



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y
DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAJA DE
AHORRO Y CRÉDITO, DESTINADA A LOS JÓVENES
EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO.

Autores:

Sr. MORÁN LABRE JASMANI FRANCISCO

Tutor:

Mgtr. MEDINA HINOJOSA DEYSI JANET

Milagro, Octubre 2019
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, SALINAS BAJAÑA LENA PATRICIA en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, Haga clic aquí para escribir una fecha.

Salinas Bajaña Lena Patricia
Autora
C.I: 095849165-6

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Valderrama Barragán Gloria Angélica En Mi Calidad De Tutor Del Proyecto De Investigación, Elaborado Por La Estudiante Salinas Bajaña Lena Patricia Cuyo Tema De Trabajo De Titulación Es Análisis Del Comportamiento Tributario De Las Personas Naturales Del Cantón Milagro Y Su Incidencia En La Evasión De Sus Obligaciones Tributarias En El Periodo 2017 – 2018., Que Aporta A La Línea De Investigación Modelos De Desarrollo Local Ajustados A Los Enfoques De La Economía Popular Y Solidaria; Y Sostenibilidad Previo A La Obtención Del Grado Ingeniera En Contaduría Pública Y Auditoria-Cpa ; Trabajo De Titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, Haga clic aquí para escribir una fecha.

Valderrama Barragán Gloria Angélica
Tutor
C.I: 0913852174001

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (tutor).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (Secretario/a).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (integrante).

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO (A) EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA presentado por Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (estudiante1).

Con el tema de trabajo de Titulación: Haga clic aquí para escribir el tema del Trabajo de titulación.

Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[]
Defensa oral	[]
Total	[]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____

Fecha: Haga clic aquí para escribir una fecha.

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos		Firma
Presidente	Apellidos y nombres de Presidente.	_____
Secretario (a)	Apellidos y nombres de Secretario	_____

Integrante Apellidos y nombres de _____
Integrante.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	11
CAPÍTULO 1.....	12
1.1. INTRODUCCIÓN.....	12
1.2. Planteamiento del problema.....	12
1.3. Objetivos.....	13
1.4. Justificación.....	14
1.5. Marco Teórico.....	14
CAPITULO II.....	26
MARCO METODOLÓGICO.....	26
CAPÍTULO III.....	29
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Realización de crédito	27
Tabla 2.	Documentación difícil de entregar en la concesión de créditos.	28
Tabla 3.	Requisitos innecesarios.	29
Tabla 4.	Precalificación de préstamos solicitados.	30
Tabla 5.	Concesión de créditos	31
Tabla 6.	Consideraciones hacia jóvenes emprendedores.	32
Tabla 7.	Emprendimiento	33
Tabla 8.	Ahorro mensual	34
Tabla 9.	Ahorro en casa	35
Tabla 10.	Caja de ahorro y crédito	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Realización de crédito	27
Gráfico 2.	Documentación difícil de entregar en la concesión de créditos.	28
Gráfico 3.	Requisitos innecesarios.	29
Gráfico 4.	Precalificación de préstamos solicitados.	30
Gráfico 5.	Concesión de créditos	31
Gráfico 6.	Consideraciones hacia jóvenes emprendedores.	32
Gráfico 7.	Emprendimiento	33
Gráfico 8.	Ahorro mensual	34
Gráfico 9.	Ahorro en casa	35
Gráfico 10.	Caja de ahorro y crédito	36

Título de Trabajo Integración Curricular: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAJA DE AHORRO Y CRÉDITO, DESTINADA A LOS JÓVENES EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO.

RESUMEN

La presente investigación hace referencia al estudio de la implementación de una cooperativa de ahorro y crédito en la parroquia Roberto Astudillo. El objetivo general de este trabajo fue Determinar la factibilidad de la creación de una caja de ahorro y crédito, destinada a los jóvenes emprendedores de la Parroquia Roberto Astudillo, Zona 5, orientada a mejorar los niveles económicos y condiciones de vida. La necesidad de investigar este tema de estudio se debe a los problemas que tiene los jóvenes emprendedores a la hora de solicitar un crédito. La investigación fue de tipo analítico debido a que después de la observación de los hechos, se pudo recopilar información a través de la técnica de encuesta, lo que ayudó establecer la relación entre lo que los jóvenes perciben en cuanto al ahorro. La muestra tomada para el estudio de clientes fue de 383 escogidos de manera aleatoria de acuerdo a la población en estudio. Estos resultados evidenciaron las falencias en cuanto a la recaudación de impuestos, derivada

PALABRAS CLAVE: jóvenes, emprendimiento, ahorro y crédito.

Título de Trabajo Integración Curricular: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAJA DE AHORRO Y CRÉDITO, DESTINADA A LOS JÓVENES EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO.

ABSTRACT

This research refers to the study of the implementation of a credit union in the Roberto Astudillo parish. The general objective of this work was to determine the feasibility of creating a savings and credit fund, aimed at young entrepreneurs of Roberto Astudillo Parish, Zone 5, aimed at improving economic levels and living conditions. The need to investigate this subject of study is due to the problems that young entrepreneurs have when applying for a loan. The research was analytical because, after observing the facts, information could be collected through the survey technique, which helped establish the relationship between what young people perceive regarding savings. The sample taken for the client study was 383 randomly chosen according to the population under study. These results evidenced the shortcomings in the collection of taxes, derived

KEY WORDS: youth, entrepreneurship, savings and credit.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Emprender un camino depende de las propias personas que, con su trabajo y motivación, deciden iniciar un nuevo proyecto. Sin embargo, para ser emprendedor cuando se tiene una edad joven se necesita mucho trabajo esfuerzo y, sobre todo, paciencia para superar todas las dificultades que conlleva. Aunque se debería facilitar al máximo la aparición de nuevas ideas y negocios innovadores, son muchas las trabas de todo tipo que existen para que esto no ocurra. (Aguaded, 2013)

El problema del emprendimiento en el Ecuador se resume a la falta de oportunidades crediticias en cuanto a los requisitos que se necesitan para el financiamiento de la idea del bien o servicio a proporcionar, los jóvenes no cuentan con garantías que le permitan el acceso a un crédito. De acuerdo a una investigación realizada por el Diario El Universo, las entidades bancarias presentan trabas a la hora de otorgar un crédito a una persona joven, por considerar que no posee garantías que haga pensar que si va a poder cancelar el crédito. Es ahí donde nace la frustración de ese joven al no poder emprender su negocio por falta de recursos.

Los habitantes de escasos recursos económicos, especialmente del sector rural y los que tienen una edad joven, evidentemente, requieren de recursos financieros en momentos claves del ciclo vital, ya sea para activar el aparato productivo o para inversiones en sus activos productivos; o también, para satisfacer necesidades de salud, educación y otros. Lamentablemente para este sector social de la población, las instituciones existentes en la zona, no ofertan servicios financieros adecuados a sus necesidades, los factores para limitar la oferta son múltiples: falta de garantías suficientes, la lejanía de los sectores, el costo que implica la recuperación del crédito, el riesgo por la vulnerabilidad climática, la débil cultura de ahorro y crédito, etc. (Cabana, 2018)

Los habitantes al ser marginados por las instituciones financieras para la concesión de un crédito, buscan otros canales, acuden a los usureros, quienes prestan el dinero al margen de la

legalidad, que identificando la necesidad de financiamiento imponen condiciones y precios al dinero excesivos.

Otra forma de adquirir un crédito, es a través de los intermediarios que visitan directamente a los agricultores, quienes les ofertan compran sus cosechas por adelantado, la población por la necesidad de contar con el dinero acepta vender a precios relativamente bajos.

El Estudio de factibilidad para la creación de la Caja de Ahorro y Crédito en la parroquia Roberto Astudillo, está encaminado a dar financiamiento para la creación de microempresas, pequeños negocios familiares emprendidas por jóvenes, lo cual generará mayores ingresos económicos que ayudará a mejorar su nivel de vida. La situación socio-económica del país afecta a los sectores más vulnerables, lo que les margina para tener acceso a créditos. En este contexto se hace necesario un estudio para la creación de una caja de ahorro y crédito considerando la asistencia técnica y financiera. Además garantizar la oportunidad de financiar micro créditos y generar alternativas hacia el desarrollo empresarial en este sector y apoyar los emprendimientos de los jóvenes. (Danez, 2017)

1.2. Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de una caja de ahorro y crédito, destinada a los jóvenes emprendedores de la Parroquia Roberto Astudillo, Zona 5, orientada a mejorar los niveles económicos y condiciones de vida.

Objetivos Específicos

- Establecer las fuentes teóricas –científicas, mediante una investigación documental sobre el tema que acrediten el análisis.
- Verificar los principales impactos que se derivan del presente proyecto en el aspecto socio-económico, empresarial y ambiental
- Establecer las principales problemáticas que poseen los jóvenes emprendedores al momento de iniciar una microempresa.

1.3. Justificación

Frente a la exclusión de las personas jóvenes emprendedoras dentro del sistema financiero, se expone de manera más crítica tal marginación. Así, el acceso a los recursos financieros –vía instituciones financieras formales-, resulta prohibitivo, pues no son sujetos de crédito por varias razones a saber que no pueden emprender absolutamente nada.

El presente trabajo de investigación se justifica porque ante esta situación se plantea una alternativa de solución, la implementación de una cooperativa de ahorro y crédito, donde los jóvenes emprendedores contarán con un medio alternativo de financiamiento adecuado a sus necesidades,

Esta investigación tiene una verdadera importancia, porque al inyectar capital de trabajo, las familias beneficiadas tendrán oportunidades claras de mejora y superación. Con este modelo no se pretende solamente entregar dinero para su supervivencia, sino también potencializar el desarrollo que tienen las personas

Este trabajo es original porque no han existido estudios similares en el sector. No se pretende aplicar modelos ya realizados en otros sectores, porque la situación social, económica y política de una área geográfica a otra difiere sustancialmente.

La implantación de una cooperativa de ahorro y crédito causará un verdadero impacto en la comunidad, porque el compromiso de manejar de manera responsable sus propios recursos y demostrar ante sí mismo y los demás, que los pobres también pueden ser sujetos de crédito, abre inmensas oportunidades para la capacitación y la gestión en las dimensiones: organizativa, administrativa y técnica; al mismo tiempo que estimula para el ahorro.

1.4. Marco Teórico

El emprendimiento

En términos generales, un empresario es aquel que es capaz de arriesgar algo (esfuerzo, tiempo y recursos) para poner en marcha y desarrollar una unidad de producción y/o prestación de servicios para la satisfacción de determinadas necesidades y/o deseos existentes en la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio. (Denegri, 2017)

Para (García, 2015) señalan en el libro “introducción a los negocios en el mundo cambiante”, Que un emprendedor es una persona que arriesga su dinero, tiempo y esfuerzo para desarrollar un producto o forma de hacer algo innovador”.

Se denomina joven emprendedor a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente, con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo como es el ejemplo de los jóvenes egresados de las universidades

Muchos, seguramente, creerán que este de emprendedor, es un concepto relativamente nuevo, sin embargo, esto no es así, sino que por el contrario, el concepto surgió aproximadamente a principios del siglo XVI con el objetivo y la razón de ser de denominar a aquellos aventureros que viajaban al Nuevo Mundo a la búsqueda y caza de nuevas oportunidades, sin saber muy bien con que se encontrarían cuando estuviesen en la meta. También, a las personas involucradas con expediciones militares se las solía denominar emprendedores. Recién a mediados del siglo XVIII, el escritor francés Richard Cantillon lo aplicó con el sentido económico que hoy ostenta el término en el mundo entero: para referirse a aquellos empresarios que se juegan el todo por el todo por una idea. (Gamboa, 2018)

Muchos jóvenes tienen en sus planes crear su propia empresa para ello utilizan su creatividad su liderazgo y su emprendimiento que quizá es uno de los términos más esenciales en el proyecto de constituir una empresa.

El emprendimiento específicamente hace referencia a la unión de esfuerzos encaminada al desarrollo de una cadena en la creación de una empresa y es una orientación básica en las personas que tienen la idea de una microempresa y así buscar una oportunidad para su sostenibilidad.

El emprendedor debe tener planteado una idea o una estrategia para crear su empresa, construir su propio destino para poner en marcha sus capacidades, y tener iniciativa así como vocación para lograr el éxito.

Características de los jóvenes emprendedores.

Un emprendedor es un hombre o mujer de negocios que no sólo concibe y organiza empresas, sino que frecuentemente toma riesgos al hacerlo. No todos los profesionistas independientes son verdaderos emprendedores, y no todos los emprendedores se crean de la misma forma. Sin embargo, existen algunas características:

Confianza.- Es el sello distintivo del emprendedor. No todos nacemos con confianza en nosotros mismos, pero eso no significa que no seamos capaces de desarrollarla. Muchos hombres y mujeres crean en el sentido de fe en sí mismos y la habilidad de superar grandes retos con el trabajo diario, y la confianza en sí mismos al ver los resultados y ganar el respeto de los demás. (Sandoval, 2018)

Sentimiento de posesión.- Tomar la responsabilidad de que se hagan las cosas, y hacerlas con cuidado y atención, lo mismo que comprometerse para encontrar soluciones más que problemas, significa actuar como dueño de un negocio. Además, el verdadero emprendedor enseña a otros a lograr estos niveles de compromiso para no saturarse con demasiados proyectos.

Habilidad para comunicarse.- Los emprendedores saben que el elemento más importante de un negocio es el ser humano, por lo que invierten en cualquier herramienta que los ayude a mejorarla, ya sean clases de presentaciones efectivas, Smart Phones o mercadotecnia digital.

Pasión por aprender.- Generalmente, los emprendedores son autodidactas, aprenden rápidamente de sus errores, buscan oportunidades para estar en constante aprendizaje, y se rodean de otras personas de quienes pueden aprender, más allá de su ego. (Dominguez, 2018)

Juegan en equipo.- Quienes lo hacen, generalmente son emprendedores que logran hacerse del mejor equipo, lo que también ayuda a asegurar que el trabajo se entregue a tiempo, y les da oportunidad de realizar tareas importantes y estrategias para el negocio.

Están orientados a sistemas.- Diseñar, implementar y perfeccionar sistemas es una de las características más útiles y de mejores rendimientos de un emprendedor: es necesario contar con un sistema para reproducir los buenos resultados que se obtuvieron alguna vez.

Dedicación.- Los emprendedores se dedican por completo a sus planes, visión y sueños, y la tenacidad de su propósito generalmente fluye por toda la organización. Una de las mayores

razones por las cuales las empresas fallan es porque pierden el foco, y justo ahí es donde esta cualidad de los emprendedores es más útil.

Gratitud.- Los emprendedores aprenden a no dar nada por garantizado en este mundo, lo que les ayuda a agradecer todo lo que reciben y a adaptarse fácilmente a los cambios y pedidos del negocio.

Optimismo.- Un punto de vista positivo sobre su alrededor hace que los emprendedores midan los fracasos en su justa dimensión y sean capaces de obtener lecciones de cada uno. Además, les permite nutrirse en los buenos momentos para plantearse objetivos más ambiciosos.

Importancia del emprendimiento.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. (Save the Childre, 2018)

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

Un joven egresado de universidad que ha tomado la decisión de ser emprendedor. Se determina a conocer un negocio o empresa o una actividad, la cual se propondrá dominar y desarrollar en forma teórica y práctica, todo en forma planificada. Así con una alta probabilidad de éxito, tendrá su negocio, lo hará crecer y lo consolidará, llegando incluso a delegar la administración, para hacer otros negocios. (Sanchez, 2017)

Emprender implica adoptar una actitud positiva y entusiasta para desarrollar proyectos que generen actividad económica en la sociedad; el emprendedor crea oportunidades de trabajo para sí mismo y para otras personas, también es fuente de recursos para el gobierno, proveedores y clientes, además de la satisfacción del emprendedor por aportar su inteligencia y trabajo para

crecer por su propia cuenta y producir riqueza. La figura de los jóvenes es de gran relevancia en nuestro país, pues las empresas son las que originan la mayoría de los recursos para crecer y tener una mejor calidad de vida.

En muchos países (casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del Emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes. (Vasquez, 2017)

Emprendedor es una persona con posibilidades de innovar, o sea con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Acción emprendedora es toda acción innovadora que, a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación de recursos, se orienta al logro de un determinado fin. La acción emprendedora tiene que ver con la capacidad de crear algo nuevo y con la creación de un nuevo valor.

La capacidad emprendedora corresponde a cualidad innata que toda persona potencialmente posee y que por circunstancias culturales se desarrolla en forma desigual en diversos contextos sociales y culturales. Afirmamos también que todas las personas pueden ser emprendedoras porque tienen esa potencialidad en su propia naturaleza humana. Lo relevante es comprender cuáles son las competencias para emprender en el mundo de hoy y sobre todo en qué consiste

desarrollarlos.

Jóvenes, mercado laboral y emprendimiento empresarial

Según (Aguaded, 2013) una de las problemáticas más evidentes que se enfrenta actualmente en el Ecuador y en Latinoamérica, es la crisis de empleo, así como las consecuencias que se han derivado de este fenómeno social. En este tenor, diversos teóricos han abordado las causas y las consecuencias, así como posibles estrategias que se podrían impulsar e implementar desde los ámbitos público y privado para hacer frente a los desequilibrios del mercado laboral. Una de las franjas poblacionales donde ha impactado en mayor medida la desocupación y la informalidad, es la población juvenil, no solamente quienes por diferentes causas no han podido acceder a una formación académica, sino también sujetos jóvenes con nivel educativo universitario. (Duque, 2016)

El emprendimiento como opción de generación de empleo

Desde comienzos del siglo XX, el fenómeno del emprendimiento ha sido motivo de estudio de diferentes disciplinas, no circunscribiéndose únicamente a la economía, existe un amplio consenso en que el emprendimiento es parte vital de una economía dinámica y estimula y genera crecimiento. Una vasta literatura económica ha demostrado que, considerando diferentes formas de medir el desempeño económico como generación de empleo, crecimiento, sobrevivencia de empresas, innovación y cambio tecnológico, incrementos de productividad y exportaciones, existe una relación positiva entre ellas con el emprendimiento. (Sanchez, 2017)

Señala Domínguez que, el emprendimiento permite reducir el desempleo y la informalidad partiendo de un cambio en la mentalidad de quienes están acostumbrados a que les den la fuente de trabajo, lo cual ha creado una dependencia nociva para la toma de decisiones dejando pasar su vida de manera improductiva a causa de los valores inculcados por la cultura, la familia y la sociedad en general. (Denegri, 2017)

Las Cajas de Ahorro y Crédito en el Mundo

Las cajas de ahorro surgieron a finales del siglo XVIII en Alemania e Inglaterra, como un instrumento de mejora de las condiciones de vida de las clases trabajadoras, a través de la remuneración del ahorro, las mismas que tuvieron como propósito, proteger a la población que

no tenía acceso al crédito, o a los pobres, con la finalidad de formar un capital con bienes de la comunidad y aportes de la misma población desprotegida. En cambio en España, las cajas de ahorro y crédito surgieron recién casi a mediados del siglo XIX, con el fin de luchar contra la usura y en el marco de una sociedad muy castigada por la guerra de la independencia, es decir casi siempre surgieron de los montes de piedad que ya existieron o fueron creados al mismo tiempo. De este modo, sus principales objetivos eran conducir al ahorro popular y realizar una labor social en sus respectivos ámbitos territoriales. (Sandoval, 2018)

Las Cajas de Ahorro y Crédito se crearon en los países de Alemania e Inglaterra a finales del XVIII, los cuales eran un instrumento para mejorar las condiciones de vida de la población que tenían como finalidad proteger a las personas que no podían acceder a un crédito.

El origen de las cajas de ahorro está atado históricamente a las instituciones de tipo benéfico, especialmente de los montes de piedad. Instituciones ya presentes en el Siglo XV, generalmente apoyadas por la iniciativa eclesiástica. En el Siglo XVIII, los montes de piedad están patrocinados por la iniciativa real, manteniéndose la inspiración benéfico - religiosa de su funcionamiento. El concepto más moderno de “caja de ahorro” aparece en Europa (concretamente en Gran Bretaña) durante la segunda mitad del Siglo XVIII. Este concepto tiene sus bases en el pensamiento de Jeremy Bentham (1748-1832), la filosofía del cual consiste en considerar las cajas de ahorro como un instrumento de mejora de las condiciones de vida de las clases trabajadoras, mediante la remuneración del ahorro y creando un nivel de seguridad económica superior. A finales del Siglo XVIII y principios del siguiente se constata la expansión de estas instituciones por toda Europa, destacando Gran Bretaña. En España, la introducción de las ideas promotoras de las cajas de ahorro empieza en el trienio liberal (1820-1823), especialmente con la vuelta de los exiliados después de la muerte de Fernando VII. (Gamboa, 2018)

Las Cajas de Ahorro y Crédito históricamente se encuentran relacionadas con las instituciones de tipo benéfico que se encontraban constituidas desde el siglo XV y que por lo general eran apoyadas por la Iglesia Católica.

Las Cajas de Ahorro y Crédito en el Ecuador

Las primeras cajas de ahorro y crédito en nuestro país fueron creadas en la ciudad de Guayaquil

en el año 1886, las mismas que estuvieron dirigidas por el Banco Territorial, en el primero de los casos; y por la Sociedad de Artesanos Amantes del Progreso en el segundo caso, organización gremial constituida en el año de 1891 . Y más tarde se crea un tercera Caja de Ahorro y Crédito de la Federación Obrera de Chimborazo. Estas cajas de ahorro y crédito fueron creadas con el fin de integrar a las personas que habitaban en una misma comunidad o que pertenecían a una organización, cuyo objetivo principal fue el de sembrar una cultura de ahorro y facilitar el financiamiento de proyectos de sus socios. Además estas organizaciones contribuyeron como una herramienta para que sus miembros puedan acceder a crédito por parte de organismos internacionales. Los créditos que brindaban las cajas de ahorro y crédito no solamente eran destinados para las actividades económicamente productivas, sino que además eran utilizadas para mejorar la calidad de vida de sus miembros en otros aspectos como son el social y el cultural (Duque, 2016)

En el año de 1886 en la ciudad de Guayaquil se crearon las primeras Cajas de Ahorro y Crédito, las cuales estaban dirigidas por el Banco Territorial y la Sociedad de Artesanos Amantes del Progreso, años más tarde se crea una tercera Caja de Ahorro y Crédito, dirigida por la Federación Obrera de Chimborazo, las cuales tenían el objetivo de integrar a las personas de una comunidad para fomentar el ahorro y así poder facilitar el financiamiento en el desarrollo de sus proyectos.

Aspectos Relevantes sobre la actividad del proyecto

Desde tiempo inmemorial, uno de los problemas de los campesinos y de las poblaciones rurales ha sido la falta de acceso al crédito. Estas personas necesitan crédito para poder invertir en sus explotaciones y pequeños negocios, para estabilizar el consumo y para reducir su vulnerabilidad a las perturbaciones atmosféricas y a las crisis económicas. Como tienen poco acceso a las instituciones oficiales de financiamiento, adoptan estrategias de riesgo y de consumo que no son las más indicadas y tienen que recurrir a fuentes de crédito extraoficiales y costosas. Convencidos de ello, los gobiernos y los organismos internacionales han creado bancos y programas de financiamiento orientados a los campesinos. El historial de estos programas no es uniforme, sobre todo en lo que se refiere a su capacidad de llegar realmente a los pobres. En los últimos años se han introducido reformas e innovaciones para mejorar las oportunidades del mercado de crédito para la población rural pobre y para conseguir una mayor eficacia en el financiamiento rural. (Gamboa, 2018)

Una de esas innovaciones es el microcrédito, que consiste en otorgar pequeños préstamos orientados específicamente a los pobres. El microcrédito tiene como finalidad ayudar a la población rural pobre a salir de la pobreza invirtiendo en sus propias explotaciones y pequeñas empresas.

Los planes de este tipo superan algunos de los problemas de la concesión de crédito rural a los pobres, ofreciendo para ello préstamos sin garantía con tasas de interés próximas a las del mercado, mediante programas de base comunitaria gestionados por instituciones de financiamiento u organizaciones no gubernamentales (ONG). El microcrédito presenta tres diferencias principales con los sistemas tradicionales de crédito rural: está orientado a un grupo de prestatarios más marginados que el atendido normalmente por las instituciones de crédito; suele incluir también servicios no crediticios, y está basado en el concepto de préstamo colectivo. El microcrédito no se presenta como sustituto del crédito agrícola, ni de las actividades bancarias tradicionales, ya que su escala es mucho menor y sus objetivos son tan indiferentes. No obstante, en sus manifestaciones más modestas, ocupa un vacío que otras sustituciones parecen olvidar; en sus versiones más ambiciosas, trata de catalizar el desarrollo económico y, de esa manera, reducir la pobreza rural. (Hoyos, 2015)

Ventajas de las Cajas de Ahorro y Crédito

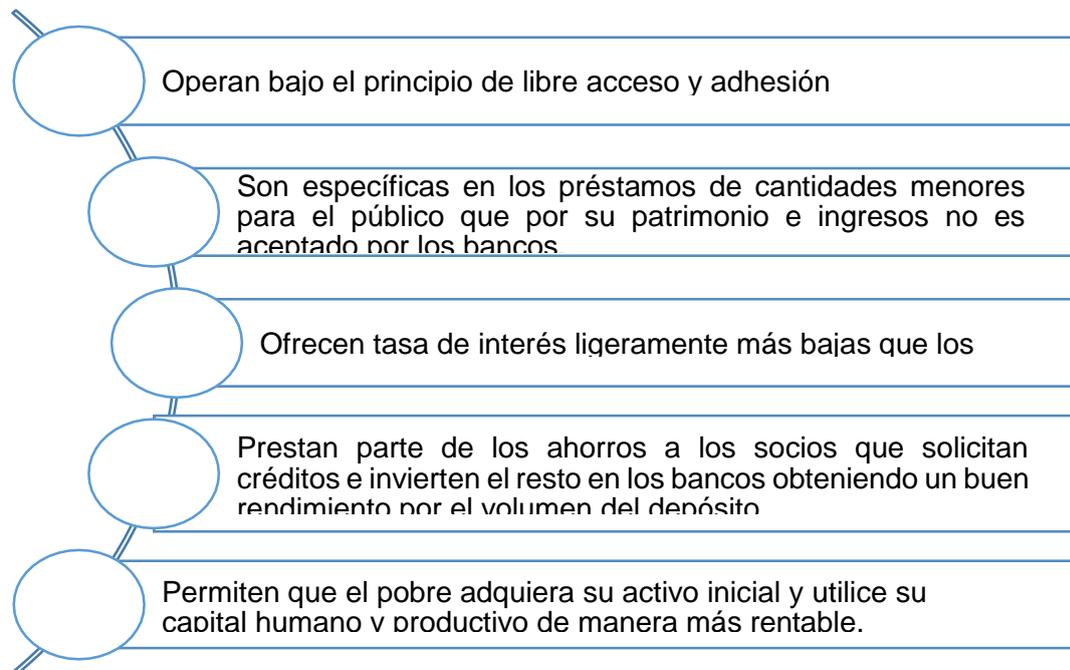


Figura 1 Ventajas de las Cajas de Ahorro y Crédito

Características de las Cajas de Ahorro y Crédito

- Se constituyen con un número no menor a 11 socios.
- Tienen un control democrático que soporta la igualdad de derechos y obligaciones de los asociados.
- Operan bajo la base de la cooperación, solidaridad y equidad.
- Actúan bajo criterios mercantiles pero un porcentaje significativo de sus beneficios lo reinvierten en su obra social.
- Tienen prohibido acudir a los mercados de capitales para aumentar sus recursos propios.
- Poseen una fuerte implantación local que se deriva en parte de la participación de las corporaciones locales y sus órganos de administración.

Operaciones que realizan las Cajas de Ahorro y Crédito

Figura 2 Operaciones Bancarias En: (Slideshare, 2015)



Ahorro: sobre los cuales se paga una tasa de interés, acorde a las establecidas en el Sistema Bancario.

Préstamos: Orientados a actividades agrícolas, pecuarias industriales y comerciales con plazos y tasas de interés acorde a la actividad financiera.

Inversión: La caja podrá orientar recursos de sus socios al financiamiento de inversiones colectivas u otras que el Consejo de Administración, considere pertinentes, en forma interna y según estipule los reglamentos internos.

Importancia

Las Cajas de Ahorro y Crédito son un sistema de organización de entidades de ahorros o préstamos tradicionales, los cuales han sido creados por la población de bajos ingresos, principalmente por las zonas rurales, que no tienen acceso a servicios financieros formales, tienen la finalidad de llevar servicios financieros de calidad a campesino, indígenas y personas de bajas recursos de áreas urbanas del sector social.

La creación de una Caja de Ahorro y Crédito, radica en dar una nueva mirada a las finanzas populares, las cuales se encuentran respaldadas por las normas establecidas de las respectivas entidades de control, creando un mercado progresivo por parte de los comerciantes de crianza de animales,

agricultura, albañilería, pequeños negocios, cuyos recursos económicos, en la actualidad no son suficientes para cubrir las necesidades inmediatas del hogar o incrementar oportunidades de venta para los comercios menores del sector.

La importancia de crear la Caja de Ahorro y Crédito, tiene la finalidad de fomentar el emprendimiento de los pequeños negocios.

Justificación del proyecto: Económico, social, tecnológico.

Para dar a conocer la justificación del proyecto se realizará el análisis desde tres puntos: Económico, Social y Tecnológico.

Económico

En la actualidad el sistema financiero formal no ha presentado alternativas de cambio que facilite el acceso a recursos financieros que requieren los sectores pobres para poder emprender, por lo que existe impedimento para acceder a estos créditos debido a que se encuentran dirigidos a personas sujetas de crédito, por tal razón al formar una Caja de Ahorro y Crédito, sería una de las mejores alternativas, dado que les proporcionaría recursos económicos para el desarrollo de sus actividades contribuyendo a la economía de los personas de bajos recursos.

Social

En el aspecto social se justifica el proyecto, considerando la tasa de desempleo que permite medir el nivel de desocupación de la Población Económicamente Activa que se encuentran en capacidad de generar trabajo.

Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa. La tasa de desempleo a nivel nacional creció en septiembre. Según datos presentados este viernes 16 de octubre del 2015 por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), el desempleo en Ecuador se ubicó en 4,28% en septiembre frente al 3,90% registrado en el mismo mes del año anterior, lo que representa un crecimiento de 0,38% en la desocupación. Esta información resultó de la última Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo (ENEMDU) realizada por el INEC. (Dominguez, 2018)

De acuerdo a la información obtenida se puede determinar que la creación de la Caja de Ahorro y Crédito en el Sector del Camal Metropolitano en el cual se comercializa la carne al por mayor y menor, por su sitio se genera otras fuentes de comercio como: la venta de alimentos, venta de verduras, vestimenta y otros, contribuirá al crecimiento de los comerciantes a través del otorgamiento del crédito emergente por lo que generan más ingresos y por ende fuentes de trabajo para los habitantes del sector.

Tecnológico

El contar con innovación constantemente es primordial para cualquier clase de producto o servicio, la implementación de la tecnología en las organizaciones contribuye a que se mejoren los procesos minimizando errores, por lo que constituye una herramienta necesaria para la Caja de Ahorro y Crédito debido a que será utilizada en las diversas alternativas de publicidad con la finalidad de que la población cuente con el conocimiento de los productos que ofrece la entidad y así generar nuevas oportunidades de negocio aquellas personas naturales o jurídicas que proveen de tecnología. (Gtierrez, 2018)

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Para alcanzar los objetivos del presente estudio se utilizó la Investigación Bibliográfica – Documental, según Sampieri (2016) este tipo de investigación es un proceso sistemático de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis de información y contenidos de materiales o estudios empíricos impreso, gráfico, físico y/o virtual que sirve de fuente teórica, conceptual y/o metodológica para una investigación científica determinada. Este tipo de investigación indaga, interpreta, presenta hechos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis y teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen conformar la línea base teórica para el desarrollo de una investigación científica. (Sampieri, 2014)

Se escogió este diseño de investigación porque se consulta diversos medios digitales como las revistas científicas, tesis de grados, artículos de periódicos, y demás utilitarios en internet de investigaciones previas al tema en estudio, con el fin de realizar comparaciones y obtener información confiable y comprobada que le dará la base científica necesaria para apoyar la investigación.

Dentro de los métodos utilizados se encuentra el *método analítico – Sintético*. – Se refiere al análisis de las cosas o de los fenómenos; la palabra análisis, del griego *análisis...descomposición*, significa examinar, descomponer o estudiar minuciosamente una cosa. Por tanto el método analítico comienza con el todo de un fenómeno y lo revista parte por parte (descomposición o separación del todo), comprendiendo su funcionamiento y su relación intrínseca, complementándose con la parte sintética, por lo tanto, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revisadas, ahora son integradas por la síntesis (entiéndase todos los datos, hechos o elementos que intervienen en un fenómeno), definiendo qué relación tienen entre sí y de qué manera afectan la realización del fenómeno en cuestión, así, hasta completar nuevamente el todo. (Sampieri, 2014)

También se utiliza el método analítico - sintético ya que se refiere al análisis de las cosas o de los fenómenos; la palabra análisis, del griego análisis...descomposición, significa examinar, descomponer o estudiar minuciosamente una cosa. Por tanto el método analítico comienza con el todo de un fenómeno y lo revista parte por parte (descomposición o separación del todo), comprendiendo su funcionamiento y su relación intrínseca, complementándose con la parte sintética, por lo tanto, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revesadas, ahora son integradas por la síntesis (entiéndase todos los datos, hechos o elementos que intervienen en un fenómeno), definiendo que relación tienen entre sí y de que manera afectan la realización del fenómeno en cuestión, así, hasta completar nuevamente el todo. (Sampieri, 2014)

3.2. Métodos

3.2.1. Teóricos

Método hipotético – deductivo. – Estos métodos se definen porque permite al investigador utilizar teorías y realizar preguntas iniciales en base a la problemática planteada, luego de esto se permitirá realizar hipótesis de lo que posiblemente este causando el problema, es aquí en caso de que llegue a comprobarse alguna de las hipótesis le dará validez y confiabilidad al estudio, en caso de no llegar a corroborarse tiene opción a buscar otras opciones de respuesta a sus interrogantes. Este método utiliza como instrumento de medición a las encuestas para la recolección de datos. (Sampieri, 2014)

Se utilizará este método de investigación y se aplicará encuestas a jóvenes para determinar como manejan los ahorros y la posibilidad del uso de una cooperativa de ahorro y crédito.

3.2.2. Empíricos.

Encuesta. – Este instrumento de investigación se caracteriza porque permite que el investigador obtenga datos por medio de una serie de preguntas estructuradas que son aplicadas en base a la problemática planteada. El cuestionario puede ser elaborado por el autor o viene escoger algún test o encuesta que ya ha sido previamente utilizado por otro investigador. (Sampieri, 2014)

En el presente estudio las encuestas serán aplicadas a los jóvenes del cantón, mediante preguntas que establecerán un solo patrón de respuestas. Luego de aplicadas las respuestas serán

tabuladas, esto va a permitir exponer los principales resultados de la investigación y establecer conclusiones.

3.3. Población y Muestra

La población consiste en la integración de personas, o cosas involucradas en un estudio que compartan las mismas características. El autor deberá investigar cuáles son esas características que deben tener de forma similar para considerarla población. Así mismo para el estudio se debe escoger una muestra representativa que permita estudiar una parte de la población, ya que por falta de recursos o tiempo no se puede trabajar con la población completa. (Sampieri, 2014)

La muestra que se consideró para la aplicación de encuesta estuvo constituida por: 383 personas que corresponden a los jóvenes domiciliado en la parroquia Roberto Astudillo.

Cuadro 1.- Muestra

Personas involucradas	Cantidad
Jovenes	383
Total	383

Fuente: INEC

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS.

PREGUNTA 1.- Ha realizado alguna vez solicitud de préstamo o crédito en una institución bancaria o cooperativa.

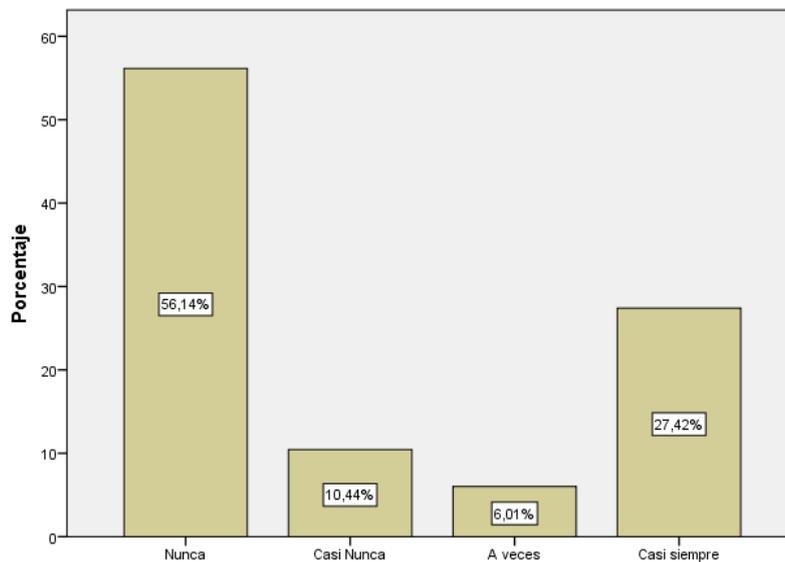
Tabla 1.- Realización de crédito.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	215	56,1	56,1	56,1
	Casi Nunca	40	10,4	10,4	66,6
	A veces	23	6,0	6,0	72,6
	Casi siempre	105	27,4	27,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 1.- Realización de crédito.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la realización de crédito, el 56.14% expresa que casi nunca, el 27.42% expresa que casi siempre, el 10.44% expresa que casi nunca y el 6.01% expresa que a veces.

PREGUNTA 2.- ¿Ha experimentado problemas o documentación difícil de entregar para la concesión de créditos?

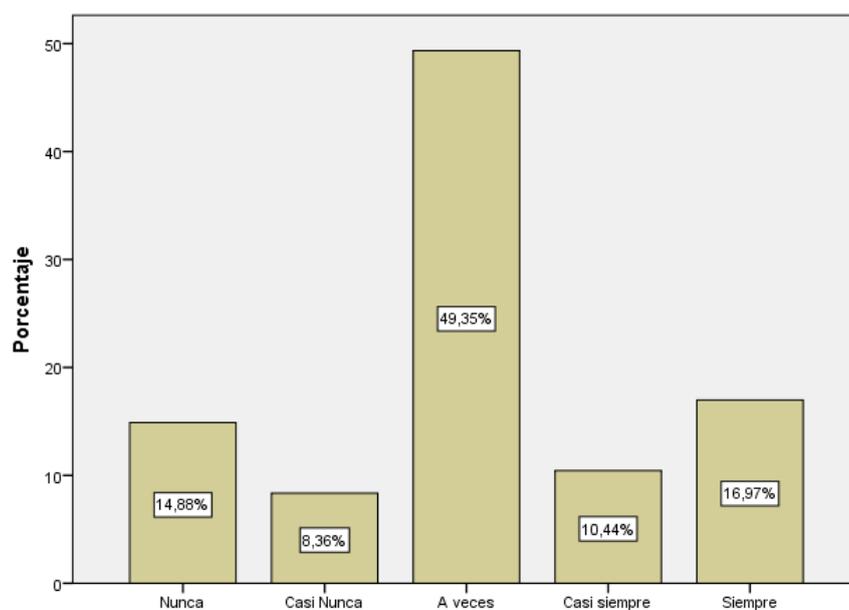
Tabla 2.- Documentación difícil de entregar en la concesión de créditos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	57	14,9	14,9	14,9
	Casi Nunca	32	8,4	8,4	23,2
	A veces	189	49,3	49,3	72,6
	Casi siempre	40	10,4	10,4	83,0
	Siempre	65	17,0	17,0	100,0
Total		383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 2.- Documentación difícil de entregar en la concesión de créditos.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre documentación difícil de entregar en la concesión de créditos, el 49.35% lo realiza a veces, el 16.7% casi siempre, el 10.44% siempre, el 14.88% nunca y el 8.36% casi nunca.

PREGUNTA 3.- ¿Considera usted que las entidades bancarias solicitan requisitos innecesarios que complican el proceso de crédito?

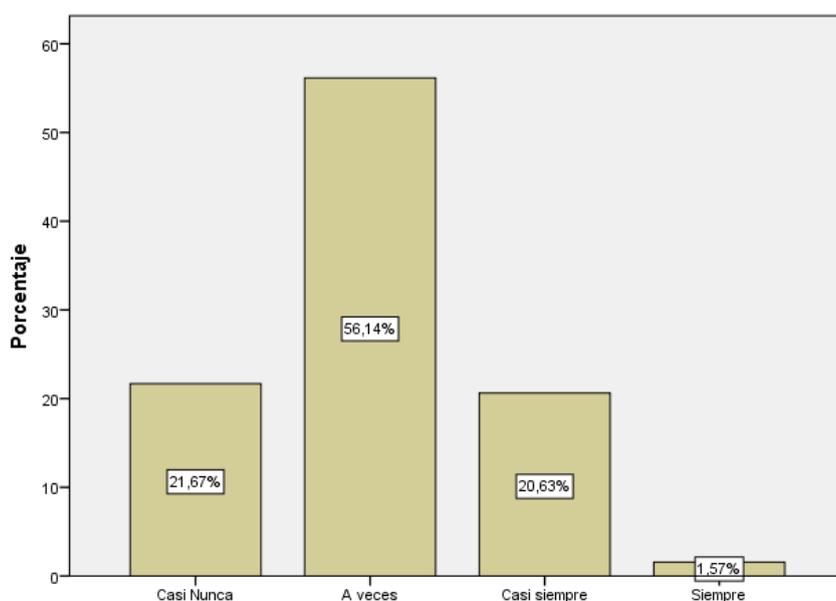
Tabla 3.- Requisitos innecesarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	83	21,7	21,7	21,7
	A veces	215	56,1	56,1	77,8
	Casi siempre	79	20,6	20,6	98,4
	Siempre	6	1,6	1,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 3.- Requisitos.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre los requisitos que se le han complicado de conseguir, el 56.14% expresa que a veces, el 21.67% expresó que casi nunca, el 20.63% casi siempre y el 1.57% siempre.

PREGUNTA 4.- ¿Ha logrado pasar los primeros niveles de precalificación de préstamos solicitados?

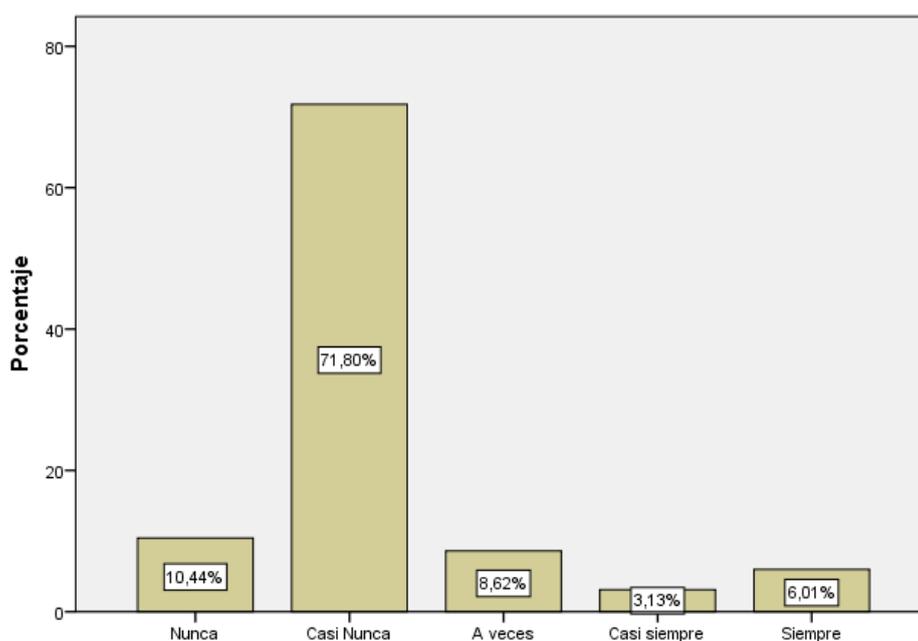
Tabla 4.- Precalificación de préstamos solicitados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	40	10,4	10,4	10,4
	Casi Nunca	275	71,8	71,8	82,2
	A veces	33	8,6	8,6	90,9
	Casi siempre	12	3,1	3,1	94,0
	Siempre	23	6,0	6,0	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 4.- Precalificación de préstamos solicitados.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la precalificación de niveles de créditos, el 71.80% expresó que casi nunca, el 10.44% indicó que nunca, el 8.62% a veces, el 6.01% siempre y el 3.13% casi siempre.

PREGUNTA 5.- ¿Le han otorgado créditos en alguna institución bancaria o cooperativa?

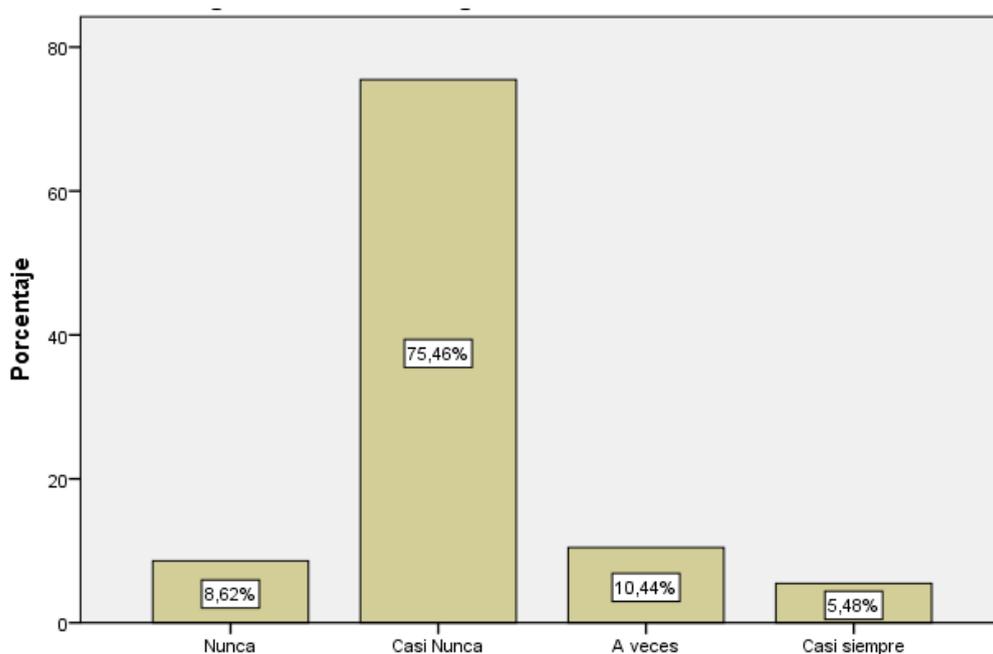
Tabla 5.- Concesión de créditos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	33	8,6	8,6	8,6
	Casi Nunca	289	75,5	75,5	84,1
	A veces	40	10,4	10,4	94,5
	Casi siempre	21	5,5	5,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 5.- Concesión de créditos.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la concesión de créditos, el 75.46% expresó que casi nunca, el 10.44% expresó que a veces, el 8.62% indicó que nunca y el 5.48% indica que siempre.

PREGUNTA 6.- ¿Considera usted que las instituciones bancarias deberían tener consideración con los jóvenes que presentan algún emprendimiento?

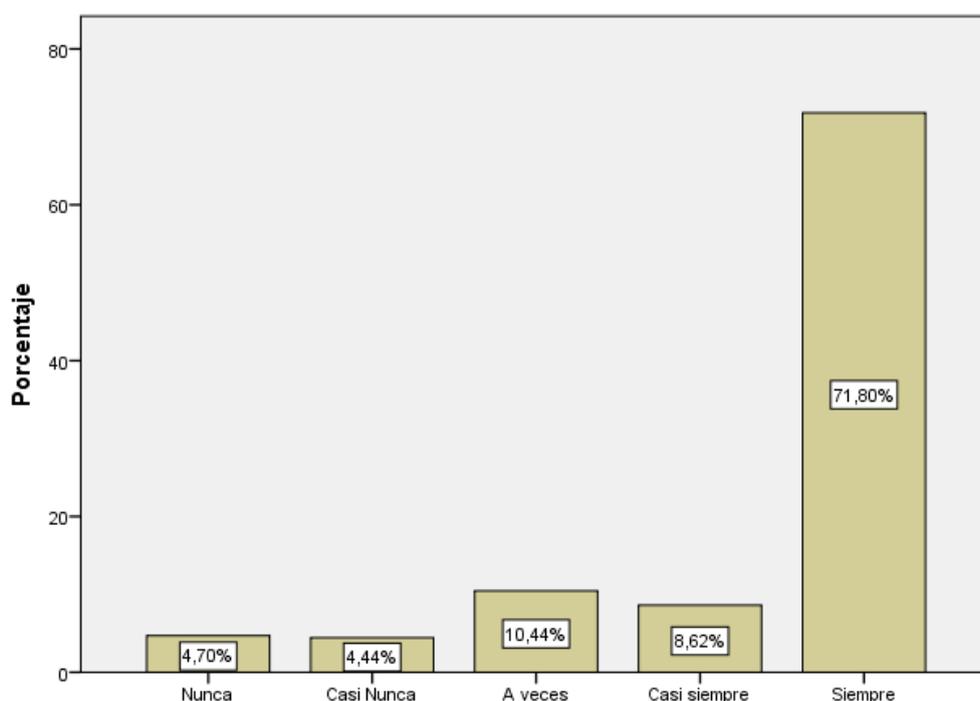
Tabla 6.- Consideraciones hacia jóvenes emprendedores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	4,7	4,7	4,7
	Casi Nunca	17	4,4	4,4	9,1
	A veces	40	10,4	10,4	19,6
	Casi siempre	33	8,6	8,6	28,2
	Siempre	275	71,8	71,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 6.- Consideraciones hacia jóvenes emprendedores.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre las consideraciones hacia jóvenes emprendedores, el 71.80% expresa que siempre, el 10.44% indica que a veces, el 8.62% indica que casi siempre, el 4.70% indica que nunca y el 4.44% casi nunca.

PREGUNTA 7.- ¿Considera usted que para poder emprender un negocio es necesario realizar un crédito?

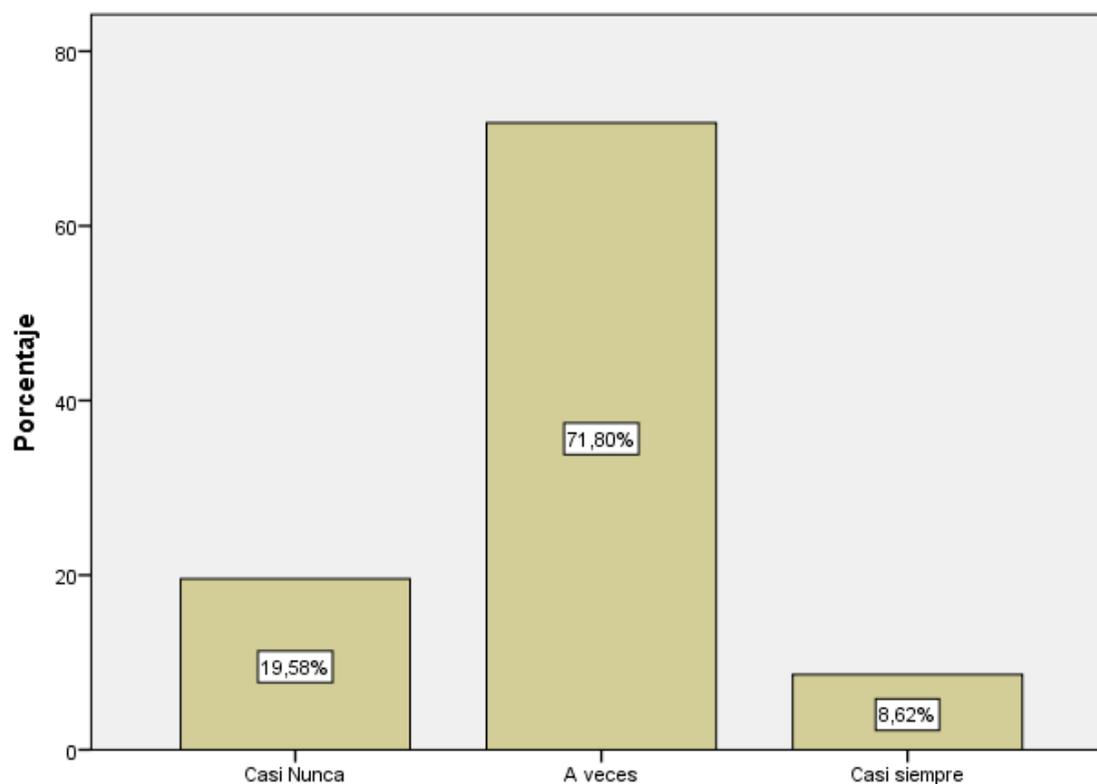
Tabla 7.- Emprendimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	75	19,6	19,6	19,6
	A veces	275	71,8	71,8	91,4
	Casi siempre	33	8,6	8,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 7.- Emprendimiento.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el comprobante de pago, el 71.80% indica que le solicitan a veces, el 19.58% casi nunca y el 8.62% casi siempre.

PREGUNTA 8.- ¿Realiza usted un ahorro mensual?

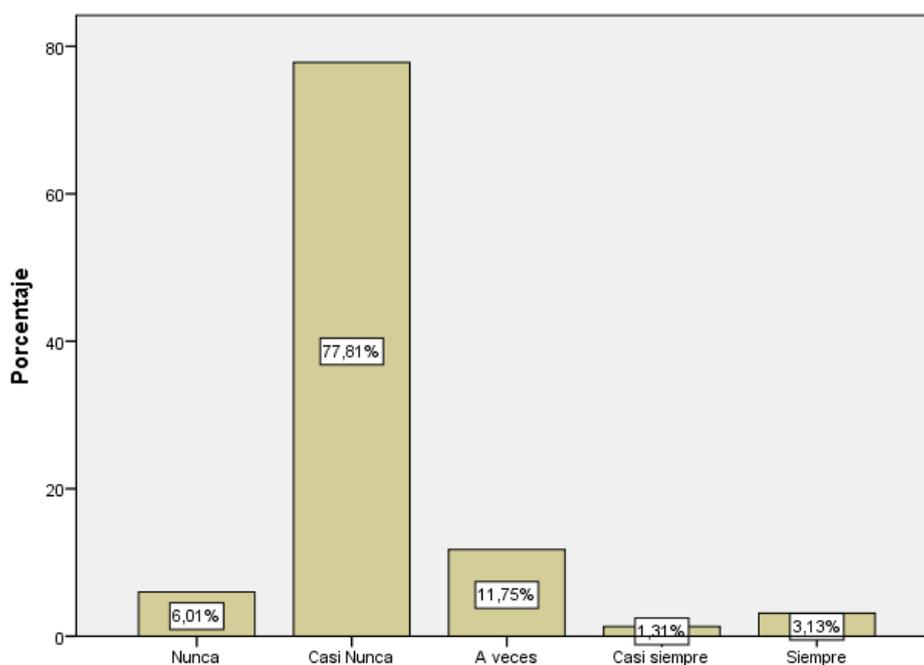
Tabla 8.- Ahorro mensual.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	6,0	6,0	6,0
	Casi Nunca	298	77,8	77,8	83,8
	A veces	45	11,7	11,7	95,6
	Casi siempre	5	1,3	1,3	96,9
	Siempre	12	3,1	3,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 8.- Ahorro mensual.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la realización de un ahorro mensual., el 77.81% casi nunca, el 11.75% a veces, el 6.01% nunca, el 3.13% siempre y el 1.31% casi siempre.

PREGUNTA 9.- ¿Considera usted que podrá llegar a tener un capital para un negocio a base de su ahorro en casa?

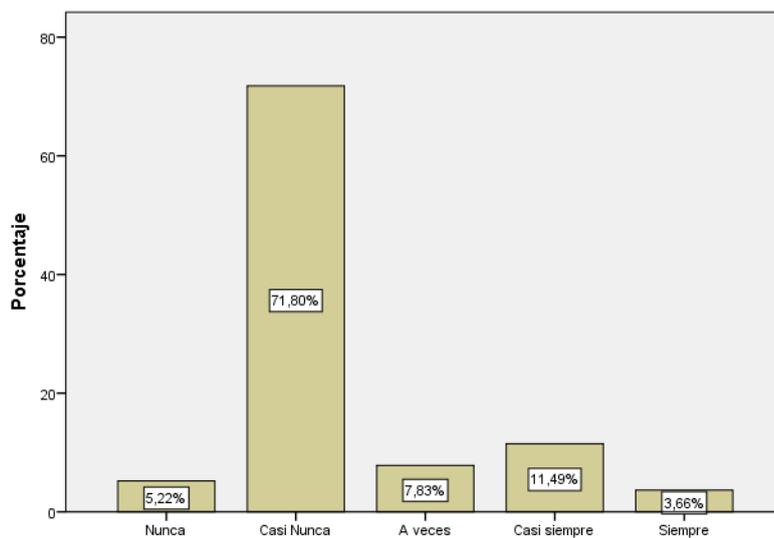
Tabla 9.- Ahorro en casa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	5,2	5,2	5,2
	Casi Nunca	275	71,8	71,8	77,0
	A veces	30	7,8	7,8	84,9
	Casi siempre	44	11,5	11,5	96,3
	Siempre	14	3,7	3,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 9.- Ahorro en casa.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la consideración de los Impuestos excesivos SRI, el 71.80% expresa que casi nunca, el 11.49% casi siempre, el 7.83% a veces, el 3.66% siempre y el 5.55 nunca.

PREGUNTA 10.- ¿En caso de que se creara una caja de ahorro y crédito en la parroquia, usted haría un esfuerzo en realizar un ahorro?

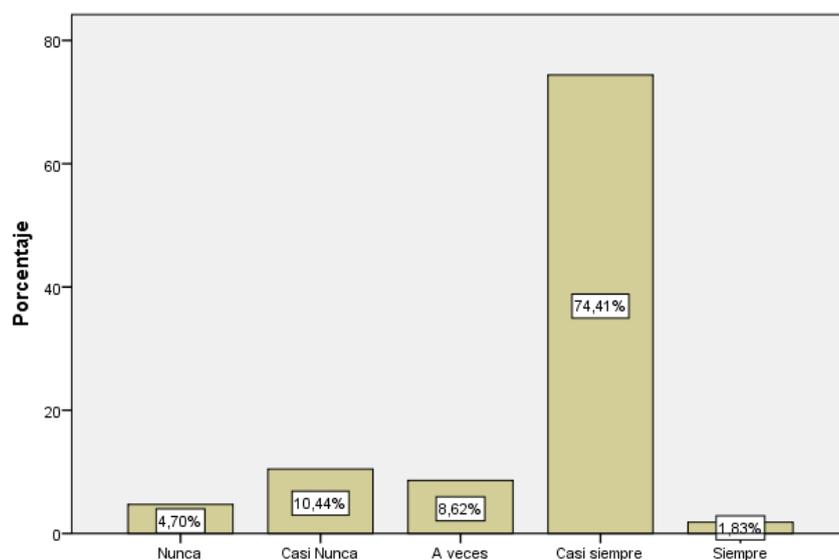
Tabla 10.- Caja de ahorro y crédito.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	18	4,7	4,7	4,7
	Casi Nunca	40	10,4	10,4	15,1
	A veces	33	8,6	8,6	23,8
	Casi siempre	285	74,4	74,4	98,2
	Siempre	7	1,8	1,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Gráfico 10.- Caja de ahorro y crédito.



Elaborador por: Morán Jasmani.

Fuente.- Encuesta.

Interpretación. – De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre el uso de Caja de ahorro y crédito, el 74.41% se mantiene información, el 10.44% casi nunca, el 4.70% nunca y el 1.83% siempre.

CONCLUSIONES

- Hoy en día se reconoce la importancia de contar con una mejor educación y cultura financiera y más conocimiento sobre el tema para mejorar la capacidad de las personas para utilizar servicios financieros y tomar decisiones eficientes con respecto a su bienestar presente y futuro.
- En el Ecuador, los bancos conjuntamente deberían implementar políticas de crédito a jóvenes empresarios a través de regulaciones y normas e iniciativas que deben multiplicarse en el país para que la cultura financiera vaya ganando espacio en la sociedad.
- Los niveles de educación y cultura financiera de los jóvenes se encuentran entre bajos y medios lo que significa que es viable la implementación de un programa de educación y cultura financiera para aumentar los niveles de conocimiento y entendimiento financiero y potencializar la planeación y el control financiero para mejorar el uso de la oferta de productos y servicios financieros del sistema bancario y no bancario.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, J. (2013). El empoderamiento digital y las nuevas formas de vender. *Revista de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*.
- Cabana, D. (2018). *Educación Financiera en Enseñanza Secundaria Obligatoria*. España.
- Danez, D. (2017). El impacto de la tecnología en el crecimiento y el empleo. *Revista Impacto*.
- Denegri, M. (2017). PRÁCTICAS DE AHORRO Y USO DEL DINERO EN PRE ADOLESCENTES (TWEENS) CHILENOS . *Revista Universum (Talca)*.
- Dominguez, J. (2018). Educación Financiera para Jóvenes: Una visión introductoria. *Revista Unia*.
- Duque, E. (2016). CONOCIMIENTOS FINANCIEROS EN JÓVENES. *Revista de Pedagogía*.
- Gamboa, M. (2018). La importancia de la educación financiera para niños en edad escolar. *Revista Espacios*.
- García, E. (2015). Conductas de riesgo en los adolescentes. *Revista Cubana de Medicina Militar*.
- Gtierrez, O. (2018). La educación financiera en jóvenes universitarios del primer ciclo de pregrado de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Académica Regional de Cochabamba. *Revista Perspectivas*.
- Hoyos, R. (2015). *El plan de marketing*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Lavalle, G. (2016). Youtube como herramienta de marketing estratégico. *Revista Ad Comunica*.
- Moreno, A. (2017). La transición de los jóvenes a la vida adulta. *Revista Social*.
- Reus, N. (2017). análisis del comportamiento económico de los estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín. *Revista Espacio*.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. España.

Sanchez, M. (2017). Educación financiera en México. *Revista Incyty*.

Sandoval, I. (2018). La cultura del ahorro en México. *Revista Ciencia UNAM*.

Save the Childre. (2018). *¿QUÉ QUIEREN LAS Y LOS JÓVENES AHORRADORES?* España.

Vasquez, J. (2017). El ahorro en la carencia. Una reflexión sobre los hábitos de ahorro de familias de unazona vulnerable de México. V. *Revista Pespectivas*.

Zapata, A. (2016). Educación financiera entre jóvenes universitarios: Una visión general. *Revista Administracion y Finanzas*.

ANEXOS

PROPUESTA

4.1 Título

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
“EMPRENDEDOR AHORRADOR” DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO.

4.2 Contenido de la propuesta

4.2.1.1 Producto y Servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador.

Productos que ofrece la cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador.

4.2.1.1.1 Ahorros

Tabla 4.1: Ahorro a la vista

Tipo de Ahorro	Ahorro a la vista
Concepto	Es un saldo que una persona natural o jurídica mantenga deposita en la cuenta de una entidad financiera.
Características	*Es de disponibilidad inmediata por parte de su titular. *Tiene la posibilidad de solicitar un Préstamo Rápido y Oportuno. Genera intereses. *Puede realizar depósitos y retiros en nuestras oficinas a nivel nacional.

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.2: Ahorro Programado

Tipo de Ahorro	Ahorro Programado
Concepto	Es una cuenta que permite al socio depositar para varios previstos durante un tiempo determinado.
Clasificación	Ahorro vivienda.- comprar o mejorar sucasa, departamento, terreno u otro bien inmobiliario.
	Ahorro automóvil.- para adquirir su propio vehículo.
	Ahorro educación.- para solventar gastos futuros de la educación de sus hijos o beneficiarios.
	Ahorro familiar.- dispone de una reserva económica que cubra eventualidades médicas y/o hospitalarios de su conyugue, hijas/os y/o familiares.
	Ahorro multiuso.- sirve para incrementar inventarios para fechas especiales, compra de artículos para el hogar, viajes y turismo, entre otros.
	Ahorro inversión.- orientado a formar un capital para el socio/a para instalar cualquier tipo de negocio.
Características	<p>*El socio/a podrá retirar los ahorros en caso de emergencia comprobada.</p> <p>*Tendrá estímulos periódicamente sorteos rifas y u otros.</p> <p>*Para una mejor capitalización de su ahorro podrá hacer aportes adicionales a su depósito mensual.</p>

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.3: Emprendedor móvil

Tipo de Ahorro	Emprendedor móvil
Concepto	Esta plataforma tecnológica posibilita al(a) socio realizar transacciones financieras en tiempo real, sin que deba llegar a nuestras oficinas.
Características	<ul style="list-style-type: none">* Permite ahorrar o retirar el dinero desde el lugar de trabajo.* Nuestros Ejecutivos acuden al lugar de trabajo o domicilio para recibir los depósitos.*Puede realizar pagos de sus servicios básicos, de matriculación del SRI.

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.3: Depósito a Plazo Fijo

Tipo de Ahorro	Depósito a plazo fijo.
Concepto	Por cada inversión en plazo fijo (póliza de acumulación), el socio obtiene los mejores intereses del mercado.
Características	<ul style="list-style-type: none">*El depósito se puede realizar a partir del segundo mes hasta el tiempo que el socio/a decida mantener su depósito.*El socio/a podrá retirar su depósito una vez culminado el tiempo de contrato excepto en caso calamidad doméstica o situaciones extremas.

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.1.2 Crédito

Tabla 4.4: Microcrédito general

Tipo de Ahorro	Microcrédito general.
Concepto	Créditos destinados al fortalecimiento y/o mejoramiento de pequeños negocios o unidades de producción realizados por los (as) socios en forma individual o grupal.
Características	* Para solicitar un microcrédito para emprender un nuevo negocio se debe presentar el proyecto de factibilidad.

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.5: Crédito de consumo

Tipo de Ahorro	Crédito de consumo
Concepto	Se otorga a los funcionario públicos o privados que tengan un salario mensual el mismo que será la garantía para otorgar el crédito.
Características	* El monto a otorgar depende del salario del solicitante. *Si el solicitante mantiene crédito con otras instituciones financieras se procede a disminuir la cantidad de dinero solicitado con la finalidad de que pueda cumplir con los pagos.

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.1.3 Servicios que ofrecerá la cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor

Ahorrador

Tabla 4.6: Servicios adicionales que ofrecerá la cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador

Servicios
Pago de servicios básicos (agua,luz,municipio,teléfono)
Bono de desarrollo Humano
Sistemas de Pagos Interbancarios (S.P.I)
Corporación Financiera Nacional (CFN)
Cantón Rumiñahui
Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativos y Becas(IECE)
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)
Servicios de Rentas Internas (SRI)
Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)
Agencia Nacional de Tránsito (AGT)
Corporación Nacional de Electricidad (CNEL)
Empresa Eléctrica Riobamba S.A (EERSA)
Eléctrica de Guayaquil
Empresa Eléctrica Quito S.A
Alcaldía de Milagro y Naranjito
SEGURAZOS
CREDIMETRICA
Distrito Metropolitano de Quito
Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT)
MoneyGram
Empresa Pública Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado Riobamba (EPEMAPAR)
Empresa Metropolitana de Alcantarillado y Agua Potable Quito (EMAPA)
Interagua
Corporación para el mejoramiento del aire de Quito (CORPAIRE)
Banco del Pacífico-PACIFICARD

MasterCard
VISA
TVCABLE
UNIVISA
DIRECTV
CLARO
MOVISTAR
Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT)
YAMBAL
AVON
LEONISA
Depósitos a: PRODUBANCO
BANCO PICHINCHA

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.2 Precio (Tasas de interés activas y pasivas)

Los precios (Tasas de interés activas y pasivas) que mantiene la cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador son los siguientes.

4.2.1.2.1 Ahorro

Tabla 4.7: Tasa de interés de ahorros

Tipo de Ahorro	Tasa de interés	Monto
Ahorro a la vista	3.5%	De acuerdo a la posibilidad del socio/a.
Ahorro Programado	5%	A partir de \$50.00.
Emprendedor móvil	3.5%	De acuerdo a la posibilidad del socio/a.
Depósito a Plazo Fijo	7%-11%	De acuerdo a la posibilidad socio/a.

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.2.2 Crédito

Tabla 4.8: Tasa de interés de créditos

Tipo de crédito	Monto	Tasa de interés
Microcrédito General	Hasta \$ 20.000.00.	Varía entre 22.84%-29.8%.
Crédito de consumo	De acuerdo a la posibilidad socio/a.	Varía entre 15%-16%.

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.3 Plaza y Canales de distribución

Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el servicio ofrecido por la cooperativa sea eficiente y de calidad.

La cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador tiene bien definido su segmento de mercado y estos son:

- Comerciantes de los mercados y plazas.
- Locales comerciales.
- Vendedores ambulantes.
- Sector rural.

La cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador contará con canales de distribución como son las agencias a nivel nacional.

4.2.1.4 Promoción

La cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador utilizará varios medios para poder comunicar de los productos y/o servicios que ofrecerá, así como de las actividades que realiza, entre ellos tenemos:

Tabla 4.9: Medios masivos y alternativos.

Medios Masivos	
Radio <ul style="list-style-type: none">• La voz de Milagro.	Prensa Escrita <ul style="list-style-type: none">• La Prensa Verdad

<ul style="list-style-type: none"> • Radio Vega Mega. 	
Televisión <ul style="list-style-type: none"> • MilagroTv • Canal digital Clicktv 	Internet <ul style="list-style-type: none"> • Página web. • Facebook. • Instagram • Twitter.
Medios Alternativos	
Hojas volantes	Dípticos
Folletos	<ul style="list-style-type: none"> • Vallas publicitarias • Gigantografías • Calendarios • Cuadernos • Reglas • Esferos • Bufandas • Mochilas • Chompas • Vasos • Gorras • Mochilas deportivas.

Elaborado por: Jasmani Morán.

PLAN ESTRATÉGICO

4.2.1.5 Filosofía institucional y compromiso social

4.2.1.6 Misión

Tabla 4.10:

Propuesta
Somos una institución financiera cooperativista intercultural, orientados a fomentar el desarrollo económico-social de nuestros socios/as y clientes, otorgando productos y servicios financieros de calidad con personal capacitado y comprometido con una gestión eficiente, honesta y solidaria.

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.7 Visión

Tabla 4.11:

Propuesta
Ser la cooperativa de Ahorro y Crédito Líder a nivel nacional, que crece en forma sustentable y sostenible, con enfoque de calidad, mejorando y diversificando los productos, servicios, procesos financieros; fortaleciendo su imagen y prestigio institucional con identidad propia, a través de un personal profesional y comprometido con el desarrollo económico-social de nuestros socios y clientes.

F Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.8 Principios y valores corporativos

4.2.1.9 Tabla 4.12: Principios valores corporativos

PRINCIPIOS	VALORES
Principio cristiano.	Solidaridad.
Participación social y comunitaria.	Reciprocidad.
Interculturalidad.	Transparencia.
Espíritu cooperativo.	Honradez.
	Ética y Moral.

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.10 Análisis situacional de la cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor

Ahorrador

4.2.1.10.1 Análisis STEP

El presente análisis es una evaluación del entorno de la entidad, en donde vamos a considerar los factores externos como son: factor social, factor tecnológico, factor económico y factor político, que puedan influenciar en las actividades comerciales de la cooperativa; cabe recalcar que estos factores son cambiantes y no son definitivas.

4.2.1.10.1.1 Factor socio-cultural.

La realidad social y el problema que más afecta al Ecuador por ser un país en vía de desarrollo es la lucha de las clases sociales.

En la Parroquia Roberto Astudillo, la situación económica y social ha generado mucha preocupación en las personas comerciantes y sus familias por la ausencia de capital en todo sentido.

En lo referente a la cultura de ahorro y crédito la población de la parroquia, cuenta con muy poca presencia de entidades financieras, llegando solo a tener los bazares y tiendas que son corresponsales bancarios, pero no están autorizados a emitir ningún crédito.

Para el análisis socio-cultural se toma en cuenta los cambios en el sistema de valores como uno de los elementos más importantes a ser evaluados. Los socios en su gran mayoría pertenecen al género masculino, el nivel de educación que tienen es primario y secundario y la migración es más del campo a la ciudad.

4.2.1.10.1.2 Factor tecnológico

Las nuevas tecnologías como la Internet, telefonía móvil, entre otros, ofrecen nuevas oportunidades para que las organizaciones sean más eficaces y eficientes en un mercado totalmente competitivo, ampliando su cobertura y abarcando segmentos abandonados por las grandes empresas.

Considerado uno de los factores más relevantes dentro de las organizaciones financieras, la tecnología ha permitido mejorar los procesos internos, haciendo de esto un trabajo ágil y efectivo con la finalidad de satisfacer las necesidades y deseos de los usuarios.

La cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador, se encuentra en una constante innovación en lo que se refiere a los materiales y equipos tecnológicos que se utiliza entre estos están: Emprendedor móvil, servicios online, página web y redes sociales paragarantizar la seguridad y rapidez en el servicio que se brinda a los socios y/o clientes.

4.2.1.10.1.3 Factor económico

El factor económico abarca todo lo concerniente a: producción, sistema financiero, las tasas de crecimiento económico, consumo de la población, además los niveles de desempleo, la política monetaria, la inflación, los impuestos y los tipos de interés.

La cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador, basa su economía fundamentalmente en la prestación de productos y servicios financieros, cabe recalcar que su principal ingreso son los microcréditos, esto es porque es una fuente de financiamiento rápida y ágil donde pueden acceder los comerciantes de medianas y pequeñas empresas así como los negocios informales.

4.2.1.10.1.4 Factor político

La política que se vive en el país desde el año 2007 ha sido estable en lo que tiene que ver con el gobierno, pero las leyes se modifican por diversos impulsos afectando directa o indirectamente a las actividades que se realiza en la cooperativa.

Las condiciones de seguridad son vitales en este análisis, la estabilidad política, la legislación tributaria y los acuerdos nacionales.

4.2.1.11 Análisis FODA

Tabla 4.13: Análisis FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1 Cumple con todos los requerimientos legales para constituirse como cooperativa de Ahorro y Crédito.</p> <p>F2 Dispone de logotipo y slogan, mediante los cuales dan a conocer al público su imagen.</p> <p>F3 Controlada por la SEPS.</p> <p>F4 Capacidad tecnológica (software y hardware).</p> <p>F5 En el segmento indígena evangélico, la cooperativa cuenta con un prestigio institucional representativo.</p> <p>F6 Principios éticos, transparencia y honradez del recurso humano.</p> <p>F7 Potencial de crecimiento en nuevas zonas geográficas y segmentos de mercado.</p>	<p>D1 La infraestructura con la que cuenta la matriz en la ciudad no es propia.</p> <p>D2 Infraestructura requiere adecuaciones para competir en mercados más exigentes.</p> <p>D3 Existe pocas estrategias publicitarias promocionales.</p> <p>D4 Débil posicionamiento de la institución a nivel del mercado financiero local, debido a la falta de un plan de marketing.</p> <p>D5 No se hallan estandarizados los criterios y parámetros de calidad de servicio.</p> <p>D6 Diseño único de productos de ahorro y crédito en todas las oficinas y, escasa diversificación de servicios financieros, que responda a las necesidades de la localidad.</p> <p>D7 Se requiere trabajar en el empoderamiento, formación y normatividad del talento humano.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1 Ampliar la cobertura en otras ciudades.</p> <p>O2 Posibilidad de incrementar nuevos productos y/o servicios.</p> <p>O3 Sectores importantes no atendidos.</p> <p>O4 Incremento de la demanda de microcrédito en el país.</p> <p>O5 Participación en el área rural de la ciudad.</p> <p>O6 Revalorización y reconocimiento de la interculturalidad.</p> <p>O7 La crisis económica conlleva el</p>	<p>A1 Aparecimiento de nuevas Cooperativas de Ahorro y Crédito.</p> <p>A2 Desconfianza por parte de la población en el sistema financiero.</p> <p>A3 Agresiva competencia de ciertas Instituciones.</p> <p>A4 Inestabilidad y crisis económica nacional e internacional.</p> <p>A5 Desastres naturales (gestión del riesgo).</p> <p>A6 Cambios en el comportamiento de compra de los clientes y socios de la</p>

retorno de migrantes en condiciones de emprender y ser socios de la cooperativa.	cooperativa (mall, centros comerciales). A7 Sobreendeudamiento de los socios.
--	---

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.12 análisis estratégico de la matriz FODA de la cooperativa de Ahorro y Crédito Emprendedor Ahorrador.

Tabla 4.15: Análisis Estratégico de la Matriz FODA.

	OPORTUNIDAD	AMENAZA
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ampliar la cobertura en otras ciudades. 2. Posibilidad de incrementar nuevos productos y/o servicios. 3. Sectores importantes no atendidos. 4. Incremento de la demanda de microcrédito en el país. 5. Participación en el área rural de la ciudad. 6. Revalorización y reconocimiento de la interculturalidad. 7. La crisis económica conlleva el retorno de migrantes en condiciones de emprender y ser socios de la cooperativa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aparecimiento de nuevas Cooperativas de Ahorro y Crédito. 2. Desconfianza por parte de la población en el sistema financiero. 3. Agresiva competencia de ciertas Instituciones. 4. Inestabilidad y crisis económica nacional e internacional. 5. Desastres naturales (gestión del riesgo). 6. Cambios en el comportamiento de compra de los clientes y socios de la cooperativa(mall, centros comerciales). 7. Sobreendeudamiento de los socios.
FORTALEZA	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (FA)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumple con todos los requerimientos legales para constituirse como cooperativa de Ahorro y Crédito. 2. Dispone de logotipo y slogan, mediante los cuales dan a conocer al público su imagen. 3. Controlada por la SEPS. 4. Capacidad tecnológica (software y hardware). 5. En el segmento indígena evangélico, la cooperativa cuenta con un prestigio institucional representativo. 6. Principios éticos, transparencia y honradez del recurso humano. 7. Potencial de crecimiento en nuevas zonas geográficas y segmentos de mercado. 	<p>1) Búsqueda de nuevos mercados para ampliar la prestación de los productos y/o servicios financieros.(O1,O2,O3,05,O7; F1,F3,F4,F7)</p>	<p>1) Lograr la confianza y fidelidad de los socios.A1, A2, A3; F1, F2, F3, F4, F6).</p>

DEBILIDAD	ESTRATEGIAS (DO)	ESTRATEGIAS (DA)
<ol style="list-style-type: none"> 1. La infraestructura con la que cuenta la matriz en la ciudad no es propia. 2. Infraestructura requiere adecuaciones para competir en mercados más exigentes. 3. Existen pocas estrategias publicitarias promocionales. 4. Débil posicionamiento de la institución a nivel del mercado financiero local, debido a la falta de un plan de marketing. 5. No se hallan estandarizados los criterios y parámetros de calidad de servicio. 6. Diseño único de productos de ahorro y crédito en todas las oficinas y, escasa diversificación de servicios financieros, que responda a las necesidades de la localidad. 7. Se requiere trabajar en el empoderamiento, formación y normatividad del talento humano. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Capacitación al personal de la cooperativa.(O4,O5;D5,D7) 2) Comunicación efectiva y directa con el target seleccionado.(O1,O2,O3,O7;D3,D4,D6) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mejorar la calidad de productos y servicios financieros.(A2,A3,A4;D5)

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.13 Desarrollo de estrategias

Tabla 4.16: Estrategia 1: Nuevos mercados

Estrategia	Objetivo	Presupuesto	Tiempo	Responsable	Actividades a desarrollar
Búsqueda de nuevos mercados para ampliar la distribución de los productos y/o servicios financieros.	Ampliar la cobertura en sectores no atendidos tanto rural como urbano.	\$5000.00	5 meses	Departamento de Marketing	Realizar un estudio de mercado en zonas que se desee apertura una nueva agencia. <ul style="list-style-type: none"> • Naranjito • Marcelino Maridueña.

Elaborado por: Jasmani Morán.

➤ **Tabla 4.17: Estrategias 2: Calidad de productos y servicios financieros.**

Estrategia	Objetivo	Presupuesto	Tiempo	Responsable	Actividades a desarrollar
Mejora de la calidad de productos y servicios financieros.	Estandarizar los procedimientos para mejorar la calidad de productos y servicios financieros.	\$40.00	3 meses	Departamento de Talento Humano, Jefe de negocios, Gerencia.	Buzón de sugerencias.

Responsabilidad Social Corporativa	Contribuir con el medio ambiente y la sociedad.	\$00.00	Semestral	Departamento de Talento Humano, Jefe de negocios, Gerencia.	Entregar ayudas a las escuelas rurales.
------------------------------------	---	---------	-----------	---	---

Elaborado por: Jasmani Morán.

➤ **Tabla 4.18: Estrategia 3: Fidelización**

Estrategia	Objetivo	Presupuesto	Tiempo	Responsable	Actividades a desarrollar
Confianza y fidelidad de los socios.	Crear programas de fidelización del soci@ y/o cliente.	\$8960.00	1 año	Departamento de talento humano, Jefe Marketing, Negocios, Cumplimiento, Nivel operativo.	Capacitar a los comerciantes de los mercados y plazas donde la cooperativa brinda sus servicios financieros.
					Sorpresas y regalos para socios que generen mayor ingreso a la cooperativa.(canastas navideñas, regalos en el día de la madre/padre, combos estudiantiles para hijos/as de los socios del ahorro

							programado.)
							Informar en medio de comunicación radial a socios y clientes sobre la credibilidad de la cooperativa.
DESARROLLO DE LA CAPACITACIÓN PARA COMERCIANTES DE PLAZAS Y MERCADOS							
TEMA	OBJETIVO	DURACIÓN	COSTO	LUGAR	FACILITADOR	TEMAS A TRATARSE	RECURSOS REQUERIDOS
Atención al cliente y asepsia	Incentivar a los comerciantes de las plazas y los mercados a mejorar el servicio y cuidar la higiene.	6, 13, 20, 27 de Agosto del 2022. HORARIO 13:00-15:00	\$100.00	Sala de sesiones de	Estudiantes Unemi	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque al cliente. • Procesos relacionados con la atención al cliente. • Liderazgo • Las expectativas del cliente • Práctica de servicio al cliente. • Higiene 	<p>Guía de capacitación del facilitador.</p> <p>Proyector.</p> <p>Computador. Cámaras fotográficas.</p>

➤ **Tabla 4.19: Estrategia 4: Comunicación**

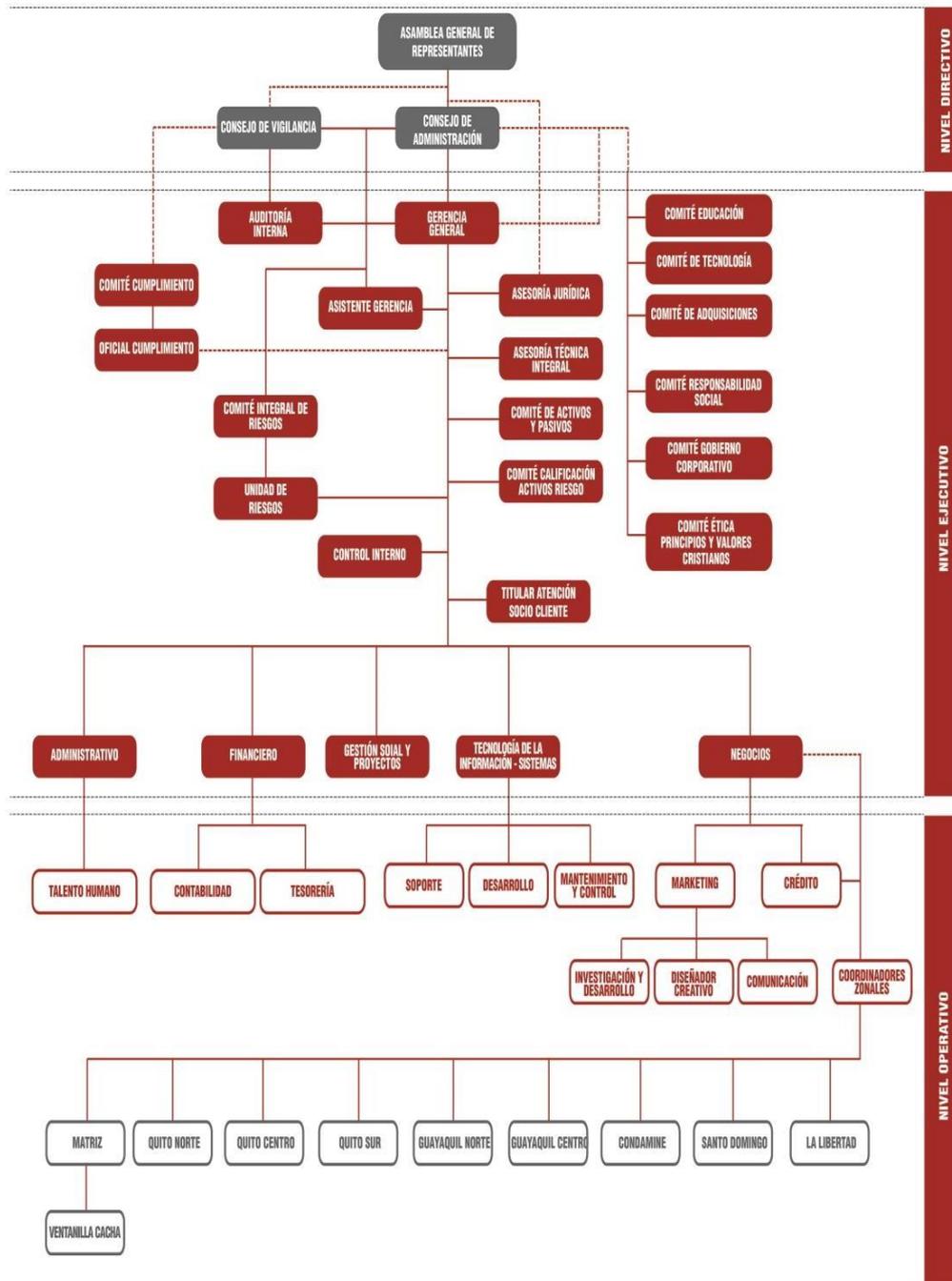
Estrategia	Objetivo	Presupuesto	Tiempo	Responsable	Actividades a desarrollar
Comunicación efectiva y directa con el target seleccionado.	Conseguir un impacto de campaña superior a la media y a las de los principales competidores.	\$20540.00	5 meses	Jefe de Marketing, Negocios, Gerencia y Financiero.	Rollup (Ahorro Programado)
					BTL (Emprendedor móvil)
					Delantales y gorras para comerciantes del mercado.
					Cajeros automáticos
					Tarjeta de débito
					Parasol
					Tachos de basura para socios/as de los mercados.
					Organizar ferias para impulsar el emprendimiento tanto de los socios Y/o clientes así como en las instituciones educativas de nivel superior.

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.1.1 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.2.1.14 La organización en la empresa

Grafico 4.8: Organigrama de la Cooperativa Emprendedor Ahorrador.



Elaborado por: Jasmani Morán.

➤ **Tabla 4.20: Estrategia 1: Capacitación al personal de la institución**

Estrategia	Objetivo	Presupuesto	Tiempo	Responsable	Temas a tratarse
Capacitación al personal de la cooperativa.	Proporcionar a la cooperativa Recursos Humanos altamente calificados en conocimientos, habilidades y actitudes para el eficiente desempeño.	\$1391.50	Semestral	Jefe de Administración de Talento Humano, Gerencia.	Atención al cliente. Relaciones Humanas Etiqueta y protocolo

Elaborado por: Jasmani Morán.

➤ **Tabla 4.21: Desarrollo de capacitación empleados**

DESARROLLO DE LA CAPACITACIÓN							
TEMA	OBJETIVO	DURACIÓN	COSTO	LUGAR	FACILITADOR	TEMAS A TRATARSE	RECURSOS REQUERIDOS
Atención al cliente	Identificar los principios generales de	6, 13, 20 de Septiembre del 2022.	\$450.00	Salón de eventos de la parroquia	Ing. Jasmani Moran	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque al cliente. • Procesos relacionados con la 	Guía de capacitación tanto del participante como del facilitador.

	la atención al cliente.	HORARIO 15:00-18:00				atención al cliente. <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque basado en procesos • Liderazgo • Las expectativas del cliente • El cuidado de los clientes existentes. • Práctica de servicio al cliente. 	Carpetas con hojas en blanco para apuntes de los participantes. Esferográficos. Marcadores tiza líquida. Pizarra tiza líquida. Proyector Computador Cámaras fotográficas.
Relaciones Humanas	Adquirir conocimientos y técnicas que faciliten las relaciones humanas al interior y exterior de la institución.	4, 11, 18 de Octubre del 2022. HORARIO 15:00- 18:00	\$450.00	Salón de eventos de la parroquia	Ms. Danilo Villarroel.	<ul style="list-style-type: none"> • La motivación y las necesidades humanas • La motivación y los comportamientos individuales y grupales. • La percepción interpersonal • Las distorsiones y los conflictos • La conducta grupal, la dirección y toma de decisiones. 	Guía de capacitación tanto del participante como del facilitador. Carpetas con hojas en blanco para apuntes de los participantes. Esferográficos. Marcadores tiza líquida. Pizarra tiza líquida. Proyector

Salud ocupacional	Promocionar y mantener el más alto grado posible de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, promoviendo la adaptación del trabajo al hombre y del hombre a su trabajo.	4, 8, 15 de Noviembre del 2022. HORARIO 15:00-18:00	\$450.00	Salón de eventos de la parroquia	Ing. Juan Carlos Vinuesa.	<ul style="list-style-type: none"> • Medicina del trabajo. • Especialidad de la medicina. • Ergonomía • Psicología organizacional • Higiene industrial 	<p>Guía de capacitación tanto del participante como del facilitador.</p> <p>Carpetas con hojas en blanco para apuntes de los participantes.</p> <p>Esferográficos.</p> <p>Marcadores tiza líquida.</p> <p>Pizarra tiza líquida.</p> <p>Proyector</p> <p>Computador</p> <p>Cámaras fotográficas.</p>
--------------------------	---	--	----------	----------------------------------	---------------------------	---	---

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.15 Los puestos de trabajo

4.2.1.15.1 Perfil del puesto y/o profesiograma

Tabla 4.22: Asamblea General

IDENTIFICACIÓN DE CARGO:	ASAMBLEA GENERAL
PROCESO:	Nivel gobernante
REMUNERACIÓN:	\$ 361.12
PERFIL	
Formación Académica: Título: en Ingeniería Comercial, Economía o afines.	
Requisitos Mínimos:	Tercer Nivel
Experiencia:	5-6 años
Edad Promedio:	30 años
ÁMBITOS DE ACCIÓN	
CONOCIMIENTOS NECESARIOS:	
<ul style="list-style-type: none">➤ Administración estratégica➤ Economía.➤ Finanzas.➤ Jurisdicción.➤ Aspectos ambientales➤ Manejo de Recursos Humanos Utilitarios.	
ACTITUDES Y HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none">➤ Iniciativa➤ Liderazgo➤ Buena comunicación Oral y escrita➤ Honestidad➤ Creatividad➤ Innovador➤ Puntual➤ Principio cristiano.➤ Comprometido.➤ Responsable.➤ Solidario.	

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.23: Consejo de Administración.

IDENTIFICACIÓN DE CARGO:	Consejo de Administración
PROCESO:	Nivel gobernante
REMUNERACIÓN:	\$ 361.12
PERFIL	
<p>Formación Académica: Título: en Ingeniería Comercial, Economía o afines. Requisitos Mínimos: Tercer Nivel Experiencia: 5-6 años Edad Promedio: 30-65 años en adelante.</p>	
ÁMBITOS DE ACCIÓN	
<p>CONOCIMIENTOS NECESARIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración estratégica ➤ Economía. ➤ Finanzas y contabilidad. ➤ Jurisdicción y leyes. ➤ Manejo de Recursos Humanos Utilitarios. ➤ Comunicación corporativa. ➤ Realización de proyectos. <p>ACTITUDES Y HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Iniciativa ➤ Liderazgo ➤ Buena comunicación Oral y escrita ➤ Honestidad ➤ Creatividad ➤ Innovador ➤ Puntual ➤ Principio cristiano. ➤ Comprometido. ➤ Responsable. ➤ Solidario. ➤ Eficiente y eficaz. 	

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.24: Presidente

IDENTIFICACIÓN DE CARGO:	Presidente
PROCESO:	Nivel gobernante
REMUNERACIÓN:	\$ 381.65
PERFIL	
<p>Formación Académica: Ingeniería Comercial, Administración de empresas o afines. Requisitos Mínimos: Tercer Nivel Experiencia: 2 años Edad Promedio: 30-65 años en adelante.</p>	
ÁMBITOS DE ACCIÓN	
<p>CONOCIMIENTOS NECESARIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración estratégica ➤ Economía. ➤ Finanzas y contabilidad. ➤ Jurisdicción y leyes. ➤ Manejo de Recursos Humanos Utilitarios. ➤ Realización de proyectos. ➤ conocimientos sólidos sobre los principios y procedimientos del sistema cooperativo. <p>ACTITUDES Y HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Iniciativa ➤ Liderazgo ➤ Buena comunicación Oral y escrita ➤ Honestidad ➤ Creatividad ➤ Innovador ➤ Puntual ➤ Principio cristiano. ➤ Comprometido. ➤ Responsable. ➤ Solidario. ➤ Eficiente y eficaz. 	

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.25: Gerencia.

IDENTIFICACIÓN DE CARGO:	Gerencia
PROCESO:	Nivel ejecutivo
REMUNERACIÓN:	\$ 378.92
PERFIL	
<p>Formación Académica: Título: en Ingeniería Comercial, Economía, Administración de empresas o afines.</p> <p>Requisitos Mínimos: Tercer Nivel</p> <p>Experiencia: 4 años</p> <p>Edad Promedio: 30-65 años en adelante.</p>	
ÁMBITOS DE ACCIÓN	
<p>CONOCIMIENTOS NECESARIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración estratégica ➤ Economía. ➤ Finanzas y contabilidad. ➤ Manejo de Recursos Humanos Utilitarios. ➤ Comunicación corporativa. ➤ Realización de proyectos. ➤ Conocimientos sólidos sobre los principios y procedimientos del sistema cooperativo. ➤ Capacitación en economía solidaria y cooperativismo. <p>ACTITUDES Y HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Iniciativa ➤ Liderazgo ➤ Buena comunicación Oral y escrita ➤ Honestidad ➤ Creatividad ➤ Innovador ➤ Puntual ➤ Principio cristiano. ➤ Comprometido. ➤ Responsable. ➤ Solidario. ➤ Eficiente y eficaz. 	

Elaborado por: Jasmani Morán.

Tabla 4.26: Unidad de Administración y de Talento Humano.

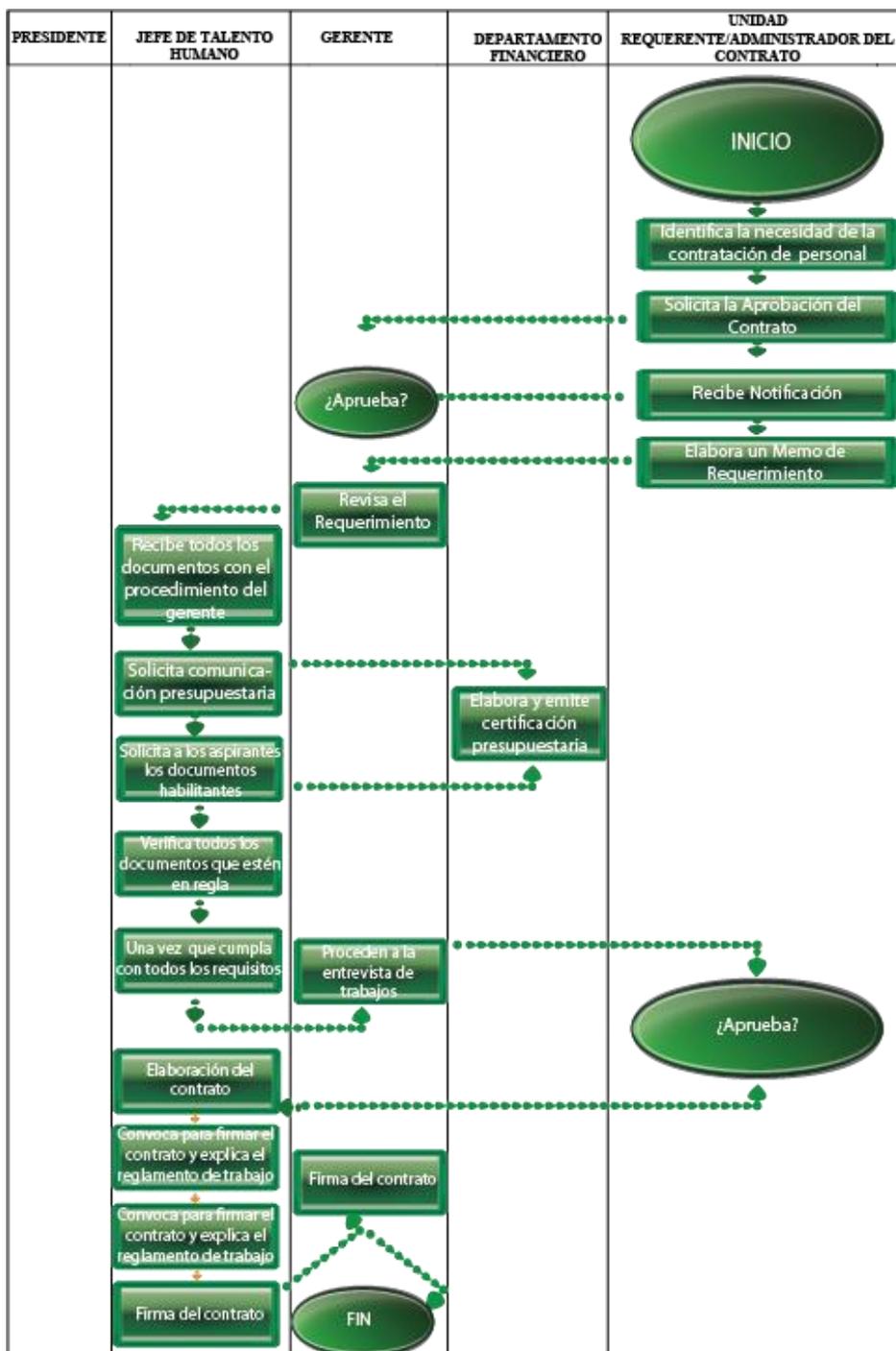
IDENTIFICACIÓN DE CARGO:	Unidad Administrativa y de Talento Humano
PROCESO:	Nivel de Apoyo
REMUNERACIÓN:	\$ 378.92
PERFIL	
<p>Formación Académica: Administración de Empresas, Derecho o carreras afines. Requisitos Mínimos: Tercer Nivel Experiencia: 4 años Edad Promedio: 30 años.</p>	
ÁMBITOS DE ACCIÓN	
<p>CONOCIMIENTOS NECESARIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración estratégica ➤ Economía. ➤ Conocimientos de Análisis Financiero y Contabilidad. ➤ Conocimiento de herramientas administrativas y gestión de talento humano. <p>ACTITUDES Y HABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Iniciativa ➤ Liderazgo ➤ Buena comunicación Oral y escrita ➤ Honestidad ➤ Creatividad ➤ Innovador ➤ Puntual ➤ Principio cristiano. ➤ Comprometido. ➤ Responsable. ➤ Solidario. ➤ Eficiente y eficaz. ➤ Manejo de conflictos. ➤ Pensamiento analítico ➤ Planificación/Organización. ➤ Destreza de administración de personal. 	

Elaborado por: Jasmani Morán.

4.2.1.15.2 El reclutamiento y la selección

Según (Chiavenato, 2017, pág. 149) El reclutamiento es un conjunto de técnicas y procedimientos que se proponen a traer candidatos potencialmente calificados y capaces para ocupar puestos dentro de la organización. Básicamente es un sistema de información, mediante el cual la organización divulga y ofrece al mercado RRHH oportunidades de empleo que pretende llenar.

➤ **Grafico 4.9: Flujograma de Selección de personal**



4.1.1 PRESUPUESTO

El presupuesto que se detallará a continuación es la herramienta que permitirá tener una versión cuantificada del total de los costos que se realizará al momento en que los directivos de la cooperativa de Ahorro y Crédito “Emprendedor ahorrador” decidan aplicar el Plan de Negocios propuesto.

Tabla 4.27: a) Costo Plan de Marketing (Investigación de Mercados)

Cantidad	Detalle	Costo	Total
2	Investigadores	\$191.00	\$382.00
382	Copias	0.05	19.10
6	Esferos	0.35	2.10
2	Apoya manos	3.00	6.00
10	Sobre manila	0.20	2.00
4 días	Alimentación de investigadores	10.00	40.00
5 días	Transporte	5.00	10.00
Total			\$ 461.20

Elaborado por: Jasmani Morán.

➤ **Tabla 4.28: b) Costo Plan Estratégico**

Cantidad	Detalle	Costo	Total
	Estrategia #1: Búsqueda de nuevos mercados para ampliar la distribución de los productos y/o servicios financieros. (Estudio de mercado)		\$5000.00
	Estrategia #2: Mejora de la calidad de productos y servicios financieros.		40.00
2	Buzón de sugerencias 20,00c/u	\$40.00	
	Estrategia #3: Confianza y fidelidad de los socios.		8960.00
	Refrigerios (5 estudiantes capacitadores)	\$100.00	
500	Viáticos a 10,00 c/u.	5000.00	

300	Recuerdos (día de la madre y del padre) 3,00Combos	900.00	
100	estudiantiles a 20,00 c/u	2000.00	
1 año	Radio Vega Mega a 4,00 por un mesRadio	384.00	
1 año	Voz de Milagro a 6,00 diario por un mes	576.00	
Estrategia #4			
Comunicación efectiva y directa con el target			
seleccionado.			\$20090.00
2	Rollup (Ahorro programado) a 70,00 c/u	\$140.00	
2	Emprededor móvil (Btl) a 25,00 c/u	50.00	
200	Delantales y gorras (socios) a 12,00 c/u	2400.00	
1	Cajero Automático	15000.00	
50	Tarjetas de débito a 15,00 c/u	750.00	
30	Parasoles (socios) a 25,00 c/u	750.00	
200	Basureros (socios) a 5,00 c/u	1000.00	
Total			\$34090.00

Elaborado por: Jasmani Morán.

➤ **Tabla 4.29: c) Plan de Recursos Humanos**

Cantidad	Detalle	Costo	Total
	Estrategia #1: Capacitación al personal de la cooperativa.		\$1391.50
	Facilitadores a 150,00 por día (9 días)		
3	Carpetas de cartón a 0,25 c/u	\$1350.00	
40	Hojas de papel Boom a 0,02 c/u	10.00	
100	Esferos a 0,30 c/u	2.00	
40		12.00	

5	Marcadores de tiza liquida a 0,50 c/u	2.50	
50	Aguas Tesalia a 0,30 c/u	15.00	
	Estrategia # 2		
	Fichas para contratar al personal		
40	Fichas a 0,15 c/u	\$6,001.50	\$7.50
1	Flujograma		
Total			\$1399.00

Elaborado por: Jasmani Morán.

TOTAL= a+b+c

Total =461.20+34090.00+1399.00

35950.20