

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS

**“PRIORIZACIÓN DE FACTORES PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE UNA AGENCIA DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “LA
NUEVA JERUSALÉN” EN UN BARRIO
SUBURBANO DE LA CIUDAD DE QUITO**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

DAYSÍ PAULINA CUENCA COLLAHUAZO

c.daysi@yahoo.es

DIRECTOR: ECON. JAIME DIAZ DIAZ

JaimeDiazDiaz@yahoo.ec

Quito, Abril 2008

DECLARACIÓN

Yo, Daysi Paulina Cuenca Collahuazo declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Escuela Politécnica Nacional, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Daysi Paulina Cuenca Collahuazo

CERTIFICACIÓN

Certifico que le presente trabajo fue desarrollado por Daysi Paulina Cuenca Collahuazo, bajo mi supervisión.

Econ. Jaime Díaz Díaz
DIRECTOR DE PROYECTO

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mis amados padres José y Rosita, por su esfuerzo constancia y ejemplo, quienes han sabido estar siempre en los momentos mas importantes de mi vida, me inculcaron la importancia de la educación, a mis queridos hermanos Claudio y Norma, quienes han sido mi apoyo y aliento para seguir adelante.

A mi hijo Gabriel que es el regalo mas preciado que Dios me entrego ya que al debo ejemplo y amor por ser lo mas inocente y puro que hay en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios por haber dado cada día una nueva esperanza de vida y junto con ella la sabiduría y fortaleza necesaria para no decaer en los momentos más difíciles

A mi Director de Tesis y amigo Jaime Díaz que ha sido mi guía y apoyo durante este tiempo.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”, por la oportunidad de aportar en su desarrollo.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto comprende realizar el análisis de los factores para la priorización de las variables que favorecen el establecimiento de una Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” en un barrio de la ciudad de Quito, y está dividido en seis capítulos.

El primer capítulo muestra una introducción al sistema cooperativista, se realiza una breve descripción del sector, así como su desarrollo en el Ecuador, para luego realizar un análisis de la situación de las Cooperativas de ahorro y crédito y sus posibilidades de crecimiento, esto para identificar el contexto en el que la nueva agencia deberá funcionar.

En el segundo capítulo se realiza un estudio a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”, su reseña histórica, así como el portafolio de los servicios que presta a la población del barrio donde se encuentra situada, se hace una descripción de cada uno de estos servicios y se efectúa un análisis y diagnóstico actual de la institución tomando en cuenta la información acumulada en los años de funcionamiento, tanto financiera de los balances contables, como de las actividades regulares de la organización. El análisis revela que la Cooperativa se encuentra en una etapa de crecimiento y desarrollo, y tiene las posibilidades para abrir una nueva agencia en el sur de la capital del Ecuador.

El tercer capítulo, se refiere al análisis de factores que determinarán la viabilidad del proyecto, mediante el estudio de mercado que revelará la mejor opción para la ubicación de la nueva agencia. En base a los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas a los habitantes de los barrios San Martín de Porras, El Conde y Chillogallo, se realiza una exploración técnica de los datos utilizando una herramienta estadística descriptiva, para detectar el sector más idóneo para la agencia, con la información obtenida se establece la posible demanda así como un escenario conservador para la agencia. Una vez evaluados los datos, se

concluye que el barrio de Chillogallo es el mejor opcionado para brindar a la agencia posibilidades de éxito en el mercado microfinanciero.

En el cuarto capítulo, se propone la estructura de la agencia así como su ubicación e instalaciones, se realiza un estudio administrativo en donde se encuentra la planificación estratégica de la institución.

El quinto capítulo se detalla en el análisis financiero, lo concerniente a presupuestos, costos y gastos en que se incurrirá para el proyecto así como su financiamiento y recuperación de inversión. Este estudio arroja resultados atractivos para los inversionistas, indica que invertir en la apertura de la nueva agencia es un proyecto viable y sostenible, por lo menos en un lapso de diez años.

Finalmente el sexto capitulo se presentan las reflexiones finales de esta investigación, apoyadas también por los anexos correspondientes, se comprueba la veracidad de la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

PRESENTACIÓN

Las microfinanzas aparecen como un instrumento de desarrollo alternativo a la discriminación de los mercados financieros formales que sufren ciertos sectores poblacionales, limitados principalmente por su bajo nivel de ingresos, por las condiciones de pobreza, esto se puede observar en la población del sur de la ciudad de Quito.

El componente mas difundido de las microfinanzas es el microcrédito, cuyo principal fin es el constituirse en el activo inicial para emprender actividades que produzcan bienestar general a las personas que se involucren en este campo.

Pero a pesar de los esfuerzos realizados por entidades financieras, como las cooperativas de ahorro y crédito o pocos bancos comerciales, estos no son suficientes para atender a las necesidades de todas las personas que necesitan servicios que se ajusten a su realidad y les brinden una oportunidad de mejorar su situación utilizando sus propios medios.

Con el fin de servir a la población del sur de Quito, ofreciendo servicios microfinancieros, esta investigación propone el planteamiento del proyecto para crear una agencia de La Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, para contribuir al desarrollo social y económico, principalmente de aquellas personas que no gozan de garantías valederas para conseguir un crédito, en un mercado donde predomina el valor de compra de los bienes.

CONTENIDO

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

	Página
1.1 Antecedentes	18
1.2 Planteamiento del problema	18
1.3 Objetivos de la investigación	19
1.4 Justificación	20
1.5 Antecedentes	21
1.5.1 El cooperativismo	21
1.5.1.1 Aspectos históricos	21
1.5.2 Economía solidaria	23
1.5.3 Sistema cooperativo de ahorro y crédito	23
1.5.4 Importancia del sistema en la economía de los países.....	24
1.5.5 Las cooperativas de ahorro y crédito en el Ecuador.....	26
1.5.5.1 Antecedentes.....	26
1.5.5.2 Antecedentes situación contemporánea en el Ecuador.....	27
1.5.5.3 Participación del subsector cooperativo con respecto al sector financiero	28
1.5.5.4 Sistema de cooperativas de ahorro y crédito	32
1.5.6 El microcrédito	35

CAPÍTULO II.

LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “LA NUEVA JERUSALÉN”

2.1 Antecedentes	37
2.1.1 Reseña histórica de la organización.....	37
2.1.2 Aspectos legales	38
2.2 Planificación estratégica de la organización	38
2.2.1 Misión.....	38
2.2.2 Visión	38

2.2.3	Estructura de la organización	39
2.2.4	Objetivos institucionales	40
2.2.5	Política institucional	41
2.3	Aspectos administrativos y de control	43
2.3.1	Perfil profesional de los funcionarios de la cooperativa	45
2.3.2	Formas de participación del personal en los procesos internos de decisión.....	46
2.3.3	Ejes temáticos de atención.....	46
2.3.4	Población objetivo	47
2.4	Relaciones interinstitucionales	47
2.5	Productos	49
2.5.1	Tipos de ahorro	49
2.5.2	Tipos de depositos	51
2.5.3	Seguros	52
2.5.4	Beneficios sociales a los afiliados	53
2.5.5	Lineas de crédito.....	56
2.6	Análisis empirico	61
2.7	Situacion financiera.....	65
2.7.1	Análisis horizontal de los balances (2001 – 2006).....	65
2.7.2	Comparación de los activos.....	67
2.7.3	Indicadores financieros.....	75
2.7.4	Indicadores de liquidez.....	76
2.7.4.1	Capital neto de trabajo	76
2.7.4.2	Razón corriente.....	77
2.7.5	Indicadores de estructura	78
2.7.5.1	Nivel de endeudamiento	78
2.7.5.2	Concentración de endeudamiento a corto plazo	80
2.7.5.3	Indice de apalancamiento	81
2.7.5.4	Apalancamiento en el corto plazo	82
2.7.6	Indicadores de rendimiento	83

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA VIABILIDAD DE LA NUEVA AGENCIA

3.1	Entorno económico y social de los barrios urbano marginales del distrito metropolitano de quito. Caso de los barrios Chillogallo, El Conde, San Martín de Porras	87
3.1.1	El distrito metropolitano de quito (DMQ)	88
3.1.2	Caracterización social - económica	88
3.1.3	Localización de los sectores	91
3.1.4	Principales características	91
3.1.4.1	Población	91
3.1.4.2	Pobreza	92
3.1.4.3	Empleo	92
3.1.4.4	Educación	93
3.2	Análisis de mercado	94
3.2.1	Objetivos del análisis de mercado	94
3.2.2	El mercado	95
3.2.3	Segmentación del mercado	96
3.2.4	Perfil del cliente potencial de la cooperativa	97
3.2.5	Tamaño del mercado	98
3.2.6	Técnicas de medición para el análisis del mercado	99
3.2.6.1	La encuesta	100
3.2.7	Marco muestral	101
3.2.8	Resultados de las encuestas realizadas en los tres barrios	104
3.2.9	Evaluación de variables	137
3.3	Análisis de la oferta	142
3.3.1	Competencia perfecta	143
3.4	Análisis de la demanda	145
3.4.1	Demanda efectiva anual	145
3.4.2	Demanda insatisfecha	146
3.4.3	Demanda potencial	148
3.5	Análisis ingresos proyectados para la agencia en un escenario conservador	152

CAPÍTULO IV.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ESTRATEGICA DE LA NUEVA AGENCIA DE LA COOPERATIVA

4.1	Aspectos legales	153
4.2	Estructura organizacional y administrativa de la agencia	155
4.2.1	Organigrama	155
4.2.2	Sistema administrativo	156
4.2.2.1	Descripción de puestos	156
4.2.2.2	Perfiles del personal.....	159
4.2.3	Filosofía de la nueva agencia	160
4.2.4	Misión de la nueva agencia	160
4.2.6	Politica.....	161
4.2.7	Valores y principios éticos	161
4.2.7.1	Valores.....	161
4.2.7.2	Principios de la agencia	162
4.2.8	Logotipo de la agencia.....	164
4.3	Localización de la nueva agencia	164
4.4	La nueva agencia	167
4.4.1	Productos a ofrecer	167
4.4.2	Requisitos	168
4.4.2.1	Requisitos de apertura cuenta de ahorro.....	168
4.4.2.1	Requisitos para solicitar un crédito	168
4.4.3	Flujograma de operaciones.....	169
4.5	Instalaciones	171
4.6	Plan estrategico	172
4.6.1	Objetivos.....	174
4.6.1.1	Objetivo general	174
4.6.1.2	Objetivos de marketing.....	175
4.6.1.3	Objetivos financieros.....	175
4.6.2	Estrategias.....	176
4.6.2.1	Estrategias de marketing, tácticas.....	176
4.6.2.2	Estrategias financieras, tácticas	178

CAPÍTULO V.

ANÁLISIS FINANCIERO

5.1	Análisis de presupuestos	180
5.1.1	Presupuesto de inversiones.....	180
5.1.1.1	Depreciaciones.....	182
5.1.2	Presupuesto de operación	183
5.1.2.1	Presupuesto de costos y gastos	183
5.1.2.2	Capital de trabajo.....	184
5.1.2.3	Amortizaciones.....	185
5.1.2.4	Financiamiento	186
5.2	Análisis de rentabilidad	186
5.2.1	Presupuesto de ingresos.....	186
5.2.1.1	Flujo de caja proyectado.....	187
5.2.1.2	Análisis del valor actual neto y la tasa mínima aceptable de rendimiento	189
5.2.1.3	Tasa interna de retorno (tir).....	190
5.2.1.4	Relación beneficio - costo	191
5.3	Periodo de recuperación de la inversión	192

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1	Conclusiones	176
6.2	Recomendaciones	178
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		180
ANEXOS		182

CONTENIDO DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico N° 1 Participación del Sistema de cooperativas en porcentaje del PIB hasta el año 2006	12
Gráfico N° 2: Activos del sistema financiero privado	13
Gráfico N° 3: Tasas de crecimiento anual cartera de crédito sistema financiero	15
Gráfico N° 4 : Sistema de cooperativas de ahorro y crédito	18
Gráfico N°. 5: Total cartera bruta de microempresa.....	19
Gráfico N° 6: Organigrama de la Cooperativa	22
Gráfico N° 7: Órganos Directivos.....	27
Gráfico N° 8: Grafico representativo	27
Gráfico N° 9: Comparacion de los activos	51
Grafico N° 10: El activo corriente	52
Grafico N° 11: El activo fijo.....	53
Gráfico N° 12: Comparación de los pasivos.....	54
Gráfico N° 13: Comparación del patrimonio.....	55
Grafico N° 14: Ingresos	57
Grafico N° 15: Egresos	58
Gráfico N° 16: Edad	88
Gráfico N° 17: Genero	89
Gráfico N° 18: Instrucción.....	90
Gráfico N° 19: Estado Civil.....	90
Gráfico N° 20: Vivienda	91
Gráfico N° 21: Tiempo en la vivienda.....	92
Gráfico N° 22: Procedencia	93
Gráfico N° 23: Miembros del hogar	94
Gráfico N° 24: Miembros del hogar que trabajan.....	95
Gráfico N° 25: Nivel de ingresos.....	96
Gráfico N° 26: Entidades en las ahorran	97
Gráfico N° 27: Motivo por que ahorran en entidades financieras	98
Gráfico N° 28: Motivo por que no ahorran en entidades financieras	99
Gráfico N° 29: Cuando falta dinero	100
Gráfico N° 30: Solicitud de un préstamo.....	101

Gráfico N° 31: Razones de no solicitar un préstamo.....	102
Gráfico N° 32: Obtención del préstamo	103
Gráfico N° 33: Institución que otorgo el préstamo.....	104
Gráfico N° 34: Tasa de interes por el préstamo.....	105
Gráfico N° 35: Razones porque no obtuvieron el préstamo	106
Gráfico N° 36: Usos del préstamo	107
Gráfico N° 37: Monto de dinero del préstamo	108
Gráfico N° 38: Experiencia en la institución que otorgo el préstamo	109
Gráfico N° 39: Disposición a solicitar nuevo préstamo.....	110
Gráfico N° 40: Factores para cambiar nueva institución	111
Gráfico N° 41: Conocimiento de entidades financieras por el sector.....	112
Gráfico N° 42: Conocimiento de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”.....	113
Gráfico N° 43: Interes en el establecimiento de una agencia en el sector.....	113
Gráfico N° 44: Servicios que interesarían que preste la agencia.....	114
Gráfico N° 45: Disposición de tasa de interes a pagar	115
Gráfico N° 46: Monto de dinero a solicitar	116
Gráfico N° 47: Plazo a pagar	117
Gráfico N° 48: Utilidades del posible préstamo	118
Gráfico N° 49: Organigrama de posiciones de la agencia.....	138
Gráfico N° 50: Estructura de liderazgo de la agencia.....	139
Gráfico N° 51: Flujograma de operaciones	152

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro N° 1: Sistema financiero privado (Hasta noviembre 2006, en miles de dólares) ...	12
Cuadro N° 2: Captación de depósitos a plazo fijo.....	44
Cuadro N° 3: Análisis horizontal de los balances (2001 – 2006).....	50
Cuadro N° 4: Análisis horizontal de los estados de resultados (2001 – 2006).....	57
Cuadro N° 5 : Capital neto de trabajo.....	60
Cuadro N° 6: Razón corriente.....	61
Cuadro N° 7: Nivel de endeudamiento	62
Cuadro N° 8: Concentración de endeudamiento a corto plazo.....	63
Cuadro N° 9: Índice de apalancamiento	65
Cuadro N° 10: Apalancamiento en el corto plazo	66

Cuadro N° 11: Rendimiento del Patrimonio o en ingles Return Over (ROE).....	67
Cuadro N° 12: Rendimiento del Activo Total o en ingles Return Over Investment (ROI) 68	
Cuadro N° 13: Pobreza en la Zona Quitumbe	72
Cuadro N° 14: Población según el género	75
Cuadro N° 15: Indicadores de Pobreza.....	75
Cuadro N° 16: Indicadores de Desempleo.....	76
Cuadro N° 17: Indicadores de Educación.....	76
Cuadro N° 18: Tamaño del Mercado	82
Cuadro N° 19: Proyección de la Población al 2007.....	85
Cuadro N° 20: Tamaño de la muestra de cada barrio a ser estudiado	87
Cuadro N° 21: La matriz de evaluación de variables	119
Cuadro N° 22: Demanda efectiva	128
Cuadro N° 23: Demanda efectiva anual	129
Cuadro N° 24: Demanda insatisfecha.....	129
Cuadro N° 25: Demanda insatisfecha real.....	130
Cuadro N° 26: Mercado potencial	131
Cuadro N° 27: Demanda potencial	132
Cuadro N° 28: Ingreso anual familiar.....	133
Cuadro N° 29: Ahorro anual familiar	133
Cuadro N° 30: Captación de dinero	134
Cuadro N° 31: Ingresos por inscripción	134
Cuadro N° 32: Escenario conservador de ingresos.....	135
Cuadro N° 33: Egresos posibles	135
Cuadro N° 34: Detalle de activos	164
Cuadro N° 35: Depreciaciones	165
Cuadro N° 36: Porcentaje de depreciación de activos.....	165
Cuadro N° 37: Gastos fijos	167
Cuadro N° 38: Descripción del capital de trabajo	168
Cuadro N° 39: Amortización activo diferido.....	169
Cuadro N° 40: Financiamiento	169
Cuadro N° 41: Presupuesto de ingresos.....	170
Cuadro N° 42: Flujo de caja proyectado.....	171
Cuadro N° 43: Análisis (VAN) y (TMAR)	173

Cuadro N° 44: Tasa interna de retorno (TIR)	174
Cuadro N° 45: Flujo de caja descontado Relación Beneficio - Costo	175
Cuadro N° 46: Periodo de recuperación de inversión.....	176

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura N° 1: Logotipo de la agencia	147
Figura N° 2: Localización de la Agencia Chillogallo.....	147
Figura N° 3: Instalaciones.....	154

CAPÍTULO I.

INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

Al final del siglo XX el sistema financiero ecuatoriano termino debilitado, especialmente la banca, que enfrenta una profunda crisis de confianza, producto de su fragilidad a shocks internos y externos a más de su incompetencia y altos niveles de corrupción. En el mismo escenario, se destaca el "resurgimiento" de las pequeñas cooperativas rurales de ahorro y crédito (CRAC) como sistemas eficientes de financiamiento rural que logran no solo diversificar y ampliar los servicios financieros hacia los pequeños productores y población rural pobre, sino experimentar un sistemático crecimiento en casi todos sus indicadores financieros; mostrándose como referentes válidos en tiempos de crisis y para el desarrollo de mercados financieros rurales.¹ Por lo mencionado, cabe una investigación que relaciona al sector microcrediticio en el área suburbana de la ciudad de Quito, la apertura de una nueva agencia de servicios financieros dirigida a la población de uno de los barrios del sur, apertura que se deriva del exitoso funcionamiento de la matriz, la Cooperativa de Ahorro y Crédito "La Nueva Jerusalén", estos aspectos serán analizados detenidamente en el desarrollo de la presente investigación.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El entorno moderno cambia vertiginosamente, y exige una reingeniería de todos los procesos que hasta ahora han sustentado a las organizaciones tradicionales. Más aún, ha sido redescubierto un personaje muy importante, pero que había quedado olvidado y descuidado: El Ser Humano.

¹ MAYA DÍAZ, M., Diario La Hora, Debate agrario, Ecuador DEBATE N° 50

Existe una organización que ofrece productos de microcrédito a los grupos mas vulnerables de la ciudad de Quito, la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”, que tiene sus inicios en un grupo de inmigrantes indígenas de Salcedo y poseen instalaciones propias, localizando la matriz en el barrio San Fernando de Guamaní, en la parroquia Chillogallo, cuenta además, con dos ventanillas, la primera en el barrio Caupicho y la segunda en el barrio el Camal Metropolitano.

La cooperativa busca atender a la mayoría de las personas que en determinado momento no han podido cumplir con los requisitos necesarios que exige la banca tradicional, especialmente las mujeres, que en gran parte, representan el apoyo económico y fuente de ingresos para la supervivencia de sus familias, este grupo de personas, que tienen dificultad para acceder a un crédito o algún tipo de prestamos de la banca privada que les permita obtener recurso

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los factores más favorables para el establecimiento de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” en un barrio suburbano de la ciudad de Quito.

1.5.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar los antecedentes y la situación actual de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” para conocer sus posibilidades de crecimiento en la ciudad de Quito.

- ✓ Realizar un estudio de mercado determinando el comportamiento de las variables que intervienen en este sector, para priorizar los factores más

favorables para la apertura de una agencia de servicios micro financieros en la ciudad de Quito.

- ✓ Plantear el ordenamiento organizacional, legal y técnico para la apertura de una nueva agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” en un barrio suburbano de la ciudad de Quito que presente las condiciones más favorables.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Conocer si la apertura de una nueva agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” en un barrio suburbano de la ciudad de Quito es factible en términos financieros.

Una de las dificultades que enfrentan las organizaciones en el Ecuador es la escasa información que las empresas tienen para realizar estrategias de posicionamiento. El estudio científico que propone un mecanismo para que la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” establezca una nueva agencia que provea de servicios micro financieros a los sectores más vulnerables de la ciudad de Quito, servirá de planteamiento teórico para que nuevas entidades conozcan como conducirse en caso de buscar una iniciativa de crecimiento de sus mercados.

En el mercado ecuatoriano ha primado el temor y la desconfianza para invertir en nichos de servicio a la población de bajos ingresos económicos, por lo que mediante el presente trabajo, se propone una metodología de análisis de los factores que determinan lo atractivo o no de la inversión, identificando las oportunidades y amenazas, y proponiendo un planteamiento metodológico que tiende a priorizar las posibilidades de apertura de una nueva agencia en los sectores donde opera la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”

La apertura comercial que viven los países latinoamericanos y el mercado ecuatoriano específicamente, dejan un espacio amplio para una nueva propuesta, la oferta de servicios microfinancieros a familias pobres, con la finalidad de contribuir a que salgan de su condición de necesidad a una posición más equitativa, por lo que la presente investigación es útil y real y permitirá dotar a la organización financiera “La Nueva Jerusalén” beneficiarse de información obtenida de primera mano, con la finalidad de alcanzar sus objetivos estratégicos de crecimiento, la misma que, al implementar una nueva agencia en uno de los barrios de la ciudad de Quito, contribuirá al desarrollo social y económico de muchas familias que tradicionalmente no han tenido acceso al crédito por parte de los bancos.

1.5 ANTECEDENTES

1.5.1 EL COOPERATIVISMO

Es una teoría y tendencia dirigida a la cooperación en el orden económico y social del régimen de las sociedades cooperativas.² Una de las características importantes de esta teoría cooperativista es la sencillez por la que se rige, pues no surge como producto de largas reflexiones de filósofos o teóricos, sino del sentido común de las personas.

1.5.1.1. Aspectos Históricos

Las manifestaciones tradicionales de la cooperación aún están vigentes en muchos países de América Latina y en el mundo, la historia de la teoría cooperativista se encumbra a la practica de diferentes modalidades de la asociación tradicional, primordialmente en el ámbito rural y en actividades de carácter agropecuario, como era el caso que se dio con los ayllus de la cultura Inca que se comprende lo que es hoy en día Perú, Bolivia, Ecuador, una parte de

² Diccionario Enciclopédico Universal, Editorial Cultural, Madrid España, 2002

Chile y el norte argentino. De igual manera, en las culturas del norte de América como fueron la azteca en México y las juntas en Costa Rica. El sistema de cooperativismo en épocas pasadas, que se identificaba por la autoayuda, solidaridad y cooperación entre sus integrantes en las diferentes actividades fueron determinantes para iniciar lo que hoy se conoce como los principios del sistema cooperativo.

El cooperativismo ha sido considerado y definido a lo largo de su historia y desarrollo de múltiples formas: como doctrina política, un modo de producción, sin embargo, actualmente se puede aseverar que el cooperativismo es un plan económico que forma parte importante de la vida de muchos países, y su desarrollo y difusión indica que podría llegar a modificar hasta la estructura política de las sociedades que las han implantado.

Dentro del movimiento cooperativo moderno mundial se afianza en el pueblo de Rochdale, Inglaterra, cerca de Manchester. En 1844 un grupo de 28 trabajadores de la industria textil, que vivían en este pueblo, y se basaron en las ideas de Robert Owen considerado el padre del cooperativismo, trataron de controlar su destino económico formando una cooperativa llamada la Rochdale Equitable Pioneers Society, dándole constitución legal a su sociedad el 24 de octubre de 1844.

Al integrar la primera cooperativa de consumo, los obreros textiles de Rochdale, llegaron a una de las conclusiones que es: "El incentivo de lucro es el origen y la razón de ser de los intermediarios, y debe sustituirse por una noción de servicio mutuo o cooperación entre los consumidores"³.

Es así que los pioneros de Rochdale establecieron los conocidos principios Rochdale para las sociedades cooperativas fueron los siguientes:

1. Libre ingreso y libre retiro
2. Control democrático

³ La esencia que encierra esta conclusión es que la clase consumidora, permanente y universal, está siempre a merced de la acción de los intermediarios, cuyo móvil principal es el lucro; por lo tanto, la clase trabajadora tiene el derecho y el deber de defender, y la mejor forma de haberlo es con solidaridad.

3. Neutralidad política, racial y religiosa
4. Ventas al contado
5. Devolución de excedentes
6. Interés limitado sobre el capital
7. Educación continúa.

Estos principios aseguran que una cooperativa mantenga su espíritu democrático y se desenvuelve como negocio sólido y fuerte, es decir, debe ser una empresa de economía solidaria.

1.5.2 ECONOMÍA SOLIDARIA

La economía de solidaridad es un nuevo enfoque conceptual, al nivel de la teoría económica, referido a las formas económicas cooperativas, autogestionarias y asociativas.

La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo, da la oportunidad de potenciar las cualidades de cada persona y de ayudar mutuamente a superar todo lo que detiene el crecimiento de la sociedad en su conjunto, busca la autonomía y autogestión de los pueblos y elimina la obsesión de lucro como razón de la actividad económica.

1.5.3 SISTEMA COOPERATIVO DE AHORRO Y CRÉDITO

Las cooperativas se extienden como forma organizadora para la cooperación económica, existen en la mayoría de países en vías de desarrollo, recién después de su introducción por las autoridades coloniales o emigrantes europeos fueron quienes transmitieron la idea y la práctica cooperativista a las colonias. Con ello se impulsó a los países en vías de desarrollo en una forma económica de organización, que en su origen histórico es absolutamente europeo. Los

creadores y formadores de las cooperativas fueron: Rochadle y hombres como Raiffeseisen⁴ y Schulze Delitzsch.

Friedrich Raiffeseisen⁵ impulsó al sistema Cooperativo de Ahorro y Crédito, basado en los principios de auto ayuda, auto responsabilidad y auto administración, en su tiempo fundó varias cooperativas en su país natal.

Pero recién a principios del siglo y en su mayor grado después de la primera guerra mundial se tomaron medidas para la introducción y difusión de las Cooperativas en colonias americanas para apoyar el intercambio comercial con la madre patria y para apalear los problemas sociales de las colonias.

Actualmente el sistema Cooperativo de Ahorro y Crédito ha demostrado una evolución continua y sostenida, a través de las organizaciones: a nivel nacional que es la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito (FECOAC), a nivel Latinoamericano, la Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito (COLAC), y a nivel mundial, la Organización Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito (WOCCU).

1.5.4 IMPORTANCIA DEL SISTEMA EN LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) desde su creación, ha reconocido el importante papel de las cooperativas para lograr el desarrollo social y económico de los pueblos. Con dicha perspectiva ha conducido una serie de reuniones técnicas y ha promovido iniciativas concretas para destacar el vasto potencial de las cooperativas y otras organizaciones de apoyo solidario para el mejoramiento de las sociedades, y alcanzar así la justicia social en las diversas partes del mundo.

⁴ Raiffeseisen, nació el 30 de marzo de 1818 y falleció el 11 de marzo de 1888, este hombre dejó un legado a la humanidad con una rica experiencia en cooperativismo de ahorro y crédito.

⁵ Raiffeseisen Friedrich W. "Las asociaciones de cajas de crédito como medida para evitar la miseria de la población rural, artesanal y obreros urbanos" Inglaterra. 1866.

El sistema cooperativo, de efectuar una serie de ajustes y de generar ciertos factores positivos, puede ser una alternativa real y capaz de integrar a una amplia gama de personas y grupos, en estructuras que propicien el desarrollo y expansión de sus potencialidades, en marcos socioeconómicos de carácter participativo y solidario, con justicia, libertad y transparencia tan necesarias para la transformación de las sociedades actuales. ⁶

Al exponer en un seminario realizado en San Pedro Sula (Honduras), un experto colombiano, afirmó que el sistema cooperativo, fundado por Roberto Owens, "es una respuesta efectiva contra el neoliberalismo⁷", para competir, las cooperativas tienen que celebrar alianzas con homólogas de otros países para asegurar su capacidad financiera y explorar los mercados, es decir no se deben quedar rezagadas de la ahora tan difundida globalización.

Hacia finales de siglo, el cooperativismo deberá enfrentar el reto que implica la inserción en el mercado mundial. Si bien actualmente algunas cooperativas del Ecuador satisfacen los niveles de calidad establecidos, en su conjunto las cooperativas todavía no están listas para insertarse en el mercado mundial, el proceso de integración se ha visto acelerado durante las últimas cumbres presidenciales. La globalización ha tenido muchos efectos positivos para las cooperativas en muchos países, al abrir mercados y permitir el crecimiento de empresas mejores y más eficientes. Sin embargo, esta situación difiere de país a país según el entorno económico y político en el que operen las cooperativas y su capacidad para adaptarse rápidamente a los retos del nuevo orden mundial.

En el entorno actual, no obstante, las cooperativas son cada vez más las víctimas de los ataques del sector privado, debido sobre todo a la falta de conocimiento del público sobre la diferencia cooperativa. Es importante desarrollar un sólido sistema de comunicaciones dentro del movimiento, de manera que a los diversos sectores económicos se comprendan y apoyen mutuamente, ya que así se alcanzará una mayor unidad ideológica. La educación es esencial a todos los

⁶ www.monografias.com.

⁷ neoliberalismo. Teoría política que tiende a reducir al mínimo la intervención del Estado. Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

niveles y es de suma importancia que el movimiento invierta en la promoción de la imagen del sistema y que explique al mundo la diferencia de esta clase de empresas de economía solidaria, que se basa en principios y valores cooperativos.

Las cooperativas no pueden sobrevivir en el entorno actual a menos que los países creen un entorno jurídico y reglamentario en el que, cooperativas independientes y democráticas puedan crecer y volverse competitivas y sostenidas; debido a la ausencia de estas condiciones, algunas cooperativas se han visto obligadas a modificar sus estatutos, para convertirse en sociedades limitadas o con fines de lucro.

Para invertir esta tendencia, las cooperativas a nivel regional y nacional deben respetar el principio cooperativo de Cooperación entre Cooperativas y formar sus propias alianzas, no sólo para promover sus intereses económicos, sino también para formar grupos de presión, para garantizar el beneficio de oportunidades globales que no sólo favorecerán a sus miembros, sino que a la postre, beneficiarán también a las comunidades locales.

1.5.5 LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN EL ECUADOR

1.5.5.1 Antecedentes

El principio de autoayuda era y sigue siendo el gran plus para el desarrollo de la cooperativa alrededor del mundo, con su afiliación a la cooperativa el socio se afilia también como copropietario con esta propiedad se espera que el socio este mas interesado en su institución, se sienta mas comprometido hacia su establecimiento y se preocupe mas de pagar su crédito.

En los orígenes del movimiento cooperativo ecuatoriano, se pueden distinguir tres etapas trascendentales:

La primera se inicia aproximadamente en la última década del siglo pasado cuando, especialmente en Quito y Guayaquil se crearon, una serie de organizaciones artesanales y mutuales.

La segunda etapa se inicia en 1937 con la legislación Cooperativa con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos, modernizando su estructura administrativa y productiva, mediante la utilización del modelo cooperativista.

La tercera etapa se inicia a mediados de los años sesenta y el sistema cooperativo cobro verdadera presencia en el ámbito nacional, con la expedición de la Ley de Reforma Agraria en 1964 y de la nueva ley de cooperativa en 1966.⁸

1.5.5.2 Antecedentes Situación contemporánea en el Ecuador

En los siguientes párrafos se cita las condiciones actuales en las que se encuentra el sector cooperativo, dentro del contexto económico y financiero del país, analizando algunas variables que permitirán obtener una mejor comprensión de su crecimiento y desarrollo.

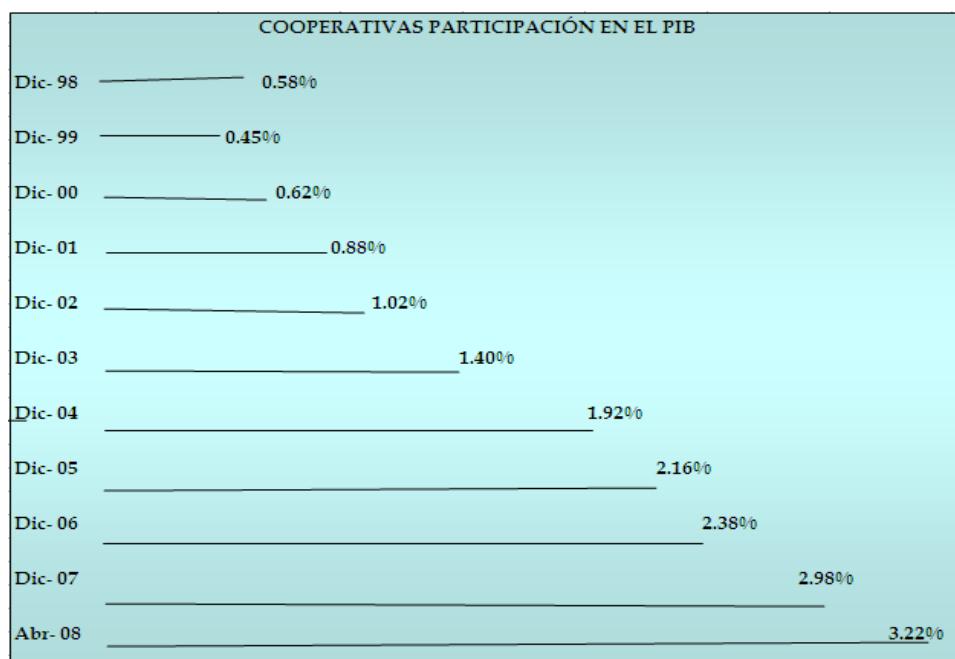
1.5.5.3 El sector cooperativo con respecto al Producto Interno Bruto

El crecimiento del sector de cooperativas en relación al PIB, se ha mejorado sustancialmente a partir del año 2000 después de la crisis financiera – económica que sufrió el país.

Gráfico N° 1

Participación del Sistema de cooperativas en porcentaje del PIB hasta abril del 2008

⁸ El 7 de septiembre de 1966 en la presidencia interina de Clemente Yerovi Indaburu, se promulgó la Ley de Cooperativas, y el 17 de enero de 1968 se dicta el reglamento respectivo.



Fuente: BCE "Indicadores Macroeconómicos" Abril 2008

Elaborado por: La Autora

El aporte de las cooperativas al PIB, se ha incrementado año a año a partir de la dolarización, el crecimiento porcentual del año 2004 es del 40%, el mismo que se debe a la mejora interna que realiza cada entidad y el regreso de la confianza de los socios ante las entidades financieras. El tamaño del subsector cooperativas frente al PIB para el año 2007 fue del 2,98%, y hasta abril del año 2008 asciende al 3,22% del PIB, las tasas de crecimiento del sector cooperativas durante los últimos tres años presentan una tendencia constante.

1.5.5.3 Participación del subsector cooperativo con respecto al Sector Financiero

La confianza en el sistema financiero nacional ha retornado poco a poco gracias al riguroso control que está aplicando la Superintendencia de Bancos y Seguros y a la adopción de normas de administración y control de riesgos.

El sistema financiero nacional está conformado por los siguientes subsectores, del que las cooperativas participan con alrededor del 8%.

Cuadro N° 1

Sistema financiero privado (Hasta abril 2008, en miles de dólares)

Instituciones Financieras	No.	Activos	%
Bancos	25	15.098.384,77	85%
Financieras	10	818.850,19	5%
Cooperativas	38	1.434.620,89	8%
Mutualistas	4	407.926,96	2%
Total		17.759.782,82	100%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros. (Boletines financieros Abril.08)

Elaborado por: La autora

El número de entidades, de acuerdo a su naturaleza no presenta variaciones significativas, existe una leve diferencia en las mutualistas y financieras que han perdido participación para el año 2007 si se hace una comparación con el año 2006, en el que existían 11 financieras y 5 mutualistas, en cambio los bancos y cooperativas mantienen el mismo número en ambos años.

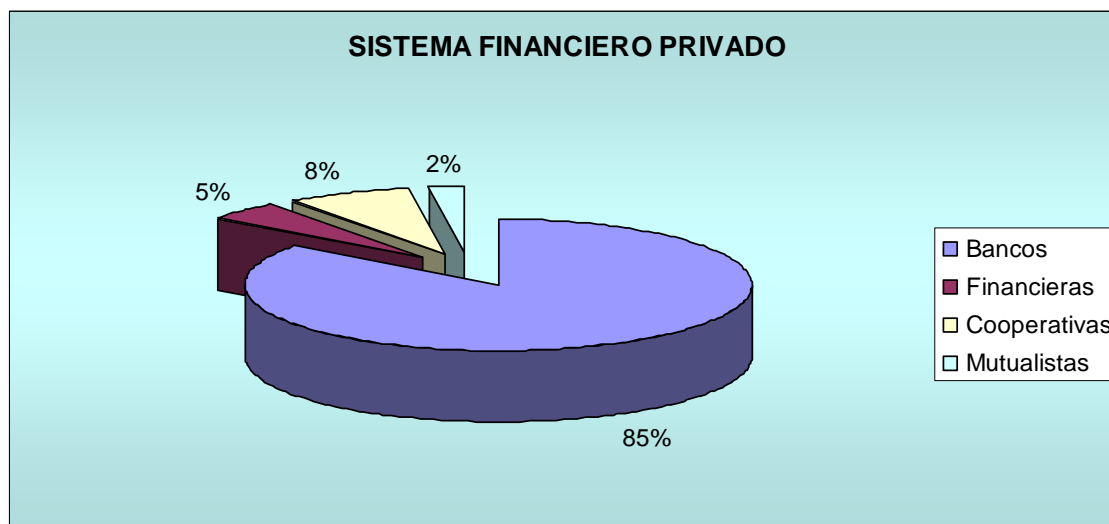
La tasa de crecimiento estimada, para los activos totales del sistema financiero, durante el año 2007 alcanza el 32,22%, con un incremento bruto de USD \$2.500 millones. Esta tasa de crecimiento es superior a la registrada durante el 2006 que alcanzó el 22,9%.

Respecto al patrimonio en las instituciones del sistema financiero, este creció en un 22,02% anual al cierre del tercer trimestre de 2006. El principal componente de este rubro fueron el capital pagado y las reservas que representaron el 74,70% del patrimonio.

En el período septiembre 2006 – septiembre 2007, el patrimonio creció en 44.66 millones de dólares (24.06%), a partir de 185.61 millones de dólares. Los rubros de mayor crecimiento absoluto fueron el capital social con un incremento de 16.71 millones de dólares (16.56%); seguido por las reservas que crecieron (casi en su totalidad valuaciones de propiedades, equipos y otros) 12.92 millones de dólares (23.42%); y, luego por las reservas legales que aumentaron 8.27 millones de dólares (40.06%).

El gráfico a continuación refleja la distribución porcentual de los activos entre los distintos sectores del sistema financiero privado.

Gráfico N° 2
ACTIVOS DEL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros. (Boletines financieros Abril 08)

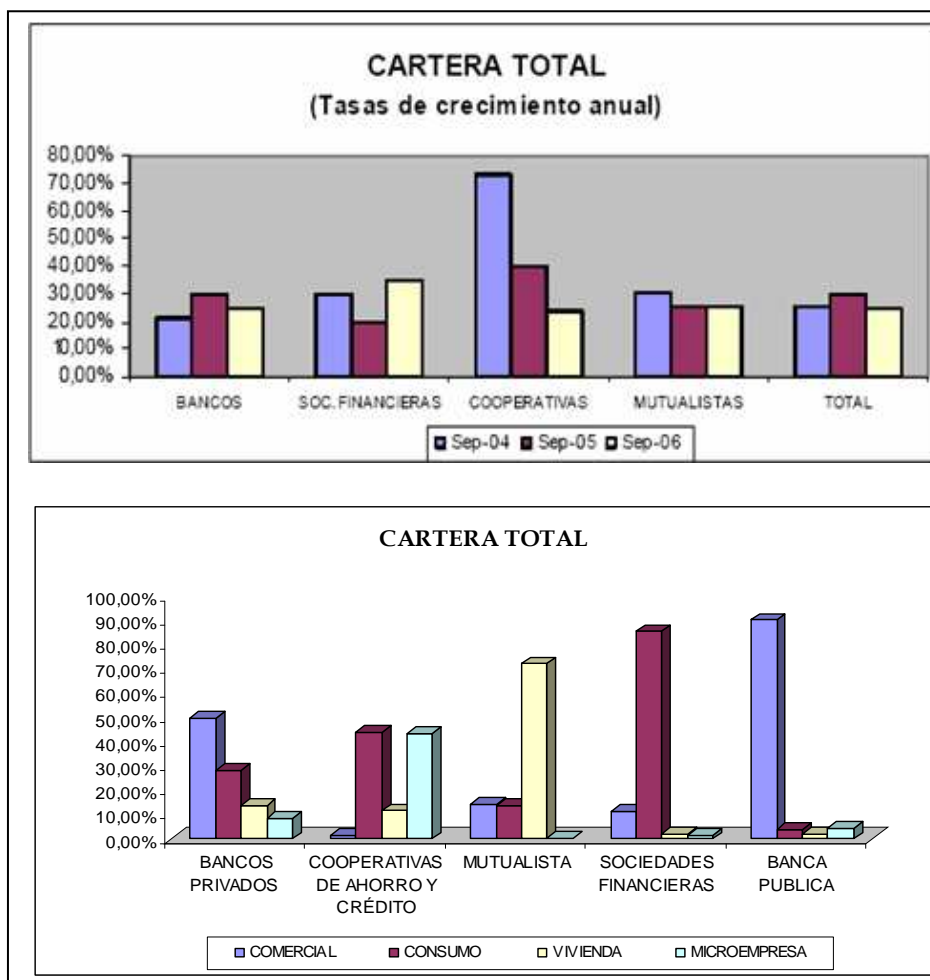
Elaborado por: La autora

Como se puede observar en el gráfico mencionado, el rubro Activos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito representa el 8% del total de activos del Sistema Financiero Privado Nacional, sin embargo su participación a nivel global las posiciona como el segundo subsector más importante del sistema financiero nacional.

Se observa que durante el 2006, hasta el cierre de su tercer trimestre, el crecimiento de la cartera de crédito fue inferior al registrado durante el mismo período del 2005.

La cartera de crédito del sistema financiero en su conjunto creció en 25,69% anual al finalizar el tercer trimestre del año 2006, tasa de crecimiento inferior a la observada durante el mismo período de 2005 que fue del 31,10%.

Gráfico N° 3
Cartera Total



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros (Reporte gerencial abril 2008)
Elaborado por: La autora (Cartera Total)

El destino de los créditos asignados por el sistema financiero varía de acuerdo a la naturaleza de las instituciones, así, el crédito de consumo es una de los más asignados tanto por los bancos privados, cooperativas y sociedades financieras, a las cuales les corresponde una asignación del 28,14%, 43,84% y 85,38% de los préstamos concedidos, respectivamente.

La banca pública asigna el 90,31% de sus créditos al sector comercial mientras que los bancos privados conceden el 49,76% de sus préstamos con este fin.

Los préstamos para vivienda han sido mayoritaria y notablemente asignados por las mutualistas, que han prestado el 71,99% de sus asignaciones, seguidas de los bancos privados con el 13,74% de los créditos y las cooperativas de ahorro y

crédito que también han prestado el 11,59% de sus créditos al sector de la vivienda. Es importante recalcar que las sociedades financieras y la banca pública asignan porcentajes bajos y poco significativos para este sector.

Los créditos asignados para la microempresa han sido prioritariamente asignados por las cooperativas de ahorro y crédito, que han provisto al mercado con el 43,25% de sus fondos. Los bancos privados también han asignado préstamos a la microempresa con porcentajes menores de sus créditos, estos ascienden al 8,35% de los montos dados. Finalmente, tanto las mutualistas como las entidades financieras la banca pública asignan porcentajes bajos a la microempresa, así, estas tres instituciones han provisto de créditos a este sector en el 0,1%, 1,46% y 4,19% de sus préstamos, respectivamente.

1.5.5.4 Sistema de cooperativas de ahorro y crédito

Al 30 de septiembre de 2007, este subsistema estuvo conformado por 38 entidades operativas de primer piso y una entidad de segundo piso.

A finales de septiembre de 2007, las 38 cooperativas han ampliado su cobertura, cuentan con una amplia red de atención a nivel nacional, ya que operan a través de oficinas en las regiones de la Sierra, Costa y Oriente; situación que demuestra un proceso de profundización financiera, favorable no solo para el crecimiento del subsector sino de las zonas en donde se aprueban créditos y perciben depósitos. En efecto, las 38 cooperativas registran 38 matrices, 33 sucursales y 223 agencias, lo cual da un total de 294 oficinas a nivel nacional.

Hasta septiembre del 2007, las cooperativas de primer piso, mantenían 2.772 plazas de trabajo, cifra que supera en 17.36% a la registrada en septiembre del 2006; y en cuya distribución por género se aprecia un predominio de mujeres 1.567 (56.53%), frente a los hombres 1.205 (43.47%).

Del total de personal el 19,56% es personal administrativo y gerencial mientras que el 80,44% es personal operativo⁹.

Al 30 de septiembre de 2006 las 37 cooperativas de ahorro y crédito que conformaron este sistema registraron un total de 928.9 millones de dólares en activos; cifra que llegó a 1229.2 millones a finales de septiembre de 2007, correspondientes a 38 entidades. De lo referido se determina que el número de entidades creció en 2.7% en el último año; mientras que los activos crecieron en el 32.22%.

Los principales rubros del activo, tanto a septiembre de 2006, como a septiembre de 2007, fueron la cartera de créditos con participaciones del 72.8% y 73.87%, respectivamente; las inversiones del 11.46% y 11.57%, en su orden y los fondos disponibles con participaciones del 9.15% y 8.31%, respectivamente.

La cartera de crédito mantuvo un crecimiento anual del 34.17%, pasó de 676.3 millones de dólares en septiembre del 2006 a 907.37 millones de dólares en septiembre del 2007.

La estructura de la cartera bruta referida en ambas fechas, demuestra en la práctica la aplicación de los principios cooperativos; es decir, apoyar mayoritariamente a los microcréditos como el mecanismo para que la gente más necesitada pueda salir de la pobreza.

En el rubro de inversiones se observa un incremento importante del 33.51%, equivalente a 68 millones de dólares, asciende desde 106.5 millones de dólares en septiembre de 2006, hasta 142.15 millones de dólares en septiembre de 2007.

El mayor porcentaje de las inversiones fue destinado a la adquisición de “papeles para negociar de entidades del sector privado”, rubro que en septiembre de 2007

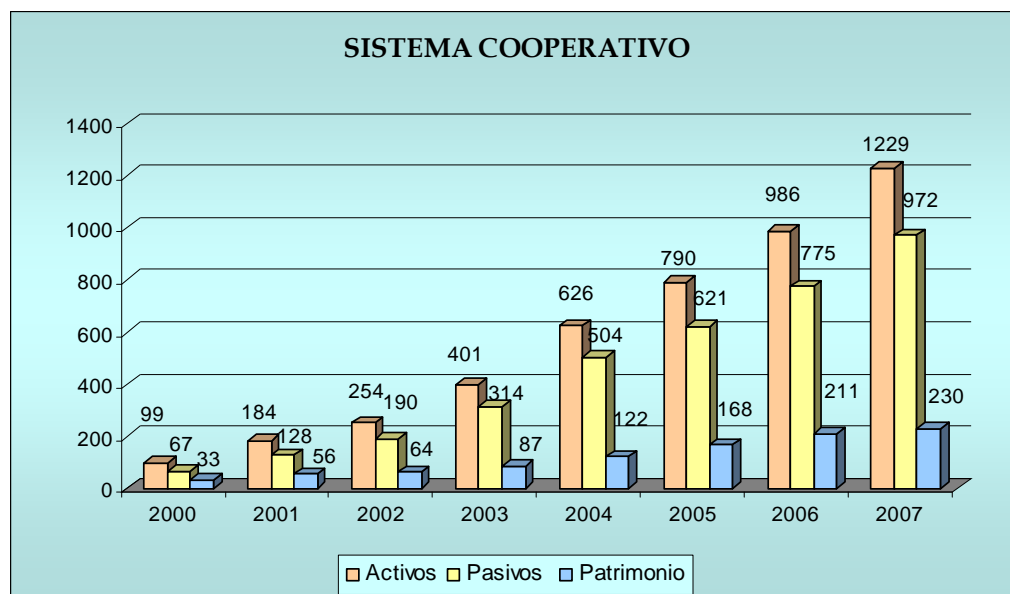
⁹ Análisis sectorial sistema de cooperativas de ahorro y crédito, Subdirección de estudios SBS.

representó el 64,98% de las inversiones totales, esta cifra es mayor al 51.29% registrado en septiembre del 2006.

La principal fuente de recursos del sistema de cooperativas fueron los depósitos del público que se incrementaron en un 21,83% anual al cierre del tercer trimestre del 2006. Dichas obligaciones representaron el 88.16% del pasivo total en septiembre del 2006 y el 87.91% en septiembre del 2007. Dentro de éstas, los depósitos a plazo registraron una tasa de crecimiento anual del 34.58%, equivalente a 70.89 millones de dólares; mientras que los depósitos a la vista crecieron en el 12.28%, equivalente a 52.73 millones de dólares.

Por otro lado, el sistema de cooperativas de ahorro y crédito ha evolucionado en cuanto a sus principales rubros de la siguiente manera:

Gráfico N° 4
Sistema de cooperativas de ahorro y crédito
Evolución de los principales rubros 2000-2007
(Millones de dólares)



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros – Dirección de estadísticas

Elaborado por: La Autora

Como se observa en el gráfico anterior, los principales rubros de las cooperativas de ahorro y crédito han tenido un crecimiento importante durante los últimos cinco años con 32% promedio de incremento en el activo.

La tendencia de crecimiento se mantiene hasta el año 2007 en los tres factores, es decir, activos, pasivos y patrimonio. Con respecto al año 2006, los activos crecieron en el 24,65% mientras que los pasivos se incrementaron en el 25,42%. El patrimonio tuvo un crecimiento menor del 9% del un año al otro.

Lo relevante de este análisis es que el sector cooperativo ha tenido un crecimiento constante e importante en los últimos años, a pesar de los problemas económicos, sociales y políticos que afectaron al país en esos periodos.

1.5.6 EL MICROCRÉDITO

Los microcréditos son pequeños préstamos realizados a personas con bajos recursos (pobres), para quienes es difícil acceder a préstamos bancarios en la banca tradicional.

Las microfinanzas buscan un equilibrio entre los objetivos financieros y los sociales. Hay quienes piden, incluso, que las Instituciones Microfinancieras (IMFS) lleven una cuenta desagregada por tipo de producto en sus estados de pérdidas y ganancias, para mostrar su desempeño en cada una de estas áreas.¹⁰

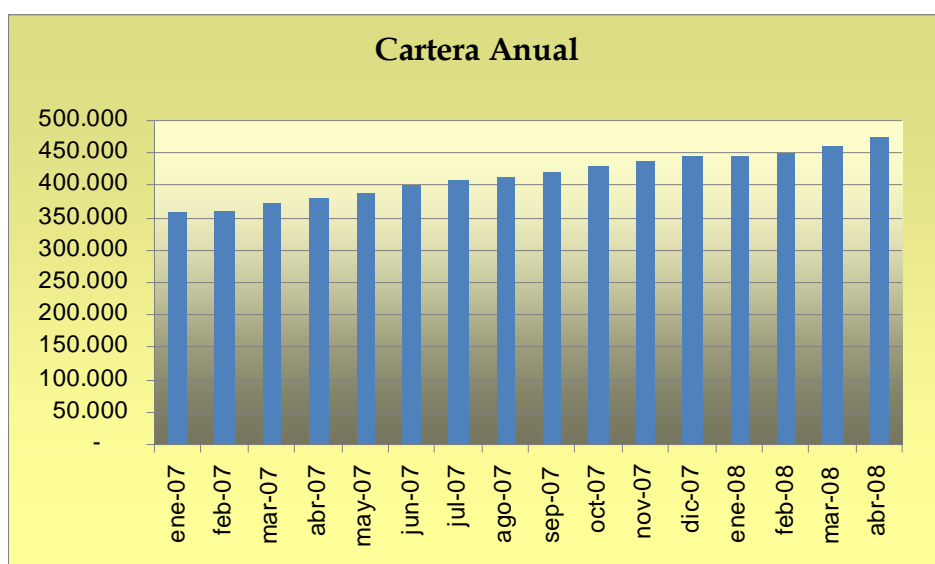
En el Ecuador en los últimos años se ha presentado una evolución muy importante del negocio de las microfinanzas. Existe una tendencia a que los programas exitosos de crédito a la microempresa evolucionen a intermediarios financieros especializados.

¹⁰ www.cambiocultural.com “El impacto de los microcréditos y las microfinanzas”

Las cooperativas han tenido una participación muy importante en el sector financiero, asignando créditos a la microempresa de manera creciente y consistente. Solo desde enero del 2007 hasta abril del 2008 existe una tasa de crecimiento en la asignación de créditos al sector microempresarial del 1,91% mensual, porcentaje que a pesar de ser bajo, es muy significativo por denotar la tendencia al alza, según se puede apreciar en el gráfico siguiente.

Gráfico Nº. 5

TOTAL CARTERA BRUTA DE MICROEMPRESA ABRIL 2008
(Valores en miles de dólares)



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, Boletín de Microfinanzas

Elaborado por: La Autora

En lo concerniente a apoyo financiero rural, el servicio es limitado por ser considerado por la banca privada de alto riesgo y poco rentable; sin embargo existen Cooperativas de Ahorro y Crédito, Fundaciones y ONGS que prestan asistencia financiera a los sectores rurales del país.

CAPÍTULO II.

LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “LA NUEVA JERUSALÉN”

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN

La Cooperativa de Ahorro y Crédito La Nueva Jerusalén, surge en la necesidad de facilitar el proceso de transformación del rol de la iglesia evangélica tradicional, proveyéndola a ella de los instrumentos de intervención y de servicios hacia una nueva dimensión social, se inicia en el año de 1997, como una caja de Ahorro adscrita a la estructura orgánica de la entidad. Recorrido el trayecto como tal, ve la necesidad imprescindible de constituirse en una institución autorizada para la intermediación financiera, consigue su institucionalización mediante Acuerdo Ministerial No. 143, del Ministerio de Bienestar Social del 1 de noviembre del año 2001.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito La Nueva Jerusalén es una institución sin fines de lucro, creada el 1 de noviembre del año 2001 mediante Acuerdo Ministerial No. 0145 del Ministerio de Bienestar Social, para ofrecer confianza y las seguridades de los depósitos a sus asociados y conceder préstamos y otros servicios financieros a tasas razonables, es un organismo cooperativo propiedad de sus socios, quienes la controlan y disfrutan de sus servicios.

Se ha escogido el nombre “La Nueva Jerusalén” porque es un nombre bíblico con el que se llamó a la cooperativa e identifica a los promotores del servicio con sus principios espirituales. El nombre mencionado significa, “la ciudad prometida” con una visión futura, utilizando este calificativo porque la cooperativa quiere mejorar la calidad de vida de las personas en el entorno social.

2.1.2 ASPECTOS LEGALES

Como toda entidad financiera legal que pretendía prestar servicios a la comunidad, en el ámbito jurídico ecuatoriano es necesario cumplir algunos requisitos para poder ofrecer dichos servicios es así que la institución hizo todas las gestiones pertinentes ante la Dirección Nacional de Cooperativas para que sea reconocida como cooperativa.

Acuerdo Ministerial No: 0145 del Ministerio de Bienestar Social

Fecha del Acuerdo: 1 de noviembre de 2001

2.2 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN

El plan general de acción en el cual la organización trata de cumplir con sus objetivos que principalmente es convertirse en una institución cooperativa sólida en la prestación de servicios cooperativos financieros, sociales educativos, en respuesta a las exigencias de mejoramiento de la calidad de vida social, económica y cultural de los grupos y familias pobres. Una de las estrategias de la cooperativa es que no se ubica en las urbes sino en el anillo periférico sur de la ciudad de Quito, donde se concentra la población mas pobre.

2.2.1 MISIÓN

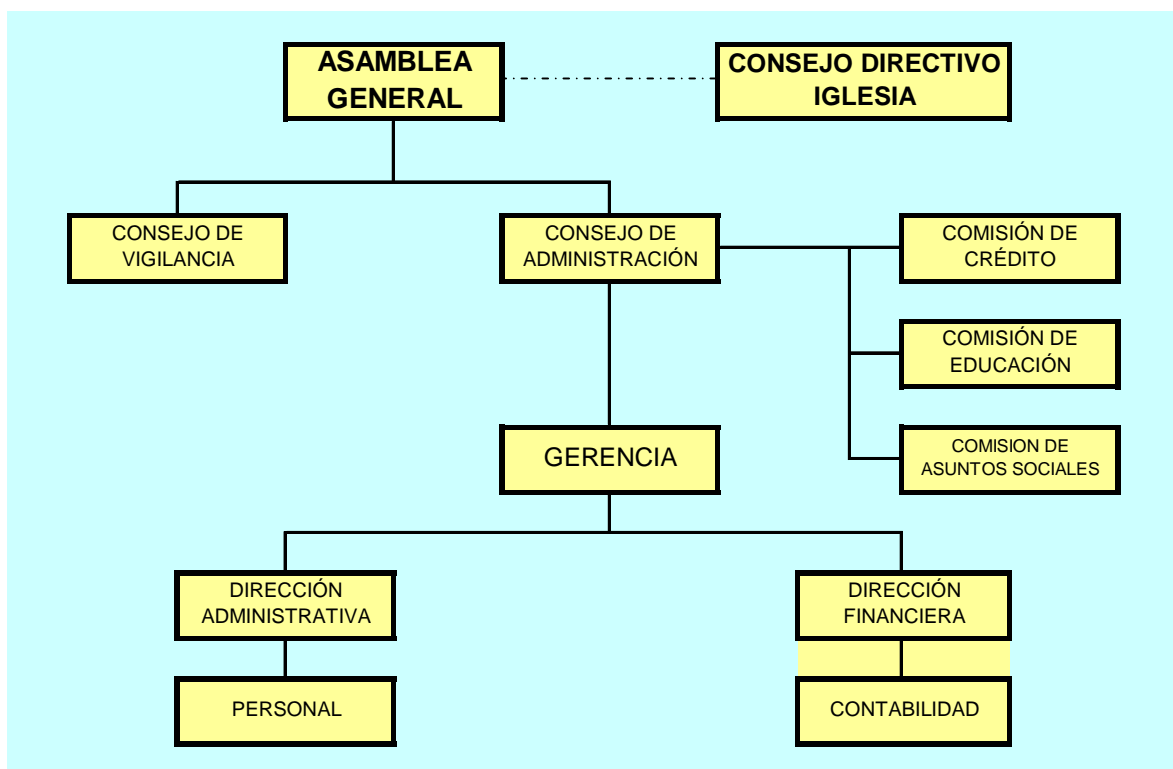
Ofrecer servicios cooperativos acordes y orientados a los segmentos de la población indígena y de otros sectores de escasos de medianos ingresos económicos, con una oferta de productos y prestaciones de calidad, que fomente la cultura del ahorro familiar.

2.2.2 VISIÓN

Líder en la prestación de servicios cooperativos, inspirada en los principios cristianos y valores de equidad, democracia, participación y solidaridad, que proporciona productos financieros de calidad, asegurando el desarrollo integral y comunitario de sus asociados.

2.2.3 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

Gráfico N° 6
Organigrama de la Cooperativa



Fuente: Archivos de la Cooperativa "La Nueva Jerusalén"
Elaborado por: La autora

La Asamblea General es la máxima autoridad de la cooperativa, y esta integrada por los socios de la Cooperativa.

El Consejo Directivo Iglesia es la instancia asesora y consultiva de la cooperativa, esta a la par con la Asamblea General.

El Consejo de Vigilancia es el ente fiscalizador de la cooperativa, y esta integrado en su mayoría por los miembros asociados a la Iglesia Evangélica Bilingüe “La Nueva Jerusalén”.

El Consejo de Administración es el organismo directivo de la cooperativa, que da lineamientos y estrategias operativas para la institución.

La Comisión de Crédito es la encargada del control, calificación, aprobación y seguimientos de créditos otorgados, estará constituida por tres miembros principales, designados por el Consejo de Administración.

La Comisión de Educación tiene es la encargada de organizar y desarrollar los programas de educación, difusión cooperativista y cultural, organizar y ejecutar los cursos básicos de cooperativismo para los socios.

La Comisión de Asuntos Sociales tiene por finalidad estudiar, analizar y solucionar los aspectos de carácter social de la cooperativa y de sus miembros, desarrollar programas socioculturales, deportivos.

El Gerente es el administrador general, representar legal y extrajudicialmente de la cooperativa.

La Dirección Administrativa tiene por objeto desarrollar estrategias administrativas de gestión institucional, y es la encargada del área de Recursos Humanos de la institución.

Dirección Financiera es la encargada en todo lo relacionado a lo financiero y contable de la cooperativa.

2.2.4 OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Los objetivos institucionales que se pueden conocer mas adelante, son transcritos del Estatuto aprobado por el Ministerio de Bienestar Social.

- a) Promover la cooperación económica y social entre sus asociados, para lograr esta finalidad procederá a recibir los ahorros de los socios y depósitos a plazo fijo que éstos realicen, efectuar cobros y pagos, así como todas aquellas necesarias para el desarrollo de la cooperación crediticia, dentro del marco legal permitido para las cooperativas.
- b) Fomentar el ahorro y otorgar préstamos a sus asociados para atender sus necesidades prioritarias, incentivando las actividades productivas y de desarrollo, según los reglamentos pertinentes.
- c) Proporcionar una adecuada educación cooperativista en sus asociados.
Proporcionar servicios básicos de carácter social que impulsen el desarrollo integral de sus asociados.
- d) Obtener fuentes de financiamiento de origen nacional o extranjeros para el desarrollo de la Cooperativa, estableciendo nexos dentro y fuera del país. con entidades similares.
- e) Establecer organismos o instancias internas, para la prestación de otros servicios o la realización de otras actividades que estén en el marco de la Ley Cooperativas y su Reglamento General.

2.2.5 POLÍTICA INSTITUCIONAL

Los lineamientos de la política institucional se sustentan en el Estatuto y Reglamentos de la Cooperativa, implementadas desde la iniciación misma del trabajo institucional, se refieren básicamente a que:

Todos los socios son considerados en igualdad de condiciones en cuanto al acceso a los beneficios financieros y servicios sociales que oferta la Cooperativa, es decir, los derechos y obligaciones son iguales para todos, pueden elegir o ser

elegidos para cualquiera de las dignidades en forma democrática con derecho a un voto por socio, independientemente del monto de ahorros o de certificados que tenga a su favor.

La vinculación a la Cooperativa es de manera libre y voluntaria, los compromisos, las obligaciones y las responsabilidades estipuladas en el Estatuto a los que asumen las partes son mutuos, su permanencia como socio o su retiro también lo es de libre decisión del socio.

El trabajo de la Cooperativa se basa en principios fundamentales. El respeto y aceptación de la diversidad del pensamiento político y creencia religiosa, orientación sexual, así como de sus manifestaciones culturales. Sin embargo, la Cooperativa por los hechos que le anteceden esta empeñada en volcar todos sus esfuerzos para introducirse en la población indígena.

El servicio financiero asiste para el establecimiento de micro empresas familiares, especialmente dirigidas por las mujeres y los migrantes, constitución de capital germen para el desarrollo del comercio formal e informal, apoyo al acceso a la formación de capital humano, facilidades para la obtención de una vivienda digna, apoyo a las actividades agropecuarias.

La educación en la cultura cooperativa de sus asociados es el eje decisorio de la Cooperativa, para consolidar un trabajo enmarcado en la integridad del ser humano. Lo que también significa un trabajo de cooperación y coordinación con las instituciones financieras públicas y privadas, como con los organismos no gubernamentales que aportan al desarrollo del país.

La construcción de una nueva visión ética vinculada a la vida cotidiana como un espacio de recreación cultural y social es importante, considerando que los asociados en su mayoría son provenientes de diferentes partes del país, de los cuales un 90% son indígenas.

La conservación en unos casos y, en otros, la recuperación de aquellos valores y tradiciones culturales perdidas por la imposición social de prácticas extrañas a su entorno, es la prioridad, a través del uso de la lengua indígena quechua en el trabajo cotidiano de la Cooperativa. También se hace énfasis en el ejercicio ancestral que ha dado muchos resultados positivos, la "minga solidaria"¹¹, por ser una de las características sobresalientes de las manifestaciones culturales de la comunidad -prestar mano de obra sin remuneración.

Especial atención al conocimiento a la Madre naturaleza –Pacha Mama-, para estimular respeto y cuidado por la madre naturaleza fuente única de vida para el ser humano, con el fin de no perder el vínculo campo-ciudad. Lo propio en el tratamiento de la complementariedad hombre-mujer y no como sujetos individuales.

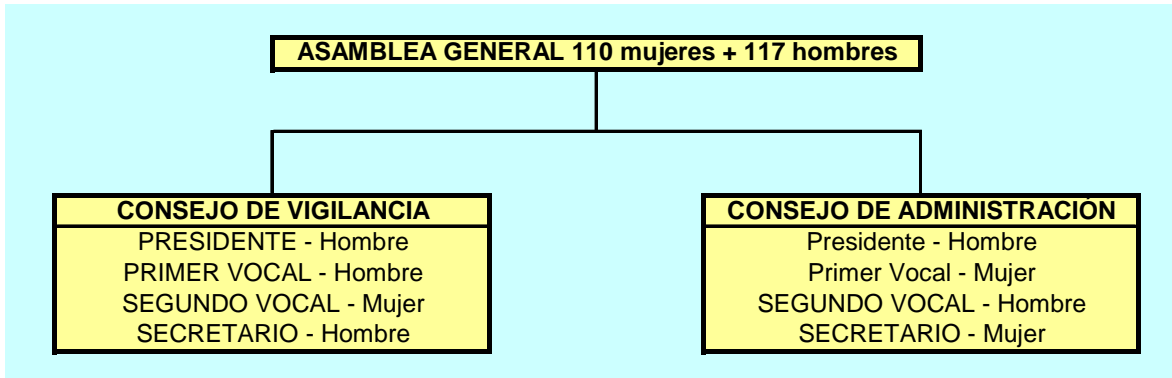
2.3 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y DE CONTROL

Sí se considera que los socios fundadores de la Cooperativa son también miembros de la iglesia, se esta enfrentando a una difícil situación que aun no se puede erradicar en su totalidad, se refiere al trabajo intenso al que se dedica diariamente la mujer que complementa el ingreso familiar, del poco tiempo que le resta lo ocupa en la atención de sus hijos y demás actividades propias del hogar, situación que le impide asumir responsabilidades en funciones directivos. Sin embargo, los órganos directivos y de control hacen los esfuerzos posibles para que la mujer forme parte de las instancias en las que se toman decisiones, en el siguiente gráfico la mujer representa a un 48% de la totalidad de los miembros de los órganos directivos de la Cooperativa.

¹¹ Minga (del quechua mink'a, alquiler) Trabajo que se hace en común y sin remuneración.

Gráfico N° 7

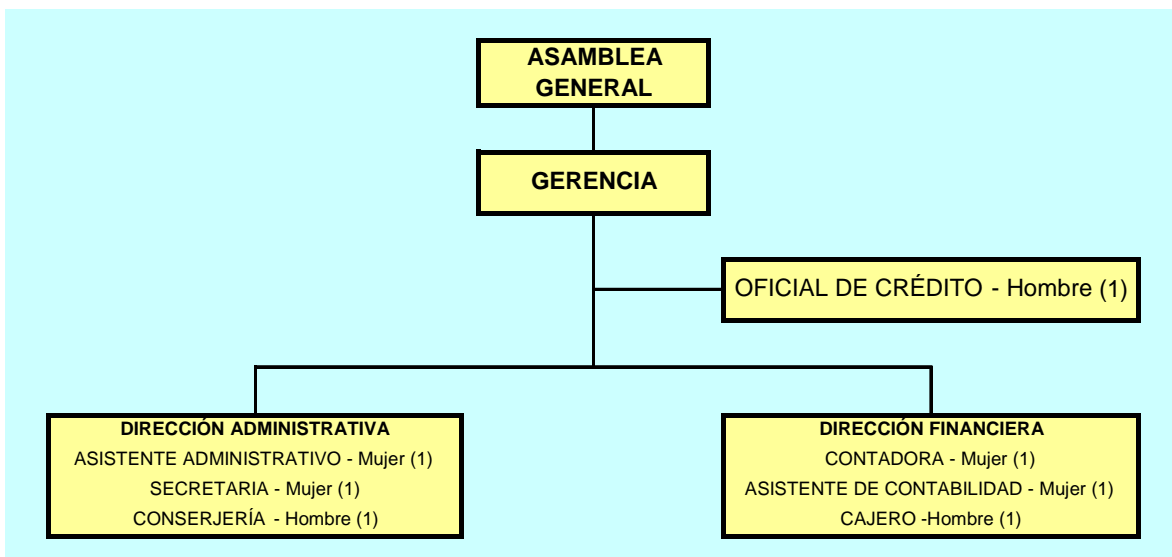
Órganos Directivos



Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”
Elaborado por: La autora

La Asamblea General esta integrada por los socios, el Consejo de Vigilancia al igual que el Consejo de Administración tienen cada uno el 65% del número total de integrantes que proviene de entre los miembros asociados a la Iglesia Evangélica Bilingüe “La Nueva Jerusalén”.

Gráfico N° 8
Gráfico representativo



Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”
Elaborado por: La autora

2.3.1 PERFIL PROFESIONAL DE LOS FUNCIONARIOS DE LA COOPERATIVA

A continuación se presenta a los funcionarios con los que cuenta la cooperativa para su funcionamiento, se debe mencionar que la cajera y el oficial de crédito inicialmente ingresaron a la cooperativa realizando pasantías y luego se les dio la oportunidad de trabajo para su superación.

Gerente.- Master en Ciencias Sociales con especialización en Asuntos indígenas, funcionario de carrera del Instituto Nacional de Estadística y Censos (19 años), Director de Educación y cultura del consejo de Pueblos y Organizaciones Indígenas del Ecuador FEINE (8 años).

Contadora.- Licenciada en Ciencias Contables, Contadora General a medio tiempo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía de Quito (10 años).

Asistente Administrativo.- Estudiante del tercer semestre para docente de educación básica, directora de área pedagógico en el Centro de Desarrollo Integral Ñuca Huasi (3 años).

Asistente de Contabilidad.- Estudiante segundo semestre para licenciatura en Contabilidad y Auditoría, contadora del Centro de Desarrollo Integral Ñuca Huasi (3 años).

Secretaría.- Quinto año de Administración de Empresas, Secretaria del Centro de Desarrollo Integral Ñuca Huasi (1 año).

Cajera.- Bachiller en Ciencias Sociales

Oficial de Crédito.- Bachiller Tecnólogo

Conserje.- Servicios de guardianía privada (5 años)

2.3.2 FORMAS DE PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN LOS PROCESOS INTERNOS DE DECISIÓN

A pesar que los Consejos de Administración y de Vigilancia actúan con total autonomía para la toma de decisiones, se consideran muy importantes las sugerencias que vierten los empleados, los que inciden de alguna forma en el análisis situacional previo a tomar una decisión en temas relacionados a los aspectos administrativos, técnicos y socio-organizativos, por lo tanto el personal de apoyo tiene su propio espacio de injerencia en la marcha institucional.

2.3.3 EJES TEMÁTICOS DE ATENCIÓN

La Cooperativa como anteriormente se anoto, nace sobre la base de una propuesta de la iglesia evangélica del mismo nombre, su radio de acción está dirigida a la población indígena migrante en el Cantón Quito y del país, de acuerdo al Estatuto de constitución legal otorgado por la Dirección Nacional de Cooperativas.

De tal manera que los ejes temáticos que se priorizan y son tratados con mayor insistencia son:

- La capacitación
- El ahorro familiar
- El fortalecimiento institucional de la Cooperativa para una mayor cobertura
- La solidaridad cooperativa entre los asociados
- El trabajo comunitario
- La equidad de género en la representación de los órganos directivos
- Apoyo a la microempresa familiar y la permanente relación con sus tierras.

2.3.4 POBLACIÓN OBJETIVO

El compromiso de trabajo institucional esta regido a la implementación de una política de desarrollo integral de vinculo campo-ciudad y la recreación cultural de los pueblos, su acción social esta dirigida principalmente a la población indígena migrante residente en los sectores urbano-marginales de las ciudades y en las áreas rurales en situación de pobreza critica. Los grupos poblacionales considerados como los más vulnerables socialmente son también aliados, el compromiso, reinvertir los recursos en quienes a través de su trayectoria han confiado en la Cooperativa, sus sueños y anhelos.

2.4 RELACIONES INTERINSTITUCIONALES

Al respecto, es importante el apoyo de los organismos de cooperación financiera, sea de carácter nacional, como de origen internacional, porque sientan bases sólidas para el desarrollo de proyectos de desarrollo de la institución. Entre las instituciones que participan en directa e indirectamente con la Cooperativa se mencionan las siguientes:

Ministerio de Bienestar Social

Este organismo promueve programas de atención a la población mas desposeída del país, en este contexto se esta diseñando un proyecto para el establecimiento de un centro de atención social integral, con el fin de atender a los niños, jóvenes y ancianos pobres de la ciudad. De la misma manera se organizará un ciclo de talleres de socialización para dar a conocer los derechos de la mujer y el niño en base a programas que oferta esta misma institución. Recursos que de lograrlo serán canalizados a través de la Cooperativa.

Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito FECOAC

Con esta organización se trabaja en forma coordinada para establecer mecanismos de defensa del cooperativismo nacional y la capacitación en los aspectos administrativos y técnicos.

Centro Andino de acción Popular CAAP

Se cuenta con la asistencia técnica de un experto en cooperativismo, responsable de coordinar programas de capacitación al personal directivo, técnico, administrativo y de servicios de la Cooperativa, además asistirá en la implementación de normas para el manejo del sistema contable y la elaboración de los reglamentos internos.

Centro de Desarrollo Integral Ñuca Huasi

La iglesia mantiene un proyecto apoyado financieramente por Compasión Internacional para la atención a las niñas y niños de entre los 3 y 8 años de edad - 144 menores de cinco años y 230 mayores de cinco años-, por medio de actividades escolares complementarias y el desarrollo de tareas dirigidas (deberes), que corresponde a la fase de lectura comprensiva para fortalecer el conocimiento de la escritura, de la matemática, del entorno social, de las ciencias naturales, de las ciencias sociales, de las artes, de la lengua uno -quichua- y de la lengua dos -castellano-. En este caso la Cooperativa trabaja en coordinación con las actividades del centro y los recibe como socios a los niños y padres de familia del mismo, que son a la vez beneficiarios de los servicios cooperativos.

Concejo de pueblos y Organizaciones indígenas evangélicos FEINE – Nacional

La organización indígena que ha provisto el impulso necesario para el trabajo cooperativo es el Consejo de Pueblos y Organizaciones Indígenas Evangélicas FEINE, sus principales directivos han participado en varias reuniones de trabajo

conjunto, con el fin de dar a conocer la importancia de la prestación de estos servicios cooperativos a la comunidad.

Federación de Iglesias Migrantes Residentes en Pichincha FIERPI – Provincial

Esta organización aglutina a las iglesias y organizaciones evangélicas indígenas de Quito, lo que facilitará el trabajo de la Cooperativa, porque su política institucional también es la atención a la población indígena migrante residente en la provincia de Pichincha.

2.5 PRODUCTOS

Los productos que ofrece la cooperativa son especialmente pensando en las necesidades de sus socios, los cuales son detallados en los párrafos siguientes

2.5.1 TIPOS DE AHORRO

Puesto que la cooperativa tiene como objetivo fomentar el ahorro y promover el interés de integrarse a la organización, se cita los tipos de ahorro con los que cuenta.

2.5.1.1 Ahorro Disponible

Es el ahorro del socio de liquidez inmediata, disponible cuando este lo requiera por cualquier monto de acuerdo a su saldo, su tasa de interés anual está sujeta a las regulaciones del Banco Central del Ecuador.

Para poder acceder a este tipo de ahorro se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Cédula de Identidad

- Papeleta de votación.
- Suscripción de la solicitud de ingreso
- Monto mínimo de apertura: 15,00 dólares en Ahorros y 10 dólares en Certificado de Aportaciones

2.5.1.2 Ahorro Cooperativo

Es una cuenta de ahorro a plazo con giro diferido, cuyas características son:

- Reajustes Anuales.
- Se puede girar sin previo aviso un máximo de 30 dólares, para giros superiores se debe avisar con 30 días de anticipación.
- Se puede realizar hasta 6 giros en el año, sin perder los reajustes.
- Nunca pierde intereses, independiente del número de giros que realice
- Sin cobros de comisiones.
- Atractiva tasa de interés anual por sus depósitos.

Las personas que pueden acceder al ahorro cooperativo son específicamente:

- Socios fundadores
- Socios que hayan ingresado hasta el 31 de diciembre del 2001,

2.5.1.3 Ahorro a plazo

Los socios o no socios de la Cooperativa pueden depositar sus dineros en cuentas de Ahorro a Plazo, que generarán reajustes mensuales de intereses, acuerdo a la variación porcentual anual que señale el Banco Central del Ecuador

Los requisitos necesarios para el ahorro a plazo son los siguientes:

- Cedula de identidad
- Monto mínimo de ahorro 1,000 dólares

2.5.1.4 Ahorro Ñuca Huasi

Es el ahorro del socio menor de 15 años, disponible cuando este lo requiera por cualquier monto de acuerdo a su saldo, su tasa de interés anual es superior a las reguladas por el Banco Central del Ecuador.

Como el ahorro Ñuca Huasi busca fomentar el ahorro desde temprana edad pero con supervisión de un adulto los requisitos son los siguientes:

- Ser menor de 15 años de edad
- Cédula de Identidad del representante
- Papeleta de votación del representante
- Suscripción de la solicitud de ingreso
- Monto mínimo de apertura: 5,00 dólares en Ahorros y, 2 dólares en Certificado de Aportaciones

2.5.2 TIPOS DE DEPOSITOS

Dentro de los tipos de depósitos se cita los que ofrece la Cooperativa que son expuestos a los socios según sus necesidades.

2.5.2.1 Deposito a Plazo Fijo

Este documento ganará intereses sólo hasta su vencimiento. Fecha en la cual será pagado sólo al titular previa identificación. Esto significa que el depósito no ganará intereses por el resto del tiempo que transcurra desde el vencimiento hasta su retiro o renovación.

2.5.2.2 Deposito Renovable no endosable

Este documento será pagado sólo al titular previa identificación. El depositante tendrá un plazo de tres días hábiles para exigir su pago o tramitar la renovación en forma personal. De lo contrario, se entenderá por renovado el depósito, a la

tasa de interés vigente a la fecha de vencimiento, por el plazo inicialmente pactado y en forma indefinida.

2.5.3 SEGUROS

Los seguros son un contrato mediante el cual una de las partes (asegurador) se obliga a pagar una indemnización a la otra parte (asegurado) en caso de que ocurra un imprevisto o daño a la persona o el bien que se asegura.

2.5.3.1 Seguro de Desgravamen

En el caso de fallecimiento de un socio, este seguro cancela todos los créditos que mantenga vigente, ya sean créditos de consumo o comerciales. El seguro cubre hasta los 80 años de edad, (la edad del socio más el plazo del crédito no puede exceder a los 80 años). Para socios mayores de 75 años y para crédito superiores a USA. 500 dólares, se exigirá el Certificado Medico otorgado por los centros autorizados y el valor de la prima depende del monto del crédito solicitado.

2.5.3.2 Seguro de Capital

En caso de fallecimiento de un socio, este seguro paga a sus beneficiarios o herederos un monto similar al saldo de capital que mantenía en su cuenta de crédito. El seguro cubre hasta 80 años de edad; para socios que ingresan con una edad superior a 75 años, se exige el Certificado Medico otorgado por un centro especializado.

2.5.3.3 Seguro de Vida

En caso de fallecimiento de un socio, este seguro paga a sus beneficiarios o herederos un monto similar al saldo de capital que mantenía en su cuenta de ahorros. Este seguro cubre hasta 80 años de edad; para socios que ingresan con

una edad superior a 75 años, se exige el Certificado Medico otorgado por un centro especializado. El monto de la prima depende del capital depositado en su cuenta de ahorros.

2.5.3.4 Seguro de Educación Superior

Permite a los estudiantes que financian mediante crédito sus estudios contar con un seguro de desgravamen que cancele el saldo del crédito ya sea que fallezca el alumno o su tutor indistintamente cualquiera de ellos sea el deudor directo o aval. La cobertura de este seguro es hasta 80 años de edad; para socios que ingresan con una edad superior a 75 años, se exige el Certificado Medico otorgado por un centro especializado.

2.5.4 BENEFICIOS SOCIALES A LOS AFILIADOS

Los beneficios sociales tienen como objetivo desarrollar, capacitar, actualizar e implementar cursos y programas para el progreso de sus socios sea este en los ámbitos operacionales, educativos y sociales.

2.5.4.1 Centro de fomento cultural y científico

Se implementara un servicio de biblioteca impreso y digital especializada en temas de educación básica, secundaria y superior, lo que significa un gran aporte para el desarrollo educativo en la comunidad.

2.5.4.2 Acción Social

La Cooperativa busca ir en ayuda de los más necesitados, en casos de trabajos en la comunidad en mingas, apoyo en siniestros (incendios, inundaciones) o en calamidad domestica que los socios atraviesen (enfermedad grave o fallecimiento del socio o de sus familiares cercanos)

2.5.4.3 La formación social

La cooperativa establece programas que potencian con aportes de las organizaciones sociales de base, en esta interacción se impulsa al fomento de valores y principios que en la cooperativa asume la Comisión de Educación.

Esta Comisión es la encargada del desarrollo social y cultural de los socios, como de la comunidad, tomando como desafíos la transversalización de la educación y la interculturalidad en las diferentes actividades que desarrolla la Cooperativa, a través de estas áreas de acción:

2.5.4.4 Educación cooperativa

Socializa con los socios, líderes, dirigentes y trabajadores, los principios y valores del Cooperativismo, para contribuir al desarrollo de la Cooperativa, como una entidad alternativa en el ahorro y crédito, solidariamente y equitativamente.

2.5.4.5 Capacitación en gestión de microempresas

Siendo preocupación de la Cooperativa la inserción laboral o la generación de nuevas plaza de empleo para los socios, a través de la implementación de sus propias empresas de autogestión, es importante desarrollar: cursos, talleres, seminarios y otros eventos que estimulen a esta actividad, los socios pueden acceder a estos servicios cuando cumplan con estos requisitos:

- Libreta de ahorros del socio
- Cedula de identidad
- Seis meses de antigüedad como socio
- Saldo mínimo de \$ 50 dólares en ahorros

2.5.4.6 Educación y cultura

La Cooperativa, desde sus inicios ha apoyado constantemente actividades de extensión cultural destinadas a acercar a la Cooperativa a la comunidad, entre ella se destacan: eventos educativos que familiarizan con el conocimiento sobre los pueblos indígenas y demás grupos étnicos del Ecuador, los derechos colectivos de los mismos, actividades culturales y la vivencia de practicas comunitarias como, la minga que son muy saludables para el entorno urbano.

En todo caso, los objetivos que pretende la Cooperativa apuntan a democratizar el acceso a la educación y cultura de los socios, socializando de esta manera el rol de la Cooperativa no solo como líder en servicios financieros, sino también en beneficios y servicios sociales.

Por otra parte, se busca una alianza estratégica¹² de colaboración mutua con organizaciones e instituciones culturales y educativas para estructurar una planificación destinada a acercar a la Cooperativa con sus futuros socios.

Esta planificación incluye: Concursos de pintura y cuento infantil, dibujo, poesía, maratón atlética, exposiciones

2.5.4.7 Beca escolar

Conscientes de que la economía familiar de la mayoría de los hogares se encuentran en los quintiles uno y dos, cuyos ingresos no cubren el costo de la canasta básica de pobreza, es necesario implementar un programa de beca escolar que asista financieramente a los estudiantes que cursen los dos últimos niveles de la educación primaria, media o superior. Este programa esta destinado a asistir a los alumnos que tengan los siguientes requisitos: ser socio, excelencia académica y una situación económica deficitaria.

¹² La Alianza Estratégica es un entendimiento que se produce entre dos o más actores sociales diferentes, quienes gracias al diálogo y a la detección de objetivos de consenso, pueden definir un Plan de Acción conjunto para lograr beneficios de mutua conveniencia.

2.5.5 LÍNEAS DE CRÉDITO

Las líneas de crédito propenden fundamentalmente al mejoramiento económico y social de los socios.

2.5.5.1 Crédito Comercial

- **Fomento a la microempresa**

La Cooperativa, consciente de las necesidades de financiamiento de sus socios, ha creado la línea de crédito “fomento a la microempresa”, con el propósito de brindar una atención especializada a través de cómodos y flexibles planes de crédito acorde a las necesidades de su negocio.

Es una línea de crédito destinada a financiar la compra de equipos, máquinas, insumos, adecuación de locales o capital de trabajo de los micro y pequeños empresarios constituidos legalmente, dueños de pequeños negocios productivos, comerciales, de servicios y talleres artesanales.

Los requisitos para poder acceder a esta línea de crédito son:

- Antigüedad mínima de seis meses
- Saldo promedio en ahorros mínimo de \$100 dólares
- Edad entre 18 a 70 años.
- Acreditar 6 meses de funcionamiento formalizado en su actividad o negocio (6 declaraciones de IVA canceladas).
- Monto y plazo sujeto a evaluación de las condiciones del crédito. Se solicitará información adicional dependiendo de la actividad o negocio.
- Referencias comerciales y personales.

La cooperativa ofrece algunos beneficios a los socios que se les conceda el crédito de Fomento a la microempresa:

- Tasa preferencial.
- Período de gracia hasta 90 días.
- Pago de tres cuotas mínima al inicio de la cancelación del crédito.
- Plazo desde 12 a 48 meses.
- Tenga un espacio de difusión sobre su negocio en la página Web y otros medios que dispone la Cooperativa.
- Alternativa de cancelar el 50% del valor de la cuota los 3 primeros meses

- **Vehículos de trabajo**

Crédito destinado a financiar la compra o renovación de vehículos de trabajo, especialmente para financiar la compra, reparación o ampliación de su flota de vehículos de empresas constituidas o de quienes son dueños de taxis, buses, camionetas o furgones de servicio público o particular.

Para poder obtener este crédito son necesarios los siguientes requisitos:

- Antigüedad mínima de seis meses
- Saldo promedio en ahorros de 100 dólares
- Edad entre 18 a 70 años.
- Acreditar 6 meses de constitución de la Cooperativa, gremio o negocio formalizado.
- Monto y plazo sujeto a evaluación de las condiciones del crédito. Se solicitará información adicional dependiendo de la actividad o negocio.
- Referencias comerciales y personales.
- Alternativa de cancelar el 50% del valor de la cuota los 3 primeros meses

2.5.5.2 Crédito Agrícola

- **Agrícola de temporada o de inversión**

Crédito destinado a financiar necesidades de insumos agrícolas, capital de trabajo e inversiones de agricultores, que estén o no formalizados en esta actividad.

Para poder obtener este crédito son necesarios los siguientes requisitos:

- Antigüedad mínima de tres meses
- Saldo promedio en ahorros mínimo de 50 dólares
- Edad entre 18 a 70 años.
- Acreditar 6 meses de constitución de la Cooperativa, gremio o negocio formalizado.
- Monto sujeto a evaluación de las condiciones del crédito a un y plazo de hasta 1 año. Se solicitará información adicional dependiendo de la actividad o negocio.
- Referencias comerciales y personales.
- Alternativa de cancelar el 50% del valor de la cuota los 3 primeros meses.

2.5.5.3 Crédito de Consumo

- **Libre disposición**

Destinado a la adquisición de bienes de consumo o al pago de servicios adquiridos por los socios, en general este crédito esta destinado a satisfacer necesidades de corto y mediano plazo.

Para poder obtener este crédito son necesarios los siguientes requisitos:

- Nota ponderada superior a 70
- Antigüedad mínima de seis meses
- Saldo promedio en ahorros mínimo de 50 dólares
- Edad entre 18 a 70 años.
- Monto máximo de crédito de 1000 dólares
- Plazo sujeto a evaluación de las condiciones del crédito.
- Referencias comerciales y personales.
- Acreditar Ingresos y poseer contrato indefinido

- **De descuento por planillas**

Este crédito esta destinado a financiar necesidades de consumo y/o compras por los socios trabajadores dependientes que posean contrato indefinido en empresas donde exista un convenio de descuento por planilla con la Cooperativa.

Para poder obtener este crédito son necesarios los siguientes requisitos:

- No exige calificación
- Antigüedad mínima de tres meses
- Saldo promedio en ahorros mínimo de 50 dólares
- Edad entre 18 a 60 años.
- Montos y plazos sujetos a evaluación
- Referencias comerciales y personales.
- Acreditar Ingresos y poseer contrato indefinido
- Tasa preferencial

- **Crédito preferencial**

El objetivo del crédito preferencial es satisfacer necesidades de financiamiento y a la vez incentivar la capitalización de los socios, a través de un crédito otorgado de hasta con el 100% del saldo disponible en su cuenta de Aportaciones.

Para poder obtener este crédito son necesarios los siguientes requisitos:

- Nota ponderada superior a 70
- Antigüedad mínima de tres meses
- Saldo promedio en ahorros mínimo de 50 dólares
- Edad entre 18 a 60 años.
- Montos y plazos sujetos a evaluación
- Referencias comerciales y personales.

- **Plazo fijo**

Satisfacer necesidades de financiamiento de aquellos socios inversionistas que posean un depósito a plazo en la Cooperativa, el cual se constituye en la garantía del crédito solicitado

Para poder obtener este crédito son necesarios los siguientes requisitos:

- Nota ponderada superior a 70
- Antigüedad mínima de tres meses
- Saldo promedio en ahorros mínimo de 50 dólares
- Edad entre 18 a 60 años.
- Montos máximo del 90% del valor de rescate del depósito a plazo
- Plazos sujetos a evaluación

- **Crédito educativo**

Entregar recursos a los estudiantes de las universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica, con el fin de cubrir gastos de matrícula y arancel, más un margen adicional de hasta un 10% para otros gastos. Los créditos son otorgados individualmente para las necesidades de cada año académico.

Para poder obtener este crédito son necesarios los siguientes requisitos:

- Nota ponderada superior a 70
- Antigüedad mínima de un año
- Acreditar ingresos y poseer contrato indefinido
- Referencias comerciales y personales.
- Saldo promedio en ahorros mínimo de 50 dólares
- Edad entre 18 a 60 años.
- Montos máximo de 200 dólares anuales
- Plazos de hasta 8 años y 90 días de gracia al inicio del crédito

- Si el alumno no posee ingresos, el crédito se otorga a un tutor económico que acredite ingresos. En este caso el alumno se constituye en aval del crédito.

Cuadro Nº 2

TASA DE INTERÉS – CAPTACIÓN DEPÓSITOS A PLAZO FIJO EN DÓLARES			
Plazo Mínimo (días)	Plazo Máximo (días)	Tasa Mínima	Tasa Máxima
30	42	0,2	0,3
43	59	0,2	0,32
60	89	0,2	0,34
90	180	0,2	0,4
181	360	0,2	0,42

Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

Elaborado por: La autora

La cooperativa mediante el cuadro anterior permite señalar los días y las tasas de interés que se establece en el plazo determinado de pago, así mismo como el plazo máximo.

2.6 ANÁLISIS EMPÍRICO

La Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, durante sus años de funcionamiento, ha utilizado diversas tecnologías financieras profundamente ligadas a la ampliación de sus servicios.

En este plan de servicio, la iglesia implemento en sus inicios una Caja de Ahorro Comunitaria, con el fin de iniciar con un proyecto educativo de ahorro familiar para una adecuada utilización de los pequeños ingresos económicos de los hermanos miembros de la iglesia, se lo hizo con 12 socios y un capital de US. 5. Con el transcurrir del tiempo la demanda superó las expectativas, obligando a institucionalizar este servicio conservando desde luego el mismo espíritu y los principios de trabajo vinculados con la iglesia. Para ello se hizo todas las

gestiones pertinentes ante la Dirección Nacional de Cooperativas para que sea reconocida como Cooperativa, lo que se logró mediante Acuerdo Ministerial No. 0145 del Ministerio de Bienestar Social el 1 de noviembre de 2001.

En la actualidad se cuenta con 1096 socios, en lo que respecta a los socios por sexo, las mujeres representan al 51% de su total. Como la organización se enfoca localmente, puede asistir financieramente a los emprendimientos exitosos solo hasta un punto; por lo que otro de los objetivos es el brindar consejo sobre las mejores alternativas para acceder a instituciones que atienden otros nichos de mercado más grandes, permitiendo que las personas salgan de la exclusión de canales formales de servicios financieros. A continuación se presenta un análisis sobre el desarrollo de la organización.

Primer año 2001

El 2001, con base en un pequeño capital, nace en el barrio San Fernando de Guamaní, la cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” integrada por socios que pertenecen a la Iglesia del mismo nombre “Nueva Jerusalén”, comienza acciones y el compromiso de todos sus integrantes para emprender actividades de ahorro, evitando de esta manera un mercado financiero agiotista¹³.

En estos dos meses de creación se realizó la institucionalización y legalización de la entidad financiera se cuenta en este periodo con 138 socios. Se establece una tasa de interés activa de 19% para los préstamos que realiza la cooperativa igualmente una tasa de interés pasiva del 3.5% para cuentas de ahorros de los socios depositantes.

Segundo año 2002- 2003

La cooperativa se ve en la necesidad de implementar un programa informático para realizar las operaciones financieras. En base al estatuto se trabaja con una

¹³ De acuerdo a la información recopilada en las reuniones con la gerencia de la cooperativa, las prácticas usurarias en el sector son comunes

estructura jurídica. Se cuenta con 98 nuevos socios así se incrementan el número de socios a 236 en total en la cooperativa a los cuales se les brinda los servicios financieros con una tasa activa del 18%, y una tasa pasiva del 4%.

Todo el dinero existente, también por acuerdo de los miembros de la organización, es depositado en una cuenta conjunta única¹⁴ a la que solo pueden acceder los socios de nivel organizativo. Los intereses obtenidos de esta cuenta también se incrementan al capital social de la organización.

Tercer año 2003- 2004

Se fortalece el nivel organizativo mediante la elaboración de la estructura orgánica de la cooperativa, ya que después del fortalecimiento institucional del primer año de funcionamiento de la institución, aparece la posibilidad de incursionar en la creación de nuevas líneas de crédito. En práctica se pone un proyecto de fortalecimiento de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” al igual que una alianza estratégica con la Organización “Pan para el mundo” de Alemania, ya que se desea convertir en una institución cooperativa sólida en la prestación de servicios cooperativos financieros, sociales educativos en respuesta a las exigencias de mejoramiento de la calidad de vida social de las familias pobres.

Cuarto año 2004- 2005

Para una mayor cobertura de los servicios de la cooperativa se hace la implementación de ventanillas para el uso de los socios. En la estructura de la organización se crean comisiones especiales cada una encargada en diferentes ámbitos así como: la comisión de crédito, comisión de educación y comisión de asuntos sociales, se fija una nueva tasa activa de interés para préstamos de 17,5 % y una tasa pasiva de 3,5% para las cuentas de ahorros.

¹⁴ La cuenta de ahorros perteneciente a la cooperativa, tiene como titulares al presidente y al gerente de la cooperativa

Quinto año 2005- 2006

La fiabilidad lograda se refleja en un aumento sustancial de socios a 533 en total. En el campo del ahorro, la confianza en el nivel organizativo se robustece en cuanto al manejo de los fondos comunes, la eficiencia en los servicios ofertados y el pago de una tasa pasiva atractiva, mayor a la de otras instituciones; incentiva al ahorro. En este periodo considerando que el Consejo de Administración es el máximo organismo Directivo de la Cooperativa se resuelve expedir el reglamento interno de la cooperativa que regirá por igual a todos los socios. Se realiza la promoción de la cooperativa enfatizando el objetivo social de la organización en beneficio de los socios y la comunidad.

Sexto año 2006

El Consejo de Administración de la Cooperativa en uso de las facultades reconocidas por la Ley de Cooperativas, el reglamento general y el estatuto de la cooperativa, expide el Reglamento de crédito de la cooperativa con nuevas modificaciones. En el ámbito del crédito, se robustece el servicio mediante la entrega de mayores cantidades de dinero a mayores plazos, enfatizando el historial de pago de cada socio, se trabaja con una tasa pasiva de 4% y una activa de 16% para prestamos ya sean de inversión o de consumo. En la institución se realiza la actualización de programa informático financiero, se sigue con la promoción en el ámbito social, en la cooperativa se da la implementación de proyectos paralelos con la Iglesia "Nueva Jerusalén" como son: el comedor popular que beneficia alrededor de 350 niños, el centro de confecciones y el centro educativo "Ñuca Huasi".

El impulso a la microempresa, mediante incentivos como la capacitación, la entrega de mayores montos de crédito, una tasa de interés preferencial significativamente menor a la actual¹⁵ y el asesoramiento técnico necesario para

¹⁵ Actualmente la tasa activa es de 17% para microcréditos, aunque se debe tomar en cuenta que a más de la tasa de interés no existe ningún otro cobro extra (comisiones, servicios o impuestos)

alcanzar mejores condiciones económicas y sociales serán los principales objetivos de la organización.

2.7 SITUACIÓN FINANCIERA

El análisis preliminar muestra en términos generales los servicios y las tecnologías microfinancieras aplicadas en la cooperativa; sin embargo, el estudio financiero muestra otros aspectos del desarrollo y crecimiento de la organización, a través de las cifras relativas que se presenta a continuación.

La contabilidad externa anual es la principal fuente de datos para esta exploración, complementada con indicadores financieros básicos que permitirán tener una perspectiva real del crecimiento y estado de la organización.

2.7.1 ANÁLISIS HORIZONTAL DE LOS BALANCES (2001 – 2006)

El análisis horizontal sirve para identificar los cambios en las cuentas individuales de un periodo a otro y por lo tanto requiere de dos o más estados financieros de la misma clase, presentados para períodos diferentes, en este caso, corresponde a los balances generales de los periodos contables 2001-2006.

Este análisis se obtiene comparando los valores de las cuentas principales de cada año entre si, tal como se muestra en la siguiente cuadro.

Cuadro Nº 3
ANÁLISIS HORIZONTAL DE LA COOPERATIVA
Balance General 2001-2006

AÑO	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ACTIVOS						
Activo Corriente						
Caja	1,201.14	3,021.71	7,640.41	17,083.09	19,670.56	51,125.05
Bancos	246.81	50.00	3,181.61	11,588.79	19,962.50	121,175.85
Cartera de Crédito	6,969.54	16,887.57	47,702.47	97,112.39	118,137.62	218,654.50
Cuentas por Cobrar	177.44	1,055.00	6,565.31	39.31	3.31	21,147.46
Subtotal Activo Corriente	8,594.93	21,014.28	65,089.80	125,823.58	157,773.99	412,102.86
Activo Fijo						
Equipo de Oficina	148.06	1,749.32	3,214.12	3,298.12	3,892.92	5,933.92
Equipo de Computación	1036	1,036.00	3,155.04	3,155.04	4,129.48	5,339.08
Depreciación	-527.56	-876.65	-1,755.52	-3,189.69	-4,782.93	-6,284.13
Terrenos					7,000.00	7,000.00
Subtotal Activo Fijo	656.50	1,908.67	4,613.64	3,263.47	10,239.47	11,988.87
Otros Activos						
Gasto Diferido	549.42	404.69	410.79	6,727.72	213.28	9,073.15
TOTAL ACTIVO	9,800.85	23,327.64	70,114.23	135,814.77	168,226.74	433,164.88
PASIVO						
Pasivo Corriente						
Depósitos de Ahorros a la vista	7,120.67	19,634.64	42,665.76	106,502.92	137,505.47	383,222.50
Cuentas por pagar			12.14	402.63	117.33	3,081.82
Subtotal Pasivo Corriente	7,120.67	19,634.64	42,677.90	106,905.55	137,622.80	386,304.32
Otros Pasivos	29.24	671.06	4,421.50	3,628.74	68.45	9,935.89
TOTAL PASIVOS	7,149.91	20,305.70	47,099.40	110,534.29	137,691.25	396,240.21
PATRIMONIO						
Capital Social	232.00	2,993.94	4,244.94	6,243.94	8,065.94	10,043.00
Aportes Patrimoniales	2,760.00	28.00	18,611.84	18,702.51	21,807.49	24,550.29
Resultado ejercicio actual	-341.06	0.00	158.05	334.03	662.06	2,331.38
TOTAL PATRIMONIO	2,650.94	3,021.94	23,014.83	25,280.48	30,535.49	36,924.67
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	9,800.85	23,327.64	70,114.23	135,814.77	168,226.74	433,164.88

Fuente: Archivos de la Cooperativa "La Nueva Jerusalén"

Elaborado por: La autora

Las cuentas principales del balance general de los seis periodos citados reflejan un amplio crecimiento económico y financiero de la cooperativa, además que este crecimiento ha sido muy significativo, lo cual indica una rápida expansión de los servicios de la institución en el segmento que atiende. Es importante analizar el comportamiento de cada una de las cuentas que conforman el balance general a lo largo de seis años de funcionamiento, para conocer en detalle sus variaciones y la condición financiera actual de la cooperativa.

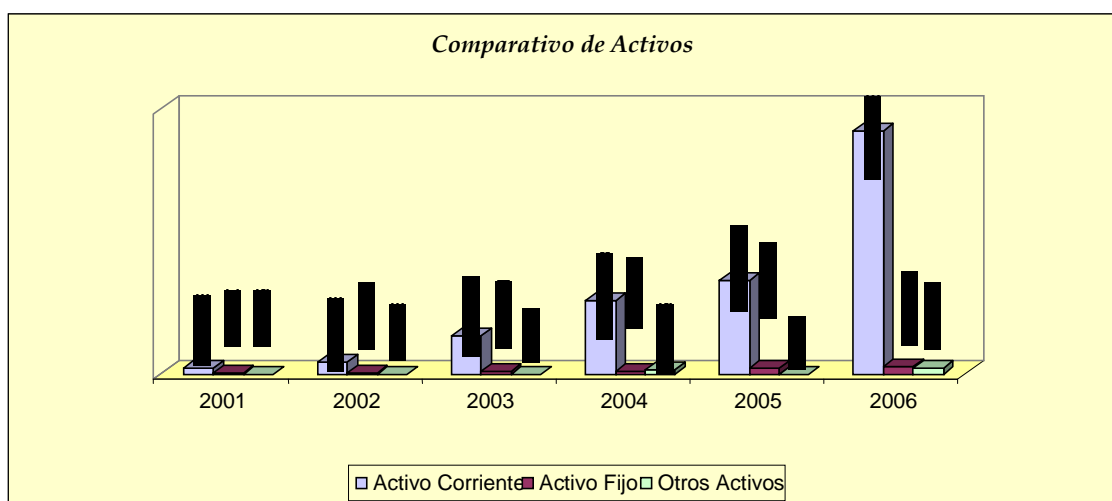
El análisis horizontal constará de la revisión de las cuentas mencionadas, mediante un recuento gráfico interpretativo de sus resultados, los cuales se desarrollan en los párrafos siguientes.

2.7.2 COMPARACIÓN DE LOS ACTIVOS

El activo total de la institución se ha incrementado de manera acelerada, especialmente en los años 2005 y 2006 que va de \$ 168.226,74 a \$ 433.164,88 lo que significa un crecimiento alrededor del 157%, esto indica que se ha generado un mayor flujo de recursos para la cooperativa en el año 2006.

Es importante recalcar el crecimiento de la institución, lo cual se puede advertir al comparar los activos de años 2001 y 2006 que van de \$ 9.800,85 a \$ 433.164,88, es decir que desde el inicio de las operaciones de la cooperativa hasta diciembre del 2006, los activos se han incrementado 44 veces mas, ósea el 4.000%; si bien es cierto, el activo inicial es bajo en comparación con el del último año, la relación observada dice mucho del desarrollo de la cooperativa.

Gráfico N° 9



Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, el Activo Corriente es el que más ha crecido a lo largo de los seis años de operaciones, lo cual demuestra que la liquidez de la cooperativa se ha incrementado más que la compra de activos fijos u otros activos. Estos dos últimos también han crecido pero en menor magnitud.

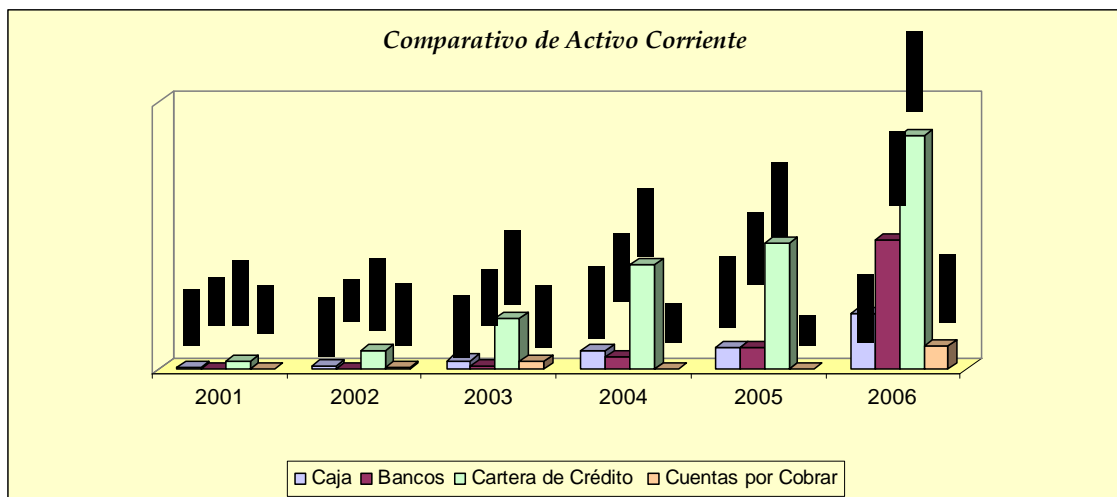
Es relevante analizar las razones del crecimiento de cada grupo de activos, aspectos que se muestran a continuación.

2.7.2.1 El activo corriente

La cooperativa ha tenido un impresionante movimiento de su cartera de crédito, estos recursos han crecido de \$ 6.969,64 a \$ 218.654,50 desde año 2001 al 2006 lo que refleja la captación de gran cantidad de clientes en dicho periodo. Este es el rubro más importante de crecimiento de los activos, aunque también la cuenta bancos se ha incrementado de manera muy considerable de \$ 246,81 a \$ 121.175,85 en esos mismos años, confirmando que la cooperativa ha tenido mayor cantidad de clientes y de oferta de sus servicios. Se puede decir también que la cuenta caja ha mejorado de manera muy sustancial en los años analizados

al igual que las cuentas por cobrar que también presentan mejorías importantes, esto se puede apreciar en el siguiente gráfico.

Grafico N° 10



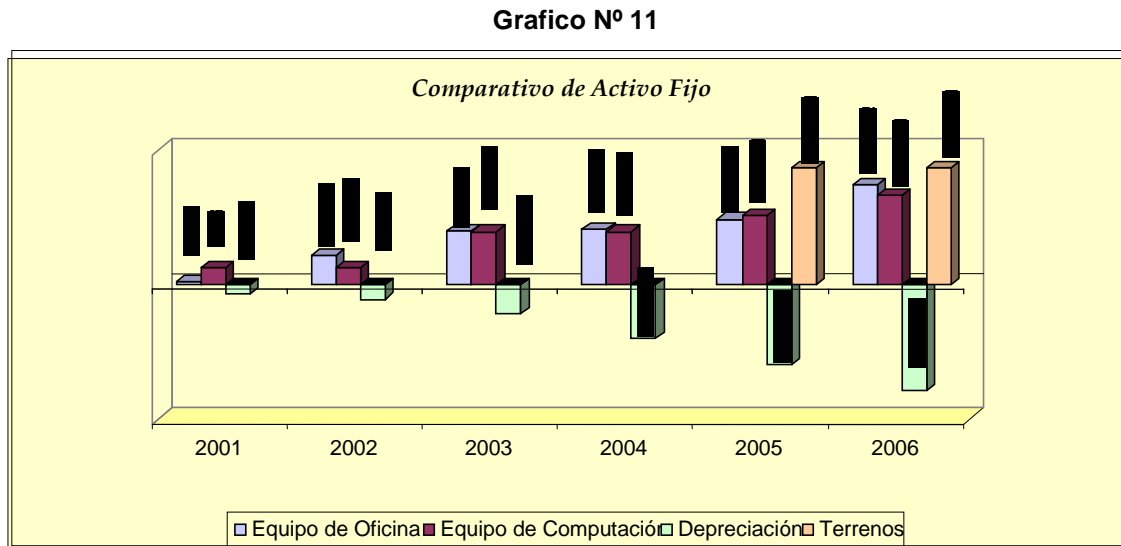
Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”
Elaborado por: La autora

2.7.2.2 El activo fijo

El activo fijo de la cooperativa refleja que su negocio principal son los servicios financieros destinados a su segmento objetivo, esta tiene un bajo monto invertido en activos fijos, a diferencia de los activos corrientes que ya se han analizado.

El activo fijo ha crecido de \$ 656,50 a \$ 11.988,87 en el periodo 2001-2006, esto se debe fundamentalmente a la compra de un terreno en el año 2005 valorado en \$ 7.000. Los equipos de computación de computación se han incrementado en forma importante, de \$ 1.036 a \$ 5.339,08, lo que indica el incremento de los medios mas importantes para ofrecer mayor cantidad de servicios a los clientes, así mismo, los equipos de oficina demuestran que la cooperativa ha afianzado sus recursos para incrementar sus servicios, invirtiendo una mayor cantidad de dinero para este fin, el rubro de equipos de oficina ha crecido de \$ 148,06 a \$ 5.933,92.

Por consiguiente, la depreciación acumulada tiene un crecimiento similar. En el gráfico siguiente se puede evidenciar este comportamiento expuesto.



Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

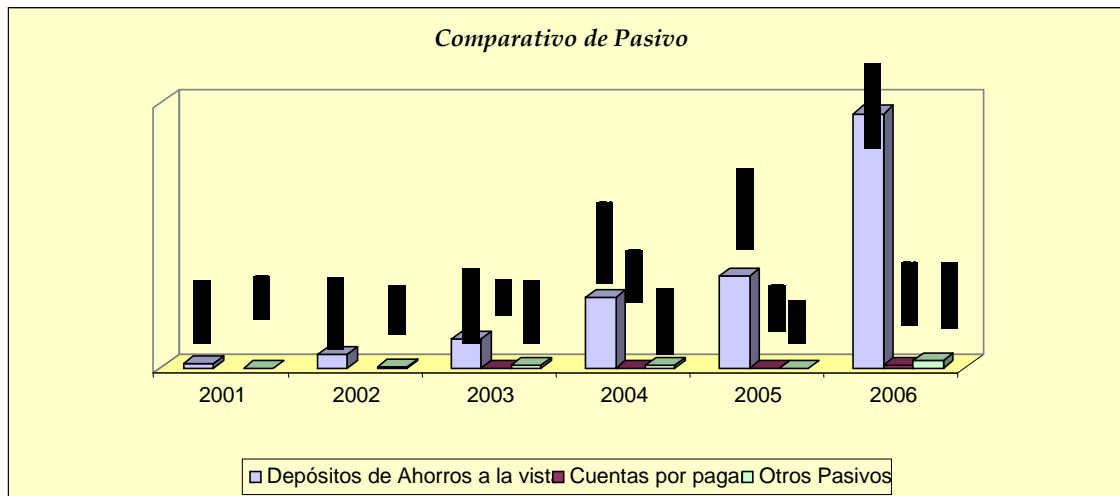
Elaborado por: La autora

2.7.2.3 Comparación de los pasivos

Los pasivos están determinados por el incremento de socios y la captación de sus depósitos que tienen una tendencia creciente muy marcada, subiendo de \$ 7.120,27 en el 2001 a \$ 137.505,47 en el 2005 y ascienden a \$ 383.222,50 en el 2006. Este es un indicador muy importante para identificar el éxito y crecimiento de la cooperativa, La Nueva Jerusalén. Evidentemente este comportamiento justifica también el crecimiento de la cartera de crédito que incrementa los activos corrientes, como ya se ha analizado.

El gráfico que se muestra a continuación, detalla los aspectos mencionados y el comportamiento de las cuentas por pagar y otros pasivos que a pesar de crecer, contribuyen muy poco al incremento total de los pasivos de la cooperativa, pues como se ha mencionado, estos crecen esencialmente por los depósitos de ahorros a la vista.

Gráfico N° 12



Fuente: Archivos de la Cooperativa "La Nueva Jerusalén"

Elaborado por: La autora

2.7.2.4 Comparación del patrimonio

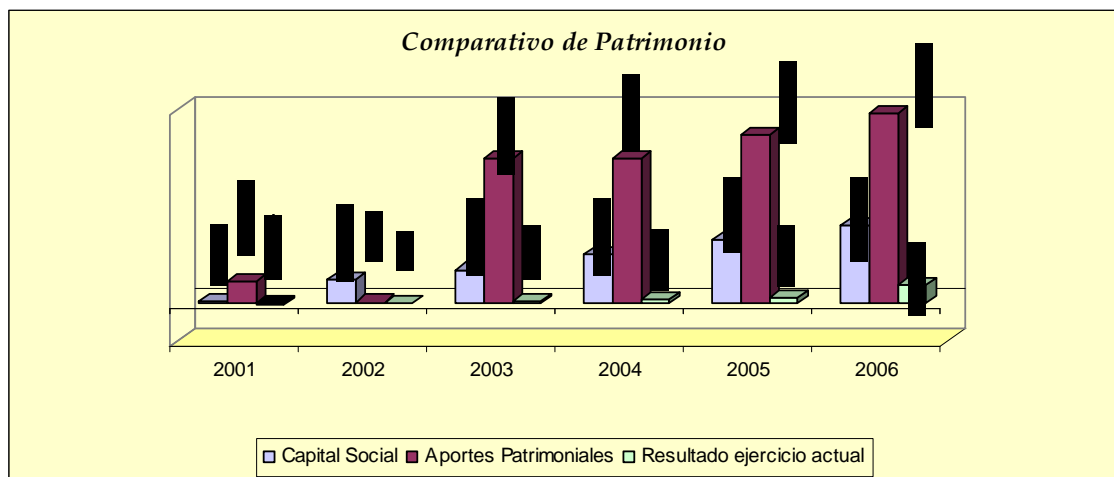
El patrimonio ha tenido un crecimiento permanente a favor de los socios de la cooperativa. Aunque este crecimiento no es tan grande en comparación con el crecimiento de los pasivos, lo cual se debe a la naturaleza del negocio, de ser una intermediaria financiera, es importante enfatizar que el crecimiento del patrimonio es muy importante para esta institución, puesto que refleja que aunque es menos acelerado, la cooperativa mantiene un ritmo cierto y estable de desarrollo y no corre riesgos importantes de liquidez o descapitalización.

El gráfico que se presenta a continuación, muestra que el principal componente de este aumento está representado por los aportes patrimoniales que empiezan a ser más significativos a partir del año 2003 ascendiendo a \$ 18.611,84. El aporte patrimonial ha ido aumentando progresivamente hasta llegar a un total en el 2006 de \$24.550,29.

El Capital Social también tiene un comportamiento ascendente aunque menos significativo que los aportes patrimoniales, se ha incrementado de \$ 232 en el 2001 a \$ 8.065.94 en el 2005 y llega a \$ 10.043 en el 2006.

El Patrimonio de la cooperativa La Nueva Jerusalén tiene un tercer componente que contribuye a su crecimiento y a pesar de no ser tan alto también es estable, pues refleja un crecimiento que va desde del déficit de \$ -341,06 en el 2001 hasta \$ 2331,38 de ganancia económica en el 2006. Al parecer esta utilidad no es muy significativa, sin embargo, es un excedente que ha quedado a la institución luego de deducir todos los costos de oportunidad que han permitido el crecimiento de los activos de la cooperativa.

Gráfico N° 13



Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

Elaborado por: La autora

Cuadro Nº 4
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “LA NUEVA JERUSALÉN”
ANÁLISIS HORIZONTAL

Estado de Resultados 2001-2006

AÑO	2001	2002	2003	2004	2005	2006
INGRESOS						
Interés ganados por cuenta de ahorro	2.47		66.61	30.56	47.52	751.88
Interés ganados por préstamos concedidos	1,441.20	2,479.15	6,491.72	14,855.01	18,794.44	27577.47
Interés por mora	236.63	292.20	459.19	171.76	347.98	187.33
Comisiones ganadas	75.74	117.03	103.52			265.4
Cuotas de ingresos	14.10	71.00	171.00	242.00	254.00	327.26
Ingresos extraordinarios	345.23	676.79	2,442.37	5,209.23	6,800.18	19963.93
TOTAL DE INGRESOS	2,115.37	3,636.17	9,734.41	20,508.56	26,244.12	49,073.27
EGRESOS						
Interés pagado por cuentas de ahorro	- 244.87	- 523.82	- 785.69	- 2,012.59	- 2,212.67	-5881.96
Gastos de personal	- 502.72	- 803.98	- 8.00		- 10,105.82	-13267.91
Gastos de operación	- 716.55	- 1,019.83	- 4,466.63	- 8,196.71	- 7,897.83	-9990.33
Provisiones Depreciaciones y Amortizaciones	- 370.64	- 1,288.54	- 1,591.45	- 4,003.20	- 5,365.74	-17282.52
Impuestos retenidos	- 0.04		- 2,724.59	- 5,962.03		-347.17
TOTAL EGRESOS	- 1,834.82	- 3,636.17	- 9,576.36	- 20,174.53	- 25,582.06	- 46,769.89
Resultados del Ejercicio - Utilidad	280.55	-	158.05	334.03	662.06	2,303.38

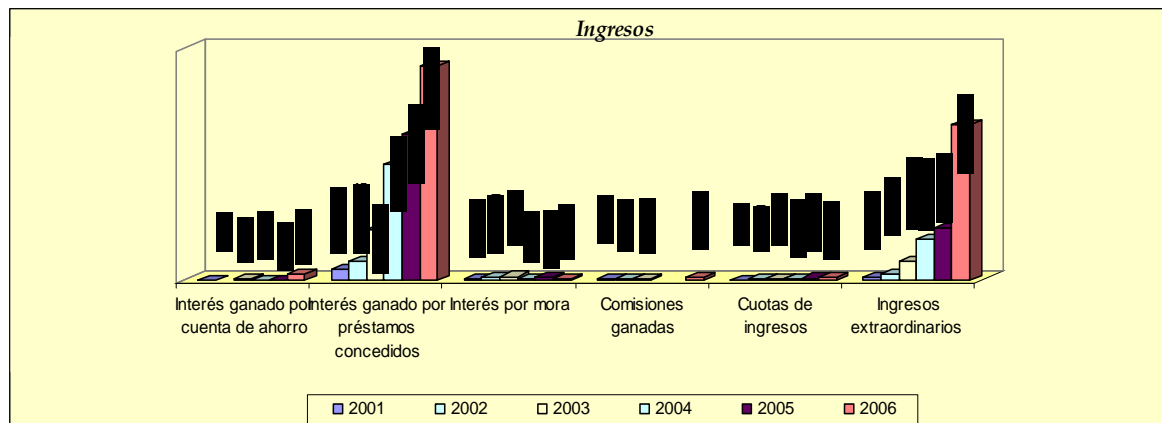
Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

Elaborado por: La autora

El Estado de Resultados tiene la misma tendencia creciente ya observada en el análisis de los balances. Los ingresos anuales son considerables a partir del 2004 con relación a los años anteriores, así por ejemplo en el 2001 estos asciende a \$ 2115.37 y para el 2004 suman \$ 20508.56 hasta llegar a un ingreso total de \$ 49073.27 en el año 2006, si se compara este valor con el primer año analizado es decir el ingreso del 2001, es evidente que el ingreso ha crecido alrededor de 20 veces en los últimos 5 años, es decir la cooperativa “La Nueva Jerusalén” ha aumentado sus ingresos en un 2000%. Lo mencionado refleja que la organización

esta creciendo pues existe un mayor flujo de liquidez que así lo indica. Es interesante recalcar que el rubro mas alto de estos ingresos corresponde al de los intereses ganados por préstamos concedidos en todos los años, lo que muestra que se han incrementado el número de socios y la cantidad de créditos otorgados, estos aspectos dicen mucho de la buena salud financiera de la organización.

Grafico N° 14



Fuente: Archivos de la Cooperativa "La Nueva Jerusalén"

Elaborado por: La autora

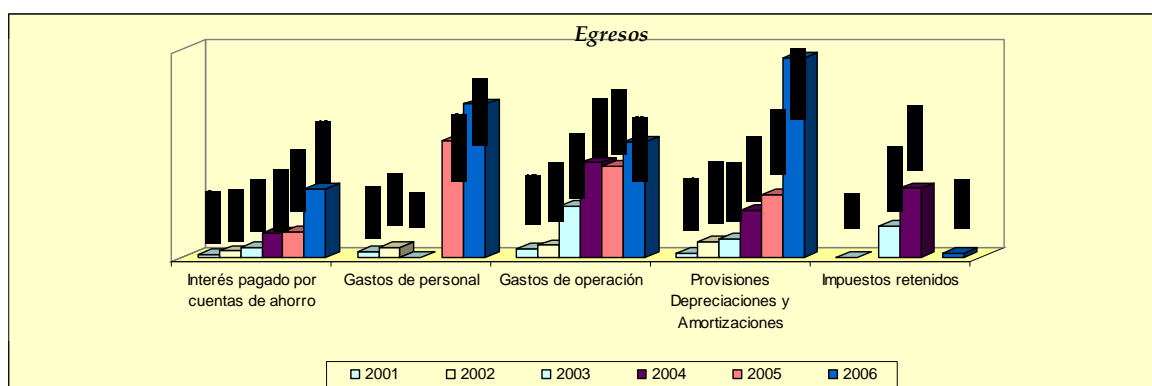
Los Egresos de la Cooperativa son consistentes con el comportamiento de los ingresos que esta ha obtenido en los últimos seis años, es decir que tienen un comportamiento no muy alto en los primeros tres años de análisis mientras que a partir del 2004 tiene tienen un crecimiento mas marcado, hasta llegar \$ 46769.89 en el año 2006.

Es importante señalar que los egresos anuales no tienen mucha diferencia con los ingresos anuales de la cooperativa sino que estos son apenas inferiores a los ingresos mencionados. Se podría decir que la organización se encuentra operando a penas sobre su punto de equilibrio, sin embargo existe una situación aun mejor, porque dentro de los egresos se ha considerado algunos costos de oportunidad como las provisiones alrededor del 3% la cartera de crédito, para eventuales cuentas incobrables, valor que es alto y protege a la cooperativa, así mismo las depreciaciones y amortizaciones por la compra de varios activos que

han capitalizado ala organización, y aún después de estos rubros se ha obtenido una ganancia económica que aunque moderada, es establemente creciente.

La posición financiera de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” es favorable y esta incrementando sus actividades en el segmento que atiende, lo cual justifica la apertura la apertura de una nueva agencia, no solamente para captar fondos, sino también para generar liquidez y ofrecer nuevos créditos a más clientes, esto le permitirá incrementar su rubro principal de ingresos, es decir el de intereses ganados por préstamos concedidos.

Grafico N° 15



Fuente: Archivos de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

Elaborado por: La autora

2.7.3 INDICADORES FINANCIEROS¹⁶

Son parámetros que reflejan la condición financiera y la fortaleza operacional general de una institución. La Cooperativa “La Nueva Jerusalén”, no cuenta con este tipo de análisis, razón por la cual en este estudio, se presenta una comparación entre los indicadores financieros básicos para determinar la situación de la organización, así como su tendencia de crecimiento.

Para realizar la comparación de los índices financieros se van a considerar los estándares utilizados en el análisis que son los que se sugieren a continuación son:

¹⁶Ledgerwood, Joanna. Manual de Microfinanzas. Banco Mundial. Washington. 2000

- Estándares mentales del analista, comprende al criterio de este basado por la experiencia y sus conocimientos.
- Los registros históricos de la cooperativa; es decir indicadores de otros años.
- Los indicadores de logro, que son calculados en base a los presupuestos o los objetivos propuestos para el periodo en estudio.

Para que la administración de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” obtenga una guía de medición, a través de los índices financieros, se presenta a continuación un análisis tomado de la información de los balances, estados de resultados y demás documentación provista por el departamento contable de la organización.

2.7.4 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Los indicadores de liquidez permiten determinar la capacidad de la organización para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo; lo que significa que, mientras más alto es el cociente, mayores serán las posibilidades de cancelar las deudas a corto plazo; lo que presta una gran utilidad ya que permite establecer como se encuentra la liquidez de la cooperativa, teniendo en cuenta la estructura corriente.

Indicadores de liquidez más utilizados son:

2.7.4.1 Capital neto de trabajo

Expresa en términos de valor lo que la razón corriente presenta como una relación. Indica el valor que le quedaría a la cooperativa, representado en efectivo u otros pasivos corrientes, después de pagar todos sus pasivos de corto plazo, en el caso en que tuvieran que ser cancelados de inmediato.

Capital Corriente = Activo corriente - Pasivo corriente (Unidades Monetarias)

Cuadro N° 5

Periodo	ACTIVOS CORRIENTES	PASIVOS CORRIENTES	CAPITAL CORRIENTE
2001	8594,93	7120,67	1474,26
2002	21014,28	19634,64	1379,64
2003	65089,8	42677,9	22411,9
2004	125823,58	106905,55	18918,03
2005	157773,99	137622,8	20151,19
2006	412102,86	386304,32	25798,54

Fuente: Balances contables de la cooperativa

Elaborado por: La autora

Interpretación

Si la cooperativa tuviera que cancelar todas sus obligaciones en el corto plazo, es decir obligaciones que deben cubrirse en menos de un año, esta lo haría y obtendría un sobrante de \$ 1474,26 para continuar operando 2001, pero para los siguientes años, el indicador va mejorando hasta llegar a 25.798,54 en el año 2006 este claro mejoramiento se debe, principalmente al el gran incremento de los créditos otorgados que se aprecia en los balances, por lo que una vez cubiertas sus obligaciones con terceros, en caso de que tuviera que cancelar dichos pasivos de corto plazo, le sobraría la cantidad mencionada para continuar desarrollando sus operaciones de servicios financieros.

2.7.4.2 Razón corriente

También denominado *relación corriente*, este tiene como objeto verificar las posibilidades de afrontar compromisos de la organización; hay que tener en cuenta que es de corto plazo.

$$RC = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Cuadro N° 6

Periodo	ACTIVOS CORRIENTES	PASIVOS CORRIENTES	RC
2001	8594,93	7120,67	1,21
2002	21014,28	19634,64	1,07
2003	65089,8	42677,9	1,53
2004	125823,58	106905,55	1,18
2005	157773,99	137622,8	1,15
2006	412102,86	386304,32	1,07

Fuente: Balances contables de la cooperativa
Elaborado por: La autora

Interpretación

En el año 2001 se muestra que por cada dólar que la cooperativa debe en el corto plazo, cuenta con \$1,21 para respaldar su deuda, mientras que en el año 2003 la cooperativa cuenta con \$ 1,53 para hacer frente a cada dólar de deuda en el corto plazo, en este año se puede apreciar el nivel más alto, porque para el año 2006 esta razón se decrece a 1.07, lo cual demuestra que aunque existe un buen nivel de crecimiento de los activos de la cooperativa, también hay un crecimiento alto de las obligaciones a corto plazo.

2.7.5 INDICADORES DE ESTRUCTURA

Los indicadores de endeudamiento tienen por objeto medir en que grado y de que forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la cooperativa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurren tales acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la cooperativa.¹⁷

2.7.5.1 Nivel de endeudamiento

El nivel de endeudamiento señala la proporción en la cuál participan los acreedores sobre el valor total de la organización. Así mismo, sirve para identificar

¹⁷ <http://www.gestiopolis.com/canales5/ger/gksa/docs/33.pdf>

el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios del ente económico y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento presentado. Altos índices de endeudamiento sólo pueden ser admitidos cuando la tasa de rendimiento de los activos totales es superior al costo promedio de la financiación.

Se deben identificar y analizar las cuentas que pueden modificar sustancialmente el concepto del analista acerca del endeudamiento de una organización, estas son aquellos pasivos que se considera que no son totalmente exigibles o que el pago de este se puede postergar después de la fecha de vencimiento del mismo, teniendo en cuenta la conveniencia del acreedor y de la organización; de igual manera entre las cuantas del patrimonio que cuyo valor no existe una absoluta certeza.

Estas cuentas que pueden modificar el concepto del analista son: préstamo de socios; los socios pueden aumentar el tiempo del préstamo o convertirlo en una inversión, pasivos diferidos; estas puede ser que ya se encuentra el dinero destinado para este pago, capital; por medio de una capitalización de una deuda y valorizaciones, pueden estar sobre estimadas o por efectos de inflación.

Pasivos Totales

NE = _____

Activos Totales

Cuadro N° 7

Periodo	PASIVO TOTAL	ACTIVO TOTAL	NE
2001	7149,91	9800,85	0,73
2002	20305,7	23327,64	0,87
2003	47099,4	70114,23	0,67
2004	110534,29	135814,77	0,81
2005	137691,25	168226,74	0,82
2006	396240,21	433164,88	0,91

Fuente: Balances contables de la cooperativa
Elaborado por: La autora

Interpretación

El nivel de endeudamiento alcanzado en el año 2001 muestra que por cada dólar que ha invertido la cooperativa en activos, 0.73 centavos corresponden a deudas con los socios y depositantes. Cuando el número de socios va incrementando, también aumenta la asignación de créditos con esta liquidez generada, y, para los años siguientes, es evidente que la cooperativa trabaja con los fondos de sus depositantes y que su patrimonio es mínimo en comparación con sus obligaciones, por lo que exceptuando el año 2003, los demás años muestran una gran dependencia de estos fondos, así, para el año 2006, el indicador refleja que por cada dólar de activos, 0,91 centavos provienen de deudas, es decir, sus activos no se han convertido en patrimonio.

2.7.5.2 Concentración de endeudamiento a corto plazo

Refleja la capacidad que tiene la cooperativa para endeudarse en el corto plazo, es decir, muestra que porcentaje de obligaciones con terceros tienen un vencimiento corriente, y deben ser pagadas dentro de un periodo de un año.

Pasivos Corrientes

CECP = _____

Pasivos Totales

Cuadro N° 8

Periodo	PASIVOS CORRIENTES	PASIVO TOTAL	CECP
2001	7120,67	7149,91	1,00
2002	19634,64	20305,7	0,97
2003	42677,9	47099,4	0,91
2004	106905,55	110534,29	0,97
2005	137622,8	137691,25	1,00
2006	386304,32	396240,21	0,97

Fuente: Balances contables de la cooperativa

Elaboración: La autora

Interpretación

Siendo que la organización solo cuenta con pasivos corrientes y no tiene obligaciones a largo plazo, tiene la ventaja de no pagar costos extras por deudas a largo plazo, por lo cual, se interpreta que por cada dólar de obligaciones que la cooperativa tiene con terceros, la totalidad de ese dólar debe pagarse en el corto plazo, tanto en el año 2001, como en el 2005, en los demás años existe una leve variación, pero alrededor de 0,90 centavos de cada dólar que se debe, tienen que ser pagados en menos de un año de plazo. Este factor de análisis es muy importante para considerar que la organización tiene la ventaja de no depender de los créditos de instituciones financieras, y que su crecimiento depende de los depósitos y créditos generados.

2.7.5.3 Índice de apalancamiento

El índice de apalancamiento o indicador de Leverage, muestra la participación de terceros en el capital de la cooperativa; es decir, compara el financiamiento originado por terceros con los recursos de los accionistas, socios o dueños, para establecer cual de las dos partes corre mayor riesgo.

La interpretación puede ser observada desde el punto de vista, que entre más alto sea el índice, será mejor, teniendo en cuenta que las utilidades sean positivas, lo que indica que los activos financiados producen una rentabilidad superior a los intereses que se adeudan. El apalancamiento total se mide mediante la siguiente fórmula:

$$AT = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable}}$$

Cuadro N° 9

Periodo	PASIVO TOTAL	CAPITAL CONTABLE	AT
2001	7149.91	2650.94	2.70
2002	20305.7	3021.94	6.72
2003	47099.4	23014.83	2.05
2004	110534.29	25280.48	4.37
2005	137691.25	30535.49	4.51
2006	396240.21	36924.67	10.73

Fuente: Balances contables de la cooperativa

Elaborado por: La autora

Interpretación

Por cada dólar de capital contable se tiene obligaciones de \$ 2,70 con los socios depositantes en el año 2001, mientras que para el año 2006, a cada dólar del capital le corresponden obligaciones de \$ 10,73. Este indicador tiene tendencia a desmejorar, esto se debe que la cooperativa sirve como intermediaria financiera y no respalda sus actividades económicas con activos propios, sino que, el dinero que presta es de los socios, por lo cual, es imprescindible que la cooperativa mantenga una política eficiente de recuperación de cartera, de otra manera, sin el respaldo del patrimonio de la organización, existe un alto riesgo para los fondos de los depositantes

2.7.5.4 Apalancamiento en el corto plazo

Este indicador muestra la participación de terceros en un plazo inmediato de menos de un año con respecto al capital contable de la cooperativa, es decir, que porcentaje del capital contable tiene deudas de corto plazo.

Pasivos Corrientes

ACP = _____

Capital Contable

Cuadro N° 10

Periodo	PASIVOS CORRIENTES	CAPITAL CONTABLE	ACP
2001	7120.67	2650.94	2.69
2002	19634.64	3021.94	6.50
2003	42677.9	23014.83	1.85
2004	106905.55	25280.48	4.23
2005	137622.8	30535.49	4.51
2006	386304.32	36924.67	10.46

Fuente: Balances contables de la cooperativa

Elaborado por: La autora

Interpretación

Para entender este índice se puede afirmar que en el año 2001, por cada dólar de capital contable de la empresa, se tiene obligaciones a corto plazo de \$2,69. El índice ha desmejorado en los siguientes años, excepto en el 2003 donde equivale a 1,85, debido a que las obligaciones no son tan distantes del capital invertido, sin embargo para el año 2006 el índice alcanza 10,46, indicando que cada dólar de capital, enfrenta \$10,46 en obligaciones. Esto se justifica al afirmar que la naturaleza del negocio de la cooperativa es ser una intermediaria financiera, que no requiere de grandes inversiones propias sino que trabaja con el dinero de los socios.

Cabe aclarar que en este caso el índice tiene exactamente el mismo comportamiento que el Apalancamiento Total debido a que la empresa cuenta mayoritariamente con pasivos corrientes, los cuales representan pasivos totales y que esta no posee obligaciones a largo plazo.

2.7.6 INDICADORES DE RENDIMIENTO

2.7.6.1 Rendimiento del Patrimonio o en inglés Return Over (ROE)

El rendimiento del patrimonio promedio determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con el capital de la organización. Este

índice se obtendrá mediante la división del monto total conformado por el patrimonio contable más la gestión operativa, entre el total de los activos. Estas cifras se tomarán del balance de publicación y el resultado obtenido multiplicado por cien (100). Puede medirse en valores en efectivo realizando una comparación de la utilidad neta por cada dólar de patrimonio existente.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Cuadro Nº 11

Periodo	UTILIDAD NETA	PATRIMONIO	ROE
2001	280.55	2650.94	0.11
2002	0	3021.94	0.00
2003	158.05	23014.83	0.01
2004	334.03	25280.48	0.01
2005	662.06	30535.49	0.02
2006	2303.38	36924.67	0.06

Fuente: Balances contables de la cooperativa

Elaborado por: La autora

Interpretación

El nivel de rentabilidad neta que tiene el capital propiedad de los socios o propietarios de las inversiones en el año 2001 es de 0.11 centavos por cada dólar de patrimonio que tiene la cooperativa, para el año 2002 se observa que el patrimonio no tuvo ningún rendimiento, aunque existe un leve mejoramiento en los años 2003, 2004 y 2005 donde se obtiene un centavo y dos centavos por cada dólar de patrimonio. Es alentador que esta situación mejora para el año 2006, donde se obtiene un rendimiento de 0,6 centavos por dólar de patrimonio. Este indicador muestra un nivel de mejoramiento de la cooperativa, sin embargo, la utilidad neta es muy baja, considerando que la inflación del mercado es de alrededor de 3,5% anual, por lo que la organización debe mejorar su nivel de

utilidad neta, identificando posibles áreas de desperdicio de recursos al interior de la cooperativa.

2.7.6.1 Rendimiento del Activo Total o en inglés Return Over Investment (ROI)

El rendimiento del Activo total determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con los activos totales que dispone la organización, por lo tanto, entre más altos sean los rendimiento sobre la inversión, es más eficiente la organización.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

Cuadro N° 12

Periodo	UTILIDAD NETA	ACTIVO TOTAL	ROI
2001	280.55	9800.85	0.029
2002	0	23327.64	0.000
2003	158.05	70114.23	0.002
2004	334.03	135814.77	0.002
2005	662.06	168226.74	0.004
2006	2303.38	433164.88	0.005

Fuente: Balances contables de la cooperativa

Elaborado por: La autora

Interpretación

La medición de la rentabilidad de los activos totales para el año 2001 muestra que cada dólar invertido en activos arroja una ganancia neta de 0.029 centavos mientras que para los años siguientes la situación ha desmejorado notablemente, es decir, que cada dólar invertido en capital permite obtener a la cooperativa 0,02 centavos en los años 2003 y 2004, así mismo, hay una leve recuperación para los

años 2005 y 2006 donde se percibe 0,004 y 0,005 centavos respectivamente, por cada dólar de activos totales.

Como se puede apreciar, todos los índices citados muestran coherentemente que la cooperativa esta teniendo un crecimiento de un año a otro, que aunque es bajo, es constante, y que los resultados obtenidos tienen relación unos con otros para determinar tanto el pasado de la organización como las posibilidades que esta tiene para su desarrollo futuro. Debido a la naturaleza de la cooperativa, de ser una intermediaria entre los depósitos de los socios y los préstamos que se asignan, la organización depende de los intereses recibidos, por lo que es importante mantener un ritmo creciente de la membresía de los participantes y un control estricto de la recuperación de cartera para capitalizar a la organización.

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA VIABILIDAD DE LA NUEVA AGENCIA

3.1 ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LOS BARRIOS URBANO MARGINALES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. CASO DE LOS BARRIOS CHILLOGALLO, EL CONDE, SAN MARTÍN DE PORRAS

Quito es la capital de la república, fundada por españoles el 6 de Diciembre de 1534, fue declarada "Patrimonio Cultural de la Humanidad" por la UNESCO debido a su proceso histórico y riqueza cultural. Quito está dividida en tres zonas caracterizadas por su intrincada geografía y se definen por sus contrastes arquitectónicos y únicos espacios culturales. En el lado Norte del distrito metropolitano se ubica el Quito moderno con grandes estructuras urbanas y comerciales, el centro de la ciudad reúne el legado colonial, artístico, conservado a través de los años y que ofrece un ambiente seductor para quienes lo visitan, en el lado sur de la ciudad se ubican estructuras sencillas una gran parte de ellas con espacios verdes, es la principal característica de esta zona.

La ciudad de Quito posee una extensión de 12.000 Km², su altura sobre el nivel del mar es de 2.800 m y su temperatura ambiental oscila entre 10° y 25° (grados centígrados), posee un clima ciertamente inconfundible y un paisajismo sorprendente, esta ciudad presenta varias ventajas comparativas como son, la ubicación geoestratégica, dimensión, sus características biofísicas, su cultura productiva, su base económica diversificada, que entre otros, permiten que Quito establezca un polo de desarrollo muy importante para el Ecuador.

3.1.1 EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (DMQ)

El Distrito Metropolitano de Quito está basado desde el año 2000 en el plan “Quito siglo XXI”, que, según la alcaldía, establece las bases para motivar una democracia participativa, que incorpore a los ciudadanos en la gestión de su desarrollo.

De los ejes fundamentales¹⁸ propuestos por la Municipalidad para el desarrollo se enfatizan los siguientes:

Integración, para propiciar el crecimiento armónico en lo social, sectorial, espacial y humano, acortando las actuales distancias y combatiendo toda forma de discriminación para permitir la igualdad de oportunidades.

Desarrollo humano sustentable, con el objetivo de impulsar un desarrollo perdurable, generador de riqueza y trabajo, capaz de crear crecimiento económico y social de la población en armonía con el medio ambiente; un desarrollo que permita mejorar la calidad de vida.

3.1.2 CARACTERIZACIÓN SOCIAL - ECONÓMICA

Para analizar las características económicas y sociales de los barrios urbano-marginales se debe especificar que este análisis resulta demasiado extenso, razón por la cual, se considera las parroquias en las cuales se encuentran los barrios de interés para esta investigación, estos pertenecen a la Administración Zonal Quitumbe, que se encuentra ubicada en el extremo sur de la ciudad de Quito, limitando con el cantón Mejía con una superficie de 8.394 has, de las cuales 4.928 son área útil y habitable y 4.006 has. Son áreas de protección ecológica, y, en relación a la ciudad de Quito, la zona Quitumbe representa el 25% del área urbana de la ciudad.

¹⁸ Los cuatro ejes de la municipalidad son: a) Integración, b) Desarrollo humano sustentable, c) Democracia y d) Medio ambiente. Ruiz, Valencia y Peñafiel. Nuevas alternativas de desarrollo local y economía solidaria: El programa de desarrollo económico-social en la Administración Zona Centro del MDMQ. ALOP-CLAEH - IDRC. Ecuador 2003

La zona Quitumbe presenta un microclima propio, con temperatura promedio de 10 a 11 grados, inferior la promedio de Quito. Es una zona estable de punto de vista geológico, de material consolidado apta para el uso urbano, en ella es mínima la afectación por riesgos volcánicos. Es un territorio irrigado por una serie de afluentes menores que alimentan al río Machángara, posee un suelo excelente para la agricultura, que ha sido ocupado y fraccionado en un proceso desordenado.

La población en este sector es de 208.126 habitantes según el último censo de la población¹⁹. En todas las parroquias el índice de pobreza promedio, tanto por ingresos como por necesidades básicas insatisfechas supera el 70%.

La zona Quitumbe esta conformada por las parroquias: Guamaní, Turubamba, La Ecuatoriana, Quitumbe, Chillogallo, según se muestra en el cuadro a continuación:

Cuadro N° 13

Pobreza en la Zona Quitumbe

Parroquias	Población	Pobreza	% Pobreza	% Zonal
Guamani	45,336	39,057	86%	23%
Turubamba	33,320	26,693	80%	16%
La Ecuatoriana	42,950	38,504	90%	23%
Quitumbe	41,102	32,563	79%	19%
Chillogallo	45,418	33,940	75%	20%
Total	208,126	170,757		100%

Fuente: Administración Zonal Quitumbe
Elaborado por: La autora

Es importante señalar que aunque se ha citado las cinco parroquias de Quitumbe, para el presente proyecto de investigación, se tomarán en cuenta únicamente tres de ellas, Turubamba, Quitumbe y Chillogallo, porque en estas se encuentran los tres barrios que serán sometidos a evaluación.

¹⁹ INEC, VI Censo de Población y V de Vivienda. Ecuador 2001.

La parroquia Chillogallo es el sector mas arraigado con una densidad de 116 habitantes por hectárea, seguida de La Ecuatoriana con una densidad similar. Turubamba y Quitumbe son los sectores menos consolidados.

El equipamiento en infraestructura de la Zona Quitumbe ha mejorado notablemente en los dos últimos años, sobre todo en la cobertura de alcantarillado y agua potable que ha sido posible gracias al proyecto Mica Quito Sur²⁰, que alcanza en promedio el 85% de la Zona, siendo este un factor importante para el saneamiento ambiental y la salud de sus habitantes.

En la zona Quitumbe existen dos unidades de Salud del Ministerio de Salud Pública: Guamaní y Chillogallo, acogen en total a 14 subcentros de salud. Debe destacarse que ellos funcionan en una red con importante participación de organizaciones sociales. Algunas Organizaciones No Gubernamentales (ONG) prestan servicios y ejecutan proyectos de la zona Quitumbe como: La Casa Matilde (Violencia Intrafamiliar y refugio temporal), Su cambio por el cambio (propuesta integral para niños y niñas trabajadores), UNISUR (propuesta Educ. capacidad, colocación laboral y cultural), Internacional, Asociación Cristiana de jóvenes, etc.

Finalmente, es imprescindible descartar el nivel organizativo de la zona que cuenta con más de 200 barrios, en los que se conforman grupos de Organización con objetos variados y que dan cuenta de un importante potencial participativo de su gente.

²⁰ Proyecto Mica-Quito Sur. Tiene una inversión prevista de 40 millones de dólares, y se ha ejecutado en un 95%, lo que permitirá a más de 250.000 habitantes del extremo sur de la ciudad contar por primera vez con un suministro confiable y permanente de agua. Los trabajos del colector Cristo Rey y la quebrada Río Grande han solucionado los problemas de saneamiento de la zona, la cual se beneficia además con la construcción de un parque de aproximadamente 6 hectáreas.

3.1.3 LOCALIZACIÓN DE LOS SECTORES

Los Barrios en estudio pertenecen a diferentes parroquias de la Administración Zonal Quitumbe, y se distribuyen según se explica a continuación:

En la Parroquia Turubamba se encuentra el barrio El Conde, el cual tiene los siguientes límites: al norte con el Barrio Tréboles del Sur , al sur con el Barrio Venceremos I, al este con el barrio Santa Fe, al oeste el barrio Nueva Machay y el barrio Nueva Loja.

El barrio San Martín de Porras pertenece a la Parroquia Quitumbe y tiene los siguientes límites: al norte con el Barrio Lucha de los Pobres, al sur con los barrios San Blas II y Nuevos Horizontes, al este limita con la vía Oriental y con Amaguaña.

A la Parroquia de Chillotallo le corresponde el barrio Chillotallo y sus límites son: al norte con el barrio Santa Inés II y Mariscal de Ayacucho, al sur con los barrios 23 de Mayo y el Rosal Matovelle, al este colinda con el barrio las Cuadras y el barrio Horizontes del Sur, posteriormente al oeste sus límites son con el barrio Santa Martha baja, el barrio la Paulina, y por último, con el barrio Santa Ana.

3.1.4 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

3.1.4.1 Población

La población en los tres barrios se encuentra igualmente distribuida por género masculino y femenino, pero tan solo la población total de los tres barrios juntos representa el 6% de la población total de la administración zonal Quitumbe.

Cuadro N° 14

Población según el género

BARRIO	Hombres	Mujeres
EL CONDE	50%	50%
SAN MARTIN	51%	49%
CHILLOGALLO	49%	51%

Fuente: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ
Elaborado por: La autora

3.1.4.2 Pobreza

En promedio el barrio El Conde presenta un 39% de la población que es extremadamente pobres, seguido un 37% de pobres en San Martín de Porras y con tan solo un 6% se encuentra Chillogallo, es decir, este último se encuentra en condiciones más estables que los anteriores.

Cuadro N° 15

Indicadores de Pobreza

BARRIO	Extrema Pobreza
	Hogares%
EL CONDE	39%
SAN MARTIN	37%
CHILLOGALLO	6%

Fuente: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ
Elaborado por: La autora

3.1.4.3 Empleo

La población económicamente activa (PEA), en los tres barrios esta principalmente representada en el sector masculino, según se puede apreciar en el cuadro de indicadores de desempleo.

Cuadro N° 16

Indicadores de Desempleo

BARRIO	PEA		Tasa de desempleo%		
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Total
EL CONDE	71%	29%	3%	6%	4%
SAN MARTIN PORRAS	68%	32%	8%	17%	11%
CHILLOGALLO	63%	37%	4%	4%	4%
Promedio	67%	33%	5%	9%	6%

Fuente: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ

Elaborado por: La autora

El nivel de desempleo más alto lo tiene el barrio San Martín de Porras, con el 11%, mientras que los niveles son menores en los otros barrios con el 4% en cada uno de ellos.

3.1.4.4 Educación

La educación constituye una de las bases más importantes dentro del desarrollo humano y económico para mejorar la calidad de vida, puesto que sirve para enfrentar adecuadamente los retos que se imponen día a día con el desarrollo de la tecnología en el mundo actual. A continuación se presenta algunos indicadores que muestran las condiciones de la educación en los barrios mencionados.

Cuadro N° 17

Indicadores de Educación

BARRIO	Tasa de Analfabetismo			Nivel de Instrucción				
	Hombres	Mujeres	Total	Ninguna	Primaria	Secundaria	Superior	Postgrado
EL CONDE	3%	11%	7%	6%	46%	42%	5%	0%
SAN MARTIN PORRAS	17%	20%	19%	7%	43%	43%	7%	0%
CHILLOGALLO	4%	6%	5%	3%	33%	50%	14%	0,09%
Promedio	8%	12%	10%	5%	41%	45%	9%	0%

Fuente: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ

Elaborado por: La autora

Con respecto al analfabetismo se evidencia que las mujeres de las zonas de estudio presentan una tasa promedio del 12%, mayor con respecto a la de los hombres, causada por situaciones sociales que obligan a la mujer a abandonar sus estudios, pero cabe señalar que un mayor porcentaje de analfabetismo con

relación a los dos barrios se presenta en el barrio San Martín de Porras, tanto en mujeres como en hombres, este se ubica en el 19% en una población que va desde los 10 años en adelante. Otro indicador importante constituye el nivel de instrucción. En el cuadro se permite determinar que la mayor parte de la población de los tres barrios, esto es el 45%, solo llega al nivel secundario, sea por problemas de salud o económicos, mientras que solo un 9% llega al nivel superior y un escaso 0,09% en el barrio Chillogallo a nivel de Postgrado.

2.1 3.2 ANÁLISIS DE MERCADO

El análisis de mercado es un método de investigación para recopilar, analizar e informar los aciertos relacionados con una situación determinada en el mercado²¹, el cual servirá para tomar la decisión sobre introducción al mercado de un nuevo producto, o conocer el nivel de posicionamiento en que se encuentra un producto ya existente.

Por lo mencionado, la información obtenida, revelarán los cambios en la conducta del cliente, en los hábitos de ahorro y en sus opiniones, dirá cómo minimizar el riesgo de la nueva agencia, distinguir los problemas y oportunidades, identificar las oportunidades de brindar el servicio financiero, y permitirá conocer cual es el espacio que ocupa la cooperativa en este mercado, información que será utilizada como guía para el desarrollo de estrategias futuras.

3.2.1 OBJETIVOS DEL ANÁLISIS DE MERCADO

El estudio de mercado será planteado en base a los siguientes objetivos:

- Identificar el comportamiento de las variables que determinan la viabilidad comercial de implementar una nueva agencia en uno de los tres sectores

²¹ Apuntes de clase, Evaluación de Proyectos

potenciales del sur de la ciudad de Quito, para escoger la posibilidad más conveniente para la agencia a ser implementada.

- Determinar el porcentaje de personas que constituyen el mercado potencial de clientes para los servicios que ofrecerá la agencia a implementarse la ciudad de Quito.
- Identificar el posicionamiento de otras instituciones financieras que podrían constituir la competencia de la agencia.
- Conocer el nivel de lealtad que tienen los clientes a las otras instituciones financieras para identificar las posibilidades de que se cambien a procurar los servicios de la nueva agencia a implementarse.
- Identificar los atributos que percibe el cliente en los servicios de una institución financiera, con la finalidad de adaptarlos a los requerimientos de los clientes potenciales de la agencia.

3.2.2 EL MERCADO

El mercado es el lugar en donde las personas, hogares, empresas e instituciones tienen deseos y necesidades que son satisfechas por medio de los productos de los oferentes, manteniendo de esta manera estrechas relaciones comerciales en donde el número y extensión en sus operaciones tiende a unificar el precio de las transacciones realizadas.

Nace desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permiten que se articule el mecanismo de la oferta y demanda²², donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero, se encuentra el mercado, por lo que se debe contar con las condiciones necesarias para descubrir las

²² "Mercado," Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2008 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

oportunidades para nuevos negocios y no suponer que todo será igual para siempre.

El mercado objetivo de la cooperativa de ahorro y crédito, por lo tanto, será el de prestar servicios financieros a cambio de una rentabilidad proveniente básicamente de los fondos prestados a sus socios, así como de ingresos adicionales como las cuotas de ingresos a la cooperativa, multas, etc.

3.2.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Segmentar el mercado es el proceso de dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos específicos de consumidores, ubicando dentro de cada uno de ellos a los distintos tipos de consumidores de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias.

En el mercado de servicios bancarios los nuevos hábitos de ahorro influenciado por la situación del país, han llevado a buscar servicios que ofrezcan al cliente beneficios por sus ahorros así como facilidades para obtener créditos y poder alcanzar un mejoramiento de vida económica. El mercado meta será aquellas personas que cumplan con las siguientes características:

- Geográficas

Las características geográficas requieren que el mercado se divida en varias unidades geográficas²³ como naciones, estados, condados, ciudades o barrios.

Como la Agencia se va a encontrar ubicada en el sur de la ciudad de Quito, inicialmente el mercado meta son aquellos habitantes de la zona sur de la ciudad de Quito específicamente los barrios, EL Conde, San Martín de Porras y Chillogallo, luego del análisis, sin embargo, podrá conocerse la mejor opción, es decir, uno de los barrios mencionados.

²³ OCAMPO S., José; “Costos y Evaluación de Proyectos”; México. (2002)

- Demográficas

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, preparación académica, estado civil, tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos, nacionalidad, etc.; información que puede ser encontrada en el censo nacional, agencias del gobierno y firmas privadas.

Es importante utilizar este tipo de segmentación, puesto que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionadas con las variables demográficas.

Los servicios de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” están orientados a hombres y mujeres de edades comprendidas entre 18 a 65 años, que puedan acceder a un crédito y retornarlo en condiciones favorables para ambas partes.

- Conductuales

En esta segmentación la población se divide en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto y serán:

- Aquellos que ahorran, tengan un excedente en su ingreso familiar.
- Personas que buscan acceder a un crédito
- Que habitualmente, tengan dificultad en obtener un préstamo

3.2.4 PERFIL DEL CLIENTE POTENCIAL DE LA COOPERATIVA

El mercado potencial para la prestación de servicios financieros, está constituido por potenciales clientes cuyas edades que oscilan entre los 25 a 65 años, con un nivel de instrucción secundario, mayoritariamente personas casadas, ya que esta

población específica, es la que se caracteriza por tener responsabilidades a diferencia de las personas solteras.

Los clientes potenciales de la agencia, en su mayoría son personas que poseen una vivienda propia y tienen estabilidad familiar y de residencia, lo que les facilita desarrollar actividades crediticias.

El segmento al que la agencia se dirige no presenta discriminación de ingresos por género, las mujeres juegan un papel muy importante en el aporte del ingreso familiar, se infiere que sus ingresos mensuales están entre 200 y 400 dólares por familia, y el principal motivo para no ahorrar es el bajo nivel de ingreso familiar que se genera, pero una característica importante es la de pedir dinero al sector informal cuando su ingreso no les alcanza.

La tasa de interés que se ajusta a sus requerimientos oscila entre el 10% al 20% y el préstamo que desearían que se les otorgue está entre 1000 y 5000 dólares para un pago no mayor a 12 meses plazo, y el principal finalidad del préstamo es la vivienda y Microcrédito.

3.2.5 TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño de mercado permite tener una idea del atractivo del negocio, cuanto más grande, más oportunidades ofrece, aunque la competencia también puede ser mayor. Se lo mide generalmente en cifras de posibilidades de ventas en dólares, en cantidades de personas o de unidades producidas.

En la ciudad de Quito el tamaño de mercado se extiende a 1.602.404 habitantes que conforman el Distrito Metropolitano de Quito, según los datos proyectados al 2006 de último Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2001 por el Instituto Nacional de Estadística Censos²⁴. Sin embargo, se debe aclarar que existe un mercado potencial menor correspondiente a uno de los tres barrios, de

²⁴ www.inec.gov.ec

los cuales, se tomará la mejor opción y se escogerá a uno de ellos, el cual constituirá el tamaño del mercado para el presente proyecto.

El cuadro a continuación muestra estas tres posibilidades o potenciales tamaños de mercado para este proyecto:

Cuadro N° 18

Tamaño del Mercado

Barrios	población año 2001	población proyectada al año 2007
El Conde	1,351	1594
San Martin de Porras	691	816
Chillogallo	9,475	11182

Fuente: Administración Zonal Quitumbe
Elaborado por: La autora

Una de las particularidades notables que se debe recalcar al momento de realizar la investigación, es el tamaño del mercado de Chillogallo, que tiene una ventaja muy alentadora de 11.182 habitantes, número que es muy superior a los otros dos barrios, sin embargo, esto no es suficiente para tomar la decisión de ubicar la agencia de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén” en este barrio, sino que, se debe evaluar otras variables para determinar conde es conveniente su apertura, esto se realizará en el transcurso del desarrollo del presente capítulo.

3.2.6 TÉCNICAS DE MEDICIÓN PARA EL ANÁLISIS DEL MERCADO

Para analizar el mercado es indispensable utilizar documentos que permitan obtener información de primera cuando no existen instrumentos elaborados acerca del universo de estudio, por lo cual, se manejará la encuesta, puesto que facilita obtener los datos más relevantes del mercado; sin embargo, se ha

utilizado también información documentada proveniente de organizaciones de investigación de la ciudad de Quito, con la finalidad de completar la información con datos más específicos.

3.2.6.1 La Encuesta

La encuesta es el método más conocido para la recolección de datos²⁵ y es una herramienta muy importante en la investigación de mercados, involucra a los clientes, proporciona valiosa información acerca de los comportamientos, actitudes y/o características de los entrevistados.

Con el fin de obtener información fácil de tabular, calcular porcentajes y ocupar el menor tiempo posible del entrevistado se utilizarán preguntas de alternativa múltiple y cerradas de respuesta si o no.

La encuesta realizada, consta de 30 preguntas y cada una de ellas representa una variable, estas permitirán identificar el comportamiento de los posibles clientes de la cooperativa, así como también niveles de posicionamiento de la competencia y otros detalles importantes para comprobar la viabilidad comercial del proyecto.

En el momento de realizar la encuesta se debe tomar en cuenta las siguientes indicaciones:

- Las dos primeras preguntas son realizadas tanto a hombres como a mujeres a criterio del encuestador. se ha convenido conocer el criterio de personas de ambos géneros y de los distintos grupos.

²⁵ GRANDE I., ABASCAL E., Métodos Multivariantes, editorial Ariel, Madrid, (1989).

- La pregunta 8 se ha indicado que sigue una secuencia para quienes ahorran siguen a la pregunta 9 y aquellos que no lo hacen a la pregunta 10.
- En la pregunta 12 se dividirá en 2 grupos: los que han solicitado préstamos y los que no lo han hecho.
- En la pregunta 25 se ha indicado fin de encuesta en el caso de que la respuesta del encuestado sea (no), puesto que las siguientes preguntas están en relación al interés del encuestado en la ubicación de una agencia de la cooperativa.

3.2.7 MARCO MUESTRAL

El marco muestral es una lista de todos los miembros de la población y fue construido en base a la información del VI Censo de Población y V de Vivienda del año 2001, proyectando estos datos al año 2007, utilizando la herramienta estadística para obtener los datos generales del sector óptimo para la ubicación de la agencia en uno de los barrios suburbanos en la ciudad de Quito. Es un listado completo y actualizado población y número de familias para los tres barrios mencionados de la ciudad de Quito, cuya fórmula de cálculo es la siguiente:

3.2.7.1 Universo de Estudio

$$AF = Ai(1 + \hat{t})^n \quad \text{En donde}$$

AF = Población del año final

Ai = Población del año Inicial

t[^] = Tasa anual de crecimiento

n = número de periodos

Reemplazando la fórmula con datos:

AF = Población proyectada al año 2007

Ai = Población del año 2001 según el censo del INEC

t[^] = 2.8 % anual

n = 6 años

Cuadro N° 19

Proyección de la Población al 2007

Barrios	Ai	t [^]	n	AF
El Conde	1,351	0.028	6	1594
San Martín de Porras	691	0.028	6	816
Chillo Gallo	9,475	0.028	6	11182

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Cabe señalar que la tasa de crecimiento anual ha sido tomada de los datos proporcionados por el INEC²⁶ y corresponde al 2,8%, con esta se ha calculado la población a seis años, por esto, n equivale a 6 en este caso.

3.2.7.2 Tamaño de la Muestra

La encuesta se aplicará a una muestra aleatoria de los Barrios El Conde, San Martín de Porras y Chillo Gallo de la ciudad de Quito. Los parámetros estadísticos de la encuesta se ajustan a las normas más frecuentes de investigación y corresponde a un 95% de nivel de confianza y 6% de error. La fórmula utilizada para el cálculo del tamaño de la muestra es la que corresponde a poblaciones finitas y será la siguiente:

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

En donde,

²⁶ INEC, VI Censo de Población y V de Vivienda.

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad de ocurrencia de un evento

Q = Probabilidad de ocurrencia de otro evento

N = Universo

e = Error

n = Tamaño de la muestra

Reemplazando la fórmula con datos calculados en EXCEL, se ha obtenido:

Z = 95% (1.96)

P = 0.5

Q = 0.5

N_{El Conde} = 1594

N_{San Martín} = 816

N_{Chillogallo} = 11.182

e = 6%

Por lo tanto, han quedado establecidas las muestras para el análisis de los factores de priorización para el establecimiento de la agencia de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” en los tres barrios anteriormente mencionados, cuyos resultados son los siguientes, luego de la aplicación de la fórmula descrita:

Cuadro N° 20

Tamaño de la muestra de cada barrio a ser estudiado

Formula para calculo de la muestra	EL CONDE	SAN MARTIN DE PORRAS	CHILLOGALLO
Población	1594	816	11182
Z=	1.96	1.96	1.96
p=	0.50	0.50	0.50
q=	0.50	0.50	0.50
e=	0.06	0.06	0.06
N=	420	215	2943
# perceptores	3.80	3.80	3.80
n=	163	119	245

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora

La población universo del presente estudio, es el numero de familias de cada barrio que se consiguió con la población proyectada dividido para el número de perceptores por familia²⁷.

3.2.8 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN LOS TRES BARRIOS

La investigación de campo detallada a continuación tiene como objetivo determinar cual es la mejor opción para establecer la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”.

Para la evaluación de resultados se hace una relación entre las preguntas que representan a las variables necesarias para el respectivo análisis de cada barrio.

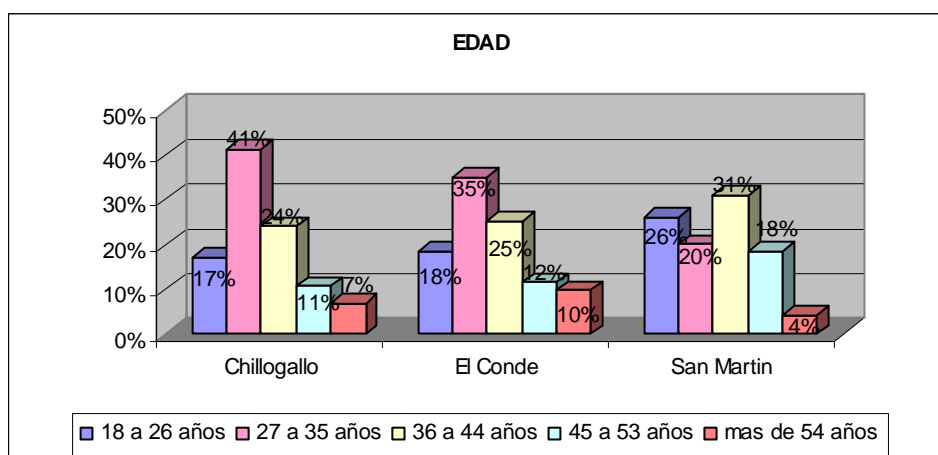
²⁷ INEC- ENIGHU 2003 – 2004

1 Identificación del entrevistado:

La primera pregunta de la encuesta, es por investigación general que se desea obtener información de la edad promedio, genero, educación y estado civil de las personas entrevistadas para hacer relación con las demás variables de la encuesta.

Edad

Gráfico N° 16



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

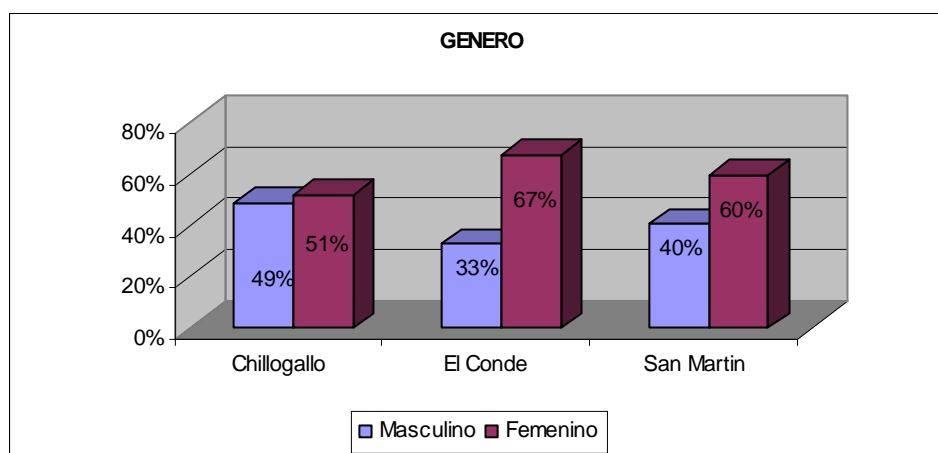
Del total de encuestas realizadas, analizando los porcentajes de cada barrio, en Chillogallo el 41% de sus encuestados oscila en un rango de 27 a 35 años seguido con un marco de diferencia muy amplio con el 24% las personas entre 36 a 44 años de edad, el 17% con edades entre 18 y 26 años, y finalmente, un 7% con mas de 54 años. Se puede apreciar que la mayoría de personas encuestadas en el barrio El Conde, fluctúan entre 27 a 35 años, lo que se manifiesta claramente con el 35%, igualmente, en Chillogallo el rango de edad es de 36 a 44 años el 25% y el 10% son personas mayores de 54 años. A diferencia de los dos barrios anteriores en el barrio San Martín el 31% de encuestados tiene una edad que fluctúa entre 36 a 44 años, siguiendo con el 26% con edades entre los 18 y

26 años, un 18% se encuentran en el rango de 45 a 53 años, y finalmente, mayores de 54 años son el 4%. Básicamente, se puede apreciar una población joven en edad productiva.

Sexo

Existe en Chillogallo un equilibrio de género entre los potenciales clientes se ve que el 49% es de sexo masculino y el 51% de personas son de sexo femenino, por lo que la agencia de la Cooperativa debe tener características que satisfagan a ambos sectores, éste es un indicador muy útil, a pesar que su asignación pudo depender del criterio del encuestador, tal como se ha explicado en párrafos anteriores. En El Conde se aprecia una marcada diferencia, la mayoría de encuestadas fueron mujeres que es el 67% y sexo masculino el 33%. En el barrio San Martín se da un 60% de encuestadas mujeres frente aun 40% de hombres.

Gráfico N° 17



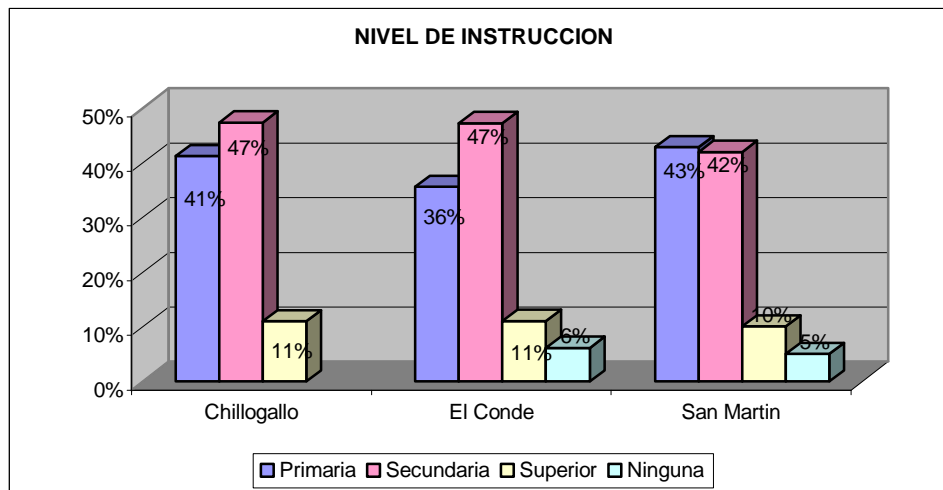
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Nivel de Instrucción

Se observa que en los tres barrios tienen un similar porcentaje de encuestados que tienen un mismo nivel de instrucción, Chillogallo y El Conde con un 47% que llegó hasta la secundaria, el 41% y 36% de cada barrio respectivamente hasta nivel de primaria, y finalmente un 11% que posee un nivel de instrucción superior, es decir, algunos encuestados se encuentran cursando la educación superior o la han tenido que dejar por diferentes situaciones, mientras que de los encuestados en el barrio San Martín únicamente llega a primaria el 43%, seguido

del 42% que llegó hasta secundaria, el 10% tiene un nivel superior, y finalmente, un 5% no posee ningún tipo de nivel de instrucción educativa.

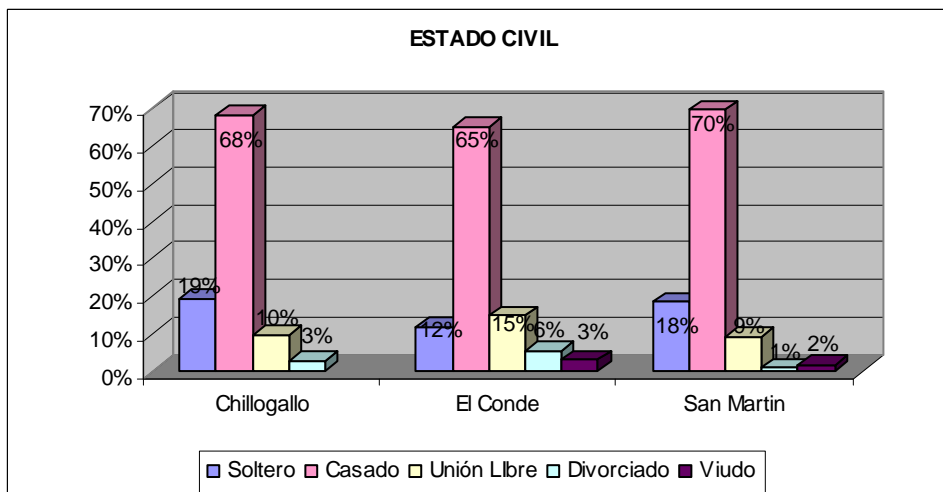
Gráfico N° 18



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Estado Civil

Gráfico N° 19



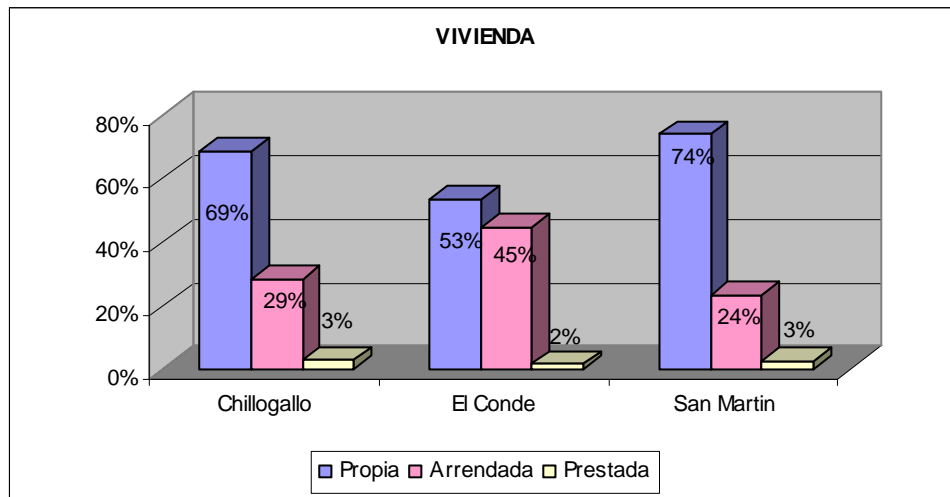
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

En el barrio San Martín el escenario que se tiene es: con el 70% de los encuestados son casados, el 18% son personas solteras, el 9% se mantiene en una relación de unión libre, el 2% de encuestados ya han enviudado y tan solo un

1% se ha divorciado. En el barrio Chillogallo el escenario es similar el 68% son personas casadas, el 19% solteras, un 10% están conviviendo con la pareja y un 3% están separados. Los encuestados del barrio El Conde se manifiestan con un 65% de personas casadas, el 15% tiene un estado de unión libre, seguido con el 12% que son solteros , un 6% que son divorciados de la pareja y un 3% ya enviudaron.

2. La vivienda es:

Gráfico N° 20

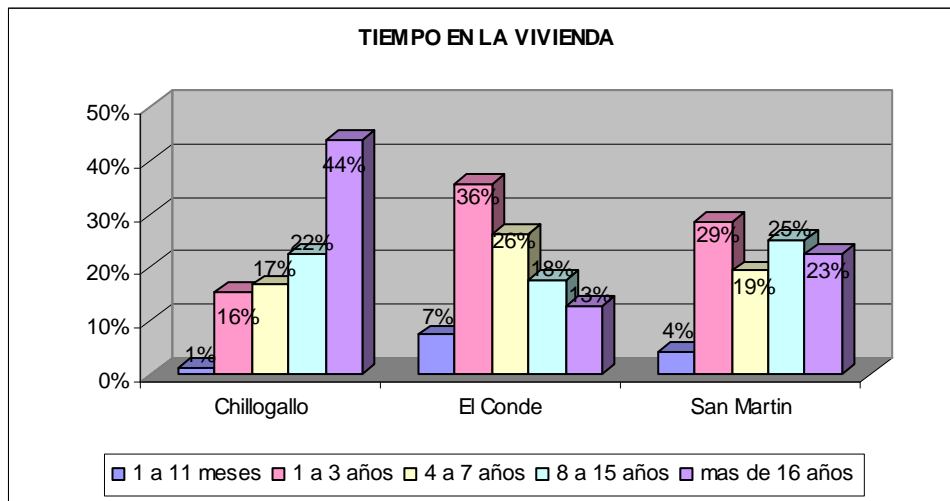


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

La pregunta realizada a los encuestados con respecto a si la vivienda es propia, arrendada o prestada, en los tres barrios se manifestaron así: en el barrio San Martín se observa que el 74% posee vivienda propia, un 24% están en una vivienda arrendada y tan solo un 3% habita una vivienda prestada por familiares. En el barrio Chillogallo el 69% de encuestados respondieron que viven un casa propia, un 29% arrienda la vivienda, y un 3% esta en una casa prestada. El 53% de encuestados en el barrio El Conde poseen casa propia, seguido de un 45% que vive en una vivienda arrendada y finalmente a un 2% le han prestado la vivienda.

3. ¿Cuanto tiempo vive en la vivienda mencionada?

Gráfico N° 21



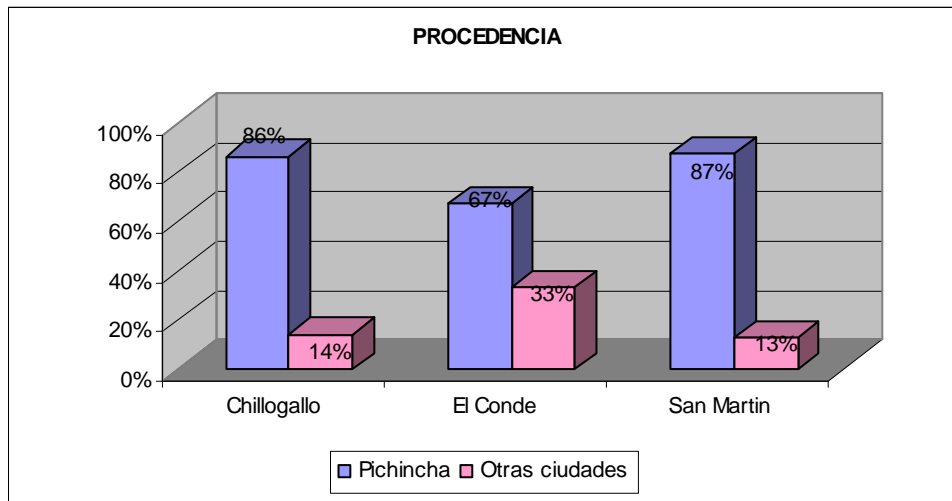
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

En los tres sectores sus escenarios son: En Chillogallo el 44% de los encuestados han vivido mas de 16 años, gran parte de su vida o toda su vida, mientras un 22% están en un rango de 8 a 15 años viviendo en el sector, el 33% están viviendo alrededor de 1 a 7 años y por último el 1% viven tan solo meses en el sector. En el barrio San Martín el 23% de los encuestados están mas de 16 años en el barrio, entre el rango de 8 a 15 años esta el 25% de las entrevistados y un 48% están cerca de 1 a 7 años en el barrio y tan solo un 4% viven de menos de un año. El 62% de consultados en el barrio El Conde viven cerca de 1 a 7 años en el barrio, mientras el 18% están cerca de 8 a 15 años en su vivienda ubicada en el sector y por ultimo un 13% se hallan mas de 16 años en el barrio.

Este factor es importante para los intereses del proyecto, debido a que la agencia tendrá una mayor posibilidad de recuperar su inversión si sus clientes tienen su residencia permanente en el sector.

4. Donde vivía antes:

Gráfico N° 22



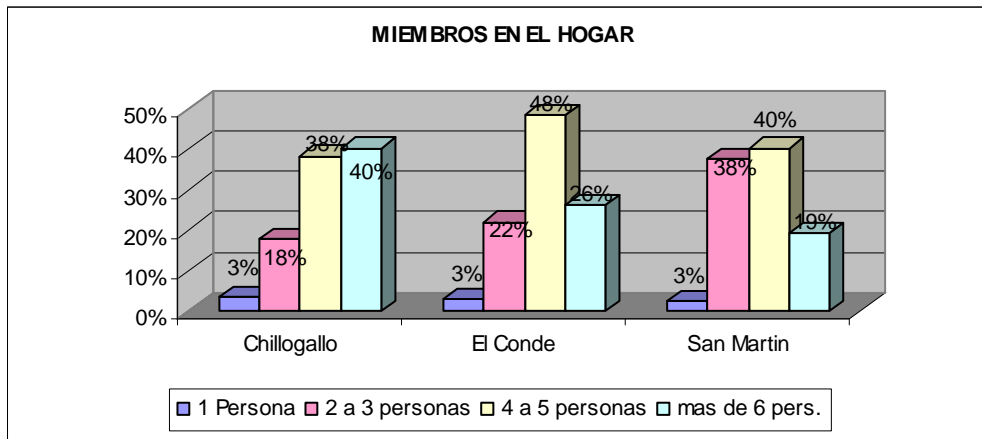
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Esta pregunta es para ver el nivel de migración a los barrios de la investigación.

En el barrio Chillogallo el 86% de las personas encuestadas manifiestan haber vivido dentro de la ciudad siempre, un 14% proveniente de provincias de la Costa como de la Sierra pero una gran parte especialmente de la provincia de Tungurahua. En El Conde igualmente, la mayoría solamente ha vivido dentro de la provincia, un 33% han provenidos de otras provincias, tanto de la Costa como de la Sierra, pero especialmente de las provincias del Cotopaxi y Chimborazo. El sector San Martín el 87% siempre ha vivido dentro de la provincia tan solo un 13% proviene de otras provincias como Chimborazo, Guayas y Orellana.

5. ¿Cuántos miembros tiene su familia?

Gráfico N° 23

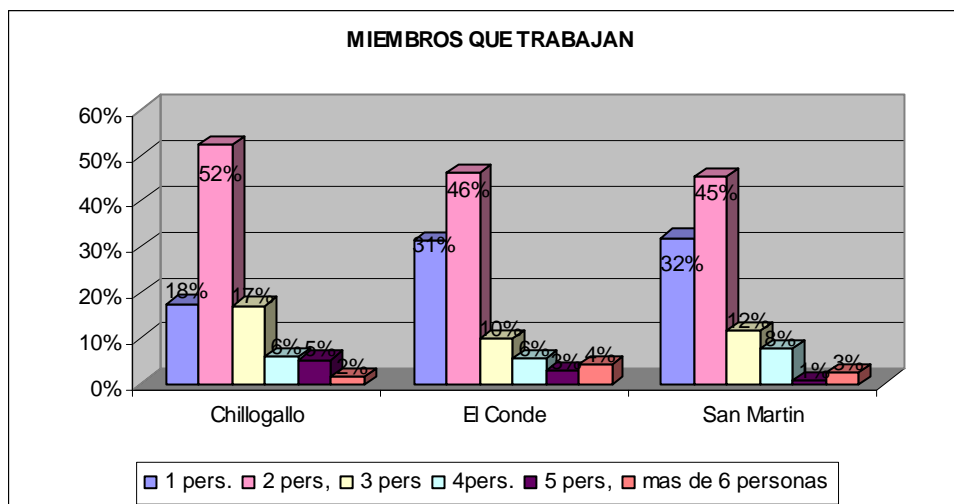


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

En los tres sectores el porcentaje de las personas que viven solas es el mismo el 3%, la opción de 4 a 5 personas que posee cada familia, manifiestan el 38% de encuestados en Chilligallo, el 48% en El Conde y el 40% en San Martín. Que la familia esta conformada con más de 6 miembros responde el 40% en Chilligallo, el 36% en El Conde y tan solo el 19% en San Martín. El 18% de personas encuestadas que viven en Chilligallo exponen que solo 2 a 3 personas conforman la familia, se trata de casos en los que las parejas tienen un solo hijo, el 22% de personas del El Conde respondió la misma opción anteriormente descrita, y finalmente, el porcentaje más alto de familias pequeñas está representado por el 38% en San Martín.

6. ¿Cuántas personas de este hogar trabajan?

Gráfico N° 24

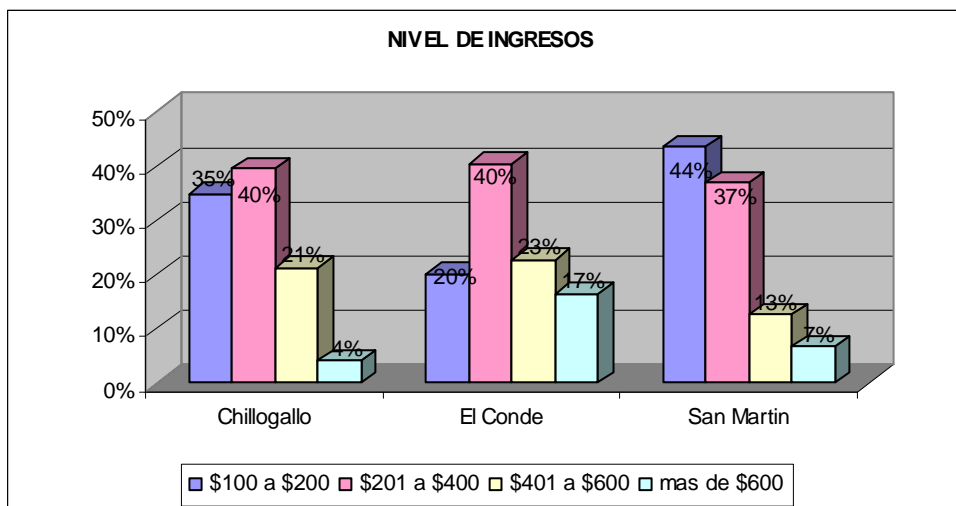


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

El 52% de encuestados en el barrio Chillogallo manifestaron que dos personas son las que trabajan en la familia, mientras que el 18% supo decir que una sola persona es el sustento de la familia, el 17% revelo que son tres miembros que trabajan, un 6% sostuvo que son 4 miembros del hogar que trabajan, seguido el 6% con 5 personas que aportan a la familia, finalmente, un 2% de familias tienen mas de 6 miembros que trabajan. En el barrio El Conde se da una similitud de los casos, el 46% de personas encuestadas señala que dos miembros del hogar son los que trabajan, en el 31% de hogares solo una persona sustenta la familia, un 10% manifiesta que son 3 miembros del hogar los que trabajan, el 4% responde que son mas de 6 miembros que aportan a la familia. Finalmente, en el sector de San Martín el 45% de respuestas dice que 2 miembros de la familia son los que trabajan, el 32% manifiesta tener a un solo miembro de soporte económico, mientras que un 12% tiene a 3 miembros trabajando por el hogar, un 9% tiene a 4 y 5 personas de la familia que trabajan y tan solo un 2% de hogares posee a más de 6 miembros que trabajan.

7. ¿Cual es el nivel de ingresos de la familia en dólares?

Gráfico N° 25

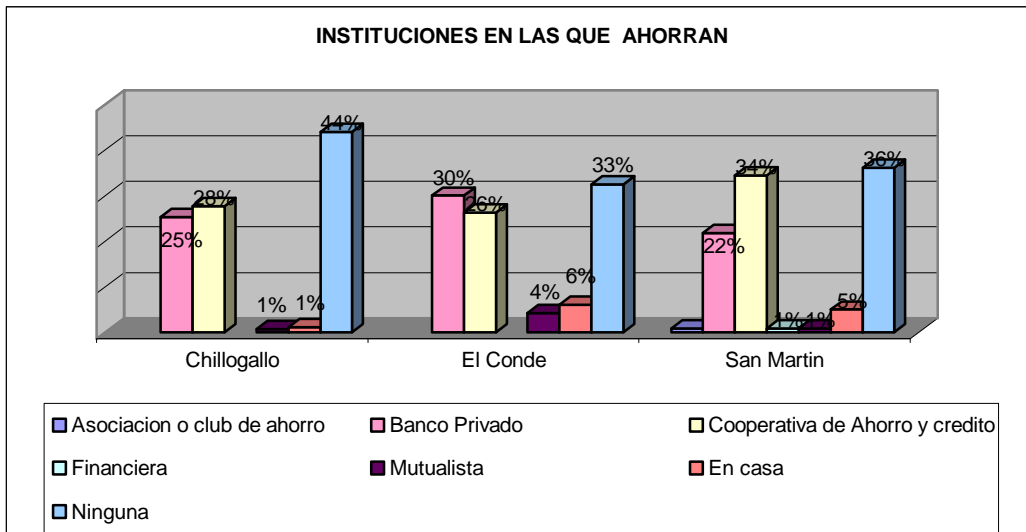


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

En el barrio San Martín el 44% señaló que su nivel de ingresos no sobrepasa los \$200 dólares, en el rango de ingreso familiar de \$201 a \$400 dólares se apuntó al 37% de encuestados, el 13% sostuvo que su ingreso esta en un nivel de \$401 a \$600 dólares, tan solo un 7% manifiesta tener ingresos que sobrepasan los \$600 dólares. En El Conde, a diferencia del anterior barrio, el 40% de entrevistados responde que su nivel de ingresos esta alrededor de \$201 a \$400 dólares, el 20% señala que sus ingresos familiares no exceden los \$200 dólares, seguidamente, el 23% expresa tener un ingreso familiar entre los \$401 a \$600 dólares, posteriormente, un 17% supo indicar que posee un ingreso mensual que supera los \$600 dólares. En el sector de Chilligallo las encuestas realizadas lanzan como resultado que el 40% posee un nivel de ingresos que rodea entre \$201 a \$400 dólares, no superan los \$200 dólares de ingreso el 35% de familias, a continuación, el 21% se encuentra percibiendo ingresos entre \$401 a \$600 dólares para su sustento familiar, tan solo un 4% tiene ingresos familiares superiores a \$600 dólares.

8. ¿Ahorra la familia en alguno de los siguientes medios?

Gráfico N° 26



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

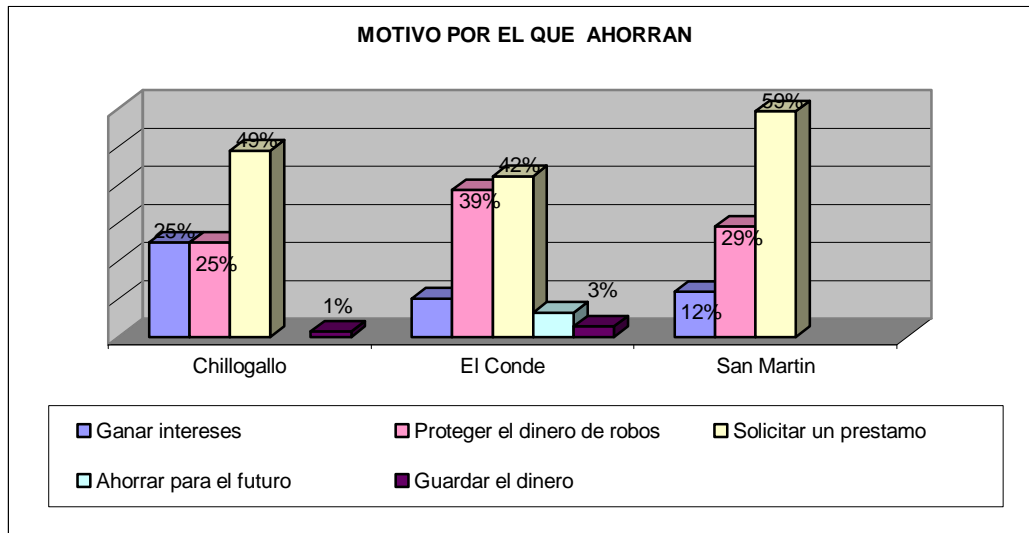
En el barrio de Chillogallo el 44% de las personas encuestadas responden que no ahorran en ninguna institución financiera, el 28% manifestó que tienen sus ahorros en una Cooperativa de ahorro y crédito, seguidamente, el 25% tiene su dinero ahorrado en Bancos privados, tan solo 1% posee su dinero en casa y en una mutualista. El 30% de personas encuestadas en el barrio El Conde ahorra su dinero en bancos privados, mientras el 26% lo tiene en Cooperativas de ahorro y crédito, un 4% lo ahorra en mutualistas y un 6% lo guarda en su casa, tan solo el 1% de encuestados respondió que lo ahorra en una Fundación, el 33% manifestó que no ahorran en ninguna institución. El 36% de personas entrevistadas del barrio San Martín señalaron no ahorrar en ningún establecimiento financiero, mientras tanto, el 34% lo hace en Cooperativas de ahorro y crédito, un 22% tiene sus ahorros en bancos privados tan solo un 3% lo tiene en Financieras, asociaciones o clubes de ahorro y en mutualista, el 5% posee su dinero ahorrado en su casa.

De las encuestas realizadas en los tres barrios, el 38% global, de encuestados que respondieron que no ahorran en ninguna institución financiera pasaron a la

pregunta número diez, para decir los motivos por los cuales no ahorran. El otro 62% que si ahorra en algún establecimiento sigue a la próxima pregunta.

9. ¿Cuál es el motivo por el que usted o algún miembro del hogar ahorra?

Gráfico N° 27

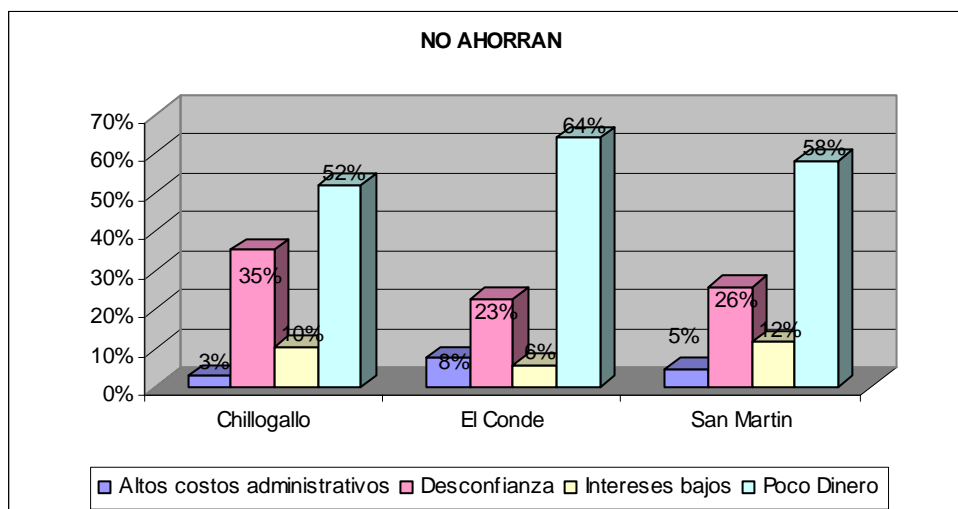


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Los motivos principales que dieron las personas encuestadas en los tres sectores son muy similares, en Chillogallo el 49%, en el Conde el 42% y en el sector de San Martín el 59%, responden que el principal motivo es solicitar un préstamo, ya sea en el tiempo inmediato o tienen planeado hacerlo en el futuro, a continuación, la otra razón que dan para ahorrar es proteger el dinero de robos, se expresaron por la alta tasa de delincuencia en la que se encuentra la ciudad, un motivo de peso para ahorrar, según consideran los encuestados, es ganar intereses por sus ahorros depositados en las diferentes instituciones financieras. Una nueva moción no compartida en relación a los dos barrios es la que dan las personas encuestadas en el barrio El Conde, la cual fue de ahorrar para el futuro, según el 6% de los encuestados. Una razón de poco peso pero igualmente considerada por los entrevistados de los barrios de Chillogallo y el Conde, es que ahorran en instituciones financieras simplemente por el hecho de tener guardado su dinero.

10. ¿Cuál es motivo principal por la que no ahorra en ninguna institución financiera?

Gráfico N° 28



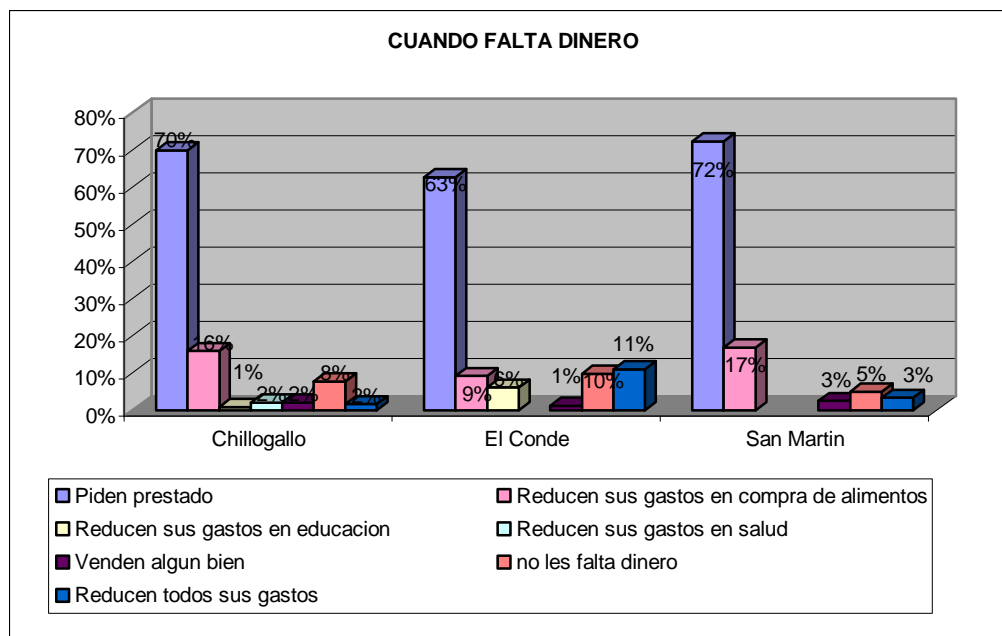
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

La pregunta número diez se relaciona con las personas que no ahorran en ninguna institución financiera. Los motivos que dieron los encuestados de los tres barrios según más del 50% que la principal razón es el poco dinero que tienen, ya sea por que su bajo nivel de ingresos que se acaba en los gastos del hogar, otro motivo de peso en el que concuerdan los tres barrios y tienen un similar porcentaje, es decir, el 35% de encuestados en el sector de Chillogallo, un 23% en el barrio El Conde y finalmente un 26% en el barrio San Martín, coinciden en que el motivo es la desconfianza que tienen en las instituciones financieras, debido a los malos actos de años atrás que se dieron en la banca (el feriado bancario en 1999), otra razón para no ahorrar es que por los ahorros las diferentes instituciones pagan intereses bajos, dicen que no tiene gran representatividad el dinero que ellos pudieran obtener en la institución, este motivo se ve representado en el 10% que respondieron en Chillogallo, el 12% de encuestados en San Martín y por ultimo el 6% del barrio El Conde. A continuación, los encuestados consideran a los altos costos administrativos como motivo para no ahorrar, este es el porcentaje más bajo, en el sector de El Conde

representa el 8%, en el barrio San Martín esta señalado con el 3% y, por último, esta razón tiene una representatividad del 3% en Chillogallo.

11. ¿Que hacen, cuando en el hogar falta dinero?

Gráfico N° 29



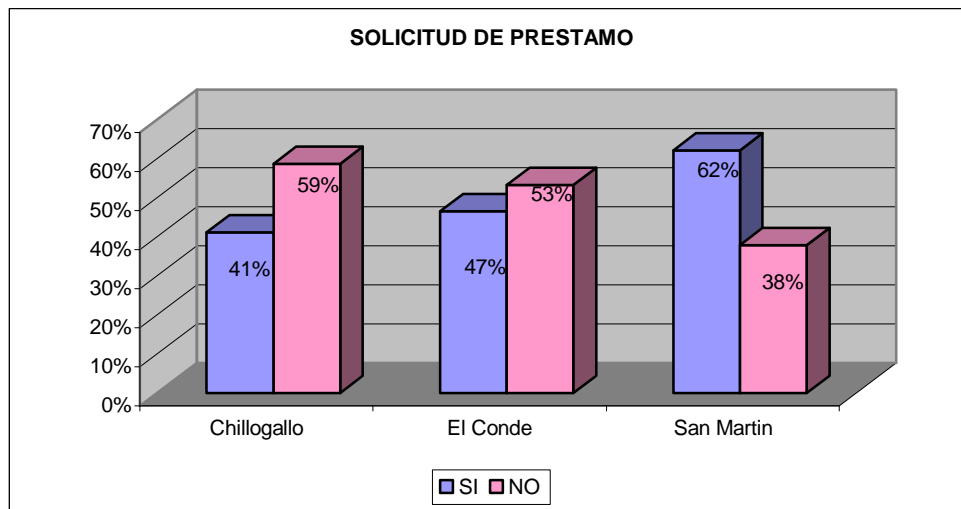
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Esta pregunta es contestada por todos los encuestados. El 70% de personas encuestadas en el barrio Chillogallo manifiesta que cuando en el hogar les falta dinero, lo primero que hacen es pedir prestado a familiares, posteriormente reducen sus gastos en la compra de alimentos, según señala el 16% de entrevistados, lo mismo hacen en el sector el Conde esto se ve representado con el 63% de respuestas y posteriormente un 72% de encuestados del sector de San Martín indica pedir prestado cuando les falta dinero, igualmente, reducen sus gastos en alimentación, según lo manifiesta el 17%, dicen comprar solo lo básico e indispensable cuando se les presenta los tiempos de austeridad. Sin embargo, también indicaron el 10% en el barrio El Conde, que este caso no se les presenta, no les falta dinero, siempre tienen presupuestados sus gastos y no se exceden en ellos, seguidos de un 8% en Chillogallo y tan solo el 5% en el sector de San Martín. Otras alternativas señaladas por los entrevistados pero que tuvieron poco peso a la hora de considerarlas porque pocas fueron las respuestas, son la de

reducir sus gastos de educación, en salud o vender algún bien para cubrir su déficit.

12. Durante los últimos dos años, ¿han solicitado préstamos en dinero a bancos, mutualistas, cooperativas, prestamistas, etc.?

Gráfico N° 30

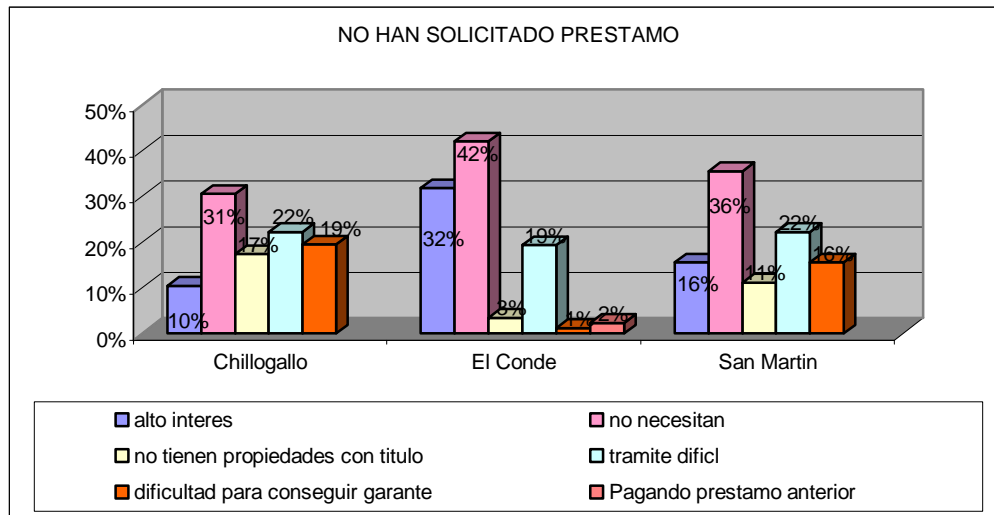


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

La situación del crédito en los tres sectores es semejante, como se puede observar en el sector de San Martín, el 62% de encuestados ha solicitado algún tipo de préstamos frente, al 38% que no lo ha hecho. En Chillogallo y el barrio El Conde se da similar situación con las respuestas de sus encuestados, el 59% y 53% respectivamente, aduce que no han solicitado ningún tipo de préstamo en los últimos dos años, las razones de esto constan en la pregunta número 13, mientras tanto el 41% y 47% de cada sector, si ha solicitado en algún momento un préstamo.

13. ¿Por qué razón no solicitaron préstamos?

Gráfico N° 31



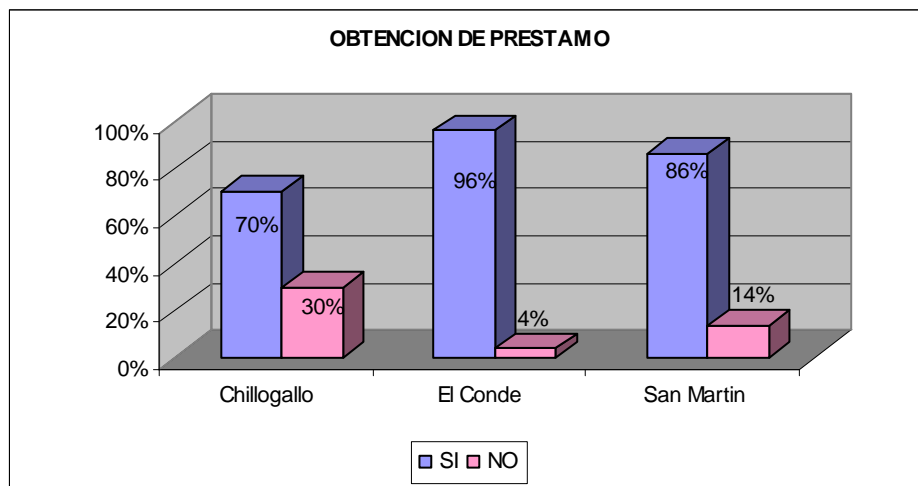
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

De las personas encuestadas en la pregunta anterior y que señalaron no haber solicitado ninguna clase de préstamo, el 31% en Chillogallo manifiestan que no necesitan un préstamo, del resto, el 22% dice que las principales limitaciones para no optar por el crédito radican en el trámite difícil, el 19% no lo hace por la dificultad para conseguir garante, el 17% debido a la no posesión de títulos de propiedad y el 10% debido al cobro de elevados intereses. En el barrio El Conde el 42% de encuestados señalan no necesitar un préstamo, el 32% su restricción para no pedir un préstamo son los altos intereses que cobran, para el 19% el trámite es muy difícil y no poseer propiedades con títulos además de la dificultad para conseguir garante es otra de las dificultades que tienen el 4%, un 2% indica estar pagando un préstamo anterior. En el escenario del barrio San Martín, el 36% manifestó no solicitar un crédito por el hecho de no tener necesidad de hacerlo, para el 22% una razón es la dificultad de realizar el trámite, el 16% indica los altos intereses que cobran por un préstamo, al igual que la dificultad para conseguir el garante que los respalde, finalmente, uno de los requisitos más comunes que

suelen pedir cuando se solicita un préstamo es el de tener propiedades, un 11% objetó carecer de ellas.

14. ¿Obtuvieron préstamos de dinero de bancos, mutualistas, cooperativas, prestamistas, etc.?

Gráfico N° 32

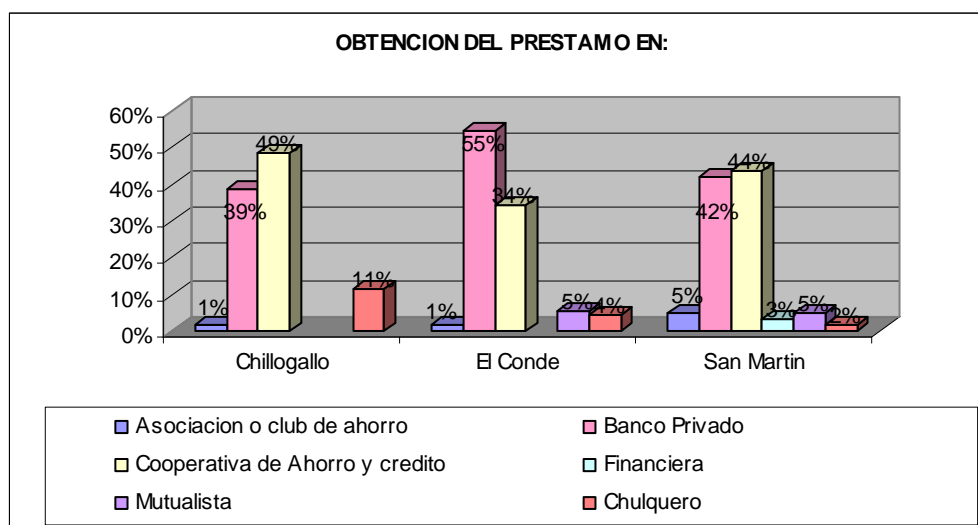


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

De los encuestados que manifestaron haber solicitado un préstamo en la pregunta doce, en el barrio Chillogallo el 70% señala haber obtenido el crédito, ante un 30% que no lo consiguió, por razones que se explican en la pregunta número 18, en el sector El Conde, de las 76 solicitudes aplicadas por las personas encuestadas que habían solicitado un préstamo, las 73 es decir, el 96% obtuvieron su préstamo. Mientras tanto el 86% de encuestados en el barrio San Martín también accedieron al dinero solicitado, ante un 14% que no obtuvo su préstamo.

15. Si obtuvo préstamos lo hizo a través de:

Gráfico N° 33

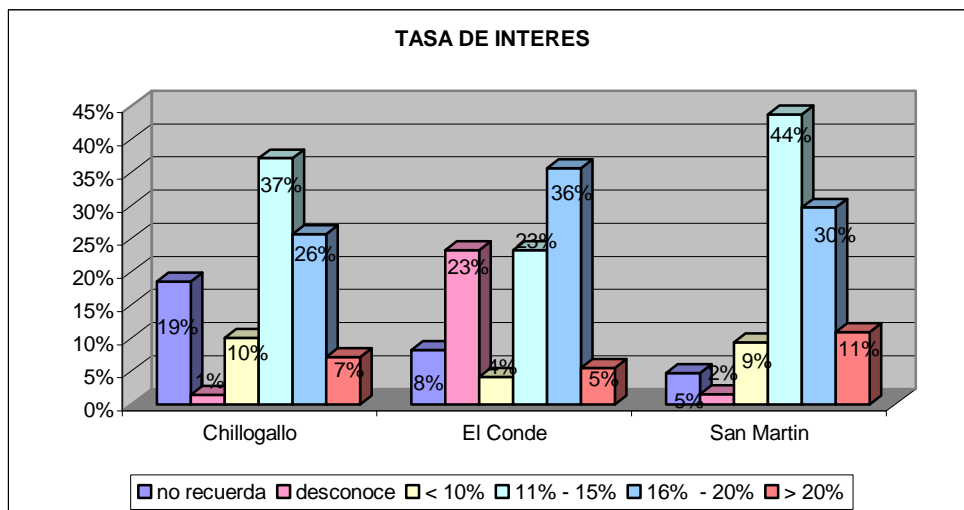


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

De las encuestas realizadas a las personas que obtuvieron sus créditos, se puede observar en el gráfico que las cooperativas de ahorro y crédito son grandes canalizadoras de fondos. En dos barrios que son Chillogallo y San Martín, coinciden con más del 40% cada uno, en que la principal institución financiera fue la cooperativa de ahorro y crédito, pero en el sector El Conde el 55% señala que la institución que le otorgó sus créditos solicitados fueron los bancos privados. Un porcentaje menor pero igual de importante, es el 11% que indica el barrio Chillogallo que obtuvieron sus créditos de prestamista informales (chulqueros), esto mismo señala el 4% y 2% de El Conde y el sector de San Martín respectivamente.

16. ¿Que tasa de interés anual pago por el préstamo?

Gráfico N° 34



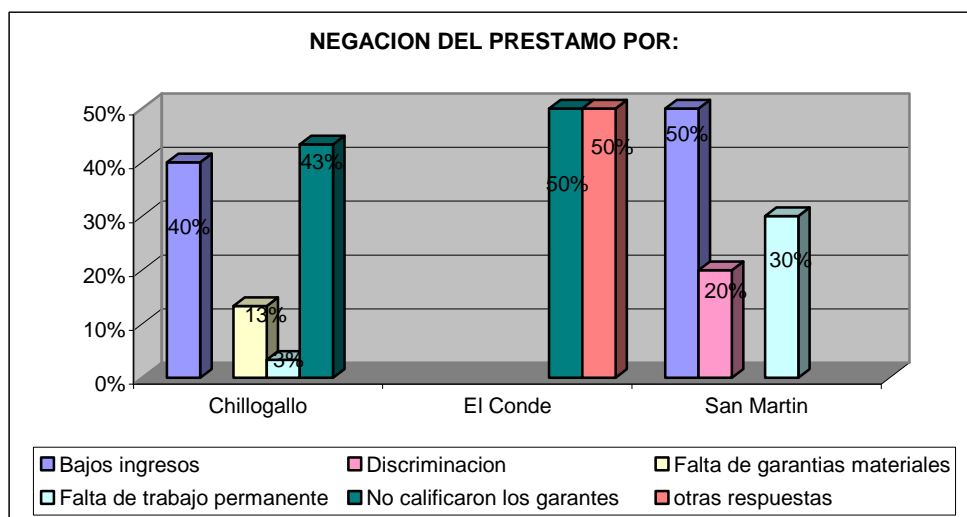
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

De la tasa de interés que han pagado las personas por los préstamos obtenidos, entre las personas encuestadas existe un porcentaje que señala desconocer la tasa de interés pagada por el préstamo, explicando varias razones entre las cuales constan: que la mayoría de encuestadas fueron mujeres amas de casa, los jefes de hogar son quienes obtuvieron los prestamos e hicieron todos los trámites pertinentes y no tienen información algunas de las encuestadas, esto se refleja en El Conde donde se presenta un 23% con dicha manifestación. Otra respuesta es la de no recordar la tasa de interés pagada por el monto de dinero obtenido, ya sea por el tiempo que ha transcurrido o por el simple hecho de que no le pusieron atención a la tasa de interés que se les cobró, sino simplemente a las cuotas que debían pagar cada mes, esto es representado por el 19% en Chilllogallo, 8% en el Conde y tan solo un 5% en el sector de San Martín. El 37% de encuestados en Chilllogallo manifestó haber pagado entre el 11 y 15 por ciento de interés por su préstamo, entre este mismo rango se encuesta el 23% de entrevistados del barrio El Conde y el 44% del sector de San Martín. Entre el 16 y 20 por ciento de interés pagado se encuentra el 36% del barrio El Conde, seguido del 30% de San Martín y del el 26% del barrio Chilllogallo. Por otro lado, el 11% de encuestados del

sector de San Martín señalaron haber pagado por el préstamo una tasa que sobrepasó al 20 por ciento, lo mismo indican el 5% y 7% de los barrios El Conde y Chillogallo.

17. ¿Por qué razón no obtuvieron el préstamo?

Gráfico N° 35

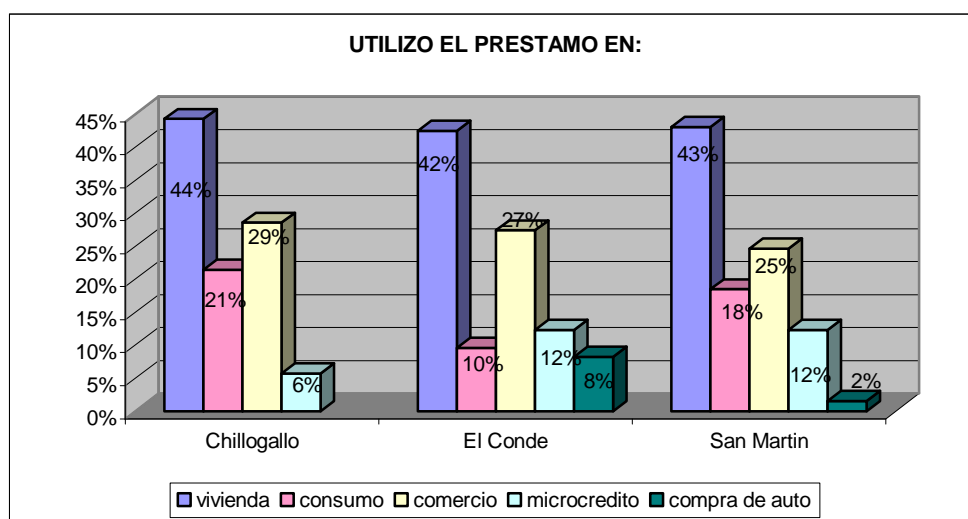


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Las personas encuestadas que respondieron en la pregunta 14, en los barrios San Martín y Chillogallo alcanzan el 50% y 40% respectivamente, con la respuesta de que la principal razón de negación del crédito es la de tener bajos ingresos, mientras tanto en el sector el Conde, se señala dos motivos principales que tienen un mismo porcentaje, el 50%, estas son: no haber calificado los garantes presentados por el deudor del préstamo, y que la entidad a la que se solicitó el crédito cerró, otro motivo indicado por los encuestados del barrio San Martín, y que representó el 30%, fue la falta de un trabajo estable, el mismo motivo figura solo con el 3% en Chillogallo, posteriormente el 13% aduce que la falta de garantías materiales fue otra razón de la negación del crédito, como no poseer una casa propia, finalmente, el 20% de encuestados en el sector de San Martín señaló haber sido objeto de discriminación étnica por parte de la institución a la que solicitaron un crédito.

18. ¿En que utilizó el préstamo obtenido?

Gráfico N° 36

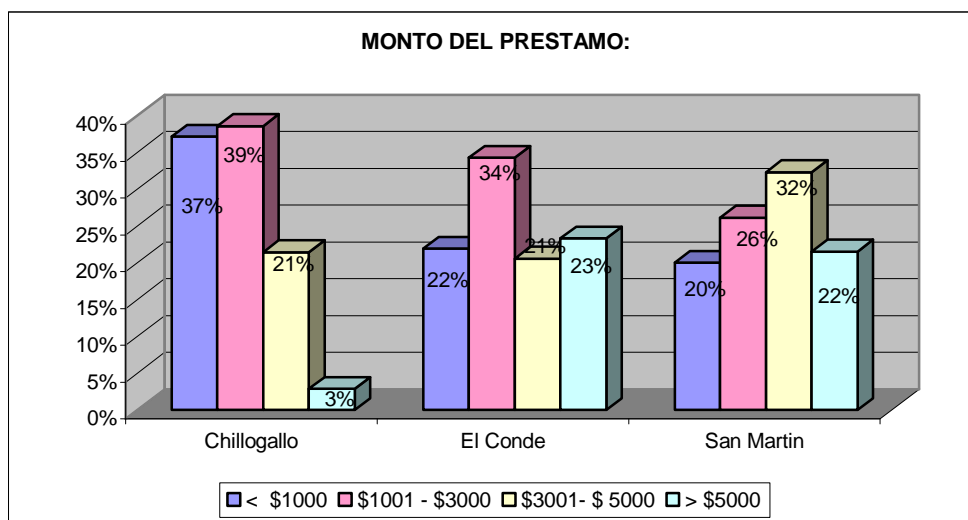


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

En términos generales más del 40% de encuestados en los tres barrios han dirigido los fondos adquiridos hacia actividades de gasto a la vivienda ya sea para comprarla, construirla o arreglarla, seguido de un promedio del 29% que han utilizado el préstamo para actividades de comercio, en la compra de insumos o compra de maquinaria, seguidamente con el 21% de encuestados en Chillogallo que señala haber encaminado su préstamo a gastos de consumo, solo un 6% lo destino al microcrédito. En el barrio El Conde se da similitud de utilizations con el 12% para el microcrédito y un 8% para la adquisición de un automóvil, al igual que un 2% de encuestados en el sector de San Martín.

19. ¿Cual fue el monto del préstamo?

Gráfico N° 37

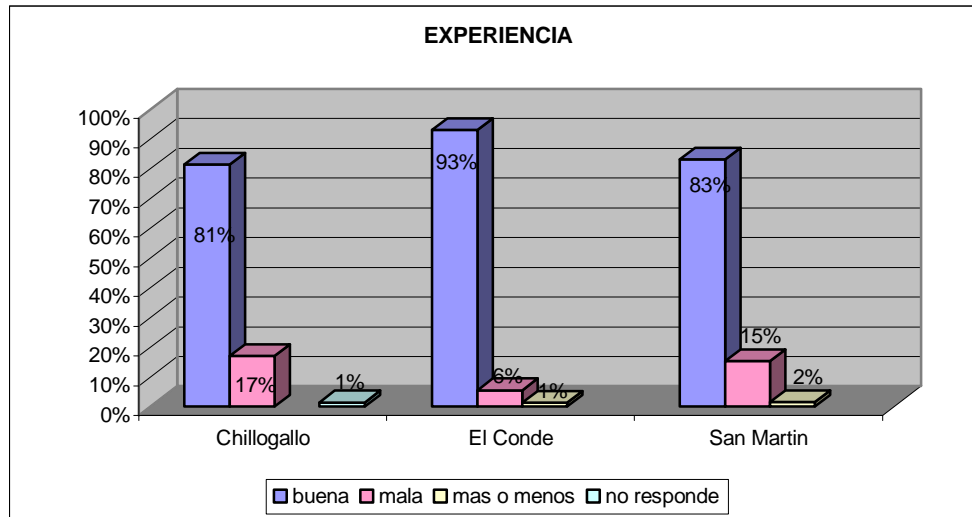


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Los montos promedio de créditos obtenidos difieren en los tres sectores, en Chilligallo el 39% de encuestados señalo haber obtenido entre 1.000 a 3.000 dólares, seguido de un 37% que adquirido un crédito menor a 1.000 dólares posteriormente el 21% obtuvo el monto entre 3.000 a 5.000 dólares. En el barrio el Conde el escenario difiere solo en el 23% que obtuvo un préstamo que sobrepasaba los 5.000 dólares, la mayoría de la población encuestada en el sector de San Martín indica que el monto de dinero otorgado fue entre 3.001 y 5.000 dólares, a continuación el 26% estuvo entre 1.001 y 3.000 dólares, en último lugar, el 40% estuvo dividido igualmente entre montos de efectivo menores a 1.000 dólares y superiores a 5.000.

20. La experiencia que tuvo en la institución que le otorgo el préstamo fue:

Gráfico N° 38

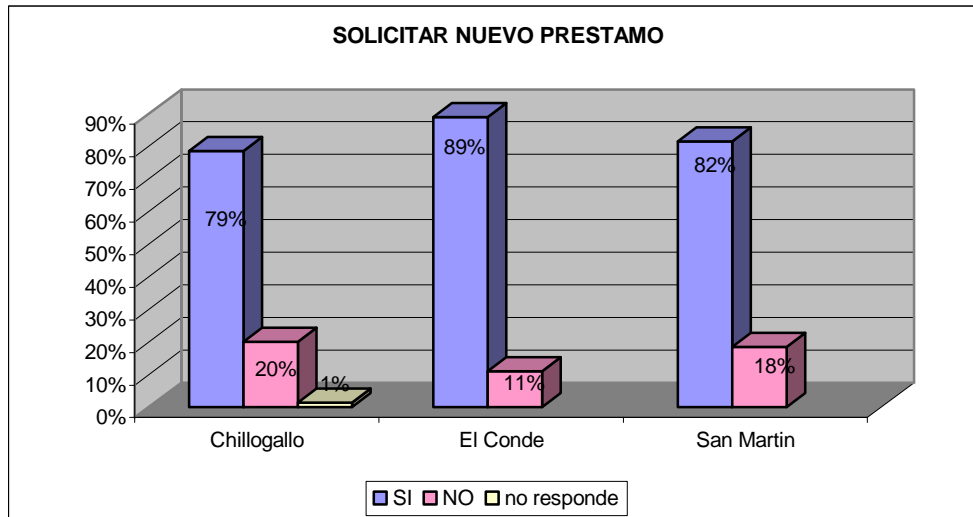


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Con respecto a la experiencia que los clientes han tenido en otras instituciones en que obtuvieron crédito, los tres sectores en un promedio del 86% manifestó haber tenido una buena experiencia, algunas razones mencionadas fueron: la agilidad en la obtención del crédito, las facilidades que el establecimiento les ofreció, a esto se suma la calidad de la atención y eficiencia en el transcurso de la operación crediticia. Un menor porcentaje, señala en los tres barrios que la experiencia que tuvieron con la entidad financiera fue mala, esta experiencia fue calificada de la siguiente forma: el barrio Chilligallo con el 17%, seguido del sector San Martín con un 15% y por ultimo El Conde solo con el 6%, aduciendo que en algunos fue mucha la espera para el otorgamiento del préstamo solicitado, además de los altos intereses cobrados.

21. ¿En base a la experiencia obtenida, estaría dispuesto a solicitar un nuevo préstamo?

Gráfico N° 39

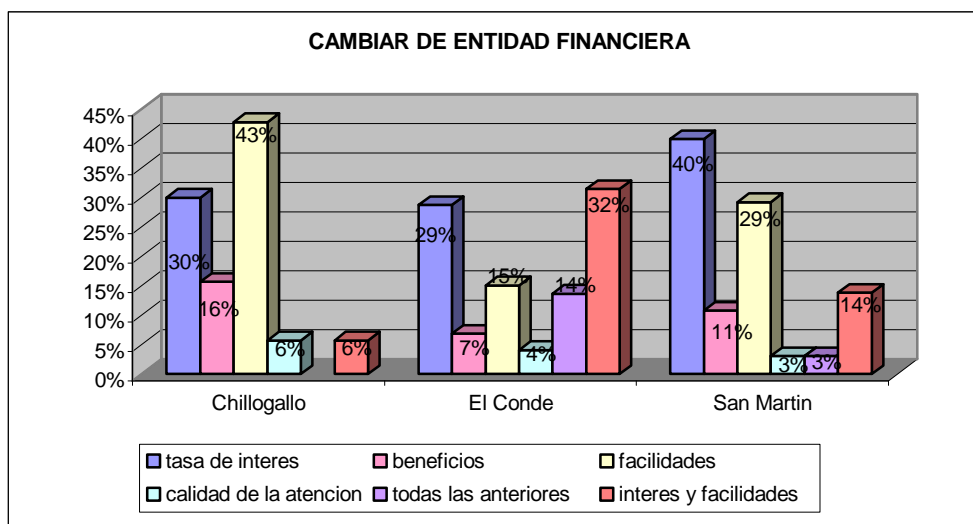


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

En los tres barrios, alrededor del 80% de encuestados manifiesta que estarían dispuestos a solicitar un nuevo préstamo en base a la experiencia obtenida con la misma entidad financiera que le otorgo el préstamo, y citan algunas razones como: ya poseer un historial crediticio en la institución y que seria mucho mas fácil y ágil el trámite para el nuevo crédito si lo hicieran, mientras tanto, un porcentaje de los barrios Chillogallo y El Conde, el 20% y 18% respectivamente, señalan que no volverían a solicitar un nuevo préstamo, ya que la experiencia con el anterior fue mala, debido a los altos intereses que tuvieron que pagar, por tal motivo, se ven reacios a reincidir en un trámite así.

22. ¿Qué factores harían que ud. se cambie a una nueva entidad para solicitar los servicios financieros?

Gráfico N° 40

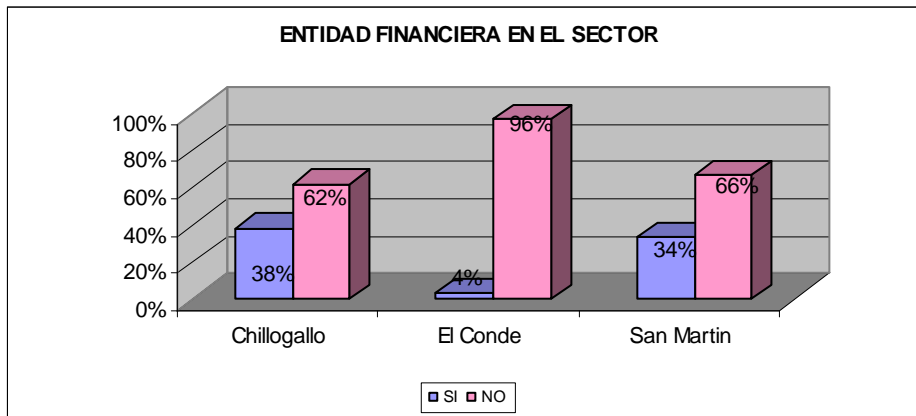


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

De la población encuestada de Chillogallo, el 43% indica que cambiaría de institución financiera si otra le ofreciera mejores facilidades, otros factores serían una baja tasa de interés a pagar por los préstamos, esto representa un 30% de las respuestas tabuladas, seguido del 16% que señala que si le ofrecen beneficios le harían cambiar de entidad; a la calidad de atención le dan también importancia el 6% de la población y otro 6% dice en conjunto que los intereses bajos y facilidades le harían cambiar de institución financiera, lo mismo opina el 32% de encuestados del sector El Conde, seguido de factores como: bajas tasas de interés, facilidades en el trámite de solicitud, la calidad de la atención tiene el 4% representatividad. En el barrio San Martín un factor de gran peso considerado por el 40% de los encuestados, es que les ofrezcan una tasa baja de interés a pagar por un préstamo y una tasa pasiva que sea representativa por los ahorros que tengan en la institución, con el 29% están en segundo lugar las facilidades que otorgue la entidad, posteriormente, otro factor son los beneficios que pudiera ofrecerle, esto opina el 11% de entrevistados y tan solo un 3% se inclina por la calidad de la atención como factor importante.

23. ¿Conoce de alguna entidad financiera que otorgue créditos en este sector?

Gráfico N° 41

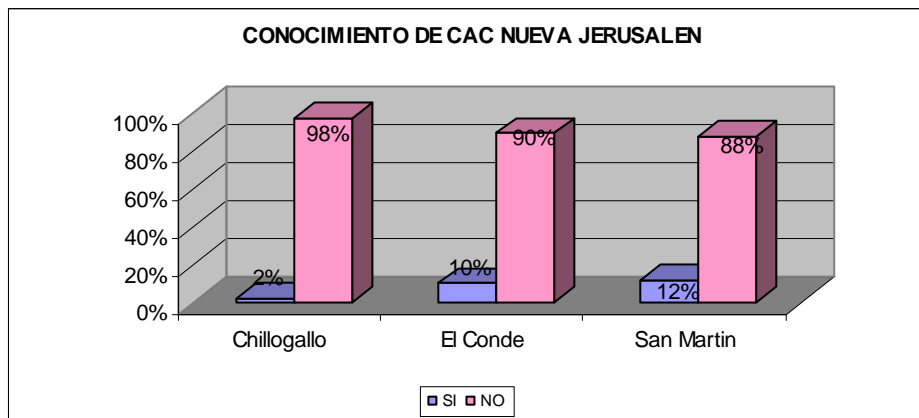


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Sobre el nivel de empoderamiento de otras entidades financieras en su sector, el 38% de encuestados de Chillogallo señala que si conocen entidades ubicadas por el barrio y supieron nombrar algunas como: las Cooperativas de ahorro y crédito Chibuleo, Alianza del Valle, Mutualista Benalcázar y Banco Pichincha, pero un 62% manifestó no conocer entidades por el sector. En el sector El Conde tan solo un 4% indico conocer alguna entidad cerca del barrio como: La cooperativa de Ahorro y Crédito 14 de Marzo, el Banco Procrédit y una fundación llamada Desarrollo Integral, mientras tanto, el 96% aduce no conocer ninguna entidad. Posteriormente, el 34% en San Martín informó de instituciones que están por el sector como: Las Cooperativas de ahorro y crédito Maquita Cusunchi, Cotogchoa, al contrario del 66% que manifestó no conocer entidad alguna ceca de ahí.

24. Ha escuchado o conoce de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

Gráfico N° 42



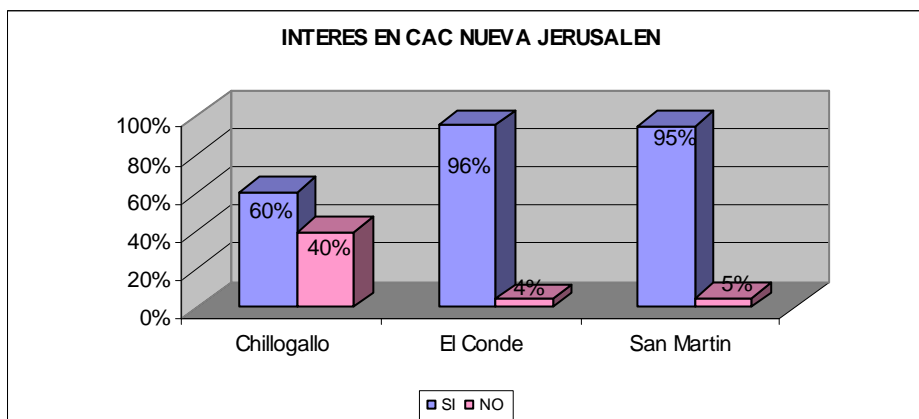
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Del total de encuestas realizadas en los tres sectores alrededor del 92%, no conoce a la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, solo el 8% en promedio, ha escuchado hablar o conoce de la trayectoria de la cooperativa.

Esto es justificable debido a que las operaciones de esta entidad son nuevas en el sur de Quito, a pesar de que han tenido un nivel aceptable pero moderado de crecimiento.

25. ¿Estaría interesado que se ubique una agencia de ahorro y crédito por el sector donde usted vive, y que además otorgue otros beneficios sociales?

Gráfico N° 43

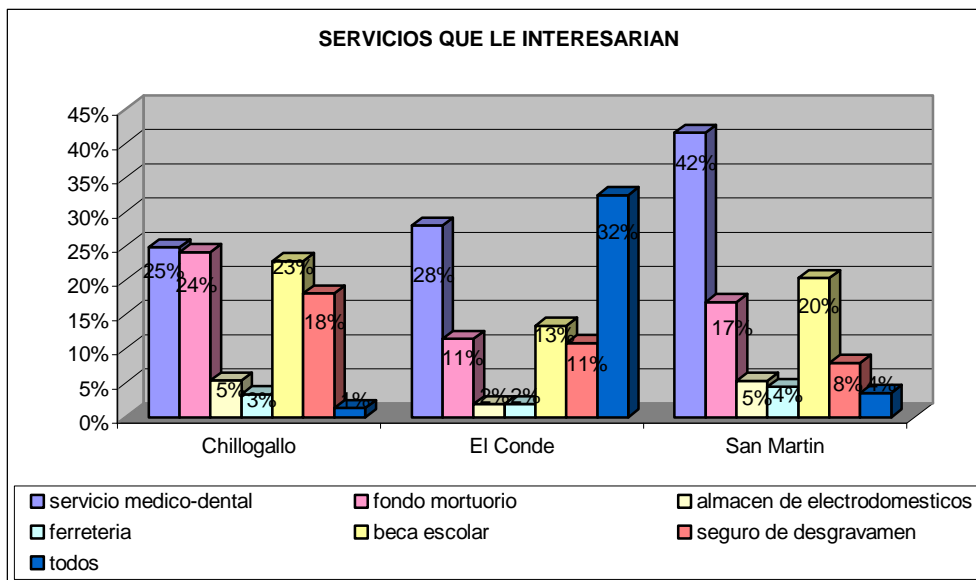


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

En los barrios El Conde y San Martín casi la totalidad de sus encuestados están interesados en que se ubique una agencia de la cooperativa por el sector, solo un 4% no le interesa porque indica que ya hay instituciones financieras por el sector, pero en el Barrio Chillogallo el 40% de encuestados manifestaron un total desinterés en la propuesta de ubicación de una agencia de la cooperativa porque ya existen en el sector otros establecimientos financieros, seguidamente, el 60% mostró un interés por el establecimiento de una agencia.

26. ¿Cual de los siguientes servicios le interesarían?

Gráfico N° 44



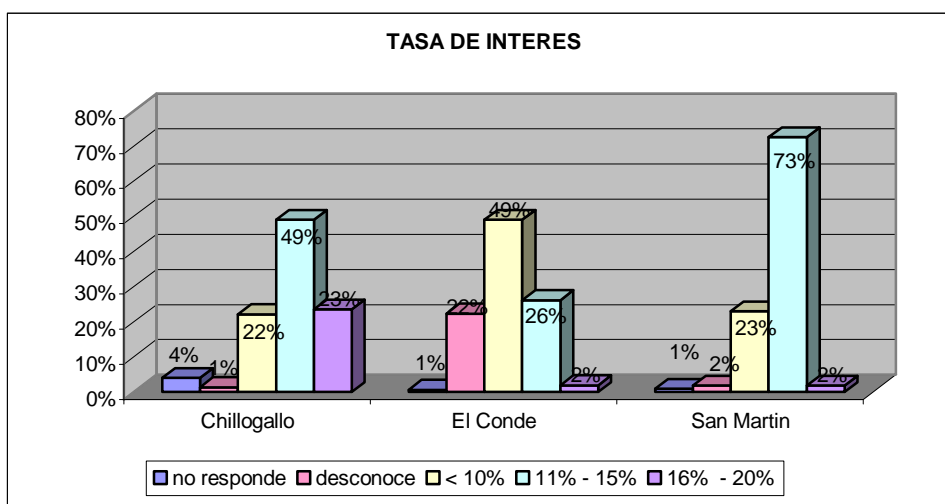
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Acerca de los servicios en los cuales potencialmente tendrían interés los encuestados, el 42% en el barrio San Martín, indica que el servicio médico dental es una prestación que les interesaría de la Cooperativa, de igual manera piensa el 28% de encuestados en el sector de El Conde y el 25% de Chillogallo, en segundo lugar, la beca escolar tiene el 23% de aceptación en Chillogallo, este mismo servicio tiene una acogida del 13% en el barrio El Conde, y el 20% en el sector de San Martín. A continuación, el 17% considera que servicio que el fondo mortuario les beneficiaría, ya que tendrían una gran facilidad cuando se presenta situaciones de calamidad, porque la cooperativa les facilitaría la sala de velación y demás gestiones necesarias; en menor proporción se consideran servicios como

un almacén de electrodomésticos en el cual las personas tendrían mayor facilidad de adquirir un artefacto eléctrico para su hogar. En el sector de El Conde al 32% le interesan todos los servicios que le podría ofrecer la cooperativa, pero en 11% se inclina por el seguro de desgravamen, ya que en caso de muerte del socio, la deuda quedaría saldada. Las encuestas realizadas en Chillogallo tienen el mismo comportamiento en los porcentajes que los del barrio San Martín.

27. ¿Cual es la tasa de interés que estaría dispuesto a pagar si adquiere un crédito?

Gráfico N° 45



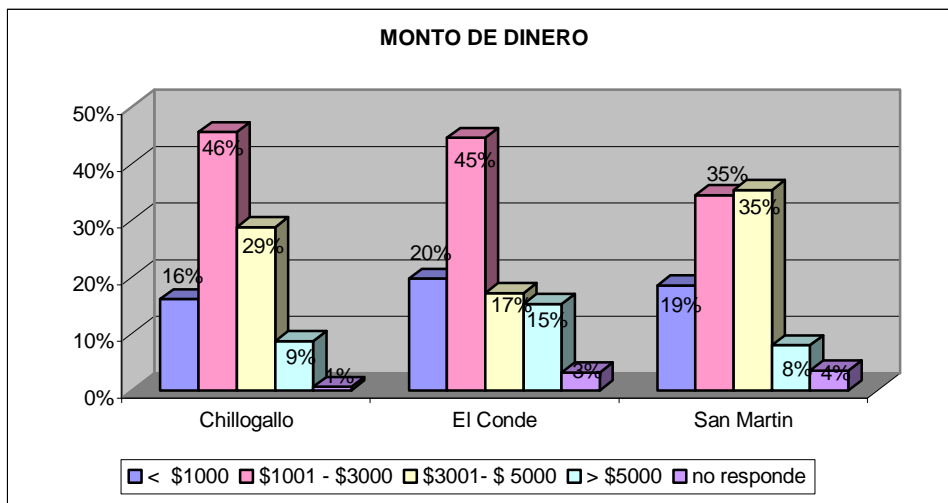
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Las encuestas realizadas en los sectores de Chillogallo y San Martín reportan que la tasa de interés por un crédito que estarían dispuestos a pagar los posibles clientes de la cooperativa esta en alrededor de el 11 al 15 por ciento de interés como máximo esto se refleja el 49% y 73% de respuestas respectivamente, mientras tanto, la primera opción que dan en el barrio El Conde es la disponibilidad a pagar una tasa de interés inferior al 10 por ciento según responde el 49% de personas, otro 26% estaría preparado para pagar del 11 al 15 por ciento por un crédito y el 22% de encuestados responde que desconoce o no entiende de lo que es la tasa de interés que cobra una entidad financiera. En Chillogallo el 23% señala estar de acuerdo en pagar un interés que fluctúe entre

el 16 y 20 por ciento, posteriormente el 22% aduce que solo estaría en la posibilidad de pagar una tasa menor al diez por ciento.

28. ¿Cual es el monto que estaría dispuesto a solicitar?

Gráfico N° 46

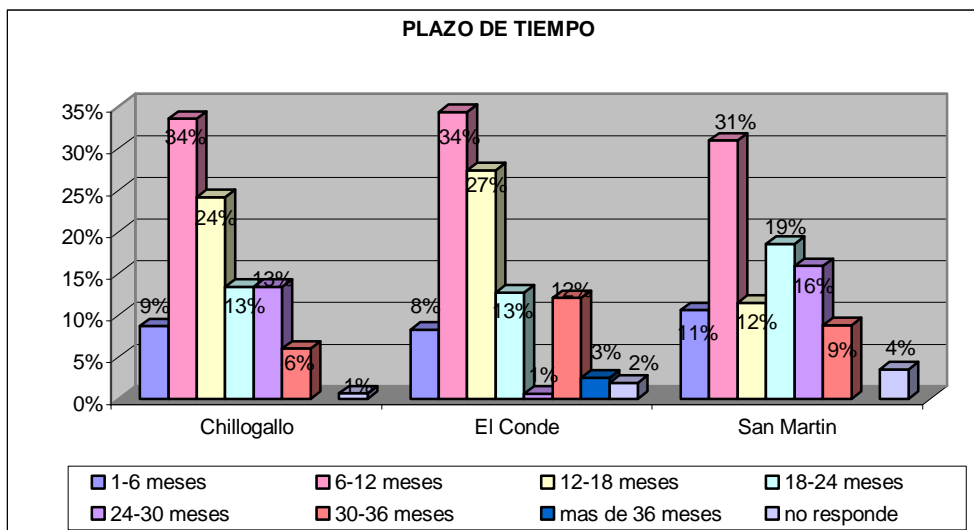


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Los montos que desearían solicitar los posibles clientes que respondieron a las encuestas realizadas en los tres barrios son afines, la opción que ocupa el primer lugar en los tres sectores es: de 1.000 y 3.000 dólares de posible préstamo a requerir en segundo lugar esta la opción de 3.001 a 5.000 dólares, en los siguientes puestos en descenso de posibles solicitudes de montos de dinero esta prestamos inferiores a \$1.000 dólares y por ultimo lugar potenciales prestamos de dinero que sobrepasan los \$5.000 dólares

29. ¿Cual es el plazo que estaría dispuesto a obtener para pagar su crédito?

Gráfico N° 47

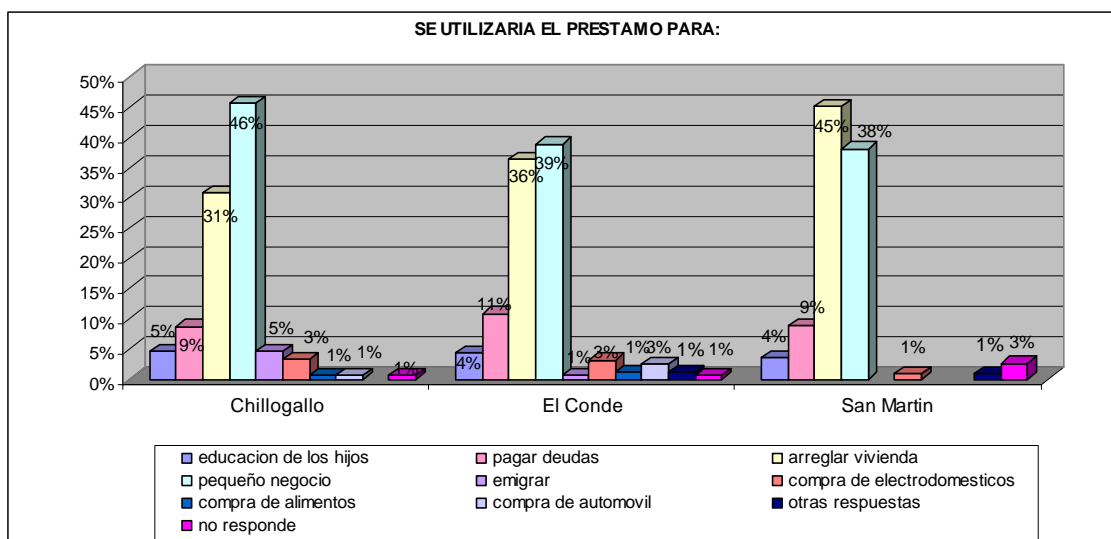


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Los encuestados señalan la preferencia a razón de tiempo que desearían obtener para pagar un préstamo es el plazo de 6 a 12 meses, es la opción que coincide en primer lugar en los tres barrios encuestados, en segundo lugar en plazo de tiempo esta entre 12 y 18 meses para pagar un crédito, indican los encuestados en los dos sectores Chillogallo y El Conde, a continuación sus escenarios son equivalentes en concordar en tercer lugar con el tiempo de 18 a 24 meses plazo y por último a plazos que se extenderían los 30 meses. En el contexto de San Martín difiere en: segundo lugar de plazos de tiempo esta de 18 a 24 meses que desean obtener pagar un crédito, a continuación esta el 16% de encuestados que optan de 24 a 30 meses plazo, el 11% opta por querer de uno a 6 meses máximo para pagar la deuda adquirida y por último de 30 a 36 meses plazo de tiempo.

30 ¿En que utilizaría el dinero del préstamo adquirido?

Gráfico N° 48



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Las principales razones que se distinguen en los primeros lugares de las encuestas realizadas en los barrios: El Conde y Chillolgallo con el 39% y 46%, responden el uso que le darían si obtuvieran un préstamo por parte de la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, utilizarían el dinero en poner un pequeño negocio o capitalizarlo mas señalaron aquellas personas que manifestaron ya poseer un negocio, a continuación el 36% y 31% definieron el uso de dinero para arreglar la vivienda que tienen, el siguiente lugar lo ocupa, la opción de pagar deudas con el posible préstamo a obtener, otras respuestas que cabe mencionar pero que fueron muy pocas las personas que las dieron son utilizar el préstamo para emigrar fuera del país, comprar un automóvil, para compras de alimentos o electrodomésticos. Las personas encuestadas en el sector de San Martín manifestaron en un 45% que la finalidad de préstamo seria en mejorar su vivienda o comprar un terreno para construirla, posteriormente un 38% indico que lo utilizaría para establecer un pequeño negocio para no depender de patrono alguno, el 9% señalo querer el dinero para saldar deudas adquiridas por último otro 9% divide sus posibilidades entre utilizar el dinero para la educación de los hijos, compra de electrodomésticos, adquirir un nuevo automóvil.

Cuadro Nº 21
LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE VARIABLES

PESO DE LA VARIABLE	VARIABLE	EL CONDE	Peso Ponderado	CHILLOGALLO	Peso Ponderado	SAN MARTIN	Peso Ponderado	RANGO DE CALIFICACION			
								1	2	3	4
0.09	Población	2	0.18	4	0.36	1	0.09	0-1000	1001-3000	3001-6000	mas de 6001
0.04	Propiedad de la Vivienda	3	0.12	3	0.12	4	0.16	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.03	Tiempo de propiedad en la vivienda	1	0.03	3	0.09	3	0.09	1-3 años	4-7 años	8 a 15 años	15 años a más
0.01	Número de miembros por hogar	3	0.03	4	0.04	2	0.02	solo	2-3 personas	4-5 personas	mas de 6 personas
0.02	Número de miembros que trabajan	2	0.04	2	0.04	2	0.04	1 persona	2 personas	3 personas	4 personas
0.04	Nivel de ingreso familiar	2	0.08	2	0.08	2	0.08	\$100 a 200	\$201 a 400	\$401 a 600	Mas de \$ 600
0.04	Porcentaje de familias que ahorran	4	0.16	3	0.12	3	0.12	75%-100%	51%-74%	25%-50%	0%-24%
0.02	Razones para ahorrar	3	0.06	4	0.08	4	0.08		Proteger de robos	Ganar los intereses	Solicitar un préstamo
0.06	Nivel de desconfianza	2	0.12	3	0.18	2	0.12	de 31% a mas	21% al 30%	11% - 20%	0% -10%
0.07	Demanda de prestamos	3	0.21	4	0.28	4	0.28	0%-20%	21%-40%	41%-60%	61%-80%
0.06	Porcentaje de solicitudes de prestamos	3	0.18	3	0.18	4	0.24	0%-20%	21%-40%	41%-60%	61%-80%
0.05	Dificultad de las familias para cumplir requisitos	1	0.05	1	0.05	1	0.05	61%-80%	41%-60%	21%-40%	0%-20%
0.02	Nivel de cumplimiento de requisitos	4	0.08	2	0.04	3	0.06	0%-60%	61%-80%	81% -90%	91% -100%
0.02	Porc. de familias que obtienen prestamos a bancos y C	4	0.08	3	0.06	4	0.08	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.07	Consistencia con la tasa de interes de la coop.	2	0.14	3	0.21	2	0.14	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.04	Monto de prestamo	4	0.16	3	0.12	4	0.16	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.05	Disposicion al cambio de entidad financiera	1	0.05	4	0.2	2	0.1	0%-10%	11%-20%	21%-30%	31% - 40%
0.06	Nivel de competencia	4	0.24	3	0.18	3	0.18	75%-100%	51%-74%	25%-50%	0%-24%
0.04	Posicionamiento de la organización	1	0.04	1	0.04	2	0.08	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.06	Interes en la nueva agencia	4	0.24	3	0.18	4	0.24	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.06	Disposicion a pagar por servicios financieros	4	0.24	4	0.24	3	0.18	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.02	Montos potenciales de credito	3	0.06	1	0.02	1	0.02	0%-24%	25%-50%	51%-74%	75%-100%
0.03	Consistencia con plazos de credito	3	0.09	2	0.06	3	0.09	mas de 18 meses	12-18 meses	6-12 meses	1-6 meses
1		63	2.68	65	2.97	63	2.7				

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

3.2.9 EVALUACIÓN DE VARIABLES

El análisis de los factores para determinar la localización de la agencia ya mencionada, esta dado en base a la información obtenida en cada una de las respuestas de la encuesta realizada, así como en los datos conocidos mediante la investigación del mercado.

Para realizar este análisis, asimismo, se han incluido las variables relevantes para la determinación de la mejor elección, y se les ha asignado un peso de importancia para la agencia.

El peso asignado a las variables está en función del conocimiento que el investigador tiene de la organización, para lo cual se ha validado su coherencia con funcionarios de la cooperativa “La Nueva Jerusalén”. Además, se da una calificación de ocurrencia a cada una de las variables²⁸ y a cada uno de los tres barrios involucrados, esta valoración se ha multiplicado por el peso de la variable y se ha obtenido el peso ponderado de cada sector. La sumatoria final de la columna de peso ponderado de cada barrio arroja un resultado, de los cuales el que sea mayor, representa al de mejores posibilidades, en este caso, se determina que la localización de la agencia debe estar en el barrio de Chillogallo.

La variable población posee un peso de 9% por la importancia que tiene el número de habitantes para la cooperativa de ahorro y crédito, esto se refiere a las altas posibilidades de adherir más socios, es decir que mientras mayor sea la población existente en el sector, será mayor la posible demanda de los servicios que ofrece la agencia de la Cooperativa, como el barrio Chillogallo presenta un mayor dato poblacional, su calificación es 4 (Mucho impacto). Posteriormente, sigue la calificación el barrio El Conde 2 (Bajo impacto), y por ultimo, el barrio San Martín que presenta el más bajo número de personas, por tal motivo la calificación es 1 (No hay impacto).

²⁸ La matriz de evaluación de variables tiene una calificación de ocurrencia:

1 = No hay impacto; 2 = Bajo impacto; 3= Impacto regular; 4 = Mucho impacto

La variable Propiedad de la vivienda posee un peso de 4%, porque saber que las personas gozan de tener un bien inmueble, representa una variable muy significativa para la Cooperativa, porque le facilitaría la localización del cliente, y además que le puede servir de garantía de algún préstamo que desee solicitar, los datos que arrojó el estudio de mercado es que en el barrio Chillogallo existe un mayor porcentaje de personas que poseen vivienda propia, por tal motivo la calificación es 4 (Mucho impacto), pero San Martín no existe un nivel significativo de personas que tengan vivienda propia, por lo cual recibe la calificación de 3 (Impacto regular), igualmente en el barrio San Martín, la mayor parte de la población no posee garantías inmuebles, por lo que la calificación es 3 (Impacto regular). Esta variable está directamente relacionada con la variable tiempo que las familias habitan en la vivienda.

La variable número de miembros que posee un hogar tiene un peso de importancia del 1%, y esta directamente relacionada con el número de personas que trabajan en el hogar, la misma que posee un porcentaje de importancia del 2%, se observa que mientras menor sea el número de perceptores de un hogar menor será el número de personas que trabajan por la familia, y consecuentemente, tendrán un menor nivel de ingreso familiar, esta variable tiene un peso del 4%, estas tres variables son directamente proporcionales y su calificación significa que entre menor sea el número más baja es la calificación obtenida. El barrio Chillogallo presenta la calificación más alta, que alcanza a 4 en relación al número de miembros por hogar, seguido de El Conde y San Martín con una calificación de 2, por poseer en su mayoría familias conformadas por 2 y 3 miembros solamente.

En cuanto a la variable miembros del hogar que trabajan, se da un empate en los tres sectores, presentándose el caso de que en la mayoría de familias solamente dos personas están trabajando, los tres sectores poseen una calificación de 2, lo que significa que el impacto es bajo.

Las variables nivel de ingreso y porcentaje de las familias que ahorran poseen un peso de importancia del 4% cada una, esto se debe a que las familias que poseen un nivel de ingreso bajo, lo que podría afectar la propensión al ahorro. En los tres sectores se da una calificación de 2 (Bajo impacto) porque presentan similares niveles de ingresos, es decir bajos, pero se ve la necesidad de endeudarse al no tener el suficiente dinero para cubrir sus necesidades, sin embargo, en la variable familias que ahorran, El Conde presenta una calificación de 4 (Mucho impacto), esto se da porque en comparación de los otros dos barrios, El Conde presenta un porcentaje bajo de familias que ahorran, a los barrios Chillogallo y San Martín se les da la calificación de 3 (impacto regular) porque, en el presente estudio se desea encontrar personas dispuestas a endeudarse y se les pueda ofrecer el crédito que necesitan.

La variable Razones para ahorrar tiene un peso de importancia del 2%, porque el principal interés de utilizar esta variable es saber quienes están dispuestos a ahorrar para solicitar un préstamo por lo cual se da una calificación de 4 para los barrios Chillogallo y San Martín, mientras que el sector El Conde tiene una calificación de 3 por tener como razón principal de ahorro ganar intereses.

La variable nivel desconfianza se le da un peso de grado del 6%, porque es importante saber el nivel de inseguridad que tienen las familias en una institución financiera, mientras más bajo sea el nivel de confianza que tengan las familias en una entidad financiera, será mejor para la organización porque la cooperativa podrá atraer a mayor número de socios a lo largo de su funcionamiento, Chillogallo, El Conde y San Martín poseen la misma calificación de 3 porque poseen el mismo nivel de desconfianza.

A la variable Demanda de préstamos se le da un 7% de peso porque para este estudio es primordial saber cual de los tres sectores poseen mayor demanda de servicios financieros, los cuales serían cubiertos por la agencia de la cooperativa. Los barrios de Chillogallo y San Martín poseen una demanda similar con calificación de 4.

La variable solicitudes de préstamos, significa que mientras más alto es el porcentaje de personas que han solicitado un préstamo es mejor para la cooperativa, porque se puede ver la necesidad de obtener un crédito El barrio San Martín presenta el mayor porcentaje de solicitudes, por tal razón tiene una calificación de 4, seguido por los barrios El Conde y Chillogallo con la calificación de 3 cada uno.

La variable Nivel de cumplimiento de requisitos tiene un peso de importancia de 2%, y se califica en base a las personas que cumplieron con los requisitos exigidos y obtuvieron el crédito solicitado, se puede observar que el barrio El Conde presenta un mayor porcentaje de personas que han obtenido el préstamo, lo que le da la calificación de 4, seguido del barrio San Martín con calificación 3, y por último, Chillogallo con 2, porque muchas familias no tuvieron un buen nivel de cumplimiento, y por este motivo no obtuvieron el préstamo deseado.

La variable Porcentaje de familias que obtuvieron el préstamo de bancos y cooperativas de ahorro y crédito, esta calificada en base a la experiencia e interés de recibir servicios financieros de instituciones, lo cual es de alto interés para la cooperativa “La Nueva Jerusalén”. Los barrios El Conde y San Martín presentan una calificación de 4, lo que muestra que de las personas que solicitaron los préstamos en estos barrios, la mayoría de solicitantes obtuvieron su crédito.

La variable, Consistencia con la tasa de interés de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” tiene el peso de 7% y proporciona información importante para el presente estudio, a los tres sectores se los califica comparando la tasa de interés que pagaron por el préstamo obtenido, con la tasa activa de crédito que ofrece la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”. Al barrio Chillogallo se lo califica con 3, puesto que se tiene mejor calificación si la tasa pagada es más alta a la ofrecida por la cooperativa, los barrios San Martín y El Conde tienen la misma calificación de 2 (Bajo impacto).

La Variable Monto de préstamo se califica en base a la cantidad de posibles créditos con mayores montos solicitados, es decir que mientras mayor sea la

cantidad solicitada, será mejor para la agencia. El barrio Chillogallo y El Conde presentan un ambiente idóneo, por lo que tienen la calificación de 4.

La variable disposición al cambio de entidad financiera, en base a la experiencia que tuvieron las familias cuando obtuvieron los préstamos en las diferentes entidades, el peso de la variable significa que entre mayor haya sido el número de familias que tuvieron una mala experiencia con la institución que les otorgó el crédito, el barrio tendrá una mejor calificación, porque la mala experiencia generará una mayor disposición de las familias a cambiar de entidad financiera. De acuerdo a este criterio, el barrio Chillogallo tiene calificación de 4.

La variable nivel de competencia se califica en base a las familias que conocen entidades financieras en el sector, mientras menor sea el porcentaje de familias que conocen instituciones en el sector, el barrio tendrá una mejor calificación. Según este análisis, El Conde tiene calificación de 4. (Mucho impacto).

La variable posicionamiento de la organización se califica en base al conocimiento que tienen las familias de la existencia de la cooperativa "La Nueva Jerusalén". En los barrios El Conde y Chillogallo se puede apreciar de acuerdo a la calificación de 1 (No hay impacto), que no conocen a la cooperativa, mientras que en el barrio San Martín intrascendentemente parte de su población conoce de la cooperativa, por lo que tiene la calificación de 2.

La variable interés en la nueva agencia se califica de acuerdo al interés que muestran las familias por la ubicación de la agencia de la cooperativa en el sector donde viven, la mayor aceptación para el establecimiento de la nueva agencia está en los barrios El Conde y San Martín, por lo que se les asigna la calificación de 4.

La variable Disposición a pagar por servicios financieros significa que mientras mayor sea el porcentaje de personas, mejor será la calificación asignada, por este motivo, los barrios El Conde y Chillogallo tienen una calificación de 4, es decir,

están dispuestos a pagar tasas superiores al 10% anual por los préstamos a ser asignados.

La variable Montos potenciales de crédito significa que mientras mas alto el monto del préstamo más intereses podría generar. El barrio el Conde presenta el porcentaje más alto de montos de volumen elevado a solicitar, por esta razón se le da una calificación de 3 (impacto regular), mientras tanto, los otros dos barrios no presentan un escenario idóneo, por eso tienen la calificación de 1.

La variable Consistencia con los plazos del crédito tiene un peso del 3%, y su calificación será más alta a medida que las familias estén dispuestas a pagar el préstamo en un plazo más corto, así la agencia podría recuperar más rápido la cartera de crédito y realizar nuevos préstamos. El Conde y San Martín presentan los plazos más cortos para el pago de los créditos a ser otorgados por la agencia de la cooperativa “La nueva Jerusalén”, y tienen una calificación de 3.

Como se ha mencionado, una vez evaluados los factores más importantes para calificar la mejor ubicación de la nueva agencia de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” en uno de los barrios involucrados en este estudio, se puede concluir que el sitio idóneo es en el barrio Chillogallo porque presenta el ambiente más favorable para garantizar el éxito de las operaciones de la organización.

3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta está determinada por el número de empresas que se encuentran operando en el mercado, es decir, las instituciones que están ofreciendo servicios financieros, además de esto, la oferta está influenciada por la capacidad de cada organización para poner a disposición el servicio, es decir, el tipo de recursos con que cuenta, la calidad de su personal, el nivel de confianza alcanzado por los clientes, entre otros factores.

Además, vale recalcar que la oferta del mercado depende de diferentes condiciones que pueden variar según la forma de presentar los servicios a los clientes, estas se explican de la siguiente manera:

3.3.1 COMPETENCIA PERFECTA

Un mercado meramente competitivo presenta las siguientes condiciones²⁹:

- .
- Existen muchas empresas en el mercado, actuando cada una de ellas de forma independiente y siendo cada una poco importante en relación con el tamaño del mercado, de manera que la decisión de una sola empresa, ya sea de interrumpir totalmente su servicio o de ofertarlo a máxima capacidad, no provoque un cambio perceptible en la oferta del mercado o en el precio del mismo.
- Las empresas deben poder entrar o salir del mercado a su gusto y discreción
- Los productos ofrecidos para la venta en este mercado se supone que son homogéneos, es decir, la producción de una empresa es la misma que la de cualquier otra en el mercado.
- Se supone también que existen muchos compradores individuales en el mercado, tantos, de hecho, que se supone que compradores y vendedores individuales actúan independientemente. No existe confabulación o conveniencia entre compradores y vendedores.

Los economistas se refieren a una empresa individual en un mercado perfectamente competitivo como una entidad adoptadora de precios.

Si una institución individual de ese mercado tratase de vender sus productos a un precio mayor que el del mercado, los compradores recurrirían a las demás instituciones, y si lo hicieran a un precio inferior, vendería toda su producción.

²⁹ Varian Hal, "Microeconomía Intermedia", Barcelona, 2003, pág. 752

3.3.2 MONOPOLIO

El monopolio es una estructura de mercado en la que una única empresa u organización provee de un producto o servicio a una determinada región o área³⁰, este tipo de monopolio en el que solo existe un vendedor, recibe el nombre de “monopolio de oferta”. Se produce, entre otros, en productos o servicios nuevos o muy sofisticados, especialmente cuando están protegidos por patentes, licencias, economías de escalas o cuando existen barreras de entrada muy fuertes para otras empresas. Desde el punto de vista de la teoría económica, el monopolio es una situación esencialmente negativa porque no se consigue una asignación eficiente de recursos en el largo plazo. Además, produce efectos negativos al consumidor, puesto que se ofrece una menor cantidad del bien o servicio a un precio más alto, en comparación con la situación ideal de competencia perfecta.

3.3.3 OLIGOPOLIO

Es una estructura de mercado en la que participan pocos productores, tanto si se ofrece un bien o servicio homogéneo como diferenciado mediante marcas. El caso extremo del oligopolio es aquel en el que existen dos productores y se denomina duopolio³¹. Una de las características de este tipo de mercado es la capacidad que el empresario tiene de influir sobre las decisiones de sus competidores con sus propias acciones y de ser influenciado por las decisiones de sus rivales³².

Se puede concluir que existe Oligopolio en el sector, porque se presentan pocas entidades financieras se pueden citar algunas ya que en las encuestas realizadas los entrevistados mencionaron: las Cooperativas de ahorro y crédito Chibuleo, Alianza del Valle, Mutualista Benalcázar y Banco Pichincha, existiendo en el

³⁰ R. Dorbush, “Macroeconomía”, 2003

³¹ “Duopolio,” Diccionario actual de la lengua española, Planeta- Deagostini

³² El ejemplo clásico de esta posibilidad son las guerras de precios, en las que la decisión de un empresario de rebajar el precio con objeto de absorber una mayor parte del mercado se ve neutralizada por la respuesta de sus competidores de rebajar a su vez sus precios.

sector una población numerosa, evidenciándose que no son suficientes las instituciones que se hallan en el lugar.

3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda, es la cantidad de bienes y/o servicios que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento.

La cantidad de mercancías que los consumidores están dispuestos a comprar depende de un conjunto bastante amplio de variables: de su precio, de la utilidad que les asignen, de las cantidades que ya posean, de la disponibilidad de otras mercancías sustitutivas y complementarias, de sus ingresos y de las expectativas que tenga acerca de su renta futura, sin embargo, se considera en economía, a todas estas variables como constantes a excepción del precio y la cantidad.

3.4.1 DEMANDA EFECTIVA ANUAL

La demanda efectiva es la cantidad de bienes o servicios que el mercado se encuentra obteniendo en la actualidad, como se puede apreciar en el cuadro siguiente, y según la pregunta número 12 realizada a la totalidad del universo de estudio el 41% solicitaron créditos en los últimos dos años, es decir 1207 familias en Chillogallo, de las cuales el 70% si obtuvo el préstamo, es decir 845 familias.

Cuadro Nº 22

Pregunta 12			
Familias que solicitaron préstamos en los últimos 2 años		Familias que obtubieron préstamos en los últimos 2 años	
%	No. De familias	%	No. De familias
41%	1207	70%	845

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 23

Pregunta 19		Pregunta 7		Pregunta 16				
Montos de crédito de las familias		Numero encuestas	Porcentaje de respuestas	Poblacion numero defamilias	Montos de credito promedio	Monto de credito satisfecho	Tasa promedio anual de interes	Disposicion a pagar por intereses en el mercado
< \$1000	1000	26	37%	312	500	156,245.65	13%	20,311.93
\$1001 - \$3000	3000	27	39%	329	1500	494,074.08	13%	64,229.63
\$3001- \$ 5000	5000	15	21%	177	2500	443,399.82	13%	57,641.98
> \$5000	5000	2	3%	25	5000	126,685.66	13%	16,469.14
	no responde			0		-	13%	-
Total		70	100%	845		1,220,405.21		158,652.68

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Los préstamos obtenidos por las 845 familias mencionadas en el párrafo anterior son de distintos montos en promedio, y ascienden a 1'220.405,21 dólares a una tasa promedio del 13%, habiendo pagado un total de 158.652,68 dólares anuales de intereses.

3.4.2 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha está compuesta por aquella cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a obtener y que no esta siendo ofrecida en el mercado, esta se puede traducir también en montos de dinero disponibles para ser gastados.³³

El cuadro N° 24 muestra la cantidad de dinero que la población de Chilligallo esta dispuesta a obtener como préstamo a una tasa promedio del 13 por ciento anual, este monto asciende a 5'658.387,27 dólares anuales que constituyen una demanda insatisfecha.

³³ Diaz Jaime, Escuela Politecnica Nacional, Notas de clase, Microeconomia. 2003

Cuadro N° 24

Pregunta 28		Pregunta 28						
Montos de crédito de las familias		Numero encuestas	Porcentaje de respuestas	Poblacion numero defamilias	Montos de credito promedio	Monto de credito insatisfecho	Tasa promedio anual de interes	Disposicion a pagar por intereses en el mercado
< \$1000	1000	24	16%	474	500	237,000.51	13%	30,810.07
\$1001 - \$3000	3000	68	46%	1343	1500	2,014,504.37	13%	261,885.57
\$3001- \$ 5000	5000	43	29%	849	2500	2,123,129.60	13%	276,006.85
> \$5000	5000	13	9%	257	5000	1,283,752.78	13%	166,887.86
no responde		1	1%	20		-	13%	-
Total		149		2943		5,658,387.27		735,590.34

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Lo anterior se justifica en la pregunta número 28 del estudio de mercado donde de acuerdo a los porcentajes de la tabla anterior, las familias están dispuestas a recibir montos promedio de préstamos que van desde 500 a 5.000 dólares al año. Existe una disposición a pagar interés por un valor de 735.590,34 dólares anuales.

Al restar la demanda efectiva del Cuadro N° 23 con respecto a la demanda insatisfecha que se muestra en el cuadro N° 24 se ha obtenido la demanda insatisfecha real que tiene el presente proyecto, la misma que asciende a 4*437.382,06 dólares que son requeridos en el mercado como préstamos para las familias y que no están disponibles.

Cuadro N° 25

Oferta	1,220,405.21	Participación de la demanda insatisfecha		Intereses ganados	
Demanda	5,658,387.27	%	\$	%	\$
Demanda Insatisfecha	- 4,437,982.06	7%	- 310,658.74	13.00%	-40385.63671

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Como se muestra en el cuadro anterior, la participación de la nueva agencia, de acuerdo a los datos obtenidos en el mercado, los cuales serán explicados en el presente capítulo, será del 7% del total de la demanda insatisfecha, quedando la diferencia a disposición de otras entidades financieras. En dinero, la agencia ofrecerá prestamos por alrededor de 310.658,74 dólares a una tasa del 13%

anual, obteniendo alrededor de 40.385 dólares de interés. Esto se explica con mayor detalle en los cuadros siguientes.

3.4.3 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial se ha calculado considerando las posibilidades de la nueva agencia de ahorro y crédito de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén” para poder ofrecer y cubrir la demanda insatisfecha. Esta demanda potencial está limitada a la cantidad de recursos disponibles para ofrecer en calidad de préstamos según lo requiere el mercado, debido a estas limitaciones se conoce que no se podrá cubrir la totalidad de la demanda insatisfecha, sino únicamente un porcentaje moderado del 7%, dejando a disposición de otras entidades financieras la cobertura de la demanda insatisfecha no cubierta, se ha explicado en párrafos anteriores.

El cuadro N° 26 hace referencia al porcentaje que según la investigación de mercado, las familias depositan en promedio anualmente con respecto al ingreso, y de acuerdo con la pregunta número 28 en el mismo cuadro se muestra tanto los porcentajes como el número de familias que están dispuestas a ahorrar para continuar con el proceso de obtención de crédito en Chilligallo. Es importante mencionar que estos porcentajes han sido tomados de la totalidad del universo de estudio, es decir 2943 familias.

Cuadro N° 26

Pregunta 28		
Promedio de ahorro familiar anual con respecto al ingreso	Porcentaje de respuestas	Poblacion numero de familias
10%	16%	474
10%	46%	1343
10%	29%	849
10%	9%	257
10%	1%	20

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

El cuadro N° 27 muestra el nivel de ingresos mensuales de Chillogallo, tomando como referencia los datos obtenidos en la pregunta número 7 del análisis de mercado, el 35% de las familias percibe un ingreso promedio de 150 dólares al mes, el 40% percibe un promedio de 300 dólares mensuales, finalmente, el 21% y el 4% de las familias tienen ingresos de 500 y 600 dólares respectivamente. Las cuatro ultimas columnas corresponden al número de familias que tienen distintos porcentajes de ingreso en el barrio de Chillogallo, estos datos serán utilizados posteriormente para calcular los ingresos en dinero anual.

Cuadro N° 27

Nivel de ingreso familiar mensual promedio de Chillogallo (Preg 7)							
35% de familias con ingresos de 100 a 200	40% de familias con ingresos de 201 a 400	21% de familias con ingresos de 401 a 600	4% de familias con ingresos superiores a 600				
35%	40%	21%	4%	familias con ingresos promedio de 150 USD	familias con ingresos promedio de 300 USD	familias con ingresos promedio de 500 USD	familias con ingresos promedio de 600 USD
150	300	500	600	166	190	100	19
150	300	500	600	470	537	282	54
150	300	500	600	297	340	178	34
150	300	500	600	90	103	54	10
150	300	500	600	7	8	4	1
				1030	1177	618	118

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Según se puede advertir en el cuadro siguiente, los ingresos anuales de las familias con distintos niveles de ingreso mensual han sido proyectados de acuerdo a los porcentajes de familias y al volumen de sus ingresos mensuales que muestra la pregunta número siete, cuyos montos anuales por sector de ingreso son los siguientes:

Cuadro N° 28

Ingreso anual Familiar			
familias con ingresos promedio de 150 USD	familias con ingresos promedio de 300 USD	familias con ingresos promedio de 500 USD	familias con ingresos promedio de 600 USD
298,620.65	682,561.48	597,241.29	136,512.30
846,091.83	1,933,924.19	1,692,183.67	386,784.84
535,028.66	1,222,922.65	1,070,057.32	244,584.53
161,752.85	369,720.80	323,505.70	73,944.16
12,442.53	28,440.06	24,885.05	5,688.01

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Los ingresos percibidos por las familias durante un año ascienden, según el cuadro N° 29, a 1'064.689,26 dólares, y como se ha mencionado, existe un promedio de ahorro por familia del 10% de sus ingresos, principalmente como encaje o depósitos encaminados a la consecución de préstamos, esto da como resultado a una posibilidad total de ahorro en este sector de 1'064.689,26 dólares.

Cuadro N° 29

Promedio de ahorro familiar anual con respecto al ingreso	Ahorro anual familiar				total
	familias con ingresos promedio de 150 USD	familias con ingresos promedio de 300 USD	familias con ingresos promedio de 500 USD	familias con ingresos promedio de 600 USD	
10%	29.862,06	68.256,15	59.724,13	13.651,23	171.493,57
10%	84.609,18	193.392,42	169.218,37	38.678,48	485.898,45
10%	53.502,87	122.292,27	107.005,73	24.458,45	307.259,32
10%	16.175,29	36.972,08	32.350,57	7.394,42	92.892,35
10%	1.244,25	2.844,01	2.488,51	568,80	7.145,57
	185.393,65	423.756,92	370.787,30	84.751,38	1.064.689,26

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

De acuerdo a lo propuesto por el estudio de mercado, específicamente en la pregunta número 25, el 60% de la población tiene interés en recibir los servicios que pueda brindar la nueva agencia, sin embargo, se ha considerado ajustar el

proyecto a un ambiente conservador, tomando únicamente el 22% de la población que esta de acuerdo con la apertura de la agencia, quienes figuran como clientes potenciales y cuyos ahorros llegarían a 232.659,61 dólares que la institución podría captar para generar créditos, que aplicados a una tasa del 13% anual, permitirían a la institución financiera a obtener 30,245,74 dólares de intereses durante el primer año de funcionamiento.

Cuadro N° 30

Capacidad instalada porcentaje de participación con respecto a la demanda insatisfecha	familias con ingresos promedio de 150 USD	familias con ingresos promedio de 300 USD	familias con ingresos promedio de 500 USD	familias con ingresos promedio de 600 USD	Total	Monto de prestamos 1*1	Tasa promedio anual de interes	Ingresos anuales por intereses
22%	6570	15016	13139	3003	37,728.59	37,728.59	13%	4,904.72
22%	18614	42546	37228	8509	106,897.66	106,897.66	13%	13,896.70
22%	11771	26904	23541	5381	67,597.05	67,597.05	13%	8,787.62
22%	3559	8134	7117	1627	20,436.32	20,436.32	13%	2,656.72
	40513	92601	81026	18520	232,659.61	232,659.61		30,245.75

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Además de los ingresos por intereses, se pretende percibir ingresos por cuotas de inscripción de cada uno de los socios, las que serán de 25 dólares por una sola vez para la apertura de la cuenta, este valor multiplicado por el número de familias con distintos niveles de ingreso que se indican el cuadro N° 27, permitirán obtener un monto aproximado de 16.185,16 dólares al año, esto se puede verificar en el cuadro a continuación.

Cuadro N° 31

Ingresos por inscripción					
familias con ingresos promedio de 150 USD	familias con ingresos promedio de 300 USD	familias con ingresos promedio de 500 USD	familias con ingresos promedio de 600 USD	Total	valor de la inscripcion
912	1043	547	104	2,607.01	25
2585	2955	1551	295	7,386.52	25
1635	1868	981	187	4,670.89	25
494	565	297	56	1,412.13	25
38	43	23	4	108.63	25
5665	6474	3399	647	16,185.16	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

3.5 ANÁLISIS INGRESOS PROYECTADOS PARA LA AGENCIA EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

Cuadro N° 32

Detalle	Ingreso anual									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inscripciones	16,185.16	16994.42	17844.14	18736.35	19673.16	20656.82	21689.66	22774.15	23912.85	25108.50
Intereses ganad	30,245.75	31758.04	33345.94	35013.24	36763.90	38602.09	40532.20	42558.81	44686.75	46921.08
TOTAL	46,430.91	48,752.46	51,190.08	53,749.58	56,437.06	59,258.91	62,221.86	65,332.95	68,599.60	72,029.58

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Una vez conocidos los ingresos del primer año mencionado en el cuadro N° 30 y Cuadro N° 31, se ha proyectado el ingreso anual de la agencia a diez periodos, tomando en cuenta las posibilidades de crecimiento que permite el mercado del 5% anual en cada año consecutivo, esto se puede apreciar en el cuadro anterior, cuyos valores serán trasladados la fila de ingresos del flujo de caja a realizarse posteriormente en el capítulo de análisis financiero.

Cuadro N° 33

Provisión cuentas incobrables	Tasa pasiva	Pago anual de intereses									
2%		928.62	975.05	1023.80	1074.99	1128.74	1185.18	1244.44	1306.66	1371.99	1440.59
	4.00%	9,306.38	9771.70	10260.29	10773.30	11311.97	11877.57	12471.45	13095.02	13749.77	14437.26

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

También se han proyectado los egresos posibles por pago de intereses a los socios a una tasa pasiva del 4%, considerando un incremento del 5% de un año a otro, estos valores pueden verificarse en la tabla anterior, además se consideran egresos a las provisiones para cuentas incobrables por el 2% de los créditos. Es importante recalcar además, que estos egresos se han registrado en el flujo de caja del capítulo cinco, análisis financiero.

CAPÍTULO IV.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ESTRATÉGICA DE LA NUEVA AGENCIA DE LA COOPERATIVA

4.1 ASPECTOS LEGALES

La presencia incesante y el aumento de nuevos socios marcan nuevos retos para la Cooperativa, que se ve en la necesidad de ampliar su cobertura para llegar a más personas, la permanente accionar por el desarrollo socio-económico de la comunidad, lo cual le impulsa a generar nuevas propuesta de trabajo

La agencia en formación, tendrá el objetivo de promover la cooperación económica y social entre los nuevos asociados que tenga, y para lograr esta finalidad, procederá a recibir los ahorros de los socios y depósitos a plazo fijo que éstos realicen, efectuar cobros y pagos, así como todas aquellas necesarias para el desarrollo de la cooperación crediticia, dentro del marco legal permitido para las cooperativas.³⁴

Cuando se pretende abrir nuevas oficinas, sucursales o agencias que tengan por objeto la prestación de servicios restringidos, la naturaleza de la correspondiente agencia debe ajustarse a exigencias para su apertura, de acuerdo a los requerimientos establecidos por la Dirección Nacional de Cooperativas, la cual tuvo a bien informar que el principal requisito es que en el estatuto de la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, conste escrito que la cooperativa puede abrir agencias para atención al público, y es lo que se puede observar:

“Art. 82.- La Cooperativa podrá crear sucursales o agencias, obteniendo la autorización respectiva del organismo de control.”

³⁴ Estatuto reformado de la Cooperativa de ahorro y crédito “la nueva Jerusalén”, artículo 5, literal (a)

El Gerente de la Cooperativa es el representante legal de la entidad, se encargara de presentar la respectiva documentación ante uno de los organismos de control, que es la Asamblea de Administración, la que emitirá el respectivo criterio.

El gerente presentara la solicitud escrita que contenga, al menos la siguiente información:

a) Exposición de las razones que justifican la apertura que se propone, adjuntando extracto del acta de la reunión en la cual el órgano competente adoptó la decisión correspondiente.

b) Ubicación precisa del nuevo establecimiento de comercio o de la zona respectiva, su naturaleza (sucursal o agencia), así como la descripción y delimitación geográfica de su área de influencia.

c) Estudios socio-económicos y técnicos de viabilidad. En dichos estudios se debe apreciar de manera clara la obtención de punto de equilibrio operacional

d) Indicación específica de los siguientes aspectos:

- Inversión estimada para su instalación
- Horario básico de funcionamiento
- Medidas de seguridad que se adoptarán
- Servicios que se prestarán
- Logística humana y técnica para la prestación del servicio, incluyendo la forma como se movilizará el efectivo, y su respectivo costo.
- Estructura detallada de los costos y gastos de la oficina que se pretende abrir. En este punto, se debe anexar el organigrama de dicha oficina con los cargos y la asignación básica de cada uno de ellos.

Los aspectos descritos, permiten identificar que existe viabilidad legal para la apertura de la nueva agencia, debido a que se cumple con lo prescrito por la autoridad competente.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA DE LA AGENCIA

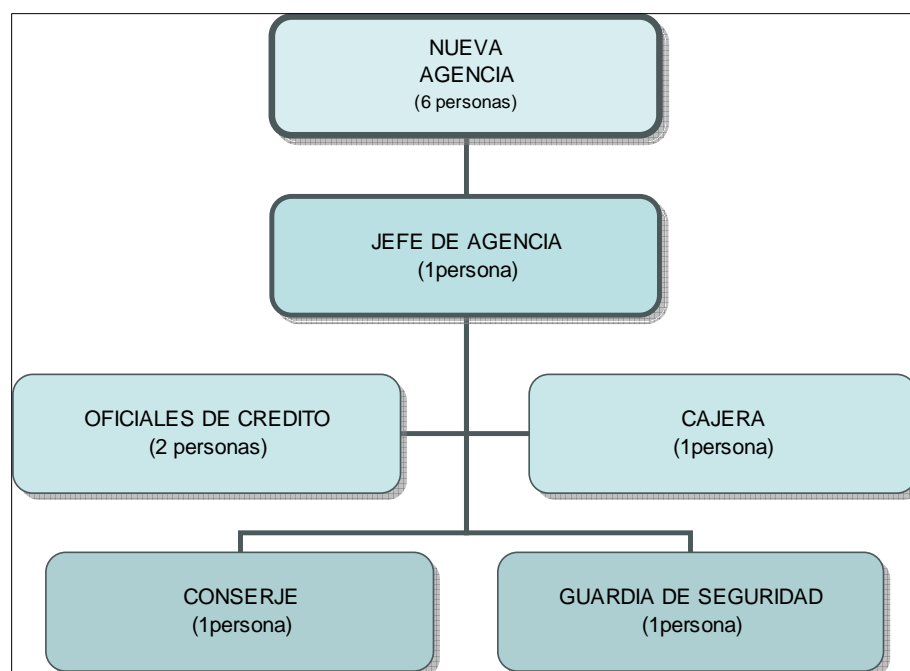
La agencia de La Cooperativa de ahorro y crédito La Nueva Jerusalén se podrá organizar, aplicando los principios de la administración moderna, llevando a cabo actividades pertinentes a información para el nuevo socio, registro de cuentas, planeación del trabajo, manejo del recurso humano y su salud ocupacional, producción y venta de los productos, la prestación de servicios y atención al cliente; también estará pendiente del mantenimiento de equipos, la seguridad hacia el interior y exterior de la organización y el manejo efectivo de los recursos monetarios que tendrá a su disposición. El organigrama que define las funciones de la agencia se muestra a continuación.

4.2.1 ORGANIGRAMA

Para el manejo adecuado de las actividades que desempeñe, la agencia estará compuesta de la siguiente estructura organizacional:

Gráfico N° 49

Organigrama de posiciones de la agencia



Elaborado por: La autora

Cada uno de los puestos que componen el organigrama será detallado en el presente capítulo, con la finalidad de alcanzar una mejor comprensión de la naturaleza de la organización.

4.2.2 SISTEMA ADMINISTRATIVO³⁵

El sistema administrativo ha sido establecido de acuerdo a los objetivos de crecimiento que tiene la cooperativa, observando las características técnicas y capacidad instalada que esta puede ofrecer, y el ordenamiento organizacional de la matriz de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén” estará enfocado a cumplir con la prestación de servicios cooperativos financieros a la comunidad, en el barrio de Chillogallo, al sur de la ciudad de Quito.

4.2.2.1 Descripción de puestos

La estructura de mandos altos y medios se establece mediante los niveles de liderazgo piramidal, tal como se puede apreciar en el siguiente diagrama:

Gráfico N° 50
Estructura de liderazgo de la agencia



Fuente y elaboración: La autora

³⁵ CERTO, Samuel C., Administración moderna: diversidad, calidad, ética & el entorno global, Bogotá, Colombia, 599 p.

Este liderazgo mencionado, debe ser el adecuado para llevar al personal de la organización al cumplimiento de los objetivos institucionales, que serán expuestos posteriormente, sin embargo, a continuación se hace una breve descripción de las funciones del personal

Jefe de Agencia

El jefe de agencia es el núcleo de la responsabilidad total de la filial de la cooperativa, en donde se toman las decisiones definitivas por parte de la administración de la agencia. Es el elemento más importante de toda la agencia a cualquier nivel, buscando alcanzar la eficiencia y efectividad en los procesos internos y externos. La gerencia de la cooperativa regulará la organización y ordenamiento de la agencia en particular y de esta con todas las demás áreas para su encadenamiento.

Ser el jefe de agencia implica gran responsabilidad, se requiere tener suficiente conocimiento y ser eficaz en su gestión. Será nombrado por el gerente de la cooperativa mediante la previa aprobación del Consejo de Administración.

Entre sus principales funciones están:

- Planificar
- Organizar
- Llevar la dirección de la agencia
- Mantener los controles, le corresponde sancionar o remover el personal de la agencia, previa aprobación del gerente de la Cooperativa de ahorro y crédito "La Nueva Jerusalén".
- Elaborar un presupuesto y su programa de trabajo anual.
- Autorizar el pago de los gastos contemplados en el presupuesto.
- Convocar a reunión al personal de la agencia cuando lo juzgue indispensable.
- Presentar al gerente de la Cooperativa de ahorro y crédito "La Nueva Jerusalén", los informes económicos y financieros mensuales.

- Administrar los recursos humanos y económicos de la agencia, considerando que estos pertenecen a los asociados y no responden al interés particular.
- El jefe de agencia debe elaborar el plan de trabajo de la agencia con su respectivo presupuesto.
- Debe presentar informes contables financieros y administrativos al gerente de la cooperativa.
- Muchas veces se le otorgará al jefe de agencia la responsabilidad de aprobar créditos y algunas inversiones de capital, según sea el caso.

Oficiales de Crédito

El oficial de crédito es el encargado de dar seguimiento a las solicitudes de los préstamos que se realicen por parte de los socios, así como de la verificación de la información proporcionada de los garantes y posibles deudores, realiza aprobaciones de créditos reuniéndose previamente con la comisión de crédito de la cooperativa "La Nueva Jerusalén", posteriormente, es delegado para dar citación a los socios que se encuentren en mora.

La Cajera

Será la persona encargada de llevar un registro de las transacciones diarias que realicen los socios en la agencia, entre otras actividades, las funciones de la cajera son las que se citan a continuación:

- Manejo de los ingresos y egresos de dinero que involucren a la agencia con las actividades de los socios.
- Emisión y archivo de papeletas de depósito y retiro
- Manejo del Programa financiero que utiliza la cooperativa

Conserje

Es la persona que se encargará del mantenimiento de la oficina, así como del mantener un aspecto impecable de la agencia en su totalidad. Para el cumplimiento de sus funciones, el conserje deberá obedecer a lo establecido por sus jefes directos, el personal de la agencia.

Guardia de Seguridad

Es la persona que se encargará de manera exclusiva y absoluta a la seguridad de la agencia, en la zona de caja y en el momento de depósitos y retiros de dinero así como también de la integridad y paz de los clientes durante su estancia en la agencia de la cooperativa. Deberá además colaborar en mantener el orden entre las personas que acudan a las instalaciones de la agencia.

4.2.2.2 Perfiles del personal

Conocer los perfiles de cada una de las personas que formarán parte del equipo de trabajo de la agencia es esencial para su buen desempeño. De acuerdo a lo expuesto en el organigrama, se establece que el personal de la agencia debe cumplir con los siguientes perfiles según el cargo que ocupan en la organización.

Jefe de agencia: Para ocupar este cargo se requiere una persona que sea líder nato con título profesional universitario en las ramas económica, financiera, de administración o ingeniería comercial. El jefe de agencia debe ser innovador y con capacidad de trabajo bajo objetivos de logro.

Oficial de Crédito: La persona que se encargue de este puesto contará con educación universitaria, puede ser estudiante con conocimientos de informática, finanzas, manejo de documentación, archivo, atención al cliente.

Cajera: La aspirante a este cargo, podrá contar con una titulación de bachiller en Contabilidad o carreras afines, con conocimientos de informática y atención al cliente.

Conserje: la persona solicitante a este cargo, debe contar con referencias personales, así como poseer una presencia impecable.

4.2.3 FILOSOFÍA DE LA NUEVA AGENCIA

La Filosofía de la nueva agencia al igual que la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén” se regirá por el principio de fundamental de respeto y aceptación de la diversidad del pensamiento político y orientación religiosa, sexual, así como de sus manifestaciones culturales, sin embargo, así como por los hechos que le anteceden a la cooperativa en volcar los esfuerzos para introducirse en la población indígena de la ciudad de Quito, meta principal de primera instancia. La agencia estará encaminada a un solo propósito: buscar el éxito en las actividades que va a realizar para alcanzar la satisfacción del cliente y el buen funcionamiento de la agencia, los cuales se lograrán mediante la aplicación de las diferentes estrategias que se expondrán en los párrafos posteriores.

La filosofía de la agencia conlleva al planteamiento de diferentes ejes de funcionamiento, tanto desde el punto de vista del cliente interno como externo, estos son la visión, misión, principios y valores que se expresan a continuación.

4.2.4 MISIÓN DE LA NUEVA AGENCIA

Ofrecer servicios cooperativos acordes y orientados a los segmentos de la población indígena y de otros sectores de escasos y medianos ingresos económicos, con una oferta de productos y prestaciones de calidad, que fomente

la cultura del ahorro familiar. Brindando atención de calidad con un equipo de personas en constante entrenamiento y formación, socialmente comprometidas con el desarrollo.

4.2.5 VISION DE LA NUEVA AGENCIA

La agencia Chillogallo de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén” será una entidad financiera sostenible, socialmente responsable, que ofrecerá servicios financieros de calidad a precios competitivos que contribuyan al crecimiento y desarrollo de la microempresa y al mejoramiento familiar de la zona sur de Quito, con esencial incidencia en el barrio de Chillogallo, en la provincia de Pichincha.

4.2.6 POLITICA

Proveer de servicios financieros a la población de bajos recursos, los productos financieros que satisfagan las necesidades del socio y se constituyan en su mejor alternativa, tanto por su inocuidad, como por su calidad y precio adecuado, a través procesos eficientes y rentables, sobre todo en el tramite para acceder a un crédito, contando con el compromiso de agilidad en los tramites que realicen empleados de la agencia.

4.2.7 VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

4.2.7.1 Valores

Para la agencia se plantea valores que marcarán el contexto ético del personal, con mira a mejorar la eficiencia y el progreso³⁶ de la organización en general. Los

³⁶ ARANGUREN, José Luis, Ética, Madrid, España: Revista de Occidente S.A., pag.506

valores en los que se basará la agencia son los mismos que persigue la cooperativa “La Nueva Jerusalén” y se detallan seguidamente:

- Equidad
- Democracia
- Participación
- Solidaridad

4.2.7.2 Principios de la agencia

La agencia buscará establecerse como unidad de servicios competitiva en el mercado financiero en el sur de Quito, sirviendo de conexión entre la Cooperativa y el socio mediante un enfoque de satisfacción de los clientes buscará mantenerse en el mercado.

El propósito de la organización es ayudar a lograr que los objetivos tengan significado y contribuyan a la eficiencia organizacional. Los principios³⁷ en los que se basará la agencia son los mismos que persigue la cooperativa “La Nueva Jerusalén” y son los que se menciona en los siguientes párrafos:

Principio de Libre ingreso y libre retiro

La agencia Chillogallo representa a una organización voluntaria y abierta a todas las personas capaces de utilizar sus recursos económicos y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo.

³⁷ Los principios del Cooperativismo

Principio de Control democrático

La agencia posee una Gestión democrática conformada por personas elegidas por los socios, los cuales participan activamente en la fijación de políticas y en la toma de decisiones, factores que constarán en los reglamentos internos de la organización.

Principio de la Participación Económica de Los Socios

Los socios contribuyen equitativamente al capital de la cooperativa y lo gestionan de forma democrática. Por lo menos parte de ese capital normalmente es propiedad común de la cooperativa y los socios reciben una compensación, si la hay. Los socios asignan los excedentes al desarrollo de la cooperativa, mediante el establecimiento de reservas, de las cuales, una parte por lo menos, sería irrepartible; beneficiando a los socios en proporción a sus operaciones con la cooperativa: y el apoyo de otras actividades aprobadas por ellos.

Principio de Educación, Formación e Información

La agencia proporciona educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de manera eficaz a su desarrollo. La agencia informará al público, especialmente a los jóvenes y líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperación.

Principio de Cooperación entre Cooperativas

La agencia servirá a sus socios de manera eficaz, fortaleciendo el movimiento cooperativo, trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales, manteniendo una interrelación sólida para ofrecer servicios innovadores y exigidos por los clientes.

Principio de Interés por la Comunidad

La agencia Chillogallo trabajará para conseguir el desarrollo sostenible de su comunidad mediante políticas aprobadas por sus socios, que contribuyan al desarrollo social y económico del barrio de Chillogallo, promoviendo la inclusión de los moradores del sector en las actividades cooperativas, cívicas y financieras.

4.2.8 LOGOTIPO DE LA AGENCIA

El logotipo característico de la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, tiene en su forma, el simbolismo de una familia, que representa el lema de la cooperativa, que reza así: “Una familia construyendo sus sueños”, este logotipo se puede apreciar en el gráfico siguiente:

Lema: Una familia construyendo sus sueños

Figura Nº 1

Logotipo de la agencia



Fuente y Elaboración: Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”

Los colores amarillo, azul y rojo también son parte de la familia que consta en el logo, simbolizando que la organización contribuye al desarrollo de la familia ecuatoriana.

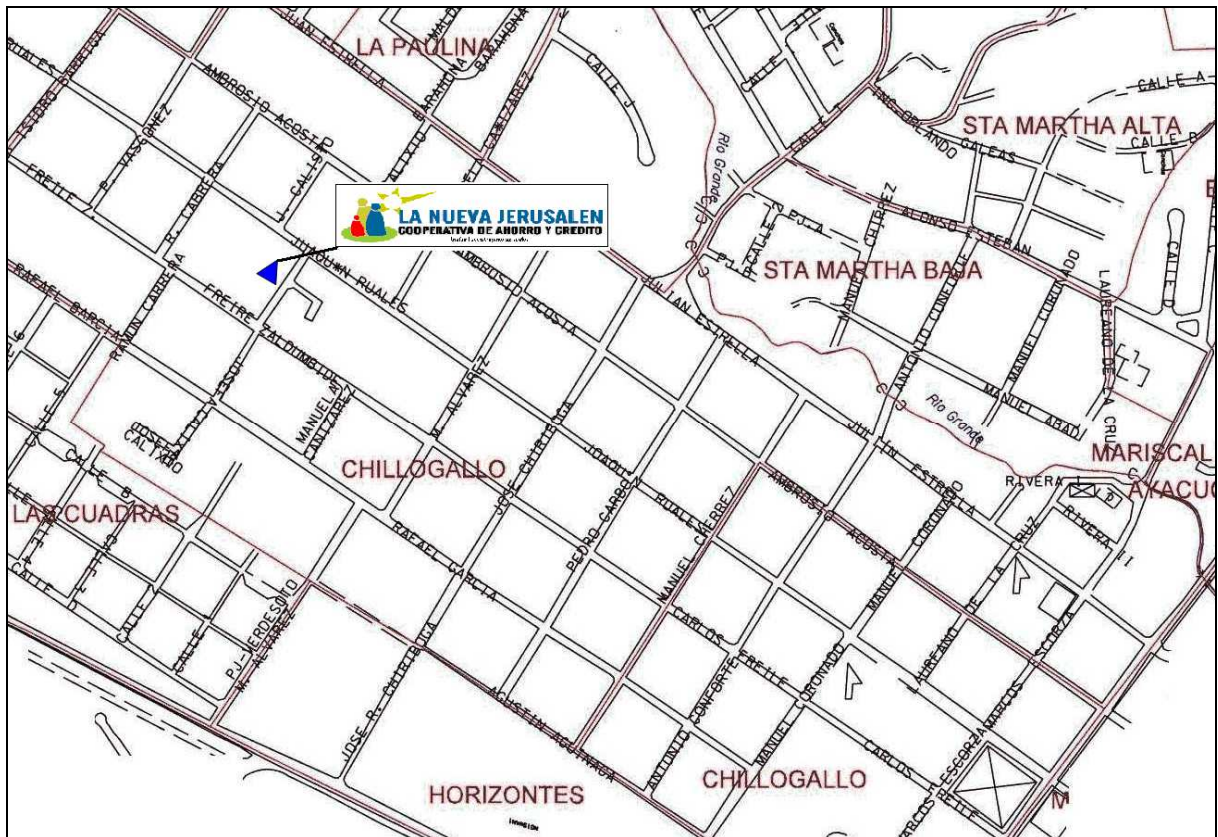
4.3 LOCALIZACIÓN DE LA NUEVA AGENCIA

La localización de la agencia ha sido determinada considerando elementos claves que resultaron de la investigación de campo, dentro del barrio Chillogallo de la

ciudad de Quito, que es el lugar más apropiado, la agencia se ubicar en la calle Freire Zaldumbide y Pasaje José Calixto casa 527, como se muestra en el mapa.

Figura N° 2

Localización de la Agencia Chillogallo de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”



Fuente: Administración Zonal Quitumbe

Elaborado por: La Autora

Entre los factores que se han considerado para la localización constan los siguientes:

Transporte

El transporte que circula por el sector, permitirá el fácil acceso de las personas que visitarán la agencia, por tanto, este factor influirá al momento de tomar la

decisión de formar parte de la cooperativa y utilizar sus servicios, Chillogallo cuenta con un constante flujo de transporte, para velar por la libre movilidad de clientes y del personal de la agencia.

Disponibilidad de Servicios Básicos

Los servicios básicos se constituyen como un factor importante para facilitar las operaciones de la agencia, las actividades del personal y de los clientes dentro y fuera de las instalaciones.

A pesar de que al hacer el análisis de factores para la localización del proyecto se ha considerado la existencia de servicios básicos en el sector, para la microlocalización fue importante escoger un lugar del barrio que haya sido atendido por el municipio, con la infraestructura básica, aspectos que si se cumplen, ya que el barrio es de carácter urbano y refleja las condiciones de una ciudad moderna con todos los servicios necesarios y útiles para el desarrollo de las operaciones de la agencia de la cooperativa, tales como telefonía fija y celular, alcantarillado, agua potable, energía eléctrica, sistemas tecnológicos.

Costo en Arriendos

Debido a que adecuar instalaciones o la construcción de oficinas representa inversiones en activos fijos, el arriendo constituye una buena opción para minimizar costos, especialmente por que en el sector existen varios locales y casas de arriendo, lo cual resulta más cómodo y versátil a la hora de localizar la agencia, además se conoce que en el sector, los arriendos no son tan altos en relación a otros sectores de la ciudad.

Infraestructura

Es necesario que la agencia cuente con la infraestructura adecuada por los servicios que va ofrecer, las instalaciones donde el personal pasará y dará una buena atención a los clientes en condiciones óptimas, tanto para la ubicación de

los computadores como para dotar del suficiente espacio y claridad para las oficinas, en definitiva, las instalaciones permitirán mantener una óptima ergonomía a favor de la comodidad de quienes utilicen las instalaciones, precisamente porque en el lugar a ser ubicada la agencia, la construcción es de hormigón armado y de acabados modernos.

Seguridad

La seguridad en el sector donde se va a ubicar el proyecto es un factor muy importante, la agencia buscará proteger la integridad del personal y los socios, así como de los bienes de la agencia. El sector de Chillogallo cuenta con estaciones de policía, y la estación de bomberos se encuentra en otro sector que no está muy alejado del barrio, y se tiene acceso inmediato a estas instituciones de seguridad pública en caso de siniestros, robos, u otras contingencias.

4.4 LA NUEVA AGENCIA

4.4.1 PRODUCTOS A OFRECER

La agencia Chillogallo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”, ofrece a sus socios, productos financieros a los puede acceder:

- Captación del ahorro
- Concesión de préstamos.
- Capacitación
- Acción Social
- Ahorro Disponible
- Ahorro Corporativo
- Ahorro a Plazo
- Ahorro Ñuca Huasi

- Depósitos a Plazo Fijo
- Depósito Renovable no endosable

4.4.2 REQUISITOS

4.3.2.1 Requisitos de apertura cuenta de ahorro

Para apertura de una cuenta de ahorros y así convertirse en socio de la cooperativa es necesario:

- Copias de la cédula con la papeleta de votación
- Una foto a color
- \$ 25,00 dólares

4.4.2.1 Requisitos para solicitar un crédito³⁸

Para solicitar un préstamo, los socios deber presentar la siguiente documentación:

Deudor:

- Llenar la solicitud de préstamo
- Copia de cédula y papeleta de votación y de su cónyuge
- Certificado de ingreso de trabajo
- Carta predial del año en curso, carta de pago de luz, agua o teléfono
- Cerificado de asistencia al curso de cooperativismo
- Copia de la libreta de ahorros para conocer el promedio de ahorro mensual
- Disponer del encaje necesario
- Tanto el deudor y el garante deben constar sus firmas en las cédulas
- Solo puede ser garante de un préstamo

³⁸ Requisitos exigidos por la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”

Garante:

- Croquis de vivienda
- Copia de cédula y papeleta de votación y de su conyugue
- Certificado de ingreso de trabajo
- Carta predial del año en curso, carta de pago de luz, agua o teléfono

Nota de acuerdo al monto de préstamo

Menor a \$ 500 un garante

Mayor a \$ 500 dos garantes

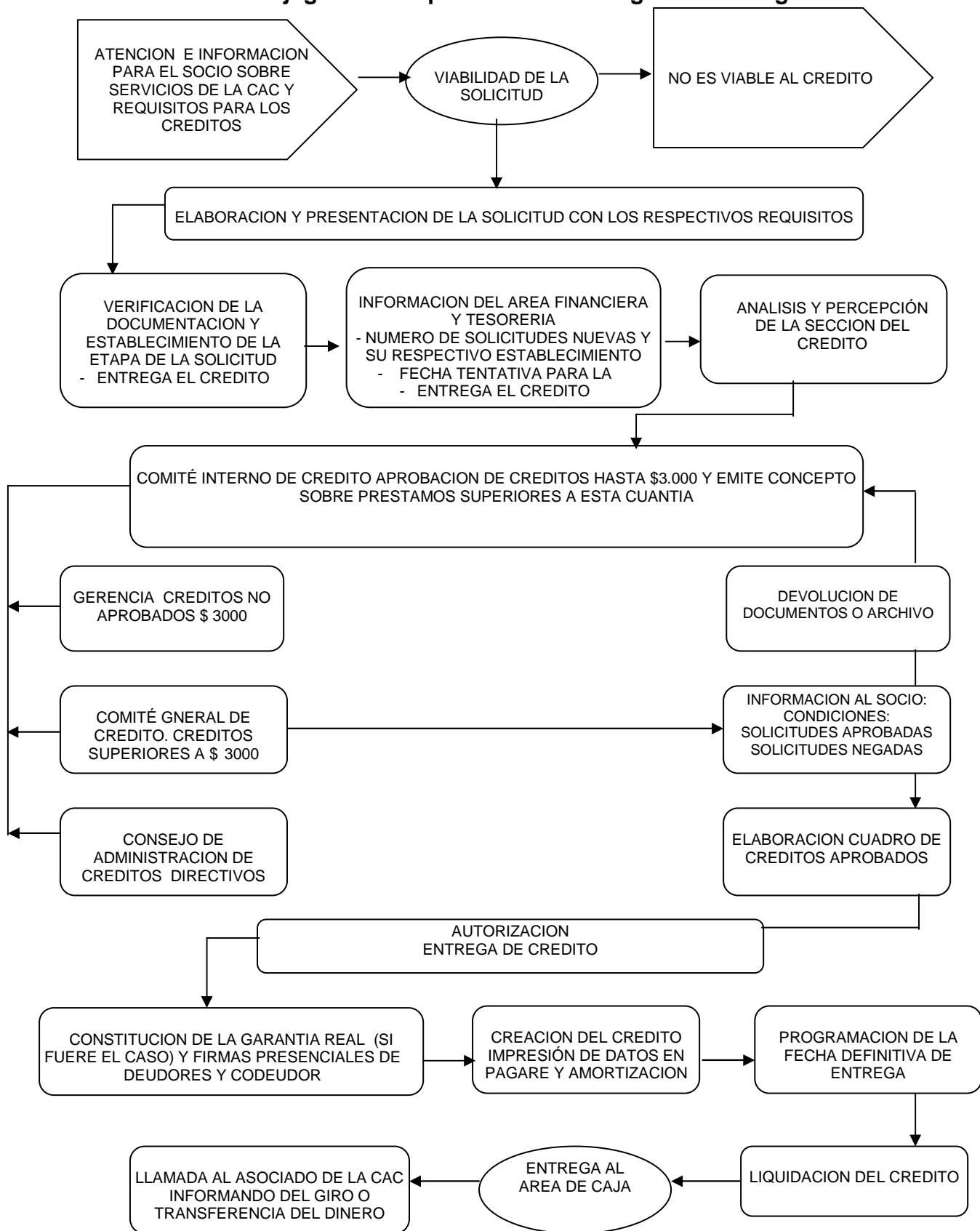
Tanto el deudor y los garantes deben entregar los croquis de su vivienda para la verificación, tanto el deudor y el garante deben constar sus firmas como esta en la cédula

Solo puede ser garante de un préstamo

4.4.3 FLUJOGRAMA DE OPERACIONES

El procedimiento a seguirse para desarrollar en las actividades de la agencia se resume en el siguiente flujograma:

Gráfico N° 51
Flujograma de operaciones de la agencia Chillallo



Elaborado por: La Autora

Las operaciones de la nueva agencia estarán en la siguiente secuencia de pasos:

Al llegar a la agencia Chillogallo de la cooperativa “La Nueva Jerusalén”, el jefe de la agencia le proporcionará al socio toda la información disponible de la Cooperativa, todos los servicios a los que tiene acceso, y los requisitos necesarios para poder acceder a un préstamo, el monto de dinero y los diferentes plazos de tiempo. Si el socio está interesado en solicitar un préstamo, realizará la solicitud pertinente para dar inicio a la viabilidad que tendrá dicha solicitud, el oficial de crédito será el encargado de guiarle en el trámite de solicitud del crédito.

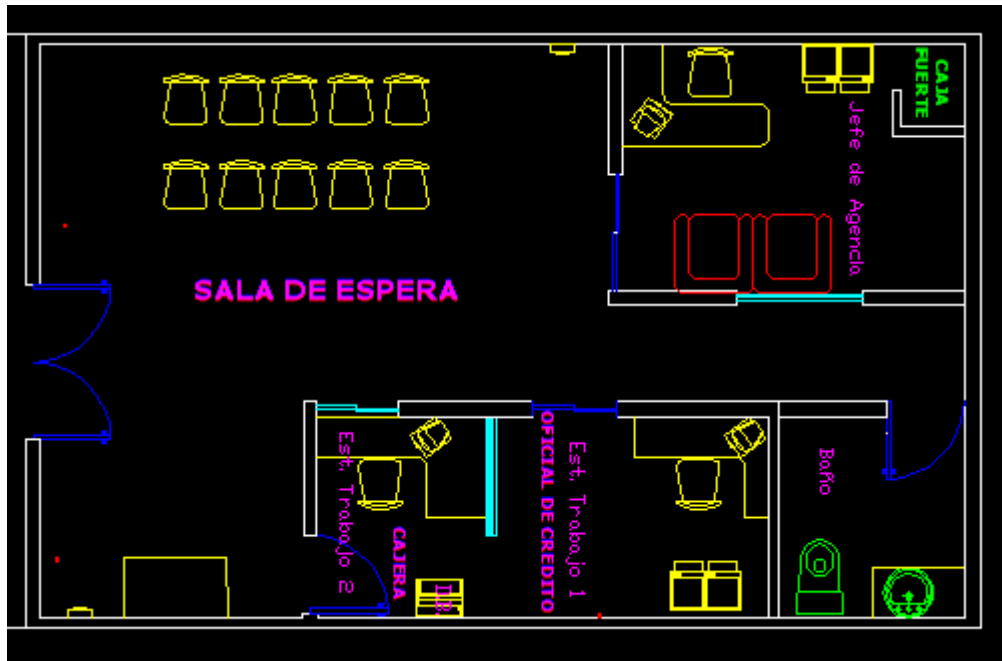
Con la respectiva documentación entregada se procede a la verificación de esta, el oficial de crédito se reunirá con la comisión de crédito de la Cooperativa para darle aprobación o no a la solicitud del socio. Dependiendo de la respuesta que se le da a la solicitud, y el monto de préstamo deseado, se les informa a los socios acerca de la aprobación o negación de sus solicitudes, para posteriormente elaborar el cuadro de los créditos aprobados, consecutivamente se pasa a la fase de autorización del crédito, para esto se requerirá de los clientes los documentos como, pagarés con las firmas de deudores y garantes, y la garantía si fuera el caso, luego se programa la fecha posible de entrega del préstamo, por último, se realiza el depósito y se le informa al socio que ya puede disponer del dinero.

4.5 INSTALACIONES

Se ha diseñado un bosquejo de la distribución de ambientes en el espacio físico que dispondrá la agencia, esta contará con una sala de espera para los clientes, para luego ser recibidos en la oficina del jefe de agencia. Aquí reposará la caja fuerte para tener a buen recaudo el dinero diario de la agencia. Se contará con una ventanilla de caja, en la cual se atenderán las transacciones que deseen realizar los clientes de la agencia, igualmente, los oficiales de crédito dispondrán de una oficina para atender y dar seguimiento a las solicitudes de crédito, las

instalaciones cuentan con un baño para uso tanto del personal como de los clientes de la agencia. El bosquejo descrito consta en el gráfico N° 52

Figura N° 3
Distribución de las instalaciones



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

4.6 PLAN ESTRATÉGICO

La Planificación Estratégica constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis del "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias), busca concentrarse en, aquellos objetivos que la agencia pueda lograr, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas. También es importante señalar que la agencia de la cooperativa, ha precisado con exactitud y cuidado la misión que la va regir, esta

representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y ha de suministrar a los clientes.

Se pretende hacer un breve diagnóstico previo para poder establecer las reales situaciones del mercado, no se debe olvidar que la agencia de la cooperativa, esta enfocada a servir a un sector del sur de la ciudad de Quito, y que su comportamiento dependerá de los objetivos que se establezcan en la organización.

Para la agencia Chillogallo, se ha diseñado planes estratégicos que buscan el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes se han establecido para el corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y alcance de sus funciones, esto implica que cantidad de planes y actividades deben ser ejecutados, ya sea en los niveles superior o inferior.³⁹

A continuación se presenta un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que rodean a la cooperativa, para tener un precedente de la situación general y de las posibilidades futuras de éxito que puedan determinar que sus operaciones sean sostenibles.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Antecedentes de misión social en la comunidad, que genera buena imagen corporativa. - Buen nivel de información gerencial. - Contar con auditoria externa sin observaciones relevantes. - Costos bajos para clientes comparados con su competencia. - Estabilidad gerencial y del Consejo de Administración - Haber adoptado las exigencias de la FECOAC - Sistema informático probado y con capacidad de soportar crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a nuevas zonas suburbanas de la provincia de Pichincha. - Incremento de la demanda de microcrédito en el país. - Participación en la Red Financiera Rural - Tamaño de mercado por explotar en el Sur de Quito.

³⁹ PINTO, Roberto, Planeación estratégica de capacitación empresarial, México D.F., México : McGraw-Hill , pag. 206

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia parcial para manejo del sistema informático. - Dependencia y cierta concentración de funciones operativas en la Gerencia General. - Estructura patrimonial depende principalmente de aportes de crédito que socios pueden retirar al salir de la Cooperativa. - Eventual pérdida de equilibrio entre visión social y la necesidad de rentabilidad financiera. - Existencia de riesgos de tasa de interés. - Infraestructura física limitada - Personal limitado 	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminación por ley de comisiones - Eventualmente la relación entre las fundaciones y la Cooperativa podría ser malinterpretada por nuevos socios. - Incursión de nuevos competidores en su nicho de mercado. - Sobreendeudamiento de clientes. - Situación política del país que puede afectar la economía.

Una vez tomado en cuenta el escenario que va a formar parte de la agencia, se presenta las alternativas que ayudarán a perfilar el plan estratégico a seguir. La cooperativa selecciona, entre varios caminos, el que considera más adecuado para alcanzar los objetivos propuestos. La planeación estratégica exige fases bien definidas⁴⁰ como la formulación de objetivos organizacionales; análisis de las fortalezas y limitaciones de la agencia; análisis del entorno; formulación de alternativas estratégicas, elementos que se mencionan a continuación:

4.6.1 OBJETIVOS

Los cambios, resultados, que la agencia Chillogallo desea lograr son:

4.6.1.1 Objetivo general

Ofrecer los productos financieros de la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, en el sector sur de Quito, Chillogallo, en condiciones que se

⁴⁰ GOODSTEIN, NOLAN, PFEIFFER; “Planeación Estratégica Aplicada”; Editorial McGraw-Hill; 1998

consideren favorables para los socios, procurando su crecimiento en el mercado de acuerdo a las condiciones de la cooperativa.

4.6.1.2 Objetivos de marketing

Como se mostró en el capítulo tres del presente estudio, existe un campo de necesidades que no han sido cubiertas, por lo que es necesario diseñar un plan estratégico de Marketing que responda a estas expectativas y permitan el desarrollo de la nueva agencia.

Los objetivos de la agencia deberán mantener una constante revisión de su cumplimiento, con la finalidad no solo de evaluar su progreso, sino de realizar mejoras a la agencia y sus operaciones. Los siguientes son los objetivos planteados para el marketing estratégico:

- ♦ Realizar una campaña de publicidad en Chillogallo, anunciando todos los productos y facilidades que ofrece la nueva agencia de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”,
- ♦ Dar a conocer a la comunidad la ubicación, características, forma de operación de la agencia.
- ♦ Ganar prestigio mediante el desempeño de las funciones que cumpla en el mercado.
- ♦ Buscar nuevos mercados mediante estudios de mercados zonificados.
- ♦ Incursionar en nuevos productos que sean viables y de buena aceptación en la población.

4.6.1.3 Objetivos financieros

- ♦ Llegar a un crecimiento financiero de la agencia de no menos del 5% anual, con tasas capitalizadas.
- ♦ Alcanzar una cartera vencida en menos del 2% de todos los créditos otorgados en el año.

- ♦ Alcanzar un incremento anual del 5% de socios para mantener liquidez constante y rotación de efectivo.
- ♦ Renovación de créditos y acuerdos, con aquellos socios que han cumplido efectivamente en el pago de sus préstamos, para el crecimiento deseado en las operaciones internas de la agencia.⁴¹

4.6.2 ESTRATEGIAS

4.6.2.1 Estrategias de marketing

- ♦ Enviar mediante correspondencia, información publicitaria a los clientes potenciales, así como a instituciones y organizaciones que no conozcan de la cooperativa.
- ♦ Financiar eventos sociales como fiestas o actos deportivos en el barrio de Chillogallo con la finalidad de ampliar su participación social.
- ♦ Desarrollar una reunión trimestral con los dirigentes del barrio para dar a conocer más de los servicios que ofrece la cooperativa por medio de la agencia.
- ♦ Realizar una zonificación del mercado con que se inicio el proyecto para mantener una base confiable de datos de los clientes.
- ♦ Realizar encuestas acompañadas con un estudio de mercado a las zonas aledañas a Chillogallo y a su vez este sea expansivo dentro de la zona sur de Quito.
- ♦ Estudiar las necesidades y nuevos requerimientos que tengan los clientes o futuros clientes.
- ♦ Investigar de las nuevas formas de facilitar créditos a las personas que los necesitan
- ♦ Recolectar información de las necesidades o comodidades que están urgiendo posibles clientes o usuarios de servicios financieros

⁴¹ ABELL, Derek F., Planeación estratégica de mercado, México, México: Continental, pag 545.

Tácticas:

- ♦ Se dará prioridad al mejoramiento de los sistemas de información.
- ♦ En publicidad se enviará información acerca de los servicios que ofrece la cooperativa.
- ♦ En la publicidad constará información sobre las diferencias con respecto a la competencia.
- ♦ En el auspicio barrial que se llevará a cabo, se pondrá publicidad con pancartas para dar a conocer las cualidades de la agencia.
- ♦ Dar una estructura de información estratégica las encuestas.

- ♦ Las preguntas esenciales de las encuestas estarán enfocadas a las preferencias de los clientes y a conocer las condiciones de los competidores, así como las características que aprecian de éstas.
- ♦ En las encuestas contendrán información acerca de la agencia.
- ♦ Antes de emprender las encuestas se caracterizará las zonas para conocer cuán viable es ejecutar la evaluación.
- ♦ Conocer los productos y servicios financieros innovadores, que han causado impacto en el mercado financiero actualizado.
- ♦ Obtener información de las experiencias que hayan tenido otras instituciones al incursionar en nuevos productos financieros en las diferentes instituciones.

Resultados Esperados:

- ♦ Desarrollo de la publicidad expansiva y multiplicativa de las características de la agencia de la cooperativa en la mente de la población de Chillogallo.
- ♦ Obtener un mayor reconocimiento y aceptación del público en el mercado de servicios financieros.

- ♦ Mayor prestigio e incremento de visitas de clientes a las instalaciones.
- ♦ Incorporación de nuevos socios en la cooperativa, así como el incremento de volumen de cartera y en el número de préstamos.
- ♦ Obtener una cantidad mayor de mercados zonificados a los que estarán dirigidas las operaciones financieras.
- ♦ Conocer los nuevos productos y servicios que han entrado en el mercado financiero o que a posterior lo harán para mejorarlos y ofrecerlos a los socios.

4.6.2.2 Estrategias financieras

Conocer cuáles son las reales situaciones que presenta el comportamiento de la agencia.

- ♦ Realizar un diagnóstico permanente de de los riesgos en las operaciones de la entidad, para ejecutar aquellas actividades que presentan oportunidades para el desarrollo de la agencia.
- ♦ Mantener un eficiente control de gastos para no exceder en egresos que puedan poner en riesgo la liquidez de la agencia.
- ♦ Mantener un sistema de incentivos a los socios para que cubran sus obligaciones con la agencia.
- ♦ Incentivar en los socios que paguen sus obligaciones cumplidamente la facilidad que tendrían para solicitar un nuevo crédito.
- ♦ Incrementar el número de clientes de los productos financieros.
- ♦ Realizar convenios institucionales para que los socios puedan acceder a solicitar un nuevo préstamo.

Tácticas:

- ♦ Proporcionar al gerente general estudios mensuales por parte del jefe de agencia, antes de cualquier decisión a tomarse.

- ♦ Mediante volantes proporcionar información de las actividades así como de los resultados financieros obtenidos por los socios y la agencia.
- ♦ Realizar un seguimiento del comportamiento de los posibles agentes económicos que brindarán su ayuda para la financiación de nuevos proyectos de expansión.

Resultados Esperados:

- ♦ Obtener un crecimiento en los Ingresos por operacionales de la agencia de un año a otro.
- ♦ Incremento en las solicitudes de clientes que desean realizar préstamos en la agencia.

CAPÍTULO V.

ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 ANÁLISIS DE PRESUPUESTOS

El presupuesto busca identificar los egresos de efectivo que se requieren para la puesta en marcha de la agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”, en donde se incluirá la inversión, las fuentes de financiamiento de donde se obtendrán los fondos para este propósito, el capital de trabajo que se requiere y en definitiva, determinar cual es la dimensión económica del proyecto.

5.1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Las inversiones incluyen aquellos costos en los cuales se incurrirá para la compra de equipo de computación, y demás muebles y enseres, que son bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de ofrecer los servicios financieros de la agencia, pasando así a formar parte de los activos fijos de la cooperativa.

Para el proceso de planificación, los activos fijos se han detallado en el Estudio Financiero, los mismos, se muestran en el cuadro a continuación:

Cuadro Nº 34

Detalle de activos

ACTIVOS FIJOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	VALOR RESIDUAL
Equipo de computación	-2,260.00				-2260.00			-2260.00			-2260.00	
Equipo de oficina	-2,145.00											1,506.67
Muebles y enseres	-2,540.00											
Maquinaria y equipos	-1,010.00											
TOTAL ACTIVOS FIJOS	-7,955.00				-2,260.00			-2,260.00			-2,260.00	1,506.67
ACTIVOS DIFERIDOS												
Gastos de Constitución	-800.00											
Estudios Técnicos	-1,200.00											
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	-2,000.00											
OTROS ACTIVOS												
CAPITAL DE TRABAJO	-5,351.25											
TOTAL OTROS ACTIVOS	-5,351.25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL	-15,306.25	-	-	-	- 2,260.00	-	-	- 2,260.00	-	-	- 2,260.00	1,506.67

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

En el año previo a la iniciación de las operaciones se ha de realizar desembolsos de dinero para la compra de todos los bienes necesarios para la operación de las actividades en los siguientes años, por esto, los flujos del cuadro anterior aparecen con valores negativos, porque representan egresos para los accionistas, en la primera columna se proyecta realizar inversiones por \$ 15.306,25 dólares, tanto en activos fijos, como en activos diferidos, además del capital de trabajo, al que corresponden la mayoría de estos egresos, la suma de \$ 5.351,25 dólares esta presupuestada para cubrir los gastos de arriendo de seguridad, papelería, los gastos administrativos y operativos para los dos primeros meses de operaciones del proyecto.

En la fila de totales, se observa además que existen flujos negativos en el cuarto, séptimo y décimo año de operaciones por \$ 2.260 respectivamente, los mismos que corresponden a la reposición de los equipos de oficina que según la ley ecuatoriana se desgastan cada tres años. Finalmente, aparece en la última columna un valor positivo, que representa el valor residual, o valor en libros de los activos que no se han desgastado y que podrán ser vendidos y recuperados por lo que aparecen como ingresos por la suma de \$1.506,67 dólares.

5.1.1.1 Depreciaciones⁴²

En el siguiente cuadro han sido calculados los valores, para mostrar el monto y tiempo en el cual los activos fijos se deprecian, sea esto por su pérdida de valor con el paso del tiempo, o por el desarrollo que tiene día a día la tecnología, que hacen que un bien pierda valor al presente, por lo cual se ha tomado en cuenta el método de depreciación en línea recta.

Cuadro Nº 35

Depreciaciones

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	V. Residual
Equipo de computación		753.33	753.33	753.33	753.33	753.33	753.33	753.33	753.33	753.33	753.33	1,506.67
Equipo de oficina		214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	
Muebles y enseres		254.00	254.00	254.00	254.00	254.00	254.00	254.00	254.00	254.00	254.00	
Maquinaria y equipos		101.00	101.00	101.00	101.00	101.00	101.00	101.00	101.00	101.00	101.00	
TOTAL		1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,322.83	1,506.67

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Una vez que los activos se han depreciado, se ha recuperado el dinero para la adquisición de nuevos activos fijos, deduciendo su valor en cuotas iguales durante diez años para el mobiliario y tres años para los equipos de oficina, con un total de recuperación por el desgaste de estos bienes de \$ 1.322,83 dólares anuales y se ha proyectado estos valores para los diez años de duración del proyecto, por lo que se espera obtener un valor residual de estos activos por un monto de \$ 1.506,67 dólares al final del décimo periodo.

Cuadro Nº 36

Porcentaje de depreciación de activos

Concepto	Porcentaje	Años
Equipo de computación	33%	3
Equipo de oficina	10%	10
Muebles y enseres	10%	10
Maquinaria y equipos	10%	10

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

⁴² Depreciación: disminución del valor de un activo, con lo que antes valía

Según se muestra en el cuadro anterior cada activo tiene según la ley ecuatoriana de comercio, un porcentaje de depreciación dependiendo de la naturaleza de los activos que constituyan la inversión inicial, es decir, el tiempo de recuperación del desgaste de cada activo puede variar igualmente, al cierre del año diez se buscará el valor residual que estos activos mantenga.

5.1.2 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Los rubros a describirse a continuación están conformados por los ingresos y los egresos que tendrá el proyecto durante el tiempo proyectado de funcionamiento.

Los ingresos son estimados por, aperturas de cuentas de nuevos socios, así también los encajes los préstamos a realizarse. Como se explico en el capitulo anterior. Se establecen todos los costos y gastos anuales necesarios para este proceso.

5.1.2.1 Presupuesto de costos y gastos

Los costos fijos que son destinados a mantener activa la agencia Chillogallo, más los costos variables, que son los insumos requeridos que dependerán de la cantidad de créditos otorgados, y serán para el primer año de funcionamiento, dan un total de \$ 11.520 dólares, como se puede ver en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 37

Gastos fijos

Gastos fijos	Mensual	Anual
Luz	20.00	240.00
Agua	10.00	120.00
Teléfono	50.00	600.00
Mantenimiento	35.00	420.00
Internet	30.00	360.00
Total servicios básicos	145.00	1,740.00
Otros gastos fijos		
Arriendos	70.00	840.00
Papelería e insumos	45.00	540.00
Gastos de Seguridad	40.00	480.00
Uniformes	80.00	960.00
Refrigerio	150.00	1,800.00
Mantenimiento de equipo	30.00	360.00
Guardiana	300.00	3,600.00
Publicidad	100.00	1,200.00
Total otros gastos fijos	815.00	9,780.00
TOTAL GASTOS FIJOS	960.00	11,520.00

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

5.1.2.2 Capital de trabajo

La suma de todos los valores necesarios para que el proyecto funcione los dos primeros meses se llama Capital de trabajo, y este asciende a \$ 2.675,63 dólares, para los meses subsiguientes, se considera que el proyecto de la apertura de la nueva agencia Chillogallo de la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, ya generará los recursos suficientes para financiar los gastos operacionales que tenga la agencia.

Cuadro N° 38

Descripción del capital de trabajo

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Servicios básicos		
Luz	20.00	240.00
Agua	10.00	120.00
Teléfono	50.00	600.00
Mantenimiento	35.00	420.00
Internet	30.00	360.00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	145.00	1,740.00
Gastos fijos		
Arriendos	70.00	840.00
Papelería e insumos	45.00	540.00
Gastos de Seguridad	40.00	480.00
Uniformes	80.00	960.00
Refrigerio	150.00	1,800.00
Mantenimiento de equipo	30.00	360.00
Guardiana	300.00	3,600.00
Publicidad	100.00	1,200.00
Sueldos y salarios	1,715.63	20,587.50
Total Gastos fijos	2,530.63	30,367.50
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2,675.63	32,107.50

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

5.1.2.3 Amortizaciones

Sistema que permitirá establecer un plan de recuperación de las inversiones intangibles en el transcurso de los años de operación de la agencia.

Amortización activo diferido

Se programa realizar una recuperación periódica de los activos diferidos del proyecto de la agencia Chillogallo, mediante cuotas anuales de \$400 dólares, durante los cinco primeros periodos de funcionamiento, estos son los gastos de constitución de la agencia y los estudios técnicos para la realización del proyecto.

Cuadro N° 39

Amortización activo diferido

ANOS	0	1	2	3	4	5
GASTOS DE CONSTITUCION		160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
ESTUDIOS TECNICOS		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TOTAL ANUAL		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

5.1.2.4 Financiamiento

El financiamiento del proyecto correrá en su totalidad por cuenta de la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, el requiere un monto total de recursos de \$15.306,25 dólares, esto significa que la agencia no tendrá que incurrir en costos financieros adicionales por ningún préstamo a su favor.

Cuadro N° 40

Financiamiento

DESCRIPCIÓN	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	15,306.25	100%
TOTAL FINANCIAMIENTO	15,306.25	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

5.2 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

5.2.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Como se indicó en el estudio de mercado del capítulo tres, para tener una idea más amplia de la viabilidad del proyecto, se ha realizado una proyección de los ingresos, los que están compuestos por la inscripción que los nuevos socios cancelarán para la apertura de la cuenta, los depósitos o encajes que se reciban y los intereses ganados por el servicio de préstamos a realizarse, durante los diez

años de operación del negocio, rubros que se registran según se indica en el cuadro a continuación:

Cuadro N° 41
Presupuesto de ingresos

Detalle	Ingreso anual									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inscripciones	16.185,16	16994,42	17844,14	18736,35	19673,16	20656,82	21689,66	22774,15	23912,85	25108,50
Intereses ganad	30.245,75	31758,04	33345,94	35013,24	36763,90	38602,09	40532,20	42558,81	44686,75	46921,08
TOTAL	46.430,91	48.752,46	51.190,08	53.749,58	56.437,06	59.258,91	62.221,86	65.332,95	68.599,60	72.029,58

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

La proyección de inscripciones de nuevos socios, se ha realizado en base a la información que determina el estudio de mercado, acerca del nivel de ingreso familiar y con la posibilidad de ahorro que se conoce históricamente que estos grupos familiares generan.

5.2.1.1 Flujo de caja proyectado

El funcionamiento de la Agencia Chillogallo tiene un horizonte proyectado de diez años, se incluye el cálculo tanto de los ingresos como de los egresos que generara el proyecto, se puede apreciar todos los movimientos de efectivo que realizará la agencia, durante los períodos operacionales, la fase de egresos para inversiones y capital de trabajo, en el año cero. Se considera que los valores negativos constituyen egresos realizados por inversiones, mientras que los valores positivos son los ingresos, estos valores están en las tres últimas filas y equivalen a los resultados definitivos del proyecto, a partir del primer año se generan saldos favorables para la agencia, sin embargo, debido a las inversiones realizadas en el año cero, se deben ir descontando y el flujo neto es negativo durante los cuatro primeros años, hasta que en el quinto año se hace positivo, lo que significa que se ha recuperado la totalidad de la inversión. Lo mencionado se puede ver en detalle en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 42

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		46.430,91	48.752,46	51.190,08	53.749,58	56.437,06	59.258,91	62.221,86	65.332,95	68.599,60	72.029,58
Cuotas de inscripción		16.185,16	16.994,42	17.844,14	18.736,35	19.673,16	20.656,82	21.689,66	22.774,15	23.912,85	25.108,50
Intereses Ganados por depositos bancarios		30.245,75	31.758,04	33.345,94	35.013,24	36.763,90	38.602,09	40.532,20	42.558,81	44.686,75	46.921,08
Costos		10.235,00	10.746,75	11.284,09	11.848,29	12.440,71	13.062,75	13.715,88	14.401,68	15.121,76	15.877,85
Provisión para incobrables		928,62	975,05	1.023,80	1.074,99	1.128,74	1.185,18	1.244,44	1.306,66	1.371,99	1.440,59
Pago intereses por libretas a socios		9.306,38	9.771,70	10.260,29	10.773,30	11.311,97	11.877,57	12.471,45	13.095,02	13.749,77	14.437,26
UTILIDAD BRUTA		36.195,91	38.005,70	39.905,99	41.901,29	43.996,35	46.196,17	48.505,98	50.931,28	53.477,84	56.151,73
Gastos de Administración											
Arriendos		840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03	1.072,08	1.125,68	1.181,96	1.241,06	1.303,12
Papelería e insumos		540,00	567,00	595,35	625,12	656,37	689,19	723,65	759,83	797,83	837,72
Equipo de Seguridad		480,00	504,00	529,20	555,66	583,44	612,62	643,25	675,41	709,18	744,64
Uniformes		960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23	1.286,49	1.350,82	1.418,36	1.489,28
Refrigerio		1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91	2.297,31	2.412,17	2.532,78	2.659,42	2.792,39
Mantenimiento de equipo		360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	459,46	482,43	506,56	531,88	558,48
Guardiania		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82	4.594,61	4.824,34	5.065,56	5.318,84	5.584,78
Publicidad		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	1.531,54	1.608,11	1.688,52	1.772,95	1.861,59
Servicios básicos		1.740,00	1.809,60	1.881,98	1.957,26	2.035,55	2.116,98	2.201,66	2.289,72	2.381,31	2.476,56
Sueldos, salarios y compensacio		20.587,50	21.616,88	22.697,72	23.832,60	25.024,23	26.275,45	27.589,22	28.968,68	30.417,11	31.937,97
Depreciación		1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83
Amortizaciones		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		31.970,33	33.465,31	35.034,34	36.681,09	38.409,43	39.823,41	41.727,26	43.725,47	45.822,70	48.023,89
TOTAL GASTOS		31.970,33	33.465,31	35.034,34	36.681,09	38.409,43	39.823,41	41.727,26	43.725,47	45.822,70	48.023,89
UTILIDAD		4.225,57	4.540,39	4.871,65	5.220,20	5.586,92	6.372,76	6.778,71	7.205,81	7.655,14	8.127,85
Depreciación		1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83	1.322,83
Amortización		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DEL 15% DE TRABAJADORES		5.948,41	6.263,23	6.594,48	6.943,03	7.309,75	7.695,60	8.101,55	8.528,64	8.977,97	9.450,68
15% Trabajadores		892,26	939,48	989,17	1.041,45	1.096,46	1.154,34	1.215,23	1.279,30	1.346,70	1.417,60
UTILIDAD ANTES DEL 25% DE IMPUESTOS		5.056,15	5.323,74	5.605,31	5.901,57	6.213,29	6.541,26	6.886,31	7.249,34	7.631,27	8.033,08
25% Impuesto a la renta		1.264,04	1.330,94	1.401,33	1.475,39	1.553,32	1.635,31	1.721,58	1.812,34	1.907,82	2.008,27
EXCEDENTE DE OPERACIONES		3.792,11	3.992,81	4.203,98	4.426,18	4.659,97	4.905,94	5.164,74	5.437,01	5.723,46	6.024,81
INVERSIONES y Capital de trabajo	- 15.306,25	-	-	-	- 2.260,00	-	-	- 2.260,00	-	-	- 2.260,00
Valor Residual al final del año 10											1.506,67
FLUJO DE OPERACIONES	-15.306,25	3.792,11	3.992,81	4.203,98	2.166,18	4.659,97	4.905,94	2.904,74	5.437,01	5.723,46	5.271,48
FLUJO FINANCIERO NETO	-15.306,25	- 11.514,14	- 7.521,33	- 3.317,35	- 1.151,17	3.508,80	8.414,74	11.319,48	16.756,48	22.479,94	27.751,42

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

5.2.1.2 Análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Mínima Aceptable de rendimiento (TMAR)

El valor actual constituyen los valores positivos que arroja el proyecto desde el inicio hasta el año décimo de vida útil, pero estos valores deben ser traídos a valor presente para saber si resulta rentable la inversión, cuando el VAN es igual a cero, significa que se ha recuperado la inversión, mas los costos de oportunidad, y cuando es superior a cero, quiere decir que además de la recuperación mencionada, se ha alcanzado un excedente económico y que el proyecto es rentable⁴³.

En el siguiente cuadro como se puede observar, además de la recuperación de la inversión inicial, existe un monto que el proyecto de la agencia rendiría adicionalmente de dicha cantidad, logrando con esto la agencia, uno de sus principales objetivos, que es el de alcanzar utilidades que le permitan afianzarse en el mercado financiero, el excedente de \$ 10.228,44 dólares que rinde el proyecto, es muy significativo y atractivo para la cooperativa.

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento⁴⁴, se utiliza para traer los flujos de efectivo a valor presente, es decir, una tasa que valore la inflación y los ingresos que el inversionista deja de percibir por haber elegido una mejor alternativa para sus recursos, esto se calcula mediante la tasa pasiva referencial de los bancos que está en alrededor del 5% anual. Se ha considerado el 10% por ser la tasa mínima referencial aceptable que ayuda a recuperar los costos de oportunidad mencionados, con esto, se ha cubierto a la agencia de potenciales riesgos, garantizando un retorno aceptable de la inversión.

⁴³ Gitman, Lawrence J, Principios de administración Financiera, Editorial Mexicana, 2007, Pág. 369

⁴⁴ TMAR: es una tasa de descuento que incluye el costo de Oportunidad del capital. Formulación, Evaluación y Gestión de proyectos. Quito. 2003

Cuadro N° 43

VALOR ACTUAL NETO	10.228,44
TMAR	10%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

5.2.1.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR⁴⁵ evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual⁴⁶. La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

El proyecto de la apertura de la Agencia Chillogallo que prestará servicios financieros, arroja una tasa de rendimiento del 23%, lo cual indica que el proyecto es viable financieramente.

Cuadro N° 44

TASA INTERNA DE RETORNO	23%
--------------------------------	------------

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

⁴⁵ La tasa interna de retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0 \text{ Simplificando podemos obtener: } 0 = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Donde: r es la tasa interna de retorno,

Y_t representa el flujo de ingresos del proyecto,

E_t sus egresos

I_0 la inversión inicial en el momento cero.

⁴⁶ Gitman, Lawrence J, Principios de administración Financiera, Editorial Mexicana, 2007, Pág. 370

5.2.1.4 Relación Beneficio - Costo

El análisis de la relación Beneficio - Costo, es el cálculo de todos los costos y beneficios posibles asociados del proyecto de la nueva agencia, utilizado para analizar si éste debe ser efectuado o descartado, como se puede observar, existe un rendimiento de 1.75 de los beneficios sobre los costos, lo que significa que por cada dólar que el proyecto incurre en costos, se ha obtenido \$ 1.75 dólares de beneficios para la agencia.

La Razón Beneficio - Costo se consigue mediante el uso del flujo de operaciones de cada año y se lo ha descontado al 12% anual obteniendo el Flujo Neto de Caja Descontado, cuyo monto asciende a \$ 26.757,36 dólares; este valor corresponde a los beneficios que se obtendrán durante los 10 años del proyecto traídos a valor presente y se ha dividido para las inversiones del año cero que corresponden a \$15.306.25, cuyo resultado es de 1.75, valor que ya se ha explicado.

Cuadro Nº 45

Flujo de caja descontado

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO DE CAJA DESCONTADO
0	- 15.306,25	
1	3.792,11	3.385,81
2	3.992,81	3.183,04
3	4.203,98	2.992,31
4	2.166,18	1.376,65
5	4.659,97	2.644,19
6	4.905,94	2.485,50
7	3.992,81	1.806,14
8	3.992,81	1.612,63
7	2.904,74	1.313,95
8	5.437,01	2.195,92
9	5.723,46	2.063,94
10	5.271,48	1.697,27
TOTAL		26.757,36
Razón Beneficio/Costo		1,75

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

5.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para determinar el tiempo en el cual los inversionistas podrán recuperar los desembolsos de la inversión destinada al presente proyecto, se ha restado los flujos negativos resultantes en el flujo de caja de los positivos y, según se advierte en el cuadro siguiente N° 45, el resultado de esta operación es positivo en el quinto año, es decir, la empresa alcanza a recuperar la totalidad de sus inversiones a los cuatro años y aproximadamente tres meses de funcionamiento de la agencia, lo mismo significa que luego de este tiempo, el proyecto obtendrá excedentes financieros positivos.

Cuadro N° 46

Periodo de recuperación de inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
AÑOS	FLUJO NETO	Valor Recuperado	Valor por recuperar	Excedente	Tiempo de recuperación
0	- 15.306,25				
1	3.792,11	3.792,11	- 11.514,14		
2	3.992,81	3.992,81	- 7.521,33		
3	4.203,98	4.203,98	- 3.317,35		
4	2.166,18	2.166,18	- 1.151,17		
5	4.659,97	1.151,17		3.508,80	Cuatro años y tres meses
6	4.905,94			4.905,94	
7	2.904,74			2.904,74	
8	5.437,01			5.437,01	
9	5.723,46			5.723,46	
10	5.271,48			5.271,48	
				27.751,42	

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora

Como se ha demostrado en el presente capítulo, tanto en el flujo de caja como en los diferentes análisis de rentabilidad, el proyecto arrojará saldos positivos a favor de los inversionistas, y los valores considerados como inversión, son recuperables en un periodo de tiempo aceptable, queda por lo tanto, demostrado que existe viabilidad financiero y sostenibilidad económica en la apertura de la agencia mencionada.

CAPÍTULO VI.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- √ Mediante esta investigación se han podido comprobar que al realizar el análisis de los balances de la cooperativa “La Nueva Jerusalén” se observa que la institución no tiene una buena liquidez lo que se debe a que casi la totalidad del dinero recibido por captaciones se entrega a los socios por medio de préstamos.

- √ Se puede observar que aunque en bajo nivel, la entidad ha realizado una buena gestión ya que el porcentaje de morosidad no supera el 4% lo que se debe a que la gente a pesar de no tener buenas fuentes de ingresos, realiza los pagos de manera puntual, lo que hace que la cooperativa pueda seguir operando sin comprometer su liquidez.

- √ La experiencia alcanzada por la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, a lo largo de su funcionamiento le permite realizar un planteamiento para ampliar sus horizontes de crecimiento y desarrollo, mediante la posibilidad de abrir una agencia en un nuevo sector y ofrecer servicios de intermediación financiera y trabajo social. Esta agencia se considera parte de la estrategia de crecimiento en el largo plazo.

- √ Una vez evaluados los factores más importantes para calificar la mejor ubicación de la nueva agencia de la cooperativa “La Nueva Jerusalén”, se puede concluir que el sitio idóneo es en el barrio Chillogallo porque presenta el ambiente más favorable para garantizar el éxito de las operaciones de la organización, y uno de los factores de más importancia para la nueva agencia es el tamaño de la población.

- √ El mercado objetivo de la cooperativa de ahorro y crédito, corresponde únicamente al segmento de socios que requieren servicios de intermediación financiera a cambio de un excedente proveniente básicamente de los intereses por los fondos prestados a sus socios, así como de ingresos adicionales como las cuotas de ingresos a la cooperativa, multas, etc.

- √ Entre el segmento al que la agencia atenderá en Chillogallo los ingresos son equilibrados tanto en los hombres como en las mujeres. Este último grupo humano juega un papel muy importante no solo en el aporte al ingreso familiar, sino en la estabilidad y crecimiento económico de la familia, así también brinda confianza a la agencia desde el punto de vista de cumplimiento en los pagos de las obligaciones adquiridas, porque como está demostrado, las mujeres son más constantes en el cumplimiento de sus obligaciones.

- √ Las edades de los socios están dentro de una población activa económicamente, estas oscilan entre los 25 a 65 años, además, su nivel de de instrucción es mayoritariamente secundario, y está formado por personas que han establecido ya sus familias, lo que contribuye a dar estabilidad al segmento y confianza a la agencia de ahorro y crédito para asegurar la recuperación de la cartera.

- √ Las estrategias a seguirse para afianzar la nueva agencia están basadas en cubrir las necesidades de los clientes, así como dar seguridad de los servicios que brindará la institución, respaldada por la trayectoria que posee la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”, lo cual constituye una ventaja competitiva muy importante no solo para disminuir el riesgo de introducción al mercado, sino para asegurarle un espacio de participación en el segmento escogido.

- √ La cantidad de dinero necesaria para que el proyecto funcione durante los dos primeros meses asciende a \$ 2.675,63 dólares, y para alcanzar liquidez durante los meses siguientes, la nueva agencia Chillogallo de la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”, deberá generar sus propios recursos para financiar los gastos operacionales, por lo cual, mantener un sistema adecuado de comunicación y publicidad será imprescindible.

- √ Se ha demostrado de varias maneras que el proyecto de la apertura de la Agencia Chillogallo es viable financieramente, por un lado el rendimiento muestra que la agencia tiene una capacidad de endeudamiento del 40% anual sobre créditos para su propio financiamiento, sin perder ni un solo centavo de su inversión, por otro lado, la recuperación de los desembolsos realizados antes de iniciar las operaciones es tentativa, porque se realizará a partir del segundo año de operaciones, factores que son muy importantes para los inversionistas y los socios.

6.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Ante el lento crecimiento de la institución debido a que el único respaldo con que cuenta es el que proviene de los depósitos de sus socios, se puede sugerir que la cooperativa busque fuentes de financiamiento con préstamos blandos o no reembolsables para realizar sus créditos, así asegura la liquidez y acelera las posibilidades de crecimiento.

- ✓ Es indispensable que la institución establezca un sistema de control de riesgo y mejore su capacidad de cobro, para que pueda otorgar más créditos en el corto plazo, incluyendo políticas de incentivos a los clientes que cubran el pago puntual o en menor tiempo posible.

- ✓ Se recomienda a la cooperativa de Ahorro y crédito La Nueva Jerusalén, mantener una base de datos con información actualizada de la población del sector, del comportamiento socio económico de sus socios y de la competencia, para conocer tanto su desarrollo como sus expectativas y necesidades, para que se pueda tomar medidas estratégicas permanentemente de acuerdo a la evolución del mercado.

- ✓ Es necesario que la cooperativa diseñe y aplique en todas sus agencias un manual de procedimientos y estandarice de manera documentada los procesos necesarios para que la institución realice sus actividades de manera profesional y logre crecer de manera ordenada, así su gestión será más sólida en áreas como selección, capacitación y promoción del personal, entre otras.

- ✓ La cooperativa requiere además, de un sistema de seguimiento y evaluación de personal que permita a los involucrados, conocer las metas y los avances de la organización, así se podrán tomar medidas correctivas, y se asegurará el cumplimiento de los objetivos trazados por la institución.

- √ Como se trata de una institución de intermediación financiera se debe prever las fluctuaciones que se den en el mercado financiero, lo que puede afectar la franja entre la tasa activa y tasa pasiva que se aplica en la institución, al recibir los depósitos de sus socios y al otorgarles créditos, esta información podrá ayudar a tomar medidas preventivas y correctivas para disminuir el riesgo de una baja en los niveles de ingresos de la cooperativa.

- √ Si los servicios que actualmente ofrece la cooperativa le han garantizado un buen lugar de participación en el mercado, se recomienda mantener estos principios fundamentales también en la nueva agencia Chillogallo, a lo largo de su trayectoria, con el fin de asegurar la credibilidad en los clientes del sector donde esta se ubica, sin olvidar que se trata no solamente de tener éxito financiero, sino de mantenerse operando en el largo plazo.

- √ Se recomienda, finalmente, que la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén” utilice la presente investigación como una valiosa herramienta de apoyo, tanto para la apertura de la nueva agencia, como para investigaciones futuras que desee realizar, debido a que este documento cuenta con información importante para evaluar variables críticas para la institución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABELL, Derek F., Planeación estratégica de mercado, México, México: Continental.
- ARANGUREN, José Luis, Ética, Madrid, España: Revista de Occidente S.A.
- CAGIGAL, José, Finanzas de la Empresa, Quality print, Quito (2004)
- CERTO, Samuel C., Administración moderna: diversidad, calidad, ética & el entorno global, Bogotá, Colombia.
- CHIAVENATO, Administración de Recursos Humanos, MC Graw Hill (2002)
- DÍAZ Jaime, Escuela Politécnica Nacional, Notas de clase, Microeconomía. 2003
- Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2008 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- GITMAN, Lawrence J, Principios de administración Financiera, Editorial Mexicana, 2007.
- GOODSTEIN, NOLAN, PFEIFFER; “Planeación Estratégica Aplicada”; Editorial McGraw-Hill; 1998
- GRANDE I., ABASCAL E., (1989), Métodos Multivariantes, editorial Ariel, Madrid
- INEC, VI Censo de Población y V de Vivienda. Ecuador 2001
- INFANTE V., Arturo; “Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión”; (1998)
- LEDGERWOOD, Joanna. Manual de Microfinanzas. Banco Mundial. Washington. 2000
- MAYA DÍAZ, M., Diario La Hora, Debate agrario, Ecuador DEBATE N° 50
- Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- OCAMPO S., José; “Costos y Evaluación de Proyectos”; México. (2002)
- PINTO, Roberto, Planeación estratégica de capacitación empresarial, México D.F., México : McGraw-Hill
- Publicaciones de la Dirección Nacional de Cooperativas

- DORBUSH R., “Macroeconomía”, 2003
- Requisitos exigidos por la Cooperativa de ahorro y crédito “La Nueva Jerusalén”
- VARIAN Hal, “Microeconomía Intermedia”, Barcelona, 2003.

INSTITUCIONES

- Administración Zonal Sur Eloy Alfaro del Distrito Metropolitano de Quito
- Administración Zonal Quitumbe
- Administración Zona Centro del MDMQ. ALOP-CLAEH -IDRC. Ecuador 2003
- Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén”
- Dirección de Territorio Y Vivienda del Distrito Metropolitano de Quito
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

DIRECCIONES DE INTERNET

- www.isdb.org/sds,
- www.bce.fin.ec
- www.soc.titech.ac.jo/icm Libro virtual en Microcrédito
- www.inec.gov.ec
- www.flacso.org.ec
- www4.quito.gov.ec
- www.cambiocultural.com
- www.gestiopolis.com/canales

ANEXOS

ENCUESTA Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE DATOS

Preguntas realizadas en la encuesta dirigida a los habitantes de los barrios San Martín de Porras, El Conde y Chillogallo. Y análisis estadístico gráfico de resultados en forma global

Preguntas de la encuesta

1. Identificación del entrevistado:

- Edad: Sector donde vive.....
- Sexo: Masculino Femenino
- Nivel de instrucción Primaria Secundaria Superior Ninguna
- Estado civil: Casado Soltero Unión Libre Divorciado

2. Su vivienda es:

- Propia
- Arrendada

Otra, explique

3. ¿Cuanto tiempo vive en la vivienda mencionada? -----

4. Donde vivía antes:

- Provincia.....
- Ciudad.....

5. ¿Cuántos miembros tiene su familia? -----

6. ¿Cuántas personas de este hogar trabajan? -----

7. ¿Cual es el nivel de ingresos de la familia en dólares?

- De 100 a 200
- De 201 a 400
- De 400 a 600
- Mas de 600

8. ¿Ahorra la familia en alguno de los siguientes medios?

- Asociación o club de ahorro
- Banco privado
- Cooperativa de ahorro y crédito
- Financiera
- Mutualista
- ONG

En casa
Ninguna

Otra forma, Explique

(Si su respuesta es **ninguna** siga a la pregunta 10)

9. ¿Cuál es el motivo por el que usted o algún miembro del hogar ahorra?

Ganar los intereses
Proteger el dinero de robos
Solicitar en el futuro un préstamo
Otra, explique.....

10. Si su respuesta a la pregunta 8 fue negativa, ¿Cuál es motivo principal por la que no ahorra en ninguna institución financiera?

Costos administrativos altos
Desconfianza
Intereses bajos
Poco dinero
Otra, explique _____

11. ¿Que hacen, cuando en el hogar falta dinero?

Piden prestado dinero (bancos, cooperativas, personas)
Reducen los gastos en compra de alimentos
Reducen los gastos en educación
Reducen los gastos en salud
Venden algún bien (casa, terreno, joya, electrodoméstico, etc.)
Otra, explique

12. Durante los últimos dos años, ¿han solicitado préstamos en dinero a bancos, mutualistas, cooperativas, prestamistas, etc.?

Si (Si su respuesta es Si pase a la pregunta 14)
No

13. ¿Por qué razón no solicitaron préstamos?

Alto interés
No necesitan
No tiene propiedades con título
Tramite difícil
Dificultad para conseguir garante
Otra, explique

(Pase a la pregunta 23)

14. ¿Obtuvieron préstamos de dinero de bancos, mutualistas, cooperativas, prestamistas, etc.?

Si
No (Si su respuesta es No, siga a la pregunta 17)

15. Si obtuvo prestamos lo hizo a través de:

Asociación o club de ahorro
Banco privado
Cooperativa de ahorro y crédito
Financiera
Mutualista
ONG
Chulquero

Otra, explique.....

16. ¿Que tasa de interés anual pago por el préstamo?

(Pase a la pregunta 18)

17. ¿Por qué razón no obtuvieron el préstamo?

Bajos ingresos
Discriminación (género, religión, etnia, etc.)
Falta de garantías materiales (bienes)
Falta de trabajo permanente
No calificación de garantes personales
Otra, explique.....

(Por favor siga a la pregunta 23)

18. ¿En que utilizó el préstamo obtenido?

Vivienda Consumo Comercio Microcrédito
Otra, explique

19. ¿Cual fue el monto del préstamo?

De 100 a 200
De 201 a 400
De 400 a 600
Mas de 600
Otra -----

20. La experiencia que tuvo en la institución que le otorgo el préstamo fue:

Buena
Mala
¿Porque?

21. ¿En base a la experiencia obtenida, estaría dispuesto a solicitar un nuevo préstamo?

Si
No
Explique.....

22. ¿Qué factores harían que ud. se cambie a una nueva entidad para solicitar los servicios financieros?

Tasa de interés
Beneficios
Facilidades
Calidad de la atención
Otro, explique.....

23. ¿Conoce de alguna entidad financiera que otorgue créditos en este sector?

Si Cual.....

No

24. Ha escuchado o conoce de la Cooperativa “La Nueva Jerusalén”

Si
No

25. ¿Estaría interesado que se ubique una agencia de ahorro y crédito por el sector donde usted vive, y que además otorgue otros beneficios sociales?

Si
No (Si su respuesta es No, le agradecemos mucho, hemos terminado la encuesta)

Explique.....

26. ¿Cual de los siguientes servicios le interesarían?

Servicio medico-dental
Fondo mortuario
Almacén de electrodomésticos
Ferretería
Beca escolar
Seguro de desgravamen
Otros

27. ¿Cual es la tasa de interés que estaría dispuesto a pagar si adquiere un crédito?

28. ¿Cual es el monto que estaría dispuesto a solicitar?

100 a 250
300 a 450
500 o más
Otra, explique.....

29. ¿Cual es el plazo que estaría dispuesto a obtener para pagar su crédito?

Entre 1-6 meses
Entre 6-12 meses
Entre 12-18 meses
Entre 18-24 meses
Entre 24-30 meses
Entre 30-36 meses
Otro, explique.....

30. ¿En que utilizaría el dinero del préstamo adquirido?

Educación de los hijos
Pagar deudas
Arreglar la vivienda
Pequeño negocio
Emigrar
Compra de electrodomésticos
Compra de alimentos
Otro, explique.....

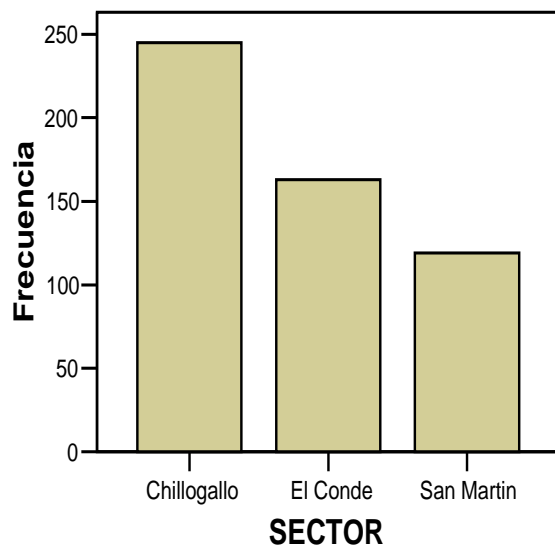
Análisis Estadístico

Aquí se resumen los resultados de la investigación de campo, arrojados por el programa estadístico SPSS versión 12.0

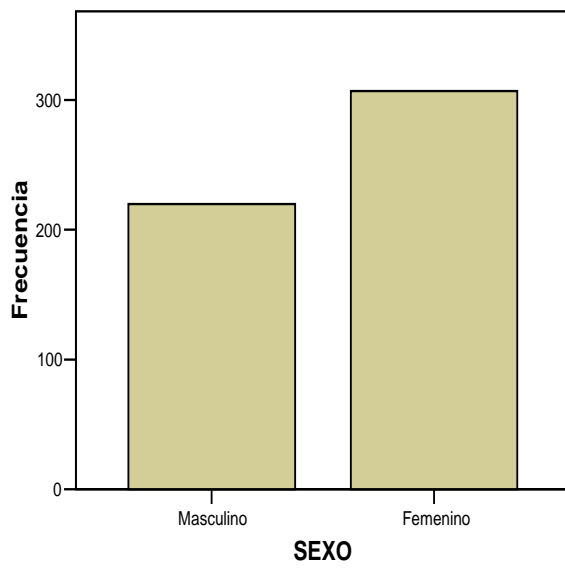
Estadísticos descriptivos

	N	Desv. tip.	Varianza
SEXO	527	,494	,244
EDAD	527	11,031	121,680
NIVEL_DE_INSTRUCCION	527	,765	,586
ESTADO_CIVIL	527	,725	,526
VIVIENDA	527	,533	,284
TIEMPO_EN_LA_VIVIENDA	527	9,8394	96,813
PROCEDENCIA	527	3,740	13,984
MIEMBROS_EN_LA_FAMILIA	527	2,091	4,373
PERSONAS_QUE TRABAJAN	527	1,241	1,540
NIVEL_DE_INGRESOS	527	,929	,863
INSTITUCIONES_EN LAS_QUE_AHORRA	527	2,685	7,212
MOTIVO_POR_LA_QUE_AHORRA	322	,888	,789
MOTIVO_PORQUE_NO_AHORRA	204	1,006	1,013
CUANDO_EN_EL_HOGAR_FALTA_DINERO	527	1,843	3,397
SOLICITUD_PARA_PRESTAMO	527	,500	,250
RAZONES_DE_NO_SOLICITAR_PRESTAMO	277	1,353	1,830
OBTENCION_DE_PRESTAMO	250	,378	,143
INSTITUCIONES_DE_OBTENCION_DEL_PRESTAMO_EN	207	1,262	1,594
TASA_DE_INTERES_POR_EL_PRESTAMO	207	1,418	2,010
PORQUE_NO_OBTUVIERON_EL_PRESTAMO	42	1,841	3,390
LAS_UTILIDADES_DEL_PRESTAMO	208	1,181	1,396
MONTO_DEL_PRESTAMO	208	1,030	1,060
EXPERIENCIA_EN_LA_INSTITUCION_DEL_PRESTAMO	207	,454	,206
DISPONIBILIDAD_SOLICITAR_PRESTAMO	208	,392	,153
FACTORES_PARA_CAMBIAR_DE_INSTITUCION	208	1,805	3,258
CONOCIMIENTO_DE_ENTIDADES_FINANCIERAS_EN_EL_SECTOR	527	,442	,195
CONOCIMIENTO_DE_LA_CAC_JERUSALEN	527	,256	,065
INTERES_EN_NUEVA_AGENCIA_DE_LA_CAC	527	,407	,165
SERVICIOS_QUE_INTERESARIAN	419	2,282	5,206
DISPOSICION_DE_TASA_DE_INTERES	419	,862	,743
MONTO_DE_DINERO_A_SOLICITAR	419	,981	,962
PLAZO_DISPONIBLE_PARA_PAGAR	419	1,617	2,615
UTILIDADES_DEL_POSIBLE_PRESTAMO	419	1,647	2,713

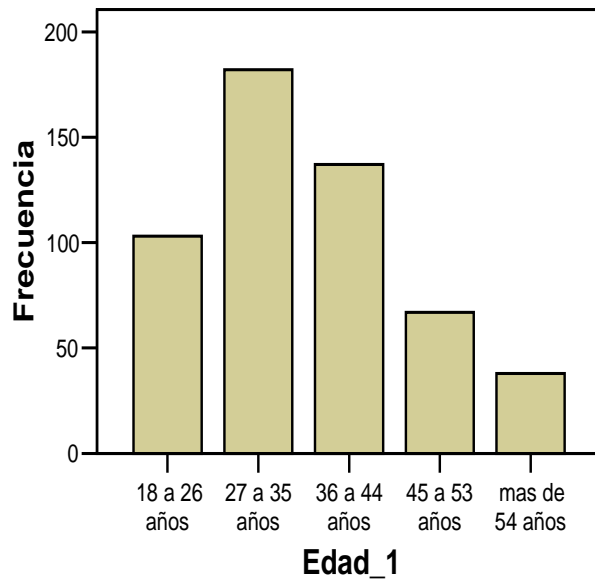
SECTOR



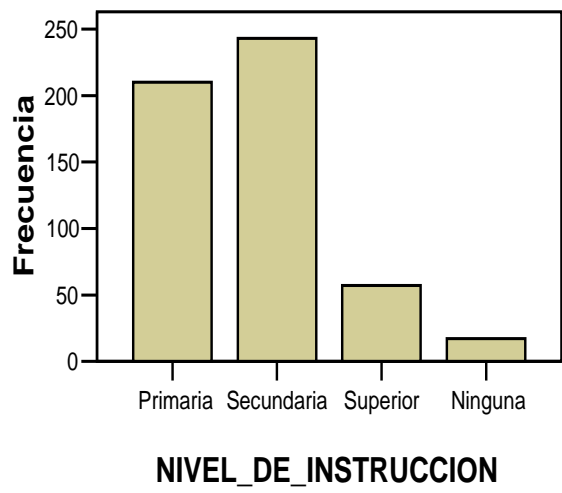
SEXO



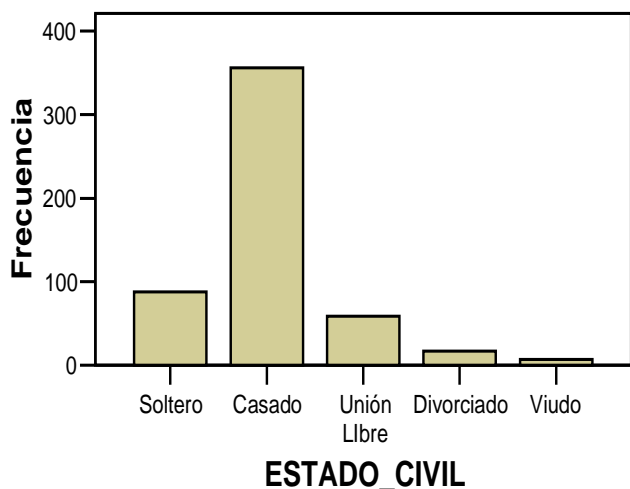
Edad_1



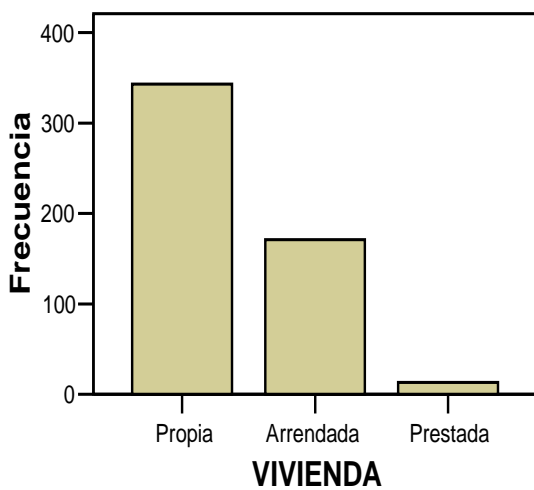
NIVEL_DE_INSTRUCCION



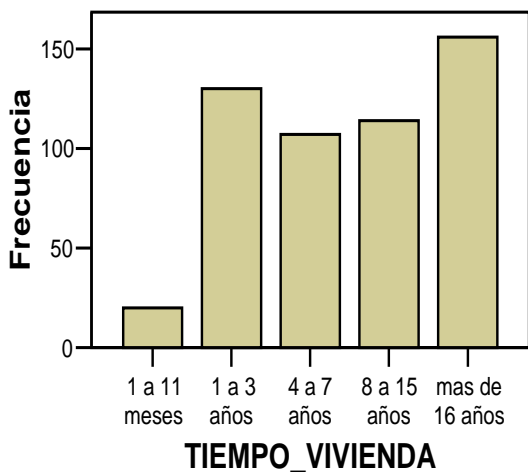
ESTADO_CIVIL



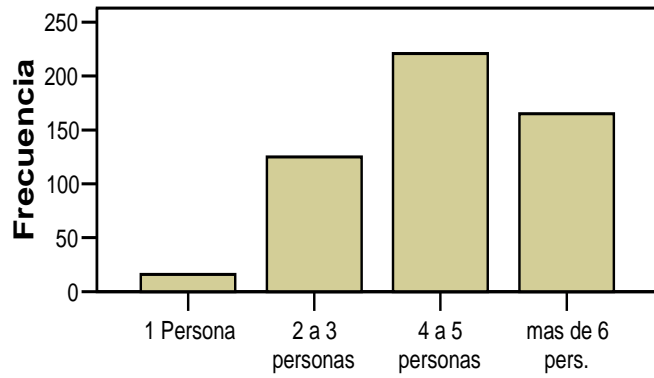
VIVIENDA



TIEMPO_VIVIENDA

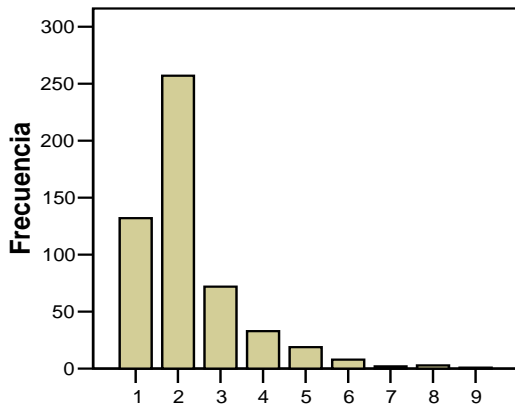


MIEMBROS_DE_LA_FAMILIA



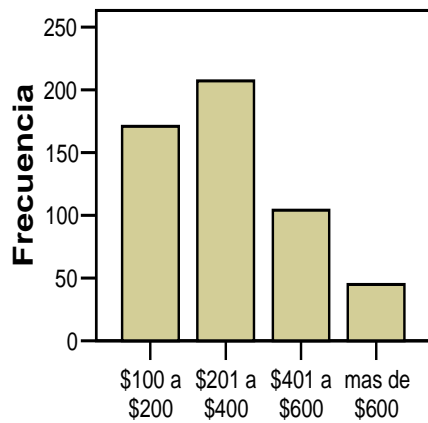
MIEMBROS_DE_LA_FAMILIA

PERSONAS_QUE_TRABAJAN



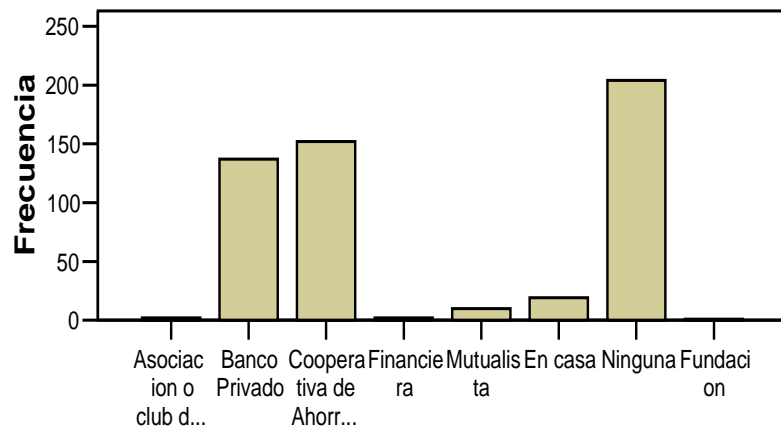
PERSONAS_QUE_TRABAJAN

NIVEL_DE_INGRESOS



NIVEL_DE_INGRESOS

INSTITUCIONES_EN_LAS_QUE_AHORRA



INSTITUCIONES_EN_LAS_QUE_AHORRA