



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FERNANDO DAQUILEMA LTDA, EN EL CANTÓN DURÁN PROVINCIA DEL GUAYAS.

TUTOR

MG. GUIDO MESÍAS MANTILLA BUENAÑO

AUTORES

ERIKA PAULINA CHUQUI CHUMA

JESSICA MARIBEL YAGUACHI JANETA

GUAYAQUIL-ECUADOR

2020



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el Cantón Durán Provincia del Guayas.		
AUTOR(ES):	Erika Paulina Chuqui Chuma Jessica Maribel Yaguachi Janeta		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES):	Mg. Guido Mesías Mantilla Buenaño		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	ADMINISTRACIÓN		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	ING. COMERCIAL		
GRADO OBTENIDO:	ING. COMERCIAL		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2020	No. DE PÁGINAS:	144
ÁREAS TEMÁTICAS:	Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Cooperativa, economía de la empresa, cambio organizacional, tamaño de la empresa		

RESUMEN/ABSTRACT:

El presente trabajo trata sobre el estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de cooperativa de ahorro y crédito a partir del análisis de elementos financieros, técnicos, ambientales como parte de un proceso investigativo que destaca sobre el estudio de factibilidad como un método indispensable para el desarrollo de nuevas inversiones en este caso tomando como referencia el sector financiero donde participan las cooperativas de ahorro y crédito, siendo así que se planteó una metodología descriptiva en el que se tomaron bases históricas de la banca en Ecuador y el caso de estudio para la creación de una agencia de cooperativa de ahorro y crédito Fernando Daquilema en el cantón Duran.

Los resultados a partir de un estudio de campo realizado en el cantón Durán, provincia del Guayas, país Ecuador reflejaron que el 49,6% acceden a los servicios financieros de las cooperativas de ahorro y crédito, donde el 37,6% busca acceder a créditos con bajas tasas de interés, siendo el microcrédito el que un 40,2% desea obtener para un emprendimiento.

El 57,2% consideran que la ubicación de la agencia debe ser en el centro de Durán y la información desean que sea en un 37,6% a través de las redes sociales.

Con el estudio de factibilidad realizado la inversión fue USD 50.578,96 donde el 30% es capital propio y el 70% financiamiento externo que proyecta ingresos en el primer año de USD 160.675,87 dólares con una utilidad de USD 33.588,34. Un TIR del 70,8% con una recuperación del capital en 1 año, 5 meses y 21 días con un WACC del 10,07% y un VAN de USD 108.423,13.

ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: 0960610326 0979455775	E-mail: echuquic@ulvr.edu.ec jyaguachij@ulvr.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Ph.D. Ing. Com. Rafael Iturralde Solórzano, (Decano) Teléfono: (04)2596500 Ext. 201 E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec MSc. Oscar Machado Álvarez, (Director de Carrera) Teléfono: (04)2596500 Ext. 203 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

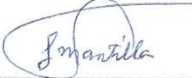
Estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA. en el cantón Durán Provincia del Guayas

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%	7%	1%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	docplayer.es Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
3	Submitted to Instituto Madrilenio de Formacion Trabajo del estudiante	1%
4	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	1%
5	www.seps.gob.ec Fuente de Internet	1%
6	dspace.udla.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	www.uv.mx	


Mg. Guido Mantilla
Buenaño
Cl. 0913057881
Profesor tutor

Fuente de Internet

1%

9

Submitted to EP NBS S.A.C.

Trabajo del estudiante

1%

Excluir citas

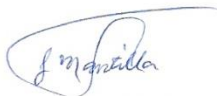
Apagado

Excluir coincidencias

< 1%

Excluir bibliografía

Apagado



Mg. Guido Mantilla Buenaño
CI. 0913057881
Profesor tutor

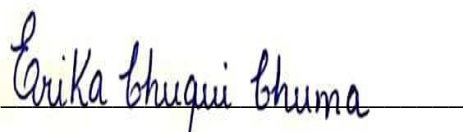
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes egresadas ERIKA PAULINA CHUQUI CHUMA y JESSICA MARIBEL YAGUACHI JANETA, declaran bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y se responsabilizan con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cede sus derechos de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente en el Ecuador.

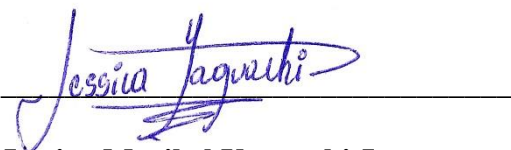
Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FERNANDO DAQUILEMA LTDA, EN EL CANTÓN DURÁN PROVINCIA DEL GUAYAS”.

Autoras



Erika Paulina Chuqui Chuma

C.I. 093145792-3



Jessica Maribel Yaguachi Janeta

C.I. 060495945-2

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FERNANDO DAQUILEMA LTDA, EN EL CANTÓN DURÁN PROVINCIA DEL GUAYAS”, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FERNANDO DAQUILEMA LTDA, EN EL CANTÓN DURÁN PROVINCIA DEL GUAYAS”, presentado por las estudiantes ERIKA PAULINA CHUQUI CHUMA y JESSICA MARIBEL YAGUACHI JANETA como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Ingeniero Comercial, encontrándose aptas para su sustentación.

Firma:



Mg. Guido Mantilla Buenaño

C.I. 091305788-1

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, mi gratitud y amor infinito a Dios por brindarme vida y salud por darme la fuerza para seguir adelante y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. Segundo, agradezco a mis padres Manuel Chuqui y Rosana Chuma que me brindaron su amor, esfuerzo y apoyo incondicional en todos estos años gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

Erika Paulina Chuqui Chuma

Agradezco infinitamente a Dios por su amor, misericordia y bendición en mi vida por darme la dicha de culminar uno de mis objetivos.

A mis padres queridos por siempre creer en mí y apoyarme moral y económicamente durante toda mi trayectoria de estudio y a través de sus consejos sembraron una semilla en mí.

A mis hermanos por siempre motivarme a no renunciar mi sueño.

Agradezco a mi tutor Mg. Guido Mesías Mantilla Buenaño por la paciencia infinita y por compartir sus conocimientos durante la elaboración de la tesis.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema, por darme la oportunidad de poder realizar la tesis en esta entidad.

Jessica Maribel Yaguachi Janeta

DEDICATORIA

Esta Tesis está dedicada a Dios y a mis Padres por haber sido mi guía a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida, también a una persona muy especial que durante estos años de carrera siempre me estuvo alentando con sus palabras y ser mi motivación FE.

Erika Paulina Chuqui Chuma

La culminación del presente trabajo le dedico al ser más supremo Dios, por darme la sabiduría, inteligencia y entendimiento para poder cumplir uno de mis objetivos soñados, por haberme cuidado a lo largo de mi trayectoria de estudio, todo lo que tengo y lo que soy es gracias a él.

A mis adorables padres **Manuel Yaguachi** y **Rosa Janeta** por haberme brindado el apoyo incondicional quienes han sido el motor principal de mi vida, sin el apoyo de ustedes no podría haber alcanzado este sueño, los amo mucho gracias por ese ánimo y por esa inspiración de no rendirme jamás ante cualquier tipo de adversidad son mi orgullo y esto no es mi logro es el logro de nosotros.

A mis hermanos más preciados **Alejandro** y **Nathaly** por su apoyo moral del día a día.

Como no dedicarle a mi mejor amigo **Iván** por ser la persona más fiel que pude haber encontrado en mi vida, como olvidarme esos sabios consejos y palabras de motivación ¡Con paciencia se puede lograr todo!, sé que estas muy feliz al verme cumplir mi objetivo.

Jessica Maribel Yaguachi Janeta

ÍNDICE GENERAL

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1. Tema.....	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Sistematización.....	5
1.4. Objetivos de la investigación.....	5
1.4.1. Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos	6
1.5. Justificación de la investigación	6
1.6. Delimitación de la investigación	7
1.7. Idea a defender.....	8
1.8. Línea de investigación	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes de la investigación.....	9

2.2. Marco Teórico-Referencial.....	9
2.2.1. Generalidades sobre las Cooperativa de Ahorro y Crédito.....	9
2.2.1.1. Diferencia de Cooperativa de Ahorro y Crédito y Banco	11
2.2.1.2. Servicios que ofrecen las Cooperativas de Ahorro y Crédito	12
2.2.1.3. Cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”	14
2.2.2. Estudio de factibilidad	15
2.2.2.1. Tipos de factibilidad.....	16
2.2.2.2. Definición de objetivos de un Estudio de Factibilidad	17
2.2.2.3. Etapas o fases de un estudio de factibilidad.....	17
2.2.3. Estructura y Diseño Organizacional	19
2.2.3.1. Tipos de estructuras organizacionales.....	19
2.2.3.2. Estructura organizacional y clima de trabajo	21
2.2.3.3. El Organigrama	22
2.2.3.4. Características del Organigrama como parte de la estructura organizacional .	23
2.2.4. Estudio de mercado.....	23
2.2.4.1. Generalidades del estudio de mercado	23
2.2.4.2. Estrategias de marketing	24
2.2.4.3. Estudio del público objetivo o target.....	25
2.2.4.4. Publicidad.....	26
2.2.5. Estudio de factibilidad financiera	28
2.2.5.1. Estructura financiera	28
2.2.5.2. Indicadores financieros: VAN, TIR, WACC, PAYBACK, ROE	29
2.2.5.3. Diferencia entre TIR y ROE.....	34
2.2.5.4. Evaluación financiera: Determinación de ingresos y egresos.....	35
2.3. Marco Conceptual.....	36
2.4. Marco Legal.....	37
2.4.1. Constitución de la República del Ecuador	37

2.4.2. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular Solidario.....	38
2.4.3. Norma para la segmentación de las entidades del sector financiero popular y solidario	40
2.4.4. Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI).....	40
CAPÍTULO III	41
METODOLOGÍA.....	41
3.1. Diseño de la investigación.....	41
3.2. Tipos de investigación	41
3.2.1. Investigación descriptiva	41
3.2.2. Investigación documental	42
3.3. Enfoque de la investigación.....	43
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación	43
3.5. Fuentes de investigación.....	44
3.6. Población y muestra.....	44
3.7. Análisis de los resultados de la encuesta	46
3.8. Análisis de la entrevista realizada al Coordinador Zonal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”	61
3.8.1. Análisis general de la entrevista	63
CAPÍTULO IV	65
PROPUESTA	65
4.1. Justificación.....	65
4.1.1. Factibilidad de su aplicación	65
4.2. Descripción.....	66
4.2.1. Análisis del sector.....	67
4.2.2. Análisis FODA	77
4.3. Estructura organizacional	79
4.4. Marketing Mix.....	85

4.5. Estudio técnico	87
4.5.1. Macro localización	87
4.5.2. Plano del lugar	85
4.5.3. Recursos y equipos	86
4.5.4. Impacto ambiental	87
4.6. Factibilidad financiera	88
4.6.1. Inversión inicial	88
4.6.2. Depreciación de activos	89
4.6.3. Capital de trabajo y financiamiento	90
4.7. Costos y gastos	91
4.8. Estados Financieros proyectados 5 años	95
4.9. Ingresos proyectados	97
4.10. Flujo de efectivo proyectado	99
4.11. Indicadores financieros	99
4.12. Escenarios financieros	102
4.13. Análisis de sensibilidad	104
4.14. Conclusiones	105
4.15. Recomendaciones	106
Bibliografía	107
ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diferencia entre Cooperativas y Bancos	11
Tabla 2. Segmentos de las unidades (considerando los niveles de activos)	40
Tabla 3. Población	44
Tabla 4. Parroquia.....	47
Tabla 5. Grupo etario (Edad)	47
Tabla 6. Instituciones financieras	49
Tabla 7. Uso de algún servicio financiero	50
Tabla 8. Beneficios	51
Tabla 9. Crédito o préstamo.....	52
Tabla 10. Cooperativa “Fernando Daquilema”	53
Tabla 11. Cliente.....	54
Tabla 12. Depósitos	56
Tabla 13. Tipo de crédito.....	57
Tabla 14. Ubicación de agencia.....	58
Tabla 15. Ubicación.....	59
Tabla 16. Medios de comunicación	60
Tabla 17. Variación anual de activos en el sector financiero	68
Tabla 18. Inversiones registradas por el sistema financiero	70
Tabla 19. Estructura improductiva del crédito 2019	75
Tabla 20. Estructura improductiva del crédito 2019 (morisdad).....	76
Tabla 21. Evolución del crédito productivo empresarial 2015 – 2019.....	77
Tabla 22. Análisis FODA	78
Tabla 23. Funciones y responsabilidades del Gerente de oficina	79
Tabla 24. Funciones y responsabilidades del Supervisor operativo	80
Tabla 25. Funciones y responsabilidades del Asesor de negocios	81
Tabla 26. Funciones y responsabilidades del Auxiliar general	82
Tabla 27. Funciones y responsabilidades del Cajero.....	83
Tabla 28. Funciones y responsabilidades del Auxiliar de servicio al cliente	84
Tabla 29. Recursos y equipos	86
Tabla 30. Recursos y equipos	87
Tabla 31. Recursos y equipos	88
Tabla 32. Inversión inicial	89

Tabla 33. Depreciación de activos.....	89
Tabla 34. Fuente de financiamiento.....	90
Tabla 35. Datos del financiamiento	90
Tabla 36. Amortización del préstamo (anual)	91
Tabla 37. Costos y gastos	91
Tabla 38. Sueldos y beneficios	92
Tabla 39. Costos y gastos	95
Tabla 40. Estado de Pérdidas y Ganancias	96
Tabla 41. Ingresos proyectados	97
Tabla 42. Flujo de efectivo proyectado de la inversión.....	99
Tabla 43. Indicadores financieros.....	99
Tabla 44. WACC	100
Tabla 45. Cálculo del TMAR INV	100
Tabla 46. Tiempo de recuperación de la inversión.....	101
Tabla 47. Escenario neutral, optimista y pesimista	102
Tabla 48. Resumen del escenario de ingresos y gastos	103
Tabla 49. Análisis de sensibilidad	104

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Oferta de microcréditos por Cooperativas de Ahorro y Crédito en el cantón Durán	4
---	---

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Localización de Agencia de Cooperativa de Ahorro y Crédito	7
Figura 2. Género	47
Figura 3. Edad	48
Figura 4. Instituciones Financieras	49
Figura 5. Servicio Financiero	50
Figura 6. Beneficios.....	51
Figura 7. Crédito o préstamo	52
Figura 8. Cooperativa “Fernando Daquilema”	53
Figura 9. Cliente	55
Figura 10. Depósitos.....	56
Figura 11. Tipo de crédito	57
Figura 12. Ubicación de agencia	58
Figura 13. Ubicación de agencia	59
Figura 14. <i>Medios de comunicación</i>	60
Figura 15. Desarrollo de los Activos en la Banca. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)	68
Figura 16. Evolución de las cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador, periodo 2015 - 2019. Tomado de la Superintendencia de Bancos del Ecuador- (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2019).....	69
Figura 17. Composición del patrimonio técnico bancario. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020).....	71
Figura 18. Destino del Crédito periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020).....	72
Figura 19. Cartera comercial por vencer periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)	73
Figura 20. Crédito consumo por vencer periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)	74
Figura 21. Crédito Microcrédito por vencer, periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)	74

Figura 22. Morosidad de créditos, periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020).....	76
Figura 23. Organigrama de la Agencia Durán Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”.....	79
Figura 24. Publicidad en redes sociales de la Agencia Durán Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”.....	86
Figura 25. Publicidad en redes sociales # 2 de la Agencia Durán Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”.....	86
Figura 26. Ubicación Geográfica de la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”; Fuente: Google Maps.	87
Figura 27. Fotografía del Centro Comercial Plaza Coronel en el Centro de Durán.....	87
Figura 28. Plano de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” en el Centro de Durán – Centro Comercial Plaza Coronel.	85

INTRODUCCIÓN

Las cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador han sido representativas en el desarrollo de los servicios financieros, porque se enfocan en un público objetivo específico, que son los emprendedores y personas de bajos recursos que buscan tener acceso a medios de financiamiento para llevar adelante una idea de negocio. Debido a esto, es notable que cada vez aumenten la presencia de estas instituciones financieras a nivel nacional, lo que representa un factor para hacer el estudio de factibilidad que demuestre que viable y rentable es abrir una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” en el cantón Durán.

Esta cooperativa de ahorro y crédito ha logrado un crecimiento significativo a nivel nacional, donde tiene la misión de apoyar a los agricultores y comerciantes a tener la posibilidad de recibir un crédito para el desarrollo de emprendimientos, ampliación de las operaciones u otro fin determinado.

El presente proyecto de titulación empieza con el Capítulo I que es el diseño de la investigación, donde se abordan los antecedentes acerca de la problemática cuyo eje central es la necesidad de los habitantes del cantón Durán de contar con una cooperativa de ahorro y crédito que proporcione facilidades para el acceso a créditos, con bajas tasas de interés y amplios plazos para el pago de sus obligaciones. Conforme con esto se determinaron los objetivos a partir de la sistematización, así como los justificativos que exponen las razones por las que se llevó a cabo el estudio de factibilidad.

Luego se dio paso al Capítulo II que recopila diferentes teorías, conceptualizaciones y elementos legales relacionados con el estudio de factibilidad para proporcionar conocimientos acerca de los elementos que deben abordarse en el análisis de la viabilidad técnica, de mercadeo, organizacional y financiera para el desarrollo de una inversión.

En el Capítulo III se detalló la metodología y presentación de los resultados de la investigación en base a un enfoque mixto donde se aplicaron encuestas y entrevistas para conocer los deseos de los habitantes del cantón Durán sobre los servicios financieros que debe ofrecer una cooperativa de ahorro y crédito para que se decidan en ser usuarios, así

como los requisitos para la apertura de una agencia, recomendaciones en cuanto a recursos, nómina, entre otros.

Finalmente, el Capítulo IV es la propuesta del estudio de factibilidad que establece los lineamientos para la apertura de una agencia de la cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” en el cantón Durán, provincia del Guayas, así como las estrategias de marketing, los recursos técnicos y humanos, culminando con el análisis financiero para demostrar la viabilidad de la inversión.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Tema

Estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el cantón Durán provincia del Guayas.

1.1. Planteamiento del problema

En el Sistema Financiero Nacional del Ecuador las Cooperativas de Ahorro y Crédito han representado un papel importante en el acceso a productos financieros para las personas con el fin de realizar algún tipo de operación como es la apertura de cuentas de ahorro, solicitud de préstamos, depósitos o transferencias, entre otros. Además, de acuerdo con la Superintendencias de Bancos y Seguros hasta el 2018 han representado más del 50% del financiamiento para emprendimientos o microempresas (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2019).

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Ecuador son de un total de 887 aproximadamente, que registra un promedio de USD 8.300 millones de dólares de activos asociados a 4.700.000 socios o usuarios que acceden a este tipo de entidades financieras para ahorrar o realizar algún tipo de operación financiera (ASOBANCA, 2019). El crecimiento de las cooperativas se asocia por ser el principal ente donde acuden las personas para el acceso a microcréditos debido a la flexibilidad de los requisitos que se exigen a diferencia de la banca tradicional que mantiene una política que genera barreras para segmentos específicos como por ejemplo familias de bajos recursos económicos.

Entonces, por sus facilidades en el acceso a microcréditos, productos financieros, facilidades de apertura de cuentas, entre otros criterios han llevado a que las Cooperativas de Ahorro y Crédito tengan un mayor crecimiento en el Sistema Financiero en Ecuador. Por lo que la apertura de nuevas agencias son parte de las metas de estas entidades financieras para captar clientes nuevos y cubrir áreas geográficas donde exista una alta demanda de servicios financieros.

Existen diferentes Cooperativas de Ahorro y Crédito que ofrecen diversos productos y servicios financieros de acuerdo con el tipo de actividad o fin que buscan, entre ellos constan los siguientes:

<i>Cooperativa Daquilema</i>				<i>Cooperativa Dolorosa</i>			
Productos	Monto del Préstamo	Tasa de Interés	Plazo	Productos	Monto del Préstamo	Tasa de Interés	Plazo
Microcrédito	Desde 15.001 Hasta 60.000	20%	60 meses	Microcrédito	Hasta 10.000	22,62%	36 meses
Vivienda	Hasta 30.000	10,70%	180 meses	Vivienda	Desde 10.000 Hasta 50.000		60 meses

<i>Cooperativa D-MIRO</i>				<i>Cooperativa JEP</i>			
Productos	Monto del Préstamo	Tasa de Interés	Plazo	Productos	Monto del Préstamo	Tasa de Interés	Plazo
Microcrédito	Desde 10.000 Hasta 22.000	21%	36 meses	Microcrédito	No existe monto mínimo a solicitar	20%	
Vivienda				Vivienda	Hasta 300.000	10,50%	

Ilustración 1. Oferta de microcréditos por Cooperativas de Ahorro y Crédito en el cantón Durán

Fuente: Cooperativas de Ahorro y Crédito (2019)

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA. Tiene su matriz en Riobamba y que a nivel nacional hasta el 2018 registra un total de 15 agencias que se distribuyen en los cantones de: Riobamba (2), Ambato (1), Guayaquil (2), Quito (3), Guamote (1), Alausí (1), Santo Domingo (1), La Libertad (1), Machala (1), Cañar (1) y Latacunga (1) (Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema, 2019). Es una entidad que dentro de sus principales actividades se enfoca en la intermediación financiera bajo políticas de responsabilidad social que tiene como misión el desarrollo económico de los socios a partir de una gestión transparente y profesional.

De la información de la cooperativa es evidente que en Durán no cuenta con una agencia donde los socios puedan acudir para realizar algún tipo de intermediación financiera u operación específica lo que provoca que tengan que acudir a Guayaquil siendo una distancia geográfica que puede resultar compleja con relación al tiempo y movilización que provoca molestias y esta sería la necesidad de que la entidad tenga su agencia en el cantón.

Por lo tanto, la presente investigación se centra en el desarrollo de un estudio de factibilidad que busca demostrar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA. Obtenga beneficios con la apertura de una agencia en el cantón Durán como elemento para la captación de nuevos socios y mantener a aquellos que cuenta actualmente pero que al vivir en dicho cantón requieren de una agencia donde acudir de forma inmediata y sin necesidad de dirigirse a otra ciudad.

1.2. Formulación del problema

¿Será factible la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el cantón Durán provincia del Guayas?

1.3. Sistematización

- ¿Por qué es importante realizar un estudio de factibilidad para la apertura de una cooperativa de ahorro y crédito?
- ¿Qué factores influyen a nivel técnico y legal para la creación de una Agencia de Cooperativa de Ahorro y Crédito?
- ¿Cuál es la demanda de servicios financieros ofrecidos por Cooperativas de Ahorro y Crédito en el cantón Durán, provincia del Guayas?
- ¿Cuáles serían los costos y beneficios que permitan la creación de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el cantón Durán?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el cantón Durán provincia del Guayas.

1.4.2. Objetivos específicos

- Investigar sobre el estudio de factibilidad para la apertura de una agencia bancaria mediante la revisión bibliográfica y documental.
- Determinar los elementos técnicos y legales que rigen en el desarrollo de las cooperativas de ahorro y crédito.
- Realizar un estudio de mercado para la estimación de la demanda de servicios financieros de cooperativas de ahorro y crédito en el cantón Durán, provincia del Guayas.
- Establecer los costos y beneficios financieros para la creación de una agencia de la cooperativa.

1.5. Justificación de la investigación

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito compiten en el Sistema Financiero nacional mediante la intermediación financiera ofreciendo a sus socios diferentes productos y servicios como microcréditos que han sido notables en el desarrollo microempresarial y emprendimientos en Ecuador. Debido a esto, la necesidad de realizar una investigación que permita determinar lo factible que es la creación de una agencia de cooperativa de ahorro y crédito en el cantón Durán que influya en la toma de decisión por parte de la gerencia de Fernando Daquilema LTDA, para la ejecución del proyecto. Además, dicho trabajo reflejará información cuya importancia pueda servir como un aporte teórico y documental sobre nuevos datos que reflejen la demanda y necesidades de las personas sobre este tipo de entidades financieras.

El crecimiento de las Cooperativas de Ahorro y Crédito hacen necesario el desarrollo de nuevos estudios que sirvan como herramienta para generar conocimientos sobre la demanda de los servicios que ofrecen y su factibilidad de aperturar alguna agencia en un espacio geográfico donde no existen estas entidades o sea baja la competencia de la banca tradicional, siendo un elemento que motivó a ejecutar un procedimiento investigativo que se enfoque en cumplir con los objetivos específicos planteados para demostrar que la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el cantón Durán provincia del Guayas permitirá captar nuevos socios, colorar fondos para

que los socios existentes puedan acudir a realizar las operaciones específicas y otorgar nuevas fuentes de empleo.

Por lo tanto, se justifica el desarrollo del estudio de factibilidad teniendo en cuenta que la población del cantón Durán carece de alguna agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA. Donde los socios existentes en el país puedan beneficiarse en relación tiempo-distancia y a su vez para la captación de nuevos usuarios que requieran de los servicios de estas entidades que conforman el Sistema Financiero ecuatoriano para el depósito de dinero, acceso a créditos de consumo o productivos, transferencias, entre otras modalidades que incluya dicha cooperativa y así cumplir con las necesidades del segmento objetivo.

1.6. Delimitación de la investigación

Campo: Administrativo

Área: Financiera

Aspecto: Estudio de Factibilidad

Contexto: Habitantes del cantón Durán, provincia del Guayas

Tema: Estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el cantón Durán provincia del Guayas.

Periodo: 2019



Figura 1. Localización de Agencia de Cooperativa de Ahorro y Crédito

Fuente: Google Maps (2019)

1.7. Idea a defender

El estudio de factibilidad permitirá conocer si es viable la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA, en el cantón Durán provincia del Guayas.

1.8. Línea de investigación

Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

De acuerdo con la teoría de Baca (2013) sobre la evaluación de proyectos que se enfoca en “establecer los recursos y financiamiento necesario para materializar una idea que se ha desarrollado en un contexto operativo, económico y técnico” (p. 61). En el desarrollo de una propuesta de factibilidad la necesidad de analizar diferentes elementos ayuda a lograr determinar objetivos que puedan cumplirse durante un tiempo determinado.

En el desarrollo de proyectos de inversión o factibilidad es necesario que la mayor parte de las variables de estudio (técnicas, operativas y económicas) reflejen resultados positivos que negativos para que así sea mínimo los eventos que deban ser controlados o minimizados en relación con contingencias o errores, lo que permitirá que se considere su ejecución debido a los múltiples beneficios que puede dejar para el inversionista o emprendedor.

También hace referencia a la Teoría de Inversión de Copeland y Weston (1992) que desarrolla la formulación de alternativas de estudios operativos y técnicos para encontrar la factibilidad de la inversión de una idea que maximice el ingreso para la empresa o su participación en el mercado (Vargas, 2015).

2.2. Marco Teórico-Referencial

2.2.1. Generalidades sobre las Cooperativa de Ahorro y Crédito

El Sistema Económico, Popular y Solidario (de aquí en adelante SEPS) en nuestro país permite la organización socio económica de sus participantes mediante la comercialización de bienes y servicios en el mercado de consumo. Este sistema aporta: (1) a un cómodo estándar de vida (buen vivir) y a lograr el bien común; (2) a un comercio equitativo, moralista y comprometido; (3) la igualdad de género y el respeto a las diversas culturas y por consecuencia (4) a la responsabilidad social y ambiental.

De acuerdo con SEPS (2017) sobre las Cooperativas de Ahorro y Crédito se indicó lo siguiente:

Son organizaciones formadas por personas naturales y/o jurídicas que se unen voluntariamente con el objeto de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y previa autorización de la Superintendencia, con clientes o terceros con sujeción a las regulaciones y a los principios reconocidos en la ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito son parte de entidades u organizaciones que ofrecen servicios financieros donde el segmento de mercado no sólo abarca a los estratos sociales altos sino también a las familias de bajos recursos que requieran de un lugar donde depositar dinero, acceder a un medio de financiamiento para el desarrollo de microempresas o emprendimientos.

Según el INEC (2014) para las instituciones financieras “la población objetivo para atender necesidades en el acceso a microcréditos u otros servicios es de un total de 2 millones de habitantes que conforman la clase social Nivel C, D y E”. (p. 2)

De acuerdo con la población objetivo de las instituciones financieras para proporcionar los servicios de créditos están conformados por el estrato social Nivel C que son las personas que cuentan con una remuneración mensual, tiene ciertas limitaciones en el acceso de bienes y está conformado por el 28% de la población total, seguido del Nivel D que son la clase obrera o los jornaleros que reciben una remuneración y conforman el 21% y el Nivel E que son trabajadores que reciben el sueldo básico y que sólo el 15% cuentan con algunos bienes, estos conforman el 13%.

Las instituciones financieras han generado un impacto en el desarrollo de la Población Económicamente Activa (PEA) donde han dado exclusividad a personas que tienen ingresos mensuales que son inferiores a los 500 dólares, el 85% no cuentan con patrimonio tangible. La mayoría no ha culminado la secundaria y el 52% son microempresarios que no cuentan con Registro Único de Contribuyentes (RUC).

2.2.1.1. Diferencia de Cooperativa de Ahorro y Crédito y Banco

De acuerdo con Luciano (2017) sobre la cooperativa indicó que es “una institución financiera y social que ofrece diferentes servicios de créditos y financiamientos, mientras que un banco es una entidad que mantiene políticas para el flujo de dinero que mantenga la economía de un país” (p. 44).

Entonces, tomando en cuenta lo indicado por Luciano, las cooperativas son entidades preocupadas en el bienestar de comunidades por lo que dentro de sus servicios incluyen los microcréditos como una forma de impulso de los emprendimientos, mientras que un banco como ente financiero mantiene un sistema basado en el movimiento de capital a través de la administración del dinero de terceras personas y el ofrecimiento de diferentes productos financieros con tasas de interés que son variables, generalmente demuestran una tendencia de alza.

Tabla 1. Diferencia entre Cooperativas y Bancos

Cooperativas	Bancos
Las cooperativas mantienen su enfoque hacia lo social.	Los bancos se centran en el movimiento de capital.
En las cooperativas no disponen de cuentas corrientes, sobregiros y operaciones financieras internacionales.	La banca maneja la cuenta corriente como parte de los productos financieros asimismo como las operaciones bancarias a nivel internacional.
Una empresa grande no puede operar con una Cooperativa.	La banca tiene cobertura para todo tipo de empresa, centrándose especialmente en las de mayor capacidad de endeudamiento.
Las tasas de interés están en alrededor del 6% al 25%	En la banca las tasas de interés son superior al 9% hasta el 30% dependiendo el monto y capacidad de la empresa o solicitante.

Fuente: (Luciano, 2017)

2.2.1.2. Servicios que ofrecen las Cooperativas de Ahorro y Crédito

Los servicios que ofrecen las Cooperativas de Ahorro y Crédito están enfocados en las microfinanzas que consiste en la prestación de servicios financieros (como crédito, ahorro, seguros o transferencias, entre otros) a un sector de la población habitualmente excluida del sistema financiero tradicional.

De acuerdo con Balkenhol (2014) las micro-finanzas son servicios financieros destinados “a las personas pobres que toman estos recursos con el fin de emprender y desarrollar actividades para aumentar sus ingresos, mejorar su calidad de vida y generar fuentes de empleo, volviendo más dinámico al sector informal”. (p. 14)

Las microfinanzas, por lo tanto, hacen referencia a cada uno de los tipos de servicios financieros que se dan en escala simplificada principalmente de crédito y ahorros otorgados de forma inmediata a las personas que se dedican al cultivo, pesca o cría de animales; y que están al frente de las pequeñas empresas y/o microempresas en las que producen, reciclan, resarcan u ofrecen bienes; que proporcionan servicios; que obtienen un ingreso por el alquiler de pequeñas zonas de tierra, vehículos, animales para el trabajo o maquinaria y equipos; y a otros grupos e individuos en el espacio local de países que buscan el desarrollo integral de sus habitantes, en áreas rurales y en las zonas urbanas.

Las entidades como Cooperativas de Ahorro y Crédito inicialmente se centralizaron en otorgar créditos como su servicio primordial, al aparecer más necesidades financieras en la sociedad y conscientes de las limitaciones de las personas para acceder a beneficios de las Instituciones Financieras tradicionales, hace relativamente poco tiempo, empezaron a desarrollar programas de beneficios sociales como el microahorro y ampliar sus líneas de productos microfinancieros hacia áreas tales como: la vivienda, seguros, leasing, entre otros.

Por ello a continuación se realiza la ampliación del conocimiento de sus principales productos o servicios que ofrecen a la ciudadanía las Cooperativas de Ahorro y Crédito:

- **Microahorro:** Los microahorros son una estrategia que empieza a consolidarse con la finalidad de que las personas de bajos recursos suavicen su consumo y reduzcan

su vulnerabilidad ante choques externos que pueden afectar su estabilidad económica, como enfermedad, renta o alimentos.

- **Microcrédito:** Los microcréditos son programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que puedan mejorar su nivel de vida y el de sus familias.
- **Micro-seguro:** Un micro-seguro es un servicio financiero que reembolsa a su beneficiario las pérdidas financieras causadas por un hecho poco probable. Esta protección está respaldada por unos mecanismos de cobertura conjunta derivada de la existencia de un conjunto de personas vulnerables.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito ofrecen diferentes productos financieros a los socios para que estos adquieran beneficios que permiten mejorar su calidad de vida (Sánchez M. , 2017). De acuerdo con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema LTDA. Los principales productos financieros son:

- **Créditos:** consumo, comerciales, hipotecarios, productos y microempresariales.
- **Captaciones:** cuentas de ahorro y depósitos a plazo fijo.
- **Otros servicios:** bonos, seguros de vida, servicios exequiales, transferencias de dinero, tarjetas de débito, entre otros (Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema, 2019).

Ahora bien, para acceder a un crédito a través de una cooperativa de acuerdo con la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria de Ecuador (2018) establece los siguientes requisitos:

- El solicitante deberá realizar la apertura de una cuenta de ahorro.
- Presentar la cédula de ciudadanía.
- Entrega de una planilla de servicios básicos de los últimos 2 meses de la fecha de corte ya sea de energía eléctrica, agua o teléfono.
- Entrega de un rol de pago o certificado de trabajo.

Los créditos otorgados por las cooperativas se enfocan en el consumo ordinario o prioritario donde puede ser empleado para el pago de deudas, adquisición de bienes de consumo, la compra de un vehículo, gastos para viaje, emprendimientos, pagos de servicios, gastos de salud, entre otros.

Las tasas de interés de acuerdo con el tipo de crédito que busca acceder el prestatario se enfocan en:

- Productivo corporativo: 7,31%
- Productivo empresarial: 9,82%
- Productivo PYMES: 10,19%
- Comercial prioritario: 7,33%
- Comercial prioritario empresarial: 9,64%
- Microcrédito minorista: 26,91%
- Microcrédito de acumulación simple: 23,78%
- Microcrédito de acumulación ampliada: 20,1%

2.2.1.3. Cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”

Entre los años 1985 a 1989 un grupo de indígenas oriundos de diversas comunidades del histórico pueblo Puruwa Cacha, proponen crear una Caja de Ahorro y Crédito denominada “El Banco Puruwa Cacha”, con un capital inicial de tres mil sucres constituyéndose como Cooperativa de Desarrollo Comunal “Fernando Daquilema”, el 26 de marzo de 1990. Entre el año 1990 y el año 2003, la Cooperativa desarrolló actividades encaminadas al desarrollo local. A partir del año 2004, la Cooperativa se centró en la realización de actividades financieras (ahorro y crédito) entre su comunidad y reforman su estatuto a Cooperativa de Ahorro y Crédito Limitada, reorganizan su estructura administrativa y financiera e inician sus operaciones con una oficina matriz en la parroquia Cacha del Cantón Riobamba, una primera agencia en la ciudad de Riobamba capital de los pueblos Puruwaes y posteriormente apertura tres agencias en el Distrito Metropolitano de Quito (Chévez, 2018).

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema Ltda.”, es una entidad financiera de economía solidaria controlada por la Dirección Nacional de Cooperativas del Ministerio de Bienestar Social (actualmente Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES), constituida mediante Acuerdo Ministerial 00411 del Ministerio de Bienestar Social e inscrita en el Registro General de Cooperativas con el Número de Orden 4838, con su estatuto reformado y aprobado con fecha el 25 de Julio del año 2005.

En la actualidad, la Cooperativa “Fernando Daquilema” desarrolla sus operaciones en quince agencias a nivel nacional entre Riobamba, Ambato, Guayaquil, Quito, Guamote, Alausí, Santo Domingo, La Libertad, Machala, Cañar y Latacunga las mismas se encuentran interconectados permitiendo ofrecer servicio integrado, oportunos y en tiempo real.

El número de clientes de la cooperativa pasó de 48.485 personas a 71.939 hasta febrero del presente año. Estos clientes corresponden a depósitos a la vista, lo que representó un incremento en el número de cuentas del 11.85%. Esto representó en libros pasar de aproximadamente 16 millones de dólares a 22.5 millones de dólares (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2018).

2.2.2. Estudio de factibilidad

Ruiz (2014) indicó que el estudio de factibilidad “es un instrumento que permite tomar decisiones a una o más personas que buscan ejecutar un proyecto, siendo parte de la formulación de un proceso investigativo que demuestra las posibilidades de éxito o fracaso en la inversión” (p. 33).

Los estudios de factibilidad se ejecutan a partir de una idea que procede de una motivación y se ejecuta en base a un proceso de investigación que orienta al inversionista a tomar una decisión en su ejecución en base a los resultados reflejados a nivel técnico, comercial o financiero. Para su desarrollo se deben tomar en cuenta los criterios de: diseño, ejecución y operación.

2.2.2.1. Tipos de factibilidad

Como se mencionó anteriormente, la factibilidad es parte de un proceso de estudio que demuestra la disponibilidad de recursos y acciones que son esenciales para que se cumplan con objetivos de un proyecto que normalmente están orientados a la inversión. Siendo así que Pilaguano (2019) indicó que los tipos que se utilizan en la determinación de emprendimientos y negocios son los siguientes:

- **Factibilidad económica:** es parte de un estudio que determina la disponibilidad de capital para el desarrollo de una inversión que financie un proyecto, donde se determina en base a la toma de información para el cálculo de la rentabilidad que de ser positiva refleja su viabilidad para ser ejecutada.
- **Factibilidad comercial:** es un estudio desarrollado para el conocimiento del mercado potencial mediante el análisis e identificación de las características de los clientes, necesidades y si están dispuestas a adquirir un producto o servicio desarrollado en un proyecto. También es eficaz en la determinación de canales de distribución, valoración de la competencia, estrategias de marketing, entre otros.
- **Factibilidad humana u operativa:** se refiere al estudio enfocado en la determinación de un grupo de trabajo que esté debidamente capacitado a partir de un sistema de entrenamiento, selección de personal y recursos orientados para el mejoramiento del desempeño laboral.
- **Factibilidad técnica o tecnológica:** es parte del estudio para la determinación de recursos, herramientas y equipo necesario para llevar a cabo una gestión de procedimientos y funciones internas en la empresa.
- **Factibilidad legal:** es parte del estudio de las normas y bases legales que permiten demostrar que no se presentarán obstáculos legales en la creación de una empresa.
- **Factibilidad organizacional:** permite establecer la división formal o informal de la empresa en función con la cantidad de colaboradores para tener una proyección de gastos de salarios.

2.2.2.2. Definición de objetivos de un Estudio de Factibilidad

Karis (2017) indicó que los principales objetivos de un estudio de factibilidad son los siguientes:

- Establecer lo viable que son los recursos materiales, administrativos, humanos y financieros.
- Determinar el mercado potencial y la capacidad para suplir una necesidad insatisfecha.
- Demostrar los beneficios financieros del estudio de factibilidad.

A través del estudio de factibilidad se puede establecer la magnitud del proyecto en función a los recursos empleados, por lo que este es esencial para garantizar que las ideas que se plasmen sean idóneas para que así se tengan resultados financieros que sean rentables. Además, se tiene una percepción sobre la manera en que se deben manejar los recursos para que así se logre una realización eficaz de las acciones y actividades propuestas conforme a la actividad del negocio.

2.2.2.3. Etapas o fases de un estudio de factibilidad

En el desarrollo de un estudio de factibilidad el desarrollo de diferentes pasos permite cumplir con las etapas que ayudan a determinar la viabilidad financiera de un proyecto orientado a la inversión. Además de obtener información importante que puede generar conocimientos sobre las tareas, estrategias y acciones que se pueden realizar para cumplir con los objetivos formulados.

De acuerdo con Karis (2017) las etapas generales del estudio de factibilidad permiten “desarrollar un proceso de evaluación de las acciones e inversiones requeridas bajo aspectos relacionados con el mercado, técnica, medio ambiental, económico-financiera” (p. 33).

Para llevar a cabo un estudio de factibilidad es importante tomar en cuenta la valoración de una inversión bajo una óptica financiera, pero sin restar importancia a la parte técnica, ambiental, jurídica, de mercado, entre otros. Por lo tanto esto comprende un conjunto

de estudios que deben ser evaluados para llegar a definir correctamente las actividades que ayuden a cumplir con los objetivos establecidos en las etapas de preinversión, maduración y funcionamiento.

Blokdyk (2019) indicó que el estudio de factibilidad comprende las siguientes etapas:

- **Factibilidad de mercado:** se enfoca en el desarrollo de decidir a priorizar el desarrollo o no de una inversión mediante un estudio de mercado que comprende la recopilación de información en función a elementos técnicos, ambientales y financieros.
- **Factibilidad técnica:** es el proceso de estudio que recopila la información sobre aspectos relacionados con el mercado objetivo donde se define la organización empresarial, localización y descripción, sistemas de información, marco jurídico, que permiten definir el potencial de la inversión en función a funciones favorables y desfavorables.
- **Factibilidad medioambiental:** es parte del proceso de estudio que permite establecer las consecuencias ambientales de una inversión o decisión que se tome en función al tipo de proyecto para que se definan estrategias, políticas y programas para reducir el impacto ambiental.
- **Factibilidad económico-financiero:** es parte de la evaluación financiera de un proyecto donde se llega a la conclusión si puede ser ejecutado o no, en base a indicadores económicos y de rentabilidad que brindan información sobre ventas, costos, gastos, utilidad, entre otros.

Es necesario que las etapas que comprende el estudio de factibilidad se rijan a fundamentaciones y metodologías que de principio a fin ayuden a establecer los procesos necesarios para lograr demostrar lo ejecutable que puede ser una inversión en un periodo determinado. Por lo tanto, es vital que se identifique el mercado potencial, analizar la oferta y demanda, valorar la competencia, definir las acciones de marketing y evaluar los resultados cuantitativos.

2.2.3. Estructura y Diseño Organizacional

La estructura organizacional es parte del marco formal donde se desempeña el equipo de trabajo, que establece de forma jerárquica las tareas a realizar. Además de ser el proceso de coordinación y control de los departamentos que permitan garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos por la gerencia o directiva de una Cooperativa de Ahorro y Crédito. Por lo tanto, es una muestra de la forma de administración que posee la agencia y cómo se organizan las diferentes actividades internas.

De acuerdo con Hagen (2017) es parte de una estructura típica que mantiene una empresa donde se definen:

- **Cadena de mando:** es parte de la ruta donde las autoridades de la empresa manejan a toda la organización en función de criterios de jerarquía.
- **Delegación y área de control:** es la cantidad de personas que desempeñan funciones que se centran en reportar todo evento e información directamente a la gerencia.
- **Nivel jerárquico:** representa los niveles de jerarquía en una organización donde el personal mantiene un nivel de autoridad específico.

En toda empresa es necesario el desarrollo de una estructura organizacional que se acople a las necesidades y objetivos de la gerencia. Además de enfocarse en las fortalezas para definir las actividades, procedimientos, funcionamiento y operatividad de la organización. Para esto, la importancia de conocer las diferentes clases de funcionamiento organizacional ayuda a conocer las posibles ventajas y desventajas para su aplicación.

2.2.3.1. Tipos de estructuras organizacionales

Mendoza (2016) indicó que los tipos de estructuras organizacionales que manejan las empresas son:

- **Estructura lineal:** esta forma de organización se conoce también como simple y se caracteriza porque es utilizada por pequeñas empresas que se dedican a generar uno o pocos productos en un campo específico del mercado. Es frecuente que en las

empresas que utilizan este tipo de organización, el dueño y el gerente son uno y el mismo.

- **Estructura matricial:** esta estructura consiste en la agrupación de los recursos humanos y materiales que son asignados de forma temporal a los diferentes proyectos que se realizan, se crean así, equipos con integrantes de varias áreas de la organización con un objetivo en común: El Proyecto, dejando de existir con la conclusión de este.
- **Estructura por departamentalización:** esta estructura consiste, como su nombre lo indica, en crear departamentos dentro de una organización; esta creación por lo general se basa en las funciones de trabajo desempeñadas, el producto o servicio ofrecido, el comprador o cliente objetivo, el territorio geográfico cubierto y el proceso utilizado para convertir insumos en productos.
- **Estructura funcional:** una compañía que está organizada funcionalmente, separa el trabajo sobre la base de pasos, procesos o actividades que se llevan a cabo para obtener un determinado resultado final.
- **Estructura por territorio:** esta se da ya que algunas compañías encuentran que sus operaciones se adaptan de una mejor manera a grandes cadenas organizacionales basadas en zonas geográficas determinadas donde su empresa tiene cobertura, como las grandes cadenas de hoteles, compañías telefónicas, entre otras, que están divididos y organizados sobre la base de su ubicación. También se presentan en compañías cuyas principales actividades son las ventas.
- **Estructura circular:** son aquellas donde los niveles de autoridad son representados en círculos concéntricos, formados; por un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima de la empresa, y en su alrededor círculos que constituyen un nivel de organización.
- **Estructura híbrida:** esta estructura, reúne algunas de las características importantes de las estructuras anteriormente vistas, la estructura de una organización puede ser de enfoque múltiple, ya que utiliza al mismo tiempo criterios de productos y función o producto y geografía.

Una estructura organizacional formal es parte de la típica forma en la que una cooperativa se maneja a través de la línea de departamentos para establecer funciones y responsabilidades que se ilustra mediante la creación de un organigrama donde se hace

visible la cadena de mandos y la representación de los equipos de trabajo que cumplen roles específicos.

A esto se agrega la postura de Mintzberg en 1984 donde estableció la importancia de la estructura organizacional como una forma de división del trabajo para que se tenga una mejor coordinación de las tareas o actividades ejercidas por un grupo de personas que responden a las necesidades de la organización. Se formalizan en base a un organigrama que de ella surgen estrategias como la comunicación interna y externa de los distintos departamentos.

2.2.3.2. Estructura organizacional y clima de trabajo

Para formar parte de una organización y ocupar un cargo determinado, la empresa es la que define el perfil profesional de las personas que desean contratar que incluye el título, experiencia laboral, perfil psicológico y otras habilidades necesarias para el puesto deseado, sin embargo, una vez dentro de la empresa las actitudes de los empleados también se pueden ver afectadas por el ambiente laboral.

El clima laboral es muy influyente dentro del desarrollo productivo y económico de una empresa, ya que puede causar actitudes negativas que afecten la estructura organizativa creando malas relaciones interpersonales que pueda ocasionar descoordinación entre las áreas de la empresa, lo cual afecta el crecimiento empresarial. (Uribe, 2015)

La motivación es otro de los aspectos que está ligado con el clima organizacional de una organización, ya que influye en los resultados del desempeño laboral de los trabajadores mientras más motivación exista habrá una mejor relación laboral y aumentará la producción empresarial por ende la empresa será más rentable. Por lo contrario, si no se lleva a cabo programas que motiven al personal se merma el interés por tener un buen desempeño y se genera malas actitudes que muchas veces ocasionan malentendidos que no permiten un buen funcionamiento.

En resumen, se entiende que la estructura organizacional como parte del ambiente de trabajo en una empresa, que tiene un grado de influencia dentro del comportamiento de los empleados manifestando la cultura que se ha implantado dentro de la empresa por parte

de sus directivos y gerentes. Para conocer la situación laboral dentro de una empresa es necesario evaluar los procesos empresariales que se mantienen y la estructura organizacional de la misma, el mismo que debe empezar con un estudio de la situación actual a través de evaluaciones que detecten los aspectos más relevantes del ambiente laboral.

2.2.3.3. El Organigrama

El organigrama es parte de una representación gráfica de la división de las unidades o departamentos que forman parte de una empresa. Se estructura de acuerdo a las necesidades que se tengan y el número de colaboradores generará funciones que ayudarán a comprender sus roles en el manejo de los procesos operativos, administrativos, financieros, comerciales, entre otros.

Martínez (2016) indicó que el organigrama “muestra la forma en la que se encuentra estructurada internamente una empresa, representado mediante figuras o rectángulos que en algunos casos incluye fotos, datos específicos, nombres, entre otros. Se tiene una perspectiva sobre el nivel de jerarquía y la cadena de mando por cada departamento” (p. 61).

La representación de un organigrama que en función a su definición se menciona los criterios que se muestran a continuación:

- La jerarquía de la organización para definir responsabilidades y toma de decisiones.
- Relaciones formales entre el equipo de trabajo y los departamentos para la identificación de la cadena de comando.
- Traslado de las responsabilidades y autoridad de forma descendente.
- Los subordinados que deberán reportar a cada jefe o gerente de la organización.
- Los canales de comunicación entre departamentos de forma horizontal y vertical.
- Identidad de los supervisores, jefes y gerentes que responden a cada departamento de la organización.

En el organigrama jerárquico plano la responsabilidad en el manejo de los departamentos o colaboradores recae sobre pocas personas que tienen su grado de autoridad. Es pertinente en la clasificación de los puestos de trabajo por lo que se definen conforme a

la naturaleza del negocio o actividad realizada por la empresa. Es otro de los ejemplos que se manejan en la representación de la estructura organizacional de la organización para que en base de esta figura se direccionen la toma de decisiones para el cumplimiento de objetivos.

2.2.3.4. Características del Organigrama como parte de la estructura organizacional

Las características de una estructura organizacional suelen enfocarse en los principios de especialización y departamentalización donde se refleja el organigrama como una manera de mantener un detalle de los niveles de jerarquía y autoridad de la empresa que recaen sobre un grupo de trabajo que cumplen funciones específicas. Además, esto influye en la construcción de los equipos de trabajo, relaciones públicas, recursos, procesos gerenciales, entre otros.

Bossidy & Charan (2017) establecieron que las características del organigrama son las siguientes:

- **Centralizado:** quiere decir que se concentran todas las decisiones para la directiva o gerencia de la empresa.
- **Descentralizado:** En este caso hay un sentido de autonomía para aquellos departamentos que son importantes en la organización.

Por otro lado, generalmente responden a una idea previa de cómo organizar un equipo humano para conseguir un objetivo común. En esa consideración deben tomarse en cuenta la tecnología, los recursos humanos y el “espíritu” o la personalidad empresarial de la organización.

2.2.4. Estudio de mercado

2.2.4.1. Generalidades del estudio de mercado

Según Trezano & Nadal (2014), el estudio de mercado se define como el:

Proceso sistemático de pasos para definir la cuantía de la demanda de operaciones y de un producto en un mercado específico, con el fin de tener un

conocimiento del precio acorde al nivel adquisitivo del consumidor y las proyecciones futuras a lograr por parte de la empresa. (p. 65)

Según los autores el estudio de mercado permite tener un conocimiento respecto a un mercado meta con el fin de definir los procesos operativos y logísticos para introducir un bien o servicio en un sector donde pueda ser adquirido por los clientes potenciales y de esta manera lograr los objetivos empresariales que la organización ha establecido.

Las fuentes obtenidas a través de un estudio de mercado según las necesidades de una organización son las siguientes:

- Resultados estadísticos oficiales del estudio de mercado desarrollado en el segmento meta.
- Informes internos de las opiniones y decisiones de los interesados respecto a los resultados obtenidos.
- Establecer los proveedores
- Definir los clientes potenciales
- Determinar clientes futuros

Para el proceso del estudio de mercado es importante analizar aspectos macros y micros con el fin de tener un conocimiento de la situación actual del país de origen u objetivo, para luego definir el producto y cuáles serán sus características. Luego se procede a desarrollar un estudio de la demanda a nivel de mercado donde se conoce el comportamiento del consumidor y su reacción sobre un nuevo producto para con ello definir la oferta y analizar la competencia.

2.2.4.2. Estrategias de marketing

Las estrategias empleadas en el marketing empiezan a partir de la creación de una propuesta de valor y marca comercial que distinga al negocio de la competencia, donde se comprendan factores externos como necesidades, gustos, poder adquisitivo y demanda del público objetivo, para que así se desarrollen actividades de comunicación que establezcan

incentivos y un mensaje llamativo que provoque un interés en que el consumidor busque visitar el lugar para consumir el producto.

Kotler (2016) indicó que las estrategias de marketing “son una mezcla de actividades que se encaminan al uso de herramientas tácticas de mercadotecnia para ser combinadas con el fin de obtener una respuesta favorable del mercado objetivo” (p. 83).

Las estrategias de marketing son esenciales para obtener la respuesta deseada del consumidor o público meta de una empresa. Para esto se realiza una combinación de diferentes recursos y acciones que forman parte de las 4P (Producto, Precio, Plaza, Promoción) para la formulación de objetivos que contribuyan a alcanzar resultados en un determinado plazo de tiempo.

Bettinsoli (2016) indicó que en las estrategias de marketing “es importante construir una marca personal del negocio que pueda figurar en el pensamiento del consumidor mediante el desarrollo de canales de comunicación, promociones y estrategias de precio que sean influyentes” (p. 54).

En el diseño de estrategias de marketing es importante establecer las metas y objetivos que se buscan alcanzar por parte de la empresa en términos comerciales, siendo evidente la necesidad de priorización en el servicio y los productos con el fin de lograr mejores resultados de rentabilidad. Para esto es esencial que se consideren los elementos del marketing mix (producto, precio, plaza y promoción).

2.2.4.3. Estudio del público objetivo o target

Como parte del desarrollo de una idea de factibilidad en la planificación se deben plasmar el tipo de público objetivo para que se fijen objetivos en un determinado plazo los aspectos que se van a buscar cumplir y las metas más importantes para la empresa. Es de gran importancia esta fase porque en medida define todo lo que se busca abarcar en el plan, considerando la estimación del mercado, promociones, cantidad de recursos publicitarios, niveles de ingresos, entre otros. (Best, Marketing Estratégico, 2014)

Los objetivos conforman otra fase de la planificación, respondiendo a las metas que la empresa busca llegar en un determinado lapso, estos deben ser alcanzables y reales. Sus bases deben estar direccionadas a las oportunidades de mercado y las estimaciones de venta que se pretenden cumplir. Es preciso que sean medibles a nivel financiero para que así se considere su aplicación analizando los resultados financieros.

Hernández (2017) indicó que el planteamiento estratégico se refiere “a un conjunto de acciones que buscan alcanzar una meta a través del consenso de estrategias que son gestionadas mediante un plan de acción”. (p. 4)

A través de esta herramienta una empresa puede desarrollar acciones que permitan definir una misión y visión para así proyectar una imagen futura que encamine a alcanzar metas. Forma parte de las decisiones de alta dirección que se definen bajo ideas que son adaptadas a la actividad y que conllevan a un mejoramiento de la competitividad y cumplimiento de intereses una vez que se tenga pleno conocimiento del mercado objetivo. De acuerdo con Kotler (2016) para definir un plan estratégico el desarrollo del análisis del tipo de mercado objetivo que “permite realizar una evaluación para la identificación de aspectos relacionados con la competencia para que a través de los resultados se pueda hacer frente a la situación mediante un conjunto de estrategias” (p. 372).

En el desarrollo del plan estratégico es importante considerar tres variables que son el análisis, decisión y acción para que la empresa logre tener una ventaja comparativa frente a la competencia, y que esta sea sostenible durante un largo periodo. Por lo tanto, para tener éxito es necesario disponer de información que revele los factores internos y externos que favorecen y amenazan a la empresa para la toma de decisiones.

2.2.4.4. Publicidad

En los procesos de comunicación, el desarrollo publicitario resulta ser esencial porque cumple dos factores impersonal y controlado, haciendo uso de recursos y herramientas de marketing de forma masiva para dar a conocer un bien o servicio, plasmado en una idea creativa que influya en la aceptación de la oferta en el mercado de destino.

De acuerdo con Durán (2017) sobre la publicidad indicó que “forma parte de las actividades que se desarrollan por parte de las empresas para emplear la comunicación y adaptación a los medios utilizados como publicitarios con el fin de anunciar de manera masiva sobre un producto o servicio hacia el público objetivo” (p. 4)

La publicidad representa toda forma de comunicarse, que se realiza por parte de un grupo de personas o empresa que realizan algún tipo de actividad económica y busca de alguna manera promover su venta ya sea directa o indirectamente para generar un interés en la compra de un bien o servicio.

De acuerdo con (2017) las ideas que influyen en la esencia y naturaleza de los recursos publicitarios son:

- **Proceso de comunicación:** se refiere a la forma de comunicación que se realiza por parte de la empresa anunciante que requiere de elementos de marketing para dar información masiva que tenga efectos deseados en función a los objetivos.
- **Carácter impersonal:** es el que se utiliza mediante la web y redes sociales como modelo bidireccional por lo que no se tiene un contacto personal entre la empresa-cliente.
- **Comunicación pagada y controlada:** la empresa paga por medios publicitarios a una agencia o empresa que preste estos servicios para lograr la implantación de recursos de marketing para lograr persuadir al cliente dando como resultado un interés en el consumidor.
- **Medios masivos:** empleo de la publicidad de una manera simultánea hacia un mercado que comprende una gran cantidad de personas.
- **Producto, servicio, idea o institución:** se refiere a los procesos de publicidad y promoción de productos que son de característica tangible e intangible que se enfocan en crear un conocimiento sobre una empresa o idea.

- **Informar, influir en la compra o aceptación:** son parte de los objetivos publicitarios empleados en la forma de proporcionar información de un producto, servicio o marca de una manera intencional para influir en la aceptación.

Existen diferentes tipos de publicidad que se desarrollan con el fin de generar un resultado de acuerdo con las características del mercado, consumidor, institución, entre otros. La idea es de intensificar el consumo de un producto, garantizando que la empresa anunciante capte una mayor percepción de clientes.

2.2.5. Estudio de factibilidad financiera

2.2.5.1. Estructura financiera

La estructura financiera de acuerdo con Chiavenato (2016) se refiere a la “composición de los pasivos, deuda a corto y largo plazo, además del capital que una organización maneja para el financiamiento de las operaciones por lo que tiene un efecto en los índices de riesgo y valor del negocio” (p. 162).

En este caso se toma en cuenta la distribución de cuentas y el flujo de efectivo que dispone una empresa que se destina a acreedores y se determina los montos que son establecidos por accionistas. Por lo tanto, la combinación que se maneje se dará conforme a las necesidades que tenga la gerencia, por lo que existen propias decisiones en la asignación de la deuda-capital.

Ramírez (2019) indicó que la estructura financiera se caracteriza “en el proceso de elaboración de un mecanismo combinado de fondos para ser utilizados por una empresa con el fin de administrar correctamente los recursos en función con la deuda y el reembolso” (p. 66).

No obstante, la estructura financiera de una empresa implica el diseño de elementos de capital-deuda para que una gerencia a partir de un reporte anual pueda tomar decisiones que ayuden a manejar los recursos conforme a las necesidades y objetivos. Esto también implica el desarrollo de documentos financieros que son:

- Estado de resultado
- Balance General
- Estado de flujo de efectivo

A través de la estructura financiera para el estudio de factibilidad se puede obtener un informe sobre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para el desarrollo de la idea de negocio a partir del análisis del patrimonio neto más los pasivos exigibles. Siendo notable que los recursos monetarios generados por la organización y las deudas contraídas para cubrir gastos para la inversión.

Los elementos que forman parte de la estructura financiera de un estudio de factibilidad son:

- Las aportaciones que realizan los accionistas o socios de la empresa que se denomina capital social.
- Los préstamos o créditos contraídos por la empresa como parte de la deuda que una empresa tiene a través de entidades de crédito como bancos o cooperativas.
- Deudas adquiridas por distribuidores que tienen fecha de vencimiento superior a un año.
- Deudas adquiridas por servicios.

2.2.5.2. Indicadores financieros: VAN, TIR, WACC, PAYBACK, ROE

En el estudio de factibilidad los indicadores financieros son parte de la información proyectada en una idea de negocio que permite medir el nivel de rentabilidad. Para Herrador (2019) la interpretación de estas variables financieras “da como resultado la obtención de información general que revele la capacidad de la empresa para generar liquidez y rentabilidad durante un periodo determinado, siendo este una forma de conocer la realidad económica de forma individual” (p. 67).

Con los indicadores financieros el inversionista puede obtener datos que revelen el escenario económico que puede enfrentar el tipo de negocio pensado para su desarrollo, cuando los resultados son positivos o supera el 0 se tiene una apreciación sobre el nivel de

rentabilidad y liquidez, el tiempo de recuperación de la inversión, el riesgo de la deuda, entre otros.

De acuerdo con Muñoz (2019) los indicadores financieros utilizados en la evaluación de un estudio de factibilidad son los siguientes:

Tasa Interna de Retorno (TIR): se representa como una tasa o porcentaje que revela la rentabilidad de la inversión de un proyecto donde se tiene una apreciación si este reflejará datos positivos o negativos. Es la abreviatura utilizada habitualmente para denominar la tasa interna de rentabilidad o de retorno de un proyecto de inversión. Este concepto tiene una utilidad particular cuando queremos conocer la rentabilidad que nos genera un proyecto de inversión que requiere una serie de desembolsos a lo largo del tiempo y que, también en distintos momentos, permite obtener una serie de ingresos.

De acuerdo con Casanovas (2016) la tasa interna de retorno (TIR) representa el retorno “generado por determinada inversión (muy utilizada como uno de los indicadores clave en estudios de análisis de viabilidad), o sea, representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final” (p. 154).

El hecho de que las salidas y entradas de dinero se produzcan en diferentes momentos significa que no son verdaderamente homogéneas y sería un error compararlas, o bien operar con ellas sumándolas o restándolas. Para poder comparar homogéneamente cantidades necesitamos que todas estén referidas, estén valoradas, con referencia a la misma fecha.

Valor Actual Neto (VAN): es parte de un indicador económico que se toma en cuenta para tener un criterio sobre la inversión con el fin de tener un conocimiento referente a lo que se logrará ganar o las pérdidas que se presentarán como resultado de la inversión.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable (Villaruel, 2017).

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

La fórmula del VAN es: $VAN = BNA - Inversión$

Donde el beneficio neto actualizado (BNA) es el valor actual del flujo de caja o beneficio neto proyectado, el cual ha sido actualizado a través de una tasa de descuento. La tasa de descuento (TD) con la que se descuenta el flujo neto proyectado, es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima, que se espera ganar; por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0) es porque se ha cumplido con dicha tasa. Y cuando el BNA es mayor que la inversión es porque se ha cumplido con dicha tasa y, además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional (Del Pozo, 2014).

Coste medio ponderado del capital (WACC): se utiliza como parte del análisis financiero que revela la tasa de descuento para la valoración de proyectos de inversión tomando en cuenta los flujos de caja esperados en el análisis financiero.

Se sabe que cada componente de la deuda (pasivos y patrimonio) tiene implícito un costo (tasa de deuda, costo de oportunidad) y que se puede lograr maximizar la inversión de los propietarios cuando se logra reducir, al máximo posible, el costo financiero producto de la financiación externa y de la autofinanciación. En finanzas existe una herramienta muy valiosa que permite hallar el costo medio. Este se obtiene con base en la media ponderada de todos los componentes de la estructura financiera de la compañía. En la sección costo de capital, se mostró la forma de calcular el costo financiero producto de créditos comerciales, obligaciones con entidades financieras, acciones y utilidades retenidas (Blokdyk, 2019).

El Costo Ponderado de Capital conviene tratarse para la nueva financiación (externa y/o autofinanciación) que se origina cuando la empresa evalúa nuevas alternativas de inversión. También es importante recordar que los intereses originados por la deuda, son deducibles

de impuestos (ver estructura financiera) y que, por lo tanto, el costo de la deuda debe reducirse con el ahorro de impuestos que genera en caso de producirse utilidades operacionales.

El Costo Ponderado de Capital conviene tratarse para la nueva deuda (financiación externa y/o autofinanciación) que se origina cuando la empresa evalúa nuevas alternativas de inversión. También es importante recordar que los intereses originados por la deuda son deducibles de impuestos (ver estructura financiera) y que, por lo tanto, el costo de la deuda debe reducirse con el ahorro de impuestos que genera en caso de producirse utilidades operacionales (Peset; Estradé & Saladrígues , 2017).

Cuando el riesgo del proyecto aumenta el inversor exigirá una mayor tasa de rendimiento requerida, haciendo lo contrario en el caso de que aquél descendiese. A la diferencia entre el rendimiento requerido de un proyecto de inversión con riesgo y al de otro idéntico, pero carente de éste se le denomina prima de riesgo, por ello cuanto mayor sea el riesgo mayor será dicha prima y viceversa.

PAYBACK: es un indicador que revela el tiempo que se recuperará la inversión de un proyecto o plan de inversión.

De acuerdo con Villarroel (2017) sobre el WACC lo define como el número esperado “de tiempo que se requiere para recuperar una inversión original (el costo del activo), es decir, es la cantidad de periodos que han de transcurrir para que la acumulación de los flujos de efectivo iguale a la inversión inicial” (p. 73).

Es el método más sencillo y formal, y el más antiguo utilizado para evaluar los proyectos de presupuesto de capital. Para calcular el periodo de recuperación en un proyecto, sólo debemos añadir los flujos de efectivo esperados de cada año hasta que se recupere el monto inicialmente invertido en el proyecto.

Entre los métodos empleados está el de Recuperación descontado (PRI) que es una técnica mejorada al expresar los flujos de efectivo futuros en términos de su valor presente, donde cada flujo es descontado con una tasa de interés que representa el costo de oportunidad del inversor.

ROE: Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por sus capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.

La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

En este sentido, Herrador (2019) agrega que la rentabilidad financiera debería estar en “consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista” (p. 65).

Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación (Herrador, 2019)

Por otro lado, el índice de rentabilidad financiera, según Villarroel (2017) evalúa la rentabilidad obtenida por los propietarios de una empresa; el rendimiento obtenido por su inversión. Su fórmula es la siguiente:

$$ROE = \frac{\textit{Beneficio Neto}}{\textit{Recursos propios medios}}$$

Los indicadores financieros son parte de la estructura que revela si un estudio de factibilidad es ejecutable o no, donde se establecen diferentes métodos de análisis que permiten analizar los riesgos en la colocación de capital para el desarrollo de una empresa, donde los resultados de ser positivos bajo un escenario optimista permitirán tomar la decisión de empezar con la puesta en marcha de la idea de negocio. Este índice es importante por una serie de causas:

1. Contribuye a explicar la capacidad de crecimiento de la empresa.
2. Los accionistas apoyarán la gestión realizada a medida que se satisfaga la rentabilidad de sus inversiones.
3. Permite comparar desde la perspectiva del accionista, rendimientos de inversiones alternativas.

La rentabilidad financiera no es una medida referida propiamente a la empresa, tal y como él lo expone, sino más bien a los accionistas, ya que mide el poder productivo del valor contable de la inversión de propietarios de una empresa. Una vez que se divide el beneficio neto entre los recursos propios medios, se obtiene un cociente que claramente mide la capacidad de la empresa para remunerar a sus accionistas.

En general, entre más alto es dicho rendimiento, mejor para los propietarios, pues esto muchas veces refleja la aceptación de otras oportunidades de inversión por parte de la empresa y una mejor administración de sus gastos, que a la larga los beneficia particularmente a ellos.

2.2.5.3. Diferencia entre TIR y ROE

De manera simple, el ROE es el valor total de retorno que alcanzan los socios sobre su aportación de capital. En cambio, la TIR muestra el rendimiento anualizado de una inversión sobre determinado periodo (Blokdyk, 2019).

El ROE es una medida expresada como múltiplo que describe la rentabilidad de un proyecto y se calcula al dividir las ganancias netas totales entre el aporte de los inversionistas.

En cambio, la TIR es la tasa que se logra sobre el monto invertido y representa el interés que se le otorga a un inversionista por sus contribuciones al proyecto. Su mayor valor radica en expresar el regreso del capital en función del tiempo. La TIR suma las ganancias de un proyecto y extrae un valor que nos permite valorar los intereses que obtenemos por cada año de la vida de nuestra inversión. Estos indicadores miden dos cosas diferentes pero complementarias. Por una parte, la TIR determina el porcentaje de retorno anual sobre cada dólar según el periodo en que se invirtió; por otra, el ROE valúa la cantidad que un inversionista conseguirá sobre su aporte en el proyecto.

2.2.5.4. Evaluación financiera: Determinación de ingresos y egresos

Peset; Estradé & Saladrigues (2017) indicaron sobre la evaluación financiera que “es parte de un estudio realizado sobre proyectos de inversión que permiten tener un conocimiento relacionado con el flujo de fondos y los niveles de riesgo para establecer un eventual escenario de rendimiento económico” (p. 277).

Con la evaluación financiera se pueden optimizar recursos para la puesta en marcha de un negocio, esto en función a la revisión a profundidad de los fondos utilizados para los gastos y las proyecciones de ingresos que en gran medida revelan los beneficios económicos que pueden obtenerse durante un periodo de estudio determinado para la toma de decisiones que permitan la búsqueda de alternativas de financiamiento e inversión.

De acuerdo con Jiménez (2017) indicó que es importante la evaluación financiera en proyectos o estudios de factibilidad “porque permiten observar elementos financieros para conocer qué tan rentable es una empresa en aspectos económicos, sociales y financieros, de manera que se tomen decisiones que cumplan con las necesidades en la resolución de posibles riesgos en la inversión” (p. 88).

Las inversiones inteligentes son aquellas que han sido evaluadas con profundidad para la estructuración financiera que den las pautas a seguir en la puesta en marcha de una idea de negocio. Además, permite generar seguridad en la búsqueda de financiamiento y desarrollo de actividades que al costearlas den resultados en función con el incremento de ingresos.

En la evaluación financiera en base a las proyecciones de ingresos y gastos es importante tomar en cuenta indicadores que sirvan de sustento para medir la rentabilidad de un proyecto o si este no es ejecutable lo que dará paso a su rechazo. Por lo tanto, también se logra manejar correctamente los recursos para su asignación en el proceso de inversión y proyecciones estimadas dentro de un escenario económico.

2.3. Marco Conceptual

- **Análisis financiero:** Estudio de los flujos de efectivo y valoración de activos (Pineida, 2017).
- **Apalancamiento:** Es un término que consiste en la administración de la capacidad de endeudamiento para el financiamiento de las operaciones (Granel, 2018).
- **Cooperativa:** Se denomina así a la asociación de personas que se unen de manera voluntaria para conformar una organización con bases democrática la cual será administrada y gestionada de la forma que acuerden sus miembros, los mismos que en calidad de socios toman como referencia el contexto actual de la economía de mercado. Su fin es tratar de suplir las necesidades y por ende las aspiraciones económicas, sociales y culturales que tienen en común todos los socios que la integran por medio de una unidad de producción (López, 2016).
- **Factibilidad:** Comprende la investigación general y el estudio económico y financiero de un proyecto (Ruiz, 2014).
- **Institución financiera:** Es una organización que se especializa en la acumulación de capital y el servicio de prestación financiero a diferentes agentes económicos que conforman la sociedad. Son intermediarios que facilitan el acceso de dinero para el funcionamiento de la economía (Hernández R. , 2019).
- **Mercado:** Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto (Banco Popular Dominicano, 2016).
- **Organización:** Es un sistema estructurado diseñado a partir del uso adecuado y óptimo de sus recursos regulado por directrices que permiten el logro de un fin (Kotler, Fundamentos del Marketing, 2017).
- **Organización:** Grupo social compuesto por personas, tareas y administración, que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un

entorno y así poder satisfacer su propósito distintivo que es su misión (Landaure, 2017).

- Población Económica Activa (PEA): Son las personas que se encuentran en la edad para trabajar, aquellas que dedican al menos una hora durante una semana para realizar una actividad económica, tarea con remuneración (ASOBANCA, 2019).
- Prestamista: Es una persona que presta dinero bajo el concepto de préstamo que representa un contrato que genera obligaciones de devolución del monto recibido por un beneficiario (Méndez, 2019).
- Prestatario: Se refiere a una persona o entidad que recibe un monto de dinero por concepto de préstamo bajo condiciones y requerimientos donde se asume la responsabilidad de devolver los montos prestados en base a los plazos establecidos por el prestamista (García, 2018).
- Sistema financiero: Es aquel que se encarga de realizar la mediación de la circulación del dinero que influye en la economía que depende de las instituciones financieras, activos y mercado financieros.

2.4. Marco Legal

2.4.1. Constitución de la República del Ecuador

En el artículo 283 de la Constitución de la República del Ecuador establece que:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (Asamblea Nacional, 2008).

En el Capítulo IV “Soberanía Económica” en su sección octava “Sistema Financiero” establece en su artículo 309 establece:

El sector financiero nacional se compone de los sectores público, privado, y del popular y solidario, que intermedian recursos del público. Cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez (Asamblea Nacional, 2008).

En el Capítulo IV “Soberanía Económica” en su sección octava “Sistema Financiero” establece en su artículo 311 establece:

El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas y solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario y de las micros, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria (Asamblea Nacional, 2008).

2.4.2. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular Solidario

En la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en su artículo 81 se establece que:

Son organizaciones formadas por personas naturales y/o jurídicas que se unen voluntariamente con el objeto de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y previa autorización de la Superintendencia, con clientes o terceros con sujeción a las regulaciones y a los principios reconocidos en la ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario (SEPS, Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular Solidario, 2017).

En la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en su artículo 83 se establece que:

Las cooperativas de ahorro y crédito, previa autorización de la Superintendencia, podrán realizar las siguientes actividades:

- a) Recibir depósitos a la vista y a plazo, bajo cualquier mecanismo o modalidad autorizado;
- b) Otorgar préstamos a sus socios;
- c) Conceder sobre giros ocasionales;
- d) Efectuar servicios de caja y tesorería;
- e) Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de instituciones financieras nacionales o extranjeras;
- f) Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores;
- g) Actuar como emisor de tarjetas de crédito y de débito;
- h) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como por el otorgamiento;
- i) Recibir préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior;
- j) Emitir obligaciones con respaldo en sus activos, patrimonio, cartera de crédito hipotecaria o prenda propia o adquirida, siempre que en este último caso, se originen en operaciones activas de crédito de otras instituciones financieras;
- k) Negociar títulos cambiarios o facturas que representen obligación de pago creados por ventas a crédito y anticipos de fondos con respaldo de los documentos referidos;
- l) Invertir preferentemente, en este orden, en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores y de manera complementaria en el sistema financiero internacional;
- m) Efectuar inversiones en el capital social de cajas centrales;

El artículo 283 de la Constitución de la República, establece que “el sistema económico es social y solidario” y, se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (SEPS, Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular Solidario, 2017).

2.4.3. Norma para la segmentación de las entidades del sector financiero popular y solidario

En su artículo 1 establece que 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 2. Segmentos de las unidades (considerando los niveles de activos)

Segmento	Activos
1	Mayor a 80 millones de dólares
2	Mayor a 20 millones hasta 80 millones de dólares
3	Mayor a 5 millones hasta 20 millones de dólares
4	Mayor a 1 millón hasta 5 millones de dólares
5	Hasta 1 millón de dólares

Fuente: (SEPS, Productos estadísticos, 2017)

2.4.4. Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI)

Exonerados del impuesto a la renta los ingresos por concepto de utilidades y excedentes cuando son reinvertidos en la propia organización u otras de la EPS. Así mismo, están exonerados los excedentes percibidos por los miembros de dichas organizaciones, previstas en el artículo 9 numerales 19 y 20 de la LORTI, así como la rebaja de diez puntos en el Impuesto a la Renta, concedida en favor de las cooperativas de ahorro y crédito, que reinviertan sus utilidades en créditos en favor de pequeños y medianos productores (SRI, 2015).

El Régimen Simplificado emitido por Decreto Ejecutivo No 866, publicado el 31 de diciembre de 2015, reforma el Reglamento de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, incorporando un título específico, denominado Régimen Simplificado de las Organizaciones Integrantes de la Economía Popular y Solidaria que presenta varias disposiciones que, no solo alivian los formalismos que deben cumplir las organizaciones en materia tributaria, sino que, desarrollan el concepto del acto solidario, complementando lo dispuesto al respecto, tanto en la LOEPS, como en la LORTI (SRI, 2015).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El presente estudio de corte transversal se respalda en una investigación descriptiva realizada mediante un trabajo de campo, el cual permitió recopilar datos para ser debidamente analizados.

Se mantuvo un contacto directo con habitantes del cantón Durán, el cual permitió que se tenga de ellos una percepción sobre la necesidad de contar con una Cooperativa de Ahorro y Crédito que proporcione servicios y productos financieros como es el de la agencia “Fernando Daquilema”.

Por otra parte, para la búsqueda de los elementos técnicos, jurídicos, ambientales y financieros para el desarrollo del plan de negocios.

De acuerdo con Baptista (2015) la investigación descriptiva se requiere a “un proceso de estudio que permite especificar características, propiedades y perfiles referentes a un grupo de elementos como personas, comunidades, sociedades, conjuntos, entre otros para obtener una percepción del fenómeno analizado” (p. 17). En este caso a través del estudio de campo se recopilarán datos de los habitantes del cantón Durán como parte de los propósitos para obtener un respaldo que ayude a comprobar la necesidad de la apertura de una agencia de cooperativa de ahorro y crédito.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva de acuerdo con Arias (2016) “consiste en caracterizar un fenómeno de estudio a partir de una muestra de individuos, hechos o casos que permitan establecer su comportamiento. Con los resultados se puede profundizar en el conocimiento que contemple el análisis de datos” (p. 63).

Por el contrario, Bernal (2010) establece sobre la investigación descriptiva que es “un procedimiento investigativo donde se identifican hechos, características, rasgos que son narrados conforme al objeto de estudio y preguntas formuladas por el investigador que son soportadas con el uso de encuestas, entrevistas y la revisión de documentos” (p. 113)

Entonces, conforme al punto de vista de los autores citados, para la presente se realizó la investigación descriptiva con el propósito de describir de manera detallada las características, perfiles y necesidades de los clientes potenciales para la cooperativa de ahorro y crédito mediante la encuesta que se formuló a los habitantes del cantón Durán. De esta manera se seleccionaron los aspectos más importantes del estudio para el desarrollo de las estrategias y planificaciones orientadas al estudio de factibilidad para la apertura de la agencia.

Además, se realizó para la investigación el método inductivo porque se procedió a realizar un análisis del entorno y la validación de las respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Durán. Además, se consideró tomar como punto de partida una premisa para que así se tenga una percepción sobre la importancia de la cooperativa en el sector que se tiene proyectado su apertura para que se proporcionen servicios y productos financieros.

3.2.2. Investigación documental

Según Bernal (2010) la investigación documental “es parte del análisis de información obtenida de documentos que describe posturas, diferencias, relaciones o estudios sobre un tema específico que permite generar conocimientos conforme al objeto de estudio” (p. 111).

En cambio, Hernández (2015) indicó que “consiste en emplear una técnica orientada a la compilación de documentos y materiales bibliográficos que son sujetos a una lectura y crítica por parte del investigador para su registro como parte del objeto de estudio” (p. 83).

Como parte de la investigación fue necesario realizar la recopilación de fuentes documentales referentes al tema de estudio para llevar un registro de teorías, percepciones, críticas, entre otras posturas bibliográficas que predominen en el desarrollo de

conocimientos sobre los elementos que se deben tomar en cuenta a nivel organizacional, técnico, jurídico, de mercadeo y financiero para la apertura de una cooperativa de ahorro y crédito.

3.3. Enfoque de la investigación

En la investigación como parte del enfoque se realizó un estudio mixto (cuantitativo y cualitativo) que de acuerdo con Hernández (2015) “es la combinación de procedimientos investigativos que abarcan el análisis de variables numéricas y en aspectos cualitativos se perciben cualidades y motivaciones” (p. 163).

Donde el primero se aplicó porque se emplearon las técnicas como la encuesta, observación dirigida a los habitantes del cantón Durán para que dichos datos recabados puedan ser analizados a través del programa estadístico SPSS para la presentación de tablas estadísticas que aporten con frecuencias y porcentajes en función con las respuestas dadas por los encuestados.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

En la investigación como una de las técnicas planteadas fue la encuesta mediante el diseño de un cuestionario con respuestas de escala, dicotómicas y de opciones múltiples que se desarrollaron a partir de un estudio de campo donde los involucrados fueron habitantes del cantón Durán, visitando las parroquias y sectores de mayor afluencia para que así se recolecten todos los datos de acuerdo con el total de la muestra.

Además, en el estudio se incluyó una entrevista que fue realizada al Coordinador Zonal de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” para que se tenga una idea sobre los requerimientos, criterios, aspectos por considerar para la apertura de una agencia en el cantón Durán. Así mismo, obtener antecedentes que ayuden a conocer porqué esta institución financiera ha tenido un crecimiento en el mercado y qué hace de esta parte del lugar que buscan los habitantes para el acceso a servicios y productos financieros.

Con respecto al enfoque cualitativo se llevó a cabo porque se procedió a realizar una entrevista al Coordinador Zonal de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando

Daquilema” como parte de una técnica basada en la elaboración de un cuestionario estructurado para la obtención de información que sea esencial para conocer los criterios por considerar para la apertura de una agencia de dicha cooperativa. Bajo todos los comentarios del entrevistado se establecieron las conclusiones de este apartado que fortalecieron la investigación para el estudio de factibilidad.

3.5. Fuentes de investigación

- **Fuentes primarias:** para este caso se consideró el desarrollo de encuestas a los habitantes del cantón Durán que serían los posibles usuarios del negocio a crear.
- **Fuentes secundarias:** se realizó a partir del análisis de documentos, papers, proyectos, libros, entre otros medios bibliográficos que proporcionaron conocimientos para el desarrollo de la investigación teórica.

3.6. Población y muestra

El Universo o población está conformado por 235.769 habitantes del cantón Durán, provincia del Guayas como datos obtenidos del INEC (2012) que al ser representativa se aplicará una fórmula de muestreo para obtener un subgrupo de personas a las que se procederá a encuestar de forma aleatoria y que se detalla a continuación:

Tabla 3. Población

Parroquias	Cantidad	Porcentaje
Eloy Alfaro (Urbano)	227.332	96.42%
Área Rural	4.254	1,80%
Periferia	4.183	1,78%
Total	235.769	100%

Fuente: INEC (2012)

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

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

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

Z = Estadístico de la distribución Normal que tiene relación con el nivel de confianza, el cual se considera para esta investigación del 95%. Por tanto, el valor de z es de 1,96

e = Margen de error (se considera un 5% de margen de error)

N= 235.769

p=50%= 0,5

q=50%= 0,5

Z=1,96 (NC =95%)

e= 5%= 0,05

$$n = \frac{235.769 \cdot (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (235.769 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{235.769 \cdot 3,84 (0,5) (0,5)}{(0,0025) (235.768) + 3,84 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{235.769 \cdot 0,96}{589,42 + 0,96}$$

$$n = \frac{226.338,24}{590,38}$$

$$n = 383$$

La muestra para el desarrollo de la investigación será de un total de 383 habitantes del cantón Durán, provincia del Guayas.

Establecida la muestra para el desarrollo del estudio de campo, los criterios de inclusión y exclusión fueron:

- **Criterio de inclusión:** habitantes del cantón Durán que pertenecen a la Población Económicamente Activa (PEA), que estén interesados o se percatan de la necesidad de realizar transacciones financieras, pago de servicios en general y/o se cree una institución financiera.

- **Criterios de exclusión:**
Aquellas personas que:
 - Utilizan una institución financiera de confianza.
 - No requieren de un crédito a corto o mediano plazo.
 - No cuentan con liquidez relevante y de manera frecuente para realizar inversiones, entre otras.

El proceso de levantamiento de información mediante las encuestas se realizó durante tres fines de semanas, donde se procedió a visitar diferentes sectores del cantón Durán como fue el Divino Niño, El Recreo, Riocentro Shopping de Durán, Malecón de Durán, entre otros, para obtener el total de 383 encuestas que luego fueron tabulados para la obtención de las herramientas cuantitativas y luego proceder al análisis e interpretación.

3.7. Análisis de los resultados de la encuesta

Datos específicos del encuestado

En esta sección se reunió datos de las personas encuestadas como:

- Parroquia del cantón Durán donde habitan
- Género
- Edad

En cuanto a la parroquia, la mayoría de ellos son de la parroquia Eloy Alfaro (56,7%), le siguen quienes habitan en la parroquia Divino Niño (26,4%) y luego los de la Parroquia El Recreo (17%), según lo resume la Tabla adjunta

Tabla 4. Parroquia

	Frecuencia	Porcentaje
Divino Niño	101	26,4%
Eloy Alfaro	217	56,7%
El Recreo	65	17,0%
Total	383	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Considerando el género del encuestado, se observa que 47 % son hombres y el 53% son mujeres, según se indica en la Figura No. 2

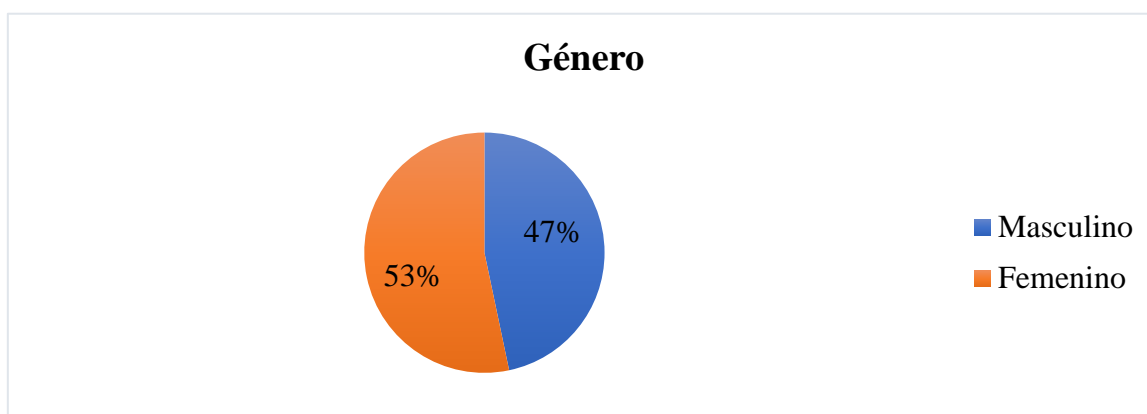


Figura 2. Género

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Para consultar la edad del encuestado, se establecieron 4 grupos etarios, de los cuales la mayoría 26,1% pertenencia al rango 31 – 43 años, seguido de encuestados 25,6% en el rango de 58 años en adelante, el 24,5% en el rango de edad de 18 – 30 años y el 23,8% de 44 – 57 años. Información que se ilustra en la tabla de frecuencia siguiente (Tabla 5).

Tabla 5. Grupo etario (Edad)

	Frecuencia	Porcentaje
18-30 años en adelante	94	24,5%
31-43 años	100	26,1%
44-57 años	91	23,8%
58 años	98	25,6%
Total	383	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

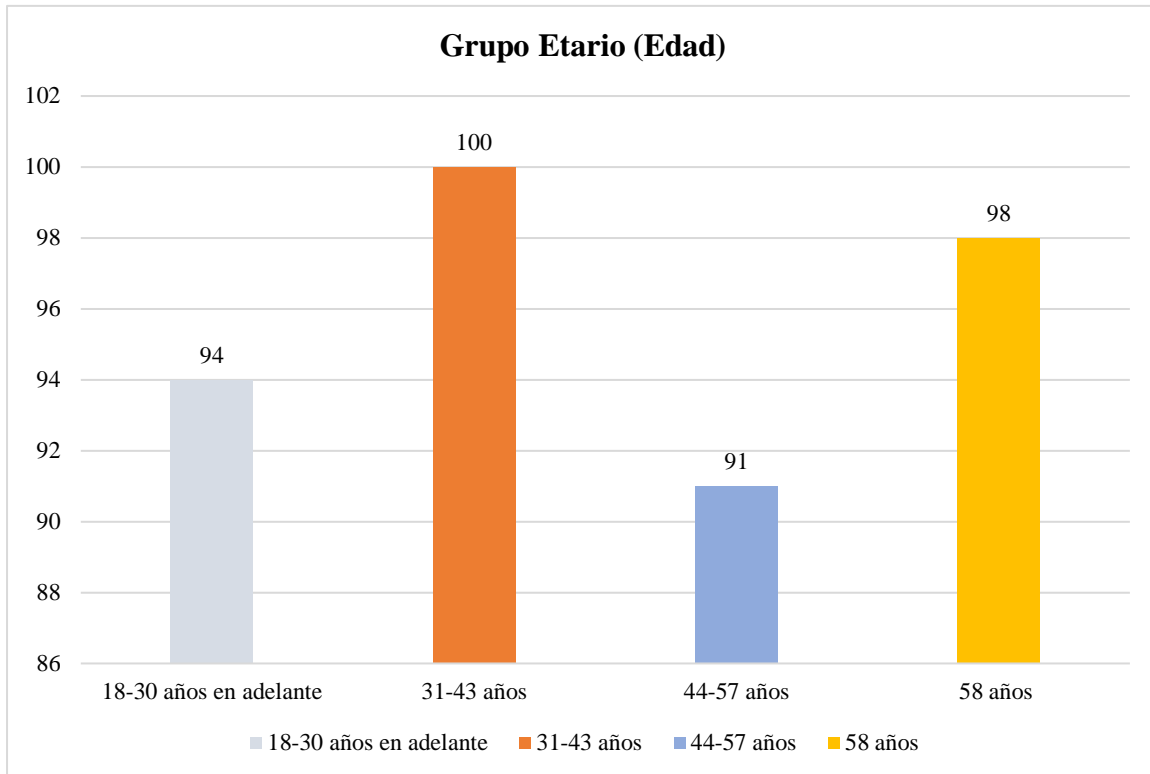


Figura 3. Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Conforme al análisis de los datos específicos de la encuesta se puede evidenciar que en la parroquia Eloy Alfaro hay una mayor tendencia de habitantes, por lo que podría considerarse como el área de ubicación geográfica de la agencia de la cooperativa de ahorro y crédito. También, tomando en cuenta que es uno de los sectores de mayor afluencia comercial y de movimiento población en el cantón Durán, provincia del Guayas.

1.- De las siguientes instituciones financieras ¿Con cuál usted accede a servicios financieros?

En referencia a las instituciones financieras a la que los encuestados acceden a servicios financieros, el 49,6% indicó que es a través de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, mientras que un 29,8% utiliza los Bancos, el 14,9% mediante Mutualistas y el 5,7% a través de Financieras. Esta información se refleja en la Tabla No. 6.

Tabla 6. Instituciones financieras

	Frecuencia	Porcentaje
Cooperativa de Ahorro y Crédito	190	49,61%
Mutualistas	57	14,88%
Bancos	114	29,77%
Financieras	22	5,74%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

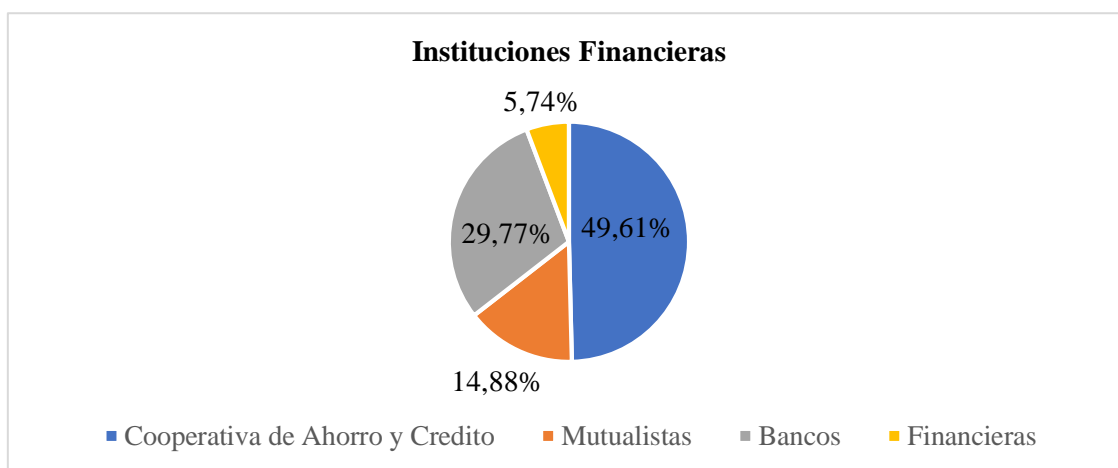


Figura 4. Instituciones Financieras

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Dichos resultados demuestran que existe una alta preferencia en los servicios financieros de las Cooperativas de Ahorro y Crédito que tienden a focalizar su mercado en personas de bajos recursos para facilitar el acceso a microcréditos.

2.- ¿Ha utilizado o utiliza algún servicio financiero otorgado por una cooperativa de ahorro y crédito?

De acuerdo con los resultados de la encuesta el 50,1% indicaron que sí han hecho uso o siguen utilizando servicios financieros otorgados por una Cooperativa de Ahorro y Crédito, mientras que un 49,9% manifestó que no. Esta información se evidencia en la Tabla No. 7.

Tabla 7. Uso de algún servicio financiero

	Frecuencia	Porcentaje
Si	192	50,1%
No	191	49,9%
Total	383	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

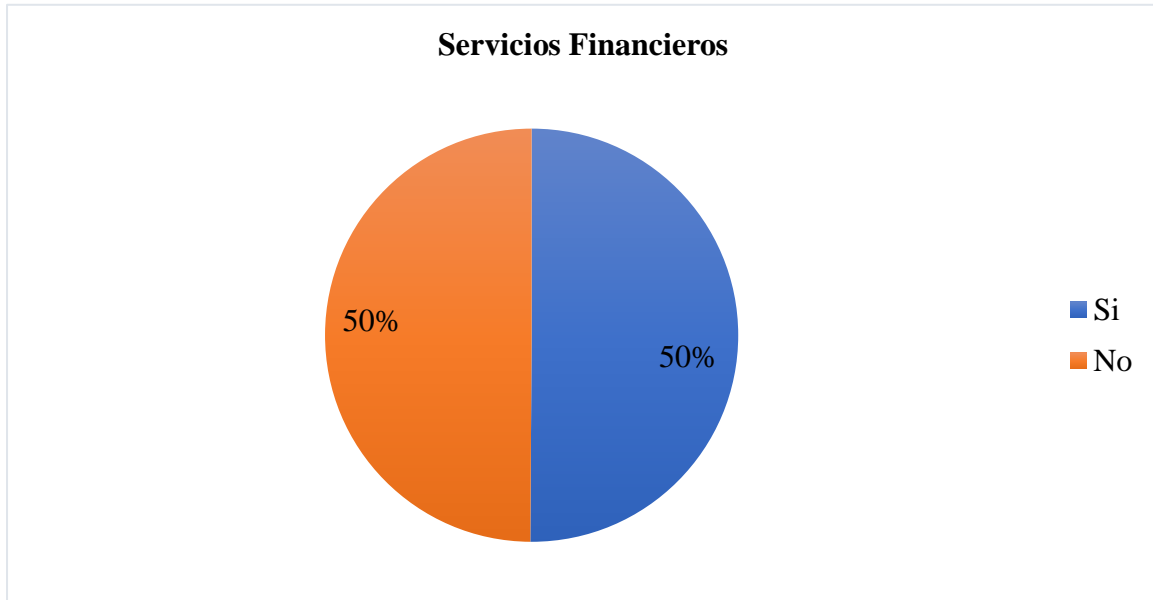


Figura 5. Servicio Financiero

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Los resultados reflejan que es alta la demanda de servicios financieros otorgados por Cooperativas de Ahorro y Crédito que han tomado fuerza en el Ecuador por su flexibilidad en el acceso a créditos de emprendimiento, productivos y de consumo, así como el microcrédito.

3.- ¿Qué beneficio le gustaría recibir de una cooperativa de ahorro y crédito?

En referencia con la encuesta las personas que fueron encuestadas en la parroquia Eloy Alfaro el 42,4% les gustaría obtener como beneficio de una Cooperativa de Ahorro y Crédito, créditos con bajas tasas de interés, el 20,7% manifestaron que son el acceso a tarjetas de crédito o débito y el 15,7% el desarrollo de las transacciones.

Por el contrario, en la Parroquia Divino Niño el 37,6% y el 30,8% de habitantes de El Recreo desean acceso a créditos con bajos intereses. Los resultados se presentan en la Tabla No. 8.

Tabla 8. Beneficios

Parroquia		Frecuencia	Porcentaje
Divino Niño	Tarjetas	23	22,8%
	Pagos varios	12	11,9%
	Transacciones por internet	14	13,9%
	Cuentas de ahorro	14	13,9%
	Créditos con bajos intereses	38	37,6%
	Total	101	100,0%
Eloy Alfaro	Tarjetas	45	20,7%
	Pagos varios	25	11,5%
	Transacciones por internet	34	15,7%
	Cuentas de ahorro	21	9,7%
	Créditos con bajos intereses	92	42,4%
	Total	217	100,0%
El Recreo	Tarjetas	15	23,1%
	Pagos varios	12	18,5%
	Transacciones por internet	10	15,4%
	Cuentas de ahorro	8	12,3%
	Créditos con bajos intereses	20	30,8%
	Total	65	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

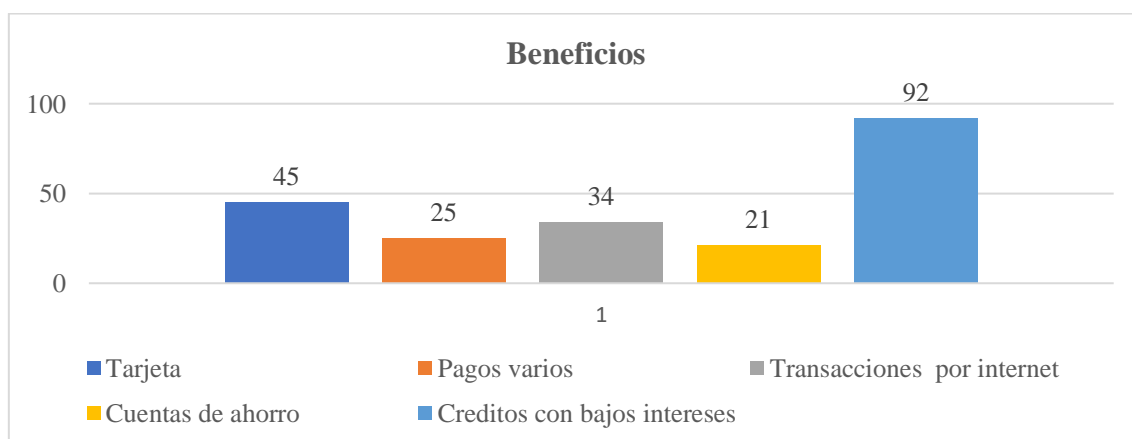


Figura 6. Beneficios

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Tomando en cuenta el total de encuestados en la parroquia Eloy Alfaro que fue de 217 personas, el beneficio que les gustaría obtener en la cooperativa de ahorro y crédito es la facilidad de acceder a créditos con bajos intereses para el desarrollo de inversiones, consumo, emprendimientos, vivienda, entre otros.

4.- ¿A través de que otro medio ha accedido a algún crédito o préstamo?

De acuerdo con los resultados de la encuesta el 43,6% de los encuestados indicaron que no han accedido a otro crédito o préstamo mediante algún medio alternativo a las entidades financieras, mientras que el 19,1% a través de prestamistas o conocidos vulgarmente como “chulqueros”, el 18,3% mediante algún familiar y el 15,4% amigos o terceros. Los resultados se presentan en la Tabla No. 9.

Tabla 9. Crédito o préstamo

	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	70	18,3%
Amigos	59	15,4%
Prestamistas	73	19,1%
Casas de empeño	14	3,7%
Ninguno	167	43,6%
Total	383	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

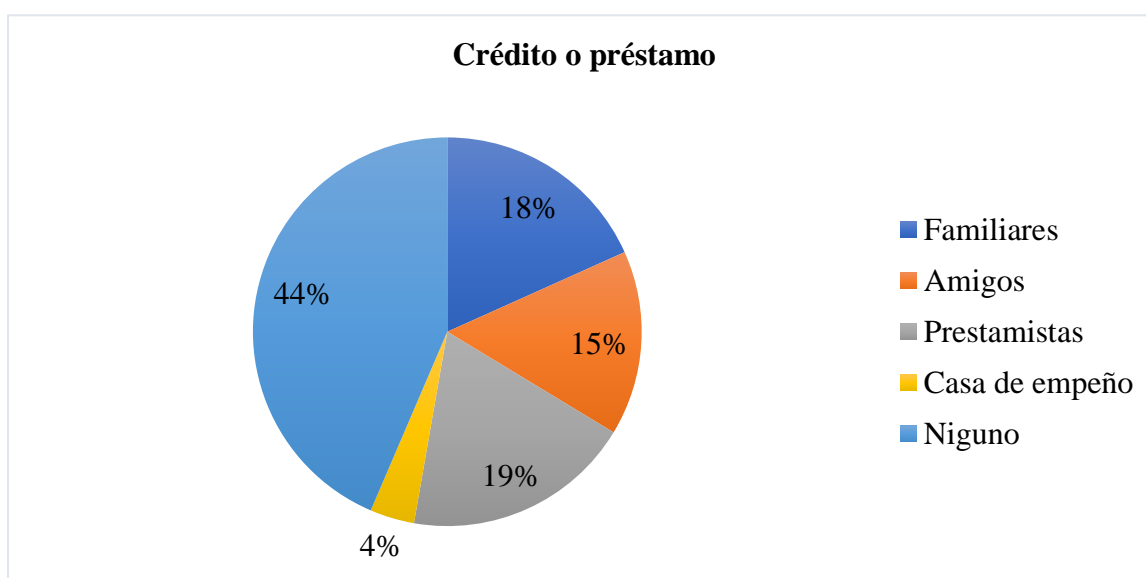


Figura 7. Crédito o préstamo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Siendo así que existe la necesidad de la búsqueda de medios para financiar alguna actividad, pagar deudas, comprar, entre otros, ante las dificultades de obtener dicho préstamo a través de la banca.

5.- ¿Ha escuchado hablar de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”?

Tabla 10. Cooperativa “Fernando Daquilema”

Parroquia		Frecuencia	Porcentaje
Divino Niño	Si	68	67,3%
	No	33	32,7%
	Total	101	100,0%
Eloy Alfaro	Si	148	68,2%
	No	69	31,8%
	Total	217	100,0%
El Recreo	Si	37	56,9%
	No	28	43,1%
	Total	65	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

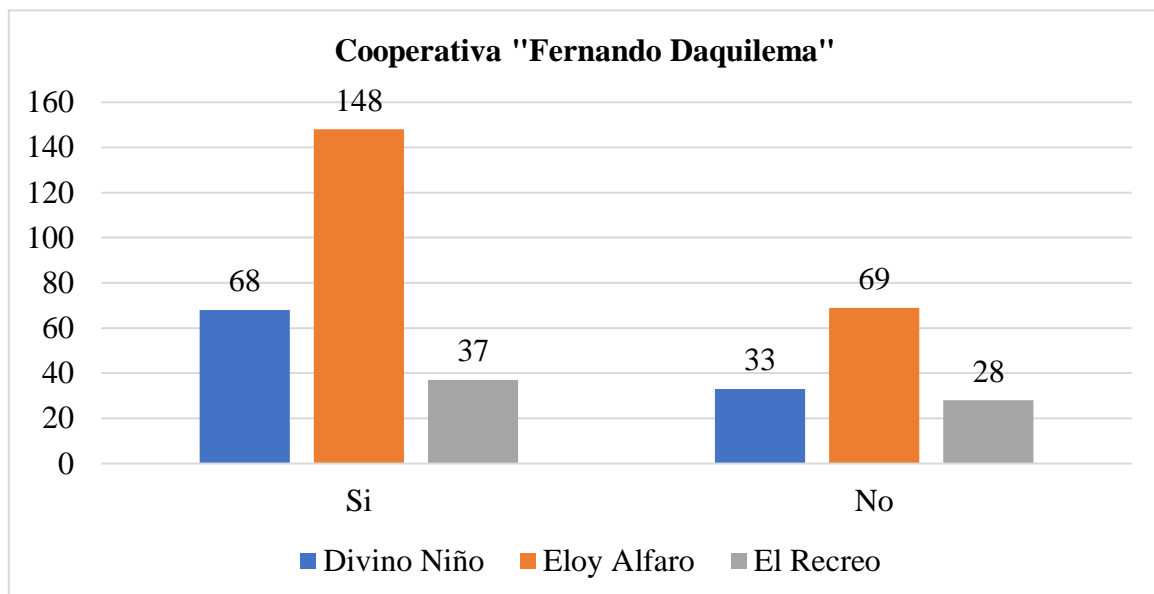


Figura 8. Cooperativa “Fernando Daquilema”

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Esto demuestra que la cooperativa es conocida por una gran parte de la muestra estudiada lo que refleja las oportunidades de consolidarse y ser parte del lugar donde los usuarios busquen acceder a servicios financieros de acuerdo con sus necesidades.

6.- ¿Qué factor consideraría para ser cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”?

De acuerdo con la encuesta en la Parroquia Eloy Alfaro el 37,8% de los encuestados indicaron que el factor que considerarían para ser cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” son las tasas de interés atractivas que este incluya servicios financieros relacionados con el acceso a créditos a bajos intereses, mientras que el 34,1% la facilidad para obtener un préstamo, el 11,5% el servicio al cliente, el 7,4% la seguridad financiera, entre otros.

Tabla 11. Cliente

Parroquia		Frecuencia	Porcentaje
Divino Niño	Atención al cliente	16	15,8%
	Servicios Financieros	10	9,9%
	Garantías-Seguridad Financiera	10	9,9%
	Facilidades de crédito	27	26,7%
	Ubicación	1	1,0%
	Tasas de interés atractivas	37	36,6%
	Total	101	100,0%
Eloy Alfaro	Atención al cliente	25	11,5%
	Servicios Financieros	13	6,0%
	Garantías-Seguridad Financiera	16	7,4%
	Facilidades de crédito	74	34,1%
	Ubicación	7	3,2%
	Tasas de interés atractivas	82	37,8%
	Total	217	100,0%
El Recreo	Atención al cliente	7	10,8%
	Servicios Financieros	8	12,3%
	Garantías-Seguridad Financiera	10	15,4%
	Facilidades de crédito	15	23,1%
	Ubicación	9	13,8%
	Tasas de interés atractivas	16	24,6%
	Total	65	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

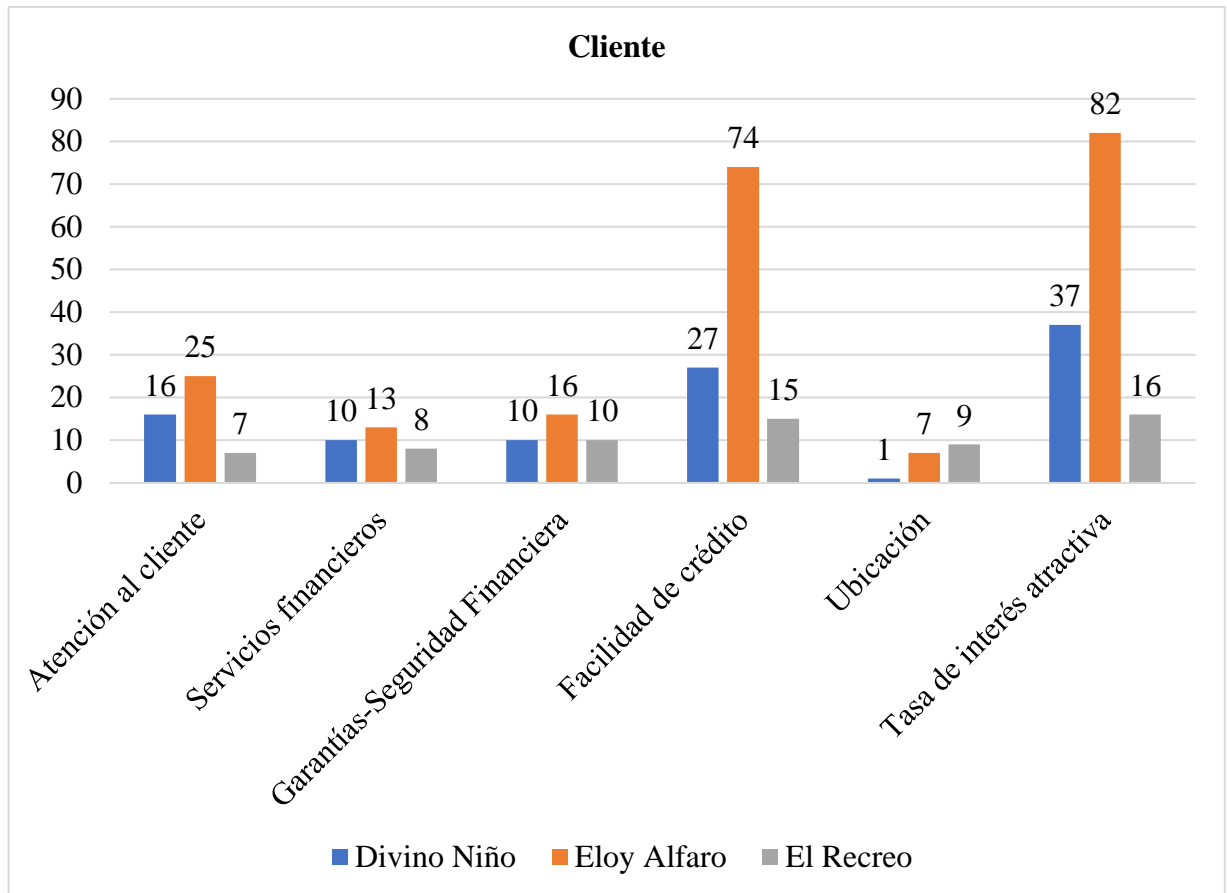


Figura 9. Cliente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Por lo tanto, los resultados reflejan que el interés de los habitantes es obtener acceso a créditos para una actividad o fin específico pero que este refleje bajas tasas de interés. Es así, que el financiamiento es uno de los deseos de los encuestados ante las dificultades que tienen para acceder a estas a través de la banca tradicional.

7.- En cuanto a depósitos, le interesaría contar con:

En la Tabla No. 12 se presentan los resultados proporcionados por los encuestados con relación al servicio de depósito que desean contar por parte de la cooperativa de ahorro y crédito.

Tabla 12. Depósitos

Parroquia		Frecuencia	Porcentaje
Divino Niño	Cuenta de ahorros o depósitos tradicionales	29	28,7%
	Ahorros o depósitos programados	68	67,3%
	Inversiones a plazo fijo	4	4,0%
	Total	101	100,0%
Eloy Alfaro	Cuenta de ahorros o depósitos tradicionales	69	31,8%
	Ahorros o depósitos programados	121	55,8%
	Inversiones a plazo fijo	27	12,4%
	Total	217	100,0%
El Recreo	Cuenta de ahorros o depósitos tradicionales	21	32,3%
	Ahorros o depósitos programados	31	47,7%
	Inversiones a plazo fijo	13	20,0%
	Total	65	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

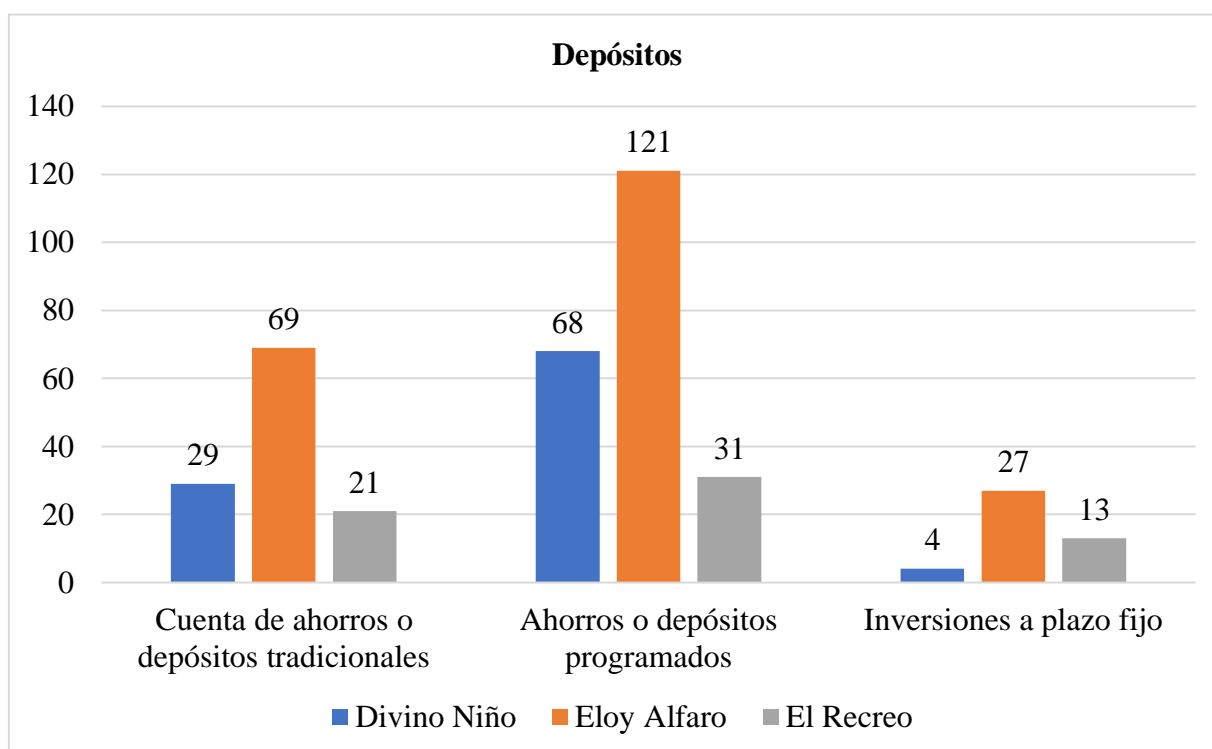


Figura 10. Depósitos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

De acuerdo con la encuesta se aprecia que un 55,8% de los encuestados en la parroquia Eloy Alfaro (la más poblada) indicaron que les interesaría contar con un sistema de depósito o ahorro programado, mientras que el 31,8% de manera tradicional y el 12,4% inversiones a plazo fijo como parte de los servicios financieros que ofrezca una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Con respecto a los resultados se evidencia que existen diferentes necesidades con respecto al sistema de depósito que debe tomarse en cuenta para el desarrollo de estrategias que permita captar interesados en contar con los servicios de esta cooperativa de ahorro y crédito.

8.- ¿Qué tipo de crédito le gustaría acceder en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”?

De acuerdo con los resultados el 40,2% del total de encuestados desea acceder a un microcrédito que es parte de los servicios financieros ofrecidos por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”, mientras que el 35,8% los hipotecarios para la compra de una vivienda o remodelación y un 16,4% para consumo.

Tabla 13. Tipo de crédito

	Frecuencia	Porcentaje
Microcrédito	154	40,2%
Credimóvil	22	5,7%
Crédito para remodelación o compra de vivienda	137	35,8%
Crédito para consumo	63	16,4%
Crédito agropecuario	7	1,8%
Total	383	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

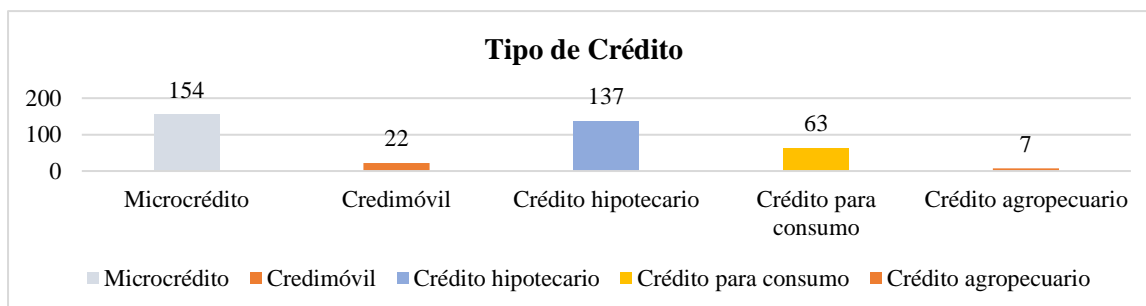


Figura 11. Tipo de crédito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

El microcrédito y el crédito hipotecario son los principales servicios financieros que a los encuestados les gustaría tener acceso a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”.

9.- ¿En qué lugar del cantón Durán le gustaría que se ubique la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”?

Al consultar a los encuestados sobre el lugar más estratégico para la apertura de la agencia de la cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”, la mayoría de encuestados (57,2%) prefiere que la nueva agencia se ubique en el centro de Durán parroquia “Eloy Alfaro”. En segundo lugar, se prefiere como ubicación el Paseo Shopping que pertenece a la parroquia “Divino Niño” con un 29,5% de aceptación.

Tabla 14. Ubicación de agencia

	Frecuencia	Porcentaje
Centro de Durán	219	57,20%
Mercado las manuelas	19	5%
Paseo Shopping de Durán	113	29,50%
Cdla. Pedro Menéndez Gilbert	32	8,40%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

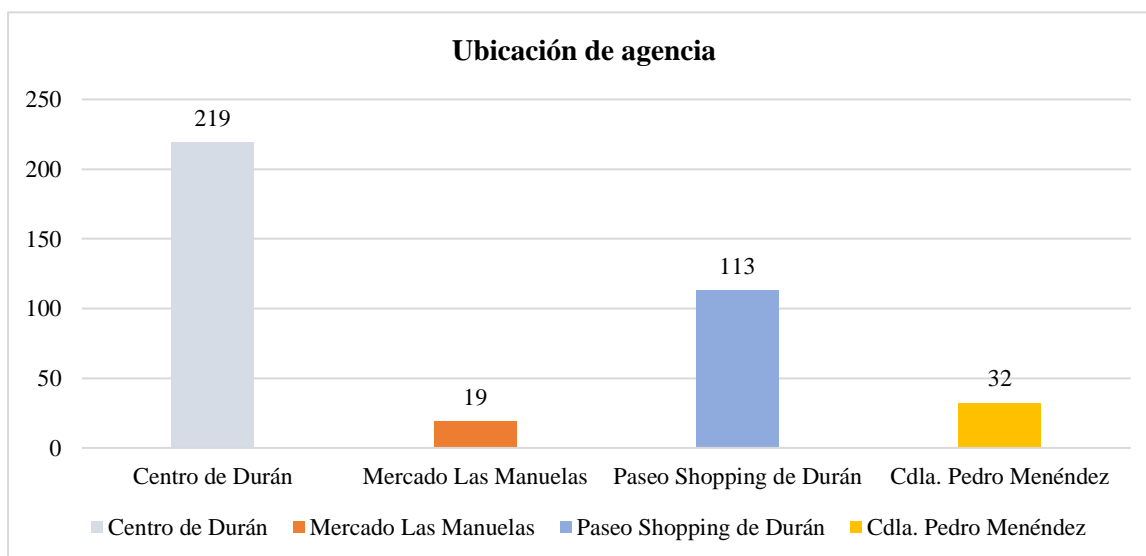


Figura 12. Ubicación de agencia

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

A manera de aclaración:

- Los encuestados de la parroquia “Divino Niño”, prefieren:
La apertura de la agencia de cooperativa de Ahorro y Crédito en mención en el centro de Durán (47.5%) seguido del Paseo de Shopping con un (38.6%) de aceptación, entre otras.

- Los encuestados de la parroquia “Eloy Alfaro” prefieren
La apertura de la agencia de cooperativa de Ahorro y Crédito en mención en el centro de Durán (60.8%) seguido del Paseo de Shopping con un (25.8%) de aceptación, entre otras.

- Los encuestados de la parroquia “El Recreo” prefieren
La apertura de la agencia de cooperativa de Ahorro y Crédito en mención en el centro de Durán (60%) seguido del Paseo de Shopping con un (27.7%) de aceptación, entre otras. Lo anteriormente expuesto se ilustra en la Tabla 15.

Tabla 15. Ubicación

Parroquia		Frecuencia	Porcentaje
Divino Niño	Centro de Durán	48	47,5%
	Mercado las manuelas	5	5,0%
	Paseo Shopping de Durán	39	38,6%
	Cdla. Pedro Menéndez Gilbert	9	8,9%
	Total	101	100,0%
Eloy Alfaro	Centro de Durán	132	60,8%
	Mercado las manuelas	10	4,6%
	Paseo Shopping de Durán	56	25,8%
	Cdla. Pedro Menéndez Gilbert	19	8,8%
	Total	217	100,0%
El Recreo	Centro de Durán	39	60,0%
	Mercado las manuelas	4	6,2%
	Paseo Shopping de Durán	18	27,7%
	Cdla. Pedro Menéndez Gilbert	4	6,2%
	Total	65	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

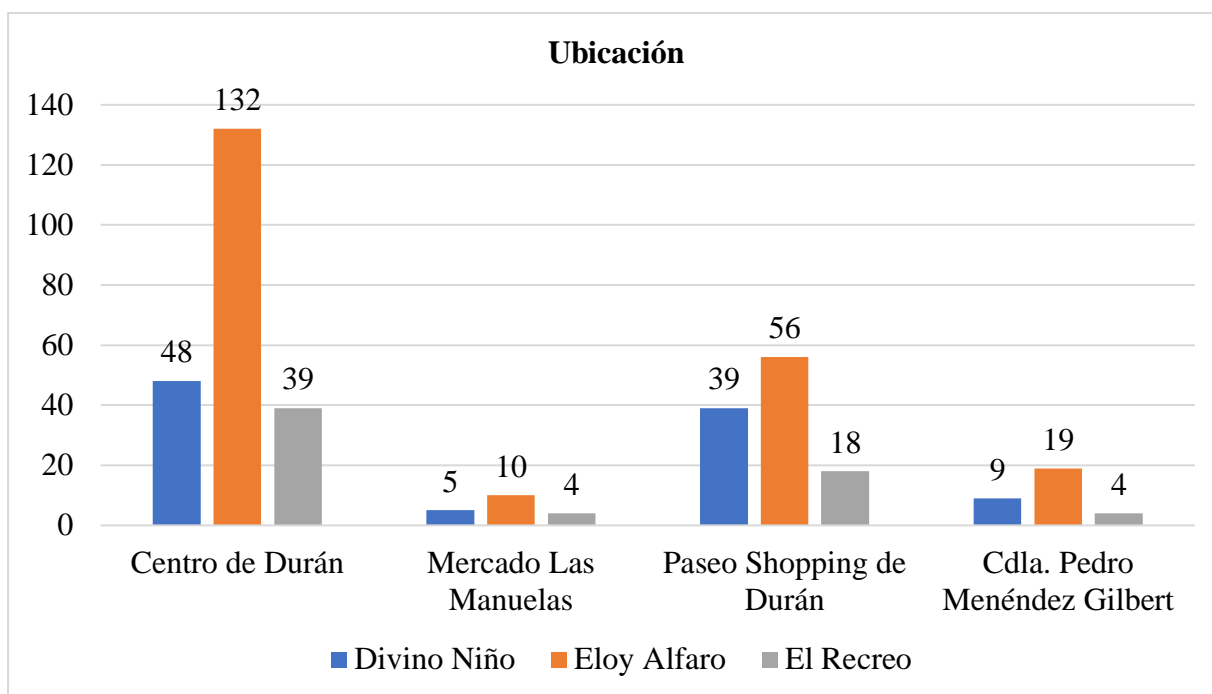


Figura 13. Ubicación de agencia

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

10.- ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre los servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”?

De acuerdo con la encuesta un 37,6% desea enterarse de los servicios financieros a través de las redes sociales, el 27,9% por televisión, el 17,0% página web, el 9,4% llamadas, el 5,5% radio, el 2,3% periódico y el 0,3% otros. Por lo tanto, se deben explotar los medios digitales que son los que más generan difusión de información e interacción de los usuarios. Resultados que son reflejados en la Tabla No 16.

Tabla 16. Medios de comunicación

	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	144	37,6%
Llamadas – WhatsApp	36	9,4%
Página web	65	17%
Televisión	107	27,9%
Radio	21	5,5%
Periódico	9	2,3%
Otros	1	0,3%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

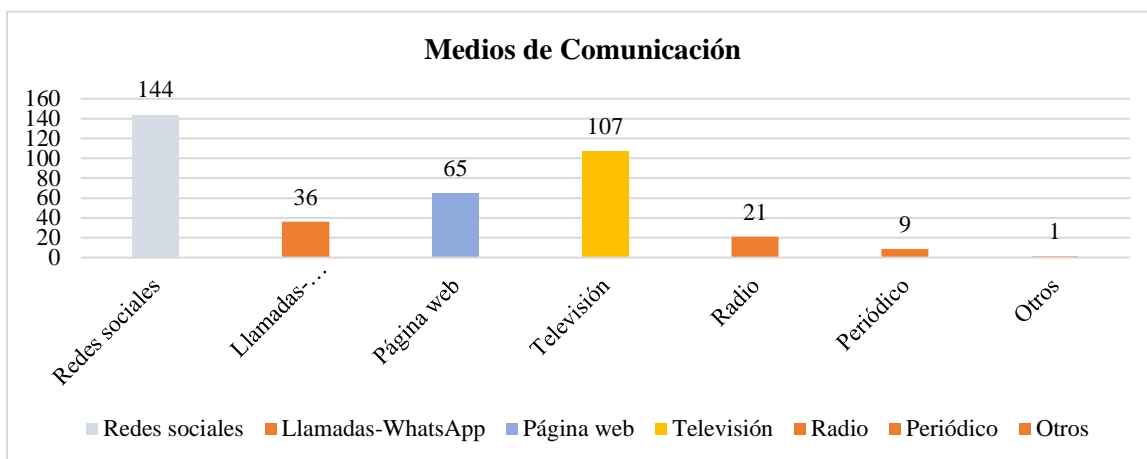


Figura 14. Medios de comunicación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

De acuerdo con los resultados, los medios de comunicación empleados para la difusión de información de interés a los usuarios serían las redes sociales, televisión y página web. A partir de estas se pueden plantear estrategias de marketing que sean esenciales para la captación de clientes.

3.8. Análisis de la entrevista realizada al Coordinador Zonal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”

1.- ¿Cuál es el perfil de clientes a quienes está dirigido los productos y servicios financieros que ofrecen?

De acuerdo con la entrevista el perfil de clientes a los que la cooperativa dirige los productos y servicios financieros son aquellas personas de estrato socioeconómico bajo que buscan acceder especialmente a microcréditos para abrir un negocio.

2.- ¿Cuáles son los aspectos que consideran para la apertura de una agencia dentro de una zona o sector?

El entrevistado responde a esta pregunta afirmando que el lugar donde se apertura la agencia debe reflejar un alto flujo comercial.

3.- ¿Cuáles son los requisitos (Legales, Municipales, Supercias, etc.) que se deben cumplir para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”?

El entrevistado indicó que el primer punto que se debe considerar para cumplir con los requisitos en la apertura de una agencia de Cooperativa de Ahorro y Crédito es que se realice un estudio de factibilidad, seguido de que dicha cooperativa tenga la solvencia suficiente como requerimiento de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Luego entrega de documentación referente a permisos municipales, RUC, entre otros.

4.- ¿Mediante que canales de comunicación se promocionan los productos y servicios financieros?

De acuerdo con el entrevistado afirmó que el principal canal de comunicación que maneja la cooperativa es la venta personalizada puerta a puerta o denominado como Daqui Móvil. También mediante el programa televisivo Daquilema TV.

5.- ¿Cuántos trabajadores aproximadamente debe disponer una agencia para operar eficientemente y sobre todo en caso de una agencia nueva?

De acuerdo con el entrevistado para que se realicen todas las actividades al 100% es importante que sean 11 a 12 personas para poder evitar un alto gasto en sueldos, beneficios, entre otros. No obstante, cuando se empieza con la apertura de una agencia es recomendable que sean solo 8 personas.

6.- ¿Cuál es su opinión sobre la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” en el cantón Durán?

El entrevistado se mostró positivo porque considera que el cantón Durán es un buen mercado considerando la cantidad de habitantes que se dedican a actividades de comercio y son los que principalmente buscan acceder a fuentes de financiamiento.

3.8.1. Análisis general de la entrevista

Una vez que se realizó la entrevista lo que se percibe de esta es el hecho de que la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” enfoca sus productos y servicios financieros hacia estratos sociales bajos, especialmente a la comunidad indígena con el fin de fomentar el desarrollo productivo a través del acceso a créditos para financiar emprendimientos.

En lo que respecta a los requerimientos para la apertura de una agencia, es importante que la agencia cuente con solvencia financiera esto como parte de los requerimientos de la Superintendencia de Bancos, seguido de formalidades ya establecidas por entes como el SRI en el que se debe contar con el RUC, patentes municipales, permisos de bombero, entre otros. Internamente es indispensable que se mantengan políticas que ayuden a velar por el cumplimiento de los requerimientos legales que una cooperativa de ahorro y crédito debe mantener para que así pueda operar con normalidad.

El entrevistado puntualizó que al empezar una agencia es recomendable que el mínimo de colaboradores sea de 8 personas máximo 12 para que así no se tenga una presión en el pago de sueldos y salarios. Esto permitirá que se puedan mantener los costos y gastos en lo menor posible. Además, este tipo de cooperativas por sus servicios financieros tienden a captar un segmento específico que son mayormente las personas de bajos recursos que buscan abrir una cuenta u obtener algún tipo de crédito.

Los medios de comunicación empleados son los digitales siendo los más importantes en la actualidad por su alcance en el desarrollo de la promoción de los servicios y productos financieros que ofrece la cooperativa de ahorro y crédito. En virtud con estos comentarios proporcionados por el entrevistado es evidente que se pueden tener mejores percepciones sobre las estrategias que se deben desarrollar en la apertura de una agencia en el cantón Durán donde se proyecta sea en el centro tomando en cuenta los resultados de las encuestas a los habitantes.

Por último, a través de la entrevista se puede evidenciar que existen comentarios positivos sobre los resultados que se pueden generar con la apertura de la agencia en el cantón Durán como una oportunidad de captar usuarios que requieran de un servicio

financiero especialmente dirigido a emprendedores, personas de bajos recursos y comunidades indígenas que viven en dicho sector para que así tengan la facilidad de realizar las operaciones financieras que deseen en función con sus necesidades.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Justificación

El propósito de la investigación fue el de encontrar los elementos que demuestren que es factible la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” en el cantón Durán. Entonces, a través de esta cooperativa se busca brindar servicios y productos financieros para los habitantes que tengan la necesidad de acceder a diferentes servicios como, por ejemplo: apertura de cuentas de ahorro, créditos para emprendimiento, hipotecarios, entre otros.

Con el desarrollo del estudio de factibilidad se podrá dar paso a la eliminación de conjeturas que se hacen presente en la idea de negocio, tomando en cuenta la identificación de los clientes potenciales que en función con el estudio de mercado se logró obtener conocimientos sobre las tendencias y necesidades que existen en el mercado objetivo.

Los resultados de la investigación demuestran que se tiene el interés por parte de los habitantes para que se dé paso a la apertura de la cooperativa de ahorro y crédito que aporte en el desarrollo de hábitos financieros a través de una agencia que se enfoque en crear mejores condiciones para el acceso a los servicios, a partir de la integración de estrategias e instrumentos para la promoción y publicidad que serán esenciales para la apertura de dicha sucursal.

4.1.1. Factibilidad de su aplicación

El presente estudio es factible para su aplicación considerando que las cooperativas de ahorro y crédito han tomado protagonismo en el Sistema Financiero del Ecuador debido a que responden a las necesidades de personas de bajos recursos que requieren del acceso a un crédito específico para el financiamiento de emprendimientos, compras, proyectos, entre otros. Además, de la flexibilidad en los requisitos que se exigen para la prestación de servicios financieros hace que tengan una alta demanda de usuarios que destacan su confianza y prestigio.

Las cooperativas de ahorro y crédito a partir del crecimiento económico del Ecuador durante el 2011 por el incremento de los ingresos petroleros generaron que desarrollen una mayor participación en el ofrecimiento de productos y servicios financieros. Entre ellas está la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” que cuenta con quince sucursales a nivel nacional, lo que demuestra que cada vez existe un mayor interés de usuarios que buscan ser socios o ahorristas en esta institución financiera, lo que demuestra el interés y factibilidad para la apertura de una nueva agencia en el cantón Durán, provincia del Guayas.

Por lo expuesto anteriormente, los resultados del estudio de mercado demuestran que la apertura de una agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” en el cantón Durán es factible en cuanto a los intereses de los habitantes que buscan acceder a diferentes servicios financieros.

4.2. Descripción

La cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” cuenta con diferentes productos financieros que se ofrecerán a los habitantes del cantón Durán para que así puedan tener acceso a un servicio seguro, bajos intereses, oportunidades para disponer de créditos para emprendimientos, vivienda, entre otros.

Los productos financieros con los que cuenta la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” son los siguientes:

- **Daquiahorro plazo fijo:** Este servicio permite al socio realizar la inversión del dinero durante un tiempo acordado entre las partes para que así acceda al beneficio de intereses del mercado.
- **Microcrédito:** Servicio que está dirigido a los emprendedores o microempresarios que estén en el sector del comercio, prestación de servicios y producción para la iniciación o ampliación de las operaciones que es hasta de USD 60.000 dólares.
- **Vivienda:** Está destinado para la compra, remodelación, construcción o mejora de una casa de hasta USD 30.000 con un plazo de 15 años.

- **Crédito de consumo:** Este servicio está destinado para la compra de bienes, prestación de servicios u otra actividad que esté destinada al sector productivo que financia hasta USD 35.000.
- **Agropecuario:** Servicio de financiamiento para pequeños productores en el sector agrícola con montos de hasta USD 25.000.
- **Gestión de pagos:** En la cooperativa de ahorro y crédito ofrecen el servicio para el pago de servicios básicos, pensiones educativas, créditos de casas comerciales, entre otros.
- **Bono de Desarrollo Humano:** La cooperativa de ahorro y crédito es una institución habilitada para el pago del BDH a los beneficiarios.

4.2.1. Análisis del sector

En este apartado se realizará un análisis sobre el desarrollo del crédito de la banca privada durante el periodo 2015 – 2019. Donde de acuerdo con ASOBANCA durante este periodo ha logrado alcanzar una rentabilidad del 12,2% (ROE) y una rentabilidad del 1,4% (ROA). Una cobertura financiera del 215% y una cartera de morosidad de 2,9%.

De acuerdo con el total de activos en el sector de la banca privada en el cierre de enero del 2016 tuvo un saldo acumulado de USD 31.217 millones, que ha mostrado un crecimiento en los próximos años tomando en cuenta para el 2017 el saldo fue de USD 34.979 millones, mientras que en el 2018 pasó a ser de USD 38.524 millones para que en el 2019 cierre con USD 40.351 millones.

En la figura 15 se presenta el activo de la banca privada durante el periodo de estudio.

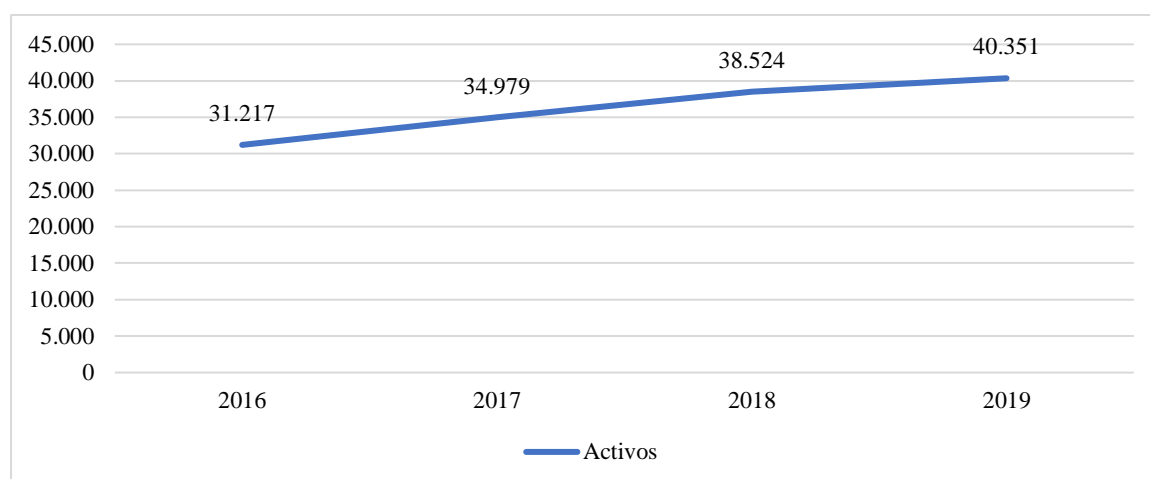


Figura 15. Desarrollo de los Activos en la Banca. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)

En la tabla 17 se puede apreciar las variaciones porcentuales que se dieron en función con el Activo en la banca privada que en el 2016 fue de -4,9%, esto se debe a la inestabilidad económica existe a partir del desplome de los ingresos petroleros y el proceso de recesión que implicó una disminución de los depósitos a plazo, ahorro, entre otros. Así como también la morosidad entre otros indicadores que tuvieron incidencia en la banca privada.

En el 2017 se presentó un incremento en función a los saldos de activos que reflejó una variación del 12,0%, por el contrario, en el 2018 se dio otro aumento del 10,1% y en el 2019 de 4,7%.

Tabla 17. Variación anual de activos en el sector financiero

Año	Variación %
2016	-4,9
2017	12,0
2018	10,1
2019	4,7

Fuente. Boletín del sector financiero del Ecuador. Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros (2019)

En cuanto a la evolución de la banca privada y su desarrollo en la figura 15 se muestra para el 2015 había 20 bancos privados, para el 2016 se incrementó a 23, en el 2017 se recae a de 22, y para los años 2018 y el 2019 habían 24. Estas entidades financieras son importantes porque generan movimientos de capital que son destinados para el financiamiento de emprendimientos que se desarrollan a través de las pymes.

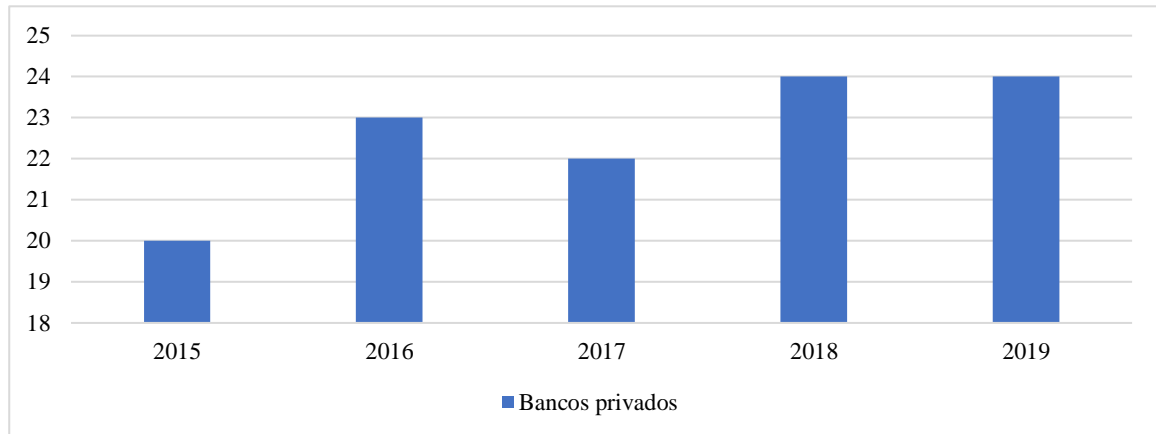


Figura 16. Evolución de las cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador, periodo 2015 - 2019. Tomado de la Superintendencia de Bancos del Ecuador- (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2019)

Las cooperativas de ahorro y crédito han mostrado tener mucha relevancia en la participación del desarrollo de servicios y productos financieros, así como los movimientos de depósitos, créditos, ahorros, entre otros que de acuerdo con ASOBANCA en el 2019 generó un total de Patrimonio del 50,85%.

Respecto a las inversiones registradas por el sistema financiero en la tabla 18 se observa que en el 2015 la variación fue de -19,23%, mientras que en el 2016 pasó a ser de -23,8%. En el año 2017 se dio una ligera recuperación del 24,6%. Para el 2018 esta tendencia tuvo un leve incremento de 5,5% y en el 2019 cae en -10,5%. Se presentan diferentes escenarios que pone en evidencia los problemas generados en respecto al uso de capital de trabajo para el desarrollo de inversiones ante la situación del país que le resta garantías y mejores condiciones para incrementar la participación de la banca en la colocación de capital para la otorgación de créditos o movimientos de dinero orientados en el financiamiento de una actividad.

Tabla 18. Inversiones registradas por el sistema financiero

Año	Variación %
2015	-19,23
2016	-23,8
2017	24,6
2018	5,5
2019	-10,5

Fuente. Boletín del sector financiero del Ecuador. Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros (2019)

El Sistema Financiero del Ecuador ha presentado un escenario que muestra un decrecimiento de las inversiones y también esto influye notoriamente en la caída de la demanda crediticia por el incremento de los riesgos crediticios, las tasas de interés y la poca flexibilidad que otorga la banca privada para el acceso a créditos productivos en especial para personas de bajos recursos que recurren a las Cooperativas de Ahorro y Crédito que de acuerdo con la ASOBANCA tienen una participación mayor al 50% en la colocación de capital dirigido a los productos financieros.

Por ejemplo, en la figura 16 se muestra la composición del Patrimonio Técnico Bancario que si se toma en cuenta el cierre de diciembre 2015 con el del 2019 se puede apreciar una tendencia de riesgos de activos de un 13,5%, por lo que se presenta en el 2019 un excedente de 4,5%. Cabe recalcar que el mínimo establecido debe ser no menor al 9% y esto está estipulado en el art. 190 del Código Orgánico Monetario y Financiero. Por lo tanto, se puede apreciar que hay un excedente en el 2015 de 1.220 para que en el 2019 pase a ser de USD 1.661 millones lo que en términos generales significa que, a pesar de las tendencias de riesgo, la caída de la demanda de crédito, entre otros, aún la banca privada mantiene solidez a nivel patrimonial.

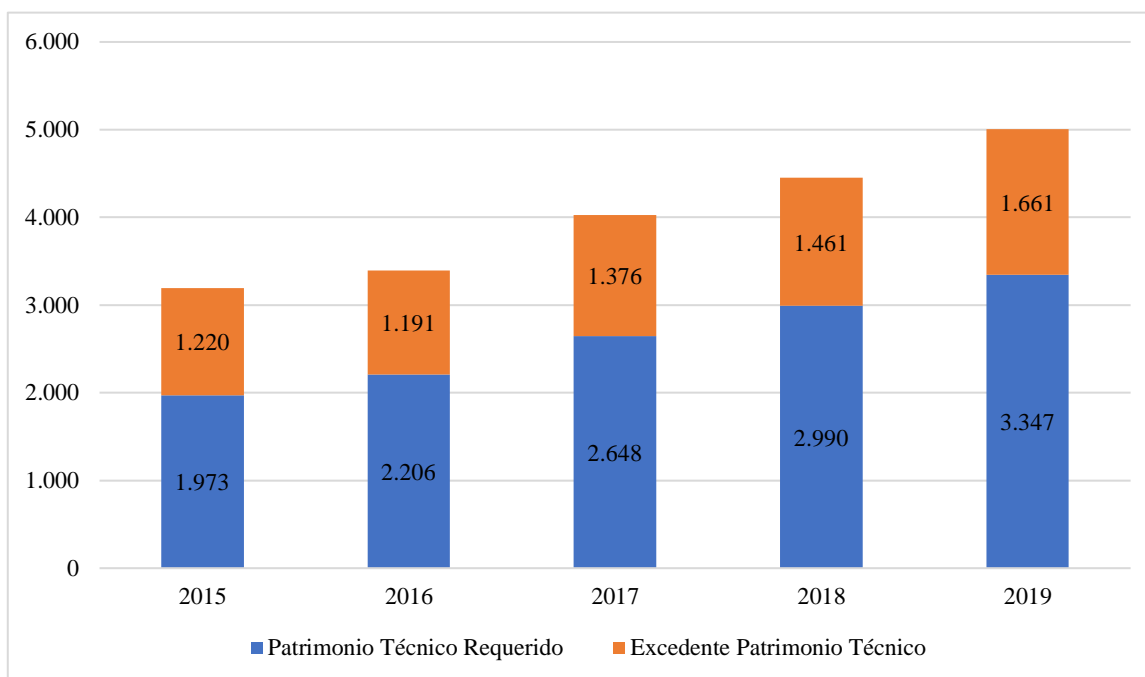


Figura 17. Composición del patrimonio técnico bancario. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)

Parte del decrecimiento de la demanda de créditos también está asociada con las tasas de interés que mantienen los bancos privados que resultan generar un aumento importante de las obligaciones que deberá pagar el prestamista y que hacen que decline ante la decisión de optar por el financiamiento. Por ejemplo, Banco Pichincha que es una de las principales entidades financieras del Ecuador en el 2014 generó un volumen de crédito de USD 7.1 miles de millones, mientras que en el 2015 este bajó en USD 5,8 miles de millones para que en el 2016 sea de USD 5,7 miles de millones. No obstante, en el 2017 muestra un aumento de USD 6,1 miles de millones y en el 2018 de USD 8,4 miles de millones (CFN, 2019).

En el 2019 la Tasa Productiva PYMES referencial fue de 11,49%, mientras que la Tasa Activa Comercial Prioritario PYME está en 10,96%. Estando en un rango bajo en comparación a otras tasas de interés como la de Microcrédito Minorista que está en un 25,20% o la Microcrédito Agrícola en 19,46% (ASOBANCA, 2020).

En cuanto al destino del crédito en la figura 17 se puede apreciar que el crédito a la producción muestra una mayor tendencia con relación del crédito al consumo. En base a la cartera bruta en el 2015 el crédito a la producción fue de un 56%, mientras que en el 2016 este pasó a ser de un 40%, en el 2017 de 67%, para el 2018 del 63% y en el 2019 del 62%.

Por ejemplo, en el 2019 el valor que se alcanzó en el crédito a la producción fue de USD 17.692 miles de millones conforme al total de la cartera bruta que fue de USD 29.970 millones lo que corresponde al 59,0% del 100%.

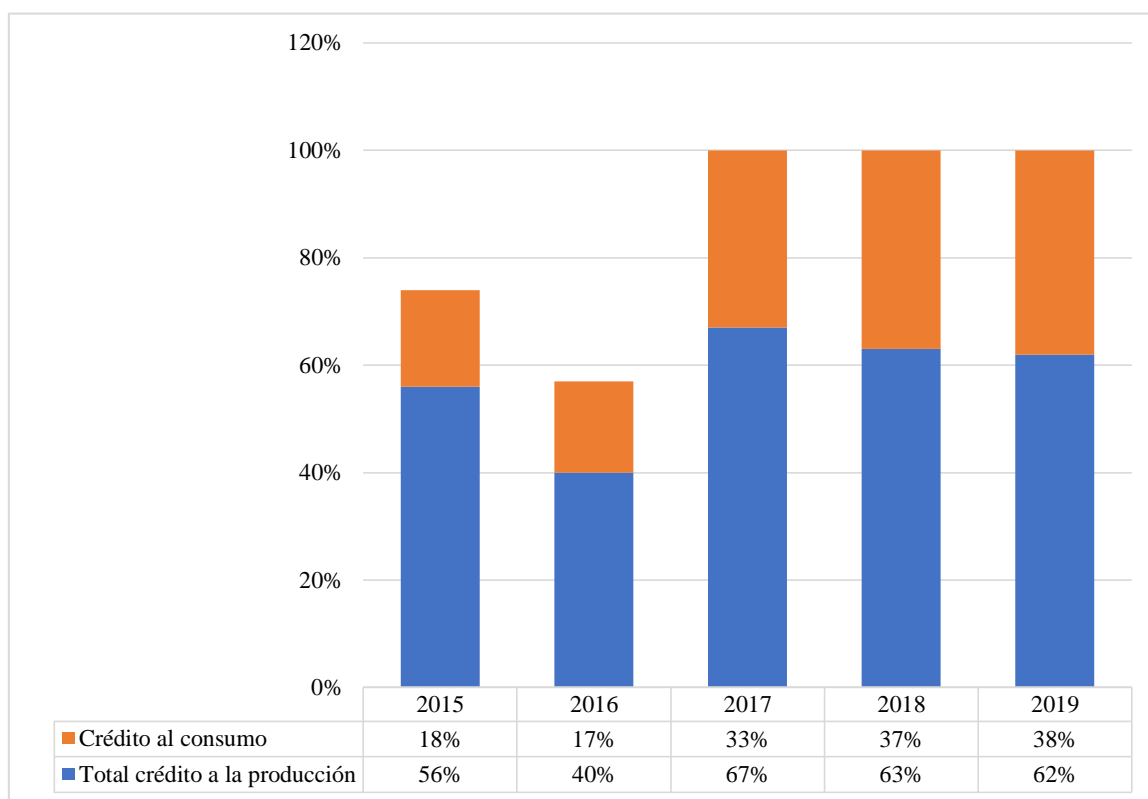


Figura 18. Destino del Crédito periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)

Las cooperativas de ahorro y crédito tienen una importante participación en el desarrollo del crédito para la producción que se destina mayormente para los sectores productivos. Entonces, es un referente importante en el aporte al crecimiento de las empresas a nivel nacional, en especial la ciudad de Guayaquil que es una de las principales en generar desarrollo y crecimiento económico.

Para el caso de los créditos relacionados con la categoría comercial que están por vencer en la figura 18 se puede observar que los saldos en el 2015 fueron de un total de USD 9.431 miles de millones, mientras que en el 2016 pasó a ser de USD 8.501 miles de millones, para el 2017 este se ubicó en USD 9.919 miles de millones con una variación del 16,7%. En el 2018 pasó a ser de USD 11.696 miles de millones con una variación del 17,9%, para el 2019 de USD 12.685 miles de millones con una variación del 8,5%. Que si se toma en cuenta el periodo en términos anuales se presentan variaciones promedio del 3,6%.

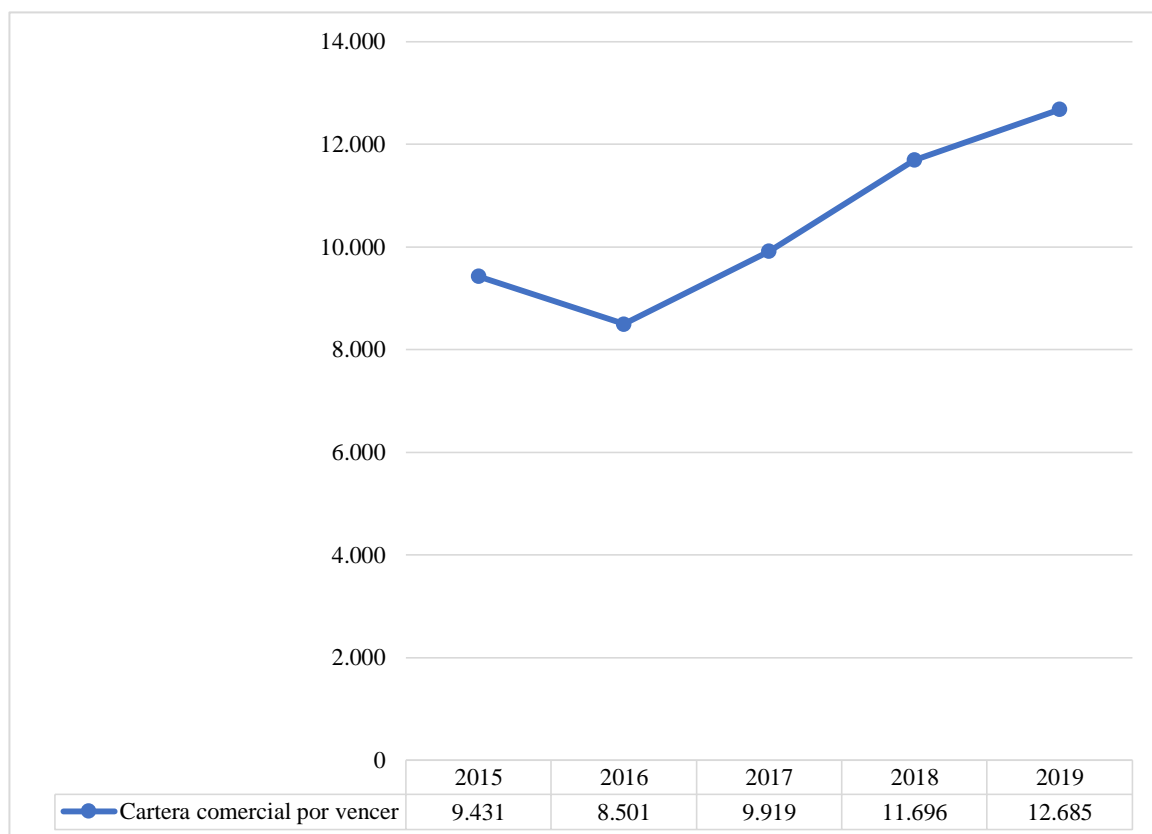


Figura 19. Cartera comercial por vencer periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)

En el caso del crédito consumo por vencer este ha incrementado de año en año menos en el 2016 donde se presenta un total de USD 8.501 millones. En el 2017 el total generado fue de USD 9.919 millones. Para el 2018 esta tendencia tuvo un aumento de USD 11.696 millones y el 2019 el acumulado de la cartera cerró en un total de USD 12.685 millones. De acuerdo con ASOBANCA estos saldos han tenido un crecimiento mensual de 0,8% pero anualmente este fue de un 18,4%.

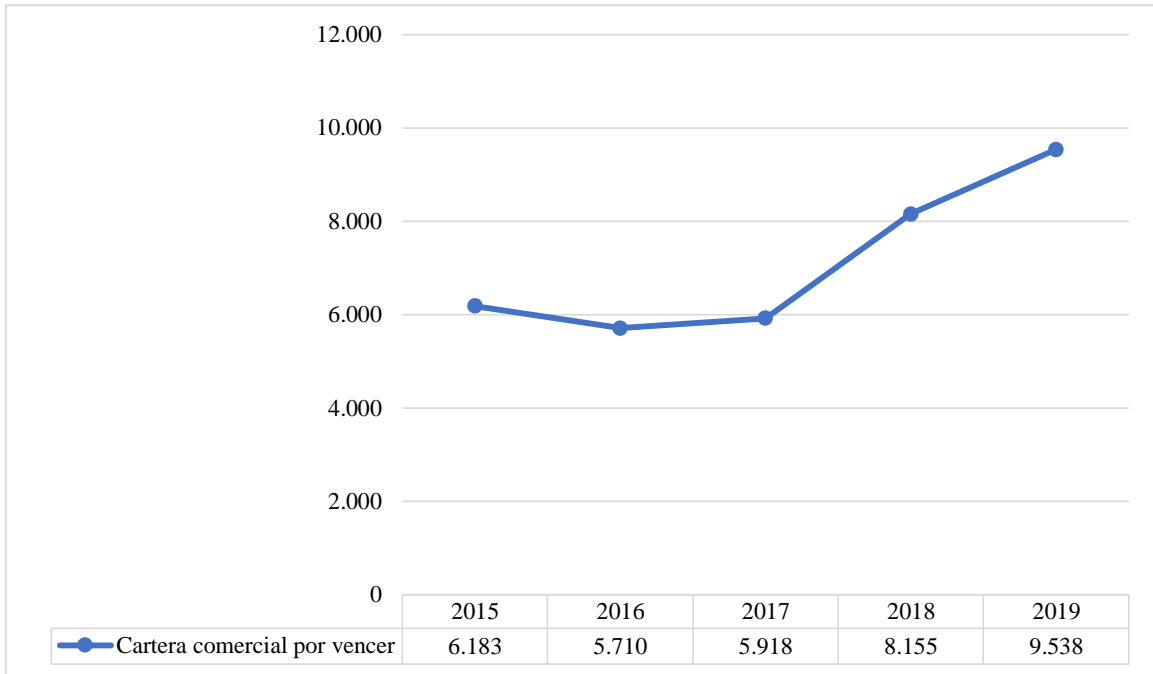


Figura 20. Crédito consumo por vencer periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)

En el caso del microcrédito esta cuenta ha tenido un rendimiento de crecimiento mensual del 0,7% y anual del 16,5% que en el 2015 cerró con una cartera de un total de USD 1.431 millones, mientras que en el 2016 este pasó a ser de USD 1.349 millones, mientras que en el 2017 de USD 1.384 millones. En el 2018 la cartera de microcrédito por vencer fue de USD 1.503 millones y en el 2019 de USD 1.657 millones. En la figura 20 se muestra la evolución de este indicador.

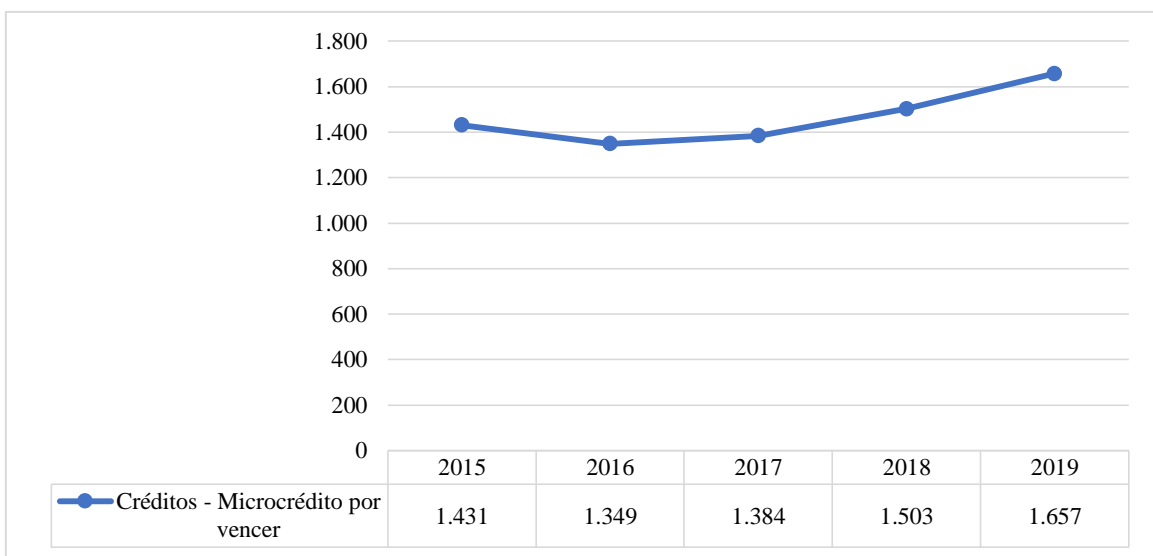


Figura 21. Crédito Microcrédito por vencer, periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)

La cobertura bancaria en Ecuador en base a las provisiones de cartera versus la cartera improductiva reflejó durante el periodo 2015 – 2019 una relación de 2,2 puntos. En el 2016 el total de las provisiones se contabilizaron en USD 1.305 millones que hasta el 2019 fueron de USD 1.808 millones. Por el contrario, en el caso de la cartera improductiva en el 2016 fue de USD 830 millones que hasta el 2019 pasó a ser de USD 779 millones.

El desarrollo bancario ha demostrado tener diferentes variaciones en los niveles de rendimiento que por ejemplo a nivel de morosidad hasta el 2019 conforme a los informes de ASOBANCA en la cartera comercial fue del 1,0%, mientras que en la cartera de morosidad total pasó a ser de un 3,0%.

Otras cuentas como la de Consumo hasta el 2019 decrecieron en 4,9% considerando que a principios del 2015 estos se encontraban en 8,3%. Mientras que el Microcrédito para finales del 2019 pasó a ser de 5,1%. En la tabla 19 se evidencia la estructura improductiva del crédito con el indicador de consumo en el 2019 cerró en USD 536,8 millones, mientras que la comercial fue de USD 111,3 millones. Con respecto a la de vivienda esta fue de USD 71,4 millones, el microcrédito de USD 94,0 millones y educativo de USD 7,1 millones.

Tabla 19. Estructura improductiva del crédito 2019

Cartera	Montos USD millones
Comercial	111,3
Consumo	536,8
Vivienda	71,4
Microcrédito	94,0
Educativo	7,1
Cartera improductiva	820,6

Fuente. Estructura Improductiva del Crédito 2019. Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros (2019)

En cuanto a morosidad la cartera de microcrédito reflejó un margen del 4,68% que está dirigido a las microempresas y pymes, mientras que el de consumo mantiene un rendimiento de morosidad en un 4,57% siendo la segunda cartera que refleja un alto margen de cuentas vencidas que no han sido canceladas a la banca privada.

El total de la morosidad en la banca privada es del 2,73% que en términos generales no es un margen alto en comparación a los niveles de eficiencia que hasta el 2019 llegaron

a ser de 133,0%. En la tabla 4 se muestra como se ha estructurado la cartera improductiva del crédito (morosidad) 2019, según cifras de la siguiente tabla.

Tabla 20. Estructura improductiva del crédito 2019 (morosidad)

Cartera	Morosidad %
Comercial	0,83%
Consumo	4,57%
Vivienda	2,99%
Microcrédito	4,68%
Educativo	1,72%
Morosidad Total	2,73%

Fuente. Estructura Improductiva del Crédito (Morosidad) 2019. Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros (2019)

Sobre la morosidad de los créditos a nivel general en lo que es a nivel productivo se puede evidenciar un margen del 0,39% siendo la tasa más baja de toda la cartera general que maneja la banca privada. En el caso del microcrédito este tiene un margen del 5,09% y el consumo ordinario del 6,47% este último el de mayor incidencia. Por lo tanto, la colocación de créditos productivos para el sector de las Pymes refleja que no se ven altos niveles de riesgo.

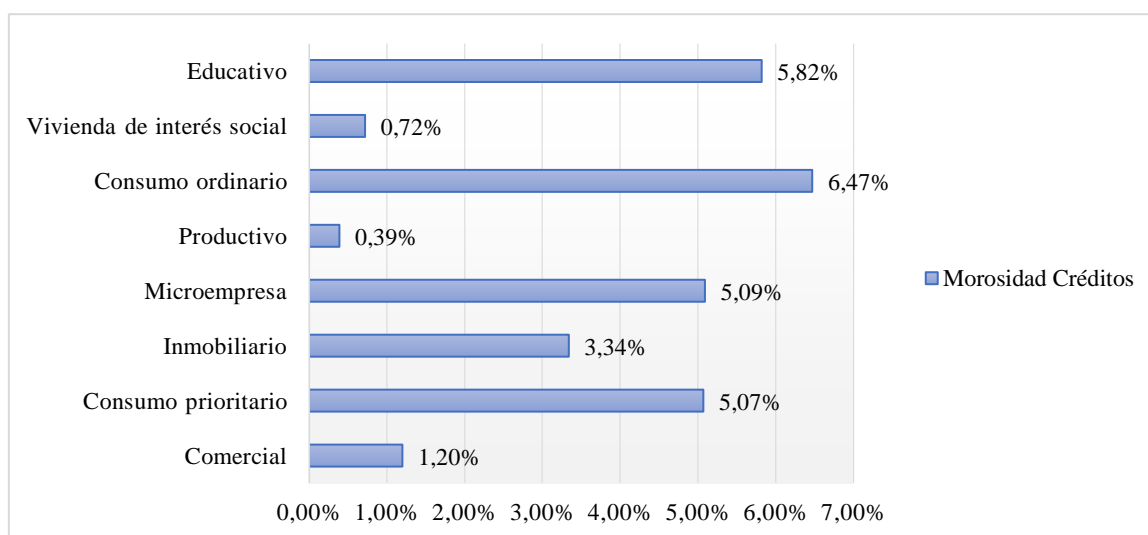


Figura 22. Morosidad de créditos, periodo 2015 - 2019. Adaptado de Informe Financiero realizado por ASOBANCA (2020)

Las cooperativas de ahorro y crédito han tenido una participación importante en el volumen de créditos en comparación con las instituciones financieras. Solo en el 2015 el total registrado fue de USD 30.298 millones. Por el contrario, para el 2016 ante la situación

económica del país debido a factores macroeconómicos como los resultados desfavorables en la Balanza Comercial total que puso en evidencia el aumento de las importaciones que llevaron al Estado a imponer un paquete de medidas entre ellas las salvaguardas que limitaron el desarrollo de empresas dentro del sector importador.

Otro factor que tuvo incidencia en la colocación de capital para créditos se debe a la destrucción de las zonas de Esmeraldas y Manabí debido al terremoto del 16 de abril del 2016 que también dio como efecto la imposición de medidas urgentes entre las cuales constaron el aumento del IVA al 14%. Todos estos cambios y la presión fiscal generaron desconfianza en los inversionistas y limitaron el acceso a medios de financiamiento para emprendedores porque las entidades financieras mostraban preocupación referente a los niveles de riesgo.

Por el contrario, para el 2017 se dieron datos alentadores con un total de USD 41.243 millones, para el 2018 de USD 38.343 millones y hasta el segundo semestre del 2019 fueron de un total de USD 11,680 millones. En el caso del crédito productivo empresarial otorgado en el 2015 este fue de un total de USD 45.841.838 millones, mientras que en el 2016 pasó a ser de USD 38.943.134 millones, en el 2017 de USD 43.731.555 millones, en el 2018 de USD 41.232.843 millones y en el primer semestre del 2019 de USD 23.982.763 millones.

Tabla 21. Evolución del crédito productivo empresarial 2015 – 2019

Año	Monto Crédito Productivo Empresarial USD millones
2015	45.841.838
2016	38.943.134
2017	43.731.555
2018	41.232.843
2019	23.982.763

Fuente. Evolución del crédito productivo empresarial, periodo 2015 - 2019. Tomado de la Superintendencia de Bancos y Seguros (2019)

4.2.2. Análisis FODA

De acuerdo con el análisis del sector financiero y conforme con los resultados de la investigación se identifica a continuación las fortalezas, oportunidades, debilidades y

amenazas de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” que son las siguientes:

Tabla 22. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” posee una imagen corporativa posicionada en el sector financiero en diferentes provincias del Ecuador. • Diversidad de servicios y productos financieros para microempresarios, agricultores, emprendedores bajo flexibles condiciones y requisitos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de cooperativas de ahorro y crédito en el Centro de Durán. • Crecimiento de su participación en el cantón Durán. • Aumento de los usuarios que requieran de los servicios y productos financieros.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Insuficientes servicios integrados y automatizados. • Poca capacidad de créditos y préstamos frente a la banca privada tradicional. • Elevado costo de captación frente a la tasa activa pagada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de nuevas sucursales de cooperativas de ahorro y crédito en el Centro de Durán. • Oligopolio de instituciones bancarias.

Fuente. Proceso de investigación

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.3. Estructura organizacional

Para la apertura de la agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” en el centro de Durán se requerirá de un total de 7 trabajadores que cumplan funciones específicas en el manejo de las operaciones, servicios y productos financieros a disposición de los socios. A continuación, se presenta el organigrama correspondiente al personal y sus cargos:

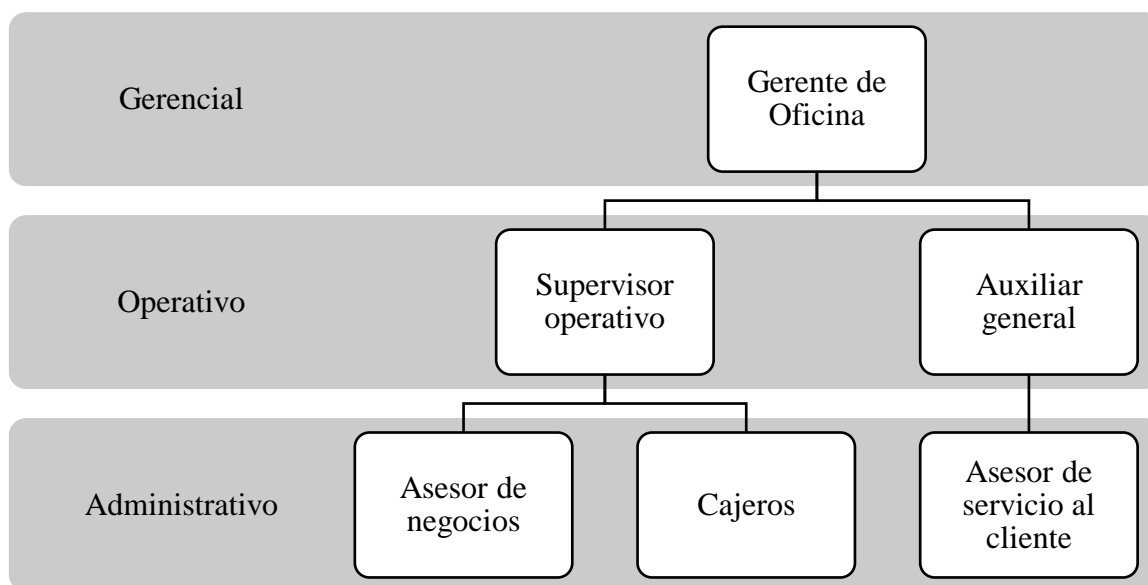



Figura 23. Organigrama de la Agencia Durán Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”.
Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)


Tabla 23. Funciones y responsabilidades del Gerente de oficina

	Identificación del cargo
Nombre del cargo	Gerente de oficina
Dependencia	Gerencial
Jefe inmediato	Ninguno
Requisitos mínimos	
Requisito de formación	Administración de empresas, Tributación y Finanzas, Ing. Comercial o carreras afines.

Requisitos de experiencia	2 años de experiencia
Objetivo principal	
Responder por la administración de la cooperativa de ahorro y crédito a través de la gestión profesional en el manejo de los servicios y productos financieros.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los reportes financieros, carteras vencidas, flujos de efectivo, balances, y demás documentos. • Solicitar reportes de arqueos de caja y depósitos. • Revisar el balance de los activos, pasivos y patrimonios financieros de la cooperativa de ahorro y crédito. • Llevar controles de los movimientos financieros y colocación de capital para el financiamiento de créditos. • Tomar decisiones en el marco del flujo de créditos y préstamos para pymes, productivos, de vivienda, consumo y agrícola. • Revisar y aprobar todo documento que esté relacionado con las operaciones financieras de la cooperativa de ahorro y crédito. • Realizar reportes referentes a la cartera vencida de los créditos y préstamos. • Informar al supervisor y asesores sobre los cambios internos que se den internamente. 	

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)


Tabla 24. *Funciones y responsabilidades del Supervisor operativo*

	Identificación del cargo
Nombre del cargo	Supervisor operativo
Dependencia	Operativo-Financiero
Jefe inmediato	Gerente de oficina
Requisitos mínimos	
Requisito de formación	Profesional titulado en el área de administración de empresas, economía, ingeniería comercial o afines.

Requisitos de experiencia	3 años de experiencia en puestos similares.
Objetivo principal	
Responder al soporte operativo en los canales de atención financiera y supervisión de las actividades orientadas al manejo del efectivo, sistemas operativos y actividades realizadas por los cajeros.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el soporte y ejecución de todas las operaciones que son realizadas en los canales de atención en la cooperativa de ahorro y crédito para una adecuada prestación del servicio financiero. • Realizar los controles respectivos sobre los servicios otorgados en la cooperativa de ahorro y crédito. • Realizar el análisis y evaluación de los reportes de operatividad de la agencia para la corrupción o adopción de medidas necesarias en el manejo de los servicios financieros. • Analizar la operatividad de canales alternativos en la atención financiera. • Controlar las actividades realizadas por los cajeros y auxiliares para el cumplimiento de objetivos. • Realizar propuesta de innovación y desarrollo del servicio financiero que sean orientados a las mejoras correspondientes. 	

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)


Tabla 25. Funciones y responsabilidades del Asesor de negocios

	Identificación del cargo
Nombre del cargo	Asesor de negocios
Dependencia	Administrativo
Jefe inmediato	Jefe operativo – Gerente de oficina
Requisitos mínimos	
Requisito de formación	Administración de empresas, Tributación y Finanzas, Ing. Comercial o carreras afines.

Requisitos de experiencia	2 años de experiencia
Objetivo principal	
Responder a las necesidades del análisis de circunstancias pasadas, presentes y futuras de los clientes tomando en cuenta la información en la base de datos, así como las gestiones para el desarrollo de negocios con usuarios.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar información financiera a interesados en el acceso a créditos o préstamos. • Asesorar a nivel financiero a usuarios sobre la forma de utilizar el financiamiento comercial, productivo, empresarial, entre otros. • Realizar evaluaciones de la base de datos de solicitantes de crédito para su aprobación o rechazo. • Identificar necesidades y los objetivos de los clientes. • Tomar decisiones en la colocación de capital para el financiamiento de créditos o préstamos. • Entregar reportes de la cartera de clientes, cuentas vencidas, cuentas por cobrar y datos de clientes. 	

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Tabla 26. Funciones y responsabilidades del Auxiliar general

	Identificación del cargo
Nombre del cargo	Auxiliar general
Dependencia	Operativo
Jefe inmediato	Gerente de oficina
Requisitos mínimos	
Requisito de formación	Administración de empresas, Tributación y Finanzas, Ing. Comercial o carreras afines.
Requisitos de experiencia	2 años de experiencia
Objetivo principal	


Garantizar el cumplimiento de los objetivos en la gestión financiera de la cooperativa de ahorro y crédito tomando en cuenta las políticas y procedimientos para la ejecución de las operaciones de atención al cliente.

Funciones esenciales

- Desarrollar planes financieros para evaluar la respuesta de clientes y socios en el acceso a los servicios financieros.
- Supervisar las gestiones de comunicación interna y externa.
- Realizar seguimientos a las actividades administrativas y de atención a los clientes.
- Asignar tareas al auxiliar de servicio al cliente para la ejecución de actividades de comunicación.
- Garantizar el cumplimiento de los objetivos internos de la cooperativa de ahorro y crédito.
- Comunicar a la gerencia sobre todas las actividades realizadas en la comunicación interna y externa.

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)


Tabla 27. Funciones y responsabilidades del Cajero

	<p>Identificación del cargo</p>
<p>Nombre del cargo</p>	<p>Cajero</p>
<p>Dependencia</p>	<p>Administrativo</p>
<p>Jefe inmediato</p>	<p>Supervisor operativo – Gerente de oficina</p>
<p>Requisitos mínimos</p>	
<p>Requisito de formación</p>	<p>Administración de empresas, Tributación y Finanzas, Ing. Comercial o carreras afines.</p>
<p>Requisitos de experiencia</p>	<p>2 años de experiencia</p>
<p>Objetivo principal</p>	
<p>Responder a las necesidades de los clientes en el manejo del efectivo, pagos, débitos, y demás transacciones que se lleven a cabo dentro de la entidad financiera.</p>	

Funciones esenciales
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las necesidades de los clientes al momento de realizar alguna transacción financiera. • Supervisar todas las transacciones de pagos, depósitos, retiro de dinero y otras formas de pago que maneje la cooperativa de ahorro y crédito. • Realizar la revisión diaria de las cuentas de efectivo. • Otorgar a los clientes la suficiente información referente a los servicios financieros de la cooperativa de ahorro y crédito. • Resolver los inconvenientes que tengan los clientes sobre una transacción financiera. • Llevar un reporte detallado de todas las transacciones de forma diaria, semanal y mensual. • Brindar apoyo para la captación de clientes.

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Tabla 28. *Funciones y responsabilidades del Auxiliar de servicio al cliente*

	Identificación del cargo
Nombre del cargo	Auxiliar de servicio al cliente
Dependencia	Administrativo
Jefe inmediato	Auxiliar administrativo – Gerente de oficina
Requisitos mínimos	
Requisito de formación	Administración de empresas, Tributación y Finanzas, Ing. Comercial o carreras afines.
Requisitos de experiencia	2 años de experiencia
Objetivo principal	
Responder a las necesidades de la cooperativa de ahorro y crédito en el acceso a información y desarrollo de canales de comunicación para dar a conocer a los clientes sobre los productos y servicios financieros.	

Funciones esenciales

- Brindar información a los clientes sobre información sobre préstamos, servicios, productos, reclamos y sugerencias.
- Manejar las redes sociales, página web y otras plataformas para la publicación y comunicación.
- Realizar la difusión de información a los clientes sobre deudas, noticias de novedad, productos financieros y servicios.
- Realizar reportes sobre quejas y sugerencias de los clientes.

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.4. Marketing Mix

En cuanto a las estrategias de marketing la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” en su agencia Durán se manejará bajo los lineamientos de la matriz que son mediante el uso de redes sociales, página web y menciones en las plataformas oficiales.

Para la apertura de la agencia en el centro de Durán se manejarán mediante los canales oficiales de la matriz para informar a los habitantes y de esta manera crear contenido que sirva para la captación de clientes.

Al ser una entidad financiera se deberá regir a las políticas internas por lo que emplear estrategias de mercadeo estará sujetas a la aprobación de la directiva. Por lo tanto, no se manejarán descuentos, promociones o incentivos que normalmente manejaría una entidad no financiera.



Figura 24. Publicidad en redes sociales de la Agencia Durán Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”.

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)



Figura 25. Publicidad en redes sociales # 2 de la Agencia Durán Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”.

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.5. Estudio técnico

4.5.1. Macro localización

La agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” estará ubicada en la provincia del Guayas, cantón Durán en el Centro Comercial Plaza Coronel en el centro frente al malecón.

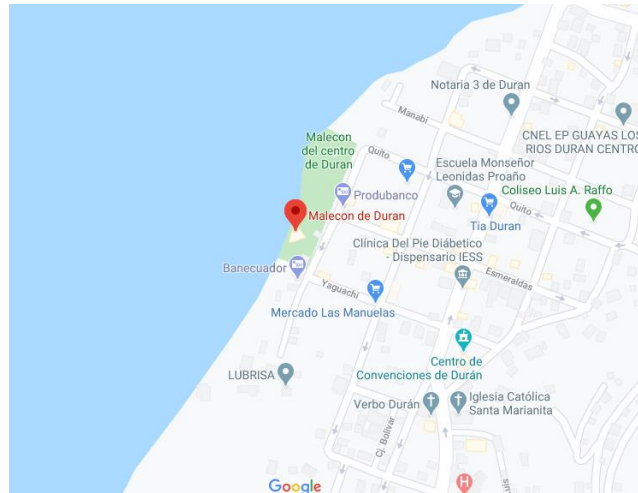


Figura 26. Ubicación Geográfica de la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”; Fuente: Google Maps.

Los criterios que se tomaron en cuenta para la selección del local de 120 m² con dos locales que tienen puerta trasera es la ubicación en plena zona comercial en el centro de Durán.



Figura 27. Fotografía del Centro Comercial Plaza Coronel en el Centro de Durán.

4.5.2. Plano del lugar

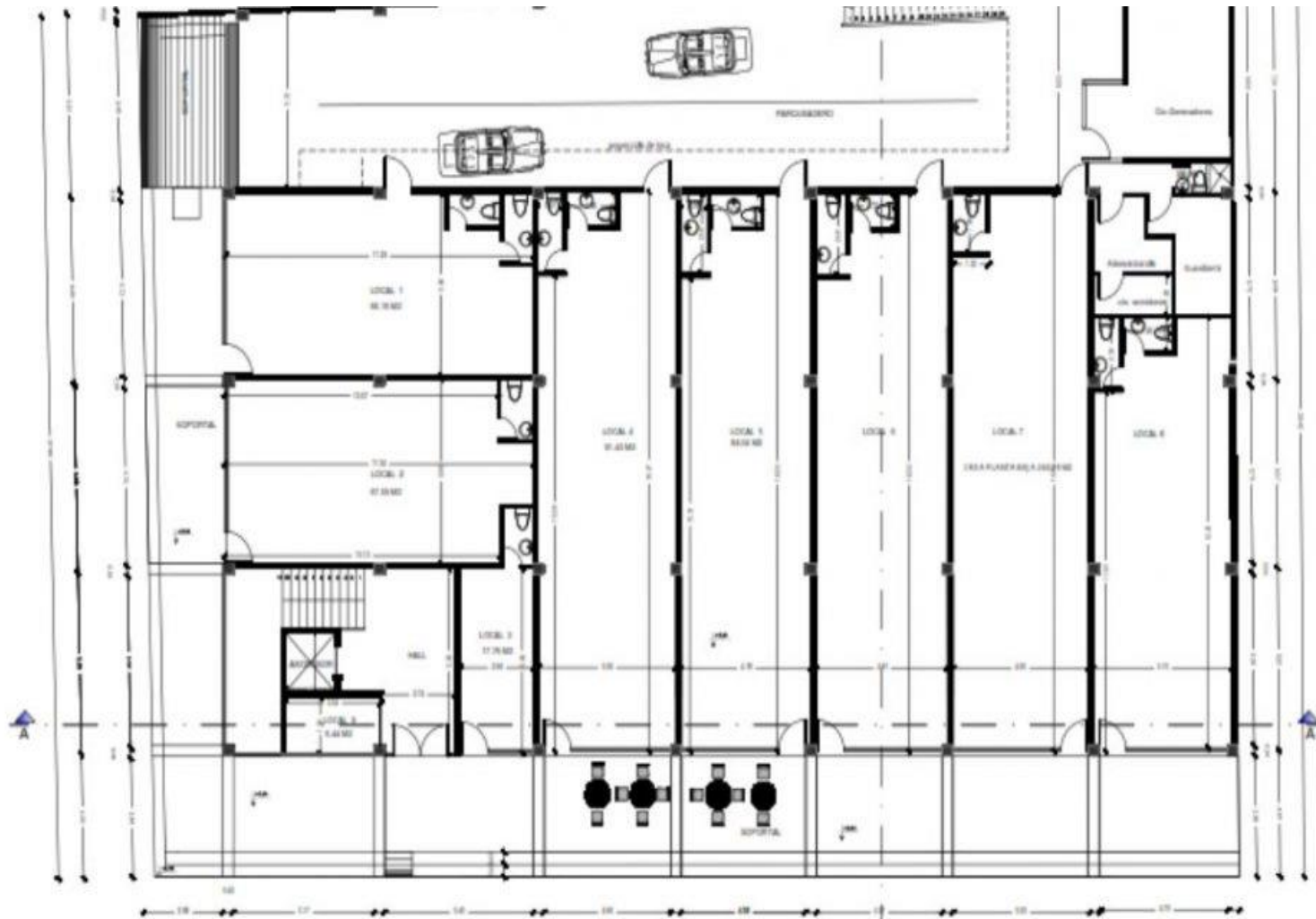


Figura 28. Plano de la cooperativa de ahorro y crédito "Fernando Daquilema" en el Centro de Durán – Centro Comercial Plaza Coronel.

4.5.3. Recursos y equipos

Tabla 29. Recursos y equipos

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
<u>Muebles de oficina</u>			
Conjunto Escritorio de oficina esquinero con cajonera y silla	\$ 145,99	5	\$ 729,95
Silla de espera para oficina	\$ 30,00	10	\$ 300,00
Estación de trabajo tipo L escritorio	\$ 160,00	2	\$ 320,00
Silla para cajeros	\$ 85,00	2	\$ 170,00
Máquina contadora de dinero	\$ 159,99	2	\$ 319,98
Bancada-sillas de espera 4 puestos	\$ 160,00	5	\$ 800,00
Archivador metálico cuatro cajones carpetas	\$ 125,00	3	\$ 375,00
Total			\$ 3.014,93
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
<u>Equipo de oficina</u>			
Aire acondicionado	\$ 420,99	2	\$ 841,98
Teléfonos fijos	\$ 12,99	5	\$ 64,95
Fax	\$ 45,00	1	\$ 45,00
Dispensador de agua	\$ 86,40	2	\$ 172,80
Total			\$ 1.124,73
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
<u>Equipos de computación</u>			
Computadoras de escritorio	\$ 267,99	7	\$ 1.875,93
Impresora multifuncional EPSON	\$ 285,67	3	\$ 857,01
TOTAL			\$ 2.732,94

Fuente: Proceso de investigación

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

En lo referente a los muebles de oficina se requerirá de un monto de USD 3.014,93 para la compra de los diferentes bienes que puedan ser utilizados por el personal de la entidad financiera como por ejemplo los escritorios de oficina, sillas para cajeros, bancada de sillas para espera, entre otros.

Para los equipos de oficina como teléfonos fijos, aires acondicionados, dispensador de agua el monto requerido será de USD 1.124,73. Por último los equipos de computación tendrán un presupuesto de USD 2.732,94 para la compra de las 7 computadoras que serán utilizadas por el personal, así como impresoras multifunciones EPSON.

4.5.4. Impacto ambiental

Tabla 30. Recursos y equipos

Aspectos del medio ambiente del negocio	Área de gerencia	Bodega	Áreas operativas	Oficina	Cajeros	Otras actividades
Consumo de energía	M	B	A	B	B	B
Consumo de agua	NS	NS	B	B	NS	NS
Consumo de materia prima	NS	NS	B	B	NS	B
Agua residual	B	NS	B	B	B	B
Manipulación de sustancias peligrosas	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Emisiones atmosféricas	NS	M	NS	NS	NS	NS
Generación de ruido	B	NS	B	B	B	B
Contaminación del suelo	NS	B	NS	NS	NS	NS
Generación de residuos	B	B	B	B	NS	NS

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Los criterios que se tomaron en cuenta para la evaluación del impacto ambiental de la idea de negocio se enfocaron en los indicadores:

- NS: No significativo
- B: Bajo
- M: Media
- A: Alto

El tipo de actividad que se realizará la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” no genera un alto impacto al medio ambiente porque no se producen bienes o se utilizan recursos no renovables o aquellos que pueden contaminar el suelo. Además, la ubicación del negocio no compromete el ecosistema como tal, pero, se deberá establecer un plan de contingencia para el correcto manejo de recursos como papelería, entre otros.

Tabla 31. Recursos y equipos

Las 3 R	Descripción-Estrategias
Reducir	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una adecuada planificación de compra de suministros de oficina y limpieza. • Comprar materiales biodegradables. • Disminuir el consumo de productos con empaques de plástico. • Evitar gastar innecesariamente agua. • Hacer uso de medios digitales para la publicidad del producto para reducir el uso de papel.
Reutilizar	<ul style="list-style-type: none"> • Se reciclarán las hojas utilizadas para la impresión de información. • Reutilizar cartones, frascos y fundas que estén en buen estado.
Reciclar	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener tachos para la clasificación de los residuos.

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.6. Factibilidad financiera

4.6.1. Inversión inicial

De acuerdo con la factibilidad financiera para la apertura de la agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” la inversión inicial está proyectada en un total de USD 50.578,96 que en un 70% estará financiado a través de un préstamo que corresponde a USD 35.405,27, mientras que el 30% restante de USD 15.173,69 será a través de capital propio.

Tabla 32. Inversión inicial

Inversión Inicial	Valor	%
Capital de Trabajo	\$ 26.831,38	53,05%
Total Inversión Corriente	\$ 26.831,38	53,05%
Muebles de oficina	\$ 3.014,93	5,96%
Equipo de oficina	\$ 1.124,73	2,22%
Equipos de computación	\$ 2.732,94	5,40%
Total Inversión Fija	\$ 6.872,60	13,59%
Gastos Pre operativos	\$ 16.874,99	33,36%
Total Inversión Diferida	\$ 16.874,99	33,36%
Total Inversión Inicial	\$ 50.578,97	100,00%

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

El 53,05% de la inversión estará conformado por el capital de trabajo, mientras que el 13,59% para la compra de muebles y equipos de oficina, así como los equipos de computación, mientras que la inversión diferida es del 33,36%.

4.6.2. Depreciación de activos

Tabla 33. Depreciación de activos

Amortizaciones	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Diferidos	\$ 16.874,99	20%	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00
Total	\$ 16.874,99		\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00
Acumulada			\$ 3.375,00	\$ 6.750,00	\$ 10.124,99	\$ 13.499,99	\$ 16.874,99

Depreciación	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles de oficina	\$ 3.014,93	10,00%	\$ 301,49	\$ 301,49	\$ 301,49	\$ 301,49	\$ 301,49
Equipo de oficina	\$ 1.124,73	10,00%	\$ 112,47	\$ 112,47	\$ 112,47	\$ 112,47	\$ 112,47
Equipos de computación	\$ 2.732,94	33,33%	\$ 910,89	\$ 910,89	\$ 910,89		
Total	\$ 6.872,60		\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 413,97	\$ 413,97
Acumulada			\$ 1.324,85	\$ 2.649,71	\$ 3.974,56	\$ 4.388,53	\$ 4.802,50

TOTAL DEPRECIACIONES			\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 413,97	\$ 413,97
TOTAL DEPRECIACIONES ACUMULADAS			\$ 1.324,85	\$ 2.649,71	\$ 3.974,56	\$ 4.388,53	\$ 4.802,50

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.6.3. Capital de trabajo y financiamiento

Tabla 34. Fuente de financiamiento

Fuentes de Financiamiento	Valor	%
Capital Propio	\$ 15.173,69	30,00%
Financiamiento Externo	\$ 35.405,27	70,00%
TOTAL	\$ 50.578,96	100%

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Tabla 35. Datos del financiamiento

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO			
Préstamo	35.405,27		
Tasa de Interés	10,21%	0,8508%	Mensual
Periodos de Pago (Anual)	5	60	Mensual
Periodos de Gracia	0		
Pago	\$ 9.389,98	\$755,92	Mensual

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

De acuerdo con el financiamiento para la apertura de la cooperativa de ahorro y crédito el préstamo es de USD 35.405,27 con una tasa de interés del 10,21% a un plazo de 5 años o 60 meses. Los pagos mensuales que se deberán realizar serán de USD 755,92 y anual de USD 9.389,98.

Se realizó una comparación de las alternativas de créditos que ofrecen las entidades financieras se escogió la de BANECUADOR que ofrece una tasa efectiva del 10,21% para los créditos orientados a la parte empresarial y de emprendimientos que en el mercado está entre los más bajos, además que otorga un periodo de pago de 60 meses con un pago mensual de USD 755,92 y anual de USD 9.389,98.

Entonces, los costos de financiamiento total permitirán disponer de los recursos para cubrir el capital de trabajo de manera que se pueda llevar a cabo con todos los procesos de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” agencia Durán.

Tabla 36. Amortización del préstamo (anual)

AÑOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	ANUALIDAD	CUOTA DE AMORTIZACIÓN	CUOTA DE INTERÉS	SALDO PENDIENTE
0	\$ 35.405,27				\$ 35.405,27
1	\$ 35.405,27	\$ 9.389,98	\$ 5.775,10	\$ 3.614,88	\$ 29.630,17
2	\$ 29.630,17	\$ 9.389,98	\$ 6.364,74	\$ 3.025,24	\$ 23.265,43
3	\$ 23.265,43	\$ 9.389,98	\$ 7.014,58	\$ 2.375,40	\$ 16.250,85
4	\$ 16.250,85	\$ 9.389,98	\$ 7.730,77	\$ 1.659,21	\$ 8.520,08
5	\$ 8.520,08	\$ 9.389,98	\$ 8.520,08	\$ 869,90	\$ -

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.7. Costos y gastos

Tabla 37. Costos y gastos

Gastos Administrativos	Mensual	Anual
Servicio de Internet Fijo	\$ 56,00	\$ 672,00
Energía Eléctrica	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Agua Potable	\$ 60,00	\$ 720,00
Servicio Telefónico	\$ 22,67	\$ 272,04
Alquiler del local	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Recarga de extintores	\$ 40,00	\$ 40,00
Servicio de seguridad y vigilancia	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Servicio de limpieza	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Uniforme de los empleados	\$ 300,00	\$ 300,00
Suministros de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros de limpieza	\$ 30,00	\$ 360,00
Total	\$ 4.028,67	\$ 44.604,04

Gastos de Marketing	MENSUAL	ANUAL
Vallas publicitarias	\$ 120,00	\$ 1.440,00
1000 Volantes Publicitarios A4 Flyers Carta	\$ 89,00	\$ 356,00
Redes sociales	\$ 30,00	\$ 360,00
Mantenimiento Página Web	\$ 150,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 389,00	\$ 2.756,00

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

En lo referente a los gastos administrativos el total requerido será de USD 44.604,04 para el pago de servicios básicos, limpieza, seguridad y vigilancia, compra de uniformes, suministros de limpieza, entre otros que para el mes el monto será de USD 4.028,67. Otro de los gastos que se requerirán es para el marketing empleado en la cooperativa de ahorro y crédito que será de USD 2.756,00 para el alquiler de una valla publicitaria que informe a los habitantes de la apertura de la agencia, así como volantes publicitarios para la entrega a los usuarios, redes sociales y mantenimiento de la página web de la matriz para la actualización de información y creación en enlaces que permitirán al auxiliar poder administrar la información y datos que requieran los clientes.

Tabla 38. Sueldos y beneficios

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 1													
N° de personas	Cargo	Sueldo	Sueldo Mensual	13°		14°		Fondos de Reserva	Vacaciones	Aportaciones al IESS Empleador (11.15%)	Total Mensual	Total Anual	
				Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual						
1	Gerente de oficina	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 79,17	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 79,14	\$ 39,58	\$ 105,93	\$ 1.286,64	\$ 15.439,72	
1	Auxiliar general	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 560,75	\$ 6.729,04	
1	Asesor de negocios	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 626,74	\$ 7.520,92	
1	Supervisor Operativo	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 45,82	\$ 22,92	\$ 61,33	\$ 758,72	\$ 9.104,68	
2	Cajero	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 788,00	\$ 65,67	\$ 66,64	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 1.121,51	\$ 13.458,08	
1	Asesor de servicio al cliente	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 560,75	\$ 6.729,04	
TOTAL		\$ 3.150,00	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00	\$ 295,83	\$ 2.758,00	\$ 229,83	\$ 295,72	\$ 147,92	\$ 395,83	\$ 4.915,12	\$ 58.981,48	

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 2													
N° de personas	Cargo	Sueldo	Sueldo Mensual	13°		14°		Fondos de Reserva	Vacaciones	Aportaciones al IESS Empleador (11.15%)	Total Mensual	Total Anual	
				Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual						
1	Gerente de oficina	\$ 964,39	\$ 964,39	\$ 964,39	\$ 80,37	\$ 399,97	\$ 33,33	\$ 80,33	\$ 40,18	\$ 107,53	\$ 1.306,14	\$ 15.673,63	
1	Auxiliar general	\$ 406,06	\$ 406,06	\$ 406,06	\$ 33,84	\$ 399,97	\$ 33,33	\$ 33,82	\$ 16,92	\$ 45,28	\$ 569,25	\$ 6.830,98	
1	Asesor de negocios	\$ 456,82	\$ 456,82	\$ 456,82	\$ 38,07	\$ 399,97	\$ 33,33	\$ 38,05	\$ 19,03	\$ 50,94	\$ 636,24	\$ 7.634,86	
1	Supervisor Operativo	\$ 558,33	\$ 558,33	\$ 558,33	\$ 46,53	\$ 399,97	\$ 33,33	\$ 46,51	\$ 23,26	\$ 62,25	\$ 770,22	\$ 9.242,62	
2	Cajero	\$ 406,06	\$ 812,12	\$ 812,12	\$ 67,68	\$ 799,94	\$ 66,66	\$ 67,65	\$ 33,84	\$ 90,55	\$ 1.138,50	\$ 13.661,97	
1	Asesor de servicio al cliente	\$ 406,06	\$ 406,06	\$ 406,06	\$ 33,84	\$ 399,97	\$ 33,33	\$ 33,82	\$ 16,92	\$ 45,28	\$ 569,25	\$ 6.830,98	
TOTAL		\$ 3.197,72	\$ 3.603,78	\$ 3.603,78	\$ 300,32	\$ 2.799,78	\$ 233,32	\$ 300,20	\$ 150,16	\$ 401,82	\$ 4.989,59	\$ 59.875,05	

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 3													
N° de personas	Cargo	Sueldo	Sueldo Mensual	13°		14°		Fondos de Reserva	Vacaciones	Aportaciones al IESS Empleador (11.15%)	Total Mensual	Total Anual	
				Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual						
1	Gerente de oficina	\$ 979,00	\$ 979,00	\$ 979,00	\$ 81,58	\$ 406,03	\$ 33,84	\$ 81,55	\$ 40,79	\$ 109,16	\$ 1.325,92	\$ 15.911,09	
1	Auxiliar general	\$ 412,21	\$ 412,21	\$ 412,21	\$ 34,35	\$ 406,03	\$ 33,84	\$ 34,34	\$ 17,18	\$ 45,96	\$ 577,87	\$ 6.934,47	
1	Asesor de negocios	\$ 463,74	\$ 463,74	\$ 463,74	\$ 38,64	\$ 406,03	\$ 33,84	\$ 38,63	\$ 19,32	\$ 51,71	\$ 645,88	\$ 7.750,53	
1	Supervisor Operativo	\$ 566,79	\$ 566,79	\$ 566,79	\$ 47,23	\$ 406,03	\$ 33,84	\$ 47,21	\$ 23,62	\$ 63,20	\$ 781,89	\$ 9.382,64	
2	Cajero	\$ 412,21	\$ 824,42	\$ 824,42	\$ 68,70	\$ 812,06	\$ 67,67	\$ 68,67	\$ 34,35	\$ 91,92	\$ 1.155,75	\$ 13.868,95	
1	Asesor de servicio al cliente	\$ 412,21	\$ 412,21	\$ 412,21	\$ 34,35	\$ 406,03	\$ 33,84	\$ 34,34	\$ 17,18	\$ 45,96	\$ 577,87	\$ 6.934,47	
TOTAL		\$ 3.246,17	\$ 3.658,38	\$ 3.658,38	\$ 304,86	\$ 2.842,20	\$ 236,85	\$ 304,74	\$ 152,43	\$ 407,91	\$ 5.065,18	\$ 60.782,16	

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 4													
N° de personas	Cargo	Sueldo	Sueldo Mensual	13°		14°		Fondos de Reserva	Vacaciones	Aportaciones al IESS Empleador (11.15%)	Total Mensual	Total Anual	
				Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual						
1	Gerente de oficina	\$ 993,83	\$ 993,83	\$ 993,83	\$ 82,82	\$ 412,18	\$ 34,35	\$ 82,79	\$ 41,41	\$ 110,81	\$ 1.346,01	\$ 16.152,14	
1	Auxiliar general	\$ 418,46	\$ 418,46	\$ 418,46	\$ 34,87	\$ 412,18	\$ 34,35	\$ 34,86	\$ 17,44	\$ 46,66	\$ 586,63	\$ 7.039,53	
1	Asesor de negocios	\$ 470,76	\$ 470,76	\$ 470,76	\$ 39,23	\$ 412,18	\$ 34,35	\$ 39,21	\$ 19,62	\$ 52,49	\$ 655,66	\$ 7.867,95	
1	Supervisor Operativo	\$ 575,38	\$ 575,38	\$ 575,38	\$ 47,95	\$ 412,18	\$ 34,35	\$ 47,93	\$ 23,97	\$ 64,15	\$ 793,73	\$ 9.524,79	
2	Cajero	\$ 418,46	\$ 836,91	\$ 836,91	\$ 69,74	\$ 824,36	\$ 68,70	\$ 69,71	\$ 34,87	\$ 93,32	\$ 1.173,26	\$ 14.079,06	
1	Asesor de servicio al cliente	\$ 418,46	\$ 418,46	\$ 418,46	\$ 34,87	\$ 412,18	\$ 34,35	\$ 34,86	\$ 17,44	\$ 46,66	\$ 586,63	\$ 7.039,53	
TOTAL		\$ 3.295,35	\$ 3.713,80	\$ 3.713,80	\$ 309,48	\$ 2.885,26	\$ 240,44	\$ 309,36	\$ 154,74	\$ 414,09	\$ 5.141,92	\$ 61.703,01	

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 5													
N° de personas	Cargo	Sueldo	Sueldo Mensual	13°		14°		Fondos de Reserva	Vacaciones	Aportaciones al IESS Empleador (11.15%)	Total Mensual	Total Anual	
				Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual						
1	Gerente de oficina	\$ 1.008,89	\$ 1.008,89	\$ 1.008,89	\$ 84,07	\$ 418,42	\$ 34,87	\$ 84,04	\$ 42,04	\$ 112,49	\$ 1.366,40	\$ 16.396,85	
1	Auxiliar general	\$ 424,80	\$ 424,80	\$ 424,80	\$ 35,40	\$ 418,42	\$ 34,87	\$ 35,39	\$ 17,70	\$ 47,36	\$ 595,52	\$ 7.146,18	
1	Asesor de negocios	\$ 477,90	\$ 477,90	\$ 477,90	\$ 39,82	\$ 418,42	\$ 34,87	\$ 39,81	\$ 19,91	\$ 53,29	\$ 665,60	\$ 7.987,15	
1	Supervisor Operativo	\$ 584,10	\$ 584,10	\$ 584,10	\$ 48,67	\$ 418,42	\$ 34,87	\$ 48,66	\$ 24,34	\$ 65,13	\$ 805,76	\$ 9.669,09	
2	Cajero	\$ 424,80	\$ 849,59	\$ 849,59	\$ 70,80	\$ 836,85	\$ 69,74	\$ 70,77	\$ 35,40	\$ 94,73	\$ 1.191,03	\$ 14.292,36	
1	Asesor de servicio al cliente	\$ 424,80	\$ 424,80	\$ 424,80	\$ 35,40	\$ 418,42	\$ 34,87	\$ 35,39	\$ 17,70	\$ 47,36	\$ 595,52	\$ 7.146,18	
TOTAL		\$ 3.345,27	\$ 3.770,07	\$ 3.770,07	\$ 314,17	\$ 2.928,97	\$ 244,08	\$ 314,05	\$ 157,09	\$ 420,36	\$ 5.219,82	\$ 62.637,81	

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.8. Estados Financieros proyectados 5 años

Tabla 39. Costos y gastos

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
ACTIVOS	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Caja/Bancos	\$ 26.831,38	\$ 59.344,47	\$ 97.368,81	\$ 141.438,51	\$ 188.353,41	\$ 241.814,62
Total Activos Corrientes	\$ 26.831,38	\$ 59.344,47	\$ 97.368,81	\$ 141.438,51	\$ 188.353,41	\$ 241.814,62
Activos Fijos						
Muebles de oficina	\$ 3.014,93	\$ 3.014,93	\$ 3.014,93	\$ 3.014,93	\$ 3.014,93	\$ 3.014,93
Equipo de oficina	\$ 1.124,73	\$ 1.124,73	\$ 1.124,73	\$ 1.124,73	\$ 1.124,73	\$ 1.124,73
Equipos de computación	\$ 2.732,94	\$ 2.732,94	\$ 2.732,94	\$ 2.732,94	\$ 2.732,94	\$ 2.732,94
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (1.324,85)	\$ (2.649,71)	\$ (3.974,56)	\$ (4.388,53)	\$ (4.802,50)
Total Activos Fijos	\$ 6.872,60	\$ 5.547,75	\$ 4.222,89	\$ 2.898,04	\$ 2.484,07	\$ 2.070,10
Activos Diferidos						
Gastos Pre operacionales	\$ 16.874,99	\$ 16.874,99	\$ 16.874,99	\$ 16.874,99	\$ 16.874,99	\$ 16.874,99
(-) amortización Acumulada	\$ -	\$ (3.375,00)	\$ (6.750,00)	\$ (10.124,99)	\$ (13.499,99)	\$ (16.874,99)
Total Activos Diferidos	\$ 16.874,99	\$ 13.499,99	\$ 10.124,99	\$ 6.750,00	\$ 3.375,00	\$ -
Total Activos	\$ 50.578,97	\$ 78.392,21	\$ 111.716,69	\$ 151.086,54	\$ 194.212,48	\$ 243.884,73
PASIVOS Y PATRIMONIO						
Pasivos						
préstamo Bancario	\$ 35.405,27	\$ 29.630,17	\$ 23.265,43	\$ 16.250,85	\$ 8.520,08	\$ -
Total de Pasivos	\$ 35.405,27	\$ 29.630,17	\$ 23.265,43	\$ 16.250,85	\$ 8.520,08	\$ -
Patrimonio						
Capital Social	\$ 15.173,70	\$ 15.173,70	\$ 15.173,70	\$ 15.173,70	\$ 15.173,70	\$ 15.173,70
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 33.588,34	\$ 39.689,22	\$ 46.384,43	\$ 50.856,71	\$ 58.192,33
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 33.588,34	\$ 73.277,56	\$ 119.661,99	\$ 170.518,70
Total Patrimonio	\$ 15.173,70	\$ 48.762,04	\$ 88.451,26	\$ 134.835,69	\$ 185.692,40	\$ 243.884,73
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 50.578,97	\$ 78.392,21	\$ 111.716,69	\$ 151.086,54	\$ 194.212,48	\$ 243.884,73

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Tabla 40. Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Tasa Activa Microcrédito	\$ 54.334,64	\$ 58.272,15	\$ 62.529,47	\$ 67.083,63	\$ 71.951,01
Tasa Activa Credimóvil	\$ 13.054,07	\$ 14.000,07	\$ 15.022,90	\$ 16.117,05	\$ 17.286,46
Tasa Activa Crédito para remodelación o compra de vivienda	\$ 53.695,51	\$ 57.586,70	\$ 61.793,95	\$ 66.294,53	\$ 71.104,66
Tasa Activa Consumo	\$ 37.559,08	\$ 40.280,90	\$ 43.223,80	\$ 46.371,88	\$ 49.736,48
Tasa Activa Crédito Agropecuario	\$ 2.032,57	\$ 2.179,87	\$ 2.339,13	\$ 2.509,49	\$ 2.691,57
Total de ingresos	\$ 160.675,87	\$ 172.319,69	\$ 184.909,25	\$ 198.376,58	\$ 212.770,18
Costos y Gastos					
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios	\$ 58.981,48	\$ 59.875,05	\$ 60.782,16	\$ 61.703,01	\$ 62.637,81
Otros gastos administrativos	\$ 44.604,04	\$ 46.834,24	\$ 49.175,95	\$ 51.634,75	\$ 54.216,49
Depreciaciones	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 413,97	\$ 413,97
Total de Gastos Administrativos	\$ 104.910,37	\$ 108.034,15	\$ 111.282,97	\$ 113.751,72	\$ 117.268,26
Gastos de Marketing					
Publicidad	\$ 2.756,00	\$ 2.893,80	\$ 3.038,49	\$ 3.190,41	\$ 3.349,94
Total de Gastos de Marketing	\$ 2.756,00	\$ 2.893,80	\$ 3.038,49	\$ 3.190,41	\$ 3.349,94
Gastos Financieros					
Intereses Bancarios	\$ 3.614,88	\$ 3.025,24	\$ 2.375,40	\$ 1.659,21	\$ 869,90
Total de Gastos Financieros	\$ 3.614,88	\$ 3.025,24	\$ 2.375,40	\$ 1.659,21	\$ 869,90
Total de Costos y Gastos	\$ 111.281,25	\$ 113.953,19	\$ 116.696,86	\$ 118.601,35	\$ 121.488,10
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 49.394,62	\$ 58.366,50	\$ 68.212,39	\$ 79.775,23	\$ 91.282,08
15% Utilidad Empleados	\$ 7.409,19	\$ 8.754,98	\$ 10.231,86	\$ 11.966,28	\$ 13.692,31
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA	\$ 41.985,42	\$ 49.611,53	\$ 57.980,54	\$ 67.808,95	\$ 77.589,77
Impuesto a la Renta	\$ 8.397,08	\$ 9.922,31	\$ 11.596,11	\$ 16.952,24	\$ 19.397,44
UTILIDAD NETA	\$ 33.588,34	\$ 39.689,22	\$ 46.384,43	\$ 50.856,71	\$ 58.192,33

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

En cuanto a los resultados reflejados en el Estado de Pérdidas y Ganancias en el primer año los ingresos generados para la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” serán de USD 160.675,87 que al contabilizar con los costos y gastos el total de utilidad neta en el primer año será de USD 33.588,34 que hasta el quinto año aumentarán a USD 58.192,33.

4.9. Ingresos proyectados

Habitantes del Cantón Duran	235.769	100,00%
Población Económicamente Activa	65.619	27,83%
Preferencia de los clientes	32.547	49,60%
Demanda estimada	3.255	10,00%

Para el cálculo de la demanda y los ingresos proyectados de acuerdo con la factibilidad financiera se tomará en cuenta el total de habitantes en el cantón Durán, la población económicamente activa (PEA), los resultados de las encuestas en base a las preferencias de los clientes que generan una demanda estimada de 3.255 usuarios para la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”.

Tabla 41. Ingresos proyectados

Demanda estimada para depósitos	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depositantes		3.255	3.417	3.587	3.766	3.954
Tasa de crecimiento estimada	5,00%					
Ahorro promedio		\$ 360,00	\$ 369,36	\$ 378,96	\$ 388,82	\$ 398,93
Ingresos		\$1.171.692,86	\$1.262.103,12	\$ 1.359.341,57	\$1.464.282,59	\$1.577.351,95
Interés	1,11%	\$ 13.005,79	\$ 14.009,34	\$ 15.088,69	\$ 16.253,53	\$ 17.508,60
Encaje Bancario	5,00%	\$ 58.584,64	\$ 63.105,15	\$ 67.967,07	\$ 73.214,12	\$ 78.867,59

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Demanda estimada para pólizas de inversión		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depositantes	5,00%	162	170	179	188	197
Tasa de crecimiento estimada	5,00%					
Inversión promedio		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Ingresos		\$ 243.000,00	\$ 255.000,00	\$ 268.500,00	\$ 282.000,00	\$ 295.500,00
Interés	7,94%	\$ 19.294,20	\$ 20.247,00	\$ 21.318,90	\$ 22.390,80	\$ 23.462,70

Demanda estimada para crédito		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crédito disponible		\$1.323.808,23	\$1.419.741,63	\$ 1.523.466,91	\$1.634.424,14	\$1.753.013,06
Microcrédito	40,20%	\$ 532.170,90	\$ 570.736,13	\$ 612.433,69	\$ 657.038,50	\$ 704.711,25
Credimóvil	5,70%	\$ 75.457,06	\$ 80.925,27	\$ 86.837,61	\$ 93.162,17	\$ 99.921,74
Crédito para remodelación o compra de vivienda	35,80%	\$ 473.923,34	\$ 508.267,50	\$ 545.401,15	\$ 585.123,84	\$ 627.578,67
Consumo	16,40%	\$ 217.104,54	\$ 232.837,62	\$ 249.848,57	\$ 268.045,55	\$ 287.494,14
Crédito Agropecuario	1,80%	\$ 23.828,54	\$ 25.555,34	\$ 27.422,40	\$ 29.419,63	\$ 31.554,23
Tasa Activa Microcrédito	10,21%	\$ 54.334,64	\$ 58.272,15	\$ 62.529,47	\$ 67.083,63	\$ 71.951,01
Tasa Activa Credimóvil	17,30%	\$ 13.054,07	\$ 14.000,07	\$ 15.022,90	\$ 16.117,05	\$ 17.286,46
Tasa Activa Crédito para remodelación o compra de vivienda	11,33%	\$ 53.695,51	\$ 57.586,70	\$ 61.793,95	\$ 66.294,53	\$ 71.104,66
Tasa Activa Consumo	17,30%	\$ 37.559,08	\$ 40.280,90	\$ 43.223,80	\$ 46.371,88	\$ 49.736,48
Tasa Activa Crédito Agropecuario	8,53%	\$ 2.032,57	\$ 2.179,87	\$ 2.339,13	\$ 2.509,49	\$ 2.691,57
Interés ganado		\$ 160.675,87	\$ 172.319,69	\$ 184.909,25	\$ 198.376,58	\$ 212.770,18

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.10. Flujo de efectivo proyectado

Tabla 42. Flujo de efectivo proyectado de la inversión

Flujo de Efectivo	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		\$ 33.588,34	\$ 39.689,22	\$ 46.384,43	\$ 50.856,71	\$ 58.192,33
(-) Pago de Préstamo		\$ 5.775,10	\$ 6.364,74	\$ 7.014,58	\$ 7.730,77	\$ 8.520,08
(+) Depreciación		\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 413,97	\$ 413,97
(+) Amortización		\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00
Inversión Inicial	\$ (50.578,97)					
Flujo Final	\$ (50.578,97)	\$ 32.513,09	\$ 38.024,34	\$ 44.069,70	\$ 46.914,90	\$ 53.461,21

Descripción	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos de efectivo		\$ 32.513,09	\$ 38.024,34	\$ 44.069,70	\$ 46.914,90	\$ 53.461,21
Inversión Inicial	\$ (50.578,97)					
Flujos Netos	\$ (50.578,97)	\$ 32.513,09	\$ 38.024,34	\$ 44.069,70	\$ 46.914,90	\$ 53.461,21

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

El flujo de efectivo refleja que una vez que se ha cumplido con el pago del préstamo, entre otros indicadores en el primer año reflejará como flujo neto de USD 32.513,09 y hasta el quinto año pasará a ser de USD 53.461,21.

4.11. Indicadores financieros

Tabla 43. Indicadores financieros

WACC	10,07%
VAN	\$ 108.423,13
TIR	70,08%
Payback	1 año, 5 meses y 21 días

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Los indicadores financieros de la inversión reflejan que con la apertura de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” el TIR será del 70,08% lo que refleja que es un estudio de factibilidad rentable y puede ejecutarse dicho proyecto. El Valor Actual Neto (VAN) refleja un monto de USD 108.423,13. Mientras que el WACC será de USD 10,07% y la recuperación de la inversión en 1 año, 5 meses y 21 días.

Tabla 44. WACC

	Valor	Participación	Costo	Promedio Ponderado
DEUDA	\$ 35.405,27	70,00%	7,96%	5,57%
RECURSOS PROPIOS	\$ 15.173,69	30,00%	15,00%	4,50%
TOTAL	\$ 50.578,96	100,00%	22,96%	10,07% WACC

TIO	15,00%
TASA DE INTERÉS	10,21%
IMPUESTOS	22,00%
COSTO DE LA DEUDA	7,96%

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Con el WACC se hizo una valoración del estudio de factibilidad a partir del promedio ponderado del capital de manera que se pueda establecer dentro del enfoque inversionista sobre el retorno esperado en función con la inversión en deuda o patrimonio neto de la entidad financiera.

Para este caso se tomó en cuenta la deuda y los recursos propios con el fin de hacer una ponderación que fue de 10,07%. El WACC como modelo predictivo permitió tener una estimación del costo de la deuda que es del 7,96% y así obtener una estimación posible de la rentabilidad que se tendrá y estará acompañada de otros indicadores como son el VAN y TIR.

Tabla 45. Cálculo del TMAR INV

CÁLCULO TMAR INV	
Tasa de Inflación	0,15%
Premio al Riesgo del inversionista	8,26%
(TI x PR)	0,04%
TMAR	8,15%

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

En cuanto al cálculo de la TMAR de inversión considerando la tasa de inflación y el premio al riesgo del inversionista el resultado fue de 8,15% lo que demuestra que dicho estudio de factibilidad es rentable.

Tabla 46. Tiempo de recuperación de la inversión

TIEMPO DE RECUPERACION DESCONTADO			
PERIODO	FLUJOS	VP FLUJOS	ACUMULADO
0	\$ (50.578,97)	\$ (50.578,97)	\$ (50.578,97)
1	\$ 32.513,09	\$29.537,31	\$ 21.041,66
2	\$ 38.024,34	\$31.382,46	\$ 10.340,79
3	\$ 44.069,70	\$33.042,89	\$ 43.383,68
4	\$ 46.914,90	\$31.956,66	\$ 75.340,35
5	\$ 53.461,21	\$33.082,78	\$ 108.423,13
			\$108.423,13

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

ROE Año 1 = $\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	ROE Año 2 = $\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$
ROE Año 1 = $\frac{\$ 32.513,09}{\$ 48.762,04}$	ROE Año 2 = $\frac{\$ 38.024,34}{\$ 88.451,26}$
ROE Año 1 = 66,68%	ROE Año 2 = 42,99%

ROE Año 3 = $\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	ROE Año 4 = $\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$
ROE Año 3 = $\frac{\$ 44.069,70}{\$ 134.835,69}$	ROE Año 4 = $\frac{\$ 46.914,90}{\$ 185.692,40}$
ROE Año 3 = 32,68%	ROE Año 4 = 25,26%

ROE Año 5 = $\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$
ROE Año 5 = $\frac{\$ 53.461,21}{\$ 243.884,73}$
ROE Año 5 = 21,92%

Con el cálculo del ROE se tuvo en cuenta el beneficio y el patrimonio netos en base al análisis financiero del estudio de factibilidad reflejó para el primer año un margen de 0,67 que hasta el quinto año pasará a ser de 0,22 que en términos financieros la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” en Durán generará suficientes recursos financieros y rentabilidad.

4.12. Escenarios financieros

Los escenarios financieros proyectados en base al estudio de factibilidad fueron los siguientes:

Tabla 47. Escenario neutral, optimista y pesimista

ESCENARIO NEUTRO

Estado de Resultados	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos		\$ 160.675,87	\$ 172.319,69	\$ 184.909,25	\$ 198.376,58	\$ 212.770,18
Costos y Gastos		\$ 111.281,25	\$ 113.953,19	\$ 116.696,86	\$ 118.601,35	\$ 121.488,10
Utilidad Operativa		\$ 49.394,62	\$ 58.366,50	\$ 68.212,39	\$ 79.775,23	\$ 91.282,08
15% Utilidad Empleados		\$ 7.409,19	\$ 8.754,98	\$ 10.231,86	\$ 11.966,28	\$ 13.692,31
Utilidad antes del Impuesto a la Renta		\$ 41.985,42	\$ 49.611,53	\$ 57.980,54	\$ 67.808,95	\$ 77.589,77
Impuesto a la Renta		\$ 8.397,08	\$ 9.922,31	\$ 11.596,11	\$ 16.952,24	\$ 19.397,44
Utilidad Neta		\$ 33.588,34	\$ 39.689,22	\$ 46.384,43	\$ 50.856,71	\$ 58.192,33
(-) Pago de Préstamo		\$ 5.775,10	\$ 6.364,74	\$ 7.014,58	\$ 7.730,77	\$ 8.520,08
(+) Depreciación		\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 413,97	\$ 413,97
(+) Amortización		\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00
(-) Inversión Inicial	\$ (50.578,97)					
Flujo Final	\$ (50.578,97)	\$ 32.513,09	\$ 38.024,34	\$ 44.069,70	\$ 46.914,90	\$ 53.461,21
WACC	10,07%					
VAN	\$ 108.423,13					
TIR	70,08%					

ESCENARIO OPTIMISTA

Estado de Resultados	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos		\$ 160.675,87	\$ 178.382,35	\$ 198.040,09	\$ 219.864,10	\$ 244.093,13
Costos y Gastos		\$ 111.281,25	\$ 83.049,20	\$ 61.979,62	\$ 46.255,39	\$ 34.520,40
Utilidad Operativa		\$ 49.394,62	\$ 95.333,15	\$ 136.060,47	\$ 173.608,72	\$ 209.572,73
15% Utilidad Empleados		\$ 7.409,19	\$ 14.299,97	\$ 20.409,07	\$ 26.041,31	\$ 31.435,91
Utilidad antes del Impuesto a la Renta		\$ 41.985,42	\$ 81.033,18	\$ 115.651,40	\$ 147.567,41	\$ 178.136,82

Impuesto a la Renta	\$	6.297,81	\$	20.258,29	\$	40.477,99	\$	51.648,59	\$	62.347,89
Utilidad Neta	\$	35.687,61	\$	60.774,88	\$	75.173,41	\$	95.918,82	\$	115.788,93
(-) Pago de Préstamo	\$	5.775,10	\$	6.364,74	\$	7.014,58	\$	7.730,77	\$	8.520,08
(+) Depreciación	\$	1.324,85	\$	1.324,85	\$	1.324,85	\$	413,97	\$	413,97
(+) Amortización	\$	3.375,00	\$	3.375,00	\$	3.375,00	\$	3.375,00	\$	3.375,00
(-) Inversión Inicial	\$	(50.578,97)								
Flujo Final	\$	(50.578,97)	\$	34.612,36	\$	59.110,00	\$	72.858,68	\$	91.977,01
WACC		10,07%								
VAN	\$	215.654,85								
TIR		99,71%								

	Ingresos	Costos				
ESCENARIO PESIMISTA	-3,95%	5,00%				
Estado de Resultados	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	\$ 160.675,87	\$ 154.329,17	\$ 148.233,17	\$ 142.377,96	\$ 136.754,03	\$ 136.754,03
Costos y Gastos	\$ 111.281,25	\$ 116.845,32	\$ 122.687,58	\$ 128.821,96	\$ 135.263,06	\$ 135.263,06
Utilidad Operativa	\$ 49.394,62	\$ 37.483,86	\$ 25.545,59	\$ 13.556,00	\$ 1.490,97	\$ 1.490,97
15% Utilidad Empleados	\$ 7.409,19	\$ 5.622,58	\$ 3.831,84	\$ 2.033,40	\$ 223,65	\$ 223,65
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	\$ 41.985,42	\$ 31.861,28	\$ 21.713,75	\$ 11.522,60	\$ 1.267,33	\$ 1.267,33
Impuesto a la Renta	\$ 4.198,54	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta	\$ 37.786,88	\$ 31.861,28	\$ 21.713,75	\$ 11.522,60	\$ 1.267,33	\$ 1.267,33
(-) Pago de Préstamo	\$ 5.775,10	\$ 6.364,74	\$ 7.014,58	\$ 7.730,77	\$ 8.520,08	\$ 8.520,08
(+) Depreciación	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 1.324,85	\$ 413,97	\$ 413,97	\$ 413,97
(+) Amortización	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00	\$ 3.375,00
(-) Inversión Inicial	\$ (50.578,97)					
Flujo Final	\$ (50.578,97)	\$ 36.711,63	\$ 30.196,39	\$ 19.399,02	\$ 7.580,80	\$ (3.463,79)
WACC	11,65%					
VAN	\$ 23.340,18					
TIR	-39,08%					

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Tabla 48. Resumen del escenario de ingresos y gastos

Resumen del escenario		Escenario Neutro	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
Ingreso:				
2020	\$	160.675,87	\$	160.675,87
2021	\$	172.319,69	\$	178.382,35
2022	\$	184.909,25	\$	198.040,09
2023	\$	198.376,58	\$	219.864,10
2024	\$	212.770,18	\$	244.093,13
Indicadores:				
WACC		10,07%	11,65%	10,07%
VAN	\$	108.423,13	\$	23.340,18
TIR		70,08%	-39,08%	99,71%

Resumen del escenario		Escenario Neutro	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
Costos y Gastos:				
2020	\$	111.281,25	\$	111.281,25
2021	\$	172.319,69	\$	116.845,32
2022	\$	184.909,25	\$	122.687,58
2023	\$	198.376,58	\$	128.821,96
2024	\$	212.770,18	\$	135.263,06
Indicadores:				
WACC		10,07%	11,65%	10,07%
VAN	\$	108.423,13	\$	23.340,18
TIR		70,08%	-39,08%	99,71%

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

4.13. Análisis de sensibilidad

Tabla 49. Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD						
VARIABLE	VALORES	INCREMENTO	WACC	TIR	VPN	
Ingresos	\$ 212.770,18	5,00%	10,07%	70,08%	\$ 108.423,13	PROYECTADO
	\$ 244.122,63	11,02%	10,07%	81,12%	\$ 150.000,00	FACTIBLE
	\$ 136.740,06	-3,95%	10,07%	10,07%	\$ 0,00	NO FACTIBLE

ANALISIS DE SENSIBILIDAD						
VARIABLE	VALORES	INCREMENTO	WACC	TIR	VPN	
Gastos Administrativos	\$ 54.216,49	5,00%	10,07%	70,08%	\$ 108.423,13	PROYECTADO
	\$ 13.837,51	-25,37%	10,07%	81,12%	\$ 150.000,00	FACTIBLE
	\$ 122.744,59	28,80%	10,07%	10,07%	\$ 0,00	NO FACTIBLE

Elaborado por: Chuqui & Yaguachi (2019)

Con el análisis de sensibilidad se tiene una proyección de las variables de ingresos y gastos administrativos que se deben mantener para que así la cooperativa de ahorro y crédito pueda generar rentabilidad siendo así que los ingresos deben mantenerse con una tasa de crecimiento anual del 5% y los gastos administrativos no pueden aumentar en 28,80% lo que provocaría que no se generen utilidades para la agencia.

4.14. Conclusiones

De acuerdo con los resultados de la investigación se concluye que:

- De acuerdo con el estudio teórico de esta investigación se pudo constatar que las Cooperativas de Ahorro y Crédito son importantes para el desarrollo económico y crecimiento de los emprendimientos en Ecuador, por lo que abrir una agencia es factible siempre y cuando cumplan con todos los requisitos a nivel organizacional, administrativo, de marketing y financiero.
- En el cantón Durán con una población de 235.769 el 49,6% acceden a los servicios financieros de las cooperativas de ahorro y crédito conforme a los resultados de las encuestas, en donde el 57,2% manifestó que les gustaría que la agencia “Fernando Daquilema” esté ubicada en el centro de Durán lo que refleja que hay un interés por acceder a dichos servicios y productos financieros que están orientados a emprendedores, microempresarios y agricultores que buscan financiamiento con bajas tasas de interés.
- La agencia de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” que se ubicará en el centro de Durán estará conformada por un total de 7 trabajadores y sus bases legales serán en función con la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria como parte de los requerimientos del ente de control que es la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Estará localizada en un local en el Centro Comercial Plaza Coronel que dispone del espacio e infraestructura esencial para las operaciones de la entidad financiera.
- Mediante el estudio de factibilidad financiera se evaluó la inversión requerirá para la apertura de la agencia en el centro de Durán que será de USD 50.578,97 y que en función a las proyecciones de ingresos, costos y gastos bajo un escenario neutral se obtuvo un TIR del 70,08% lo que concluye sobre la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”.

4.15. Recomendaciones

- Se recomienda para el Consejo de Administración de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” invertir en la apertura de la agencia en el centro de Durán conforme a los resultados obtenidos en la investigación que pone en evidencia las garantías de rentabilidad y así aumentar su presencia en el mercado ecuatoriano como referente en la prestación de servicios y productos financieros para emprendedores, microempresarios y agricultores.
- Desarrollar un plan de promoción orientado a los productos y servicios financieros para la inversión en emprendimientos y sectores productivos que son parte de las principales necesidades de los clientes potenciales lo que aportará al crecimiento empresarial en el cantón Durán.
- Realizar de forma periódica estudios de mercado para que así se puedan captar nuevos clientes para que así la agencia pueda aumentar los márgenes de rentabilidad y liquidez financiera que influyan positivamente en su posicionamiento dentro del sistema financiero del Ecuador.
- Crear nuevos canales de comunicación que permitan llegar a más usuarios a través de estrategias publicitarias que puedan ser socializadas en medios digitales y tradicionales para que así se logre la captación de clientes necesarios para el cumplimiento de las proyecciones financieras del estudio de factibilidad.

Bibliografía

- Aced, C. (2017). *Cómo elaborar el plan de comunicación*. Bogotá, Colombia: Galicia.
- Apolo D.; Báez V.; Pauker L.; Pasquel G. (enero de 2017). *Gestión de comunicación corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <https://www.redalyc.org/pdf/819/81952828027.pdf>
- Arbos, C. L. (2011). *Organización de la producción y dirección de operaciones*. Navarra: Diaz de Santos.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Epistemes.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Ecuador: Gobierno.
- ASOBANCA. (2019). *Evolución de las Cooperativas Financieras Ecuatorianas*. Quito: ASOBANCA.
- Balkenhol, B. (2014). *Microfinanzas y políticas públicas: Objetivos de eficiencia para un sector responsable*. Amsterdam: Plaza y Valdes.
- Banco Popular Dominicano. (25 de agosto de 2016). *¿Qué es un estudio de factibilidad?* Obtenido de <https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-estudio-de-factibilidad/>
- Baptista, M. (2015). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mcgraw Hill.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá, Colombia: Pearson.
- Bernal, F. (2014). *La planificación y su desarrollo*. Lima: Universidad de Lima.
- Best, J. R. (2007). *Marketing Estratégico*. Oregon: Pearson.
- Best, J. R. (2014). *Marketing Estratégico*. Oregon: Pearson.
- Bettinsoli, I. (16 de febrero de 2016). *20 Estrategias de marketing gastronómico*. Obtenido de Romantica Gastronomía: <https://www.romanticagastronomia.com/estrategias-marketing-gastronomico/>
- Blokdyk, G. (2019). *Feasibility Study a complete guide*. Estados Unidos: Trademarks Edition.
- Bossidy & Charan. (2017). *El arte de la ejecución en los negocios*. Buenos Aires: Pearson.
- Chávez, K. (2018). *Estudio de factibilidad de nueva sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.

- Chiavenato, I. (2016). *Planeación estratégica*. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema. (2019). *Conócenos*. Obtenido de Servicios: <https://www.coopdaquilema.com/services/>
- Drucker, P. (2013). *Gerencia efectiva*. Madrid, España: Editorial Sudamericana.
- Durán, A. (2017). *Comunicación y publicidad: Fundamentos de la publicidad*. Madrid: Luminus.
- Estallo, G. M. (2014). *La organización de empresas: Hacia un modelo de futuro*. México: Esic Editorial.
- García, I. (7 de marzo de 2018). *Definición de prestatario*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/prestatario>
- García, I. (11 de enero de 2018). *La estructura organizativa de la empresa*. Obtenido de Emprende Pyme: <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>
- Gil, J. (2017). *Metodología aplicada en la investigación*. Lima, Perú: Luminus.
- Granell, M. (17 de abril de 2018). *¿Qué es el apalancamiento? ¿Cómo funciona y cuáles son los riesgos?* Obtenido de Rankia: <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3874942-que-apalancamiento-como-funciona-cuales-son-riesgos>
- Hagen, K. (2017). *Manejar su propio negocio: Contabilidad, Finanzas y Administración*. Madrid, España: Esic Editorial.
- Hernández, B. (23 de febrero de 2017). *Presupuesto de marketing: Cómo hacerlo paso a paso*. Obtenido de In Bound Cycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-hacer-presupuesto-de-marketing-plantilla>
- Hernández, R. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw Hill Latinoamerica.
- Hernández, R. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: Mcgraw Hill.
- Hernández, R. (19 de febrero de 2019). *Definición de Institución financiera*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/institucion-financiera>
- Herrador, T. (2019). *Contabilidad financiera avanzada*. Madrid, España: Editorial Sanz y Torres.
- Herrero, D. R. (2013). *Organización empresarial y de recursos humanos*. Navarra: Ediciones Paraninfo S.A.
- INEC. (2012). *Durán*. Guayaquil: INEC.
- INEC. (2014). *Población objetivo: Microfinanzas*. Quito: INEC.

- Jiménez, J. L. (2017). *Introducción a la contabilidad financiera*. Madrid, España: Ediciones Piramide.
- Johnston Mark W. y Marshall Greg W. (2009). *Administración de ventas*. México: MCGRAW HILL.
- Karis, C. (2017). *Feasibility Study: Startup & Sustainability*. Reino Unido: Look Inside Editorial.
- Keller, R. (2017). *Fundamentos de Marketing*. Chicado: Addison Wesley.
- Koontz H. & Weihrich H. (2014). *Elementos de administración: Un enfoque internacional y de información*. Chicago: Mcgraw Hill.
- Kotler, P. (2016). *Dirección de Marketing 15a Ed.* Chicago: Addison-Wesley.
- Kotler, P. (2017). *Fundamentos del Marketing*. Chicago: Addison Wesley.
- Landaure, J. (8 de marzo de 2017). *¿Qué son los estudios de viabilidad?* Obtenido de Conexión Esan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/que-son-los-estudios-de-viabilidad/>
- López, R. (2016). *Las Cooperativas de Ahorro y Crédito y su incidencia en el desarrollo de las microempresas en Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Luciano, F. (11 de diciembre de 2017). *Diferencias entre la Cooperativa y el Banco*. Obtenido de <https://do.municipiosaldia.com/opinion/item/28948-diferencias-entre-la-cooperativa-y-el-banco>
- Martin, G. (2016). *Fundamentos de Administración de Empresas (3a Ed.)*. Cali: Aranzadi.
- Martínez, A. (2016). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson.
- Méndez, D. (26 de septiembre de 2019). *Definición de prestamista*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/prestamista>
- Mendoza, M. d. (2016). *Tips de administración y finanzas para la micro y pequeña empresa*. México DF: Pearson.
- Mora, L. (2015). *Estudio de factibilidad de la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., como estrategia de crecimiento en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, periodo 2015*. Riobamba, Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Muñoz, Á. (2019). *Introducción a la contabilidad*. Madrid, España: Editorial Sanz y Torres.
- Nadal, J. M. (2014). *Los estudios de mercado: como hacer un estudio de mercado de forma práctica*. España: DIAZ DE SANTOS.

- Pastor, C. S. (2013). *Sistemas de Gestión Empresarial*. España - Navarra: Cesar San Juan Pastor.
- Peset; Estradé & Saladrígues . (2017). *Contabilidad financiera avanzada*. Barcelona, España: Universitat Oberta de Catalunya.
- Pilaguano, G. (2019). *Factores que determinan la viabilidad de los emprendimientos*. Madrid: Visionario.
- Pineida, M. (2017). *El flujo financiero y su análisis*. Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá.
- Raiter, A. (23 de junio de 2017). *Plan de Marketing ¿Qué es?* Obtenido de Tree Expansión: <https://www.tree.com.py/blog/plan-de-marketing-que-es>
- Ramírez, A. (2019). *Ejercicios de análisis económico-financiero de la empresa*. Madrid, España: Garceta Grupo Editorial.
- Ruiz, D. (27 de septiembre de 2014). *Estudio de factibilidad: Un paso previo al Plan de Negocios*. Obtenido de Dirección Estratégica: <http://direccionestrategica.itam.mx/ES/el-estudio-de-factibilidad-un-paso-previo-al-plan-de-negocios/>
- Sánchez, G. (2015). *Factibilidad de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda., para el Cantón Daule*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Sánchez, M. (2017). *Las Cooperativas de Ahorro y Crédito*. México: Universidad de Guadalajara.
- SEPS. (2017). *Informe sobre las Cooperativas de Ahorro y Crédito*. Guayaquil: Superintendencia.
- SEPS. (2017). *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular Solidario*. Quito: Asamblea.
- SEPS. (2017). *Productos estadísticos*. Quito, Ecuador: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
- SRI. (2015). *LORTI*. Quito: Servicio de Rentas Internas.
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (2019). *Informe sobre el Sistema Financiero del Ecuador*. Quito: Sistema de Información.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2018). *Datos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema*. Quito, Ecuador: Banco Central.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2018). *Requisitos para la otorgación de créditos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito*. Quito: SEPS.

- Uribe, J. (2015). *Clima y ambiente organizacional: Trabajo, salud y factores psicosociales*. Madrid: Manual Moderno.
- Vargas, J. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la parroquia El Lucero, cantón Calvas, provincia de Loja*. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja.

ANEXOS

Anexo 1. Entrevistas



Proyecto de Titulación

Facultad de Administración
Carrera De Ingeniería Comercial

FORMATO DE ENTREVISTA

DIRIGIDO A GERENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

FERNANDO DAQUILEMA

BIENVENIDA

Somos estudiantes de la ULVR y nos encontramos realizando un proyecto de tesis por lo cual le agradecemos la gentileza que ha tenido en concedernos esta entrevista.

Sus respuestas serán confidenciales y sólo serán usadas con fines académicos.

1.- ¿Cuál es el perfil de clientes a quienes está dirigido los productos y servicios financieros que ofrecen?

Buenos días primeramente y para hacer un poco directo la institución tiene sus orígenes o sus raíces indígenas, y también tiene una particularidad que atiende los segmentos más desprotegidos y no solamente indígena, entonces todo lo que se refiere a nuestros productos y servicios va destinado a la clase baja, a la clase más necesitada a la gente emprendedora, a la gente comerciante, a la gente que tiene sus sueños y quiere realizarlos pero no tiene la aprobación o no del apoyo de la banca tradicional entonces todo nuestro enfoque está dirigido a fortalecer la economía social económica participativa de las comunidades primeramente atendiendo a nuestras comunidades y luego a todo el que quiere ser parte de Daquilema.

2.- ¿Cuáles son los aspectos que consideran para la apertura de una agencia dentro de una zona o sector?

En primer lugar nosotros no buscamos especialmente ciudades de metrópolis o donde exista mayor movimiento comercial, lo primero que analizamos de si en ese sector está nuestra gente indígena principalmente de Chimborazo y luego de cualquier otra provincia indígena y luego también si existe la oportunidad de presentar nuestra propuesta de trabajo y si es

aceptada en el sentido de dinamizar la economía, Porque nuestro mercado objetivo son los mercados municipales, ferias libres, los comerciantes y obviamente las iglesias cristianas evangélicas tenemos dos segmentos específicos Y desde ahí comenzamos a atender y a dar lo que es el impulso económico.

3.- ¿Cuáles son los requisitos (Legales, Municipales, Supercias, etc) que se deben cumplir para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”?

Es algo importante porque no depende de la cooperativa la apertura de las agencias actualmente la superintendencia economía popular y solidaria lo que hace está regulando primeramente está disminuyendo el número de cooperativas y fortaleciendo a las que ya tienen una estructura a las que trabajan con normas y políticas adecuadas a las que tienen una solvencia considerable. Y de alguna manera lo único que permiten es como la absorción más no la creación de una nueva agencia, pero antes de eso debemos cumplir ciertos requisitos primeramente un estudio de factibilidad en el cual se evidencie que es necesaria la presencia de Daquilema. Porque a veces en ese sector y hay otras cooperativas y que la superintendencia no busca que vaya otra a competir porque ya hay una ahí y lo que nosotros como cooperativas no estamos para competir estamos para dar una alternativa de solución económica a una propuesta de financiamiento económica en relación o comparación a los bancos entonces hay cooperativas ya establecidas entonces lo que la superintendencia es de primer filtro porque de ahí lo demás los permisos municipales la creación en el SRI de un nuevo punto de atención ya eso es secundario mientras no exista la aprobación de la superintendencia no se puede hacer lo otro, entonces básicamente lo más importante primordial es la autorización de la Superintendencia y de ahí ya lo demás ya es operativo se presentan documentos requisitos y se realizan los demás tramites ya sea municipales, en el SRI y todo lo demás.

4.- ¿Mediante que canales de comunicación se promocionan los productos y servicios financieros?

Bueno tenemos varios canales pero el más usado es la venta personalizada Qué quiere decir eso visita puerta a puerta con nuestro personal que son Daqui Móvil, Asesores de Crédito que vamos a los lugares de trabajo a los lugares donde ellos están sea iglesias o negocios en sus propias casas o en los mercados entonces, nosotros usamos ese primer canal y luego los canales tradicionales que son en este caso ahora actualmente las redes sociales tal vez por promociones por temporada lo que son activación de marca y actualmente nos hemos enfocado en un programa de televisión que se llama Daquilema Tv donde tratamos de

difundir la marca Daquilema en qué sentido de dar a conocer la esencia no vender los productos y servicios sino que nos conozca porque cuando nos conozcan es más fácil ofertar productos y servicios cuando no nos conocen ni siquiera nos da la atención, entonces lo que nosotros buscamos es dar a conocer las fortalezas de Daquilema lo que quiere hacer Daquilema y no tanto los productos de tanto porcentaje de interés o estos son los requisitos o ven trabaja con nosotros que nosotros te damos más tenemos la mejor taza del mercado no, si no de mostrar la esencia de la cooperativa qué son: los principios y valores cristianos, los principios de los pueblos originarios y obviamente los principios cooperativos entonces esos tres son las que rigen a toda la cooperativa.

5.- ¿Cuántos trabajadores aproximadamente debe disponer una agencia para operar eficientemente y sobre todo en caso de una agencia nueva?

En caso de una agencia nueva los costos operativos son muy altos y siempre tienden a una pérdida en los primeros meses y años a veces y generalmente nosotros para aperturar una agencia tal vez no al 100% que se puede decir completa sino como para que esté operativo para iniciar debe ser mínimo 8 personas por qué Porque obviamente tiene que haber un supervisor, un cajero, un asesor, la atención al cliente entonces contando eso son mínimo 8 personas incluido el guardia de seguridad etc, y poniendo uno en cada área inicialmente en una agencias nueva hacemos lo que es un trabajo multifuncional eso quiere decir que una persona tiene algo específico que hacer pero ayuda en otra área que le lleve menos trabajo entonces pero es 8 con el cual se inició pero normalmente para operar en una agencia nueva sino que él limitantes el tema costos serían unas 11 a 12 personas pero iniciamos con 8 y que tampoco es muy exagerado.

6.- ¿Cuál es su opinión sobre la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” en el cantón Durán?

Es positivo porque en primer lugar se está extendiendo lo que es del cantón Durán se está poblando más y principalmente de la gente de nuestra cultura gente indígenas y también es un cantón que tiene muchas opciones a desarrollo y es donde ahí se necesita mayor financiamiento mayor apoyo de no sólo de la cooperativa si no del país del gobierno del municipio para que pueda desarrollarse como cantón entonces es viable porque no es como en Guayaquil que ya es una ciudad metrópolis y hay muchas ofertas de instituciones financieras llámese bancos cooperativas entonces en duran ya están también pero no le dan el mismo enfoque que tal vez Daquilema lo pueda dar.

Muchas gracias



Ing. Freddy Guaranda

Coordinador Zonal

FORMATO DE ENTREVISTA

DIRIGIDO A GERENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

FERNANDO DAQUILEMA

BIENVENIDA

Somos estudiantes de la ULVR y nos encontramos realizando un proyecto de tesis por lo cual le agradecemos la gentileza que ha tenido en concedernos esta entrevista.

Sus respuestas serán confidenciales y sólo serán usadas con fines académicos.

1.- ¿Cuál es el perfil de clientes a quienes está dirigido los productos y servicios financieros que ofrecen?

Muy buenos días estamos para servirle a la clase estudiantil como una entidad financiera que está legalmente constituida y estamos para darle un aporte; referente a la pregunta nuestro perfil de socios son los comerciantes quienes realizan actividades comerciales siendo nuestra línea de crédito microcrédito es decir toda persona que realiza una actividad comercial y negocios tienen su comercio establecido en diferentes lugares de la ciudad de Guayaquil provincia de guayas son nuestros futuros o perfiles de socios que tenemos; también manejamos clientes que son aquellas personas que no siendo socios también quieren aportar con la institución manejamos estos dos niveles, ahora yendo más allá también vemos especialmente centrado en el nicho de los pueblos y nacionalidades indígenas porque ellos se encuentran establecidos en las diferentes provincias del Ecuador y por ende uno de los cantones que merece que la cooperativa Daquilema este ahí y en este momento estamos realizando estudios para poder canalizar, establecer y satisfacer las necesidades de nuestra gente.

2.- ¿Cuáles son los aspectos que consideran para la apertura de una agencia dentro de una zona o sector?

Aspectos hay muchos entre ellos es que la misma gente que hacen comercio nos han solicitado la apertura de la cooperativa y mediante la alta demanda y un estudio se decide a la apertura y también nos fijamos en que las personas del comercio necesitan realizar actividades lo más rápido posible, hoy aunque la institución cuenta con la tecnología de

punta existen personas que prefieren realizar de manera física y directa los pagos o depósitos y por ellos hemos decidido satisfacer esas necesidades del cliente para que se sientan en confianza, credibilidad y sobre todo para que se sientan que la institución está más cerca de nuestros socios.

3.- ¿Cuáles son los requisitos (Legales, Municipales, Supercias, etc.) que se deben cumplir para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”?

Referente a la supercias o también entidades que controlan nosotros primero tenemos que contar con la autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) entre los cuales presentado un proyecto ellos nos autorizan que sea establecido una agencia en el lugar seleccionado de ahí viene los permisos municipales que son la patente, permiso de funcionamiento , tasa de habilitación, permiso de cuerpo de bomberos y otros documentos adicionales, estos tipos de permiso tenemos que solicitar a los municipios a donde corresponde la agencia eso está establecido en el marco legal constitucional y en el código municipal entre los permisos de rentas internas que abarcan el marco legal general el número de RUC puede ser utilizado para todas la agencias pero también se realizan declaraciones mensual y anualmente.

4.- ¿Mediante que canales de comunicación se promocionan los productos y servicios financieros?

La entidad tiene un equipo de relacionistas, marketing y dentro de ello tenemos un equipo de publicidad en donde se realiza una información de boca a boca en el sitio promocionado los productos y servicios llamado voz populi transmitiendo lo escuchado a otras personas y la cooperativa se ha basado en esa comunicación de persona a persona; también se ha utilizado canales con las entidades como son las organizaciones sociales, gremiales, iglesias y una base de la cooperativa es que los pastores socializan a su membresía pero también no se ha descuidado la parte audible a través de la emisora HCJB2 en las que pasan spot publicitarios todos los días porque también la institución maneja los principios y valores cristianos y por lo cual hemos optado por esa vía, otra manera de publicitar es la educación financiera solicitados por grupos gremiales de toda índole, comerciantes, asociaciones y es ahí donde nosotros promocionamos y exponemos nuestros productos ya que es un manera de llegar nuestros socios nuevos.

5.- ¿Cuántos trabajadores aproximadamente debe disponer una agencia para operar eficientemente y sobre todo en caso de una agencia nueva?

Un número fijo no existe pero si requiere lo esencial y fundamental porque si ya tenemos el estudio realizado mediante proyectos sabemos cuántos personales se requieren y que se necesita pero no puede faltar un guardia, cajero, responsable de agencia, balcón de servicio o información, administrador, asesor de crédito y eso a través de la demanda de clientes y según el crecimiento se puede seguir aumentando y por lo menos para iniciar con una nueva agencia se requiere de 7 a 10 personas colaboradores para la entidad.

6.- ¿Cuál es su opinión sobre la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema” en el cantón Durán?

Cantón Durán es un cantón en pleno desarrollo y a petición de moradores y comerciantes con los que trabajamos en ese lugar la gerencia si ha optado por la apertura de una agencia y este proyecto ya viene más o menos tres años no es fácil iniciar de un día para otro ya que primero se requiere de un buen proyecto y estudio ya que se ve muchos factores a considerar para que Daquilema se establezca en ese lugar.

Según mi punto de vista Durán si se merece tener una entidad financiera de nacionalidades y pueblos quichuas del ecuador, pero basados en la interculturalidad principios y valores cristianos que son no robar, no mentir y no ser ociosos de esa manera ser un aporte para el desarrollo de la provincia y el país.

Desde ya se ve que Durán es un punto de desarrollo económico y la apertura de una agencia ahí tendrá su acogida y creo que estamos en un buen camino.

Muchas gracias

Abg. Alberto Illapa

Jefe de Agencia

Anexo 2. Formato de la encuesta



Proyecto de Titulación
Facultad de Administración
Carrera de Ingeniería Comercial

BIENVENIDA

Buenos días

Somos estudiantes de la ULVR y nos encontramos realizando un proyecto de tesis para lo cual agradeceríamos nos conceda unos minutos para responder este cuestionario.

No hay respuestas buenas o malas. Lo que nos interesa es su sincera opinión en cada pregunta.

Las respuestas serán confidenciales y sólo serán usadas con fines académicos.

0.- ¿Estaría interesado en acceder a algún servicio financiero de una cooperativa de ahorro y crédito que brinda nuevas opciones y productos financieros como la Cooperativa “Fernando Daquilema” si ésta abre una agencia en el cantón Durán?

- Si
 No

(Si la respuesta es NO, fin de la encuesta)

Datos específicos

Parroquia:

- Divino Niño
 Eloy Alfaro
 El Recreo

Género:

- M
 F

Edad:

- 18 a 30 años en adelante
 31 a 43 años
 44 a 57 años
 58 años

Preguntas

1.- De las siguientes instituciones financieras ¿Con cuál usted accede a servicios financieros?

- Cooperativas de Ahorro y Crédito
- Mutualistas
- Bancos
- Financieras

2.- ¿Ha utilizado o utiliza algún servicio financiero otorgado por una cooperativa de ahorro y crédito?

- Si
- No

3.- ¿Qué beneficio le gustaría recibir de una cooperativa de ahorro y crédito? (Puede marcar varios)

- Tarjetas
- Pagos varios (servicios básicos, etc)
- Transacciones por internet
- Cuentas de ahorro
- Créditos con bajos intereses

4.- ¿A través de que otro medio ha accedido a algún crédito o préstamo? (Puede marcar varios)

- Familiares
- Amigos
- Prestamistas
- Casas de empeño
- Ninguna

5.- ¿Ha escuchado hablar de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”?

- Si
- No

6.- ¿Qué factor consideraría para ser cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”? (Puede marcar varios)

- Atención al cliente
- Servicios financieros
- Garantías - Seguridad financiera
- Facilidades de crédito
- Ubicación
- Tasas de interés atractivas

7.- En cuanto a depósitos e inversiones, le interesaría contar con:

- Cuenta de ahorros o depósitos tradicional (a la vista)
- Ahorros o depósitos programados
- Inversiones a plazo fijo

8.- ¿Qué tipo de crédito le gustaría acceder en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”? (Puede marcar varios)

- Microcrédito
- Credimóvil
- Crédito para remodelación o compra de vivienda
- Crédito para consumo – gastos usuales
- Crédito agropecuario

9.- ¿En qué lugar del cantón Durán le gustaría que se ubique la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema”? (Marque sólo uno)

- Centro de Durán
- Mercado las manuelas
- Paseo shopping de Durán
- Cdla Pedro Menéndez Gilbert

10.- ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre los servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fernando Daquilema”?

(Puede marcar varios)

- Redes sociales
- Llamadas – Whatsapp
- Página web
- Televisión
- Radio
- Periódico
- Otros

MUCHAS GRACIAS

Anexo 3. Evidencias fotográficas



Imagen 1.Desarrollo de encuestas con habitantes del cantón Durán



Imagen 2.Desarrollo de encuestas con habitantes del cantón Durán # 2



Imagen 3.Desarrollo de encuestas con habitantes del cantón Durán # 3



Imagen 4.Desarrollo de encuestas con habitantes del cantón Durán # 4



Imagen 5.Desarrollo de encuestas con habitantes del cantón Durán # 5



Imagen 6. Desarrollo de la entrevista al Coordinador Zonal de la Cooperativa Daquilema # 6



Imagen 7. Desarrollo de la entrevista al Jefe de Agencia de la Cooperativa Daquilema # 7