternidad Y Calicuchima	Segmento 4
Cooperativa de Ahorro y Crédito Produfinsa	Pelileo	Padre Jorge Chacón S/N José Mejía	Segmento 4
Cooperativa de Ahorro y Crédito Dorado Ltda	Pelileo	Quis Quis 3-13 Antonio Clavijo Antonio Clavijo	Segmento 5
Cooperativa de Ahorro y Crédito Wuamanloma Ltda.	Salasaca	Vía Wamanloma	Segmento 5
Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro De Pelileo Ltda.	Pelileo	Av. Confraternidad Y Padre Chacón 12 Padre Chacón	Segmento 5
Cooperativa de Ahorro y Crédito Prodvision	Salasaca	Vía Ambato - Baños	Segmento 5
Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotalo	Cotalo	Vía Principal - Cotalo S/N Barrio San José	Segmento 5

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

En el Cantón San Pedro de Pelileo se puede considerar que existe cooperativas del segmento 1 y 2 que se considerarían como competencia directa para la COAC Ambato Ltda., las cuales cuentan con sucursales o agencias y las demás instituciones financieras son cooperativas de menor estructura y limitadas por su capacidad en el otorgamiento de créditos y servicios financieros dentro del perímetro de estudio.

4.1.2.2 Segmentación de las Entidades del Sector Financiero Popular y Solidario

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera expide la resolución No. 038-2015-F el 13 de febrero de 2015, en la que establece la norma para la segmentación de las entidades del sector financiero popular y solidario.

Artículo 1.- Las entidades del sector financiero popular y solidario de acuerdo al tipo y al saldo de sus activos se ubicarán en los siguientes segmentos:

Tabla 27: Segmentación de la SEPS

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80'000.000,00
2	Mayor a 20'000.000,00 hasta 80'000.000,00
3	Mayor a 5'000.000,00 hasta 20'000.000,00
4	Mayor a 1'000.000,00 hasta 5'000.000,00
5	Hasta 1'000.000,00 Cajas de Ahorro, bancos comunales y cajas comunales

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

4.1.2.3 Análisis de la Competencia

Se realiza un análisis de las cooperativas que se identifican como principales y directos competidores.

Tabla 28: Análisis de la competencia

Nombre de la Empresa	Principales Ventajas	Acciones a Posicionarse
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Oscus"	<p>Alto posicionamiento en el mercado</p> <p>Segmento 1 SEPS</p> <p>Capacidad financiera y una estructura técnica bien manejada.</p>	<p>Campañas de marketing innovadoras</p> <p>Incrementar activos según el Plan estratégico institucional</p> <p>Estabilizar la estructura técnica en los departamentos.</p>
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Mushuc Runa"	<p>Campaña de Marketing</p> <p>Posición financiera alta.</p> <p>Alto presupuesto para el área de marketing</p> <p>Revalorizo la cultura indígena.</p>	<p>Disponer de un Plan de Mercadeo para fidelización de clientes.</p> <p>Posicionarse en nuevos nichos de mercados.</p> <p>Asignar presupuesto para marketing para cada agencia</p>
Cooperativa de Ahorro y Crédito "San Francisco"	<p>Definido su mercado meta y trabaja con clientes reales.</p> <p>Agencias en el centro del país</p>	<p>Direccionarse a la demanda insatisfecha</p> <p>Aperturar o absorber nuevas agencias</p>
Cooperativa de Ahorro y Crédito "Kullki wasi"	<p>Trato personalizado.</p> <p>Fidelización con los socios.</p> <p>Telemercadeo.</p>	<p>Implementar servicio postventa como telemercadeo y dar servicio personalizado.</p>
Cooperativa de Ahorro y Crédito "SAC"	<p>Direccionado al sector cristiano</p>	<p>Campañas de publicidad</p>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.2.4 Bancos en el Cantón Pelileo

Tabla 29: Bancos

Entidad Financiera	Dirección
Banco del Pichincha	Av. Confraternidad y 22 de Julio
Banco de Guayaquil	Calle Pedro Jorge Chacón

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.2.5 Tasas de Interés

La Junta Política y Regulación Monetaria y Financiera en el último trimestre 2015 publicó la Resolución N° 154-2015-F, en donde se establecieron las nuevas tasas de interés máximas por segmentos de crédito, que se detalla a continuación:

Tabla 30: Tasas de Interés

Tipo de Crédito	Tasa de Interés
Productivo Corporativo	9,33%
Productivo Empresarial	10,21%
Productivo PYMES	11,83%
Comercial Ordinario	11,83%
Comercial Prioritario Corporativo	9,33%
Comercial Prioritario Empresarial	10,21%
Comercial Prioritario PYMES	11,83%
Consumo Ordinario	17,30%
Consumo Prioritario	17,30%
Educativo	9,50%
Vivienda de Interés Público	4,99%
Inmobiliario	11,33%
Microcrédito Minorista	30,50%
Microcrédito de Acumulación Simple	27,50%
Microcrédito de Acumulación Ampliada	22,50%
Inversión Pública	9,33%

Fuente: Banco Central del Ecuador

4.1.2.6 Oferta Proyectada

Se tomó en consideración el resultado de las encuestas realizadas en el cantón San Pedro de Pelileo en la pregunta N° 1 donde se puede observar que el 59% de la población tiene preferencia en los productos y servicios de las Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Tabla 31: Oferta Proyectada

Años	Tasa de Crecimiento Anual	Cantidad de socios
2010	1,37%	33.378
2011	1,37%	33.835
2012	1,37%	34.299
2013	1,37%	34.769
2014	1,37%	35.245
2015	1,37%	35.728
2016	1,37%	36.217
2017	1,37%	36.714
2018	1,37%	37.217
2019	1,37%	37.726
2020	1,37%	38.243

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.2.7 Demanda Insatisfecha

La demanda actual no es cubierta totalmente por los ofertantes existiendo una demanda insatisfecha en el mercado, la creación de este proyecto permitirá cubrir este vacío principalmente de los pobladores que realizan actividades de comercio en el cantón.

Tabla 32: Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	
-------------	----------------	---------------	--

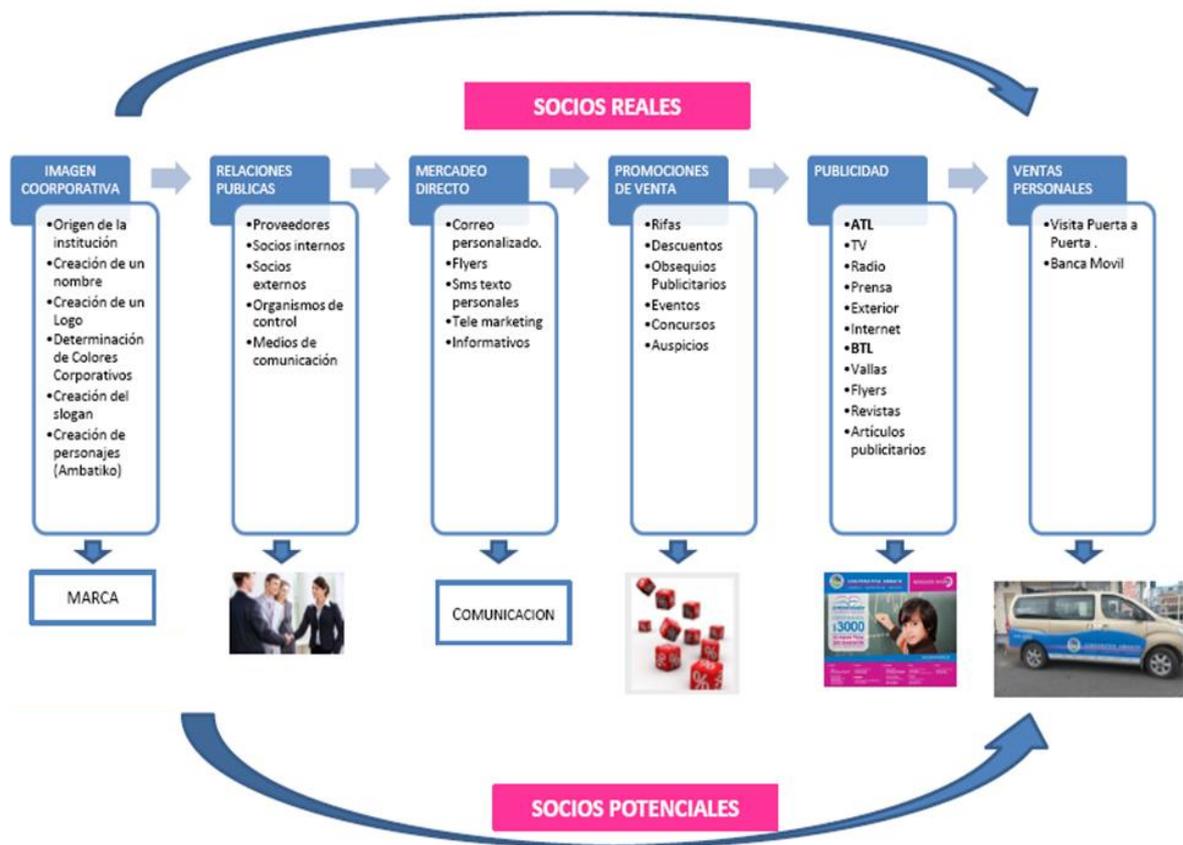
			Demanda Insatisfecha
2010	56.573	33.378	23.195
2011	58.584	33.835	24.749
2012	60.596	34.299	26.297
2013	62.609	34.769	27.840
2014	64.623	35.245	29.378
2015	66.638	35.728	30.910
2016	68.654	36.217	32.437
2017	70.671	36.714	33.957
2018	72.689	37.217	35.472
2019	74.708	37.726	36.982
2020	76.728	38.243	38.485

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3 Estrategias de Mercado

El departamento de marketing consta como un área de apoyo para la institución donde se plantean campañas publicitarias necesarias para llegar a captar a los socios reales o potencias por lo cual se plantea el siguiente mapa de estrategias.



Gráfica 37: Mapa de Estrategias

Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3.1 Imagen Corporativa

a) Objetivos:

- Posicionar la imagen de la Cooperativa Ambato en Top mind de los habitantes del cantón San Pedro de Pelileo y manejar la identidad corporativa de una manera técnica.

b) Impacto:

- La imagen cooperativa de la COAC AMBATO tiene un impacto en todo el centro del país, específicamente en las Provincias Tungurahua, Cotopaxi, Bolívar y la Zona sur de Quito.

c) Responsables:

- Jefe de Agencia

d) Medio de verificación:

- Porcentaje de Crecimiento institucional

e) Duración:

- Permanente

f) Descripción:

- Logotipo.- Representa un identificador visual de la organización, la percepción y significado que brinda la misma; se utiliza en las campañas publicitarias, es una imagen atractiva al público para que la empresa pueda estimular un interés en los socios, que se mantenga posicionada en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del servicio. La COAC Ambato cuenta con una marca renovada y debe manejarse de acuerdo a todos los parámetros que establece el manual de imagen institucional, el logo puede utilizarse de las siguiente manera. (Ver Anexo N° 3)



Gráfica 38: Logotipo COAC
Fuente: Cooperativa Ambato

- Slogan: Es un lema publicitario que identifica en un contexto comercial, la expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario y es el complemento de una institución para formar confianza en los socios.

Tabla 33: Slogan de la COAC Ambato

Año	Slogan	Características
2007	“El mejor trato”	Direccionado a los socios, los cuales reciben un servicio de calidad en la institución
2013	“Años de servicio y confianza junto a usted”	En honor al décimo aniversario de la institución.
2015	“Nos renovamos para ti”	Creación de una nueva imagen corporativa

Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3.2 Publicidad Alternativa: Elaboración de hojas volantes

a) Objetivos:

- Promocionar y dar a conocer de una forma competitiva los productos y servicios que brinda la institución en la nueva agencia.

b) Impacto:

- Número de Clientes Potenciales del cantón Pelileo

c) Responsables:

- Jefe de Caja

d) Medio de verificación:

- Número de aperturas de cuentas

e) Fecha de Inicio: 01/11/16

f) Fecha de Terminación: 01/04/16

g) Presupuesto: \$ 130 (5000 volantes)

h) Descripción:

Las hojas volantes o también llamados flyers es un papel impreso que se distribuye directamente a las personas en las calles y en el cual se informa el lanzamiento de un

nuevo servicio o campaña que tiene la cooperativa tal como lo detalla en la siguiente gráfica.



Gráfica 39: Modelos de Hojas Volantes

Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3.3 Publicidad Alternativa: Instalación de Vallas Publicitarias

a) Objetivos:

- Impresionar visualmente a los clientes potenciales para conocer la apertura de una nueva agencia en el cantón Pelileo.

b) Impacto:

- Población de la provincia de Tungurahua

c) Responsables:

- Responsable de Marketing (Matriz)

d) Medio de verificación:

- Encuesta

e) Fecha de Inicio: 15/11/16

f) Fecha de Terminación: 15/11/17

g) Presupuesto: \$ 1000

h) Descripción:

Las vallas son estructuras publicitarias donde se fijan los anuncios de la institución y se colocan en lugares estratégicos como en la vida pública para anunciar la apertura de una nueva agencia en el cantón Pelileo.



Gráfica 40: Modelo de Valla Publicitaria

Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3.4 Publicidad Alternativa: Artículos Promocionales

Los promocionales son los medios publicitarios que aumentan la respuesta en campañas de marketing directo son artículos memorables que llaman la atención a los socios potenciales y son utilizables como bufandas, camisetas, gorras, llaveros, pen drive, bolsos. Los artículos son entregados a las agencias desde la Oficina Matriz de la Cooperativa.

Tabla 34: Bufandas Institucionales

Bufandas	
	
Descripción:	Color azul corporativo con el logo de la institución de color blanco, este incentivo se entregará en la inauguración de la nueva agencia en el cantón San Pedro de Pelileo y en las visitas que realicen a los clientes potenciales.
Objetivo:	Atraer la atención de los clientes
Impacto:	Sociedad del cantón Pelileo
Responsable:	Jefe de Agencia
Medio de Verificación:	Número de visitas de clientes
Fecha de Inicio:	05/11/2016
Fecha de Terminación:	24/12/2016
Presupuesto:	\$ 150

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 35: Gorras

Gorras	
	
Descripción:	La gorra será entregada cuando el socio forme parte de la institución es decir cuando aperture una cuenta a la vista, la misma que llevará los colores institucionales con la marca en la parte delantera.
Objetivo:	Captar socios en un corto y largo plazo
Impacto:	Socios nuevos
Responsable:	Jefe de Caja
Medio de Verificación:	Número de Socios Nuevos
Fecha de Inicio:	01/11/2016
Fecha de Terminación:	31/12/2016
Presupuesto:	\$ 250

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 36: Camisetas

Camisetas	
	
Descripción:	Camiseta polo de color blanco en tallas 38 y 40 con el logo de la institución en el lado derecho, serán entregadas a los socios inversionistas dólares cuando realicen o renueven una inversión.
Objetivo:	Fidelizar y captar socios inversionistas
Impacto:	Socios de la Institución
Responsable:	Analista de Inversiones
Medio de Verificación:	Captaciones de inversiones mensuales
Fecha de Inicio:	01/11/2016
Fecha de Terminación:	31/12/2016
Presupuesto:	\$ 300

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 37: Llaveros

Llaveros	
	
Descripción:	Los socios que realicen el primer pago de crédito puntualmente podrán reclamar con su recibo un llavero metálico con logo de la institución en el área de créditos.
Objetivo:	Incentivar al pago puntual de créditos
Impacto:	Socios con créditos vigentes
Responsable:	Analista de Crédito
Medio de Verificación:	Número de pagos puntuales
Fecha de Inicio:	05/11/2016
Fecha de Terminación:	05/12/2016
Presupuesto:	\$ 80

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 38: Pen Drive

Pen Drive	
	
Descripción:	Los pen drive se obsequiará cuando se aperture una cuenta de ahorro programado y la misma tenga depósitos en los últimos tres meses.
Objetivo:	Captar socios con cuentas de ahorro programado
Impacto:	Socios de la institución
Responsable:	Jefe de Agencia
Medio de Verificación:	Número de cuentas de ahorro programado
Fecha de Inicio:	20/10/2016
Fecha de Terminación:	20/12/2016
Presupuesto:	\$ 50

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 39: Bolsos

Bolsos	
	
Descripción:	Los bolsos cambrela de color blanco y azul con logo de la institución llevarán un kit informativo con artículos promocionales y serán utilizados para obsequiar a empresas de futuros inversionistas.
Objetivo:	Incrementar el nivel de fidelidad de los socios.
Impacto:	Empresas de la provincia de Tungurahua
Responsable:	Jefe de Agencia
Medio de Verificación:	Número de empresas visitadas
Fecha de Inicio:	25/10/2016
Fecha de Terminación:	25/12/2016
Presupuesto:	\$ 80

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3.5 Publicidad Alternativa: Vestuario Institucional

a) Objetivos

- Proyectar una imagen estable y unificada con el diseño de uniformes corporativos que brinde confianza a los socios de la organización.

b) Impacto

- Socios y potenciales clientes de la Cooperativa.

c) Responsables

- Colaboradores de la Institución

d) Medio de verificación

- Encuesta de servicio al cliente

e) Fecha de Inicio: 15/12/2016

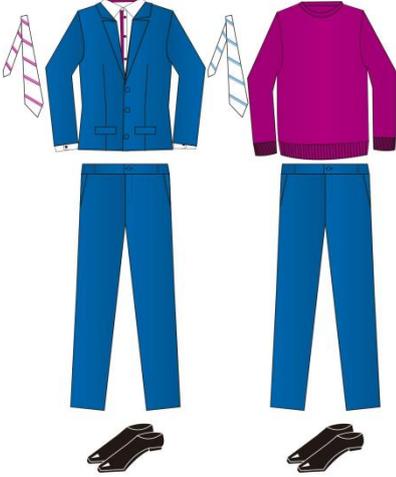
f) Fecha de terminación: 31/12/2017

g) Presupuesto: \$80 (por empleado)

h) Descripción

Una de las herramientas de marketing más eficaces para llegar al cliente es el uniforme ya que permite identificar rápidamente a los colaboradores de la institución, demostrando la seriedad confianza y presencia de la cooperativa a sus socios o clientes, además les permiten a las empresas tener un control sobre la forma de vestir, los colaboradores llevarán en su uniforme los colores corporativos con su respectiva credencial que contiene información básica del mismo.

Tabla 40: Vestuario Institucional

Mujeres	Hombres	Credencial
		

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3.6 Medios Masivos: Publicidad Virtual

a) Objetivos

- Publicar automáticamente los anuncios de las campañas publicitarias en distintos sitios web de la institución direccionados al mercado objetivo.

b) Impacto

- Socios reales y potenciales.

c) Responsables

- Jefe de Oficina
- Área de Marketing.

d) Medio de verificación

- Número de visitas en las páginas web.

e) **Fecha de Inicio:** 1/10/2016

f) **Fecha de terminación:** 31/12/2016

g) **Presupuesto:** \$150 mensuales

h) **Descripción**

Los sitios cibernéticos hoy en día son de uso general, para el mundo de los negocios representa la forma más directa y fácil de llegar a los clientes potenciales que permiten promocionar un producto o servicio.

- **Página Web**

La página web institucional tiene la siguiente dirección: www.cooperativaambato.com donde se informa de todas las actividades, crecimiento financiero, campañas promocionales que tiene la institución, se puede realizar consultas sobre los productos y servicios.

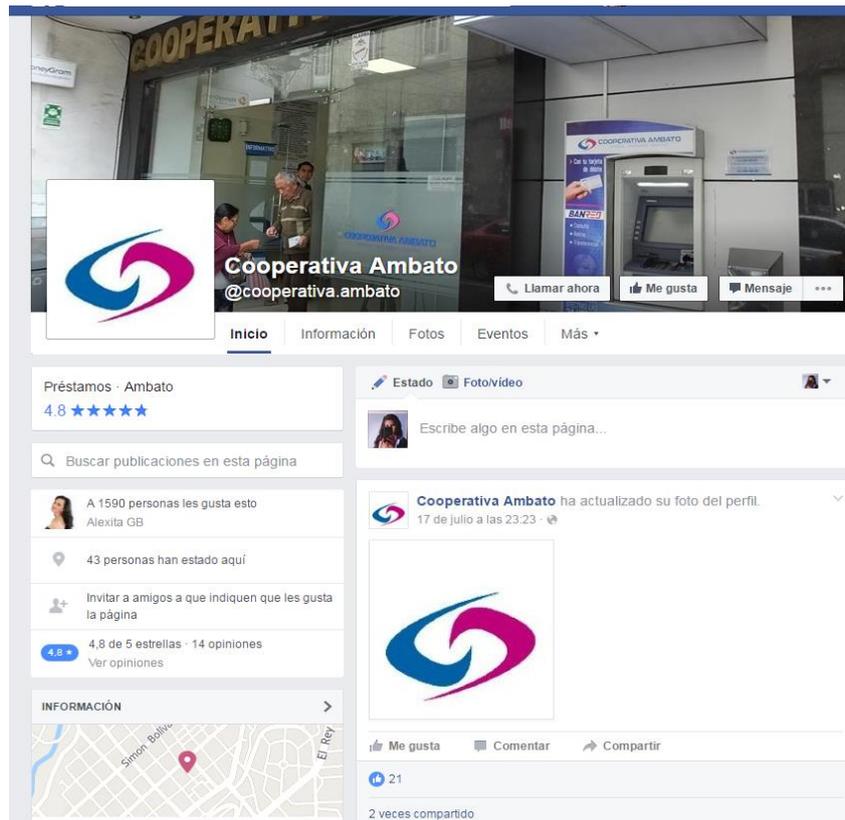


Gráfica 41: Página Web

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

- Redes Sociales

En redes sociales el Facebook es uno de los sitios con mayor número de usuarios dentro de los sitios virtuales que permitirá llegar de manera directa a los clientes, en el mismo se publican promociones, actividades relevantes de la institución y también podrán realizar comentarios y sugerencias sobre la calidad de servicio que presta la cooperativa.



Gráfica 42: Facebook

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.1.3.7 Medios Masivos: Publicidad Radio, Prensa Tv

a) Objetivos

- Transmitir e informar las campañas publicitarias en los medios de comunicación más populares para generar mayor posicionamiento en el mercado del centro del país, incrementando socios para la institución.

b) Impacto

- Habitantes del centro del país

c) Responsables

- Jefe de Oficina
- Área de Marketing.

d) Medio de verificación

- Número de Aperturas de Cuentas
- Número de Créditos otorgados

e) Fecha de Inicio: 01/10/2016

f) Fecha de terminación: 31/12/2016

g) Presupuesto: \$3000 (Matriz)

h) Descripción

La publicidad radial, televisiva y escrita es una de las estrategias comunicacionales que la población prefiere para conocer los servicios financieros de la institución según la encuesta realizada en el cantón pregunta N° 12.

- Publicidad Radial

Es una de las estrategias más tradicionales pero tiene alcance a una gran cantidad de oyentes los cuales pueden ser nuestros clientes potenciales, se pautan pequeños anuncios llamados spots o jingles que son aquellas canciones compuestas específicamente para la marca, analizando a las emisoras con mayor cobertura en la provincia de Tungurahua.

Tabla 41: Radios

Radios	Costo	Características
--------	-------	-----------------

Radio Alegría	\$ 300,00	7 cuñas diarias de Lunes a Viernes en horario rotativo a partir de las 7h00
Radio Ambato	\$ 200,00	10 cuñas diarias y exclusividad de la hora.
Radio Bandida	\$ 350,00	6 cuñas de Lunes a Viernes, 3 cuñas el Sábado y Domingo.
Radio Paz y Bien	\$ 300,00	10 cuñas de Lunes a Viernes

Fuente: Estaciones de radio

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

- Publicidad en Prensa

Es un medio visual ideales para anuncios locales y las publicaciones se realizarán de forma estratégica los días lunes en la portada o contraportada de los periódicos más conocidos de la provincia de Tungurahua.

Tabla 42: Prensa

Prensa	Costo	Características
El Heraldó	\$ 266,00	Media página a color
El Ambateño	\$ 256,00	Media página a color

Fuente: Medios Impresos

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

- Publicidad Televisiva

Es un tipo de comunicación persuasivo cuyo fin es promocionar la marca de la institución e informar la apertura de la nueva agencia en el cantón Pelileo para brindar un mejor servicio a la comunidad Tungurahuense.

Tabla 43: Televisión

Televisión	Costo	Características
Ambavision Canal 2	\$ 900,00	Transmisión de 9 spots de Lunes a Viernes y 10 spots Sábado a Domingo

Fuente: Ambavision Canal 2

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Tamaño

El tamaño óptimo del proyecto se determinó en base a la demanda insatisfecha de la población del cantón Pelileo tomando en cuenta que se podrá cubrir la demanda en un 6% de su total.

Tabla 44: Tamaño

Años	Demanda Insatisfecha	Cubrir el 6%
1	30.910	1855
2	32.437	1946
3	33.957	2037
4	35.472	2128
5	36.982	2219

Fuente: Investigación de Campo

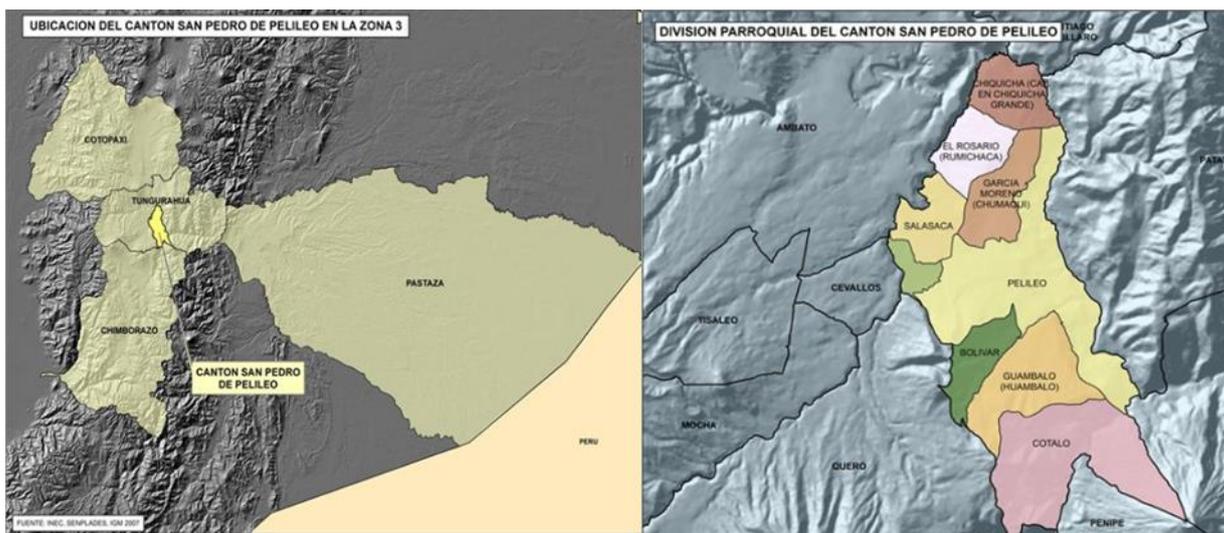
Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Se puede determinar que en el año uno la institución tendrá 1855 nuevos socios y tendrá crecimiento progresivo de acuerdo a la capacidad de la cooperativa.

4.2.2 Localización

4.2.2.1 Macrolocalización

Pelileo es uno de los nueve cantones que conforman de la provincia de Tungurahua, se encuentra localizada en el centro de la región interandina de Ecuador, tiene una extensión de 3.908 km² al suroccidente y se sitúa a 2600 metros sobre el nivel del mar.



Gráfica 43: Macro localización

Fuente: Google Maps

4.2.2.2 Factores de la Localización

Dentro de los factores que se han considerado para la localización adecuada de la agencia son los siguientes:

Tabla 45: factores de Localización

Factores	Descripción
Afluencia de la personas	Es una zona céntrica comercial muy concurrida todo los días y es uno de lugares que poseen mayor movimiento económico por la cercanía con los demás negocios comerciales.
Competidores cercanos	Aunque se trata de evitar la competencia, a menudo la agrupación de comercios del mismo sector ejerce como polo de atracción para los clientes.
Costo de arriendo	Es un factor que tiene una relación directa con la disponibilidad y el tipo de infraestructura del local, para el proyecto a ejecutarse el costo es factible.
Disponibilidad de local	Al estar ubicado en la zona céntrica del cantón Pelileo existe un crecimiento considerable de obras de infraestructura adecuadas para implementación de negocios comerciales la cual nos facilita una disposición instantánea del local.
Servicios básicos	Por su posicionamiento céntrico cumple a cabalidad con los estándares de exigencia de los elementos básicos como acceso al agua, luz, teléfono entre otros.

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.2.2.3 Microlocalización

La agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., se ubicará en la Av. Padre Jorge Chancón y José Mejía, diagonal del Mercado República de Argentina, por ser un sector muy progresivo en el ámbito comercial existe gran afluencia de gente y donde cuenta con todos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, líneas telefónicas, transporte y cercanía a los mercados de la localidad.



Gráfica 44: Micro localización

Fuente: Google MIPS

4.2.3.1 Proceso de depósitos en efectivo

Las transacciones para depósitos en efectivo se deben proceder de la siguiente manera:

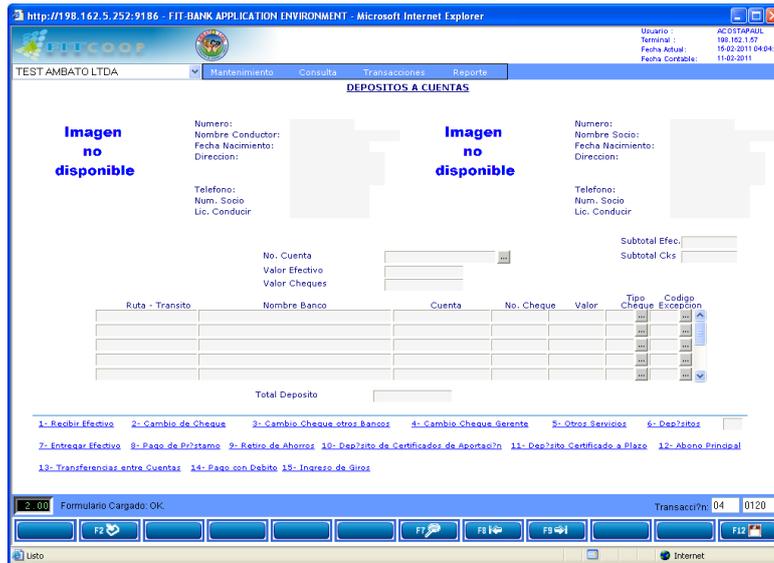
- Verificar que la fecha corresponda al día en que se procesa la transacción y que el valor de los montos en números y en letras sea el mismo.
- Verificar la información en el original de la papeleta (nombre del socio, número de cuenta, firma y número de cédula del depositante.)
- Contar el dinero a la vista del depositante separándolos uno por uno para verificar si son legítimos, si están enteros y en buen estado.
- Verificar que el valor del depósito coincida con el que consta en la papeleta.
- El Rec/Pag no está autorizado a realizar cambios o modificaciones en las papeletas.
- Para ingresar la transacción en el sistema primero se comenzará con la transacción 03 – 102 (Recepción de Efectivo) donde se debe comprobar que el nombre del titular de la cuenta corresponda al descrito en la papeleta y preguntar al socio si es el mismo beneficiario.
- Posteriormente detallará la recepción de los billetes y monedas en la misma transacción.



Gráfica 46: Proceso 03-102

Fuente: Cooperativa Ambato

- Luego ingresar a la opción 04 – 120 (Deposito a la Cuenta) para registrar el movimiento en la cuenta del socio.



Gráfica 47: Proceso 04-120

Fuente: Cooperativa Ambato

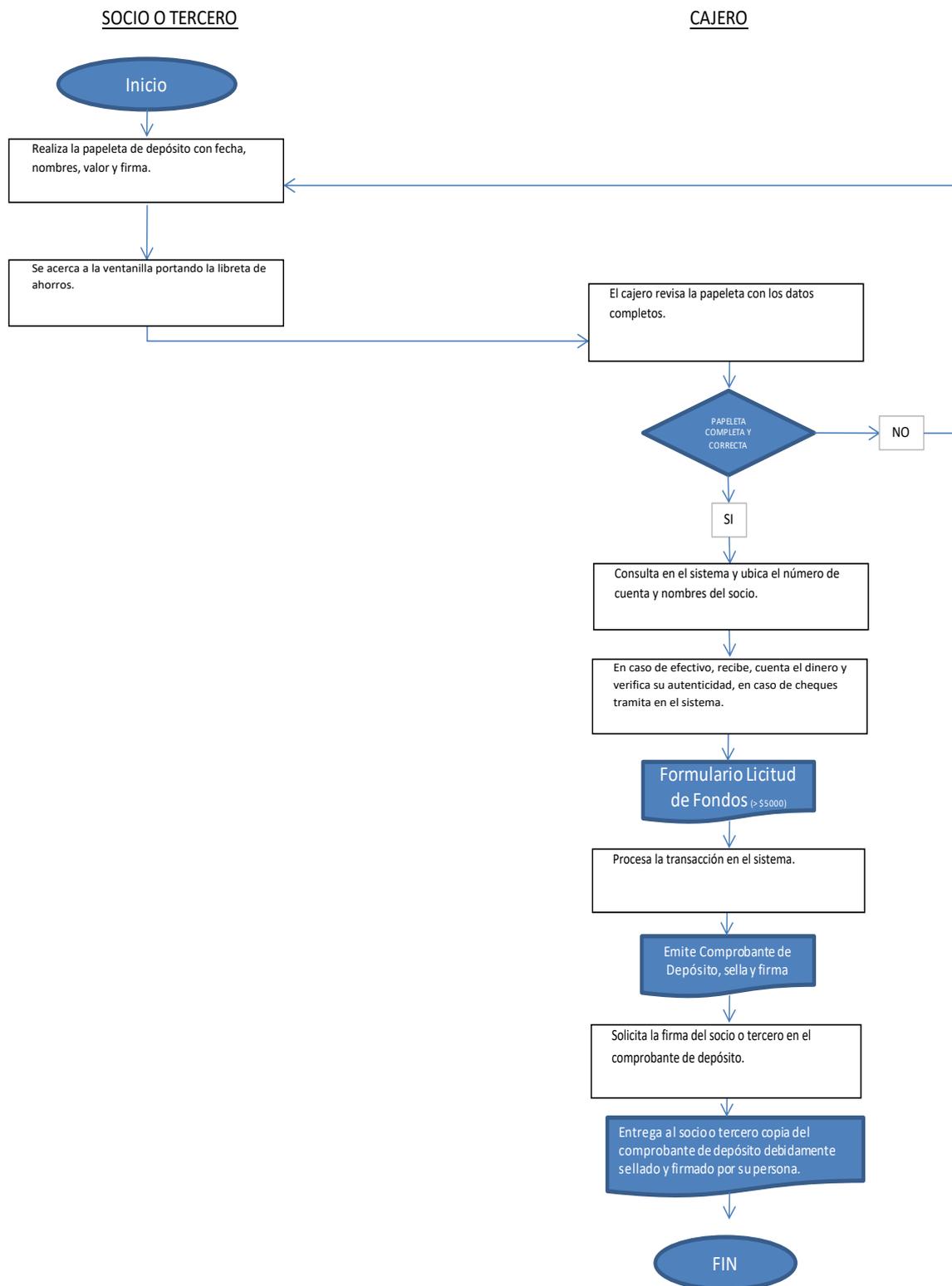
- Y por último ingresar a la 03 – 128 (Entrega del efectivo) donde se registra la devolución de efectivo si existe cambio aparecerá el valor de lo contrario será 0.



Gráfica 48: Proceso 03-128

Fuente: Cooperativa Ambato

Flujograma 1: Procedimiento de depósito



Fuente: Cooperativa Ambato
Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.2.3.2 Proceso de Retiro de ahorros de socios

- Observar que el documento de identificación del beneficiario (socio o representante), no presente muestras visibles de falsificación o adulteración y que al mismo tiempo sean originales.
- Verificar que los rasgos de la firma registrada por el socio en el sistema coincidan con los rasgos que presenta la firma de la cédula de identidad.
- Verificar que las libretas de ahorro presentadas para el retiro contengan todas las seguridades dispuestas por la institución y que sea la última asignada.
- Constatar que la papeleta de retiro no presente defectos de forma en su giro (falta de beneficiario, valores diferentes en letra y números, firmas, fechas alteradas, etc.).
- Revisar que las firmas de las papeletas del titular y del representante (autorización de retiros) de la cuenta coincida con la firma de la cédula de identidad presentadas.
- En todo retiro que supere el monto límite asignado al recibidor pagador, se deberá solicitar la autorización a un nivel superior para su pago.
- Las transacciones se las realizarán en la opción 04 – 130 (Retiro de ahorros).

The screenshot shows a web browser window with the URL 'http://198.162.5.252:9186 - FIT BANK APPLICATION ENVIRONMENT - Microsoft Internet Explorer'. The page title is 'FITCOOP'. The user is logged in as 'TESTAMBATO LTDA'. The main content area is titled 'RETIRO DE AHORROS'. It features two columns for data entry, each with a placeholder for a photo labeled 'Imagen no disponible'. The form includes fields for personal and identification details for both the beneficiary and the representative, as well as account and withdrawal amount fields. A navigation menu at the bottom provides options for various banking services. The status bar at the bottom shows 'Formulario Cargado: OK' and 'Transacción: 04 0130'.

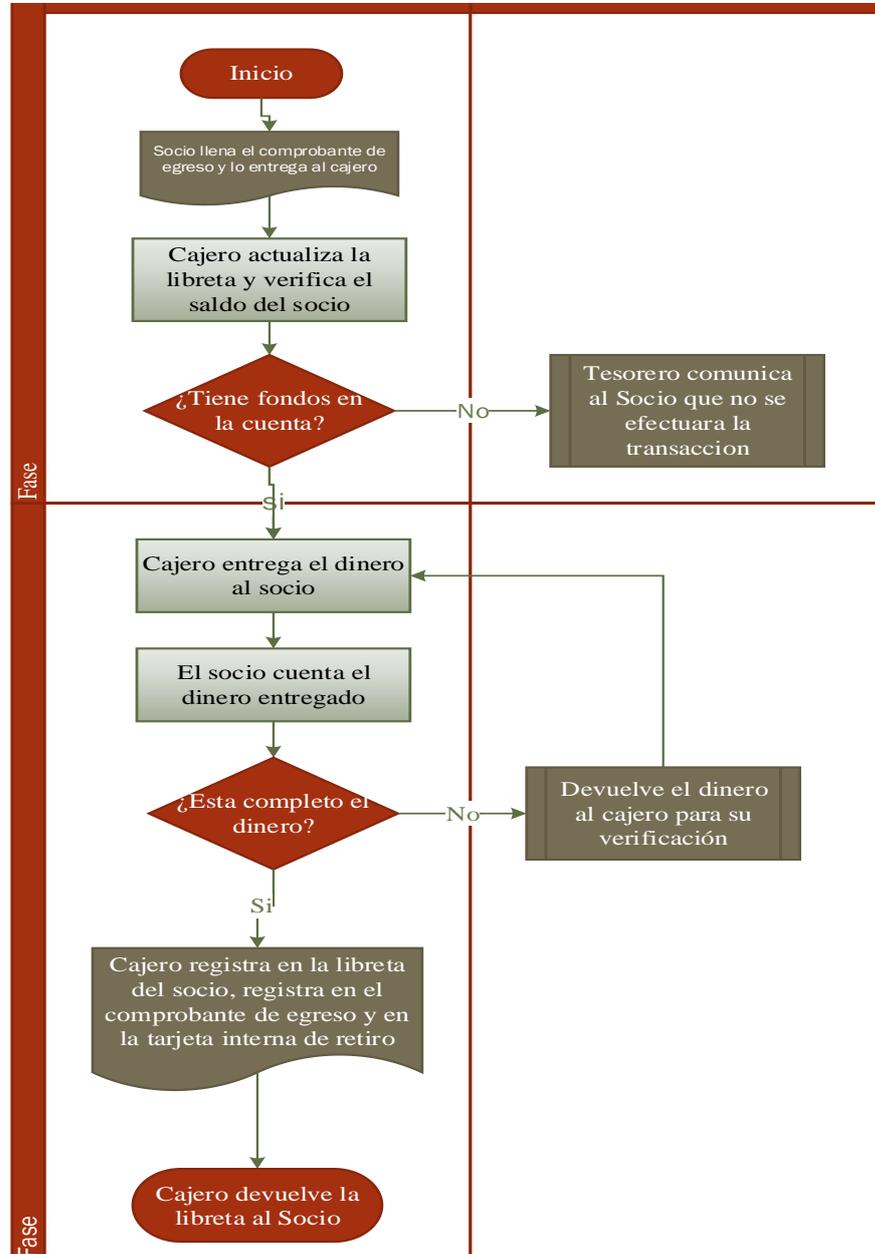
Gráfica 49: 04-130

Fuente: Cooperativa Ambato

- Para la entrega del dinero se lo realizará en presencia y a la vista del beneficiario en cantidades pequeñas se le entregará directamente y para cantidades grandes se deberá entregar en fajo de 100 billetes, bien contados, encarados, fajados con la tirilla de la institución y con los sellos del Rec/Pag., en los dos casos se solicitara al beneficiario

que recuente a un lado de la ventanilla y se le indicará que una vez que el dinero salga de la institución no se aceptan reclamos.

Flujograma 2: Procedimiento de retiros



Fuente: Cooperativa Ambato
Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.2.3.3 Proceso de Apertura de Cuenta

Podrán aperturar esta cuenta todas las personas con una edad mayor de 18 años hasta los 65 años que sean ecuatorianos y estén en pleno gozo de sus derechos de ciudadanía, en este caso al futuro socio se le solicitará:

- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación a color.
- ✓ Carta de pago servicio básico (Luz, agua o teléfono)
- ✓ Formulario “Conozca a su Cliente”.

La información será verificada con los documentos originales, y los datos que se ingresen al sistema serán obligatoriamente de la persona que está aperturando la nueva cuenta y es quien firmará la solicitud de ingreso, licitud de fondos y el formulario conozca a su cliente.

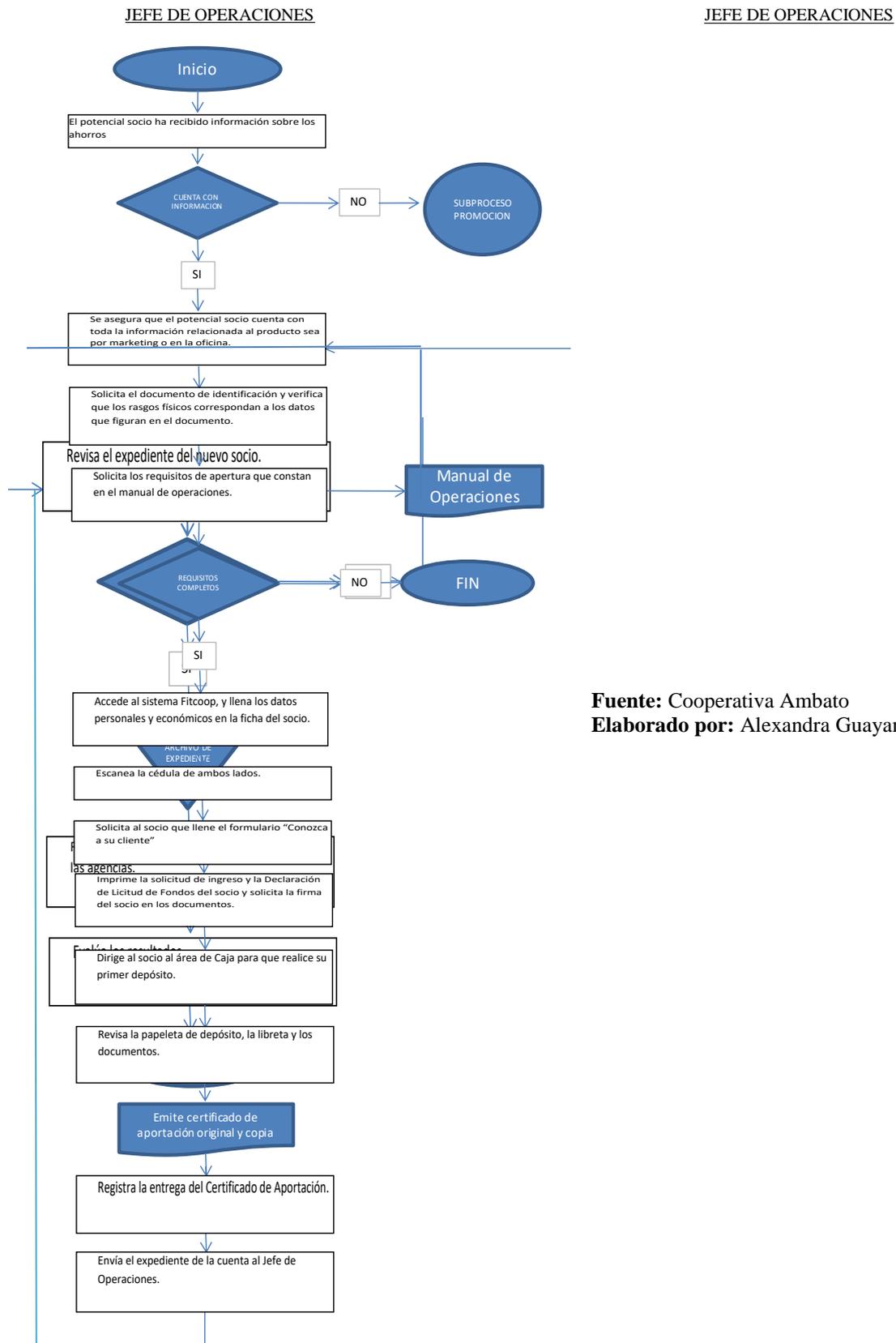
No se podrá aperturar una cuenta a nombre de terceras personas y mucho menos si no está presente, a excepción de que presenten un poder debidamente notariado que acredite la representación legal de la persona o socio a la que se le va abrir la cuenta.

En este caso la documentación a solicitar será:

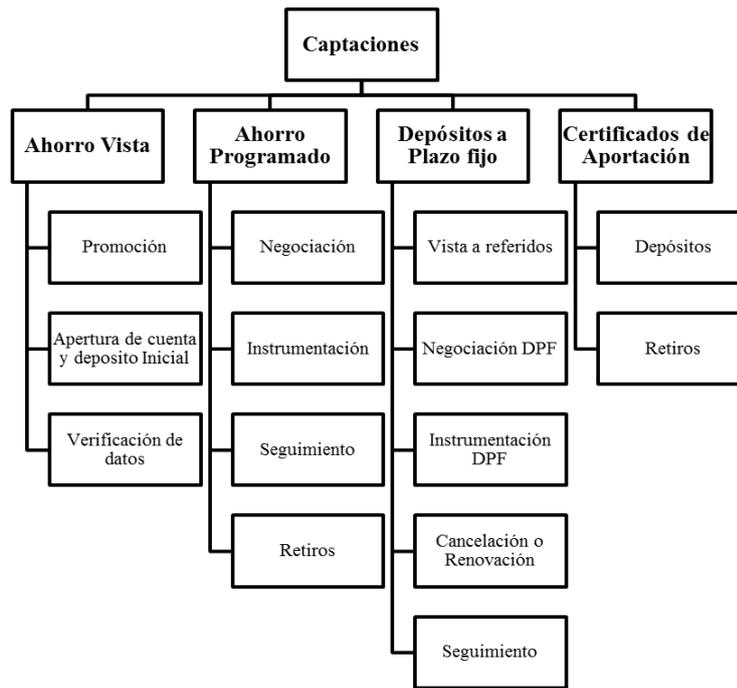
- ✓ Copia de la cédula de identidad del socio y representante legal
- ✓ Certificado de votación actualizado
- ✓ Copia del poder notariado
- ✓ Carta de pago servicio básico (Luz, agua o teléfono)
- ✓ Formulario Conozca a su Cliente.

Esta documentación se adjuntará a la solicitud de ingreso del socio y se deberá firmar en la parte del representante y deberá colocar el número de cédula bajo la firma, el documento a escanear será la copia de la cédula tanto del representante como del representado.

Flujograma 3: Procedimiento de Apertura de Cuenta



Fuente: Cooperativa Ambato
Elaborado por: Alexandra Guayanlema



Gráfica 50: Mapa Estructural de Captaciones

Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

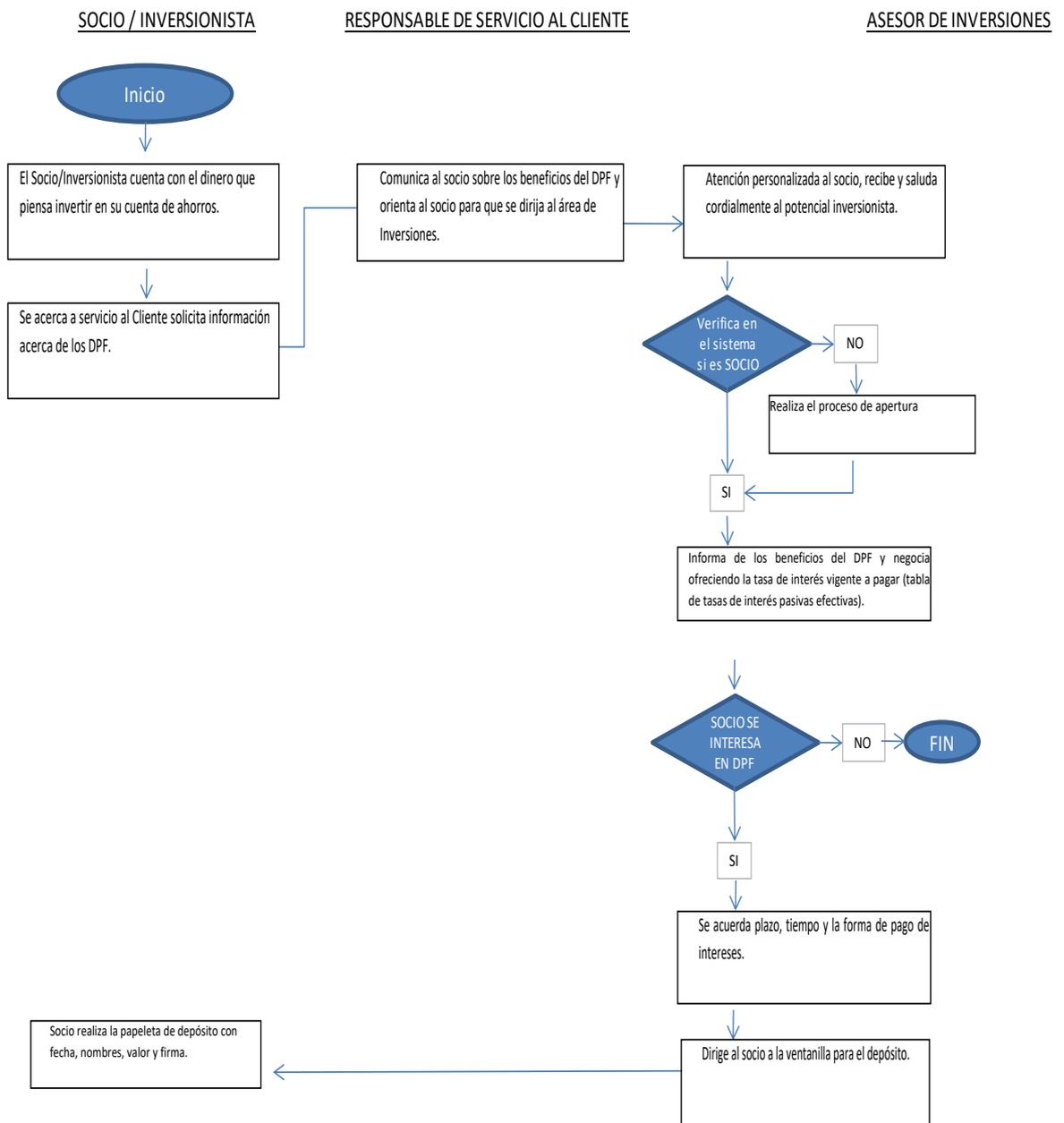
4.2.3.4 Proceso de Captación de Plazos fijo

- Personal de inversiones buscará en todo momento obtener datos de potenciales inversionistas a través del personal interno, socios inversionistas, socios con crédito y del público en general.
- La visita a inversionistas potenciales consistirá en ponerse en contacto en forma personal mediante visita a domicilios, para ello dispondrá del protocolo de venta de DPF en campo.
- Registra los datos del cliente y le solicita que se acerque a las instalaciones de la cooperativa para su respectivo registro como socio y apertura de cuenta.
- Informa de los beneficios del DPF y realiza una propuesta de captación, en cuanto a tasa de interés, plazo de acuerdo al monto a invertir, en ocasiones puede proponer la frecuencia de pago de los intereses.
- La instrumentación consiste en registrar en el sistema Fit Coop la inversión en DPF, imprimir el certificado y suscribir las partes como constancia de lo pactado.
- Los asesores de inversión tratarán de mantener las DPF que por su naturaleza cumplen el plazo convenido, para lo cual mantendrán un reporte de vencimientos diarias y

gestionar la renovación a través de llamadas telefónicas e inclusive mediante visitas domiciliarias.

- Archiva el original del certificado de DPF en orden numérico secuencial, en caso de cancelaciones archiva junto con la copia, el folder contendrá etiqueta clara y visible con datos del mes y detallando el número de certificado, para su almacenamiento asignado en una ubicación segura para futuras consultas.

Flujograma 4 Proceso de Captación de Plazos fijo



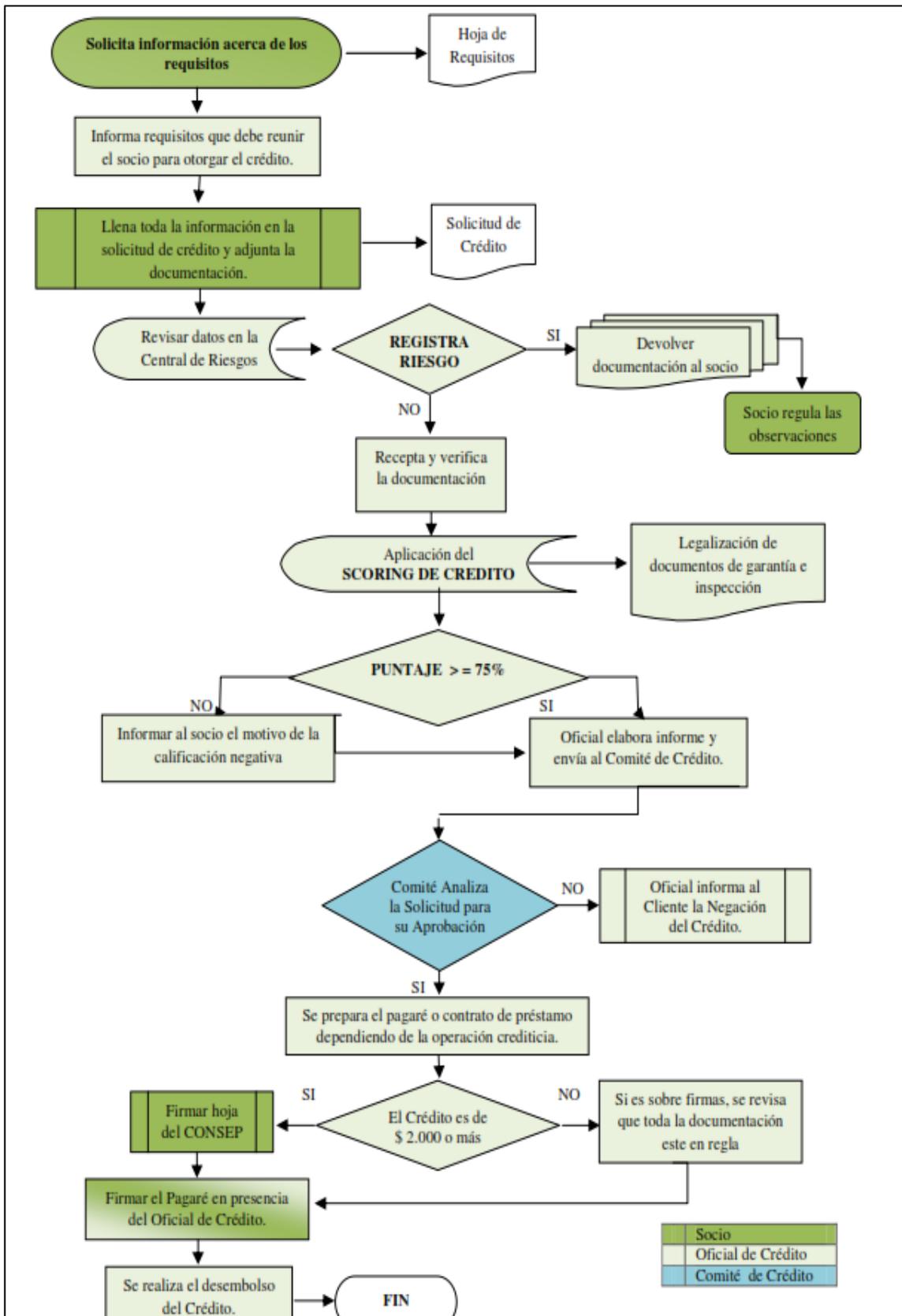


Fuente: Cooperativa Ambato
Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.2.3.5 Proceso de otorgación de crédito

- En la primera operación de crédito, es obligatorio realizar el proceso de inspección y verificación del socio, actividad que será de responsabilidad del analista de crédito de acuerdo a los parámetros establecidos.
- Toda acción de inspección será registrada y reportada en el formato respectivo y formará parte del expediente de crédito.
- Para toda operación de crédito se consultará e imprimirá la situación del socio en la Central de Riesgos y/u otros Buros de Crédito los cuales tenga acceso la Cooperativa y la base de datos del Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas CONSEP, reportes que se adjuntarán al expediente de crédito.
- En solicitudes de crédito con garantías hipotecaria o prendaria de montos superiores a \$.15.000, deben solicitar el informe de un perito evaluador.
- Todos los créditos deberán contener en la evaluación socio económico la información de análisis y recomendación del asesor de crédito, luego de lo cual la solicitud se trasladará a la instancia resolutoria respectiva en función del monto solicitado.
- El Comité responsable de la decisión tiene la potestad de pedir mayor información, negar la solicitud, condicionar la aprobación, reducir el monto solicitado, etc.
- Es obligatorio el informe de riesgos que incluirá el cálculo de proyecciones, financieras, flujos de caja, índices financieros y otros aspectos por parte del Analista de Crédito u Oficial de Riesgos según corresponda en los formatos establecidos para este fin.
- La evaluación deberá estar respaldada por la firma del Analista de Crédito quien recomendará las condiciones de otorgamiento del crédito en cuanto a monto, plazo, tipo de garantía y forma de pago.
- La instancia final de resolución será el Comité de Crédito quien determinará las condiciones de otorgamiento de la operación, contemplando monto, plazo, forma de pago, garantía exigida. La decisión se respaldará con la firma de todos los integrantes de la instancia.

Flujograma 5: Proceso de otorgación de crédito



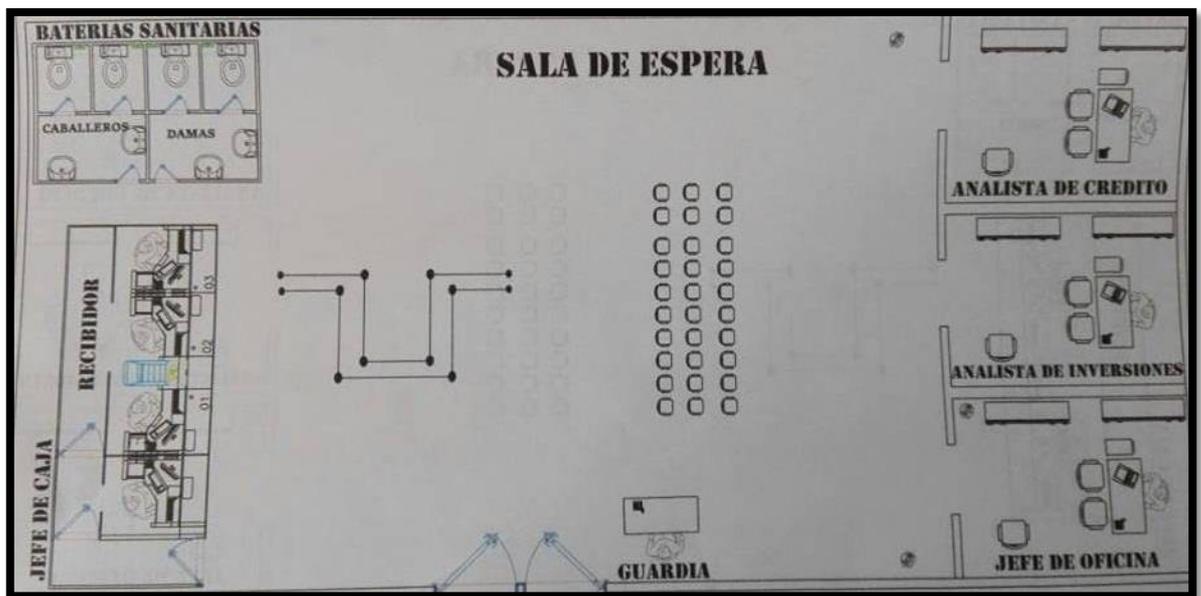
Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.2.4 Diseño de la Planta

4.2.4.1 Diseño de la agencia de la Cooperativa Ambato

Según (Lara, B. 2010); “es diseñar mediante un plano la distribución en la planta del bien o servicio que se presta, el mismo que permite visualizar todas las áreas de trabajo necesarias para la puesta en marcha del proyecto.”

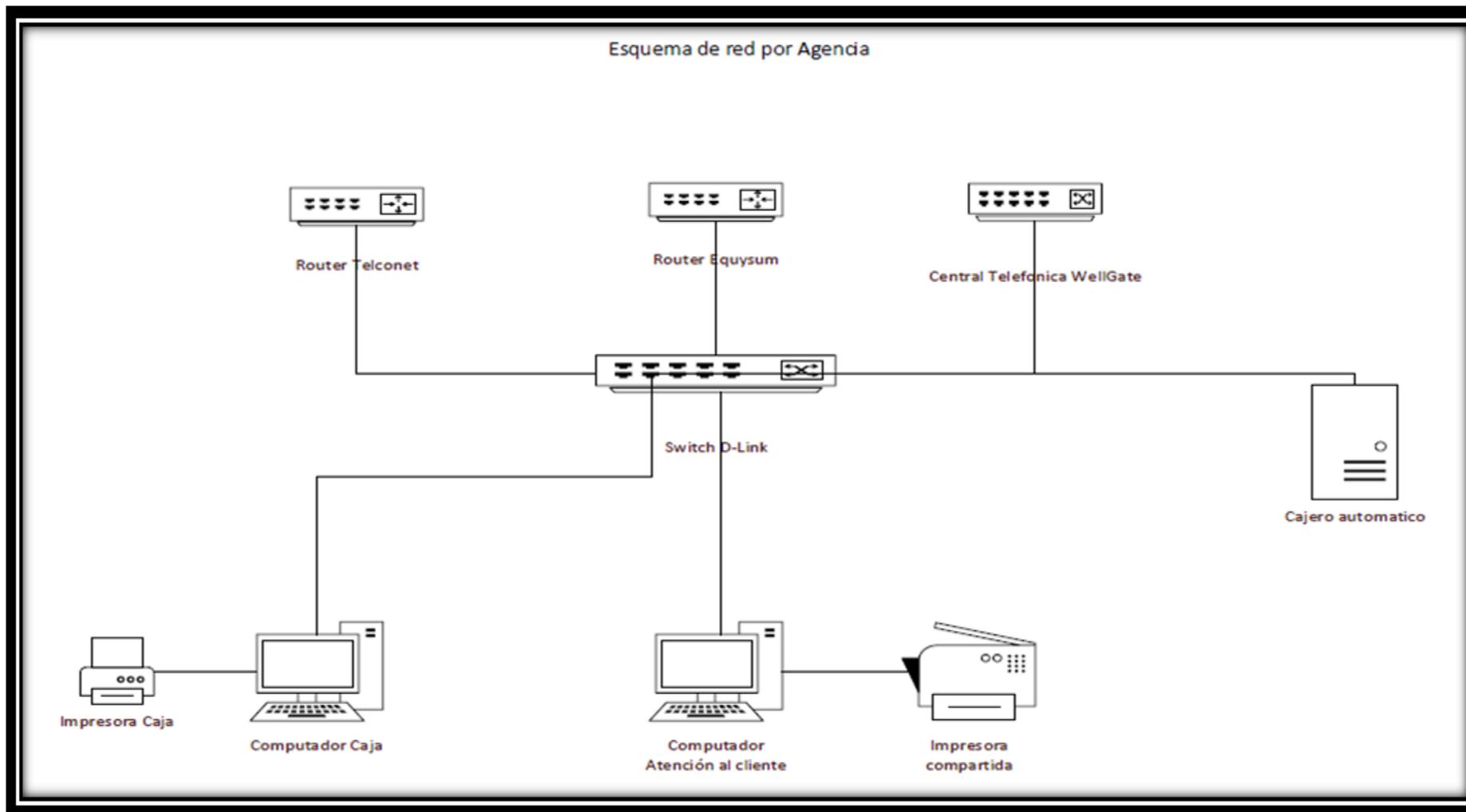


Gráfica 51: Adecuación de la agencia de la cooperativa

Elaborado por: Ing. José Pacheco.

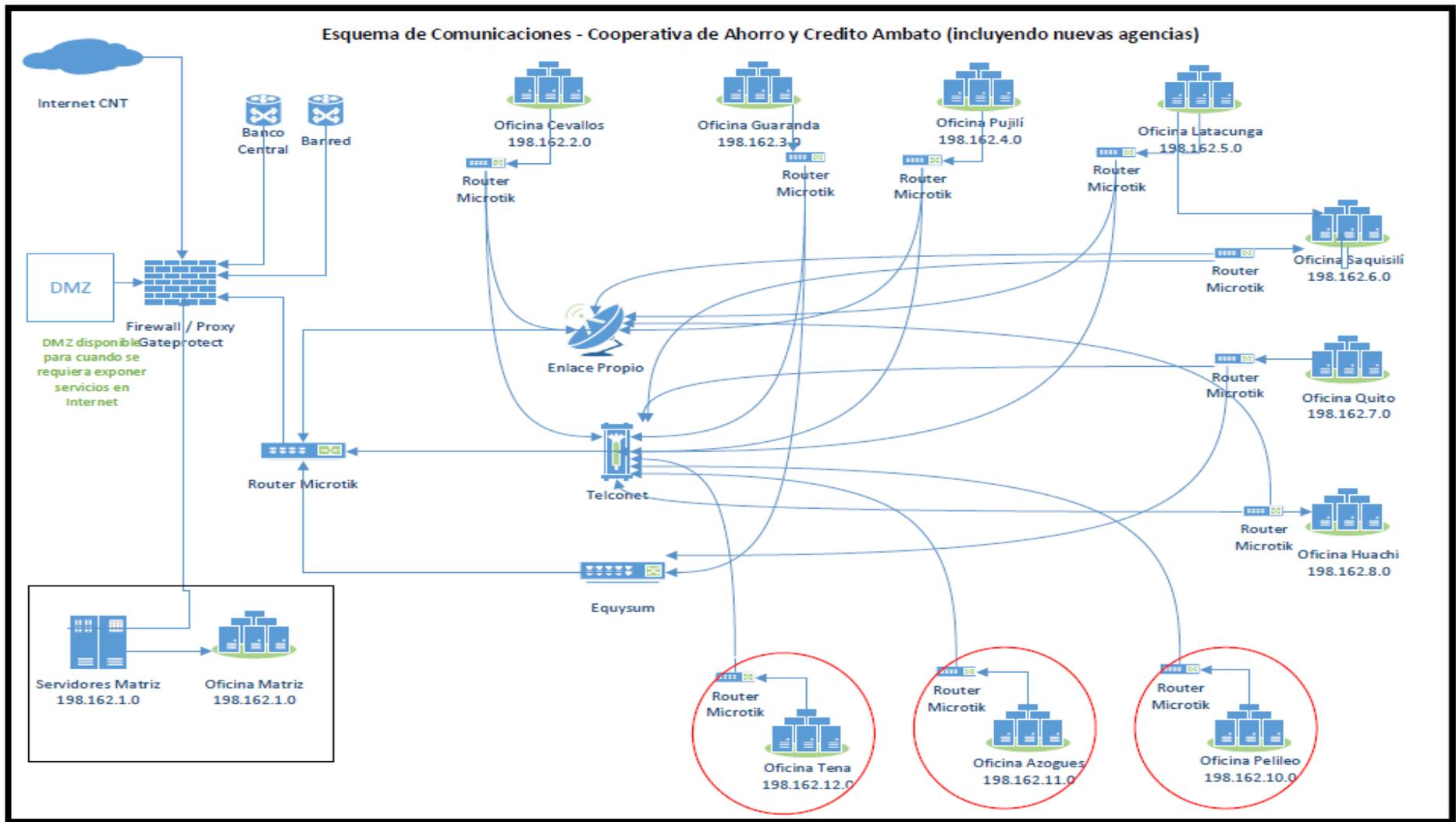
4.2.4.2 Infraestructura de redes y de comunicación

El enlace de la agencia Pelileo estará integrado al sistema o enlace principal TELCONET; para un mejor entendimiento se adjunta en anexos la infraestructura de redes y comunicaciones.



Gráfica 52: Esquema de Red

Fuente: Cooperativa Ambato



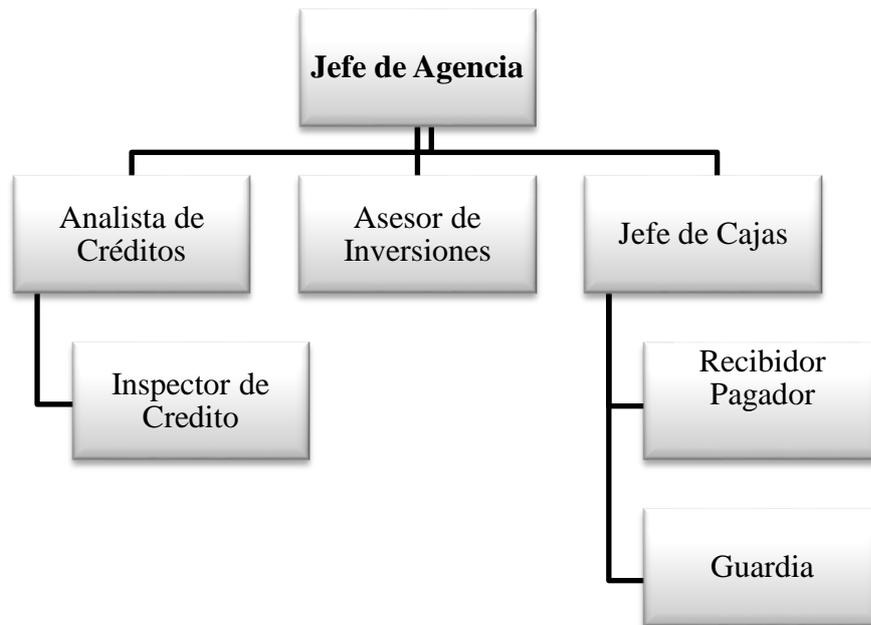
Gráfica 53: Esquema de comunicación
Fuente: Cooperativa Ambato

Fuente: Cooperativa Ambato

4.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.3.1 Estructura Administrativa de la Agencia

La estructura administrativa que tendrá la nueva oficina operativa del cantón San Pedro Pelileo será la siguiente.



Gráfica 54: Organigrama de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.3.2 Descripción de cargos del personal de la COAC Ambato Agencia Pelileo

4.3.2.1 Jefe de Oficina

a) Datos de Identificación

Nombre del Cargo: Jefe de Oficina

Área: Negocios

Reporte Funcional: Gerente De Negocios

Supervisión Funcional: Analistas de Crédito

b) Descripción Del Cargo

Misión

Administrar eficientemente los recursos de la oficina y asegurar la comunicación efectiva entre la oficina y sus socios, también supervisar la recuperación oportuna de la cartera, así como la generación de nuevos créditos en función de las políticas de la Institución.

c) Responsabilidades del cargo

- Participar en la revisión de políticas operacionales, relacionadas con el crédito.
- Coordinar y revisar, la aplicación de las normas y procedimientos establecidos para el otorgamiento de los créditos.
- Presidir las reuniones del Comité de Crédito en su Oficina Operativa a fin de verificar, que los expedientes cumplan con la documentación complementaria y requisitos exigidos.
- Cumplir las normas, políticas y procedimientos del Reglamento de Crédito.
- Cumplir con los indicadores operacionales definidos para el cargo.
- Dar el seguimiento adecuado a los créditos otorgados y asegurar la recuperación total de los mismos.
- Evaluar el tiempo de trámite de los créditos y dar seguimiento administrativo a los mismos.
- Controlar el estado de la cartera de crédito y reportar resultados.
- Monitorear índices de morosidad conjuntamente con los Analistas de Crédito y proponer un plan de recuperación de cartera vencida.
- Elaborar y mantener controlado el presupuesto de cobranzas.
- Visitar junto con el Asesor de Crédito a socios deudores o garantes según el caso.
- Revisar reportes de demandas y gestionar con el Asesor Legal acciones de recuperación de cartera.
- Desarrolla y ejecuta estrategias de publicidad encaminadas a captar nuevos socios.
- Otras funciones inherentes que sean asignadas por el Gerente de Negocios y/o Gerente General.

d) Indicadores De Gestión

- Participación en el mercado local.
- Indicadores de Volumen: Monto de Captaciones, # de operaciones, % de incremento de captaciones en monto y # de operaciones; captaciones vs. presupuesto.
- Indicadores de Calidad: % de satisfacción a nivel de oficina.
- Clima Laboral: Sueldo variable, factores estandarizados a determinarse.

e) Perfil

Perfil Duro

Formación Académica

- Ingeniero en carreras de Administración de Empresas, Economía, Comercial, Auditoría o Contabilidad.

Experiencia Previa

- Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares en empresas del sector financiero.

Perfil Suave

Tabla 46: Competencias Organizacionales

	Nivel
Orientación a Resultados	4
Trabajo en Equipo	4
Comunicación	4
Servicio al Cliente	4
Aprendizaje Continuo	4
Orden y Claridad	4

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 47: Competencias Gerenciales

Nivel

Planificación y Organización	4
Desarrollo de Personas	4
Innovación	4
Liderazgo	4

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 48: Competencias Técnicas

	Nivel
Contabilidad y Finanzas	3
Cobranzas	4
Crédito	4
Flujo de Caja	3

Fuente: Cooperativa Ambato

4.3.2.2 Analista de Crédito

a) Datos de Identificación

Nombre del Cargo: Analista de Crédito

Área: Crédito

Reporte Funcional: Jefe de Oficina

Supervisión Funcional: Inspector de Crédito

b) Descripción Del Cargo

Misión

Administración y concesión de créditos cumpliendo las políticas, manuales de la Cooperativa para mantener los índices de morosidad dentro de los parámetros establecido.

c) Responsabilidad del cargo

- Atender al público con la información necesario del crédito.
- Verifica la información correspondiente a préstamos, ahorros y depósitos a plazos fijos, en el sistema informático Fit-Coop.
- Verifica el historial crediticio en la institución y en la Central de Riesgos
- Receptar carpetas y verificar la documentación acorde a los requisitos exigidos.
- Analizar la documentación e información presentada por los socios y garantes, para el otorgamiento de créditos de acuerdo a los reglamentos y normas establecidos por los organismos de control y de la Institución.
- Asegura que la información presentada que sea verídico a través del inspector de crédito.
- Asegurar la adecuada cobertura de garantías para los créditos que se conceden.
- Valorará la solvencia, capacidad de pago y colateral (garantes) del socio y aprueba o niega el crédito.
- Coordina con el perito evaluador y el socio para el avalúo del inmueble a ser hipotecado.
- Solicita al abogado la elaboración de la escritura de hipotecas para la constitución de la garantía.
- En caso de créditos prendarios coordina con el abogado la elaboración de la escritura de prenda comercial y solicita el endoso beneficiario del seguro del vehículo o maquinaria objeto de la garantía.
- Realiza el desembolso de los préstamos para lo cual elabora Pagaré, Tabla de Pago, Orden de Pago y Certificado de Aportación.
- Archivar las carpetas y documentos generados en el desembolso del crédito y asegurar su custodia.
- Realiza el seguimiento de la cartera y coordina con el inspector para la visita a domicilio de los socios que se encuentran con cartera vencida.
- Devolución de documentos por la cancelación de crédito, a petición del socio entregará el pagaré original con el sello de cancelado y receptorá la firma en una bitácora para el sustento de la devolución.
- En caso de hipotecas o prendas coordinará con el abogado para el levantamiento de la hipoteca o prenda.

- Atender al socio e informar en cuanto a créditos, sus atrasos, moras y la cobranza de las carpetas vencidas.
- Diariamente evalúa el cumplimiento de las metas de colocación y cartera en riesgo en forma personal y del inspector.
- Conocer y cumplir los procedimientos y políticas estipuladas en el Manual y Reglamento de Crédito para su evaluación.
- Participa en el comité de morosidad.
- Investigar y conocer el mercado del sector cooperativo.
- Otras funciones que sean asignadas por el Jefe de Oficina.

d) Perfil

Perfil Duro

Formación Académica:

- Egresado en carreras de Economía, Comercial, Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría.

Experiencia Previa:

- Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares en empresas del sector financiero.

Perfil Suave

Tabla 49: Competencias Organizacionales

	Nivel
Orientación a Resultados	4
Trabajo en Equipo	4
Comunicación	4
Servicio al Cliente	4
Aprendizaje Continuo	3
Orden y Claridad	4

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 50: Competencias Técnicas

	Nivel
Cobranzas	4
Crédito	4

Fuente: Cooperativa Ambato

4.3.2.3 Inspector de Crédito

a) Datos de Identificación

Nombre del Cargo: Inspector de Crédito

Área: Negocios

Reporte Funcional: Analista de Crédito

Supervisión Funcional: N/A

b) Descripción Del Cargo

Misión

Responsable de verificar la información financiera de los socios y realizar gestiones de cobranzas para mantener una cartera en riesgos dentro de los parámetros indicados por los organismos de control.

c) Responsabilidades del cargo

- Definir y ejecutar el plan de visitas domiciliarias para realizar la confirmación de la información de la solicitud de crédito, buscando referencias que permitan calificarlo como sujeto de crédito.
- Elaborar informe económico de ingresos y gastos del negocio en el sitio o domicilio
- Realizar las visitas a socios con créditos vencidos, en conformidad con la política de seguimiento de créditos vencidos.
- Dar seguimiento y monitoreo permanente de la cartera con el fin de mantener un indicador de morosidad de acuerdo a las metas establecidos.
- Tramitar la gestión de cobro conjuntamente con el Asesor Legal.

- Apoyar en la publicidad de los servicios de la Cooperativa a fin de captar más socios.
- Otras funciones inherentes que sean asignadas por el Analista de Crédito y/o Jefe de Oficina.
- Conocer y cumplir los procedimientos y políticas estipuladas en el Manual de Crédito para su evaluación.

d) Perfil

Perfil Duro

Formación Académica:

- Cursar los últimos años en las carreras de Economía, Comercial, Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría u otras carreras afines.

Experiencia Previa:

- Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.

Perfil Suave

Tabla 51: Competencias Organizacionales

	Nivel
Orientación a Resultados	4
Trabajo en Equipo	3
Comunicación	3
Servicio al Cliente	4
Aprendizaje Continuo	4
Orden y Claridad	4

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 52: Competencias Técnicas

	Nivel
Contabilidad y Finanzas	3
Cobranzas	3
Crédito	3
PYMES	2
Agricultura	3
Cobranza judicial	2

Fuente: Cooperativa Ambato

4.3.2.4 Asesor de Inversiones

a) Datos de Identificación

Nombre del Cargo: Asesor de Inversiones

Área: Inversiones

Reporte Funcional: Jefe de Oficina

Supervisión Funcional: N/A

b) Descripción del Cargo

Misión

Responsable de ejecutar las políticas de captaciones de depósitos implementadas por la Cooperativa, dirigidas a incrementar depósitos en ahorro e incrementar el grado de penetración en el mercado.

c) Responsabilidades del Cargo

- Retener los clientes actuales, captar nuevos clientes y lograr determinados volúmenes de ventas.
- Realizar prospección de clientes a través de base de datos, referencias o cartera de clientes.

- Contribuir a la solución de problemas de los clientes como falta de asesoramiento, falta de información acerca de los productos y servicios, falta de servicios de post-venta.
- Resolver las consultas de los socios respecto al sistema de ahorros que ofrece la institución, modalidades, plazos, tasas de interés, forma de capitalización, etc.
- Aperturar cuentas de nuevos socios a plazo fijo y depositar en caja el valor de apertura
- Negociar con los socios un mayor plazo fijo o una renovación.
- Evaluar e informar a la Gerencia de Negocios sobre el desarrollo de la captación de depósitos, en comparación con el mercado.
- Proponer al Gerente de Negocios planes sobre campañas de captación de depósitos del público, así como actividades de publicidad.
- Identificar cuentas de ahorros que realicen operaciones significativas a fin de verificar la procedencia de los fondos.
- Realizar visitas para buscar nuevos socios y dar mantenimiento a las pólizas actuales
- Elaborar el flujo de depósitos a plazo fijo.
- Mantener el porcentaje mínimo de liquidez en captaciones.
- Asegurar el presupuesto y metas establecidas en captaciones.

d) Perfil

Perfil Duro

Formación Académica:

- Ingeniero en Marketing, Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, Auditoría o Contabilidad.

Experiencia Previa:

- Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares en empresas del sector financiero.

Perfil Suave

Tabla 53: Competencias Organizacionales

	Nivel
Orientación a Resultados	3
Trabajo en Equipo	4
Comunicación	3
Servicio al Cliente	4
Aprendizaje Continuo	3
Orden y Claridad	3

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 54: Competencias Gerenciales

	Nivel
Planificación y Organización	3
Desarrollo de Personas	3
Innovación	3
Liderazgo	3

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 55 Competencias Técnicas

	Nivel
Negociación	3
Contabilidad y Finanzas	2
Conocimiento del mercado	3
Productos financieros de pasivo	3

Fuente: Cooperativa Ambato

4.3.2.5 Jefe de Cajas

a) Datos de Identificación

Nombre del Cargo: Jefe de Cajas

Área: Operaciones

Reporte Funcional: Gerente de Operaciones

Supervisión Funcional: Recibidor – Pagador

Guardia

b) Descripción del Cargo

Misión

Brindar una atención cordial y amable a los socios y público en general proyectando la imagen de eficiencia, seguridad y rentabilidad mediante la entrega de información general de los productos y servicios que brinda la Cooperativa, también supervisa la recepción, desembolso y custodia de valores verificando y controlando los movimientos de la caja.

.

c) Responsabilidades del Cargo

- Dar información clara y oportuna a los socios sobre los servicios que ofrece la Cooperativa.
- Realizar apertura de cuentas.
- Realizar el cuadro y registro del cajero automático.
- Realizar reportes de aperturas de cuentas que se ha realizado para enviar al Jefe Nacional de Operaciones.
- Entregar certificados de estado de cuenta y manejo de cuenta.
- Recibir oportuna y eficientemente llamadas externas y transferirlas a los clientes internos.
- Envío de documentación por courier a cualquier parte del país.
- Realizar trámites de cierre de cuenta.
- Difundir a través de las carteleras anuncios de diferente índole, de acuerdo a las instrucciones de sus superiores.
- Manejo del fondo de caja chica.
- Entregar y recibir el efectivo de los recibidores - pagadores.
- Administrar y custodiar los valores de la bóveda.
- Asegurar el correcto cierre de caja.
- Realizar arqueos periódicos de caja
- Mantener cupos autorizados del efectivo tanto en la ventanilla como en la bóveda.

- Autorizar reposiciones de efectivo cuando los recibidores pagadores lo soliciten.
- Emitir cheques de Gerencia a los socios.
- Asegurar la limpieza de la Oficina y encargarse de Servicios Generales, mantenimiento, etc.
- Realizar el pago oportuno de servicios básicos y arriendos de la Oficina.
- Elaborar un reporte de transacciones realizadas en el mes por los recibidores pagadores.
- Enviar la información respectiva al Asistente de Operaciones para proceder a las transferencias interbancarias (SPI).
- Recibir las tarjetas de débito, custodiar y entregar a los socios.
- Enviar la licitud de fondos al Oficial de Cumplimiento.
- Realizar los depósitos bancarios efectuados por los socios en otras instituciones.
- Autorizar retiros de efectivo superiores al monto designado.
- Realizar oportunamente el depósito en la cuenta bancaria de los cheques depositados por los socios en la cooperativa.
- Elaborar semanalmente el flujo de caja y enviar a Tesorería.
- Reemplazar al Jefe de Inversiones Oficina, en caso de ausencia.
- Solucionar posibles problemas que pueden presentarse en el área Operativa con algún socio

d) Perfil

Perfil Duro

Formación Académica:

- Ingeniero en Comercial, Administración de Empresas, Auditoría o Contabilidad.

Experiencia Previa:

- Mínimo 2 años de experiencia como Recibidor Pagador en la cooperativa y mínimo 1 año en cargos similares en empresas del sector financiero.

Perfil Suave

Tabla 56: Competencias Organizacionales

	Nivel
Orientación a Resultados	3
Trabajo en Equipo	4
Comunicación	3
Servicio al Cliente	4
Aprendizaje Continuo	3
Orden y Claridad	3

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 57: Competencias Gerenciales

	Nivel
Planificación y Organización	3
Desarrollo de Personas	3
Innovación	3
Liderazgo	3

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 58: Competencias Técnicas

	Nivel
Administración de Caja	4
Actividades Bancarias	4
Flujo de Caja	4
Contabilidad	3
Control Interno de Caja	4

Fuente: Cooperativa Ambato

4.3.2.6 Recibidor Pagador

a) Datos de Identificación

Nombre del Cargo: Recibidor - Pagador

Área: Operaciones

Reporte Funcional: Jefe de Cajas
Supervisión Funcional: N/A

b) Descripción del Cargo

Misión

Atender oportunamente a los socios que realizan diferentes transacciones en las Oficinas Operativas de la Cooperativa. Asegurar el correcto manejo de la custodia de valores y mantener los saldos diarios de caja.

c) Responsabilidades del Cargo

- Atender a los clientes cordial y eficientemente, solucionando sus inquietudes o gestionando la solución de sus problemas.
- Ingresar en el sistema la recepción del efectivo.
- Mantener el cupo de efectivo de acuerdo con las políticas de la Institución.
- Realizar la atención al socio en las diferentes transacciones que realice.
- Verifican los datos de la licitud de fondos, en depósitos que excedan el monto estipulado.
- Realizar el correcto cierre de caja, reportando inmediatamente si existiesen faltantes o sobrantes.
- Realizar la custodia de valores corrientes.
- Asegurar que las papeletas recibidas no tengan manchas o repisados.
- Llenar el formato de billetes falsificados si los recibiera.

d) Perfil

Perfil Duro

Formación Académica:

- Ingeniero en carreras de Auditoría o Contabilidad. Comercial.

Experiencia Previa:

- Mínimo 6 meses de experiencia en cargos similares en empresas del sector financiero.

Perfil Suave

Tabla 59: Competencias Organizacionales

	Nivel
Orientación a Resultados	1
Trabajo en Equipo	2
Comunicación	2
Servicio al Cliente	3
Aprendizaje Continuo	2
Orden y Claridad	1

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 60: Competencias Técnicas

	Nivel
Administración de Caja	4
Actividades Bancarias	3
Control Interno de Caja	3

Fuente: Cooperativa Ambato

4.3.2.7 Guardia

a) Datos de Identificación

Nombre del Cargo: Guardia

Área: Operaciones

Reporte Funcional: Jefe de Cajas

Supervisión Funcional: N/A

b) Descripción del Cargo

Misión

Controlar y asegurar la adecuada seguridad de las instalaciones, funcionarios y socios de la cooperativa, controlar el ingreso y egreso de personas a las oficinas de acuerdo a la políticas y procedimientos establecidos.

c) Responsabilidades del Cargo

- Vigilar y proteger los bienes inmuebles e instalaciones de la Cooperativa.
- Asegurar la integridad de los funcionarios, visitantes y socios de la Institución.
- Atender al público y brindar información a posibles socios.
- Asegurar la limpieza de las instalaciones.
- Identificar y monitorear objetos extraños o paquetes que quieran ser ingresados en las oficinas, así como personas sospechosas.
- Apoyar en el almacenamiento de suministros en la bodega.
- Identificar y verificar anomalías presentadas, comunicando y actuando de manera oportuna y ágil.

d) Perfil

Perfil Duro

Formación Académica:

- Bachiller

Experiencia Previa:

- Mínimo 6 meses de experiencia en cargos similares en empresas medianas.

Perfil Suave

Tabla 61: Competencias Organizacionales

	Nivel
Orientación a Resultados	1
Trabajo en Equipo	2
Comunicación	2
Servicio al Cliente	3
Aprendizaje Continuo	2
Orden y Claridad	1

Fuente: Cooperativa Ambato

Tabla 62: Competencias Técnicas

	Nivel
Seguridad Personal	3
Manejo de armas y equipos	3
Operativos de protección y riesgo	3

Fuente: Cooperativa Ambato

4.4 ESTUDIO FINANCIERO

4.4.1 Inversiones

Para la adecuación de la agencia Pelileo de la Cooperativa Ambato Ltda., se realizará las siguientes inversiones las cuales detallaremos a continuación:

4.4.1.1 Inversión en Activos Fijos

Son aquellos equipos y muebles que serán pertenencia en la agencia que serán adquiridos durante la etapa de instalación del proyecto.

Tabla 63: Inversiones Fijas

Detalle	Subtotal
Muebles y Enseres	\$ 5.700,00
Equipo de Computación	\$ 7.900,00
Equipo de Seguridad	\$ 1.500,00
Vehículos	\$ 17.000,00
Total	\$ 32.100,00

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.1.2 Inversión Activos Diferidos

La inversión de activos intangibles es destinada a gastos que se efectúan para la operación de la cooperativa como instalaciones eléctricas, software entre otros que se detallan a continuación:

Tabla 64: Inversiones Diferidas

Detalle	Subtotal
Gasto Adecuación	\$ 11.000,00
Gasto Instalaciones	\$ 800,00
Software	\$ 1.400,00
Total	\$ 13.200,00

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 65: Depreciación de Activos Fijos

Concepto	Valor	Vida Útil Años	1	2	3	4	5	Valor Residual
Muebles y Enseres	\$ 5.700,00	10	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 2.850,00
Equipo de Computación	\$ 7.900,00	3	\$ 2.633,07	\$ 2.633,07	\$ 2.633,86	\$ -	\$ -	\$ 7.900,00
Equipo de Seguridad	\$ 1.500,00	3	\$ 499,95	\$ 499,95	\$ 500,10	\$ -	\$ -	\$ 1.500,00
Vehículos	\$ 17.000,00	5	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$17.000,00
Total	\$ 32.100,00		\$ 7.103,02	\$ 7.103,02	\$ 7.103,96	\$ 3.970,00	\$ 3.970,00	\$ 9.250,00

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 66: Amortización de Gastos

Tiempo	5 años		
Año	Valor Amortizado	Tiempo	Valor Anual
2016	\$ 13.200,00	5	\$ 2.640,00
2017	\$ 10.560,00	5	\$ 2.640,00
2018	\$ 7.920,00	5	\$ 2.640,00
2019	\$ 5.280,00	5	\$ 2.640,00
2020	\$ 2.640,00	5	\$ 2.640,00

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.1.3 Inversión en Capital de trabajo

Es referente rubros para cubrir costos como sueldos, publicidad, servicios básicos, ya que el rubro más importante es el de cubrir los microcréditos.

Tabla 67: Remuneración de los colaboradores

Remuneraciones de los colaboradores	
Cargo	Sueldo
Jefe de Oficina	\$ 1.000,00
Jefe de Cajas	\$ 740,00
Asesor de Créditos	\$ 740,00
Asesor de Inversiones	\$ 740,00
Inspector de Crédito	\$ 540,00
Recibidor Pagador	\$ 450,00
Guardia	\$ 450,00
Total	\$ 4.660,00

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 68: Gastos Operacionales

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 4.660,00	\$ 55.920,00
Servicios Básicos	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Suministros de Oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Suministros de Limpieza	\$ 40,00	\$ 480,00
Arriendo Local Comercial	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Publicidad	\$ 800	\$ 9.600,00
Total	\$ 7.100,00	\$ 85.200,00

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 69: Proyección de Gastos Operacionales

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos	\$ 55.920,00	\$ 55.920,00	\$ 55.920,00	\$ 55.920,00	\$ 55.921,00
Servicios Básicos	\$ 3.600,00	\$ 3.708,00	\$ 3.819,24	\$ 3.933,82	\$ 4.051,83
Suministros de Oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Suministros de Limpieza	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Arriendo Local Comercial	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00
Publicidad	\$ 9.600,00	\$ 9.888,00	\$ 10.184,64	\$ 10.490,18	\$ 10.804,88
Total	\$ 85.200,00	\$ 85.596,00	\$ 86.003,88	\$ 86.424,00	\$ 86.857,72

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.1.4 Consolidado de Inversiones

Es la suma de las tres inversiones detalladas anteriormente, las cuales son necesarias para el funcionamiento y operatividad de la Agencia COAC Ambato Pelileo.

Tabla 70: Resumen de la Inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 32.100,00
Inversión Diferida	\$ 13.200,00
Capital de Trabajo	\$ 7.100,00
Fondos Disponibles	\$ 247.600,00
Inversión Total	\$ 300.000,00

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.2 Financiamiento

Para la puesta en marcha de la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo, para su financiamiento la Oficina Matriz ha dispuesto la entrega de todos los fondos necesarios para la adquisición de los activos fijos, de los activos diferidos y el capital de trabajo.

Tabla 71: Financiamiento

Concepto	Valor(\$)	Porcentaje
Recursos propios	\$ 300.000,00	100%
Total	\$ 300.000,00	100%

Fuente: Cooperativa Ambato

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.3 Ingresos

Son las cantidades de intereses que recibe la cooperativa por la colocación de créditos, captación de ahorros y por los servicios adicionales que oferta.

4.4.3.1 Captaciones

Tabla 72: Presupuesto de Captación

Cuentas	2017	2018	2019	2020	2021
Dep. a la Vista	\$ 120.000,00	\$ 138.000,00	\$ 158.700,00	\$ 182.505,00	\$ 209.880,75
Dep. a Plazo Fijo	\$ 480.000,00	\$ 552.000,00	\$ 634.800,00	\$ 730.020,00	\$ 839.523,00
Total	\$ 600.000,00	\$ 690.000,00	\$ 793.500,00	\$ 912.525,00	\$ 1.049.403,75

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 73: Intereses Causados

Dep. a la Vista	\$ 3.600,00	\$ 4.140,00	\$ 4.761,00	\$ 5.475,15	\$ 6.296,42
Dep. a Plazo Fijo	\$ 33.600,00	\$ 38.640,00	\$ 44.436,00	\$ 51.101,40	\$ 58.766,61
Total	\$ 37.200,00	\$ 42.780,00	\$ 49.197,00	\$ 56.576,55	\$ 65.063,03

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Tabla 74: Meta de Captaciones a la Vista

Año	2017	2018	2019	2020	2021
N° Socios	360	378	397	417	438
Cert. de Aportación	7200	7560	7938	8335	8752

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.3.2 Créditos**Tabla 75:** Intereses de Créditos

Cartera de Crédito 2017	Créditos	Porcentual %	Monto	Intereses	Ingresos
\$ 600.000,00	Consumo	30,00%	\$ 180.000,00	15,00%	\$ 27.000,00
	Microcrédito	60,00%	\$ 360.000,00	22,80%	\$ 82.080,00
	Comercial	10,00%	\$ 60.000,00	11,20%	\$ 6.720,00
Total		100,00%	\$ 600.000,00	Ingresos	\$ 115.800,00

Cartera de Crédito 2018	Créditos	Porcentual %	Monto	Intereses	Ingresos
\$ 1.237.600,00	Consumo	30,00%	\$ 371.280,00	15,00%	\$ 55.692,00
	Microcrédito	60,00%	\$ 742.560,00	22,80%	\$ 169.303,68
	Comercial	10,00%	\$ 123.760,00	11,20%	\$ 13.861,12
Total		100,00%	\$ 1.237.600,00	Ingresos	\$ 238.856,80

Cartera de Crédito 2019	Créditos	Porcentual %	Monto	Intereses	Ingresos
\$ 1.341.100,00	Consumo	30,00%	\$ 402.330,00	15,00%	\$ 60.349,50
	Microcrédito	60,00%	\$ 804.660,00	22,80%	\$ 183.462,48
	Comercial	10,00%	\$ 134.110,00	11,20%	\$ 15.020,32
Total		100,00%	\$ 1.341.100,00	Ingresos	\$ 258.832,30

Cartera de Crédito 2020	Créditos	Porcentual %	Monto	Intereses	Ingresos
\$ 1.460.125,00	Consumo	30,00%	\$ 438.037,50	15,00%	\$ 65.705,63
	Microcrédito	60,00%	\$ 876.075,00	22,80%	\$ 199.745,10
	Comercial	10,00%	\$ 146.012,50	11,20%	\$ 16.353,40
Total		100,00%	\$ 1.460.125,00	Ingresos	\$ 281.804,13

Cartera de Crédito 2021	Créditos	Porcentual %	Monto	Intereses	Ingresos
\$ 1.597.003,75	Consumo	30,00%	\$ 479.101,13	15,00%	\$ 71.865,17
	Microcrédito	60,00%	\$ 958.202,25	22,80%	\$ 218.470,11
	Comercial	10,00%	\$ 159.700,38	11,20%	\$ 17.886,44
Total		100,00%	\$ 1.597.003,75	Ingresos	\$ 308.221,72

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.4 Proyecciones Financieras

4.4.4.1 Balance General Proyectado

El balance general, balance de situación o estado de situación patrimonial es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Pelileo

Tabla 76: Balance General

COD CTA	CUENTAS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	ACTIVO	\$ 254.700	\$ 1.154.700	\$ 1.244.700	\$ 1.348.200	\$ 1.467.225	\$ 1.604.104
11	Fondos Disponibles	\$ 254.700	\$ 7.100	\$ 7.100	\$ 7.100	\$ 7.100	\$ 7.100
14	Cartera de Crédito	\$ 0	\$ 1.147.600	\$ 1.237.600	\$ 1.341.100	\$ 1.460.125	\$ 1.597.004
18	PROPIEDADES Y EQUIPO	\$ 32.100	\$ 24.997	\$ 17.894	\$ 10.790	\$ 6.820	\$ 2.850
	Equipo para la Empresa	\$ 9.400	\$ 6.267	\$ 3.134	\$ 1	\$ 1	\$ 1
	Muebles de Oficina	\$ 5.700	\$ 5.130	\$ 4.560	\$ 3.990	\$ 3.420	\$ 2.850
	Vehículo	\$ 17.000	\$ 13.600	\$ 10.200	\$ 6.800	\$ 3.400	\$ 0
	(-) Depreciaciones		\$ 7.103	\$ 7.103	\$ 7.104	\$ 3.970	\$ 3.970
19	ACTIVO DIFERIDO	\$ 13.200	\$ 10.550	\$ 7.920	\$ 5.280	\$ 2.640	\$ 0
	Gastos diferidos	\$ 13.200	\$ 10.550	\$ 7.920	\$ 5.280	\$ 2.640	\$ 0
	TOTAL DE ACTIVOS	\$ 300.000	\$ 1.190.247	\$ 1.270.514	\$ 1.364.270	\$ 1.476.685	\$ 1.606.954
2	PASIVO	\$ 300.000	\$ 1.076.909	\$ 1.147.240	\$ 1.229.776	\$ 1.329.505	\$ 1.445.416
21	Obligaciones con el público	-	\$ 600.000	\$ 690.000	\$ 793.500	\$ 912.525	\$ 1.049.404
29	Otros pasivos	\$ 300.000	\$ 476.909	\$ 457.240	\$ 436.276	\$ 416.980	\$ 396.012
3	PATRIMONIO	\$ 0	\$ 113.338	\$ 123.274	\$ 134.494	\$ 147.180	\$ 161.538
	Aporte de socios		\$ 7.200	\$ 7.560	\$ 7.938	\$ 8.335	\$ 8.752
	Resultados del ejercicio		\$ 100.831	\$ 109.928	\$ 120.228	\$ 131.902	\$ 145.147
	Reservas		\$ 5.307	\$ 5.786	\$ 6.328	\$ 6.942	\$ 7.639
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 300.000	\$ 1.190.247	\$ 1.270.514	\$ 1.364.270	\$ 1.476.685	\$ 1.606.954

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.4.2 Estado de Resultados Projectado

El estado de pérdidas y ganancias presenta el resultado de las operaciones provenientes del uso de los recursos en un periodo determinado (un año). Para que una empresa pueda continuar en operación debe ser capaz de generar resultados positivos.

En esencia el Estado de Resultados permite conocer los ingresos y egresos que se ha tenido en un determinado periodo lo que permitirá determinar la utilidad neta del negocio, mediante esto se podrá determinar si la inversión realizada es beneficiosa o no para el inversionista.

Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Pelileo

Tabla 77: Estado de Resultados

Cuenta	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS	\$ 282.487	\$ 302.907	\$ 326.085	\$ 352.419	\$ 382.368
Intereses Cartera de Crédito	\$ 221.487	\$ 238.857	\$ 258.832	\$ 281.804	\$ 308.222
(+) Ingresos por servicios financieros	\$ 50.000	\$ 52.500	\$ 55.125	\$ 57.881	\$ 60.775
(+) Otros ingresos	\$ 11.000	\$ 11.550	\$ 12.128	\$ 12.734	\$ 13.371
GASTOS	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 135.201	\$ 143.001	\$ 151.921
- Gastos de operación	\$ 85.200	\$ 85.596	\$ 86.004	\$ 86.424	\$ 86.858
- Intereses causados	\$ 37.200	\$ 42.780	\$ 49.197	\$ 56.577	\$ 65.063
(=) Utilidad antes de repartición	\$ 160.087	\$ 174.531	\$ 190.884	\$ 209.419	\$ 230.447
(-) Repartición a trabajadores 15%	\$ 24.013	\$ 26.180	\$ 28.633	\$ 31.413	\$ 34.567
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 136.074	\$ 148.351	\$ 162.251	\$ 178.006	\$ 195.880
Impuesto a la renta 22%	\$ 29.936	\$ 32.637	\$ 35.695	\$ 39.161	\$ 43.094
(=) Utilidad antes de reserva	\$ 106.138	\$ 115.714	\$ 126.556	\$ 138.845	\$ 152.786
Reserva 5%	\$ 5.307	\$ 5.786	\$ 6.328	\$ 6.942	\$ 7.639
(=) Utilidad neta	\$ 100.831	\$ 109.928	\$ 120.228	\$ 131.902	\$ 145.147

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.4.4.3 Flujo neto de efectivo

El flujo de efectivo manifiesta el manejo de los recursos económicos del período contable sobre el manejo de la caja de ahorro y crédito, es la combinación de los ingresos y egresos a la par del pago respectivo de impuestos y utilidades hacia los empleados.

Tabla 78: Flujo de Efectivo

CUENTA	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS	\$ 282.487	\$ 302.907	\$ 326.085	\$ 352.419	\$ 382.368
Interese ganados cartera de crédito	\$ 221.487	\$ 238.857	\$ 258.832	\$ 281.804	\$ 308.222
Ingresos ganados servicios financieros	\$ 50.000	\$ 52.500	\$ 55.125	\$ 57.881	\$ 60.775
Comisiones ganadas	\$ 11.000	\$ 11.550	\$ 12.128	\$ 12.734	\$ 13.371
GASTOS	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 135.201	\$ 143.001	\$ 151.921
- GASTOS OPERACIONALES	\$ 85.200	\$ 85.596	\$ 86.004	\$ 86.424	\$ 86.858
Sueldos	\$ 55.920	\$ 55.920	\$ 55.920	\$ 55.920	\$ 55.921
Servicios Básicos	\$ 3.600	\$ 3.708	\$ 3.819	\$ 3.934	\$ 4.052
Suministros de Oficina	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200
Suministros de Limpieza	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480	\$ 480
Arriendo Local Comercial	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400
Publicidad	\$ 9.600	\$ 9.888	\$ 10.185	\$ 10.490	\$ 10.805

- INTERESES CAUSADOS	\$ 37.200	\$ 42.780	\$ 49.197	\$ 56.577	\$ 65.063
Depósitos a la Vista	\$ 3.600	\$ 4.140	\$ 4.761	\$ 5.475	\$ 6.296
Depósitos a Plazo Fijo	\$ 33.600	\$ 38.640	\$ 44.436	\$ 51.101	\$ 58.767
(=) Utilidad antes de repartición	\$ 160.087	\$ 174.531	\$ 190.884	\$ 209.419	\$ 230.447
(-) Repartición a trabajadores 15%	\$ 24.013	\$ 26.180	\$ 28.633	\$ 31.413	\$ 34.567
(=)Utilidad antes de impuestos	\$ 136.074	\$ 148.351	\$ 162.251	\$ 178.006	\$ 195.880
Impuesto a la renta 22%	\$ 29.936	\$ 32.637	\$ 35.695	\$ 39.161	\$ 43.094
(=)Utilidad antes de reserva	\$ 106.138	\$ 115.714	\$ 126.556	\$ 138.845	\$ 152.786
Reserva 5%	\$ 5.307	\$ 5.786	\$ 6.328	\$ 6.942	\$ 7.639
(=) Utilidad neta	\$ 100.831	\$ 109.928	\$ 120.228	\$ 131.902	\$ 145.147

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

4.5 EVALUACIÓN E IMPACTO SOCIAL

4.5.1 Evaluación

Evaluar un Proyecto de Inversión es medir su valor económico, financiero, o social a través de determinados métodos, con los cuales se determina la alternativa factible u óptima de inversión, previa a la toma de decisiones respecto a la ejecución o la no ejecución.

4.5.1.1 Tasa mínima Aceptable de rendimiento (TMAR)

Dentro de un proyecto anotamos que el costo de oportunidad del sector financiero para los ahorros es del 10% como máximo en una inversión a plazo fijo, el índice inflacionario del país, 3,30% en el año 2015, a este cálculo se lo denomina Tasa mínima Aceptable de rendimiento (TMAR).

El otro factor que influye en la TMAR es el premio al riesgo mínimo Tasa Pasiva, el riesgo merece una ganancia adicional sobre la inflación. Por lo tanto, la fórmula para el cálculo es la siguiente:

$$Tmar=in +f+ (in*f)$$

In=% Inflación anual

f: % Inversión anual

$$Tmar = 0.033 + 0.1 + (0.033 * 0.1)$$

$$Tmar= 0.1363 - 13.63\%$$

4.5.1.2 Valor Actual Neto 1 (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de flujos descontados a la inversión inicial estos valores netos miden la diferencia que existe entre ingresos y egresos de un proyecto, una vez cumplida la exigencia de considerar el valor del dinero en el tiempo y la de producir un rendimiento igual al mínimo (TMAR). Por tanto, si los valores netos son positivos, el proyecto será factible y si son negativos, no lo será. Para

determinar este valor, fue necesario aplicar el porcentaje de la tasa mínima aceptable de rendimiento (13.63%); cabe señalar que para el cálculo del VAN utilizo la siguiente fórmula matemática:

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

Tabla 79: VAN

Inversión	\$ (300.000,00)	Períodos
Flujo de efectivo	\$ 100.830,67	1
	\$ 109.928,22	2
	\$ 120.228,24	3
	\$ 131.902,37	4
	\$ 145.146,95	5

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

	0	1	2	3	4	5
VAN 1 =	\$(300.000,00)	\$ 100.830,67	\$ 109.928,22	\$ 120.228,24	\$ 131.902,37	\$ 145.146,95
		<u> </u>				
		(1+0,1363) 1	(1+0,1363) 2	(1+0,1363) 3	(1+0,1363) 4	(1+0,1363) 5
 VAN 1 =	 \$ (300.000,00)	 \$ 100.830,67	 \$ 109.928,22	 \$ 120.228,24	 \$ 131.902,37	 \$ 145.146,95
		<u> </u>				
		1,14	1,29	1,47	1,67	1,89
VAN1 =	\$(300.000,0)	\$ 88.735,96	\$ 85.143,08	\$ 81.949,59	\$ 79.120,85	\$ 76.647,28
VAN 1 =	\$111.596,75					

El proyecto es aceptado desde el punto de vista financiero pues el valor actual neto es positivo.

4.5.1.3 Cálculo del VAN 2

Con el objeto de tener los elementos necesarios para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se procede al cálculo del Valor actual neto a una tasa superior que nos dé una resultante negativa, procedimiento que se lo realiza a través de aproximaciones sucesivas.

Tasa de descuento 2

$$i = 44\%$$

Tabla 80: VAN 2

Periodos	FE	Facto de Act	FEcAct	FeAct y Acm
0	\$ (300.000,00)	1	\$ (300.000,00)	\$ (300.000,00)
1	\$ 100.830,67	0,694392	\$ 70.016,01	\$ (229.983,99)
2	\$ 109.928,22	0,48218	\$ 53.005,19	\$ (176.978,80)
3	\$ 120.228,24	0,334822	\$ 40.255,06	\$ (136.723,74)
4	\$ 131.902,37	0,232498	\$ 30.667,04	\$ (106.056,70)
5	\$ 145.146,95	0,161445	\$ 23.433,25	\$ (82.623,45)

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

$$\text{VAN 2} = \$ (82.623,45)$$

4.5.1.4 La tasa interna de retorno (TIR)

Equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

También se puede decir que es la tasa de descuento que hace que el VAN (valor actual neto) sea igual a cero, es decir que iguala la suma de flujos descontados a la inversión inicial.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o de tanteo, para lo cual se debe establecer dos VAN, el uno con valor positivo y un negativo, la TIR estará ubicado al interior del intervalo.

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

r_1 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_1

r_2 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_2

VAN_1 = Valor positivo

VAN_2 = Valor negativo

Tabla 81: TIR

R1	13,63%
R2	44,00%
VAN1	\$ 111.596,75
VAN2	\$ (82.623,45)
TIR	31,08%

Elaborado por: Alexandra Guayanlema

Al ser la tasa interna de retorno i (13.63%) el dinero invertido en la nueva sucursal rinde el 31.08 % siendo este porcentaje atractivo para cualquier inversionista.

4.5.1.5 Relación Beneficio Costo

Es el cociente que resulta de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i)

$$RB/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

La evaluación de la razón consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el TOTAL se divide para la inversión, con lo cual se

obtiene, en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Los criterios de decisión de la relación beneficio-costos son los siguientes:

Si el B/C Mayor al 1 se acepta el proyecto

Si el B/C Igual a 1 es indiferente el proyecto

Si el B/C Menor a 1 se rechaza el proyecto

$RB/C = \text{Flujo de efectivo} / \text{Inversión}$

$RB/C = \$ 100.830,67 \quad \$ 109.928,22 \quad \$ 120.228,24 \quad \$ 131.902,37 \quad \$ 145.146,95$

$RB/C = \$ 608.036 / \$ 300.000$

$RB/C = 2.37\%$

La Relación beneficio costo es de 2.37 puntos lo que demuestra que el proyecto es atractivo financieramente y significa que por cada dólar invertido en el proyecto se recibe como utilidad 1.37 dólares de beneficio.

4.5.2 Impacto Social de la Cooperativa en el cantón Pelileo

4.5.2.1 Entorno Social

La creación de una agencia en el cantón Pelileo surge como consecuencia de la búsqueda permanente de mejorar las condiciones de vida de los habitantes pertenecientes a los sectores rurales en sus zonas de influencia, a través de la promoción del desarrollo de las actividades productivas de los socios y clientes que buscan satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas sociales y culturales.

Los beneficios y costos de esta inversión están acordes a la generación de nuevas plazas de trabajo en la localidad, la oportunidad de acceso a crédito por parte de la ciudadanía y la dinamización de la economía en la localidad.

Considerando que el crecimiento económico que puede alcanzar un sector o comunidad es atribuido a la inversión en capital que realiza la sociedad en la cooperativa, la misma

que está comprometida a contribuir en la generación de recursos económicos con disponibilidad de sus socios, clientes y empleados mediante la dotación de sus servicios financieros eficientes y productivos.

4.5.2.2 Entorno Ambiental

Para esta evaluación se determina cualquier modificación de las condiciones ambientales, o la generación de unos nuevos escenarios negativos o positivos que causen impacto con la apertura de una agencia de la COAC Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo.

La Cooperativa garantiza que en la zona de influencia del proyecto se prevé recoger los desechos como papelería, cartuchos de tinta y otros; colocarlos en fundas de polietileno y entregarlos a los carros recolectores de desechos en los horarios establecidos, es decir que los procesos financieros tendrán un impacto ambiental mínimo, no obstante se ejecutara un plan de prevención y cuidado del medio ambiente con proyectos de reciclaje, reutilización de materiales y reforestación.

4.5.2.3 Entorno Cultural

En lo cultural hay que considerar que el Ecuador tiene una diversidad rica en cultura, religión, lengua, etc., es por eso que la institución financiera oferta sus servicios a todas las personas sin distinción de raza, sexo, religión y demás grupos sociales; simplemente con ser sujetos económicamente activos cumpliendo con los parámetros internos de las institución convirtiéndose así en beneficiarios de los servicios financieros que estas ofrezcan.

CONCLUSIONES

- La Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., es una institución sólida y solvente que busca ampliar su cobertura en el mercado con la apertura de una nueva agencia en el cantón San Pedro de Pelileo de la provincia de Tungurahua, por lo cual se realizó un estudio de factibilidad el cual determina que es un proyecto viable que permite dinamizar la economía del sector con la prestación de sus servicios financieros a sus socios.
- El estudio de mercado permitió analizar el potencial número de clientes existentes, determinando que la oferta actual no cubre adecuadamente la demanda, es decir el nivel de demanda insatisfecha en el cantón Pelileo ratifica las proyecciones existentes en el estudio de factibilidad el cual prevé la oferta de productos financieros para satisfacer las necesidades de los socios.
- El Estudio Técnico determinó el tamaño, la localización estratégica para la apertura de la agencia COAC Ambato ubicándola en un sector comercial donde se facilite la oferta de los servicios financieros, también se elaboró un mapa estructural de procesos para el funcionamiento óptimo de las operaciones.
- De acuerdo al estudio financiero podemos observar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito tiene sostenibilidad financiera y económica, reflejándose en los criterios de evaluación positivos que permiten garantizar el funcionamiento y permanencia en el mercado; además brindar tasas de interés competitivas y accesibles en beneficio de la comunidad.

RECOMENDACIONES

- El estudio de factibilidad para la apertura de una nueva agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo se deberá presentar y sociabilizar a los gerentes, consejos de administración y vigilancia de la institución para demostrar la rentabilidad de la inversión del proyecto y el crecimiento de su cobertura en el mercado del centro del país.
- Este proyecto lanzará y posicionará en el mercado del cantón Pelileo una marca renovada y atractiva de servicios financieros utilizando estrategias de marketing innovadoras a corto y mediano plazo para captar a socios y clientes permitiendo garantizar el posicionamiento de la institución en la localidad.
- La Agencia COAC Ambato Pelileo se ubicará en una zona céntrica del cantón Pelileo donde existe gran afluencia de comercio, con una infraestructura adecuada y con los estándares de exigencia para que los socios tengan fácil acceso a la institución y sean beneficiarios de los servicios financieros.
- Para garantizar una buena administración la institución deberá iniciar capacitando, los procesos de gestión operativa y las responsabilidades de los colaboradores en cada uno de sus cargos y se los evaluará periódicamente, esto permitirá mantener una buena calidad en los servicios financieros ofertados y posteriormente con el crecimiento de la agencia se actualizará el organigrama estructural para fomentar nuevos puestos de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (6ª ed.). D.F: Editorial McGraw-Hill.
- Coss, R. (1999). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. (2ª ed.). Monterrey: Editorial Limusa.
- Domínguez, J. (2011). *Cooperativas*. México D.F: Editorial Trillas.
- Fernandez, R. (2004). *Segmentación de Mercados*. (3ª ed.). México D.F: Editorial McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6ª ed.). México D.F: Editorial Pearson.
- Lara, B. (2011). *Como Elaborar Proyectos de Inversión Paso a Paso*. Quito: Editorial Castalia.
- Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (2ª ed.). Bogotá: Editorial Ecoe.
- Rodríguez, J. (2005). *Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*. México D.F: Editorial Trillas.
- Vásquez, G. (2005). *Ley y Reglamentos de Cooperativas*. Quito: Editorial Jurídica del Ecuador.
- Rodríguez, L. (1978). *Cooperativismo y Constituyente*. Lima: Editorial Industria gráfica.
- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial* (2ª ed.). Bogotá: Editorial Prentice Hall.
- Villarroel, E. (2015). *Análisis y Evaluación de Riesgos en entidades financieras*. Madrid: Editorial Jinantins s.l.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS FORMACIÓN DUAL	
Instrucciones:	
- Lea detenidamente y marque con una (X) su respuesta según la pregunta correspondiente. - La encuesta podra ser realizada a personas mayores de edad y que vivan en el cantón SanPedro de Pelileo	
GÉNERO:	EDAD:
PARROQUIA:	OCUPACIÓN:
PREGUNTAS	
1.- ¿En qué tipo de institución financiera guarda su dinero?	
1 COAC	<input type="checkbox"/>
2 BANCO PRIVADO	<input type="checkbox"/>
3 BANCO ESTATAL	<input type="checkbox"/>
4 OTROS	<input type="checkbox"/>
Especifique:	
2.- ¿Qué debe requisito debe tener la institución financiera de su preferencia?	
1 SOLIDA-ANTIGUA	<input type="checkbox"/>
2 SEGURA	<input type="checkbox"/>
3 RENTABILIDAD ALTA	<input type="checkbox"/>
4 REQUISITOS SENCILLOS	<input type="checkbox"/>
5 INTERESES BAJOS	<input type="checkbox"/>
6 OTRO	<input type="checkbox"/>
Especifique:	
3.- ¿Que elementos define su preferencia hacia una entidad financiera ?	
1 UBICACIÓN	<input type="checkbox"/>
2 ATENCION EFICIENTE	<input type="checkbox"/>
3 AGILIDAD	<input type="checkbox"/>
4 HORARIOS	<input type="checkbox"/>
5 OTROS	<input type="checkbox"/>
Especifique:	
4.- ¿Qué tipo de servicios solicita generalmente en una institución financiera?	
1 AHORROS	<input type="checkbox"/>
2 INVERSIONES	<input type="checkbox"/>
3 CRÉDITOS	<input type="checkbox"/>
4 OTROS	<input type="checkbox"/>
Especifique:	
5.- Si tiene un Plan de ahorro ¿Cuánto dinero destina a los ahorros mensuales?	
1 0-50 USD	<input type="checkbox"/>
2 51-100 USD	<input type="checkbox"/>
3 101-150 USD	<input type="checkbox"/>
4 151-200 USD	<input type="checkbox"/>
5 201-250 USD	<input type="checkbox"/>
6 MAS DE 251 USD	<input type="checkbox"/>
6.- ¿Actualmente tiene algún tipo de crédito?	
1 SI	<input type="checkbox"/>
2 NO	<input type="checkbox"/>
7.- ¿Cuándo ha solicitado un crédito, cual es el monto requerido?	
1 0-1.000 USD	<input type="checkbox"/>
2 1.001-5.000 USD	<input type="checkbox"/>
3 5.001-10.000 USD	<input type="checkbox"/>
4 10.001-20.000 USD	<input type="checkbox"/>
5 MAS DE 20.000USD	<input type="checkbox"/>
8.- ¿En que invertiría el crédito que solicita?	
1 VIVIENDA	<input type="checkbox"/>
2 VEHÍCULO	<input type="checkbox"/>
3 NEGOCIO	<input type="checkbox"/>
4 ESTUDIOS	<input type="checkbox"/>
5 TECNOLOGÍA	<input type="checkbox"/>
6 ALIMENTACIÓN	<input type="checkbox"/>
7 OTROS	<input type="checkbox"/>
Especifique:	

9.- ¿Qué institución financiera usted reconoce en el sistema cooperativista?

1	COAC CÁMARA DE COMERCIO	<input type="checkbox"/>	Especifique:.....
2	COAC SAN FRANCISCO	<input type="checkbox"/>	
3	COAC MUSHUC RUNA	<input type="checkbox"/>	
4	COAC KULLKY WASI	<input type="checkbox"/>	
5	COAC OSCUS	<input type="checkbox"/>	
6	OTRAS	<input type="checkbox"/>	

10.- ¿Cómo evalúa la calidad de los servicios que recibe en el sector financiero donde realiza sus depósitos o transacciones son?

1	EXCELENTES	<input type="checkbox"/>
3	BUENOS	<input type="checkbox"/>
4	REGULARES	<input type="checkbox"/>
5	MALOS	<input type="checkbox"/>

11.- Si invierte a plazo fijo ¿ Para cuánto tiempo lo haría?

1	1-3 MESES	<input type="checkbox"/>
2	4-6 MESES	<input type="checkbox"/>
3	7-9 MESES	<input type="checkbox"/>
4	10-12 MESES	<input type="checkbox"/>
5	13-15 MESES	<input type="checkbox"/>
6	MAS DE 16 MESES	<input type="checkbox"/>

12.- ¿Qué estrategias comunicacionales usted sugiere para conocer los servicios financieros que oferte una institución financiera?

1	Publicidad Radial	<input type="checkbox"/>	Especifique:.....
2	Publicidad Televisiva	<input type="checkbox"/>	
3	Publicidad escrita	<input type="checkbox"/>	
4	Redes Sociales	<input type="checkbox"/>	
5	Afiches	<input type="checkbox"/>	
6	Otros	<input type="checkbox"/>	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

.....
Firma del Encuestado

Anexo 2: Cuestionario



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS FORMACIÓN DUAL

Nombre del Encuestado: _____

Institución Financiera: _____

GUÍA DE ENTREVISTA

¿Qué opina usted acerca de la creación de una agencia de la Cooperativa Ambato en el cantón San Pedro de Pelileo?

¿Cuáles serían las ventajas y desventajas?

¿Qué ventajas competitivas tienen los productos financieros de la COAC Ambato Ltda?

¿Qué estrategias comunicacionales utiliza la institución financiera para incrementar la cobertura y posicionamiento en su mercado?

¿Qué características debe reunir el talento humano que se incorpore a la nueva agencia de la COAC Ambato Ltda.?

Gracias por su colaboración!



MANUAL DE USO
Y APLICACION DE MARCA

Introducción

Este manual de identidad corporativa responde a la necesidad de establecer una imagen adecuada a proyectarse en todo aspecto y momento por el que atraviese la marca, de una manera técnica y conceptualmente acertada, guiada a transmitir eficazmente la identidad visual de la marca COOPERATIVA AMBATO y así asegurar que el cliente interno – externo asimile de forma sencilla y positiva lo que su nombre representa, al momento de aplicar los elementos visuales que componen en toda su extensión ideológica y práctica, teniendo como resultado objetivo el impacto instantáneo de su imagen.

Dentro del mundo de la comunicación por parte de las Instituciones a nivel general, los procesos para presentar una Imagen Corporativa profesional y adecuada, cada vez se van tornando más rigurosos, para lo cual se presenta la necesidad de encomendar la misión a una empresa publicitaria que pueda guiar su proceso de evolución de manera técnica y COOPERATIVA AMBATO, no es la excepción. Motivo por el cual durante el desarrollo del presente documento se irán explicando literalmente los procesos en conjunto.

El entorno cooperativo y financiero en los últimos años ha venido en crecimiento empujado por diversas razones y circunstancias económicas en las que sobrellevar una estabilidad económica por parte de la población simplemente se ha transformado en una oportunidad de negocio para diferentes y diversos grupos con capacidad económica como para crear Instituciones Cooperativas y/o Financieras que puedan solventar dicha demanda, transformando de un concepto a la creación de Instituciones Cooperativas y/o Financieras grandes y pequeñas; Esto sin duda ha dado lugar a que la competencia publicitaria y comercial se torne teóricamente saturada ya que utilizando su imagen publicitaria acertada o no, cada marca invade el mercado con promociones, mensajes publicitarios agresivos o escuálidos, con el afán de captar más clientes dejando inclusive de lado la importancia de presentar ante el público como primer y fundamental paso una imagen corporativa profesional, amigable y de vanguardia, la misma que se identifique con el actual y futuro cliente o socio, logrando como beneficio conjunto en primera instancia que el cliente pueda decidirse por la marca con la que se sienta en empatía, se sienta seguro debido a su solidez y respaldado por

la atención recibida para con sus necesidades económicas o crediticias "UNA IMAGEN VALE MAS QUE MIL PALABRAS".

Hilando fino a cerca del refrán atrás citado, con entusiasmo se supo del manejo y proyección técnica y corporativa por parte del departamento de marketing propio de la marca COOPERATIVA AMBATO, quien emprende la misión sobre la necesidad de innovar a la marca e IMAGEN en todo aspecto, con la aprobación y liderazgo visionario por parte de sus altos ejecutivos, dejando constancia que esta misión será para éxito mientras se cuente con un grupo unido y guiados a un mismo OBJETIVO INSTITUCIONAL ineludible y de beneficio colectivo, mencionando de nuestro lado que el trabajo y proceso de EVOLUCION será minucioso en su estructura y concepto tanto visual como corporativo ya que el planteamiento como en todo proceso podría causar diferentes criterios y opiniones a nivel general pero con un adecuado manejo en su Marketing definitivamente se trasformara en un impacto positivo global a inmediato o corto plazo.

De esta manera se ha logrado desarrollar tras un proceso de diseño estudiado, planificado y desde su inicio mismo que se ha realizado sus procesos de evolución técnica que consideramos se debió dar a través de los años anteriores, llegando así a la propuesta que fue debidamente socializada y aprobada la que plasmamos en toda su extensión en le presente documento para traducir la personalidad de la Marca, dotándola de una imagen visual propia, única, vanguardista y bien diferenciada del resto.

Con el adecuado uso de los elementos de este manual se logrará preservar la identidad visual de la Institución y aumentar el grado de recuerdo simbólico de cada uno de sus elementos.

Los casos especiales o que ofrezcan dudas, deberán ser consultados directamente con la AGENCIA DE MEDIOS WA LATINOAMERICA autora del presente manual. El uso adecuado del logotipo e isotipo en todas las piezas de comunicación es fundamental para crear una imagen fuerte y duradera.

Por delante está la responsabilidad de cada uno de comprender este cambio, asumirlo y llevarlo adelante, esperando que este manual logre el objetivo para el cual fue creado.



MANUAL DE USO Y APLICACION DE MARCA

La Marca

El primer periodo de la marca **COOPERATIVA AMBATO** sin duda ha sido marcada por su constancia dentro del mercado cooperativo financiero dando lugar a un palpable conocimiento que paulatinamente se ha ido implantando en el inconsciente del público a pesar que ha dado diferentes procesos de manera involuntaria en cuanto al manejo conceptual de la misma, haciendo el ejercicio de menos a más; Es decir varias mentes con diferentes maneras de pensar y dirigir la aplicación de la misma, presentándose en sus inicios la inclinación de trabajo y rose ante un segmento social poblacional apuntado a una clase social, cultural y étnica indígena, así lo demuestra los estudios realizados en cuanto al manejo de su imagen publicitaria.

Pero esto fue solo el inicio ya que un factor definitivamente determinante ha dado lugar a que otros segmentos y nichos sociales se vayan interesando por establecer relaciones de cooperación con la marca y la respuesta para este cambio ha sido su nombre "AMBATO", el caso es muy particular ya que conceptualmente dicho nombre elegido para su creación por parte de sus visionarios corresponde a una Ciudad ancestralmente Cosmopolita, culturalmente alta, cuna de pensadores, letrados que inclusive han marcado la historia del Ecuador que hoy conocemos, tierra de aristócratas, Juan Montalvo, Juan León Mera, Luis a Martínez, solo por mencionar unos pocos, flores y frutas.

Desde luego la historia del Ambato antiguo a la actualidad ha cambiado pero aun así ese recuerdo todavía aunque no en gran escala se lo sigue recordando, pero para ventaja en este caso es solo un recuerdo ya que los niveles de evolución de las culturas y sociedades han ido dejando los paradigmas de lado hasta el siguiente paso dentro de las sociedades ya con pensamientos libres, incluyentes entre razas y étnias culturales, todos estos factores han marcado la historia de la marca hasta la actualidad en la que los resultados han comprobado que más de la mitad de los socios de la institución pertenecen a un nicho social de clase media con sus variantes

ascendentes y descendentes estadísticamente medidos, racialmente mestizos que de la mano se han ido incluyendo con el sector racialmente indígena siendo un factor indirecto pero beneficioso para sí mismos y la sociedad.

Según el exhaustivo análisis y conclusiones realizados por los especialistas que lideran este cambio de imagen, es el momento ideal e histórico institucionalmente hablando para pasar de una marca con identidad cerrada a un positivo cambio que dará lugar a el posicionamiento de una gran marca con las puertas abiertas a una sociedad expansiva y así trabajar de forma incluyente con igualdad de condiciones y oportunidades de cooperación de quien así lo necesite.

Es por ello que los nuevos parámetros creativos, conceptuales y de estructura en su imagen se tornaran completamente atractivos ya que lograremos posesionar una imagen de marca más simplificada en su estructura, con un significado más amigable en su diseño, atractivo, ecléctico y de fácil apreciación a primera vista, que dará lugar a la posesión de un nuevo concepto profesional y responsable, pero sin dejar a un lado las fortalezas y el espíritu que la marca **COOPERATIVA AMBATO** ha conservado en concepto, sus elementos básicos que se han posesionado entre la psicología del público, características que se verán desarrolladas en el presente manual de Imagen Corporativa.

Presentamos ante todos una propuesta de innovación y cambio evolutivo de la presente marca, la misma que presenta una sofisticación y actualización imperiosa en su estructura de diseño, mantiene su espíritu y concepto propios desde su creación, lo que dará lugar a su efectivo entendimiento, familiaridad y empatía ante el resto ya que ha dado un giro progresista, libre pero simplificado que una vez aplicable en todo momento será capaz de seguir representando el apoyo, compromiso y solidez, características propias en la naturaleza estructural en si de la marca.



MANUAL DE USO Y APLICACION DE MARCA



EL COOPERATIVISMO

Por lo general representado gráficamente y de forma directa por las manos en forma de círculo, árboles juntos o por esferas, un simbolismo propio e influyente que de manera visual se familiariza con el espectador e invita a ser partícipe de mencionado concepto y que tiene como objetivo consolidar la ayuda y apoyo propio de entidad que utiliza esta manera de mostrar su solidez ante la sociedad.



MANUAL DE USO Y APLICACION DE MARCA



LAS MANOS.

Desde su concepción inicial, las manos representan un papel protagónico dentro de la imagen de la marca, por su repetitividad conceptual ya que en el isotipo se la encuentra dentro del círculo de la familia, en un piso verde y cielo azul infinito como catapulta para la prosperidad y abundancia representado por su imagen característica, que finalmente protege a las siglas CA. Ahora se presenta el mismo concepto pero más simplificado en la imagen evolucionada, que a pesar de no presentarse gráficamente de forma directa a primera apreciación el isotipo indirectamente hace llegar esa percepción de ayuda apoyo y protección.



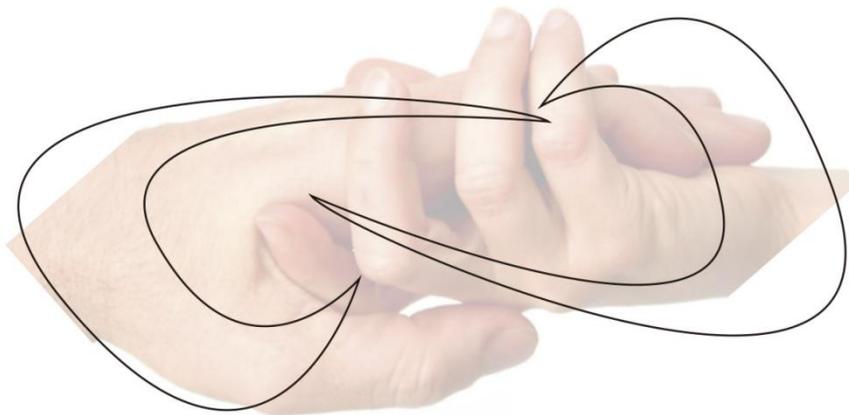
Símbolo.

Signo que establece una relación de identidad con una realidad, generalmente abstracto, a la que evoca o representa. Este sistema funciona a base de la asociación de ideas que promueven los símbolos y de las redes de éstos que van surgiendo.

LAS MANOS

Representa gran parte del concepto de la marca ya que en primera instancia significa el apoyo que la marca está dispuesta a brindar a sus socios y clientes, características subliminales que se aprecian en el isotipo en primera instancia sumado al movimiento de curvatura que representa al círculo familiar y protección que deseamos que se sobreentienda, de esta manera mostramos simplificación y simplicidad ya que hemos eliminado en su mayoría la carga de elementos que a la postre fueron innecesarios.

Estos factores visuales y conceptuales sin duda serán sinónimos de crecimiento para la marca en todo aspecto ya que en conjunto ayudarán a presentar una IMAGEN CORPORATIVA más limpia, con mejor y rápida asimilación por parte del público y agradable a simple vista ya que no necesariamente se tienen que ver explícitos los elementos gráficos como las manos o el círculo familiar, sino que el cerebro del espectador simplemente realizara la asociación perceptiva de las figuras que están plasmadas de forma implícita



LA PIRAMIDE

A principios de 1970, muchas revistas prestigiosas como Time, Esquire, Psychic Observer, etc..., publicaron artículos sobre "el poder de las pirámides". El efecto de la pirámide es un fenómeno complejo, pues captura y amplifica la energía cósmica, que se relaciona con el campo magnético y geo eléctrico, un tipo de concentrador de ondas gravitacionales o, en una forma muy general, un flujo de energía que mueve las partículas elementales, transformándolos.

EL PODER DE LAS PIRÁMIDES

Los egipcios vieron en la pirámide como un **SÍMBOLO ESPIRITUAL**, porque su forma dirige la energía electromagnética que rodea la tierra y que a su vez forman las estrellas y planetas. Las Grandes Pirámides fueron construidas por todo el mundo en la antigüedad, no sólo en Egipto, sino también en China, América Central y, posiblemente, otros lugares que todavía no han sido descubiertos.

El campo de energía en la forma de la pirámide puede actuar como un vórtice, facilitando así la **comunicación e interacción** con otras dimensiones espirituales.

En este caso la simbología implícita que se demuestra en la estructura del diseño de la **IMAGEN CORPORATIVA**, se convierte claramente en un factor de provecho para la implementación del mensaje que la marca pretende implantar, adicionando el significado de progreso, eliminación de barreras ya que el cielo es el límite, para la utilización de la imagen en cuanto a la parte comunicacional de la marca.





LA LINEA DE PISO

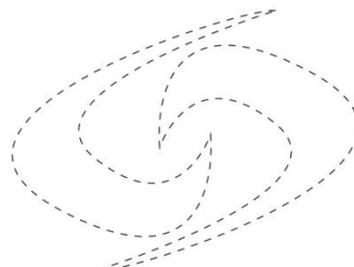
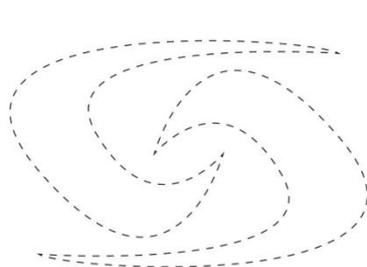
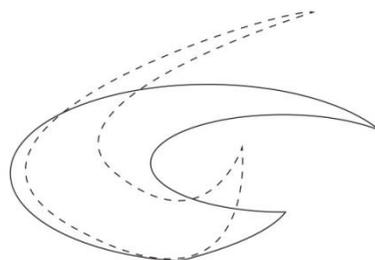
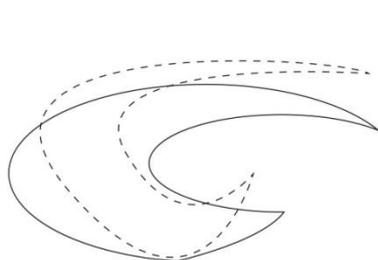
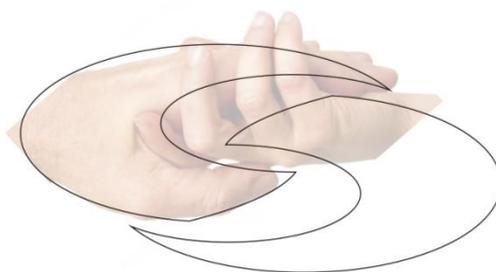
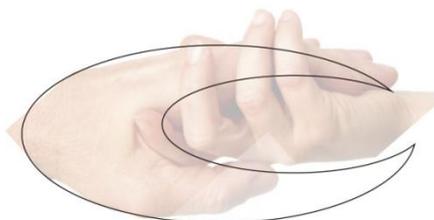
En todo aspecto de las cosas, sentidos y significados, todo elemento ya sea en la vida cotidiana o en el contexto de la imagen que cada empresa plantea, es la utilización de un piso, un soporte o base, en el caso de la IMAGEN CORPORATIVA para COOPERATIVA AMBATO, se plantea la misma lógica, un piso sólido, conceptualmente representado por la línea de color magenta, color que asociamos con la compasión, la ayuda y la bondad, de positiva asimilación, color corporativo y que además divide al logotipo del lema el mismo que tiene como objetivo identificar plena y directamente la razón de la actividad que propone ante el público.

Los mencionados factores en conjunto dan como resultado una marca estéticamente eficiente, de impacto inmediato y positivo, funcional y que finalmente denota orden e igualdad de protagonismo entre sus elementos y significados.

AHORROS · INVERSIONES · CREDITOS



Secuencia gráfica de la construcción del isotipo



MANUAL DE USO Y APLICACION DE MARCA

COOPERATIVA AMBATO
COOPERATIVA AMBATO
cooperativa ambato
COOPERATIVA AMBATO
COOPERATIVA AMBATO
COOPERATIVA AMBATO
COOPERATIVA AMBATO



AHORROS · INVERSIONES · CREDITOS

Por lo general al identificador técnicamente se lo puede conocer o ubicar como el lema, el cual es un conjunto de frases que dan el sentido de identidad a nivel de lenguaje la misma que conceptualmente habla de la naturaleza de lo que la Institución ofrece al público, Ejemplo: Estamos aquí, Banco Guayaquil... Lo mejor esta por venir.

Para este caso en específico y en base a los estudios y análisis realizados exclusivos para la marca, hemos llegado a la conclusión; **describir los servicios como lema** con el fin de evitar confusiones gramaticales con otras marcas que a pesar de tener el mismo nombre no proveen el mismo tipo de servicios; en un sentido objetivo queremos que el público llegue siempre a estar consiente a través de cada mensaje sea este de cualquier índole que, Cooperativa Ambato es AHORROS · INVERSIONES · CREDITOS.

En futuras evoluciones de la marca y dado el estado de madures institucional de la misma y finalmente tras lograr un nivel de posicionamiento como Marca Institucional se podrá dar paso a nuevas y creativas ideas de identificadores o lemas.



Los Colores Corporativos



Pantone 299

C	100	R	0
M	50	G	97
Y	0	B	163
K	10		

El azul: Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo. Cuanto más se clarifica más pierde atracción y se vuelve indiferente y vacío. Cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito.

Azul: La lealtad, la justicia, la fidelidad. La buena reputación y la nobleza.

Psicológicamente nos hace sentir tranquilos y protegidos, ejerce como un fuerte sedante sobre la mente, permitiéndonos conectar con nuestra parte femenina e intuitiva.

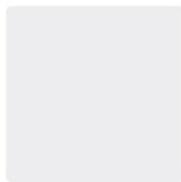
Si aplicamos dicho color con las características técnicas precisas, el resultado será un simbolismo institucional para la solidez y confianza, características que conceptualmente se ha presentado en la marca desde el inicio, pero dentro de nuestras consideraciones creativas, técnicas y conceptuales la utilizaremos de un modo distinto, dando movimiento y dinamismo en su isotipo dejando la puerta abierta y sin barreras para que logre proyectarse de forma original ante el público.



Pantone 126

C	10	R	0
M	100	G	76
Y	0	B	139
K	10		

El Magenta: Es un color espiritual, pero también con alusiones prácticas, asociadas con la compasión, la ayuda y la bondad, de positiva asimilación, color corporativo que tiene como palabras claves la entrega, ayuda, bondad, tranquilidad, creatividad, independencia, dignidad y serenidad.



C	0	R	237
M	0	G	238
Y	0	B	240
K	10		

Un color agradable al gusto, que llama la atención y un excelente compañero al momento de convivir con el color azul, su mezcla en esta nueva imagen corporativa dará como resultado al perfecto compañero y proveerá de piso al lema identificativo de la marca.



MANUAL DE USO Y APLICACION DE MARCA

COOPERATIVA AMBATO

Una tipografía única y con personalidad, incomparable e inconfundible, de fácil lectura y con versatilidad apropiada y con la fortaleza necesaria como para sobresalir en cualquier circunstancia

HELVETICA NEUE

aQ
CONDENSED BOLD
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
CONDENSED BLACK
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 ULTRA LIGHT
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 ULTRA LIGHT ITALICA
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 THIN
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 THIN ITALICA
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 LIGHT
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 REGULAR
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 ITALICA
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 MEDIUM
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

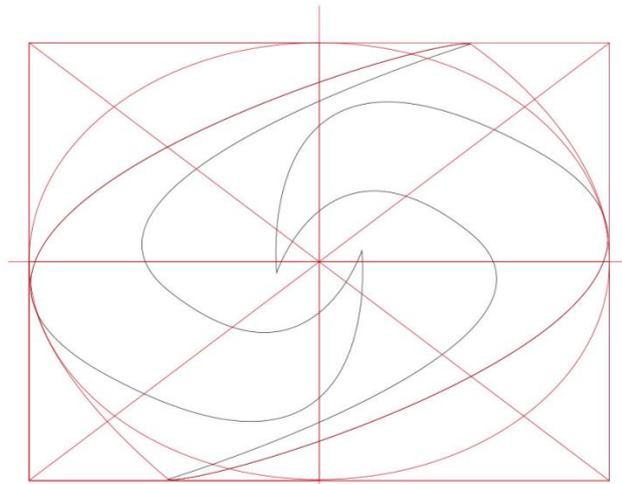
aQ
 MEDIUM ITALICA
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"

aQ
 BOLD
 FORMATION SANS REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!".\$%&/()=?_¿+`ç,.-`*"



Construcción de la marca

A continuación se detalla las guías de construcción generales, márgenes, espacios y proporciones para la relación entre el isotipo y el logoletras, en disposición horizontal y vertical, como base de origen para todas las versiones a generarse.



COOPERATIVA AMBATO
AHORROS · INVERSIONES · CREDITOS



MANUAL DE USO Y APLICACION DE MARCA

Construcción de la marca



MANUAL DE USO Y APLICACION DE MARCA

Escala de Gris

Se recomienda reducir el tono de color gris desde el 60% hasta el 10% en su escala original o transparencia.

De hacer lo contrario en su porcentaje superior e inferior el concepto perdería el manejo adecuado en su estilo dentro de todas las aplicaciones y sub aplicaciones venideras.



Anexo 4: Fotografías de Investigación de Campo



