



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA FINANZAS**

#### **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO FINANCIERO “AHORRO JUVENIL” EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA. AGENCIA MATRIZ, CANTÓN AMBATO EN EL AÑO 2022”**

##### **Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:  
**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTOR:** ANDREA ESTEFANIA GUEVARA PÉREZ

**DIRECTOR(A):** Ing. WILIAM PATRICIO CEVALLOS SILVA

Riobamba – Ecuador

2022

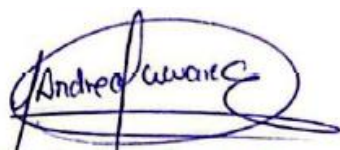
© 2022, **Andrea Estefanía Guevara Pérez**

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

Yo, Andrea Estefanía Guevara Pérez, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 2 de junio del 2022



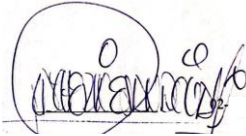


**Andrea Estefanía Guevara Pérez**  
**C.I.: 185035801-9**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO FINANCIERO “AHORRO JUVENIL” EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA. AGENCIA MATRIZ, CANTÓN AMBATO EN EL AÑO 2022**, realizado por la señorita: **ANDREA ESTEFANIA GUEVARA PÉREZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

|  | FIRMA   | FECHA      |
|--|---|------------|
| Ph.D Katherine Elizabeth Sandoval Escobar<br><b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>      | <br>_____ | 02-06-2022 |
| Ing. William Patricio Cevallos Silva<br><b>DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b> | <br>_____ | 02-06-2022 |
| Ing. Andrea Ramírez Casco<br><b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>                         | <br>_____ | 02-06-2022 |

## **DEDICATORIA**

Dedico este presente Trabajo de Titulación a Dios y a la Virgen Santísima por haberme dado la fuerza y perseverancia para seguir con mis estudios, por protegerme bajo su manto en todo momento; a mi padre Marco Vinicio Guevara Guevara y a mi madre Norma Elizabeth Pérez Solís quienes me apoyaron moral y económicamente esforzándose cada día para que cumpla cada uno de mis sueños; a mis hermanas Yajaira Elizabeth Guevara Pérez y Danna Paola Guevara Pérez que siempre me brindaron sus alegrías, ellos son mi pilar fundamental e inspiración para darme cuenta que con esfuerzo todo es posible

ANDREA

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios y a la Virgen Santísima por guiarme en todas las etapas de mi vida y darme la oportunidad de cumplir una de las metas más importantes de mi vida. También quiero agradecer a mis padres por la confianza, las enseñanzas y el apoyo que me brindaron en cada momento de mi etapa universitaria. Gracias por convertirme en la persona que soy ahora ya que con su constante esfuerzo, sacrificio y apoyo incondicional me ayudaron en el cumplimiento de este logro; a mis hermanas que al igual por comprenderme y apoyarme para nunca rendirme.

Quiero agradecer a mis maestros quienes me formaron hacia la excelencia que caracteriza a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. También quiero agradecer a una persona muy importante Ricardo que nunca me dejó sola y en los momentos más difícil estuvo conmigo y las grandes amistades que me llevo de esta hermosa experiencia.

Mi gratitud a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., y todos quienes forman tan prestigiosa institución quienes me abrieron las puertas para poder desarrollar mi Trabajo de Titulación

ANDREA

## TABLA DE CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| ÍNDICE DE TABLAS.....   | 10 |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....  | 13 |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS.....   | 14 |
| ÍNDICE DE ANEXOS .....  | 15 |
| RESUMEN .....   | 16 |
| SUMMARY .....   | 17 |
| INTRODUCCIÓN .....  | 17 |
| <br>  |    |
| CAPÍTULO I.....   | 22 |
| <br>  |    |
| 1. MARCO DE REFERENCIA .....                                      | 22 |
| 1.1. Antecedentes de la investigación.....                        | 22 |
| 1.2 Marco teórico .....   | 23 |
| 1.2.1. Proyecto.....  | 23 |
| 1.2.1.1. Componentes de un proyecto .....                         | 24 |
| 1.2.2. Sistema Financiero .....                                   | 24 |
| 1.2.2.3. Sistema Financiero Cooperativista en Ecuador .....       | 27 |
| 1.2.2.7. Producto Financiero .....                                | 33 |
| 1.2.3. Estudio de Factibilidad .....                              | 34 |
| 1.2.3.1. Objetivo de realizar un Estudio de Factibilidad.....     | 34 |
| 1.2.3.2. Importancia de realizar un Estudio de Factibilidad ..... | 34 |
| 1.2.3.4. Factibilidad económica .....                             | 35 |
| 1.2.3.5. Factibilidad comercial.....                              | 35 |
| 1.2.4. Estudio De Mercado .....                                   | 35 |
| 1.2.8.3. Beneficio costo .....                                    | 38 |
| 1.2.8.3. Periodo de recuperación .....                            | 38 |
| 1.3. Marco conceptual.....  | 38 |
| 1.3.1. Estudio de Factibilidad.....                               | 38 |
| 1.4. Idea a defender.....   | 40 |
| 1.5. Variables.....   | 41 |
| 1.5.1. Variable Independiente .....                               | 41 |
| 1.5.2 Variable Dependiente.....                                   | 41 |
| <br>  |    |
| CAPÍTULO II .....   | 42 |

|                           |   |    |
|---------------------------|---|----|
| 2.                        | <b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....   | 42 |
| 2.1.                      | <b>Enfoque de investigación</b> .....                                   | 42 |
| 2.1.1.                    | <i>Enfoque cuantitativo</i> .....                                       | 42 |
| 2.1.2.                    | <i>Enfoque cuantitativo</i> .....                                       | 42 |
| 2.2.                      | <b>Nivel de investigación</b> .....                                     | 42 |
| 2.3.                      | <b>Diseño de investigación</b> .....                                    | 43 |
| 2.3.1.                    | <i>Según el contexto de generación del conocimiento</i> .....           | 43 |
| 2.3.1.1.                  | <i>Investigación Aplicada</i> .....                                     | 43 |
| 2.3.1.2.                  | <i>Investigación Descriptiva</i> .....                                  | 44 |
| 2.3.2.                    | <i>Según las fuentes de información para generar conocimiento</i> ..... | 44 |
| 2.3.2.1.                  | <i>Investigación de Campo</i> .....                                     | 44 |
| 2.3.2.2.                  | <i>Investigación Bibliográficas</i> .....                               | 44 |
| 2.4.                      | <b>Población y muestra</b> .....  | 45 |
| 2.4.1.                    | <i>Población</i> .....  | 45 |
| 2.4.2.                    | <i>Muestra</i> .....  | 45 |
| 2.4.2.1.                  | <i>Cálculo de la muestra</i> .....                                      | 46 |
| 2.5.                      | <b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....          | 47 |
| 2.5.1.                    | <i>Métodos de investigación</i> .....                                   | 47 |
| 2.5.1.1.                  | <i>Método Descriptivo</i> .....   | 47 |
| 2.5.1.2.                  | <i>Método Inductivo</i> .....   | 47 |
| 2.5.2.                    | <i>Técnicas de investigación</i> .....                                  | 48 |
| 2.5.3.                    | <i>Instrumentos de investigación</i> .....                              | 48 |
| 2.5.3.1.                  | <i>Encuesta</i> .....   | 48 |
| 2.6.                      | <b>Análisis e interpretación de resultados</b> .....                    | 48 |
| 2.6.1.                    | <i>Encuestas a la población</i> .....                                   | 49 |
| 2.6.2.                    | <i>Encuesta a los colaboradores</i> .....                               | 58 |
| <b>CAPÍTULO III</b> ..... |   | 62 |
| 3.                        | <b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....  | 62 |
| 3.1.                      | <b>Título de la propuesta</b> .....                                     | 62 |
| 3.2.                      | <b>Objetivo de la propuesta</b> .....                                   | 62 |
| 3.3.                      | <b>Antecedentes de la organización</b> .....                            | 62 |
| 3.3.1.                    | <i>Introducción</i> .....   | 62 |
| 3.3.2.                    | <i>Análisis de la Situación Actual de la Cooperativa</i> .....          | 63 |
| 3.3.3.                    | <i>Análisis de la captación actual de la cooperativa</i> .....          | 64 |



|                 |   |           |
|-----------------|---|-----------|
| <b>3.4.</b>     | <b>Estudio de Mercado .....</b>   | <b>65</b> |
| <b>3.4.1.</b>   | <i>Segmentación del Mercado .....</i>   | <i>65</i> |
| <b>3.4.2.</b>   | <i>Análisis de la demanda .....</i>   | <i>65</i> |
| <b>3.4.3.</b>   | <i>Cálculo de la demanda.....</i>   | <i>67</i> |
| <b>3.4.4.</b>   | <i>Proyección de la Demanda .....</i>   | <i>67</i> |
| <b>3.4.5.</b>   | <i>Análisis de la Oferta.....</i>   | <i>68</i> |
| <b>3.4.6.</b>   | <i>Proyección de la Oferta.....</i>   | <i>69</i> |
| <b>3.4.7.</b>   | <i>Demanda Insatisfecha .....</i>   | <i>70</i> |
| <b>3.4.8.</b>   | <i>Marketing Mix .....</i>  | <i>70</i> |
| <b>3.4.8.1.</b> | <i>Producto .....</i>   | <i>70</i> |
| <b>3.4.8.2.</b> | <i>Plaza.....</i>   | <i>71</i> |
| <b>3.4.8.3.</b> | <i>Precio .....</i>   | <i>72</i> |
| <b>3.4.8.4.</b> | <i>Promoción .....</i>  | <i>72</i> |
| <b>3.4.8.5.</b> | <i>Estrategias Comerciales .....</i>  | <i>74</i> |
| <b>3.5.</b>     | <b>Estudio Técnico .....</b>  | <b>75</b> |
| <b>3.5.1.</b>   | <i>Tamaño del proyecto .....</i>  | <i>75</i> |
| <b>3.5.1.1.</b> | <i>Demanda real proyectada.....</i>   | <i>76</i> |
| <b>3.6.</b>     | <b>Localización del proyecto .....</b>  | <b>77</b> |
| <b>3.6.1.1.</b> | <i>Macro localización .....</i>   | <i>77</i> |
| <b>3.6.1.2.</b> | <i>Micro localización .....</i>   | <i>78</i> |
| <b>3.6.1.3.</b> | <i>Ingeniería del proyecto .....</i>  | <i>78</i> |
| <b>3.6.1.4.</b> | <i>Proceso de apertura de cuenta de “Ahorro Juvenil” .....</i>                | <i>80</i> |
| <b>3.7.</b>     | <b>Estudio Legal.....</b>   | <b>81</b> |
| <b>3.7.1.</b>   | <i>Trámites o requisitos para la aprobación del producto financiero .....</i> | <i>81</i> |
| <b>3.8.</b>     | <b>Estudio Administrativo.....</b>  | <b>83</b> |
| <b>3.8.1.</b>   | <i>Organigrama estructural área de inteligencia de negocios .....</i>         | <i>83</i> |
| <b>3.8.2.</b>   | <i>Misión.....</i>  | <i>84</i> |
| <b>3.8.3.</b>   | <i>Visión .....</i>   | <i>84</i> |
| <b>3.8.4.</b>   | <i>Logotipo de la Institución .....</i>                                       | <i>84</i> |
| <b>3.8.5.</b>   | <i>Objetivos Institucionales .....</i>  | <i>84</i> |
| <b>3.8.6.</b>   | <i>Valores Corporativos.....</i>  | <i>84</i> |
| <b>3.8.7.</b>   | <i>Localización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. ....</i> | <i>85</i> |
| <b>3.9.</b>     | <b>Estudio Financiero .....</b>   | <b>85</b> |
| <b>3.9.1.</b>   | <i>Inversión Inicial.....</i>   | <i>85</i> |
| <b>3.9.2.</b>   | <i>Financiamiento .....</i>   | <i>86</i> |
| <b>3.9.3.</b>   | <i>Cálculo de la depreciación .....</i>                                       | <i>86</i> |
| <b>3.9.4.</b>   | <i>Cálculo de la amortización de activos diferidos .....</i>                  | <i>87</i> |

|                 |  |     |
|-----------------|--|-----|
| <b>3.9.5.</b>   | <b><i>Captaciones</i></b> .....                              | 87  |
| <b>3.9.5.1.</b> | <b><i>Captación proyectada</i></b> .....                     | 89  |
| <b>3.9.6.</b>   | <b><i>Colocación</i></b> .....                               | 90  |
| <b>3.9.6.1.</b> | <b><i>Ingresos por colocación proyectados</i></b> .....      | 91  |
| <b>3.9.7.</b>   | <b><i>Ingresos totales</i></b> .....                         | 92  |
| <b>3.9.8.</b>   | <b><i>Gastos Operativos</i></b> .....                        | 92  |
| <b>3.9.8.1.</b> | <b><i>Sueldos y Salarios Proyectados</i></b> .....           | 92  |
| <b>3.9.8.2.</b> | <b><i>Suministros de Oficina</i></b> .....                   | 93  |
| <b>3.9.8.3.</b> | <b><i>Gastos Publicitarios</i></b> .....                     | 93  |
| <b>3.9.8.4.</b> | <b><i>Gastos de Captación</i></b> .....                      | 94  |
| <b>3.9.8.5.</b> | <b><i>Intereses pagados</i></b> .....                        | 96  |
| <b>3.9.8.6.</b> | <b><i>Gastos de Colocación</i></b> .....                     | 96  |
| <b>3.9.8.7.</b> | <b><i>Gastos operativos consolidados</i></b> .....           | 98  |
| <b>3.9.9.</b>   | <b><i>Estado de Resultados</i></b> .....                     | 99  |
| <b>3.9.10.</b>  | <b><i>Flujo de Caja</i></b> .....                            | 100 |
| <b>3.10.</b>    | <b><i>Evaluación Financiera</i></b> .....                    | 101 |
| <b>3.10.1.</b>  | <b><i>Cálculo de la tasa de descuento</i></b> .....          | 101 |
| <b>3.10.2.</b>  | <b><i>Valor Actual Neto</i></b> .....                        | 101 |
| <b>3.10.3.</b>  | <b><i>Tasa Interna de Retorno</i></b> .....                  | 102 |
| <b>3.10.4.</b>  | <b><i>Relación Beneficio - Costo</i></b> .....               | 102 |
| <b>3.10.5.</b>  | <b><i>Período de recuperación de la inversión.</i></b> ..... | 102 |
|                 | <b>CONCLUSIONES</b> .....                                    | 104 |
|                 | <b>RECOMENDACIONES</b> .....                                 | 105 |
|                 | <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  |     |
|                 | <b>ANEXOS</b>  |     |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1-1:</b> Segmento del sector cooperativista a nivel de país.....                         | 28 |
| <b>Tabla 2-1:</b> Segmento del sector cooperativista a nivel de Tungurahua.....                   | 29 |
| <b>Tabla 3-1:</b> Captaciones por regiones .....  | 30 |
| <b>Tabla 4-1:</b> Captaciones por provincias .....  | 31 |
| <b>Tabla 5-1:</b> Colocación por región.....  | 32 |
| <b>Tabla 6-1:</b> Colocación por provincias .....   | 32 |
| <b>Tabla 1-2:</b> Rango de edad.....  | 49 |
| <b>Tabla 2-2:</b> Actividad económica de la población .....                                       | 50 |
| <b>Tabla 3-2:</b> Actividad económica de la población .....                                       | 51 |
| <b>Tabla 4-2:</b> Ahorro de ingresos.....   | 52 |
| <b>Tabla 5-2:</b> Frecuencia de ahorro.....   | 53 |
| <b>Tabla 6-2:</b> Existencia de la cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. ....            | 54 |
| <b>Tabla 7-2:</b> Factores clave para el ahorro .....   | 55 |
| <b>Tabla 8-2:</b> Cuentas de ahorro en otras instituciones .....                                  | 56 |
| <b>Tabla 9-2:</b> Ahorro Juvenil dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. .... | 57 |
| <b>Tabla 10-2:</b> La cooperativa cuenta con un producto enfocado en el sector juvenil .....      | 58 |
| <b>Tabla 11-2:</b> El producto financiero aporta a la liquidez .....                              | 59 |
| <b>Tabla 12-2:</b> Se obtendrá mayor atracción de socios .....                                    | 60 |
| <b>Tabla 13-2:</b> Considera que mejorara la captación y colocación.....                          | 61 |
| <b>Tabla 1-3:</b> Captación actual de la cooperativa.....   | 64 |
| <b>Tabla 2-3:</b> Segmento de mercado.....  | 65 |
| <b>Tabla 3-3:</b> Ahorro de ingresos.....   | 66 |
| <b>Tabla 4-3:</b> Existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.....             | 66 |
| <b>Tabla 5-3:</b> Ahorro Juvenil dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. .... | 66 |
| <b>Tabla 6-3:</b> Detalle de la demanda.....  | 67 |
| <b>Tabla 7-3:</b> Proyección de la demanda .....  | 68 |
| <b>Tabla 8-3:</b> Crecimiento de la demanda en 5 años.....  | 68 |
| <b>Tabla 9-3:</b> Ahorro Juvenil en otras instituciones .....                                     | 69 |
| <b>Tabla 10-3:</b> Representación población económicamente activa .....                           | 69 |
| <b>Tabla 11-3:</b> Proyección de la oferta.....   | 69 |
| <b>Tabla 12-3:</b> Crecimiento de la oferta para 5 años .....                                     | 70 |
| <b>Tabla 13-3:</b> Demanda Insatisfecha .....   | 70 |
| <b>Tabla 14-3:</b> Tasas Pasivas .....  | 72 |
| <b>Tabla 15-3:</b> Análisis de la demanda .....   | 75 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 16-3:</b> Demanda real proyectada.....                               | 76 |
| <b>Tabla 17-3:</b> Demanda real proyectada.....                               | 76 |
| <b>Tabla 18-3:</b> Macro localización.....                                    | 77 |
| <b>Tabla 19-3:</b> Simbología del producto financiero .....                   | 80 |
| <b>Tabla 20-3:</b> Inversión Inicial Diferida .....                           | 85 |
| <b>Tabla 21-3:</b> Inversión Activos Fijos .....                              | 86 |
| <b>Tabla 22-3:</b> Capital de trabajo.....                                    | 86 |
| <b>Tabla 23-3:</b> Inversión Inicial Total.....                               | 86 |
| <b>Tabla 24-3:</b> Depreciación equipos de computo .....                      | 86 |
| <b>Tabla 25-3:</b> Cálculo de amortización .....                              | 87 |
| <b>Tabla 26-3:</b> Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2022.....  | 87 |
| <b>Tabla 27-3:</b> Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2023.....  | 88 |
| <b>Tabla 28-3:</b> Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2024.....  | 88 |
| <b>Tabla 29-3:</b> Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2025.....  | 88 |
| <b>Tabla 30-3:</b> Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2026.....  | 88 |
| <b>Tabla 31-3:</b> Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2027 ..... | 89 |
| <b>Tabla 32-3:</b> Captación del ahorro juvenil .....                         | 89 |
| <b>Tabla 33-3:</b> Ingresos por colocación para el año 2022 .....             | 90 |
| <b>Tabla 34-3:</b> Ingresos por colocación para el año 2023 .....             | 90 |
| <b>Tabla 35-3:</b> Ingresos por colocación para el año 2024 .....             | 90 |
| <b>Tabla 36-3:</b> Ingresos por colocación para el año 2025 .....             | 91 |
| <b>Tabla 37-3:</b> Ingresos por colocación para el año 2026 .....             | 91 |
| <b>Tabla 38-3:</b> Ingresos por colocación para el año 2027 .....             | 91 |
| <b>Tabla 39-3:</b> Ingresos proyectados por colocación .....                  | 91 |
| <b>Tabla 40-3:</b> Ingresos intereses generados.....                          | 92 |
| <b>Tabla 41-3:</b> Sueldos y salarios proyectados.....                        | 92 |
| <b>Tabla 42-3:</b> Suministros de oficina .....                               | 93 |
| <b>Tabla 43-3:</b> Útiles de oficina proyectados.....                         | 93 |
| <b>Tabla 44-3:</b> Gastos Publicitarios .....                                 | 93 |
| <b>Tabla 45-3:</b> Gastos publicitarios proyectados.....                      | 94 |
| <b>Tabla 46-3:</b> Gastos de captación para el año 2022 .....                 | 94 |
| <b>Tabla 47-3:</b> Gastos de captación para el año 2023 .....                 | 94 |
| <b>Tabla 48-3:</b> Gastos de captación para el año 2024 .....                 | 95 |
| <b>Tabla 49-3:</b> Gastos de captación para el año 2025 .....                 | 95 |
| <b>Tabla 50-3:</b> Gastos de captación para el año 2026 .....                 | 95 |
| <b>Tabla 51-3:</b> Gastos de captación para el año 2027 .....                 | 96 |
| <b>Tabla 52-3:</b> Gastos de captación proyectados .....                      | 96 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 53-3:</b> Intereses pagados .....  | 96  |
| <b>Tabla 54-3:</b> Gastos de colocación .....   | 97  |
| <b>Tabla 55-3:</b> Gastos de colocación .....   | 97  |
| <b>Tabla 56-3:</b> Gastos operativos consolidados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.<br>..... | 98  |
| <b>Tabla 57-3:</b> Estado de resultado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. ....                | 99  |
| <b>Tabla 58-3:</b> Flujo de caja de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.....                       | 100 |
| <b>Tabla 59-3:</b> Tasa de descuento .....  | 101 |
| <b>Tabla 60-3:</b> Flujos Netos .....   | 102 |
| <b>Tabla 61-3:</b> Cálculo del período de recuperación de la inversión.....                                     | 103 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1-1:</b> Elementos del Sistema Financiero.....                       | 25 |
| <b>Figura 2-1:</b> Tipos de ahorro que maneja la cooperativa.....              | 34 |
| <b>Figura 1-3:</b> Presentación del Ahorro Juvenil.....                        | 71 |
| <b>Figura 2-3:</b> Punto de atención .....                                     | 72 |
| <b>Figura 3-3:</b> Página web con la implementación del Ahorro Juvenil .....   | 73 |
| <b>Figura 4-3:</b> Página de Facebook para promocionar el Ahorro Juvenil ..... | 74 |
| <b>Figura 5-3:</b> Flyer Publicidades de Ahorro Juvenil.....                   | 74 |
| <b>Figura 6-3:</b> Ubicación geográfica de Tungurahua.....                     | 77 |
| <b>Figura 7-3:</b> Ubicación geográfica de Ambato .....                        | 78 |
| <b>Figura 8-3:</b> Ubicación geográfica de Ambato .....                        | 78 |
| <b>Figura 9-3:</b> Distribución de la primera planta .....                     | 79 |
| <b>Figura 10-3:</b> Flujograma para la apertura de cuentas .....               | 80 |
| <b>Figura 11-3:</b> Organigrama Estructural.....                               | 83 |
| <b>Figura 12-3:</b> Logotipo institucional.....                                | 84 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                      |  |    |
|----------------------|--|----|
| <b>Gráfico 1-2:</b>  | Rango de edad de la población.....   | 49 |
| <b>Gráfico 2-2:</b>  | Actividad económica de la población .....                                      | 50 |
| <b>Gráfico 3-2:</b>  | Ingresos económicos de la población.....                                       | 51 |
| <b>Gráfico 4-2:</b>  | Le gustaría ahorrar su dinero .....  | 52 |
| <b>Gráfico 5-2:</b>  | Manera de ahorrar sus ingresos.....  | 53 |
| <b>Gráfico 6-2:</b>  | Existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. ....           | 54 |
| <b>Gráfico 7-2:</b>  | Factores claves de una institución financiera .....                            | 55 |
| <b>Gráfico 8-2:</b>  | Dispone de cuentas de ahorro en otras instituciones financieras .....          | 56 |
| <b>Gráfico 9-2:</b>  | Ahorro Juvenil dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. ... | 57 |
| <b>Gráfico 10-2:</b> | La cooperativa cuenta con un producto enfocado en el ahorro juvenil.....       | 58 |
| <b>Gráfico 11-2:</b> | El producto financiero aporta a la liquidez. ....                              | 59 |
| <b>Gráfico 12-2:</b> | Se obtendrá mayor atracción de socios .....                                    | 60 |
| <b>Gráfico 13-2:</b> | Considera que mejorara la captación y colocación .....                         | 61 |
| <b>Gráfico 1-3:</b>  | Captaciones de la cooperativa .....  | 64 |
| <b>Gráfico 2-3:</b>  | Demanda proyectada.....  | 77 |
| <b>Gráfico 3-3:</b>  | Ingresos de captación proyectados.....   | 89 |
| <b>Gráfico 4-3:</b>  | Ingresos de colocación proyectados.....  | 91 |

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** ENCUESTAS A LA POBLACIÓN


**ANEXO B:** ENCUESTAS A LOS COLABORADORES



## RESUMEN

El presente Trabajo de Titulación plantea estudiar la factibilidad para la creación de un producto financiero “Ahorro Juvenil” en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., agencia Matriz, cantón Ambato en el año 2022, su objetivo principal es atraer nuevos socios potenciales entre 18 y 29 años de esta manera mejorar la captación. Para la elaboración de esta investigación se recolectó y analizó la información proporcionada por la institución, a través de la aplicación de encuestas a la población económicamente activa, se logró establecer el estudio de mercado y los resultados obtenidos identifican la demanda, oferta y demanda insatisfecha, luego se tomó dicho valor para aplicarlo con un escenario medio del 40%, también se estructuró el estudio técnico, legal y financiero dentro de este se estableció la inversión, financiamiento, ingresos, gastos, estado de resultado y flujos de caja, los indicadores evaluados obtuvieron los siguientes resultados: tasa de descuento de 0,1459, un Valor Actual Neto (+VAN) \$19641.16; una Tasa Interna De Retorno (TIR) 35,71%, Relación Beneficio - Costo (RBC) \$ 1.62 y el Período de Recuperación de la Inversión (PRR) de 3 años, 0 meses y 9 días. La inversión para la implementación este proyecto es de \$ 31.552,93 dólares además, caben mencionar que no se requiere de financiamiento, ya que la cooperativa cuenta con recursos propios. Se concluye, que mediante el análisis de estos indicadores es viable ofertar el producto financiero “Ahorro Juvenil” y se recomienda implementarlo.

**Palabras clave:** <FACTIBILIDAD >, <CAPTACIÓN >, <AHORRO JUVENIL>, <COLOCACIÓN>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>.

**REVISADO**  
04 JUL 2022  
  
Ing. Jhonatan Parreño Uguillas, MBA  
(ANALISTA DE BIBLIOTECA)

10-06-2022

1194-DBRA-UTP-2022

## SUMMARY

This research work proposes to study the feasibility of creating a financial product called "Ahorro Juvenil" (Youth Saving) in Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. cooperative, head office, in Ambato canton in the year 2022, its main objective is to attract new potential members between 18 and 29 years in order to improve the collection of funds. For the elaboration of this research, the information provided by the institution was collected and analyzed, through the application of surveys to the economically active population, also, it was possible to establish the market study and the results obtained identify the demand, supply and unsatisfied demand. Then this value was taken to apply it with an average scenario of 40%, moreover the technical, legal and financial study was structured within this the investment, financing, income, expenses, income statement and cash flows were established. The evaluated indicators obtained the following results: discount rate of 0.1459, a Net Present Value (+ NPV) of \$19641.16; an Internal Rate of Return (IRR) of 35.71%, Benefit - Cost Ratio (BCR) of \$ 1.62 and an Investment Recovery Period (IRP) of 3 years, 0 months and 9 days. The investment for the implementation of this project is \$31,552.93 dollars, and it is worth mentioning that no financing is required, since the cooperative has its own resources. It is concluded that through the analysis of these indicators it is viable to offer the financial product "Ahorro Juvenil" and it is recommended to implement it.

**Keywords:** <FEASIBILITY>, <CAPTATION>, <YOUTH SAVINGS>, <PLACEMENT>, <PRESENT NET VALUE (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>.

SILVIA  
NARCISA  
CAZAR  
COSTALES

Firmado digitalmente  
por SILVIA NARCISA  
CAZAR COSTALES  
Fecha: 2022.07.12  
22:01:51 -05'00'

## **INTRODUCCIÓN**

El proyecto de factibilidad tiene la función de ayudar a decidir de manera objetiva si se debe proceder con lo propuesto. Por ello el presente trabajo de titulación, tiene como objetivo estudiar la factibilidad para la creación de un producto financiero “Ahorro Juvenil” en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Agencia Matriz, Cantón Ambato en el año 2022, dentro de su contenido se manifiestan III capítulos, conclusiones, recomendaciones y anexos.

El capítulo I, se conforma por: marco teórico, antecedentes de la investigación, fundamentación teórica, marco conceptual correspondiente al tema de investigación; dicho capítulo es la base primordial de la investigación pues sustenta de forma teórica el proyecto que se va a proponer.

El capítulo II, es el marco metodológico mismo que contiene los siguientes aspectos el enfoque, nivel, diseño de la investigación, población, muestra, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, además la aplicación de la encuesta arroja resultados necesarios para plantear el proyecto de factibilidad en Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo” Ltda.

El capítulo III , trata del marco propositivo, en el cual se establece la propuesta mismo que está conformado por: Título, objetivo de la propuesta, antecedentes de la organización donde se trabaja dicho proyecto de factibilidad, información básica de la organización y las proyecciones financieras planteadas hasta el año 2027; además, se trabaja de manera práctica para desarrollar adecuadamente la propuesta y conocer que tan viable es la implementación del producto financiero.

A los anexos se les utilizará como evidencia de la investigación ejecutada, y servirá de apoyo al momento de sustento el mismo.

## **PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA**

En Ecuador según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), solamente el 2,52% de los menores de 18 años dispone de una cuenta de ahorros en el sistema financiero, mientras que dentro de la población mayor de edad el 54,21% no reporta tener cuentas activas en instituciones financieras esto quiere decir que del grupo restante el 42.77% tiene cuentas de ahorro activas, 1.7% manejan cuentas corrientes y para finalizar el 1.32% se maneja con ambas cuentas (Mutualista Pichincha, 2019, p.1).

De esta manera se conoce la realidad dentro de nuestra nación, se determina que del total de su población el 58.8% de los hogares cuentan con capacidad de ahorro porque maneja ingresos mayores que sus gastos por otro lado el 41.1% se mantiene con gastos superiores a sus ingresos y la diferencia que es el 0.1% equipara sus ingresos con sus gastos.

En la Cooperativa de Ahorro Crédito Chibuleo Ltda., agencia matriz no existe captación a gran nivel entre un rango de edad de 18 a 29 años, según el informe emitido por la coordinadora del área de productos y servicios la agencia matriz cuenta con 33969 socios de los cuales solo el 20.48% es decir 6955 socios se encuentra en dicho segmento, también debemos tomar en cuenta que la mayoría de los socios pertenecen a un mercado mayor a 30 años es decir el 79.52%.

Además, muchas de las veces los jóvenes entre 18 y 29 años no quieren acceder a este producto financiero porque no cuentan con un valor exacto para ahorrar; sin saber que no hace falta porque la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., brindaría la facilidad para que la juventud aperture sus cuentas de ahorro. Dicho lo anterior esto servirá de apoyo a los diferentes emprendimientos de jóvenes dando la oportunidad para que su dinero se encuentre en una institución segura y solvente.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿La creación de un producto financiero ayudará a mejorar la captación de nuevos clientes y su colocación dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.?

## **DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Dicha investigación se desarrollará en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., agencia Matriz, la misma que está ubicada en el Cantón Ambato en la dirección Eugenio Espejo 12-78 y Av. 12 de noviembre y para el desarrollo se proyecta un tiempo estimado de 4 meses.

## **JUSTIFICACIÓN**

La justificación consiste en fundamentar la importancia del problema que aborda y la necesidad de realizar el TDT para hallar la solución al mismo. La conveniencia contempla exponer las razones de la investigación desde el argumento teórico, metodológico, práctico - social. Se hace necesario el desarrollo de un nuevo producto financiero de "Ahorro Juvenil" para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. mismo que tendrá como propósito principal el fortalecimiento a la cultura

del ahorro en los jóvenes, de tal manera que estos aprendan a manejar su propio dinero, siendo emprendedores, logrando así concretar sus proyectos laborales (Merino y Ortega, 2011: p.11).

### **JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

Para el desarrollo de este trabajo de investigación, es importante basarse en distintas fuentes bibliográficas confiables, artículos científicos, tesis e informes que permitan el desarrollo sustentable de dicha investigación. Además, trabajar en el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, y evaluación financiera, aplicando conocimientos ya establecidos en el transcurso de los diferentes ciclos.

La justificación teórica en las ciencias económicas – administrativas se manifiesta cuando se cuestiona dicha teoría en cuanto a sus principios, procesos de implantación y sus resultados (Bernal, 2010, p. 106).

### **JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

La metodología debe ir acorde al cumplimiento de los objetivos, el cual es un estudio de mercado para la implementación de un nuevo producto financiero denominado “Ahorro Juvenil”, y así mejorar la captación. Aplicar métodos cuantitativos como cualitativos de manera que se recopile la información necesaria para efectuar el estudio y determinar si existe aceptación sobre bases sólidas y apegadas a una necesidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., y así pueda brindar este servicio.

Para el cumplimiento es importante también investigar, conocer, obtener información clara sobre la población con la que se va a trabajar es decir características importantes, adicional definir procesos de metodología que favorezcan a la institución mediante la utilización de este producto financiero.

### **JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA - SOCIAL**

La presente investigación se justifica desde el fundamento práctico - social, porque se desea conocer que tan factible es la creación de este nuevo producto financiero, y solucionar la baja captación que se da en el rango de edad entre 18 y 29 años, además se pretende desarrollar el producto "ahorro juvenil" para impulsar el ahorro y garantizar una capacidad futura que permita hacer frente a imprevistos o bien financiar proyectos personales o profesionales.

La juventud en los últimos tiempos se ha visto muy activa porque crea nuevos emprendimientos los cuales asocia con la tecnología, innovación y el uso de redes sociales para llegar a nuevos clientes generando ganancias y que mejor que la cooperativa sea su aliada estratégica al momento de ahorrar dicho dinero, teniendo claro que la cooperativa tiene solvencia y se encuentra varios años en el mercado (Paz y Guerrero, 2014: p.25).

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Estudiar la factibilidad para la creación de un producto financiero “Ahorro Juvenil” en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., agencia Matriz, cantón Ambato en el año 2022.

### **Objetivo Específicos**

- Revisar la bibliografía mediante fuentes confiables para sustentar de manera teórica, el estudio de factibilidad del nuevo producto financiero
- Desarrollar el estudio de mercado mediante el levantamiento y análisis de información para establecer la oferta, demanda y demanda insatisfecha del proyecto.
- Realizar un estudio financiero por medio de los indicadores para evaluar que tan factibilidad es la creación del producto financiero “Ahorro Juvenil”.

## CAPÍTULO I

### 1 MARCO DE REFERENCIA

#### 1.1 Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación, se incluye trabajos similares con el objetivo que poder analizarlos y tomar como guía y sustento.

Para (Tanguila y Sinaluisa, 2020: p.16) en su Trabajo de Investigación Proyecto de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda., como estrategia de crecimiento en la ciudad de Riobamba sector sur, provincia de Chimborazo. El objetivo investigativo es realizar un estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y crédito OSCUS Ltda., como estrategia de crecimiento en la ciudad de Riobamba sector Sur, provincia de Chimborazo. Los métodos utilizados para realizar la investigación son; inductivo el cual consiste en estudiar los procesos realizados en la cooperativa e ir obteniendo información que nos permita detectar los problemas existentes; analítico se realiza un análisis del entorno en el que se llevará a cabo el proyecto, y el sintético determina la situación a través de los métodos anteriores estableciendo el contexto actual y real del medio que permitirá tomar la decisión de apertura de la agencia.

Para (Valencia, 2020, p.16) su Trabajo de Investigación Proyecto de factibilidad para la colocación de cajeros automáticos multifunción de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “El Sagrario” en el Centro Sur de la ciudad de Riobamba en el año 2019. Tiene como objetivo la expansión del mercado, la mejora del servicio en los cajeros automáticos, captación de nuevos socios potenciales, optimizar el tiempo y a su vez generar mayores utilidades por año. Para el desarrollo de la investigación se ha recolectado la información que ha sido proporcionada por la institución y mediante el manejo de encuestas aplicadas a la población, se logró determinar la oferta, demanda y nivel de aceptación e identificar la ubicación estratégica en el sector sur específicamente frente al mercado Mayorista de la ciudad de Riobamba, ya que en ese sector existe mayor aglomeración de gente y de actividad comercial. Se determinó la utilización de los cajeros automáticos con una frecuencia diaria del 40,81% en las diferentes transacciones bancarias.

Para (Guayanlema, 2016, p.14) en su Trabajo de Investigación Estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la provincia de Tungurahua. Tiene como finalidad ampliar la cobertura del mercado ofertando productos y servicios financieros a la sociedad. En el trabajo investigativo se ha utilizado varias técnicas como la investigación de campo donde se aplicaron 384 encuestas a la población del cantón

Pelileo determinando que el proyecto es viable de acuerdo con los resultados obtenidos: se realizó un estudio de mercado analizando la oferta y la demanda identificando la existencia de demanda insatisfecha, para lo cual se elaboró estrategias agresivas de marketing para posicionar la marca en la mente de los socios y clientes de la localidad.

## **1.2 Marco teórico**

### **1.2.1 Proyecto**

El término proyecto se aplica a la intención de hacer o ejecutar algo, es la intención organizada de transformar una situación actual insatisfactoria en una situación futura deseada. En términos académicos se podría definir un proyecto como un sistema artificial y abstracto, constituido por bloques de información y decisiones, los cuales se articulan alrededor de una intencionalidad bien definida que delimita estos bloques en el espacio y en el tiempo. Los principales componentes de un proyecto son: la intencionalidad, la información y las decisiones (Gómez, 2009, p.26).

Al proyecto se lo conoce como toda idea que se maneja en el presente con la idea de poder materializarla en el futuro, debido a que se concederá como la idea, problema o necesidad ya sea que se encuentre de manera interna dentro de la empresa o externa. En muchas ocasiones las ideas evolucionan, se delimitan, se concretan. Cada proyecto tiene una esencia única y no se compra con otros. Adicional cada proyecto debe cumplir con fases importantes para su desarrollo como inicio, planeación, ejecución, seguimiento y cierre (Candela y Cerezuela, 2018: p.10).

La creación de un proyecto es un reto temporal, donde se pretende crear un único y excelente producto o servicio. Todo plan tiene como objetivo lograr un resultado anhelado, se tiene a consideración también un plazo límite también un presupuesto estructurado. Finalmente, como resultado del proyecto se obtiene dicho producto o servicio el cual no se ha realizado antes. Dicho proceso requiere de tareas repetitivas (Lledó y Rivarola, 2007: p. 5).

El alcance de cada proyecto va en base a su constitución en un instrumento básico de información para la toma de decisiones de inversión, y por los resultados que puede formar su cumplimiento y maniobra en cuanto a la tramitación de los inconvenientes existentes, al desarrollo económico y social de un país, región, provincia y ciudad en particular, por los beneficios que le puede generar a un inversionista. En la experiencia se puede asemejar planes para compensar necesidades concretas o para aprovechar oportunidades específicas (Meza, 2013, p.26).



El proyecto es sinónimo de un plan por que se forma para convertir algo soñado en una realidad, tomando a consideración un conjunto de recursos ya existentes y manejados por diferentes situaciones, con el objetivo de crear un principio del que se derive una corriente de bienes o servicios. Considerando este punto de vista, la idea del proyecto nace ante la problemática de compensar determinadas necesidades sentidas por un conjunto de personas en un momento y lugar determinado, es por ello por lo que se califica dicha situación existente como problemática dada y debe ser superada por medio del proyecto.

#### **1.2.1.1** *Componentes de un proyecto*

Este proyecto se lo considera un sistema, el cual está constituido por unidades como la información y los resultados para de acuerdo con ello tomar decisiones importantes dichas unidades se fijan en la intencionalidad que delimita estos mecanismos en el sitio y en el tiempo, los componentes a tratar son: la intencionalidad, la información y las decisiones (Gómez, 2009, p.26).

- La intencionalidad es estimada como la fuerza interior, de esta manera la persona a cargo de dicho proyecto impulsa sus ideas para poder iniciar, también se lo considera como el centro del proyecto, se toma a consideración que no existe un proyecto si no se cuenta con la intencionalidad de por medio.
- La información que sustenta el proyecto debe ser de calidad, contar con valores agregados esto permitirá que exista mayor posibilidad de administrar y controlar dicho proyecto, los proyectos son considerados complejos y es importante conocer los factores que puedan afectar a futuro. La obtención de la información constituye al desarrollo clave del proyecto porque se analizan los datos de manera completa y como resultado se obtendrá decisiones de calidad y eficientes .
- Para finalizar el tercer componente engloba las decisiones lo que garantiza el éxito de dicho proyecto, las decisiones se ven marcadas mediante lo que mejor convenga y en un momento determinado se escoge o renuncia a los aspectos más incluyentes con la finalidad de obtener resultados positivos

#### **1.2.2** *Sistema Financiero*

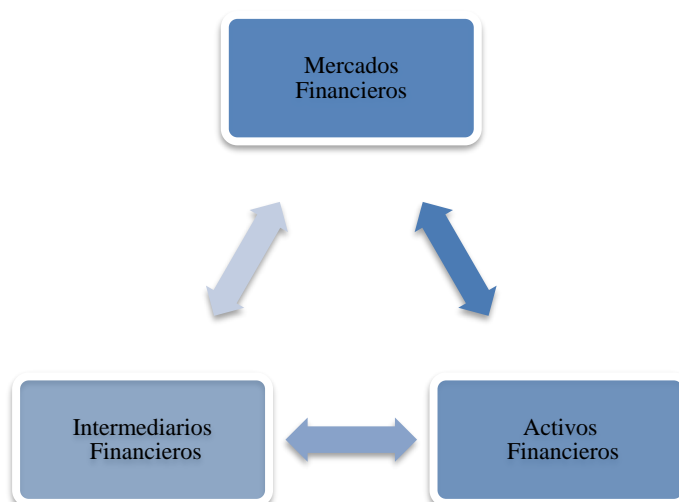
Se considera que sistema financiero es básicamente la unión de las instituciones financieras y no financieras de un país, los mercados financieros hacen referencia a lo monetario, cambiario y de crédito, adicional sus interacciones y su infraestructura financiera. Las empresas financieras o bancos basan su operación en llevar al máximo su margen de intermediación, es decir buscan captar ahorro financiero a la menor tasa de interés posible y colocarlo en el mercado a una tasa de interés más alta (Lozano y Rivera, 2019: p.131).

En contraste, el sistema financiero de un país lo conforman las instituciones, medios y mercados, con el propósito de canalizar el ahorro, además el sistema financiero está compuesto por instrumentos o activos financieros, como las instituciones o intermediarios y los mercados financieros, organismos de control quienes regularán su funcionamiento (Calvo et al., 2014: pp.22-25).

Por lo que, se puede mencionar que el sistema financiero está compuesto por especialistas que operan los mercados financieros ejerciendo las funciones y realizando las operaciones financieras convenientes a que la mayor cantidad de ahorro esté a disposición de la inversión en el mejor escenario posible para ambas partes.

### 1.2.2.1 Elementos del Sistema Financiero

El sistema Financiero de un país este compuesto por:



**Figura 1-1 :** Elementos del Sistema Financiero

**Fuente:** (Milán, 2020)

**Realizado por:** Guevara, Andrea, 2021

El mercado financiero es considerado un sitio, el mismo que puede ser de manera física o virtual dentro de este mercado se presentan compradores y vendedores, las funciones de los mercados financieros son:

- Contactar a los participantes los mismos que participan en la operación
- Fijar los precios de los activos fijos
- Reducir costos y plazos de intermediación

Dichos mercados tienen algunas denominaciones las cuales se detallan a continuación:

- Según sus connotaciones: Mercado primario y Mercado secundario.
- Según la estructura: Mercado organizado y Mercado no-organizado.
- Según características de los activos financieros: Mercado interbancario, Mercado de fondos públicos y Mercado de capitales donde se considera a Renta fija como Renta variable.

Los intermediarios financieros tienen dos clases las cuales son entidades de crédito y las que no son de crédito las operaciones que se detallan de la siguiente manera:

#### **Entidades de crédito**

- Captar depósitos del público
- Otorgar créditos
- Factoring o Compra de cartera.
- Efectuar pagos y transferencias de fondos.
- Emitir medios de pago.
- Administración de dinero, bienes y valores.

#### **Entidades que no son de crédito**

- Simplemente son inversionistas
- Entidades aseguradoras
- Fondos de Inversión
- Administradoras de Fondos de Pensiones y Cesantías
- Bolsa de Valores

Para finalizar, los activos financieros son títulos expedidos por las unidades deficitarias dichos títulos son negociables y tienen tres características importantes:

1. Liquidez lo que significa que tiene una manera fácil de conversión en efectivo
2. Bajo riesgo eso quiere decir que la posibilidad de pérdida es mínima
3. Rentabilidad sinónimo de ganancia sobre la inversión

Cuando una organización requiere capital emite y vende estos títulos en el mercado de valores por ejemplo lo que se cotiza son acciones, bonos, papeles comerciales entre otros

Los inversionistas hallan atractivos esos títulos e invierten sus recursos en los mismos, pues la empresa entrega el título, recibe el capital y se compromete con el inversionista a retornar la ganancia.

También la compañía se puede financiar con dación de activos tales como la prenda real o hipotecaria además que obtiene recursos de entidades financieras (Dueñas, 2008, p.10).

El sistema financiero abarca tres elementos importantes como los activos financieros, los mercados y las instituciones financieras. Los activos son productos financieros brindados y ofrecidos por las instituciones financieras mediante un dispositivo determinado por el mercado ya sea geográfico o virtual y que son obtenidos por todas aquellas personas, empresas o instituciones que poseen excedentes en sus niveles de ingreso, con el único fin de invertir sus ahorros.

#### **1.2.2.2** *Sistema Financiero Ecuatoriano*

El sistema financiero simboliza uno de los cimientos esenciales dentro del patrimonio de una nación, motivo por la cual se busca penetrar en la conducta de las entidades financieras más significativas de las diferentes ciudades del país con el objetivo de trazar habilidades financieras, innovadoras y contables como mecanismo de generación de valor y rendimientos financieros. Se presenta que entre las instituciones financieras existe preocupación por el óptimo desempeño y la eficiencia en sus gestiones administrativas (Ordóñez et al., 2020. p.199).

Los sistemas financieros constituyen una fuente de información necesaria para el avance y desarrollo de una economía a través de la correcta retribución de los recursos para el buen funcionamiento de la economía productiva, de esta manera lograr una estabilidad monetario-financiera para el país. Cuenta con roles muy importantes los cuales son reconocidos por Superintendencia de Bancos al canalizar recursos que permiten el desarrollo de la actividad económica (Luque y Peñaherrera, 2021: p.6).

Para finalizar se puede mencionar que los modelos de mercados no se enfocan solo en tener en cuenta las demandas del mercado financiero actual, sino que se ajusta a las flexibilizaciones de la dinámica económica que atiende al entorno en el cual se desarrolla el dicho sistema y que además le permite plantearse cambios, en crisis emergentes como la pandemia por coronavirus que vamos afrontando alrededor desde el año 2019.

#### **1.2.2.3** *Sistema Financiero Cooperativista en Ecuador*

Los modelos económicos determinados en la historia del Ecuador, ha autorizado que el estado vaya tomando diferentes opciones de progreso con el propósito de buscar el excelente bienestar para la población debido a que algunos años, existió concentración de la riqueza en manos de pequeños grupos económicos de poder, esto generó que el crecimiento económico del país se estanque y presente indicadores negativos (Tanguila y Sinaluisa, 2020: p.6).

El Sistema Financiero actualmente se dispone de instituciones públicas como privadas, dichas instituciones cuentan con procesos de Economía Popular y Solidaria exponiendo con ello un claro elemento diferenciador. Todas estas entidades son gobernadas por una misma normativa en función de su actividad de intermediación financiera. De ahí la necesidad de examinar el sistema financiero moderno y sus fines tanto en el Sistema Bancario, así como en las Cooperativas de Ahorro y Crédito. Se analiza la información de las instituciones de acuerdo con el mayor tamaño conforme a sus activos, en relación con la necesidad de generar valor agregado en la aplicación de los procesos de responsabilidad social cooperativa, bajo principios de solidaridad y ética en empresas del sector asociativo de propiedad común (Luque y Peñaherrera, 2021: p.2).

Por otro lado, se menciona que dicho sistema está bien constituido y tiene como objetivo principal integrar a todos los sectores de la población a lograr un crecimiento justo, solidario e incluyente. El cooperativismo de ahorro y crédito se ha denominado un medio para poder trabajar con el desarrollo cultural, social y económico como se logra esto por medio de la intermediación financiera. Las mismas se enfocan en el ámbito de las microfinanzas, tomando en cuenta que su convicción es lograr siempre la inclusión financiera y atender a los sectores más necesitados de las diferentes regiones.

#### 1.2.2.4 Actualidad del sistema cooperativista

Según la base de catastro de cooperativas a corte Julio del 2021, Ecuador cuenta con 552 cooperativas a nivel de todo el país, de las cuales se subdivide de acuerdo con el segmento de cada institución como se puede observar en la tabla 1-1.

**Tabla 1-1:** Segmento del sector cooperativista a nivel de país

| SEGMENTO                 | NÚMERO     | PORCENTAJE  |
|--------------------------|------------|-------------|
| Segmento 1               | 34         | 6,16%       |
| Segmento 1 - Mutualistas | 4          | 0,72%       |
| Segmento 2               | 43         | 7,79%       |
| Segmento 3               | 80         | 14,49%      |
| Segmento 4               | 165        | 29,89%      |
| Segmento 5               | 210        | 38,04%      |
| No aplica                | 16         | 2,90%       |
| <b>TOTAL</b>             | <b>552</b> | <b>100%</b> |

Fuente:(Seps, 2021)

Realizado por: Guevara, Andrea, 2021

Como se puede observar en la tabla 1-1 del total de cooperativas el 6.16% lo ocupa el segmento 1 con 34 cooperativas, en el segmento 1 mutualista equivale al 0.72%, en el segmento 2 existen 43

cooperativas con 7.79%, en el segmento 3 se cuenta con 80 cooperativas lo que equivale al 14.49%, en el segmento 4 se cuenta con 165 cooperativas y ocupan el 29.89%, mientras que en el segmento 5 existen 210 cooperativas con el 38.04% finalmente las instituciones que no cuentan con segmento se representan con 2.90%.

**Tabla 2-1:** Segmento del sector cooperativista a nivel de Tungurahua

| SEGMENTO                 | NÚMERO | PORCENTAJE |
|--------------------------|--------|------------|
| Segmento 1               | 8      | 9,52%      |
| Segmento 1 - Mutualistas | 1      | 1,19%      |
| Segmento 2               | 2      | 2,38%      |
| Segmento 3               | 11     | 13,10%     |
| Segmento 4               | 28     | 33,33%     |
| Segmento 5               | 33     | 39,29%     |
| No aplica                | 1      | 1,19%      |
| <b>TOTAL</b>             | 84     | 100%       |

Fuente: (Seps, 2021)

Realizado por: Guevara, Andrea, 2021

Por otro lado como se puede observar en la tabla 2-1 en Tungurahua se cuenta con 84 cooperativas de las cuales 8 pertenecen al segmento 1 es decir el 9.52%, en el segmento 1 mutualista se cuenta con 1 cooperativa que equivale al 1.19%, en el segmento 2 se considera a 2 cooperativas que representan el 2.38%, dentro del segmento 3 se cuenta con 11 cooperativas sinónimo de 13.10%, además en el segmento 4 se cuenta con 28 cooperativas que significa el 33.33%, en el segmento 5 se considera a 33 cooperativas lo que significa el 39.29% y para finalizar dentro del segmento que no aplica se considera a 1 cooperativa lo que equivale al 1.19%.

### 1.2.2.5 Cooperativas de Ahorro y Crédito

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito integran a un conjunto de personas que aportan de manera equitativa al capital social, entendido al mismo como integración social, relacionada con acciones explícitas por comunidades o colectivos a partir de objetivos comunes que les generen un beneficio. El nacimiento de las diferentes cooperativas se da por las necesidades de apoyar a las personas que cuentan con recursos bajos para que puedan desarrollar cada uno de sus diferentes emprendimientos y negocios, dichas personas se unen de manera voluntaria para poder satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas (García et al., 2018: pp.1-6).

Una de las características importantes de la teoría cooperativa es su simplicidad, porque no es un producto del pensamiento racional de filósofos o teóricos, sino un producto del sentido común (Alarcón, 2019, p.24).

El cooperativismo ha sido considerado y definido de muchas formas a lo largo de su historia: como una doctrina política, un modo de producción, sin embargo, lo cierto hoy es que el cooperativismo es un plan económico y una parte importante de la vida en muchos países. Su desarrollo y difusión demuestran que incluso puede cambiar la estructura política de la sociedad en la que se implementan. El sistema financiero cooperativo se va basado tanto en captar como en colocar dinero que sus socios y clientes, canalizando el beneficio para ambas partes. Se concluye mencionado que las cooperativas financieras pertenecen a los socios. Como mediadores financieros, las cooperativas de ahorro y crédito financian sus carteras de créditos movilizándolo los ahorros de los socios y los depósitos que se realicen esto permite el crecimiento de las instituciones apoyando a futuras generaciones.

### 1.2.2.6 Captación

Captación tiene un enlace claro y profundo con los depósitos, dicha cuenta donde fue destinada el dinero se maneja a custodia de una institución financiera que se hace responsable tomando a consideración las condiciones que se hayan fijado para realizarlo, los cuales pueden depósitos a la vista, depósitos a plazo fijo. Además, la captación constituye todos los recursos del público que han sido depositados en una institución financiera sea pública o privada a través de depósitos a la vista y depósitos a plazo u otros mecanismos (Solórzano, 2017, p.10).

La captación es el compendio de dinero de desemejantes personas u organizaciones todo dependerá del tipo de cuenta que las personas posean entre las que pueden ser: cuenta de ahorros, cuenta corriente, certificados de depósitos a término fijo entre otros: al manejar estas cuentas ganaran un porcentaje de interés concluyente por las instituciones bancarias (Pazmiño et al., 2019, p. 355).

En función a los conceptos ya mencionados se muestra la captación existente en el país dentro de las cooperativas a través de las regiones como se presenta a continuación

Se muestra en la tabla 3-1, la captación por regiones donde la región que mayor saldo de captaciones obtiene es la Sierra con el 83.32%, la Costa representa el 13.49% de total del valor captado, mientras que la Amazonia representa el 3.19% y la región Insular no general mayor distribución pues cuenta solo con \$12.979,37 valor captado.

**Tabla 3-1:** Captaciones por regiones

| REGION | SALDO CAPTACIONES   | DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL |
|--------|---------------------|-------------------------|
| SIERRA | \$10.878.558.821,45 | 83,32%                  |
| COSTA  | \$ 1.761.149.680,39 | 13,49%                  |

|                      |                            |             |
|----------------------|----------------------------|-------------|
| AMAZONIA             | \$ 416.665.470,67          | 3,19%       |
| INSULAR              | \$ 12.979,37               | 0,00%       |
| <b>Total general</b> | <b>\$13.056.386.951,88</b> | <b>100%</b> |

Fuente: (Seps, 2021)

Realizado por: Guevara, Andrea, 2021

A continuación, la captación dentro del Sistema Financiero con relación a las provincias en donde se indica que Tungurahua ocupa en tercer lugar a nivel nacional esto se señala en la tabla 4-1.

**Tabla 4-1:** Captaciones por provincias

| PROVINCIA                      | SALDO                       | DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL |
|--------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Pichincha                      | \$ 4.213.177.472,80         | 32,27%                  |
| Azuay                          | \$ 2.338.196.172,77         | 17,91%                  |
| Tungurahua                     | \$ 1.260.450.845,13         | 9,65%                   |
| Cañar                          | \$ 651.981.457,27           | 4,99%                   |
| El Oro                         | \$ 586.700.022,83           | 4,49%                   |
| Guayas                         | \$ 555.675.327,21           | 4,26%                   |
| Chimborazo                     | \$ 514.695.100,19           | 3,94%                   |
| Loja                           | \$ 510.289.651,63           | 3,91%                   |
| Imbabura                       | \$ 488.118.839,76           | 3,74%                   |
| Cotopaxi                       | \$ 455.935.354,16           | 3,49%                   |
| Manabí                         | \$ 312.978.462,41           | 2,40%                   |
| Carchi                         | \$ 286.720.081,79           | 2,20%                   |
| Morona Santiago                | \$ 174.219.970,61           | 1,33%                   |
| Bolívar                        | \$ 158.993.845,95           | 1,22%                   |
| Pastaza                        | \$ 138.399.606,43           | 1,06%                   |
| Santo Domingo de los Tsáchilas | \$ 116.955.018,05           | 0,90%                   |
| Los Ríos                       | \$ 114.035.888,98           | 0,87%                   |
| Napo                           | \$ 48.917.018,55            | 0,37%                   |
| Santa Elena                    | \$ 43.368.818,47            | 0,33%                   |
| Esmeraldas                     | \$ 31.436.142,44            | 0,24%                   |
| Zamora Chinchipe               | \$ 27.806.208,68            | 0,21%                   |
| Sucumbíos                      | \$ 18.295.083,59            | 0,14%                   |
| Orellana                       | \$ 9.027.582,81             | 0,07%                   |
| Galápagos                      | \$ 12.979,37                | 0,00%                   |
| <b>Total, general</b>          | <b>\$ 13.056.386.951,88</b> | <b>100%</b>             |

Fuente: (Seps, 2021)

Realizado por: Guevara, Andrea, 2021

### 1.2.2.7 Colocación



Se basa en operaciones activas o colocación de recurso, que son aquellas que permiten colocar recursos en el mercado financiero, obtenidos mediante la captación de recursos, otorgando un crédito al socio, por medio de la cual una institución financiera el prestamista se compromete a prestar una suma de dinero a un prestatario por un plazo definido, para recibir a cambio más un interés por el costo del dinero en ese tiempo como se muestra.

En tabla 5-1 se muestra el análisis de colocaciones dentro de nuestro país por regiones tomando a consideración que la región que se encuentra en primer lugar con relación a la colocación es la región de la Sierra por sus diferentes actividades económicas, dicha región se considera un sector muy importante para la reactivación económica

**Tabla 5-1:** Colocación por región

| REGION                | CARTERA TOTAL              | DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL |
|-----------------------|----------------------------|-------------------------|
| AMAZONIA              | \$ 658.104.767,61          | 5,87%                   |
| COSTA                 | \$ 2.473.341.759,11        | 22,05%                  |
| INSULAR               | \$ 9.792.406,84            | 0,09%                   |
| SIERRA                | \$ 8.077.454.429,85        | 72,00%                  |
| <b>Total, general</b> | <b>\$11.218.693.363,41</b> | <b>100,00%</b>          |

Fuente: (Seps, 2021)

Realizado por: Guevara, Andrea, 2021

En la tabla 6-1 se detalla el análisis de colocaciones dentro de nuestro país por cantones, el cantón con mayor colocación el Pichincha en lo ya mencionado puede influir que se encuentra la capital y por su extensión muchos negocios requieren apalancamiento financiero con el propósito de implementar su negocio de manera que satisfaga necesidades de clientes.

**Tabla 6-1:** Colocación por provincias

| PROVINCIA        | CARTERA TOTAL       |
|------------------|---------------------|
| Napo             | \$ 94.086.403,17    |
| Orellana         | \$ 30.926.119,15    |
| Sucumbíos        | \$ 51.331.137,09    |
| Morona Santiago  | \$ 213.280.840,84   |
| Pastaza          | \$ 152.566.055,28   |
| Zamora Chinchipe | \$ 115.914.212,08   |
| Azuay            | \$ 1.476.219.997,48 |
| Bolívar          | \$ 194.774.884,43   |
| Cañar            | \$ 382.121.116,92   |
| Carchi           | \$ 341.931.273,75   |
| Chimborazo       | \$ 554.128.286,08   |
| Cotopaxi         | \$ 540.190.246,14   |
| El oro           | \$ 664.070.247,36   |

|                                |           |                          |
|--------------------------------|-----------|--------------------------|
| Esmeraldas                     | \$        | 377.204.042,30           |
| Galápagos                      | \$        | 9.792.406,84             |
| Guayas                         | \$        | 620.522.692,48           |
| Imbabura                       | \$        | 479.470.590,39           |
| Loja                           | \$        | 428.320.368,56           |
| Los Ríos                       | \$        | 176.946.373,31           |
| Manabí                         | \$        | 395.081.256,30           |
| Pichincha                      | \$        | 2.714.822.529,13         |
| Santa Elena                    | \$        | 68.063.390,20            |
| Santo Domingo de los Tsáchilas | \$        | 171.453.757,16           |
| Tungurahua                     | \$        | 965.475.136,97           |
| <b>Total, general</b>          | <b>\$</b> | <b>11.218.693.363,41</b> |

Fuente: (Seps, 2021)

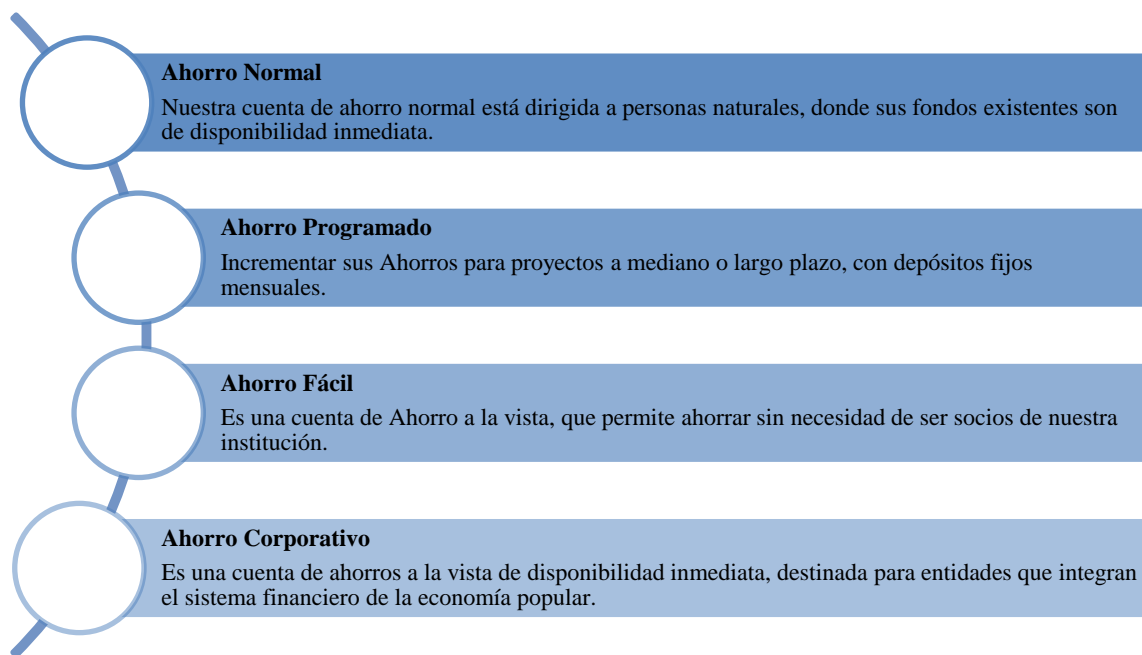
Realizado por: Guevara, Andrea, 2021

### 1.2.2.7 *Producto Financiero*

El producto financiero es todo servicio de financiación que las entidades financieras ofrecen a sus clientes, las empresas, con la finalidad de proporcionarles los fondos precisos para el desarrollo de su actividad y la cobertura de sus necesidades de inversión (Andrade, 2009, p.17).

Tradicionalmente el micro financiamiento se ha enfocado en los préstamos de capital de trabajo. La mayoría de las instituciones han desarrollado metodologías similares a las ya conocidas: Préstamos solidarios, crédito a grupos, préstamos individuales. Pero aún no se ha tenido un total éxito en la satisfacción de necesidades financieras de clientes potenciales que siguen siendo marginados (Merino y Ortega, 2011: pp.24-25).

Según (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021, p.1) los tipos de ahorro que se ofrecen a socios y clientes son:



**Figura 2-1 :** Tipos de ahorro que maneja la cooperativa

**Fuente:** (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.. 2021)

**Realizado por:** Guevara, Andrea, 2021

### 1.2.3 *Estudio de Factibilidad*

El Estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa preoperativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación (Aveiga, 2016, p.6).

#### 1.2.3.1 *Objetivo de realizar un Estudio de Factibilidad*

El objetivo del estudio de factibilidad es la verificación de existencia de un mercado potencial o de una necesidad insatisfecha, demostrando una viabilidad técnica con una disponibilidad de recursos tanto humano, materiales, administrativos y financieros observando las ventajas en cada uno de los ámbitos (Guayanlema, 2016, p.7).

#### 1.2.3.2 *Importancia de realizar un Estudio de Factibilidad*

La importancia que tiene el realizar un estudio de factibilidad antes de efectuar cualquier tipo de inversión puesto que de esta manera se puede conocer si el proyecto es viable y si el inversionista tendrá la rentabilidad esperada (Gonzalez, 2019, p.1).

#### **1.2.3.4** *Factibilidad económica*

Contar con factibilidad económica es importante porque es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. Costo beneficio de lo que se va a crear y realmente gano (Aveiga, 2016, p.10).

#### **1.2.3.5** *Factibilidad comercial*

Lograr una factibilidad comercial debido a que se cuenta con esta técnica y financieramente, que considera acciones organizativas; promover la adopción de innovaciones y buenas prácticas para mejorar la y comercialización brindando dicho producto financiero con estándares de calidad de sus clientes para esto se va a contar con encuestas (González, 2019, p.26).

### **1.2.4** **Estudio De Mercado**

El estudio de mercado tiene el fin de conocer y entender el comportamiento de los individuos y cómo reaccionarían ante la presencia de un nuevo bien o servicio, para llevar a cabo este estudio se parte analizando la oferta y la demanda (Gonzalez, 2019, p.3).

#### **1.2.4.1** *Oferta*

El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean provocar y vender sus productos. Al igual que en el caso de la demanda se debe precisar la diferencia entre ofrecer y vender. Ofrecer es tener intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente, la oferta recoge las intenciones de venta de los productores.

#### **1.2.4.2** *Demanda*

La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. Las cantidades demandadas de un bien o servicio que los consumidores desean comprar se denominan demanda de dicho bien o servicio (Aveiga, 2016, p.19).

### **1.2.5** **Estudio Técnico**

El presente Proyecto de Investigación se enfoca en estos tres ámbitos

#### **1.2.5.1** *Tamaño*

Es la definición de la capacidad de producción o prestación de servicios, por lo tanto, tiene como objetivo determinar: capacidad instalada, capacidad real y capacidad ociosa.

#### **1.2.5.2** *Localización de proyectos.*

Se debe considerar la macro y micro ubicación, así como los aspectos que inciden en el proyecto, como la luz, el agua, el acceso, el teléfono, la mano de obra y el mercado. Proyecto Se refiere a los elementos técnicos del proyecto, tales como: proceso, especificaciones de la materia prima, recursos humanos, construcción, planificación y diseño de la fábrica.

#### **1.2.5.3** *Ingeniería de Proyectos*

Se refiere a los elementos técnicos de un proyecto, tales como: proceso, especificaciones de materiales, recursos humanos, construcción, plano y distribución de la planta.

### **1.2.6** *Estudio Financiero*

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, permite analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción

#### **1.2.6.1** *Inversiones.*

Se ponen los recursos necesarios para la ejecución del proyecto. En inversiones, los recursos identificados durante el diseño del proyecto se cuantifican en términos de dinero.

#### **1.2.6.2** *Financiamiento*

Busque diferentes fuentes de financiamiento, compare y establezca las mejores fuentes para el proyecto en cuestión. Las fuentes de financiamiento internas se refieren al Capital Social o aportes

iniciales del o los propietarios de la nueva empresa, en tanto que las fuentes externas se refieren a préstamos con instituciones financieras.

### **1.2.6.3 Estados Financieros Proyectados**

Una vez establecidos los Costos y Gastos, se organiza la información económica financiera del proyecto de manera que sirva como insumo para la elaboración de los Estados Financieros Proyectados; es decir Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados proyectados de acuerdo con el tiempo de vida del proyecto que generalmente tiene un horizonte de planeación de 5 años.

### **1.2.7 Estudio Legal**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., es una empresa ya legalmente constituida, se creó en el 2003 como respuesta a la idea de emprendimiento de 27 jóvenes en la Comunidad de Chibuleo. Actualmente, la cooperativa opera con 25 agencias a nivel de todo el país las cuales están ubicadas en provincias como Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo, Bolívar, Pichincha, Imbabura, Carchi, Santo Domingo, Guayas, Santa Elena y El Oro. Desde la agencia matriz ubicada en la ciudad de Ambato, han logrado dirigir de manera exitosa las diferentes agencias.

La cooperativa registra moderados niveles de rentabilidad y sostenibilidad en períodos analizados. Se evidencia todavía una adecuada concentración en su negocio principal adicional es muy bueno considerar que rendimiento de la cartera se estable.

### **1.2.8 Evaluación Financiero**

#### **1.2.8.1 Valor Actual Neto**

El valor actual neto se define como: la diferencia entre el valor actual de los flujos netos de efectivo de un proyecto y la inversión neta. En términos conceptuales:

$$VAN = \text{Valor Actual de los Flujos Netos de Caja} - \text{Inversión}$$

#### **1.2.8.2 Tasa Interna de Retorno**

Constituye otro método ajustado en el tiempo para evaluar inversiones. Se define como “tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero”; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La expresión general de la Tasa Interna de Retorno es:

$$TIR (r) = \frac{FNC1}{(1 + R)^1} + \frac{FNC2}{(1 + r)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1 + r)^n} - 1 = 0$$

#### 1.2.8.3 *Beneficio costo*

El análisis de costo-beneficio es un proceso que se realiza para medir la relación que existe entre los costes de un proyecto y los beneficios que otorga. Su objetivo es determinar si una próxima inversión es rentable o no para una empresa.

El costo-beneficio (B/C) también es acreditado como índice neto de rentabilidad y su valor se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos Totales Netos o beneficios netos (VAN) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) (Sansur, 2012, p.90).

#### 1.2.8.3 *Periodo de recuperación*

El periodo o tiempo de recuperación es simplemente el intervalo de tiempo que se requiere para poder recuperar el dinero invertido inicialmente en un proyecto o negocio. Se puede pensar que el tiempo de recuperación como el tiempo que le toma a la operación del proyecto en generar el suficiente flujo de efectivo.

### **1.3 Marco conceptual**

#### **1.3.1 *Estudio de Factibilidad***

Es preciso elaborar un estudio de factibilidad antes de lanzarse a invertir en un proyecto de negocios, en especial cuando se cuenta con varias opciones de inversión, puesto que el estudio de factibilidad a través de la aplicación de indicadores permite identificar prioridades y la posible rentabilidad que obtendría con cada opción de negocio, y esto ayuda para que el inversionista pueda elegir el negocio que más que le conviene y tener el menor riesgo de pérdida (González, 2019, p.1).

#### **1.3.2 *Estudio de mercado***

Según (Creación y desarrollo de Empresas, 2018, p.24) menciona que la investigación de mercado es una encuesta utilizada por varias industrias para garantizar la toma de decisiones y comprender mejor el panorama empresarial al que se enfrentan en el curso de sus operaciones.

### **1.3.3 Captación**

Como (Escobar, 2013, p.63) la captación se llama acción y resultado de la captura. Por otro lado, este verbo puede referirse al acto de seducir o seducir a alguien o percibir o recibir algo. La idea de reclutamiento se utiliza a menudo para referirse al proceso que se lleva a cabo con el objetivo de ganarse la simpatía o la voluntad de una persona.

### **1.3.4 Colocación**

El autor (Carme, 2014, p.1) menciona que la colocación, también conocido como colocación bancaria, ayuda a que el dinero circule en la economía, es decir, el banco crea nuevo dinero a partir del capital o recursos obtenidos a través de la recaudación y con recursos, estos préstamos se hacen a personas., empresas u organizaciones lo requieran. Para otorgar estos préstamos, el banco cobra montos conocidos como intereses o intereses de inversión y comisiones.

### **1.3.5 Cooperativismo**

Conforme a (Morales, 2021, p.2) el movimiento cooperativismo es una doctrina que sale a defensa de la cooperación como medio para el alcance de un bien mayor, así también como para satisfacer necesidades que existen.

### **1.3.6 Ahorro**

De acuerdo con (Eleconomista, 2020, p.1) el ahorro es el excedente de cualquier bien económico al final del período. Habla libremente sobre el acto de apartar un porcentaje de los ingresos mensuales de una persona o de una empresa para ahorrar para el futuro.

### **1.3.7 Préstamos**

Como menciona (Edufinet, 2021, p.1), se trata de un contrato mediante el cual una institución financiera (denominada "prestamista") ofrece a un cliente (denominado "prestatario") una determinada cantidad de dinero a cambio de la devolución de su capital en un breve período de tiempo. período y en los términos acordados y el pago de intereses en consecuencia.

### **1.3.8 Tasa de interés**



De acuerdo con (Unidad Editorial Información Económica, 2021, p.2), el precio o monto por el cual el reclamante realiza pagos temporales como crédito, préstamo u obligación financiera. Consta de dos componentes: la compensación, que cubre la devaluación de la moneda debido a los efectos de la inflación, y la tasa de rendimiento real que compensa el riesgo de insolvencia e insolvencia. Las cooperativas de crédito cobran intereses pasivos de pago por recibir sobre el dinero y los activos, que cobran al otorgar préstamos. Suele expresarse como un porcentaje anual del monto del préstamo, aunque en países con alta inflación puede ser mensual o diario; Cuanto mayor sea el plazo del préstamo, mayor será la tasa de interés.

### **1.3.9 Tasa Activa**

El autor (Gestión Digital, 2019, p.2), señala que es la tasa que se paga a las instituciones financieras al recibir un préstamo, ya sea nominal o efectivo. La tasa de interés nominal se utiliza para calcular el interés pagado por el usuario al banco; Pero el costo real del préstamo se calcula utilizando la tasa de interés real, que incluye, además de los intereses, otros pagos como comisiones y seguros.

### **1.3.10 Tasa Pasiva**

Como indica la (Gestión Digital, 2019, p.2), es la tasa de interés que pagan las instituciones financieras a sus ahorradores. Estos montos varían según el plazo y tipo de depósito: depósitos corrientes, depósitos de ahorro a plazo y depósitos a plazo.

### **1.3.11 Spread bancario**

Mediante (Certus, 2020, p.1), se conoce como una manera general y sencilla de entender este concepto, el spread bancario puede considerarse como la diferencia entre la tasa de interés activa y la tasa de interés pasiva que aplican las instituciones financieras en su proceso normal. La relevancia del diferencial es que representa una tasa de rendimiento que determinará la rentabilidad de un banco. Sobre esa base, se cubrirán todos los gastos operativos y demás pagos correspondientes a las operaciones de la institución financiera. Por supuesto, esa es una definición algo superficial.

## **1.4 Idea a defender**

Estudio de factibilidad para la creación de un producto financiero “Ahorro Juvenil” en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. en el año 2022 con el objetivo de mejorar la captación y colocación.

## **1.5 Variables**

### **1.5.1 *Variable Independiente***

La variable independiente que se va a manejar para el presente trabajo es Estudio de Factibilidad se la conoce como variable explicativa, esto quiere decir que tanto componentes como elementos susceptibles brindan apoyo al momento explicar la variable dependiente. Es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar.

### **1.5.2 *Variable Dependiente***

La variable dependiente que se va a manejar para el presente trabajo es captación y colocación estas fluctúan de acuerdo con los valores que se pretende obtener, consiste en captar o recolectar dinero de las personas u organizaciones. Dicho dinero genera intereses los cuales benefician a la persona que ahorra en dicha institución financiera.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Enfoque de investigación

Dentro del presente Trabajo de Investigación, se pretende trabajar con el enfoque cualitativo porque se recogerá información acorde al estudio de factibilidad y enfoque cuantitativo para los cálculos del presente proyecto.

##### 2.1.1 *Enfoque cuantitativo*

Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estático para poder establecer patrones de comportamiento y probar teorías Su proceso de investigación se concentra en las mediciones numéricas utilizando la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación (Alonzo, 2009, pp.1-23).

Cada etapa precede a la siguiente esto quiere decir que en el presente Proyecto de Investigación no se puede saltar los procesos además se lo debe monitorear de manera constante, la información recolectada será analizada con el apoyo de instrumentos como la estadística y matemática, los datos obtenidos serán explorados de manera científica.

##### 2.1.2 *Enfoque cuantitativo*

Asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas (Mata, 2019, p.1).

Dentro del presente trabajo se pretende a través del enfoque cualitativo determinar el nivel de aceptación de un nuevo producto financiero enfocado en el sector juvenil de la ciudad de Ambato utilizando instrumentos para la recopilación de información como los cuestionarios, observación y encuestas.

#### 2.2 Nivel de investigación

“Según su naturaleza o profundidad, el nivel de una investigación se refiere al grado de conocimiento que posee el investigador en relación con el problema, hecho o fenómeno a estudiar. De igual modo

cada nivel de investigación emplea estrategias adecuadas para llevar a cabo el desarrollo de la investigación” (Ojeda, 2020, p.3). Dentro del presente Trabajo de Titulación se considera los siguientes niveles de investigación.

### **Exploratoria**

Es el conocimiento previo de la realidad social para realizar un estudio de factibilidad. Dentro de dicho nivel de investigación es necesario explorar y conocer al mercado al cual deseo llegar con la creación de este nuevo producto, el estudio de factibilidad se llevará a cabo en la ciudad de Ambato, agencia matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

### **Descriptivo**

“Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre un grupo de personas” (Monroy y Sanchez, 2018: p.104).

Se pretende identificar las características de la población a cuál se desea llegar con la creación de este nuevo producto, determinar sus necesidades y tomar decisiones en beneficio de la población entre un rango de edad entre 18 y 29 años.

## **2.3 Diseño de investigación**

En esta fase se busca realizar un diseño en el cual ayude a verificar la idea o hipótesis. Es decir, se desarrollará un plan en el que se pueda obtener la información, datos que respondan el problema de la investigación.

### **2.3.1 Según el contexto de generación del conocimiento**

#### **2.3.1.1 Investigación Aplicada**

La investigación aplicada pretende generar conocimientos con la aplicación directa a las dificultades de la sociedad o el sector productivo, se basa en los hallazgos científicos de la investigación primordial, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto. Además, dicho proceso que permite transformar el conocimiento teórico a consecuencia de la investigación básica a cuanto a conceptos, prototipos y productos (Lozada, 2014, pp.47-49).

El presente trabajo de investigación se acopla a una investigación aplicada porque mediante los indicadores se va a determinar qué tan factible es la creación de este producto financiero para la cooperativa.

### **2.3.1.2 *Investigación Descriptiva***

La investigación descriptiva es considerada de segundo nivel su objetivo principal es seleccionar datos e informaciones importante acerca de las características, participaciones, aspectos y dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales. Por otro lado, también alcanza la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas referentes a la situación corriente de los sujetos del estudio (Nieto, 2018, pp.1-4).

Para poder desarrollar el presente trabajo se apoyará de dicha investigación denominada diagnóstica porque permite el levantamiento de información de datos, su aplicación es sencilla y permite conocer el nivel de aceptación de la creación de nuevo producto financiero, definir las características de la población, sus necesidades y la importancia del ahorro para poder tomar decisiones de manera acertada

### **2.3.2 *Según las fuentes de información para generar conocimiento***

#### **2.3.2.1 *Investigación de Campo***

La investigación de campo se apoya en información que proviene de otros es una herramienta muy valiosa al momento de conocer lo que las personas hacen o piensan en base encuestas y observaciones esto permite la recopilación de datos nuevos de acuerdo con fuentes primarias para lograr un propósito específico. Se encamina a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural (Ortega, 2017, pp.155-156)

Dentro del presente de investigación el trabajo de campo se dará en la ciudad de Ambato y dichas encuestas serán aplicadas a hombres y mujeres entre 18 y 29 años para determinar cuál es la demanda que se estudiará y conocer que tal factible es la creación del nuevo producto financiero en la cooperativa.

#### **2.3.2.2 *Investigación Bibliográficas***

La investigación bibliográfica se realiza en dos fases en la primera, se busca dentro de trabajos académicos sobre libros didácticos de estadística y matemática en mientras que en la segunda se

describe los libros para didácticos utilizados. También existe un apoyo mediante los artículos publicados, documentos, textos, artículos científicos y datos históricos (Campos y Pavan, 2021: pp.73-82).

Dicha investigación dentro del trabajo de titulación lo voy a poner en marcha al momento de buscar, recopilar, organizar, valorar y criticar de manera positiva información importante, dicha búsqueda nace de datos bibliográficos, fuentes documentales secundarias, libros, revistas de investigación, enciclopedias temáticas, documentos escritos, grabados o digitalizados

## **2.4 Población y muestra**

### **2.4.1 Población**

La población de estudio es un conjunto de casos, definido, restringido y asequible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados. Es necesario aclarar que cuando se habla de población de estudio, el término no se refiere exclusivamente a seres humanos, sino que también puede corresponder a animales, muestras biológicas, expedientes, hospitales, objetos, familias, organizaciones y muchos más. Es importante especificar la población de estudio porque al concluir la investigación a partir de una muestra de dicha población, será posible generalizar o extrapolar los resultados obtenidos del estudio hacia el resto de la población (Arias et al., 2016: pp.201-206.)

La población para la presente investigación serán los habitantes de la Ciudad de Ambato del área económicamente activa en un rango de edad de 18 a 29 años lo cual equivale a 34126 personas indistintamente si son hombres y mujeres dicha información fue tomada del INEC, en el último censo del año 2010. La segmentación de la población se va a realizar mediante la aplicación de la encuesta para determinar el nivel de ingresos que maneja dicha población.

### **2.4.2 Muestra**

Es un subconjunto, parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. La muestra es una parte específica de la población.

Cuando se conoce el tamaño de la población, en este contexto se aplica la siguiente fórmula:

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 95% constante 1,96

p = Variabilidad positiva

q = Variabilidad negativa

N = Tamaño de la población

E = Precisión o el error.

El conocer los datos exactos de la población de estudio, admite que la muestra calculada resalte con mayor precisión, dentro de las organizaciones empresariales, se trabaja con muestras sencillas, esto quiere decir que se toma únicamente una muestra de una población y de esa manera de trabaja el presente Trabajo de Titulación obteniendo como resultado valores claros que permitan su desarrollo.

#### 2.4.2.1 Cálculo de la muestra

Para poder definir la muestra a implementar en el presente trabajo de investigación se toma el valor de 34126 considerada como población económicamente activa, se aplican cada una de las variables y dicha operación se detalla a continuación:

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

Donde

n=?

Z= 1,96

P=0,5

Q=0,5

E=0,05

N=34126

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 34126}{(0,05)^2(34126 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 379,89 \approx 380 \text{ personas}$$

Según realizado el cálculo de la muestra se obtuvo que se aplicará a 380 personas las encuestas, misma que será de gran aporte para el estudio y verificar viabilidad del proyecto a realizarse.

## **2.5 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

El trabajo de investigación debe realizarse con métodos, técnicas y herramientas que garanticen los hechos empíricos del estudio, donde el método representa el camino recorrido en la investigación y la técnica es el conjunto de herramientas en el cual se efectúa el método, mientras que el instrumento que contiene los recursos o el soporte para facilitar el estudio y el uso de técnicas de recolección de información es la etapa en la que se examinan y transforman los datos para que se destaquen, permitan obtener información útil, sacar conclusiones y apoyar la decisión.

### **2.5.1 *Métodos de investigación***

#### **2.5.1.1 *Método Descriptivo***

El alcance de esta investigación es de tipo descriptivo, ya que se encarga de levantar y puntualizar las características e información de la población que se está estudiando, a su vez busca establecer las causas que se encuentran detrás de la misma, por lo tanto, ayudara a definir las características de los encuestados, medir la tendencia de los datos, realizar comparaciones y validar las condiciones existentes en la actualidad (Valencia, 2020, p.35).

Para el desarrollo del presente Trabajo de Investigación se utiliza el método descriptivo porque detalla fenómenos, situaciones, contextos y eventos haciendo referencia a cómo son y cómo se manifiestan, la aplicación de encuestas determinara el nivel de aceptación ante la creación de un nuevo producto financiero para poder tomar decisiones en bien de la institución. Describe la población o situación alrededor del cual se centra el estudio y es de gran utilidad al momento de desarrollar el estudio de mercado.

#### **2.5.1.2 *Método Inductivo***

Es el razonamiento que parte de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. La inducción puede ser completa o incompleta. Los elementos del objeto de investigación no pueden ser numerados y estudiados en su totalidad, obligando al sujeto de investigación a recurrir a tomar una muestra representativa, que permita hacer generalizaciones, se consistirá en estudiar los procesos hasta llegar a las actividades más básicas para ir obteniendo información y detectar un punto crítico en el cual podamos dirigir nuestros esfuerzos para mitigar problemas encontrados (Aveiga, 2016, p.5).



Se utiliza también el método inductivo porque se partió de ciertas especificaciones hacia los aspectos generales de la organización, como ejemplo se tiene las observaciones realizadas por el departamento de productos y servicios, tales como baja captación en dicho segmento al contar con un 20.48% del total de sus socios entre un rango de edad de 18 a 29 años, el estudio de factibilidad lo que busca es conocer la aceptación y considerar la creación de un nuevo producto financiero denominado “Ahorro Juvenil”.

### **2.5.2 *Técnicas de investigación***

Dentro de la presente investigación se entenderá por técnica al procedimiento o forma particular de obtener datos o información. Las técnicas son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso investigativo.

Lo que se busca es obtener mucha información y conocimiento para resolver nuestras preguntas

### **2.5.3 *Instrumentos de investigación***

Se considera un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato de manera digital o física que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.

#### **2.5.3.1 *Encuesta***

La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y cuantitativa de una población estadística, mediante preguntas cerradas, instrumento que se utilizará para obtener información sobre la investigación sociales, económicas y administrativas. Dicha encuesta cuenta un margen de validez muy alto al manejar información verdadera, se usan cuestionarios estructurados y no disfrazados con preguntas cerradas dicotómicas, de múltiple selección y de escala (Flores, 2019, p.27).

Dentro de la presente investigación busco aplicar las encuestas a personas que se encuentren dentro del rango de edad ya manifestado y por medio de la confiabilidad manejar información verídica para determinar si la creación de este producto financiero es factible para la institución

## **2.6 *Análisis e interpretación de resultados***

Las encuestas fueron aplicadas en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, para analizar la Factibilidad de la creación de un nuevo producto financiero “Ahorro Juvenil” Encuesta dirigida a la población entre 18 a 29 años.

## 2.6.1 Encuestas a la población

### 1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 1-2: Rango de edad

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| 18-21 años   | 83         | 21,84%              |
| 22-25 años   | 159        | 41,84%              |
| 26-29 años   | 138        | 36,32%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

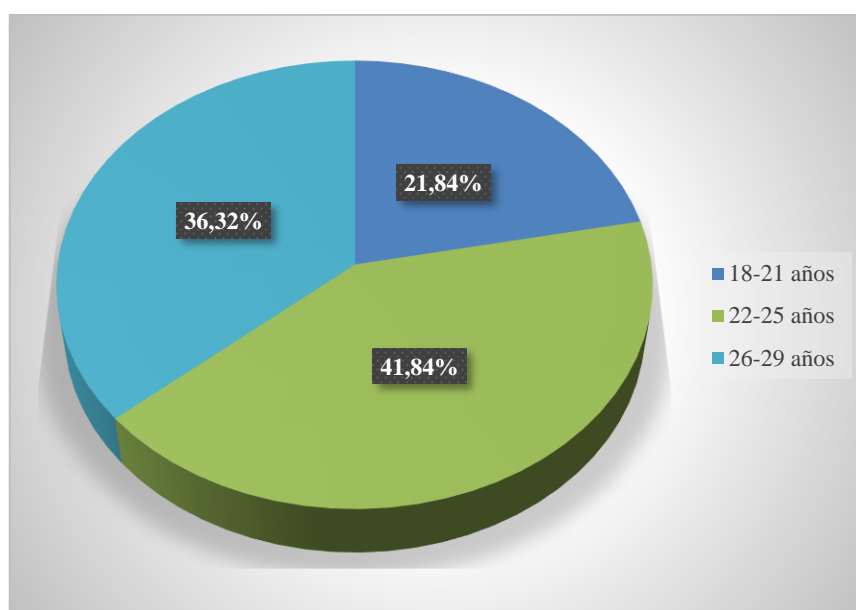


Gráfico 1-2: Rango de edad de la población

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Según el gráfico 1-2, del total de la muestra existe un porcentaje del 21.84% entre las personas de 18 a 21 años, mientras que el 41.84% entre un rango de edad de 22 a 25 años y finalmente el 36.32% las personas entre 26 a 29 años

## INTERPRETACIÓN

Según los datos obtenidos la encuesta fue aplicada en la población esperada, es decir entre los 18 años a 29 años del cantón Ambato, adicional se menciona que la población con más acogida es el rango de edad de 22 a 25 años representa con el 41,84%.

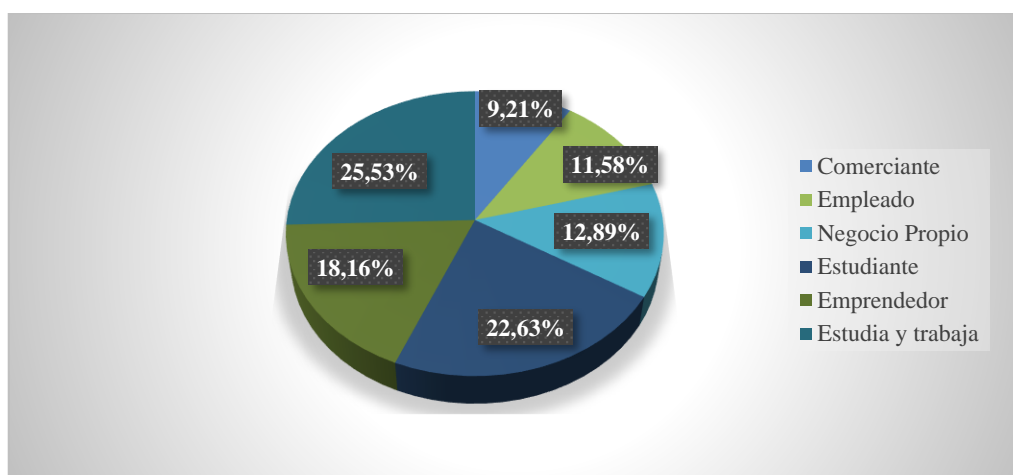
## 2. ¿A qué actividad se dedica usted en la actualidad?

**Tabla 2-2:** Actividad económica de la población

| DETALLE           | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------------|------------|---------------------|
| Comerciante       | 35         | 9,21%               |
| Empleado          | 44         | 11,58%              |
| Negocio Propio    | 49         | 12,89%              |
| Estudiante        | 86         | 22,63%              |
| Emprendedor       | 69         | 18,16%              |
| Estudia y trabaja | 97         | 25,53%              |
| <b>TOTAL</b>      | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 2-2:** Actividad económica de la población

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se detalla en el gráfico 2-2 el sector comercial ocupa el 9.21% del total de la población, los empleados con un 11.58% por otro lado, el sector del negocio propio se mantiene con el 12.89%, los estudiantes ocupan un 22.63% del total de la población, el 18.16% lo ocupan los emprendedores y para finalizar las personas que trabajan y estudian se representan con un 25.53%.

## INTERPRETACIÓN

Mediante los resultados obtenidos la actividad a la que se dedica más la población es estudiar y lo complementa con el trabajo, esto permite identificar que la población cuenta con ingresos económicos los mismo que podrán ser ahorrados dentro de la institución financiera.

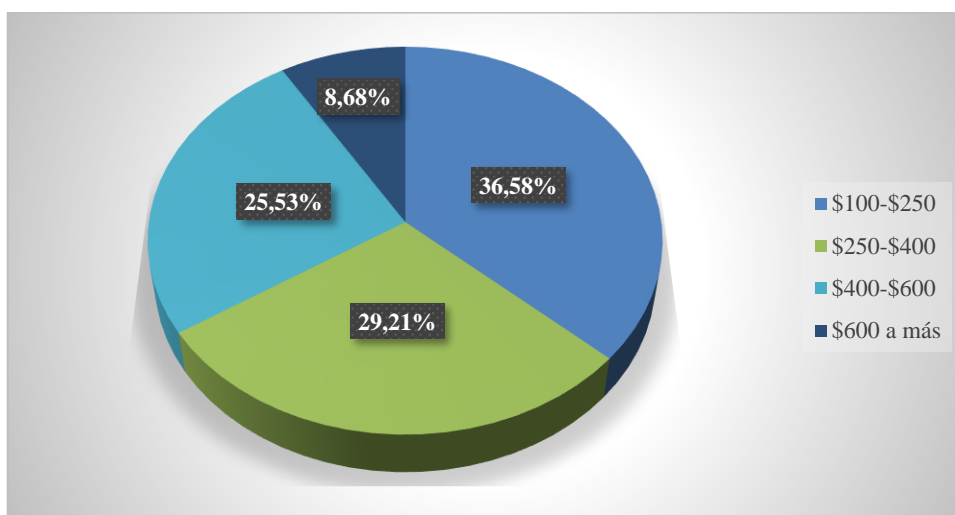
### 3. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales aproximados en la actualidad?

**Tabla 3-2:** Actividad económica de la población

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| \$100-\$250  | 139        | 36,58%              |
| \$250-\$400  | 111        | 29,21%              |
| \$400-\$600  | 97         | 25,53%              |
| \$600 a más  | 33         | 8,68%               |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100,00%</b>      |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 3-2:** Ingresos económicos de la población

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Se puede visualizar en el gráfico 3-2, del total de la población el 36.58% cuenta con ingresos entre \$100-\$250 dólares, el 29.21% obtiene ingresos entre \$250-\$400 dólares por otro lado, el 25.53% obtiene ingresos entre \$400-\$600 dólares, finalmente el 8.68% lo ocupan personas con ingresos de \$600 a más.

## INTERPRETACIÓN

Dicha información brinda apoyo para la investigación al momento de determinar cuáles son los ingresos de la población encuestada, se debe tomar a consideración que la mayoría de la población maneja ingresos de \$100-\$250 con un 36.58%.

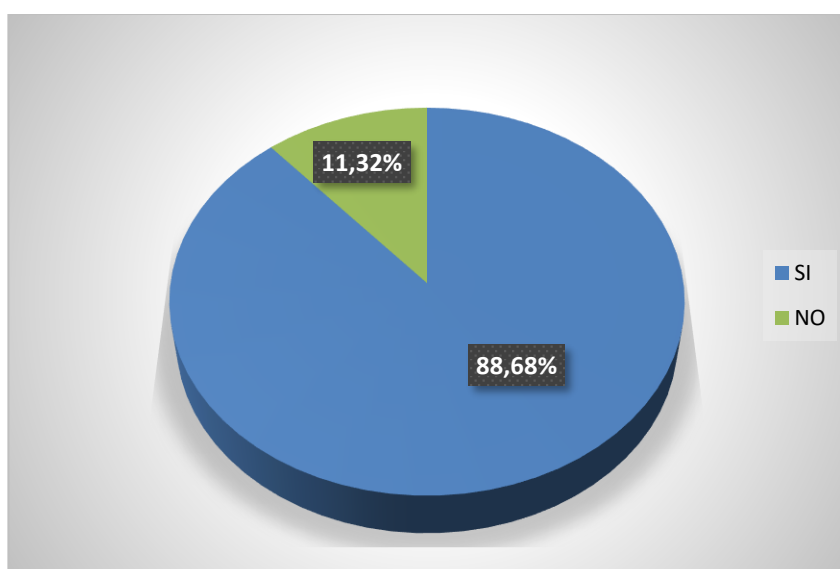
#### 4. ¿Le gustaría ahorrar cierta parte de sus ingresos?

**Tabla 4-2:** Ahorro de ingresos

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 337        | 88,68%              |
| NO           | 43         | 11,32%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 4-2:** Le gustaría ahorrar su dinero

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### ANÁLISIS

Como se detalla en el gráfico 4-2 del total de la población el 88.68% cuenta está interesado en ahorrar cierta parte de los ingresos que obtiene de manera mensual mientras que el 11.32% no está interesado en ahorrar su dinero tal vez dicho dinero tenga otro objetivo para la población ya mencionada.

### INTERPRETACIÓN

Dicha información brinda apoyo para la investigación al momento de determinar que tal interesada se encuentra la población en ahorrar cierta parte de sus ingresos tomando a considera que existe una aceptación de más del 88.68%.

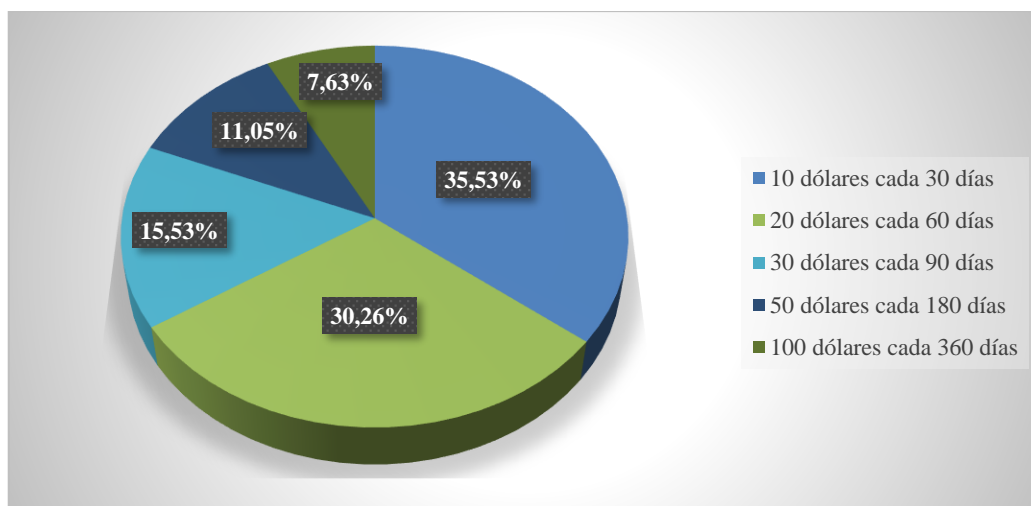
## 5. ¿De qué manera le gusta ahorrar sus ingresos?

**Tabla 5-2:** Frecuencia de ahorro

| DETALLE                   | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------------------------|------------|---------------------|
| 10 dólares cada 30 días   | 135        | 35,53%              |
| 20 dólares cada 60 días   | 115        | 30,26%              |
| 30 dólares cada 90 días   | 59         | 15,53%              |
| 50 dólares cada 180 días  | 42         | 11,05%              |
| 100 dólares cada 360 días | 29         | 7,63%               |
| <b>TOTAL</b>              | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 5-2:** Manera de ahorrar sus ingresos

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se manifiesta en el gráfico 5-2, de acuerdo con la encuesta aplicada se determina que del total de la población el 35.53% le gustaría ahorrar 10 dólares cada 30 días, al 30.26% le gustaría ahorrar 20 dólares cada 60 días, al 15.53% del total de la población le gustaría ahorrar 30 dólares cada 90 días, por otro lado, al 11.05% le gustaría ahorrar 50 dólares cada 180 días y finalmente al 7.63% le gustaría ahorrar 100 dólares cada 360 días.

## INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos brindaran apoyo a la investigación porque se podrá determinar el valor y la frecuencia con la que le gustaría ahorrar a la población encuestada además que brinda apoyo para determinar la demanda.

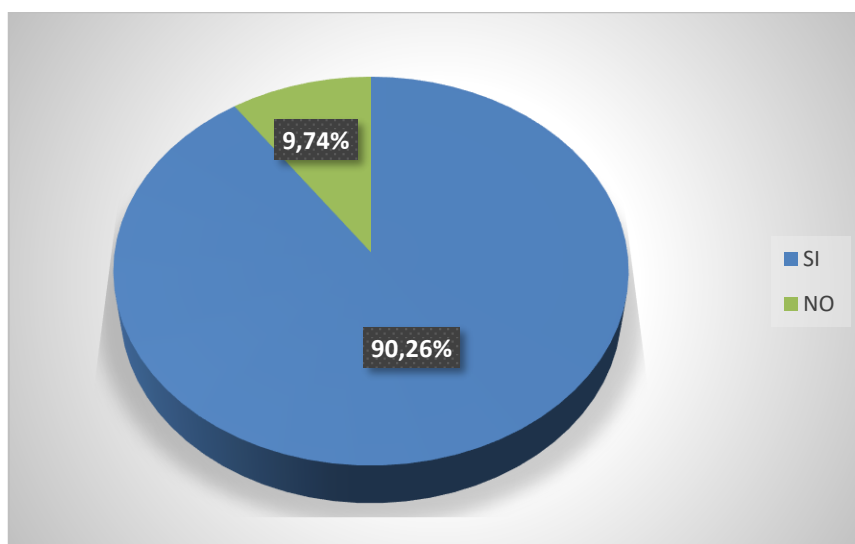
### 6. ¿Conoce la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.?

**Tabla 6-2:** Existencia de la cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 343        | 90,26%              |
| NO           | 37         | 9,74%               |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 6-2:** Existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Según el gráfico 6-2, del total de la población el 90.26% de total de la población, conoce de la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., mientras que el 9.74% no conoce de su existencia.

## INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta brindan apoyo al momento de determinar la demanda y la aceptación que tiene la cooperativa en la población con un 90.26%.

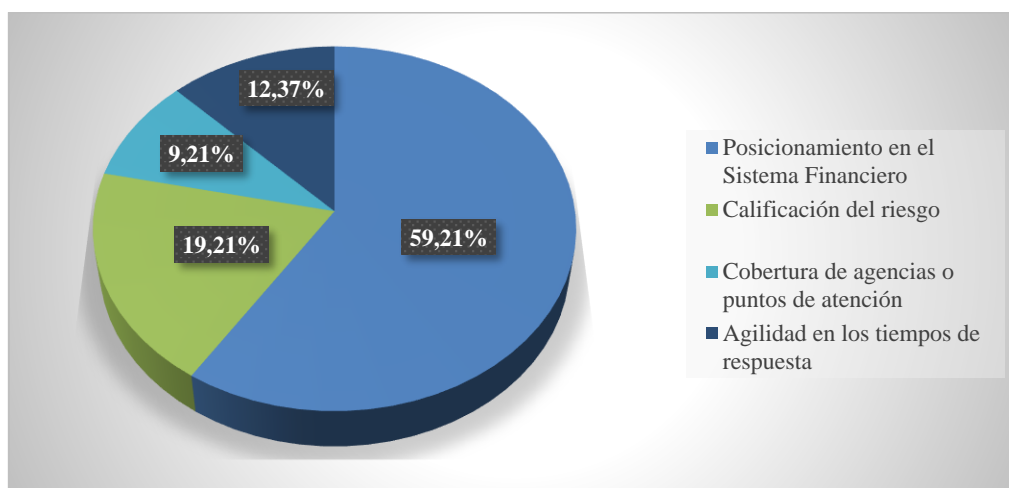
**7. ¿Cuáles son los factores claves que usted considera para ahorrar, invertir o realizar un crédito en una institución financiera?**

**Tabla 7-2:** Factores clave para el ahorro

| DETALLE                                    | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--|------------|---------------------|
| Posicionamiento en el Sistema Financiero   | 225        | 59,21%              |
| Calificación del riesgo                    | 73         | 19,21%              |
| Cobertura de agencias o puntos de atención | 35         | 9,21%               |
| Agilidad en los tiempos de respuesta       | 47         | 12,37%              |
| <b>TOTAL</b>                               | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 7-2:** Factores claves de una institución financiera

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se observa en el gráfico 7-2, los factores claves que la población busca en una institución financiera para poder ahorrar o invertir su dinero es el posicionamiento en el Sistema Financiero con un 59.21%, mientras que el 19.21% considera la calificación del riesgo, el 9.21% estima primero la cobertura de agencias o puntos de atención y finalmente el 12.37% toma a consideración la agilidad en los tiempos de respuesta

## INTERPRETACIÓN



Los resultados obtenidos brindan apoyo, al momento de conocer que factor se debe trabajar para que exista mayor aceptación por parte de la población, sin dejar de lado que lo que más llama la atención es el posicionamiento financiero.

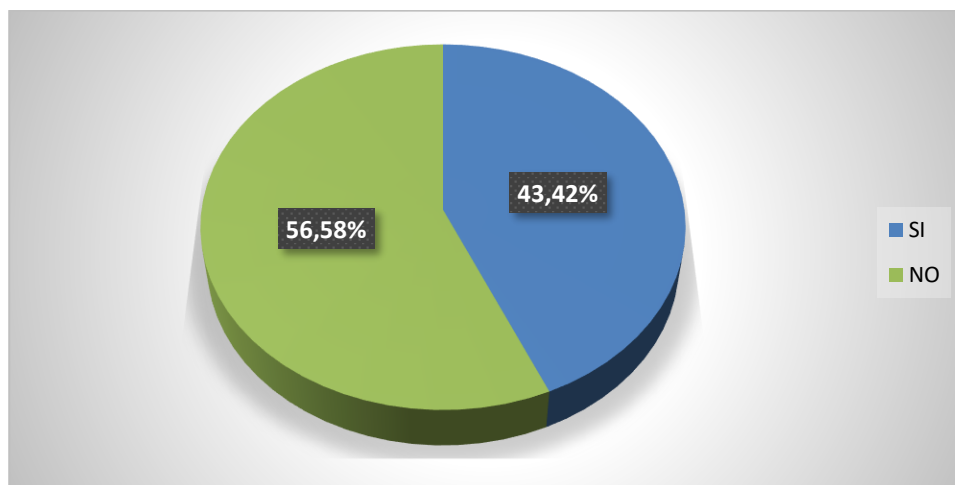
**8. ¿Usted dispone de cuenta de ahorro con las mismas características del “Ahorro Juvenil” en alguna institución financiera?**

**Tabla 8-2:** Cuentas de ahorro en otras instituciones

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 165        | 43,42%              |
| NO           | 215        | 56,58%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 8-2:** Dispone de cuentas de ahorro en otras instituciones financieras

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se muestra en el gráfico 8-2, del total de la población el 56.58% ya dispone de cuentas de ahorro juvenil en instituciones financieras, mientras que el 43.42% no dispone dichas cuentas.

## INTERPRETACIÓN

Los resultados obtenidos brindan apoyo, al determinar cuál es la oferta que se maneja dentro de la población, se toma a consideración que existe un 43.42% en el cual se debe trabajar para llegar con existo a futuros socios y clientes.

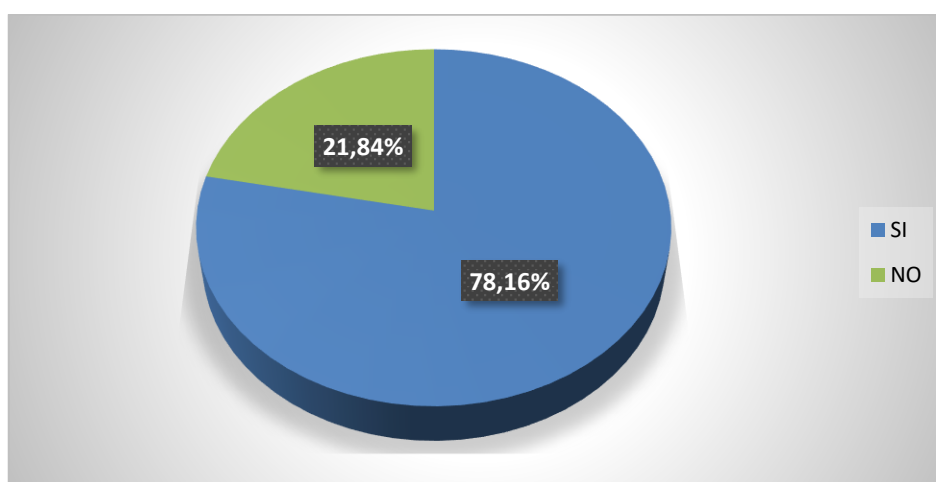
9. ¿Si existiera un producto financiero llamado “¿Ahorro Juvenil” en el cual usted deposite su dinero en un tiempo determinado y que por ello obtenga fabulosos beneficios, usted usaría este producto?

**Tabla 9-2:** Ahorro Juvenil dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 297        | 78,16%              |
| NO           | 83         | 21,84%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 9-2:** Ahorro Juvenil dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se presenta en el gráfico 9-2, del total de la población el 78.16% usaría el producto financiero que ofrece la cooperativa, mientras que el 21.84% manifiesta que no lo usaría pues puede existir otras prioridades en dicha población.

## INTERPRETACIÓN

Los resultados dentro de la encuesta brindan apoyo al momento de determinar la demanda y conocer cuál sería la aceptación del producto financiero para la población con un 78.16% se determina que existe una posible factibilidad y que muchos jóvenes ahorrarán sus ingresos.

## 2.6.2 Encuesta a los colaboradores

La presente encuesta está dirigida al Consejo de Administración y Vigilancia, además a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. que se relacionan netamente con la creación de este producto financiero “Ahorro Juvenil” y así conocer sus criterios

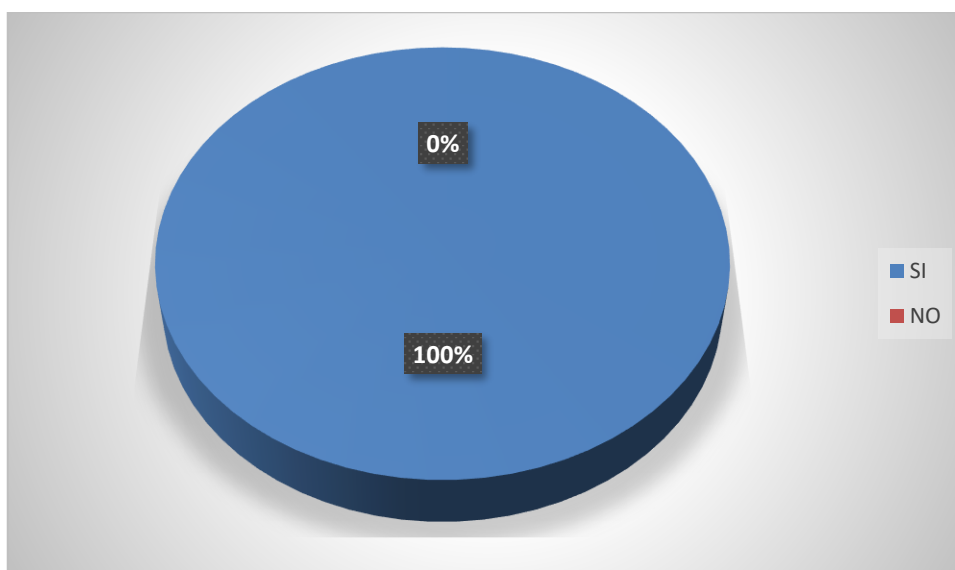
### 1. ¿La cooperativa cuenta con un producto enfocado en el sector juvenil?

**Tabla 10-2:** La cooperativa cuenta con un producto enfocado en el sector juvenil

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 12         | 100,00%             |
| NO           | 0          | 0,00%               |
| <b>TOTAL</b> | 12         | 100%                |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 10-2:** La cooperativa cuenta con un producto enfocado en el ahorro juvenil

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se observa en el gráfico 10-2, del total de la población el 100% manifestó que la cooperativa no cuenta con un producto enfocado en el sector juvenil.

## INTERPRETACIÓN

Los resultados de la encuesta permiten identificar que tan factible sería la creación de este producto financiero, pues dentro de la institución no existe dicho producto con características similares lo que permite determinar que si se lanza al mercado probablemente se llegara a nuevos socios.

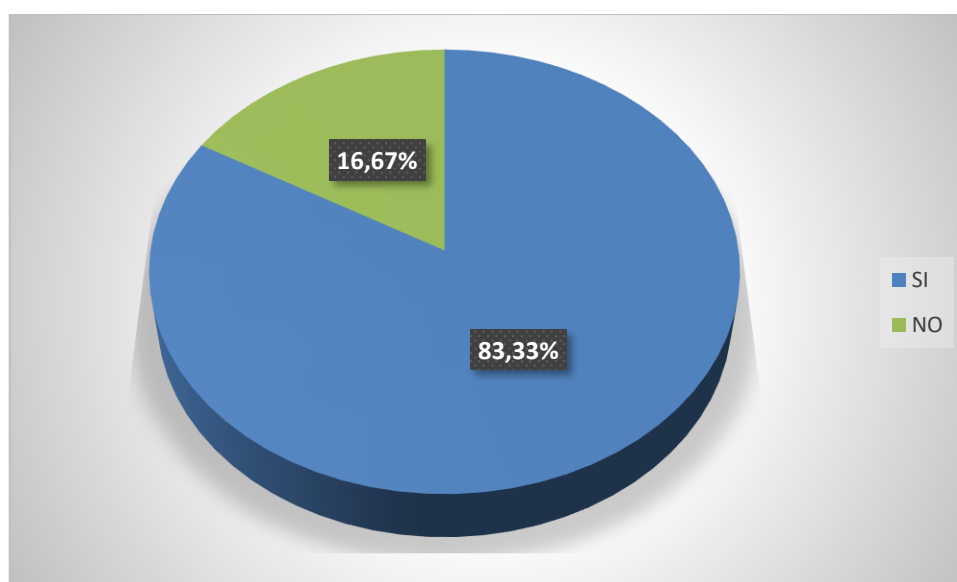
**2. ¿Considera que la creación de este producto promueve la liquidez de la cooperativa?**

**Tabla 11-2:** El producto financiero aporta a la liquidez

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 10         | 83,33%              |
| NO           | 2          | 16,67%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>12</b>  | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 11-2:** El producto financiero aporta a la liquidez.

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**ANÁLISIS**

En el gráfico 11-2, del total de la población encuestada el 83.33% es decir 10 colaboradores manifestaron que efectivamente la creación de este producto financiero si aporta a la liquidez, mientras que el 16.67% es decir 2 personas manifestaron que no.

**INTERPRETACIÓN**

Mediante los resultados obtenidos se conoce el punto de vida del Consejo de Administración y Vigilancia, también lo colaborares en cuanto a la creación de este producto financiero y el aporte que daría a la liquidez de la institución financiera

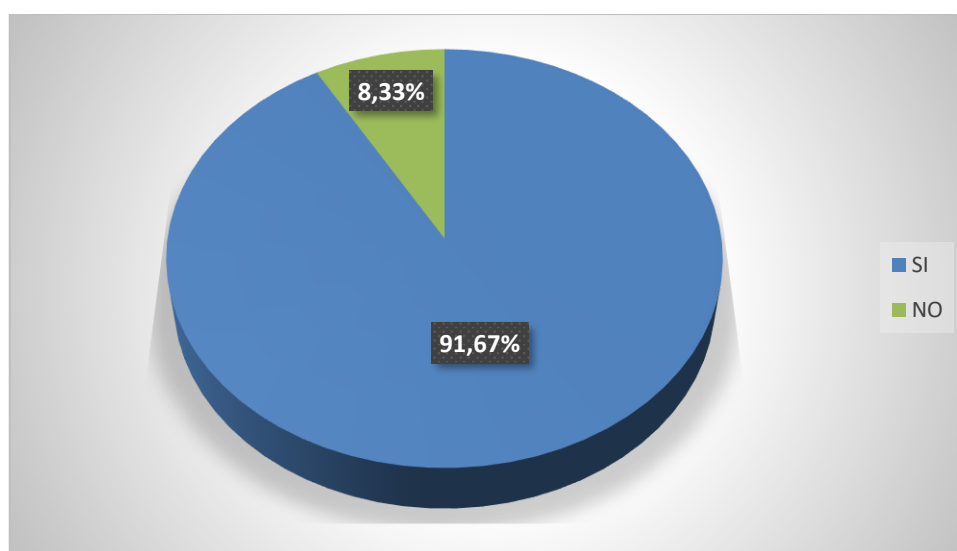
**3. ¿Considera que con la creación de este producto se obtendrá mayor atracción de socios?**

**Tabla 12-2:** Se obtendrá mayor atracción de socios

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 11         | 91,67%              |
| NO           | 1          | 8,33%               |
| <b>TOTAL</b> | <b>12</b>  | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 12-2:** Se obtendrá mayor atracción de socios

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se observa en el gráfico 12-2, del total de la población encuestada el 91.67% manifestó que con la creación del producto financiero si se va a traer a nuevos socios debido a que es enfocado en un sector muy activo para la economía del país, mientras que el 8.33% determino que no aportara de esa manera.

## INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos se conoce el punto de vista de la institución con relación a la creación del producto financiero, se conoce la aceptación de parte de la cooperativa.

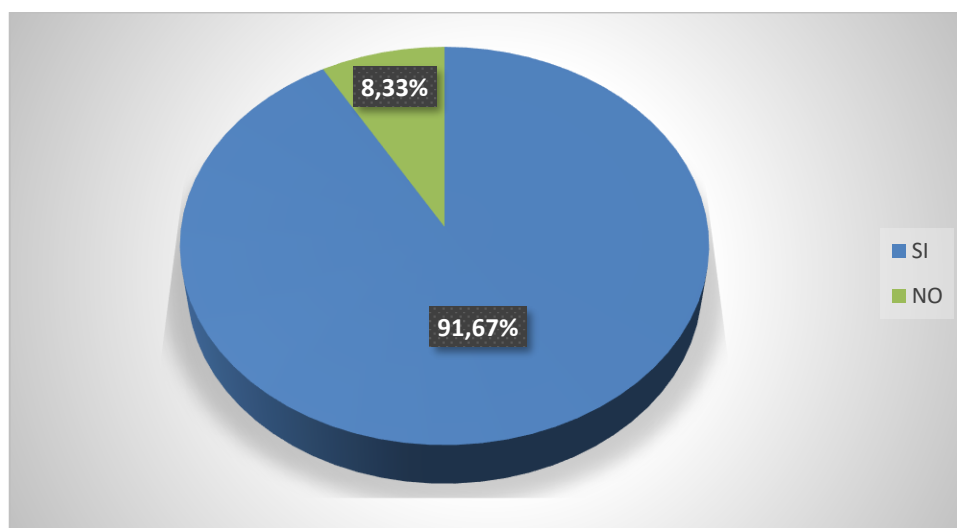
#### 4. ¿Considera que con la creación de este producto mejorara la captación y colocación?

**Tabla 13-2:** Considera que mejorara la captación y colocación

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 11         | 91,67%              |
| NO           | 1          | 8,33%               |
| <b>TOTAL</b> | 12         | 100%                |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 13-2:** Considera que mejorara la captación y colocación

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

## ANÁLISIS

Como se indica en el gráfico 13-2, del total de la población encuestada el 91.67% manifestó que con la creación del producto financiero se aportará a la captación y colocación, dicho producto ayudara a que entre dinero a la institución el mismo que será colocado como mejor corresponda, por otro lado, el 8.33% manifestó que no se lograra mejor la captación y colocación.

## INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos lo que se pretende es conocer el punto de vista de colaboradores de esta manera, tomando a consideración la implementación del nuevo producto financiero

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO PROPOSITIVO

#### 3.1 Título de la propuesta

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO FINANCIERO “AHORRO JUVENIL” EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA. AGENCIA MATRIZ, CANTÓN AMBATO EN EL AÑO 2022

#### 3.2 Objetivo de la propuesta

En la Cooperativa de Ahorro Crédito Chibuleo Ltda., agencia matriz no existe captación a gran nivel entre un rango de edad de 18 a 29 años, según el informe emitido por la coordinadora del área de productos y servicios la agencia cuenta con 33969 pertenecen a la agencia matriz de los cuales solo el 20.48% es decir 6955 se encuentra en dicho segmento, también debemos tomar en cuenta que la mayoría de los socios pertenecen a un mercado mayor a 30 años es decir el 79.52%.

#### 3.3 Antecedentes de la organización

##### 3.3.1 Introducción

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., domiciliada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua mediante Acuerdo Ministerial No.003-SDRCC-2023, se otorga personería jurídica con el propósito de que se Inscriba en el Registro General de Cooperativas de la Dirección Nacional de Cooperativas para los efectos previstos en el Arts. 8 de la Ley y 14 del indicado Reglamento General.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. aparece el 17 de Enero de 2003. Producto de trabajo e inspiración de 27 jóvenes, que teniendo sus sueños como excelente posesión, reunieron opiniones. ideas y pensamientos en la búsqueda de un rumbo que calmara un camino lleno de dificultades por ser parte de los menos favorecidos del Ecuador.

Con los años, la cooperativa ha escrito constantemente una historia de éxito y triunfos. Logrando posicionarse en el sistema financiero y económico como una institución con capacidad de crecimiento constante e innovación, pues 29 Agencias a nivel nacional son prueba de ello.

COAC Chibuleo ha conseguido crecer, sobresalir y desarrollar como una pionera entre las Cooperativas de Economía Popular y Solidaria, promovidas por el sector indígena ecuatoriano. Todo esto se ha logrado gracias al respaldo de socios y clientes, que con lealtad, honradez y confianza continúan apoyando a la institución en cada rincón del país.

### **3.3.2 *Análisis de la Situación Actual de la Cooperativa***

La entidad posee una participación de cartera de créditos del 69,29%, sus activos líquidos se encuentran en el 23,5%; se puede apreciar en relación del mes de anterior una disminución en la participación de la cartera de crédito, debido a un mayor incremento de los activos líquidos y la disminución de las colocaciones; Las cuentas por cobrar mantiene una participación del 2,50%; las propiedades y equipo el 1,95% y los otros activos poseen una participación 2.76%, y su causa se debe al fondo de liquidez.

Los pasivos poseen una estructura semi – apropiada con un fondeo propio es decir obligaciones con el público del 90,25% pero dentro de esta participación es importante mencionar que la participación de las fuentes de fondeo no cumplen con lo establecido en la planificación financiera y en los proyectos departamentales, ya que el óptimo es que los Depósitos a Plazo Fijo posean una participación máxima del 70% relacionado con el total de obligaciones con el público, y al presente mes la participación es de 80,28% que en relación al mes anterior (79,39%) aumenta en 0,89%, lo cual genera que nuestros pasivos con costo sean más altos. A esto hay que añadir que la cuenta 26 obligaciones financieras se ubica en el 6,46%.

El patrimonio posee una fuerte participación de reservas patrimoniales (65.34%), su causa se debe al fortalecimiento patrimonial bajo la estrategia de aportes vía créditos en base a la normativa vigente, adicional a ello se busca optimizar los resultados en la gestión financiera.

En los principales componentes financieros, la entidad mantiene su liquidez acorde al mercado, adicional a ello la cartera de crédito se encuentra comprometida en pagos futuros, que pudiera verse mayormente complicada por la concentración en montos altos.

El capital social no muestra un crecimiento sostenido, lo cual permite concluir que los cierres de cuentas mensuales son casi por el equivalente a las aperturas debiéndose está a la falta de fidelización de socios. Aun no se han corregido eventos antes ya especificados y requeridos solución como el cobro obligatorio de ciertos tramites que el tarifario de costos y la normativa vigente permiten, por cuanto se ha evidenciado casos en las que se obvia el cobro en perjuicio de los intereses de la Cooperativa que la ley permite.



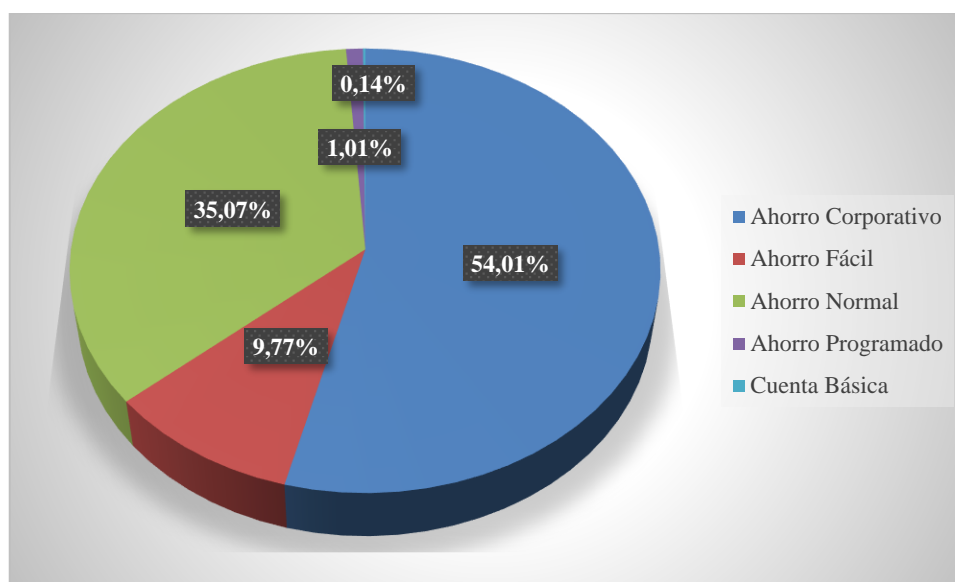
### 3.3.3 Análisis de la captación actual de la cooperativa

**Tabla 1-3:** Captación actual de la cooperativa

| AGENCIA MATRIZ     |                         |                     |
|--------------------|-------------------------|---------------------|
| Tipo De Ahorro     | Valor Monetario         | Frecuencia Relativa |
| Ahorro Corporativo | \$ 9.662.406,20         | 54,01%              |
| Ahorro Fácil       | \$ 1.747.364,83         | 9,77%               |
| Ahorro Normal      | \$ 6.273.747,32         | 35,07%              |
| Ahorro Programado  | \$ 180.401,38           | 1,01%               |
| Cuenta Básica      | \$ 24.660,12            | 0,14%               |
| <b>TOTAL</b>       | <b>\$ 17.888.579,85</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 1-3:** Captaciones de la cooperativa

Fuente: (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Como se puede observar en la gráfica 1-3, de acuerdo con los valores captados por la cooperativa en el mes de noviembre con un valor de \$17.888.579,85, del total antes mencionado el 54,01% pertenece al ahorro corporativo con \$9.662.406,20; al ahorro fácil se acreditan \$1.747.364,83 lo que significa el 9,77%; por otro lado el ahorro normal con \$6.273.747,32 equivale al 35,07% mientras que el ahorro programado cuenta con \$180.401,38 sinónimo de 1.01% y finalmente las cuentas básicas mantienen el 0,14% con \$ 24.660,12.

### 3.4 Estudio de Mercado

El estudio de mercado engloba el análisis y observación de la demanda y oferta existente y para que dicho estudio se estructure de manera correcta se apoya de la realización de las encuestas, en las cuales se pretende determinar factores como el nivel de ahorro de los jóvenes entre 18 y 29 años, el tiempo que tendrán su dinero en la cuenta y adicional conocer si le gustaría ahorrar su dinero en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

#### 3.4.1 Segmentación del Mercado

Trabajar con segmentación de mercado consiste en determinar de manera directa o indirecta el número de clientes y competidores, para realizar la segmentación del mercado es importante identificar a clientes potenciales del resto del mercado. Una buena segmentación de mercado proporciona información clara y concisa que permite mejorar la oferta, adaptándose a las necesidades insatisfechas como indica la tabla 2-3.

**Tabla 2-3:** Segmento de mercado

| CRITERIOS DE SEGMENTO       | SEGMENTO DE MERCADO |
|-----------------------------|---------------------|
| <b>Geográficas</b>          |                     |
| <b>Región</b>               | Sierra              |
| <b>Provincia</b>            | Tungurahua          |
| <b>Cantón</b>               | Ambato              |
| <b>Demográficas</b>         |                     |
| <b>Sexo</b>                 | Hombres y Mujeres   |
| <b>Edad</b>                 | 18 a 29 años        |
| <b>Conductuales</b>         |                     |
| <b>Producto o Servicios</b> | Ahorro Juvenil      |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

#### 3.4.2 Análisis de la demanda

A la demanda se la define como la cantidad de bienes y servicios de los consumidores lo cuales están dispuestos a adquirir. La demanda esta basada en las personas interesadas en ser parte de este “Ahorro Juvenil”. Para realizar el estudio de mercado se toma los datos de la encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Ambato con la finalidad de verificar la demanda que obtendrá el producto en el mercado.

Para su estructura se toman las siguientes preguntas como se indican en las tablas 3-3, 4-3 y 5-3.

### ¿Le gustaría ahorrar cierta parte de sus ingresos?

**Tabla 3-3:** Ahorro de ingresos

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 337        | 88,68%              |
| NO           | 43         | 11,32%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### ¿Conoce la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.?

**Tabla 4-3:** Existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 343        | 90,26%              |
| NO           | 37         | 9,74%               |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### ¿Si existiera un producto financiero llamado “¿Ahorro Juvenil” en el cual usted deposite su dinero en un tiempo determinado y que por ello obtenga fabulosos beneficios, usted usaría este producto?

**Tabla 5-3:** Ahorro Juvenil dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 297        | 78,16%              |
| NO           | 83         | 21,84%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Se determina la demanda con el apoyo de estas preguntas que fueron planteadas en la encuesta y permiten conocer lo que la población estaría dispuesta adquirir, es decir con esto se estima el número de socios adquiriendo la cuenta “Ahorro Juvenil”.

Para determinar el análisis de la demanda se efectuó la encuesta a una muestra poblacional de 380 personas, donde se investigó mediante tres preguntas si estarían dispuestos a demandar el nuevo producto financiero que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., ofertaría cuyos resultados arrojan el 88.68% le gustaría ahorrar su dinero, el 90.26% conoce de la existencia de la institución, finalmente el 78.16% estaría dispuesto a obtener su cuenta de “Ahorro Juvenil”.

### 3.4.3 Cálculo de la demanda

**Tabla 6-3:** Detalle de la demanda

| VALORES | DETALLE  |
|---------|--|
| 34126   | Población Económicamente Activa  |
| 88,68%  | ¿Le gustaría ahorrar cierta parte de sus ingresos?   |
| 30264   | Resultado 1  |
| 90,26%  | Conoce la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.  |
| 27318   | Resultado 2  |
| 78,16%  | ¿Si existiera un producto financiero llamado “¿Ahorro Juvenil” en el cual usted deposite su dinero en un tiempo determinado y que por ello obtenga fabulosos beneficios, usted usaría este producto? |
| 21351   | Demanda  |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

La demanda se basa en la población económicamente activa, dispuesta a ser socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., y acceder al producto financiero “Ahorro Juvenil”, dentro del estudio de mercado se empleó la técnica de las encuestas para obtener información verídica sobre la situación actual de la población, además se establece mecanismos que pueden influir en los socios de manera práctica y así medir el ingreso como socio a la institución financiera, los resultados establecen que se puede lograr 21351 habitantes como posibles socios de la cooperativa.

### 3.4.4 Proyección de la Demanda

Posteriormente, se realizará la proyección de la demanda, tomando a consideración los datos históricos que se manejan en la presente investigación, la tasa de apoyo es la de crecimiento poblacional. Dicha tasa según INEC es del 1.28% anualmente.

Para la proyección de la demanda se utilizó el método del cálculo del monto que es la siguiente

La fórmula de cálculo es:

$$C_n = C_0(1 + i)^n$$

**Donde:**

**C<sub>n</sub>** = Consumo del año n

**C<sub>0</sub>** = Consumo del año 0

**1**= Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = número de períodos

**Tabla 7-3: Proyección de la demanda**

| PROYECCIÓN DE LA DEMANDA          |
|-----------------------------------|
| $Cn_{2023}=21351(1,0128)^2=21901$ |
| $Cn_{2024}=21351(1,0128)^3=22181$ |
| $Cn_{2025}=21351(1,0128)^4=22465$ |
| $Cn_{2026}=21351(1,0128)^5=22753$ |
| $Cn_{2027}=21351(1,0128)^6=23044$ |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

En la tabla 7-3 se presenta la proyección de la demanda de acuerdo con la fórmula anteriormente establecida, el crecimiento exacto para cada año se detalla en la tabla 8-3.

**Tabla 8-3: Crecimiento de la demanda en 5 años**

| AÑO  | POBLACIÓN ACTUAL | TASA DE CRECIMIENTO ACTUAL | CRECIMIENTO | DEMANDA PROYECTADA |
|------|------------------|----------------------------|-------------|--------------------|
| 2022 |                  |                            |             | 21351              |
| 2023 | 21351            | 1,28%                      | 550         | 21901              |
| 2024 | 21901            | 1,28%                      | 280         | 22181              |
| 2025 | 22181            | 1,28%                      | 284         | 22465              |
| 2026 | 22465            | 1,28%                      | 288         | 22753              |
| 2027 | 22753            | 1,28%                      | 291         | 23044              |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.4.5 *Análisis de la Oferta*

Dentro de la presente investigación, se considera a determinar la oferta, que no es más que la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos, la oferta recoge las intenciones de venta de dichos productos o servicios.

Con la finalidad de determinar la oferta actual dentro de dicha investigación se considera el número de personas que ya manejan cuentas con características similares dentro del sistema financiero. En base a la información obtenida se puede determinar que actualmente existe una oferta en las cuentas de Ahorro Juvenil de 15087 socios. La información que se maneja en la oferta se obtuvo de las técnicas de investigación aplicadas tales como la entrevista, de acuerdo con los resultados de la siguiente pregunta.

**¿Usted dispone de cuenta de ahorro con las mismas características del “Ahorro Juvenil” en alguna institución financiera?**

**Tabla 9-3:** Ahorro Juvenil en otras instituciones

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| SI           | 165        | 43,42%              |
| NO           | 215        | 56,58%              |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Dentro de la tabla 9-3 se establece la cantidad de oferta existente para productos similares a los que se pretende ofertar en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., dicho valor representa un 43,42% del total de la población. De acuerdo con dicho porcentaje en la tabla 10-3 se pretende conocer con población económicamente activa cuantas personas representan dicho porcentaje y se detalla a continuación:

**Tabla 10-3:** Representación población económicamente activa

| DETALLE      | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA | VALOR FINAL  |
|--------------|------------|---------------------|--------------|
| SI           | 168        | 44,21%              | 15087        |
| NO           | 212        | 55,79%              | 19039        |
| <b>TOTAL</b> | <b>380</b> | <b>100%</b>         | <b>34126</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.4.6 Proyección de la Oferta

Se toma los resultados de las encuestas realizadas en la presente investigación, donde se toma a 15087 personas que se encuentran como socios en diferentes Cooperativas de Ahorro y Crédito que disponen de un producto financiero con características similares, para determinar la oferta proyectada tomamos en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ambato, según el INEC el porcentaje a tomar a consideración es 1.28%. En la tabla 11-3, se conoce la oferta de acuerdo con el crecimiento poblacional hasta el año 2027, la fórmula se detalla a

$$Of = 15087(1 + 0,0128)^2$$

**Tabla 11-3:** Proyección de la oferta

| PROYECCIÓN DE LA OFERTA               |
|---------------------------------------|
| $Of_{2023} = 15087(1,0128)^2 = 15087$ |
| $Of_{2024} = 15087(1,0128)^3 = 15476$ |
| $Of_{2025} = 15087(1,0128)^4 = 15875$ |
| $Of_{2026} = 15087(1,0128)^5 = 16078$ |
| $Of_{2027} = 15087(1,0128)^6 = 16284$ |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

En la tabla 11-3, se presenta la oferta para los próximos 5 años, además que a continuación se detalla el número exacto de crecimiento por período en la tabla 12-3.

**Tabla 12-3:** Crecimiento de la oferta para 5 años

| AÑO  | POBLACIÓN ACTUAL | TASA DE CRECIMIENTO ACTUAL | CRECIMIENTO | OFERTA PROYECTADA |
|------|------------------|----------------------------|-------------|-------------------|
| 2022 |                  |                            |             | 15087             |
| 2023 | 15087            | 1,28%                      | 389         | 15476             |
| 2024 | 15476            | 1,28%                      | 198         | 15674             |
| 2025 | 15674            | 1,28%                      | 201         | 15875             |
| 2026 | 15875            | 1,28%                      | 203         | 16078             |
| 2027 | 16078            | 1,28%                      | 206         | 16284             |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.4.7 Demanda Insatisfecha

Demanda insatisfecha se considera aquella demanda que no ha sido cubierta por el mercado, dicho mercado desatendido va a ser cubierto por ofertas ya pensadas con el único objetivo de cubrir necesidades. Se determina mediante la comparación entre la demanda y oferta proyectadas para los 5 años que se evaluará el proyecto, con los siguientes resultados que se muestran en la tabla 13-3.

**Tabla 13-3:** Demanda Insatisfecha

| Demanda | Oferta | Demanda Insatisfecha |
|---------|--------|----------------------|
| 21351   | 15087  | 6264                 |
| 21901   | 15476  | 6425                 |
| 22181   | 15674  | 6507                 |
| 22465   | 15875  | 6590                 |
| 22753   | 16078  | 6675                 |
| 23044   | 16284  | 6760                 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.4.8 Marketing Mix

#### 3.4.8.1 Producto

El nuevo producto que se oferta a socios se denomina “**Ahorro Juvenil**” este hace relación con el crecimiento de la economía, es un determinante clave en la formación de capital e inversión. Que los jóvenes cuenten con una cultura financiera desde temprana edad son fundamentales para el buen uso

de las diversas herramientas financieras que ofrece este sector, de esta manera también se logra a que accedan a un sin número de oportunidades y conlleva una buena toma de decisiones en el largo plazo.

Para los jóvenes el ahorro genera inversión y un bienestar a futuro ya sea de manera personal o laboral, dicho ahorro se examina desde la perspectiva del consumo y diversos gastos que se puede presentar en algunos hogares, al Ecuador ser un país en vías de desarrollo el emprendimiento soporta y acompaña a su economía, aspectos que están muy marcados en jóvenes que les gusta la idea de la innovación y hacer de esta herramienta su fuente de empleo con la implementación de diversas áreas tecnológicas.



**AHORRO JUVENIL**  
Ahorra y aprende a manejar tu dinero, para cumplir tus sueños a corto y largo plazo.

**Figura 1-3:** Presentación del Ahorro Juvenil

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.4.8.2 Plaza

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., cuenta con una agencia Matriz en la calle Espejo 12-78 y Av. 12 de Noviembre, el producto financiero será socializado en la agencia matriz con la visión de expandirlo a las otras agencias, pues en la actualidad la cooperativa cuenta con 28 agencias operativas y el proyecto de inaugurar nuevas agencias en la Costa, Sierra y Galápagos. La distribución se lo realizara mediante el Área de atención al cliente pues hay se realizan las aperturas de cuenta.





**Figura 2-3:** Punto de atención

**Fuente:** (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

**Elaborado por:** Guevara, Andrea, 2021

### 3.4.8.3 Precio

Para la ejecución del nuevo producto financiero dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., se requiere la participación de nuevos socios y clientes las mismas personas que formaran parte de la cooperativa para la captación y colocación dicha tasa de interés para la captación será de 2% dicha tasa está regulada de acuerdo con el Banco Central ver en la tabla 14-3.

**Tabla 14-3:** Tasas Pasivas

| PLAZO                                  | % COAC<br>CHIBULEO<br>LTDA. | % TASAS<br>REFERENCIALES<br>BANCO CENTRAL | MONTO                                   | PERÍODO DE PAGO              |
|--|-----------------------------|---|---|------------------------------|
| Depósitos de Ahorro<br>de 0 a 180 días | 2,30%                       | 1,06%                                     | De acuerdo con<br>la forma de<br>ahorro | Mensual Bimensual Trimestral |
| Depósitos de Ahorro<br>181 a 360 días  |                             |   |   | Semestral Anual              |

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2021)

**Elaborado por:** Guevara, Andrea, 2021

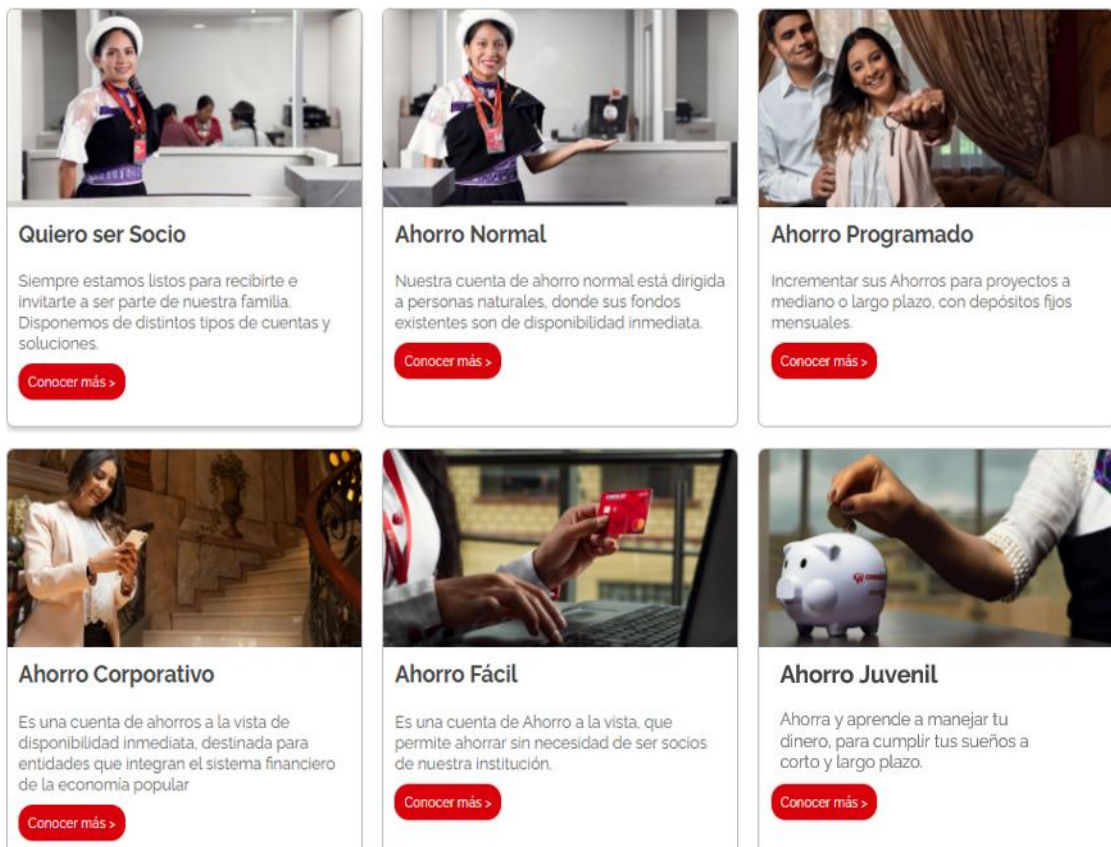
### 3.4.8.4 Promoción

El crecimiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., a lo largo de los años brinda soporte ante la creación de nuevos productos pues la publicidad de la institución se atribuye de

manera sofisticada y siendo ejemplo de perseverancia por la innovación y la presencia en cada rincón de país.

Para que el nuevo producto de la institución llegue a nuevos socios y clientes lo que se pretende realizar es:

- Campañas de publicidad a través de radio, la cooperativa cuenta con una página web muy interactiva donde se agregará toda la información sobre el ahorro juvenil como indica la figura 4-3.



**Figura 3-3:** Página web con la implementación del Ahorro Juvenil

Elaborado por: Guevara, Andrea 2021

- Para que el hábito del ahorro sea una opción al momento de direccionar su dinero es importante contribuir a dicha alternativa con la entrega de premio por la constancia en sus ahorros.
- Las publicidades mediante Facebook, Instagram y las demás redes sociales esto permite que más personas conozcan sobre la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. esto se presenta en la figura 5-3.



**Figura 4-3:** Página de Facebook para promocionar el Ahorro Juvenil

**Fuente:** (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

**Elaborado por:** Guevara, Andrea 2021

- Marketing directo para este nuevo producto financiero pues se pretende colocar información llamativa en el primer piso de la cooperativa.
- Auspicios hacia los jóvenes que se comprometan con llevar el nuevo producto financiero a lo más alto, y recomendar a más personas que el dinero depositado que encuentra seguro.
- Manejar convenios de asociación para que grupos de estudiantes, emprendedores y personas que manejan su propio negocio creen sus cuentas de ahorro y su dinero este seguro en una cooperativa con riesgo bajo.
- La colocación de vallas en lugares estratégicos de la ciudad con la idea de ahorrar en una institución solvente.



**Figura 5-3:** Flyer Publicidades de Ahorro Juvenil

**Elaborado por:** Guevara, Andrea, 2021

### 3.4.8.5 Estrategias Comerciales

#### Requisitos para la apertura de ahorro juvenil

- Copia de la Cédula de Identidad.
- Copia del Certificado de Votación.
- Planilla de servicio básico

### **Beneficios del ahorro juvenil**

- Sin depósitos iniciales
- Servicios Adicionales
- Sorteo de becas económicas
- Tarjeta de Debito
- Tasa de Interés preferenciales
- Acceso a la banca móvil
- Ahorra desde 10 dólares con una tasa del 2.3%
- Gana un bono anual desde 2,7% al cumplir tu meta
- Apoyamos tus estudios con útiles escolares, herramientas digitales

### **3.5 Estudio Técnico**

Dentro de dicho estudio, se debe verificar la posibilidad técnica de que el Ahorro Juvenil en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., logre una adecuada ubicación .

#### **3.5.1 Tamaño del proyecto**

Para la implementación del producto financiero “Ahorro Juvenil”, se necesita tomar a consideración la capacidad que la cooperativa dispone para atender las aperturas de cuenta, dentro del área atención al cliente se cuenta con dos colaboradoras, esto permite satisfacer necesidades. Las aperturas de cuenta diarias aproximadas son 15, esto multiplicado por el periodo nos da como resultado 3900, lo que significa que la cooperativa puede cumplir con la demanda real propuesta en el presente Proyecto de Investigación.

**Tabla 15-3:** Análisis de la demanda

| <b>Detalle</b>       | <b>Valores</b> |
|----------------------|----------------|
| Oferta               | 21351          |
| Demanda              | 15087          |
| Demanda Insatisfecha | 6264           |
| Escenario medio      | 40%            |
| Demanda Real         | 2505           |

**Fuente:** Autor

**Elaborado por:** Guevara, Andrea, 2021

Para establecer la demanda real, se recolecto la información de que tal interesada se encuentra la población con relación a la apertura de una cuenta de ahorros, dichos valores van a ser trabajando con el escenario medio alto tomando a consideración el 40%, pues no toda la población apertura su cuenta de ahorros en el momento estimado, según la tabla 15-3 la demanda real para el año base seria 2505, de ahí parte dicha proyección para los siguientes 5 años.

### 3.5.1.1 Demanda real proyectada

En la tabla 16-3, se identifica los datos exactos proyectados para los siguientes cinco años, dichas tablas se planean con la tasa del crecimiento poblacional de acuerdo con información proporcionada por el INEC.

**Tabla 16-3:** Demanda real proyectada

| PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
|                               | $C_{n2023}=2505(1,0128)^2=2570$ |
|                               | $C_{n2024}=2505(1,0128)^3=2603$ |
|                               | $C_{n2025}=2505(1,0128)^4=2636$ |
|                               | $C_{n2026}=2505(1,0128)^5=2670$ |
|                               | $C_{n2027}=2505(1,0128)^6=2704$ |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

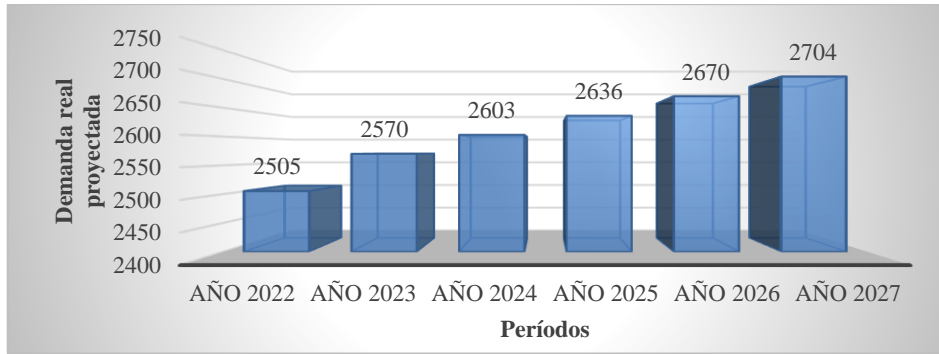
Las proyecciones de demanda se enfocan en pronosticar dentro de períodos determinados, de esta manera se estima cuantos potenciales socios podrían ser satisfechos en un momento en concreto, de esta manera se prepara la cooperativa para poder ofertar lo suficiente ante dichas condiciones y aprovechar la situación del mercado, existe población que no está siendo atendido y se pretende llegar a ellos y satisfacer sus necesidades. En la tabla 17-3 se conoce el crecimiento correcto año tras año.

**Tabla 17-3:** Demanda real proyectada

| PRODUCTO FINANCIERO |                         |
|---------------------|-------------------------|
| Período             | Demanda real proyectada |
| Año 2022            | 2505                    |
| Año 2023            | 2570                    |
| Año 2024            | 2603                    |
| Año 2025            | 2636                    |
| Año 2026            | 2670                    |
| Año 2027            | 2704                    |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 2-3:** Demanda proyectada

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.6 Localización del proyecto

Dicho proyecto se localizará en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., agencia Matriz.

#### 3.6.1.1 Macro localización

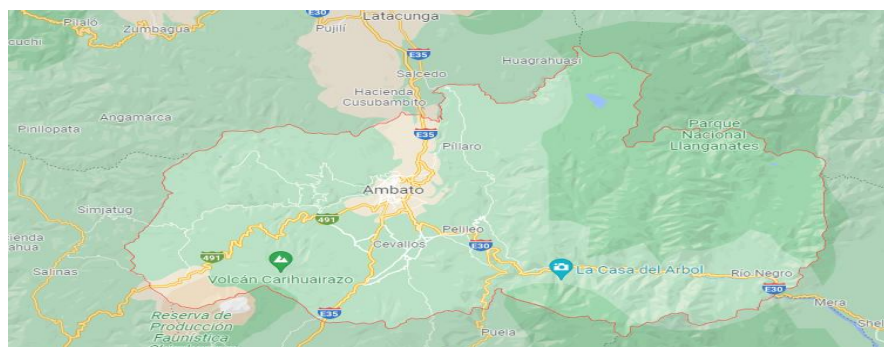
En la tabla 18-3 se presenta la macro localización del proyecto y ubicación geográfica en la figura 6-3 y 7-3.

**Tabla 18-3:** Macro localización

| Detalle        | Razón                |
|----------------|----------------------|
| Región         | Sierra               |
| Provincia      | Tungurahua           |
| Cantón         | Ambato               |
| Población      | PEA 34126            |
| Superficie     | 46.5 km <sup>2</sup> |
| Idioma Oficial | Español y kichwa     |
| Clima promedio | 15,7°C               |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021)

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

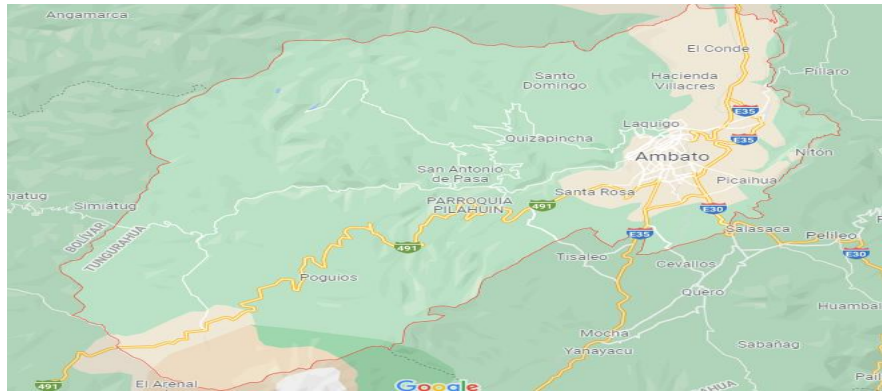


**Figura 6-3:** Ubicación geográfica de Tungurahua

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021





**Figura 7-3:** Ubicación geográfica de Ambato

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.6.1.2 *Micro localización*

El proyecto se ejecutará en la agencia matriz que está ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato en la dirección Espejo 12-78 y Av. 12 de Noviembre diagonal a la empresa eléctrica de Ambato como se señala en la figura 8-3.



**Figura 8-3:** Ubicación geográfica de Ambato

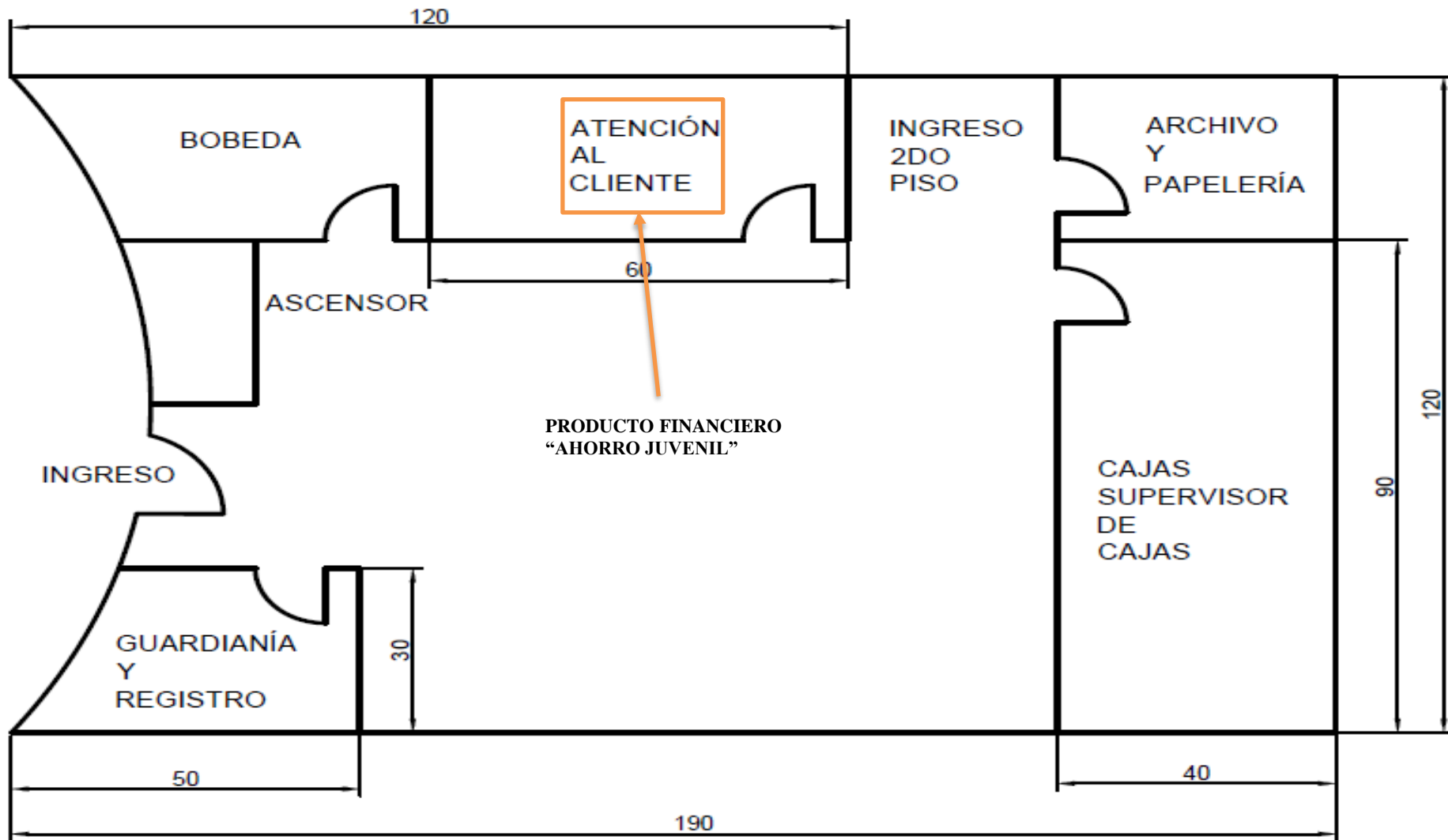
Fuente: Google Maps

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.6.1.3 *Ingeniería del proyecto*

Se debe adaptar el mejor proceso para el funcionamiento correcto del nuevo producto financiero. Manejar una distribución correcta en la planta baja de la institución para que el área de atención al cliente pueda brindar un servicio de calidad.

En la figura 9-3 se muestra la distribución de la planta con una escala de 1:10 en metros con un área total de la planta baja de  $228m^2$  y el área de atención al cliente de  $18m^2$ .



**Figura 9-3:** Distribución de la primera planta

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**3.6.1.4** Proceso de apertura de cuenta de “Ahorro Juvenil”

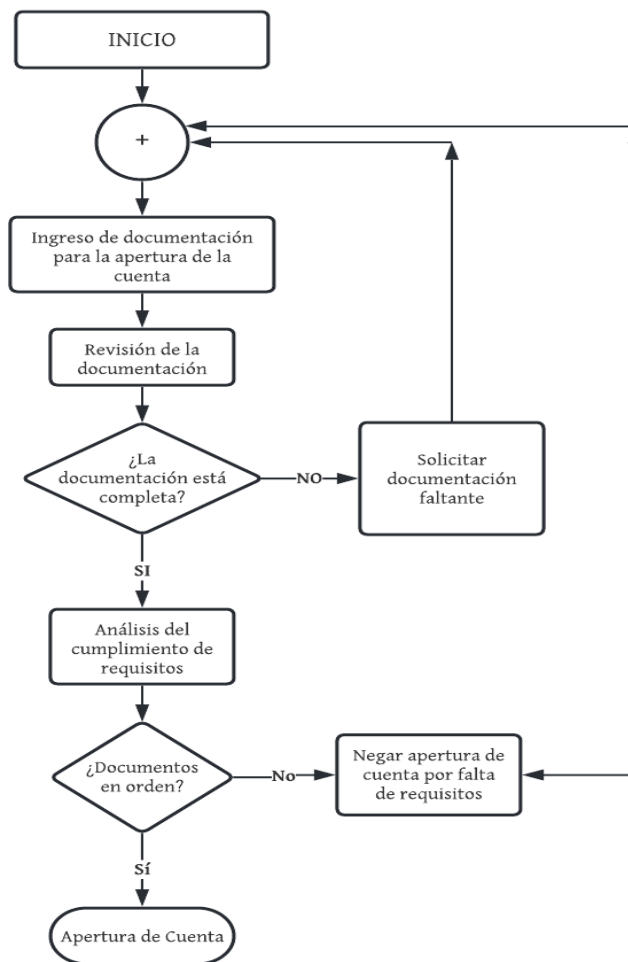
El proceso se manejará de la manera que se presenta a continuación, pues esto ayudará a que se agilicen los métodos y la persona que va a realizar la apertura de cuenta Ahorro Juvenil este satisfecho con un servicio de calidad, ágil y eficiente.

**Tabla 19-3:** Simbología del producto financiero

| SIMBOLOGÍA |            |
|------------|------------|
| ( + )      | SOCIO      |
| [ ]        | PROCESO    |
| { }        | DECISIÓN   |
| ▭          | TERMINADOR |

Fuente: (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Figura 10-3:** Flujograma para la apertura de cuentas

Fuente: (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

Realizado por : Guevara, Andrea, 2021

En la figura 10-3 se detalla el proceso para la apertura de cuentas se inicia con el ingreso de todos los documentos del usuario para su respectiva revisión en el caso de no completar dicha documentación se reinicia el proceso caso contrario una vez completada los requisitos se analizan todo su historial y por último, se acepta o se rechaza la apertura de cuenta.

### **3.7 Estudio Legal**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., se encuentra más de 18 años en el mercado prestando sus servicios y ofreciendo sus productos. Dicha cooperativa de con el Acuerdo Ministerial No.003-SDRCC-2023 está autorizada sus funciones y mediante el Art 144 y Art.194 del Código Orgánico Monetario se permite que la cooperativa brinde este producto a socios y clientes. Dichos artículos se citan a continuación para dar fe que la información es verídica.

#### **Artículo 144.- Autorización**

La Superintendencia de Bancos y Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, en el ámbito de sus respectivas competencias, autorizan a las entidades del Sistema Financiero Nacional el ejercicio de actividades financieras. En la autorización indicada, se determina las operaciones activas, pasivas, contingentes y servicios financieros que podrán ejercer las entidades, por segmentos, de acuerdo con su objeto social, línea de negocio, especialidades, capacidades y demás requisitos y condiciones que para el efecto establezca la Junta Policita y Regulación Monetaria y Financiera

#### **Art.194.- Operaciones literal b)**

Las entidades financieras podrán realizar las siguientes operaciones, de conformidad con la autorización que le otorgue el respectivo organismo de control.

##### **b) Operaciones pasivas**

Recibir depósitos a la visa y recibir depósitos a plazo

Después de haber citado dichos artículos y además la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. cuenta con la autorización para sus funciones desde el año 2003, se pretende dar a conocer la intención de crear un nuevo producto financiero al Consejo de Administración y Vigilancia para que mediante resolución se estime implementarlo.

#### **3.7.1 Trámites o requisitos para la aprobación del producto financiero**

Dentro (Seps, 2021, p.1) de la **RESOLUCIÓN No. SEPS-IGT-IGS-INSESF-INR-INGINT-INSEPS-IGJ-2021-0368**, de acuerdo con el **Artículo 3 y 4** la cooperativa debe generar lo siguiente:

**Artículo 3.-** Para la prestación de productos y servicios financieros, las entidades podrán operar en el país a través de: su matriz; sucursales; agencias; ventanillas de extensión de servicios; oficinas temporales; puntos móviles; y/o, corresponsales solidarios, acorde a lo previsto en esta Norma. Al efecto, el Consejo de Administración o el Directorio, según corresponda, aprobará la apertura de la oficina, previa verificación del cumplimiento de los requisitos determinados en esta Norma, lo cual deberá constar en la respectiva acta de la sesión del cuerpo colegiado.

**Artículo 4.-** Las entidades que cumplan con los siguientes requisitos podrán abrir oficinas.

Al efecto, la Superintendencia les notificará por los medios que considere pertinentes, informando sobre el cumplimiento de estos:

- a) Haber mantenido durante los últimos doce (12) meses el nivel de patrimonio técnico constituido y solvencia dentro de los límites establecidos en la normativa vigente;
- b) Haber cumplido con la constitución del porcentaje de provisiones determinados en la “Norma para la Constitución de Provisiones de Activos de Riesgo en las Cooperativas de Ahorro y Crédito y Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda”; o, en la “Norma para la Gestión de Riesgo de Crédito, Calificación de Activos de Riesgo y Constitución de Provisiones en la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias y Cajas Centrales”, según corresponda, emitidas por el órgano regulador;
- c) No haber excedido los límites de crédito establecidos por el órgano regulador;
- d) No encontrarse en un programa de supervisión intensiva o correctiva;
- e) No haber estado en los últimos doce (12) meses previos a la apertura de la oficina, bajo un programa de supervisión intensiva o correctiva;
- f) Tener opinión sin salvedades, respecto al último ejercicio económico auditado por parte de la auditoría externa, cuando corresponda;
- g) No registrar incumplimientos en las estrategias asociadas a los hallazgos con calificación de riesgo crítico, determinados por las auditorías externas o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; y,
- h) Haber cumplido con el envío de información solicitada por este Organismo de Control, con corte al período inmediato anterior al de la fecha de solicitud.

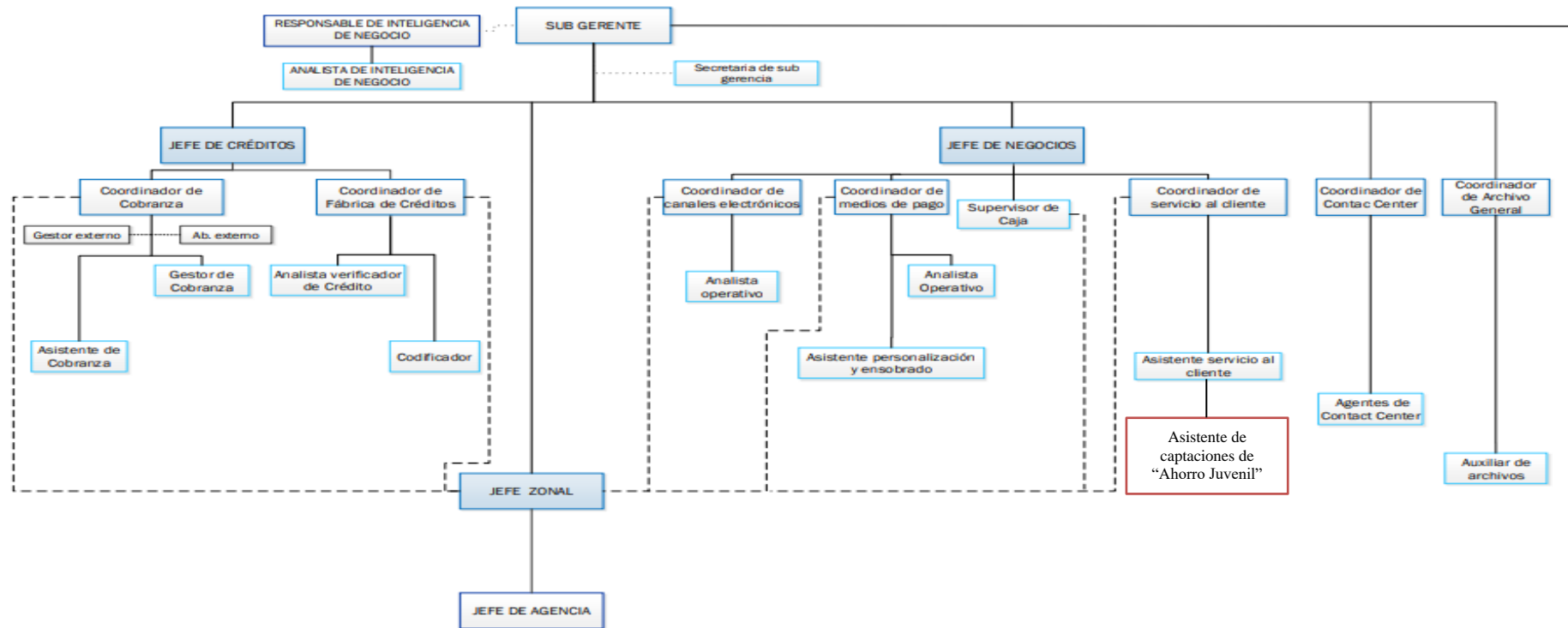
Además, se debe presentar la siguiente información:

- Informe del área de Riesgo
- Estudio de factibilidad del producto
- Informe de Auditoría
- Cumplimiento de la Normativa de seguridad integral donde se proporciona al ente de control información acorde a sistemas, claves y tecnología con el objetivo de evitar el fraude a socios.

### 3.8 Estudio Administrativo

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., se encuentra 18 años en el mercado es por ellos que su situación administrativa se encuentra consolidada cumplimiento estándares de eficiencia calidad con el objetivo de que cada uno de sus colaboradores cumpla con lo establecido por medio de sus actividades laborales.

#### 3.8.1 Organigrama estructural área de inteligencia de negocios



**Figura 11-3:** Organigrama Estructural

Elaborado por: (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

Como se observa en la figura 11-3, el organigrama estructural donde se va a encontrar el producto financiero es Atención al Cliente, se genera un asistente de captaciones para el “Ahorro Juvenil” convirtiendo en su jefe inmediato la coordinadora de servicio al cliente.

### **3.8.2 Misión**

En Ecuador estamos construyendo historias de éxito, a través de la inclusión financiera.

### **3.8.3 Visión**

Ser referente para las futuras generaciones, consolidando nuestro liderazgo a través de la innovación.

### **3.8.4 Logotipo de la Institución**



**Figura 12-3:** Logotipo institucional

Elaborado por: (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

### **3.8.5 Objetivos Institucionales**

- Brindar servicios financieros a sectores no atendidos por la banca tradicional en todo el Ecuador.
- Contribuir al mejoramiento socioeconómico de nuestros socios y clientes.
- Fortalecer y mantener los servicios financieros acorde a las necesidades de los ecuatorianos.
- Generar satisfacción y compromiso de los socios.

### **3.8.6 Valores Corporativos**

Los valores corporativos presente dentro de esta institución financiera son:

- Lealtad
- Respeto
- Integridad
- Confianza
- Puntualidad
- Innovación

### 3.8.7 Localización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

La Cooperativa cuenta actualmente con 28 oficinas a nivel de todo el país, las cuales detallo a continuación:

- Dentro de la región Costa son Santo Domingo, La Libertad, Tarqui, Guayaquil, Milagro, Durán y Machala
- Dentro de la región Sierra son Tulcán, Ibarra, Otavalo, Cayambe, Calderón, Quito Centro, Quito Sur, Sangolquí, Machachi, Latacunga, Pujilí, Salcedo, Izamba, Ambato, Mayorista, Pelileo, Riobamba, Guaranda y Loja
- Dentro de la región Oriente son Tena, Lago Agrio

Para la presente investigación se tomó la agencia Matriz, ubicada en la ciudad de Ambato la agencia se ubica en las calles Eugenio Espejo 12-78 y Av. 12 de noviembre.

## 3.9 Estudio Financiero

### 3.9.1 Inversión Inicial

Para el presente estudio de factibilidad no se requiere mayor inversión inicial pues la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., es una institución financiera ya constituida con 19 años de vida institucional y es por ello no requiere cubrir costos como la compra de un edificio para el funcionamiento, equipos tecnológicos y demás.

Lo que se toma a consideración, se detalla en la tabla 20-3, 21-3 y 22-3 y 23-3 dentro de la última tabla se conoce la inversión total para el presente proyecto.

**Tabla 20-3:** Inversión Inicial Diferida

| Inversión inicial diferida                         |                     |
|--|---------------------|
| Estrategias comerciales                            | \$ 6.000,00         |
| Capacitaciones sobre el nuevo producto financieros | \$ 4.300,00         |
| Incentivos comerciales para los nuevos socios      | \$ 9.200,00         |
| Software   | \$ 1.500,00         |
| <b>TOTAL</b>                                       | <b>\$ 21.000,00</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 21-3: Inversión Activos Fijos**

| Inversión inicial de activos fijos |             |
|------------------------------------|-------------|
| Equipos de computo                 | \$ 2.600,00 |
| <b>TOTAL</b>                       | \$ 2.600,00 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 22-3: Capital de trabajo**

| Capital de trabajo                   |             |
|--------------------------------------|-------------|
| Colaborador de la institución        | \$ 6.600,00 |
| Suministros para iniciar el proyecto | \$ 1.352,93 |
| <b>TOTAL</b>                         | \$ 7.952,93 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 23-3: Inversión Inicial Total**

| Inversión Total    |              |
|--------------------|--------------|
| Inversión Diferida | \$ 21.000,00 |
| Activo Fijo        | \$ 2.600,00  |
| Capital de trabajo | \$ 7.952,93  |
| <b>TOTAL</b>       | \$ 31.552,93 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.9.2 *Financiamiento*

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., ha logrado crecer y sobresalir como pionera entre las cooperativas de economía popular y solidaria, impulsadas por el sector indígena ecuatoriano, logrando posicionarse en el sistema financiero como una institución con capacidad de crecimiento e innovaciones, debido a ello para la implantación nuevo producto “Ahorro Juvenil” no se requiere de apalancamiento financiero, pues cuenta con sus recursos propios para dicha implantación.

### 3.9.3 *Cálculo de la depreciación*

**Tabla 24-3: Depreciación equipos de computo**

| Depreciación equipos de computo |            |                |                      |                    |
|---------------------------------|------------|----------------|----------------------|--------------------|
| Concepto                        | Valor      | Vida Útil Años | Tasa de Depreciación | Depreciación Anual |
| Equipo de computo               | \$2.600,00 | 3              | 33%                  | \$ 866,67          |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Dentro del presente Trabajo de Titulación, se depreciarán los equipos de cómputo, de acuerdo con la vida útil del mismo es 3 años dicho cálculo se detalló en la tabla 24-3.

### 3.9.4 Cálculo de la amortización de activos diferidos

**Tabla 25-3:** Cálculo de amortización

| Amortización de activos diferidos |             |
|-----------------------------------|-------------|
| Año 2023                          | \$ 4.200,00 |
| Año 2024                          | \$ 4.200,00 |
| Año 2025                          | \$ 4.200,00 |
| Año 2026                          | \$ 4.200,00 |
| Año 2027                          | \$ 4.200,00 |

**Fuente:** (Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., 2021)

**Elaborado por:** Guevara, Andrea, 2021

A la amortización se le considera como la disminución del activo, se toma a consideración la inversión inicial diferida y los años proyectados se detalló 25-3, en cálculo para cada período.

### 3.9.5 Captaciones

Para el presente proyecto se toman los valores captados por los socios mediante el producto financiero “Ahorro Juvenil” de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo” Ltda., los valores que captados se detallan a continuación en las tablas 26-3, 27-3, 28-3, 29-3, 30-3 y 31-3 de acuerdo con la cantidad ahorrada por cada socio, la población que va a ahorrar en cada forma de ahorro y finalmente se observa el ahorro total por cada uno de los períodos.

**Tabla 26-3:** Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2022

| DETALLE                   | PORCENTAJE | CANTIDAD DE AHORRO | POBLACIÓN QUE AHORRA | AHORRO TOTAL |
|---------------------------|------------|--------------------|----------------------|--------------|
| 10 dólares cada 30 días   | 35,53%     | 120                | 890                  | \$106.821,27 |
| 20 dólares cada 60 días   | 30,26%     | 120                | 758                  | \$90.976,97  |
| 30 dólares cada 90 días   | 15,53%     | 120                | 389                  | \$46.691,09  |
| 50 dólares cada 180 días  | 11,05%     | 100                | 277                  | \$27.684,94  |
| 100 dólares cada 360 días | 7,63%      | 100                | 191                  | \$19.116,39  |
| <b>TOTAL</b>              | 100,00%    | 560                | 2505                 | \$291.290,65 |

**Fuente:** Autor

**Elaborado por:** Guevara, Andrea, 2021



**Tabla 27-3:** Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2023

| DETALLE                   | PORCENTAJE     | CANTIDAD DE AHORRO | POBLACIÓN QUE AHORRA | AHORRO TOTAL        |
|---------------------------|----------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| 10 dólares cada 30 días   | 35,53%         | 120                | 913                  | \$109.574,52        |
| 20 dólares cada 60 días   | 30,26%         | 120                | 778                  | \$93.321,84         |
| 30 dólares cada 90 días   | 15,53%         | 120                | 399                  | \$47.894,52         |
| 50 dólares cada 180 días  | 11,05%         | 100                | 284                  | \$28.398,50         |
| 100 dólares cada 360 días | 7,63%          | 100                | 196                  | \$19.609,10         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>100,00%</b> | <b>560</b>         | <b>2570</b>          | <b>\$298.798,48</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 28-3:** Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2024

| DETALLE                   | PORCENTAJE     | CANTIDAD DE AHORRO | POBLACIÓN QUE AHORRA | AHORRO TOTAL        |
|---------------------------|----------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| 10 dólares cada 30 días   | 35,53%         | 120                | 925                  | \$110.981,51        |
| 20 dólares cada 60 días   | 30,26%         | 120                | 788                  | \$94.520,14         |
| 30 dólares cada 90 días   | 15,53%         | 120                | 404                  | \$48.509,51         |
| 50 dólares cada 180 días  | 11,05%         | 100                | 288                  | \$28.763,15         |
| 100 dólares cada 360 días | 7,63%          | 100                | 199                  | \$19.860,89         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>100,00%</b> | <b>560</b>         | <b>2603</b>          | <b>\$302.635,19</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 29-3:** Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2025

| DETALLE                   | PORCENTAJE     | CANTIDAD DE AHORRO | POBLACIÓN QUE AHORRA | AHORRO TOTAL        |
|---------------------------|----------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| 10 dólares cada 30 días   | 35,53%         | 120                | 937                  | \$112.388,50        |
| 20 dólares cada 60 días   | 30,26%         | 120                | 798                  | \$95.718,43         |
| 30 dólares cada 90 días   | 15,53%         | 120                | 409                  | \$49.124,50         |
| 50 dólares cada 180 días  | 11,05%         | 100                | 291                  | \$29.127,80         |
| 100 dólares cada 360 días | 7,63%          | 100                | 201                  | \$20.112,68         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>100,00%</b> | <b>560</b>         | <b>2636</b>          | <b>\$306.471,90</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 30-3** Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2026

| DETALLE                   | PORCENTAJE     | CANTIDAD DE AHORRO | POBLACIÓN QUE AHORRA | AHORRO TOTAL        |
|---------------------------|----------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| 10 dólares cada 30 días   | 35,53%         | 120                | 949                  | \$113.838,12        |
| 20 dólares cada 60 días   | 30,26%         | 120                | 808                  | \$96.953,04         |
| 30 dólares cada 90 días   | 15,53%         | 120                | 415                  | \$49.758,12         |
| 50 dólares cada 180 días  | 11,05%         | 100                | 295                  | \$29.503,50         |
| 100 dólares cada 360 días | 7,63%          | 100                | 204                  | \$20.372,10         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>100,00%</b> | <b>560</b>         | <b>2670</b>          | <b>\$310.424,88</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 31-3** Captación por socios en el “Ahorro Juvenil” año 2027

| DETALLE                   | PORCENTAJE     | CANTIDAD DE AHORRO | POBLACIÓN QUE AHORRA | AHORRO TOTAL        |
|---------------------------|----------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| 10 dólares cada 30 días   | 35,53%         | 120                | 961                  | \$115.287,74        |
| 20 dólares cada 60 días   | 30,26%         | 120                | 818                  | \$98.187,65         |
| 30 dólares cada 90 días   | 15,53%         | 120                | 420                  | \$50.391,74         |
| 50 dólares cada 180 días  | 11,05%         | 100                | 299                  | \$29.879,20         |
| 100 dólares cada 360 días | 7,63%          | 100                | 206                  | \$20.631,52         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>100,00%</b> | <b>560</b>         | <b>2704</b>          | <b>\$314.377,86</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

De acuerdo con lo que se puede observar en las tablas ya mencionadas para el año 2027 la cooperativa pretende alcanzar una captación de \$314.377,86 en la agencia Matriz esto con el objetivo de conocer que tan factible es la creación de este nuevo producto financiero, posterior deben tomar a consideración la implantación en sus 28 agencias operativas restantes de esta manera los ingresos a recibir dentro de cierto periodo serán mayores.

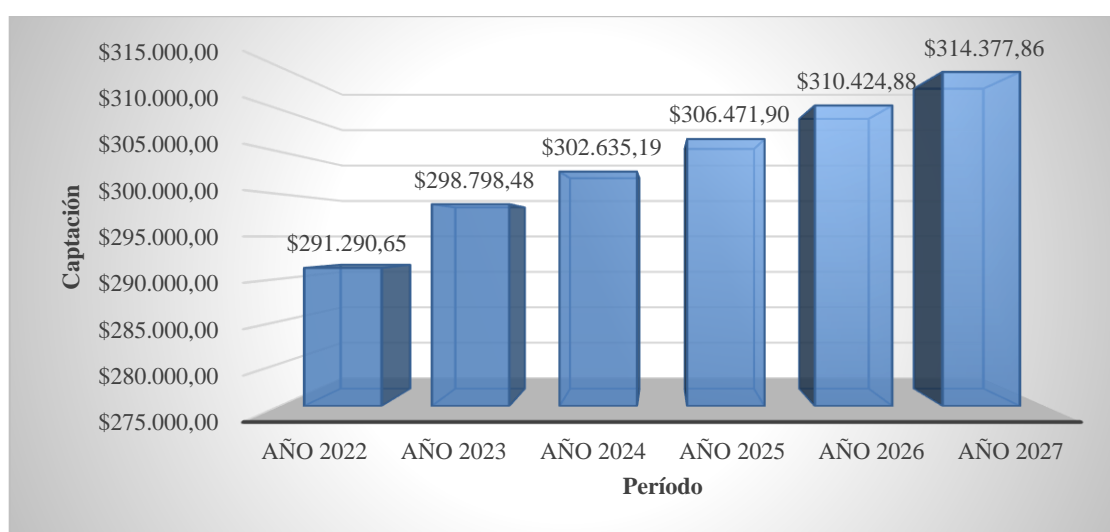
### 3.9.5.1 Captación proyectada

**Tabla 32-3:** Captación del ahorro juvenil

|                             | Año 2022      | Año 2023     | Año 2024     | Año 2025     | Año 2026     | Año 2027      |
|-----------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Ingresos por Ahorro Juvenil | \$ 291.290,65 | \$298.798,48 | \$302.635,19 | \$306.471,90 | \$310.424,88 | \$ 314.377,86 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



**Gráfico 3-3:** Captación proyectada

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Como se puede observar en la tabla 32-3, los valores proyectados mediante la captación para los siguientes años representan valores llamativos para el ejercicio de la empresa pues para el año 2022 se pretende captar \$291290.65, para el año 2023 los valores captados bordean los \$298798.48, mientras que para el año 2024 las captaciones a considerar son \$302635.19, para el año 2025 los valores captados estimados serían \$306471.90, para el año 2026 los valores que se esperan captar son \$310424.88 y finalmente para el año 2027 el valor sería \$314377.86 con eso se finaliza la proyección estimada dentro de la captación.

### 3.9.6 Colocación

Dentro de la presente investigación se pretende a los valores captados, colocarlos con una tasa activa y a continuación en las tablas 33-3, 34-3, 35-3, 36-3, 37-3 y 38-3 se detallan los valores totales de acuerdo con el interés generados.

**Tabla 33-3:** Ingresos por colocación para el año 2022

| Detalle                         | Valor Captación | Tasa de interés | Valor generado |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Microcrédito Minorista          | \$ 145.645,33   | 19%             | \$ 27.672,61   |
| Microcrédito Acumulación Simple | \$ 145.645,33   | 17%             | \$ 24.759,71   |
| Valor de la Captación           | \$ 291.290,65   |                 | \$ 52.432,32   |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 34-3:** Ingresos por colocación para el año 2023

| Detalle                         | Valor Captación | Tasa de interés | Valor generado |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Microcrédito Minorista          | \$ 149.399,24   | 19%             | \$ 28.385,86   |
| Microcrédito Acumulación Simple | \$ 149.399,24   | 17%             | \$ 25.397,87   |
| Valor de la Captación           | \$ 298.798,48   |                 | \$ 53.783,73   |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 35-3:** Ingresos por colocación para el año 2024

| Detalle                         | Valor Captación | Tasa de interés | Valor generado |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Microcrédito Minorista          | \$ 151.317,60   | 19%             | \$ 28.750,34   |
| Microcrédito Acumulación Simple | \$ 151.317,60   | 17%             | \$ 25.723,99   |
| Valor de la Captación           | \$ 302.635,19   |                 | \$ 54.474,33   |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 36-3:** Ingresos por colocación para el año 2025

| Detalle                         | Valor Captación | Tasa de interés | Valor generado |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Microcrédito Minorista          | \$ 153.235,95   | 19%             | \$ 29.114,83   |
| Microcrédito Acumulación Simple | \$ 153.235,95   | 17%             | \$ 26.050,11   |
| Valor de la Captación           | \$ 306.471,90   |                 | \$ 55.164,94   |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 37-3:** Ingresos por colocación para el año 2026

| Detalle                         | Valor Captación | Tasa de interés | Valor generado |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Microcrédito Minorista          | \$ 155.212,44   | 19%             | \$ 29.490,36   |
| Microcrédito Acumulación Simple | \$ 155.212,44   | 17%             | \$ 26.386,11   |
| Valor de la Captación           | \$ 310.424,88   |                 | \$ 55.876,48   |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 38-3:** Ingresos por colocación para el año 2027

| Detalle                         | Valor Captación | Tasa de interés | Valor generado |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Microcrédito Minorista          | \$ 157.188,93   | 19%             | \$ 29.865,90   |
| Microcrédito Acumulación Simple | \$ 157.188,93   | 17%             | \$ 26.722,12   |
| Valor de la Captación           | \$ 314.377,86   |                 | \$ 56.588,01   |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

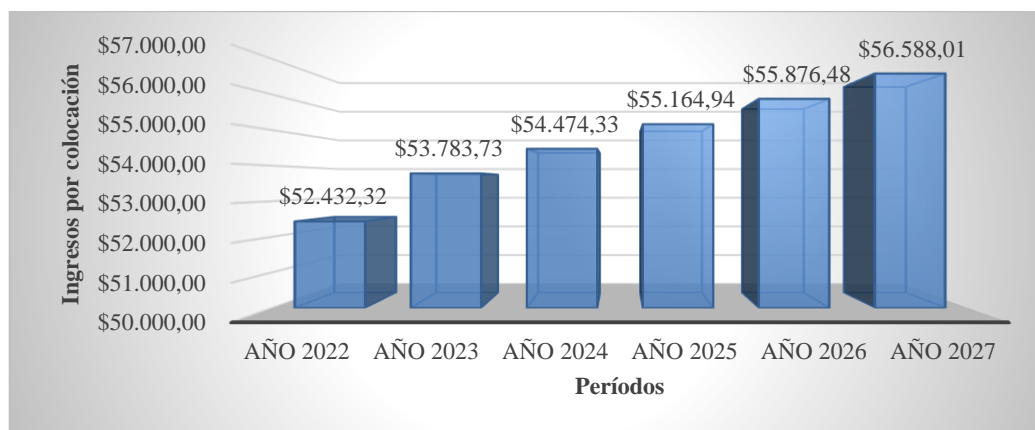
### 3.9.6.1 Ingresos por colocación proyectados

**Tabla 39-3:** Ingresos proyectados por colocación

| Período                 | Año 2022     | Año 2023     | Año 2024     | Año 2025     | Año 2026     | Año 2027     |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingresos por colocación | \$ 52.432,32 | \$ 53.783,73 | \$ 54.474,33 | \$ 55.164,94 | \$ 55.876,48 | \$ 56.588,01 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Gráfico 4-3:** Ingresos de colocación proyectados

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Como se puede observar en la tabla 39-3, los ingresos nacen desde el año 2022 con un valor de \$52432.32, a partir de aquí se empieza con la proyección para los siguientes años los valores representan cifras llamativas para el ejercicio de la empresa pues para el año 2023 se pretende un ingreso de \$53783.73, para el año 2024 los ingresos bordean los \$54474.33 por otro lado, para el año 2025 los ingresos a considerar son \$55164.94, mientras que para el 2026 los ingresos que van ser considerados serian \$55876.48 y finalmente para el año 2027 un valor de 58588.01

### 3.9.7 Ingresos totales

Mediante la tabla 40-3 que se detalla a continuación se conoce los ingresos generados por intereses dentro de la cooperativa, dicho valor engloba intereses de colocación se detalla a continuación:

**Tabla 40-3:** Ingresos intereses generados

| INGRESOS TOTALES                 |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Detalle                          | Año 2022            | Año 2023            | Año 2024            | Año 2025            | Año 2026            | Año 2027            |
| Ingresos por intereses generados | \$ 52.432,32        | \$ 53.783,73        | \$ 54.474,33        | \$ 55.164,94        | \$ 55.876,48        | \$ 56.588,01        |
| <b>Ingresos Totales</b>          | <b>\$ 52.432,32</b> | <b>\$ 53.783,73</b> | <b>\$ 54.474,33</b> | <b>\$ 55.164,94</b> | <b>\$ 55.876,48</b> | <b>\$ 56.588,01</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.9.8 Gastos Operativos

Para la presente investigación tomamos a los gastos operativos que no son otra cosa que aquellos gastos que incurren en la empresa para el desarrollo de su actividad y dentro de la cooperativa tomamos los siguientes:

#### 3.9.8.1 Sueldos y Salarios Proyectados

Los sueldos y salarios son pagos que se realizan de manera periódicas dicho es recibido por el colaborador de la institución. Para la proyección de los sueldos y salarios se toma el 5.88% que es ultimo valor referencial en cuanto al incremento de salarios a nivel de nacional y dicha proyección se detalla en la tabla 41-3.

**Tabla 41-3:** Sueldos y salarios proyectados

| Detalle            | Año 2022    | Año 2023    | Año 2024    | Año 2025    | Año 2026    | Año 2027    |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Sueldos y Salarios | \$13.200,00 | \$13.976,16 | \$14.797,96 | \$15.668,08 | \$16.589,36 | \$17.564,82 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.9.8.2 Suministros de Oficina

**Tabla 42-3:** Suministros de oficina

| Útiles de oficina    |          |                 |              |
|----------------------|----------|-----------------|--------------|
| Detalle              | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total |
| Resma                | 12       | \$ 5,00         | \$ 60,00     |
| Huelleros            | 1        | \$ 1,10         | \$ 1,10      |
| Esferos              | 12       | \$ 0,40         | \$ 4,80      |
| Archivadores         | 12       | \$ 3,04         | \$ 36,48     |
| Grapadora            | 1        | \$ 3,75         | \$ 3,75      |
| Perforadora          | 1        | \$ 1,91         | \$ 1,91      |
| Caja de Grapas       | 2        | \$ 1,18         | \$ 2,36      |
| Lápiz                | 12       | \$ 0,23         | \$ 2,76      |
| Tintas de impresoras | 12       | \$ 11,00        | \$ 132,00    |
| <b>Total</b>         |          |                 | \$ 245,16    |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Para la presente investigación las proyecciones con respecto a los gastos operativos serán realizados tomando a consideración el 1.94% que es la inflación lo cual quiere decir incremento en los precios de bienes y servicios, a gasto operativo tomamos a todos aquellos gastos que incurren en el desarrollo de dicha actividad económica.

**Tabla 43-3:** Útiles de oficina proyectados

| Detalle           | Año 2022  | Año 2023  | Año 2024  | Año 2025  | Año 2026  | Año 2027  |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Utiles de Oficina | \$ 490,32 | \$ 499,83 | \$ 509,53 | \$ 519,41 | \$ 529,49 | \$ 539,76 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.9.8.3 Gastos Publicitarios

**Tabla 44-3:** Gastos Publicitarios

| Publicidad producto financiero "Ahorro Juvenil" |                    |
|---|--------------------|
| Detalle   | Precio Total       |
| Publicidad Radial                               | \$ 2.500,00        |
| Publicidad Redes Sociales                       | \$ 5.000,00        |
| Publicidad Banner en la agencia                 | \$ 1.200,00        |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>\$ 8.700,00</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Tabla 45-3:** Gastos publicitarios proyectados

| Detalle    | Año 2022    | Año 2023    | Año 2024    | Año 2025    | Año 2026    | Año 2027    |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Publicidad | \$ 8.700,00 | \$ 8.868,78 | \$ 9.040,83 | \$ 9.216,23 | \$ 9.395,02 | \$ 9.577,28 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Como se puede observar en la tabla 45-3, se realizó la proyección a partir del año 2022 como base para los gastos publicitarios dentro de los próximos 5 años, para dicho cálculo se utilizó la tasa de inflación de 1.94%.

### 3.9.8.4 Gastos de Captación

Para establecer los gastos de captación, se toma la demanda real de cada período, de esta manera se conoce el gasto de captación para cada año se toma a 2505 esto en el año 2022 y se detalla a continuación en la tabla 46-3.

**Tabla 46-3:** Gastos de captación para el año 2022

| Captación 2022          |          |                 |                    |
|-------------------------|----------|-----------------|--------------------|
| Detalle                 | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total       |
| Solicitud de apertura   | 2505     | \$ 0,06         | \$ 150,33          |
| Certificado de apertura | 2505     | \$ 0,09         | \$ 225,49          |
| Libreta de ahorro       | 2505     | \$ 0,12         | \$ 300,65          |
| Protector de libretas   | 2505     | \$ 0,27         | \$ 676,46          |
| <b>TOTAL</b>            |          |                 | <b>\$ 1.352,93</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Para el año 2023 se toma como demanda real a 2570 y el gasto para dicho período se lo detalla en la tabla 47-3.

**Tabla 47-3:** Gastos de captación para el año 2023

| Captación 2023          |          |                 |                    |
|-------------------------|----------|-----------------|--------------------|
| Detalle                 | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total       |
| Solicitud de apertura   | 2570     | \$ 0,06         | \$ 154,20          |
| Certificado de apertura | 2570     | \$ 0,09         | \$ 231,30          |
| Libreta de ahorro       | 2570     | \$ 0,12         | \$ 308,40          |
| Protector de libretas   | 2570     | \$ 0,27         | \$ 693,90          |
| <b>TOTAL</b>            |          |                 | <b>\$ 1.387,80</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Para el año 2024 se toma como demanda real a 2603 y el gasto para dicho período se lo detalla en la tabla 48-3.

**Tabla 48-3:** Gastos de captación para el año 2024

| <b>Captación 2024</b>   |                 |                        |                     |
|-------------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>          | <b>Cantidad</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Precio Total</b> |
| Solicitud de apertura   | 2603            | \$ 0,06                | \$ 156,18           |
| Certificado de apertura | 2603            | \$ 0,09                | \$ 234,27           |
| Libreta de ahorro       | 2603            | \$ 0,12                | \$ 312,36           |
| Protector de libretas   | 2603            | \$ 0,27                | \$ 702,81           |
| <b>TOTAL</b>            |                 |                        | <b>\$ 1.405,62</b>  |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Para el año 2025 se toma como demanda real a 2636 y el gasto para dicho período se lo detalla en la tabla 49-3.

**Tabla 49-3:** Gastos de captación para el año 2025

| <b>Captación 2025</b>   |                 |                        |                     |
|-------------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>          | <b>Cantidad</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Precio Total</b> |
| Solicitud de apertura   | 2636            | \$ 0,06                | \$ 158,16           |
| Certificado de apertura | 2636            | \$ 0,09                | \$ 237,24           |
| Libreta de ahorro       | 2636            | \$ 0,12                | \$ 316,32           |
| Protector de libretas   | 2636            | \$ 0,27                | \$ 711,72           |
| <b>TOTAL</b>            |                 |                        | <b>\$ 1.423,44</b>  |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Para el año 2026 se toma como demanda real a 2670 y el gasto para dicho período se lo detalla en la tabla 50-3.

**Tabla 50-3:** Gastos de captación para el año 2026

| <b>Captación 2026</b>   |                 |                        |                     |
|-------------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>          | <b>Cantidad</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Precio Total</b> |
| Solicitud de apertura   | 2670            | \$ 0,06                | \$ 160,20           |
| Certificado de apertura | 2670            | \$ 0,09                | \$ 240,30           |
| Libreta de ahorro       | 2670            | \$ 0,12                | \$ 320,40           |
| Protector de libretas   | 2670            | \$ 0,27                | \$ 720,90           |
| <b>TOTAL</b>            |                 |                        | <b>\$ 1.441,80</b>  |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021



Para el año 2027 se toma como demanda real a 2670 y el gasto para dicho período se lo detalla en la tabla 51-3.

**Tabla 51-3:** Gastos de captación para el año 2027

| Captación 2027          |          |                 |                    |
|-------------------------|----------|-----------------|--------------------|
| Detalle                 | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total       |
| Solicitud de apertura   | 2704     | \$ 0,06         | \$ 162,24          |
| Certificado de apertura | 2704     | \$ 0,09         | \$ 243,36          |
| Libreta de ahorro       | 2704     | \$ 0,12         | \$ 324,48          |
| Protector de libretas   | 2704     | \$ 0,27         | \$ 730,08          |
| <b>TOTAL</b>            |          |                 | <b>\$ 1.460,16</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Dentro del presente Proyecto de Investigación, se determina los gastos de captación de manera anual, dicha proyección se realiza para los próximos años y se detalla en la tabla 52-3.

**Tabla 52-3:** Gastos de captación proyectados

| Detalle   | Año 2022    | Año 2023    | Año 2024    | Año 2025    | Año 2026    | Año 2027    |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Captación | \$ 1.352,93 | \$ 1.387,80 | \$ 1.405,62 | \$ 1.423,44 | \$ 1.441,80 | \$ 1.460,16 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.9.8.5 Intereses pagados

**Tabla 53-3:** Intereses pagados

| Años     | Ingreso de Captación | Tasa pasiva | Valor total |
|----------|----------------------|-------------|-------------|
| Año 2022 | \$ 291.290,65        | 2,3%        | \$ 6.699,68 |
| Año 2023 | \$ 298.798,48        | 2,3%        | \$ 6.872,37 |
| Año 2024 | \$ 302.635,19        | 2,3%        | \$ 6.960,61 |
| Año 2025 | \$ 306.471,90        | 2,3%        | \$ 7.048,85 |
| Año 2026 | \$ 310.424,88        | 2,3%        | \$ 7.139,77 |
| Año 2027 | \$ 314.377,86        | 2,3%        | \$ 7.230,69 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Como se puede observar en la tabla 53-3, se detalla los intereses pagados dichos valores son acreditados los socios por ahorrar su dinero en la institución mediante el nuevo producto financiero.

### 3.9.8.6 Gastos de Colocación

Dentro de la presente investigación se toma a consideración, los gastos de la colocación a dicho valor se aplica la proyección basada en el 1.94% de acuerdo con la tasa de inflación en la tabla 54-3 se puntualiza los gastos de colocación.

**Tabla 54-3:** Gastos de colocación

| <b>Colocación</b>              |                 |                        |                     |
|--------------------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Precio Total</b> |
| Solicitud de crédito           | 3000            | \$ 0,10                | \$ 300,00           |
| Buró de crédito                | 3000            | \$ 0,35                | \$ 1.050,00         |
| Documentos de función judicial | 3000            | \$ 0,09                | \$ 270,00           |
| Registro Civil                 | 3000            | \$ 0,40                | \$ 1.200,00         |
| Documento de Desembolso        | 3000            | \$ 0,10                | \$ 300,00           |
| <b>TOTAL</b>                   |                 |                        | <b>\$ 3.120,00</b>  |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Además, se consolida los gastos de colocación para los próximos períodos, de acuerdo con la proyección aplicada los mismos que se detallan en la tabla 55-3.

**Tabla 55-3:** Gastos de colocación

| <b>Detalle</b> | <b>Año 2023</b> | <b>Año 2024</b> | <b>Año 2025</b> | <b>Año 2026</b> | <b>Año 2027</b> |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Colocación     | \$ 3.120,00     | \$ 3.180,53     | \$ 3.242,23     | \$ 3.305,13     | \$ 3.369,25     |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

### 3.9.8.7 Gastos operativos consolidados

**Tabla 56-3:** Gastos operativos consolidados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

| Gastos Operativos  |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Detalle            | Año 2022            | Año 2023            | Año 2024            | Año 2025            | Año 2026            | Año 2027            |
| Sueldos y Salarios | \$ 13.200,00        | \$ 13.976,16        | \$ 14.797,96        | \$ 15.668,08        | \$ 16.589,36        | \$ 17.564,82        |
| Útiles de Oficina  | \$ 490,32           | \$ 499,83           | \$ 509,53           | \$ 519,41           | \$ 529,49           | \$ 539,76           |
| Publicidad         | \$ 8.700,00         | \$ 8.868,78         | \$ 9.040,83         | \$ 9.216,23         | \$ 9.395,02         | \$ 9.577,28         |
| Captación          | \$ 1.352,93         | \$ 1.387,80         | \$ 1.405,62         | \$ 1.423,44         | \$ 1.441,80         | \$ 1.460,16         |
| Colocación         | \$ 3.120,00         | \$ 3.180,53         | \$ 3.242,23         | \$ 3.305,13         | \$ 3.369,25         | \$ 3.434,61         |
| <b>TOTAL</b>       | <b>\$ 26.863,25</b> | <b>\$ 27.913,10</b> | <b>\$ 28.996,17</b> | <b>\$ 30.132,29</b> | <b>\$ 31.324,92</b> | <b>\$ 32.576,64</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Dentro de la tabla 56-3 se observa que los gastos operativos consolidados se conforman de sueldos y salarios, útiles de oficina, publicidad, captación y colocación los valores totales para los próximos años

### 3.9.9 Estado de Resultados

**Tabla 57-3:** Estado de resultado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

| Estado de Resultados                           |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
|--|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 31 de diciembre                                |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
|  | Año 2022            | Año 2023           | Año 2024           | Año 2025           | Año 2026           | Año 2027           |
| <b>Ingresos</b>                                | \$ 52.432,32        | \$ 53.783,73       | \$ 54.474,33       | \$ 55.164,94       | \$ 55.876,48       | \$ 56.588,01       |
| Ingresos por intereses ganados                 | \$ 52.432,32        | \$ 53.783,73       | \$ 54.474,33       | \$ 55.164,94       | \$ 55.876,48       | \$ 56.588,01       |
| (-) Gastos Operativos                          | \$ 26.863,25        | \$ 27.913,10       | \$ 28.996,17       | \$ 30.132,29       | \$ 31.324,92       | \$ 32.576,64       |
| (-) Gastos por intereses                       | \$ 6.699,68         | \$ 6.872,37        | \$ 6.960,61        | \$ 7.048,85        | \$ 7.139,77        | \$ 7.230,69        |
| (=) Utilidad Bruta                             | \$ 18.869,38        | \$ 18.998,26       | \$ 18.517,55       | \$ 17.983,80       | \$ 17.411,78       | \$ 16.780,69       |
| (-) Depreciación                               | \$ 866,67           | \$ 866,67          | \$ 866,67          |                    |                    |                    |
| (-) Amortización                               |                     | \$ 4.200,00        | \$ 4.200,00        | \$ 4.200,00        | \$ 4.200,00        | \$ 4.200,00        |
| (=) Utilidad Operacional                       | \$ 18.002,72        | \$ 13.931,59       | \$ 13.450,89       | \$ 13.783,80       | \$ 13.211,78       | \$ 12.580,69       |
| (-) 15% participación trabajadores             | \$ 2.700,41         | \$ 2.089,74        | \$ 2.017,63        | \$ 2.067,57        | \$ 1.981,77        | \$ 1.887,10        |
| (=) Utilidad antes de impuestos                | \$ 15.302,31        | \$ 11.841,86       | \$ 11.433,25       | \$ 11.716,23       | \$ 11.230,02       | \$ 10.693,58       |
| (-) 22% Impuesto a la Renta                    | \$ 3.366,51         | \$ 2.605,21        | \$ 2.515,32        | \$ 2.577,57        | \$ 2.470,60        | \$ 2.352,59        |
| <b>Utilidad Neta</b>                           | <b>\$ 11.935,80</b> | <b>\$ 9.236,65</b> | <b>\$ 8.917,94</b> | <b>\$ 9.138,66</b> | <b>\$ 8.759,41</b> | <b>\$ 8.341,00</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

La estructuración del estado de resultados con sus respectivas cuentas se detalla en la tabla 57-3

### 3.9.10 Flujo de Caja

**Tabla 58-3:** Flujo de caja de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.

| Flujo de Caja                                  |               |              |              |              |              |              |              |
|--|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 31 de diciembre                                |               |              |              |              |              |              |              |
| Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. |               |              |              |              |              |              |              |
|  | Año 0         | Año 2022     | Año 2023     | Año 2024     | Año 2025     | Año 2026     | Año 2027     |
| Inversión                                      | \$ -31.552,93 |              |              |              |              |              |              |
| Utilidades                                     |               | \$ 11.935,80 | \$ 9.236,65  | \$ 8.917,94  | \$ 9.138,66  | \$ 8.759,41  | \$ 8.341,00  |
| (+) Depreciación                               |               | \$ 866,67    | \$ 866,67    | \$ 866,67    | \$ -         | \$ -         | \$ -         |
| (+) Amortización                               |               |              | \$ 4.200,00  | \$ 4.200,00  | \$ 4.200,00  | \$ 4.200,00  | \$ 4.200,00  |
| Total Flujo de Caja                            | \$ -31.552,93 | \$ 12.802,47 | \$ 14.303,31 | \$ 13.984,60 | \$ 13.338,66 | \$ 12.959,41 | \$ 12.541,00 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

La estructuración del flujo de caja se detalla en la tabla 58-3

### 3.10 Evaluación Financiera

#### 3.10.1 Cálculo de la tasa de descuento

**Tabla 59-3:** Tasa de descuento

| Tasa de descuento      |               |
|------------------------|---------------|
| Tasa de interés pasiva | 4,71%         |
| Inflación              | 1,94%         |
| Riesgo país            | 7,94%         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>14,59%</b> |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

Dentro de la tabla 59-3, se calculó la tasa de descuento compuesta por la tasa de interés pasiva, inflación y riesgo país dando como resultado 14.59% la misma que se utiliza para el cálculo del VAN

#### 3.10.2 Valor Actual Neto

El valor actual neto es el resultado de la sumatoria de los flujos netos, el cual debe ser mayor que cero para que el proyecto sea considerado favorable.

**Fórmula:**

$$VAN = -Inversión + \frac{Fn1}{(1+i)} + \frac{Fn2}{(1+i)^2} + \frac{Fn3}{(1+i)^3} + \frac{Fn4}{(1+i)^4} + \frac{Fn5}{(1+i)^5} + \frac{Fn6}{(1+i)^6}$$

$$VAN = -31552.93 + \frac{12802.47}{(1+0.1459)} + \frac{14303.31}{(1+0.1459)^2} + \frac{13984.60}{(1+0.1459)^3} + \frac{13338.66}{(1+0.1459)^4} + \frac{12959.41}{(1+0.1459)^5} + \frac{12541.00}{(1+0.1459)^6}$$

$$VAN = \$19641.16$$

Dentro del presente proyecto de factibilidad para la creación del producto financiero en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., se considera un Valor Actual Neto de \$ 19641.16 cual es positivo y mayor a cero lo cual representa rentabilidad por lo tanto es variable si consideramos este indicador

### 3.10.3 Tasa Interna de Retorno

**Tabla 60-3:** Flujos Netos

|                     | Año 2022    | Año 2023    | Año 2024    | Año 2025    | Año 2026    | Año 2027    |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>\$-31.552,93</b> | \$12.802,47 | \$14.303,31 | \$13.984,60 | \$13.338,66 | \$12.959,41 | \$12.541,00 |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

#### Fórmula:

$$TIR = 0 = -Inversión + \frac{Fn1}{(1+TIR)} + \frac{Fn2}{(1+TIR)^2} + \frac{Fn3}{(1+TIR)^3} + \frac{Fn4}{(1+TIR)^4} + \frac{Fn5}{(1+TIR)^5} + \frac{Fn6}{(1+TIR)^6}$$

$$TIR = 0 = -31552.93 + \frac{12802.47}{(1+TIR)} + \frac{14303.31}{(1+TIR)^2} + \frac{13984.60}{(1+TIR)^3} + \frac{13338.66}{(1+TIR)^4} + \frac{12959.41}{(1+TIR)^5} + \frac{12541}{(1+TIR)^6}$$

$$TIR = 35.71\%$$

La tasa interna de retorno refleja un porcentaje de 35.71% lo que demuestra que el proyecto es viable. Si se compara la tasa de descuento con la tasa interna de retorno y esta es mayor significa que se considera viable la aplicación del proyecto.

### 3.10.4 Relación Beneficio - Costo

#### Fórmula:

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\Sigma \text{Flujos de Caja}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Beneficio costo} = \frac{51194.09}{31552.93}$$

$$\text{Beneficio costo} = \$ 1.62$$

El beneficio costo refleja cuanto se recupera por cada dólar que se invierte, y para el presente trabajo de investigación por cada dólar que se invierte se va a recuperar \$ 1.62 dólares.

### 3.10.5 Período de recuperación de la inversión.

**Tabla 61-3:** Cálculo del período de recuperación de la inversión

| Años | FNC          | Actualización | FNC Actualizados | FNC Actualizados |
|------|--------------|---------------|------------------|------------------|
| 1    | \$ 12.802,47 | 0,8727        | \$ 11.172,41     | \$ 11.172,41     |
| 2    | \$ 14.303,31 | 0,7616        | \$ 10.892,89     | \$ 22.065,30     |
| 3    | \$ 13.984,60 | 0,6646        | \$ 9.294,15      | \$ 31.359,46     |
| 4    | \$ 13.338,66 | 0,5800        | \$ 7.736,16      | \$ 39.095,62     |
| 5    | \$ 12.959,41 | 0,5061        | \$ 6.559,21      | \$ 45.654,83     |
| 6    | \$ 12.541,00 | 0,4417        | \$ 5.539,26      | \$ 51.194,09     |

Fuente: Autor

Elaborado por: Guevara, Andrea, 2021

**Fórmula:**

$$\text{PRR} = \text{Año anterior a la recuperación} + \frac{(\text{Inversión-Flujo Acumulado})}{\text{Flujo de efectivo del próximo año}}$$

$$\text{PRR} = 3 \text{ años} + \frac{(\$31552.93 - \$31359.46)}{\$7736.16}$$

$$\text{PRR} = 3.025008531 \text{ años}$$

$$\text{PRR} = 3 \text{ años, } 0 \text{ meses y } 9 \text{ días}$$

Dentro del presente Proyecto de Investigación se determina que la inversión va a ser recuperada en 3 años 0 meses y 9 días lo que se considera un tiempo prudente para dicha recuperación



## CONCLUSIONES

Después de concluir con los capítulos del Trabajo de Titulación, donde se recolectó y analizó los datos proporcionados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda., se concluye que:

- Para el presente trabajo la teoría es muy significativa, dicha información fue tomada de fuentes confiables y viables, esta investigación se realizó de manera coherente y se estructuró las citas bibliográficas con normas APA, con el fin de sustentar la factibilidad del producto financiero.
- Después de aplicar la encuesta a la población económicamente activa de la ciudad de Ambato y de acuerdo con el levantamiento de información, se fijó una demanda de 21351, la oferta es 15087 dando como resultado una demanda insatisfecha de 6264 y con un escenario medio del 40%.
- La inversión requerida para la implementación este proyecto es de \$31.552,93 dólares, donde se utilizarán recursos propios. Una vez aplicados los indicadores de evaluación se determinó el Valor Actual Neto de \$ 19641.16, Tasa Interna de Retorno con 35.71%, Relación Beneficio - Costo de \$ 1.62 y un Período de Recuperación de la Inversión de 3 años, 0 meses y 9 días. Finalmente, se estableció que el proyecto es viable para colocarlo en el mercado financiero.

## **RECOMENDACIONES**

Después de realizar las respectivas conclusiones se recomienda:

Se recomienda a la institución que capacite para el área atención al cliente mejore, además que facilite información necesaria para que futuras generaciones puedan ejecutar más investigaciones acerca de cómo mejorar la captación dentro de la institución financiera, acorde a lo determinado se sustentó de manera teórica, financiera, legal y técnicamente, la mejora de captación y optimización de los recursos económicos y financieros de la cooperativa.

La innovación es algo que caracteriza a la cooperativa, si se implementa el producto financiero se recomienda actualizar las estrategias comerciales cada cierto período para que más jóvenes adquieran dicho producto y exista una cooperación mutua de esta manera el escenario con el que se trabajó aumentara

Se recomienda la implementación del proyecto de factibilidad “Ahorro Juvenil” en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo” Ltda. en la ciudad de Ambato en el periodo 2022, ya que se sustentó mediante indicadores la viabilidad de este.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, I. (2019). Plan de marketing integral para la cooperativa de ahorro y crédito guranda Ltda. ( Tesis de maestría, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/10013>
- Alonzo, C. (2009). Los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación científica. Revista Universidad para la Cooperación Internacional, 1(2), 1-23. Recuperado de: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MATI/MATI-12/Unidad-01/lecturas/1.pdf>
- Andrade, P. (2009). Productos financieros y alternativas de financiación. Revista Asociación de Jóvenes Empresarios, 3(2), 1-17. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Arias, J., Villasís, M. & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Revista Alergia México ram 63(2), 201-206. Recuperado de: [https://www.camarazaragoza.com/docs/Guia\\_productos\\_financieros\\_y\\_alternativa\\_16602.pdf](https://www.camarazaragoza.com/docs/Guia_productos_financieros_y_alternativa_16602.pdf)
- Aveiga, K. (2016). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesoría contable y tributaria, en el cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana. ( Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/12104>
- Banco Central del Ecuador. (2021). Tasas Pasivas. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Calvo, A., Parejo, J., Rodríguez, L. & Cuervo, A. (2014). Manual del Sistema Financiero Español. Recuperado de: [https://www.planetadelibros.com/libros\\_contenido\\_extra/29/28771\\_Manual\\_Sistema\\_Financiero.pdf](https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/29/28771_Manual_Sistema_Financiero.pdf)
- Campos, C. & Pavan, A. (2021). Reflexiones sobre libros paradidáticos de Estadística para la escuela básica: un análisis documental y bibliográfico. Revista de Didáctica de las Matemáticas 106(1). 73-82. Recuperado de: <http://funes.uniandes.edu.co/23584/1/Ribeiro2021Reflexiones.pdf>

- Candela, O. & Cerezuela, B. (2018). *Gestión de Proyectos Paso a Paso*. Barcelona: UOC
- Carme, D. (2014). Definición de colocación. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/colocacion>
- Certus. (2020). ¿Qué es el spread bancario?. Recuperado de: <https://www.certus.edu.pe/blog/que-es-spread-bancario/>
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. (2021). Organigrama estructural. Recuperado de: <https://www.chibuleo.com/>
- Gestión Digital. (2019). Diferencia entre tasa de interés activa y pasiva. Recuperado de: <https://revistagestion.ec/cifras/diferencia-entre-tasa-de-interes-activa-y-pasiva>
- Dueñas, R. (2008). *Introducción al Sistema Financiero y Bancario*. Recuperado de: <https://www.yumpu.com/es/document/read/14184816/introduccion-al-sistema-financiero-y-bancario-politecnico>
- Edufinet. (2021). ¿Qué es un préstamo?. Recuperado de: <https://www.edufinet.com/inicio/creditos-y-prestamos/aspectos-generales/que-es-un-prestamo>
- Eleconomista. (2020). Ahorro. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/ahorro>
- Creación y Desarrollo de Empresas. (2018). Guía para la elaboración de un estudio de mercado. Recuperado de: [https://www.eenbasque.net/guia\\_transferencia\\_resultados/files/CEEI\\_Ciudad\\_Real-Guia\\_para\\_la\\_elaboraci%20%26n\\_de\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.pdf](https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/CEEI_Ciudad_Real-Guia_para_la_elaboraci%20%26n_de_un_estudio_de_mercado.pdf)
- Escobar, S. (2013). *El Marketing Digital y la Captación de Clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Universidad Técnica de Ambato Ltda.* ( Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/5887>
- Flores, M. (2019). Estudio de factibilidad de la creación de corresponsales no bancarios para la cooperativa de ahorro y crédito San Francisco Ltda. En el cantón salcedo. ( Tesis de maestría, Universidad Tecnológica Indoamerica). Recuperado de: <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1418>

- García, K., Prado, E., Salazar, R. & Mendoza, J. (2018). Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador y su incidencia en la conformación del Capital Social ( 2012-2016 ). Revista Espacios, 39(28), [1-6]. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n28/a18v39n28p32.pdf>
- Gómez, H. (2009). Manual De Gestion De Proyectos. Recuperado de: [http://saludpublicavirtual.udea.edu.co/eva/pluginfile.php/6117/mod\\_resource/content/2/Manual de gestión de proyectos.pdf](http://saludpublicavirtual.udea.edu.co/eva/pluginfile.php/6117/mod_resource/content/2/Manual de gestión de proyectos.pdf)
- Gonzalez, G. (2019). Importancia del estudio de factibilidad para invertir: análisis de indicadores financieros. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala). Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/14790>
- González, M. (2019). Estrategia comercial para pequeños productores de pimienta gorda de la sierra norte de Puebla. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma Chapingo). Recuperado de: <http://repositorio.chapingo.edu.mx:8080/handle/20.500.12098/336>
- Guayanlema, A. (2016). Estudio de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en el cantón San Pedro de Pelileo de la provincia de Tungurahua. ( Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2694/1/85T00253.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2021. «INEC». Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Lledó, P. & Rivarola, G. 2007. Gestión de Proyectos. Buenos Aires: Prentice Hall - Pearson Education.
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. Cienciaamérica 1(3), 34-39. Recuperado de: <http://www.uti.edu.ec/documents/investigacion/volumen3/06Lozada-2014.pdf>
- Lozano, M, & Rivera, N. (2019). Crisis financiera: esta vez no es diferente. Revista Finanzas y Política Económica 11(1), 131. doi: 10.14718/revfinanzpolitecon.2019.11.1.8.
- Luque, A. & Peñaherrera, J. (2021). Cooperativas de Ahorro y Crédito en Ecuador: el desafío de ser cooperativas. REVESCO Revista de Estudios Cooperativos, 138(138), 1-6. doi: 10.5209/REVE.73870.

- Mata, L. (2019). El enfoque cualitativo de investigación. Recuperado de: (<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>).
- Merino, L., & Ortega, T. (2011). Estudio de factibilidad para el desarrollo del producto financiero “ahorro joven”, en la Cooperativa Semilla del Progreso del cantón Saraguro. ( Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja). Recuperado de: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/4579/1/MERINO%20NARVAEZ%20L%20UISA%20ANA.pdf>
- Meza, J. (2013). Evaluacion Financiera de Proyectos. Recuperado de: [http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/1402/1/Evaluación financiera de proyectos.pdf](http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/1402/1/Evaluación%20financiera%20de%20proyectos.pdf)
- Monroy, M. & Sanchez, N. (2018). Metodología de la Investigación. México. Éxodo.
- Morales, F. (2021). Cooperativismo. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/cooperativismo.html>.
- Nieto, E. (2018). Tipos de investigación. Revista Universidad Santo Domingo de Guzmán, 2(1), 1-4. Recuperado de: <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Ojeda, P. ( Septiembre, 2020) . Niveles de Investigación. Curso taller. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/cporfirio/17.pdf>
- Ordóñez, E., Narváez, C. & Erazo, J. (2020). El sistema financiero en Ecuador: Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía 5(10), 199. doi: 10.35381/r.k.v5i10.693.
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. Revista *Scielo*, 2(2), 155-56. Recuperado de: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2072-92942017000200008](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-92942017000200008)
- Paz, A. & Guerrero, P. (2014). *Propuesta para la creación de una Caja Solidaria de Ahorro y Crédito En La Comunidad Ancestral ubicado en el cerro Ilaló de la parroquia Guangopolo, cantón Quito, provincia de Pichincha.* ( Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador). Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2946>

Pazmiño, D., Moncayo, Y., Tapia, A. & Jarrin, G. (2019). La captación de inversiones por el sistema financiero de Chimborazo, análisis desde la perspectiva del cliente. *Ciencia Digital*, 3(3.1), 353-74. doi: 10.33262/cienciadigital.v3i3.1.708.

Mutualista Pichincha. (2019). ¿Ahorran los hogares ecuatorianos? . *Recuperado de:* <https://www.revistagestion.ec/cifras/ahorran-los-hogares-ecuatorianos>

Unidad Editorial Información Económica. (2021). Tasa de interés. *Recuperado de:* <https://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-de-interes.html>

Sansur, E. (2012). Análisis costo/beneficio de implementar tecnologías de captura electrónica de datos (edc). Área de estudio: Evaluaciones al talento humano. ( Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). *Recuperado de:* <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9377>

Seps. (2021). Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. *Recuperado de:* <https://www.seps.gob.ec/>

Solórzano, E. (2017). Diseño de Metodología para la captación de colocación de recursos y su incidencia de minimizar riesgos financieros. ( Tesis de maestría, Universidad de Especialidades Espíritu Santo). *Recuperado de:* <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/1650>

Tanguila, M. & Sinaluisa, D. (2020). *Proyecto de factibilidad para la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda., como estrategia de crecimiento en la ciudad de Riobamba sector sur, provincia de Chimborazo.* ( Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). *Recuperado de:* <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/14394>

Valencia, L. (2020). *Proyecto de factibilidad para la colocación de cajeros automáticos multifunciones la Cooperativa de Ahorro y Crédito «El Sagrario» en el centro de la ciudad de Riobamba en el año 2019.* Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). *Recuperado de:* <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/14410>

## **ANEXOS**

### **ANEXO A: ENCUESTAS A LA POBLACIÓN**

#### **1. ¿En qué rango de edad se encuentra?**

18-21 años

22-25 años

26-29 años

#### **2. ¿A qué actividad se dedica usted en la actualidad?**

Comerciante

Empleado

Negocio Propio

Estudiante

Emprendedor

Estudia y trabaja

#### **3. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales aproximados en la actualidad?**

\$100-\$250

\$250-\$400

\$400-\$600

\$600 a más

#### **4. ¿Le gustaría ahorrar cierta parte de sus ingresos?**

SI

NO

#### **5. ¿De qué manera le gusta ahorrar sus ingresos?**

10 dólares cada 30 días

20 dólares cada 60 días

30 dólares cada 90 días

50 dólares cada 180 días

100 dólares cada 360 días

#### **6. ¿Conoce la existencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda.?**

SI

NO

#### **7. ¿Cuáles son los factores claves que usted considera para ahorrar, invertir o realizar un crédito en una institución financiera?**

Posicionamiento en el Sistema Financiero

Calificación del riesgo

Cobertura de agencias o puntos de atención



Agilidad en los tiempos de respuesta

**8. ¿Usted dispone de cuenta de ahorro con las mismas características del “Ahorro Juvenil” en alguna institución financiera?**

SI

NO

**9. ¿Si existiera un producto financiero llamado “¿Ahorro Juvenil” en el cual usted deposite su dinero en un tiempo determinado y que por ello obtenga fabulosos beneficios, usted usaría este producto?**

SI

NO

#### **ANEXO B: ENCUESTAS A LOS COLABORADORES**

**1. ¿La cooperativa cuenta con un producto enfocado en el sector juvenil?**

SI

NO

**2. ¿Considera que la creación de este producto promueve la liquidez de la cooperativa?**

SI

NO

**3. ¿Considera que con la creación de este producto se obtendrá mayor atracción de socios?**

SI

NO

**4. ¿Considera que con la creación de este producto mejorara la captación y colocación?**

SI

NO