



POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-37-No.696-2017

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROPUESTA METODOLÓGICA Y TECNOLÓGICA AVANZADA

TEMA:

IMPLEMENTACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA LA
CREACIÓN DE UN PRODUCTO AHORRO PROGRAMADO
EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
TEXTIL 14 DE MARZO

AUTOR:

ALICIA ARACELY TOBAR FLORES

DIRECTOR:

ANDRÉS RICARDO MOLINA CÓRDOVA

QUITO - ECUADOR
2020

Autora:***Alicia Aracely Tobar Flores.***

Ingeniera en Contabilidad y Auditoría
Candidata a Magíster en Administración de Empresas
Mención Gestión Financiera, por la Universidad
Politécnica Salesiana – Sede Quito.
aracely.tobarf@gmail.com

Dirigido por:***Andrés Ricardo Molina Córdova.***

Docente UPS Sede Quito
Ingeniero Comercial con Mención en Marketing
Magister en Marketing
amolina@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2020 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

TOBAR FLORES ALICIA A.

IMPLEMENTACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO AHORRO PROGRAMADO PARA LA COAC TEXTIL 14 DE MARZO

RESUMEN

La demanda insatisfecha de socios y clientes de la cooperativa, relacionados con los productos del pasivo que actualmente oferta esta entidad es significativa, razón por la cual me llevaron a tomar la decisión de implementar un producto de ahorro programado diferente a los que existen el mercado financiero, a fin de captar ese nicho de mercado y posibilitar, sembrar una cultura de ahorro.

Palabras claves: ahorro, producto, fondeo, pasivo, socio.

ABSTRACT

The unsatisfied demand of cooperative members and costumers related to the liability products that this entity offers nowadays is meaningful, this is the reason why I have been motivated for deciding to carry out a savings programmed product different from others that already exist in the financial market in order to get that market niche and enable the generation of a saving culture.

Keywords: savings, product, funding, liabilities, partner.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
2.1 Formulación del Problema.....	3
2.2 Justificación teórica.....	4
2.3 Justificación práctica.....	4
3. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	5
3.1 Marco conceptual.....	5
3.2 Bases teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores.....	7
3.3 Análisis crítico de las metodologías existentes relacionadas al problema.....	13
4. MATERIALES Y METODOLOGÍA.....	14
4.1 Unidad de análisis.....	14
4.2 Población, tamaño y selección de la muestra.....	14
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	16
5.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados (encuesta y entrevista).....	16
5.2 Resultados encuestas socios activos COAC Textil 14 de Marzo.....	17
5.3 Resultados de las entrevistas a las Jefaturas Departamentales y Gerencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Textil 14 de Marzo y Gerencias Externas.....	22
5.4 Propuesta Metodológica o Tecnológica.....	27
6. CONCLUSIONES.....	32
7. REFERENCIAS.....	33

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Responsables de la implementación y control	30
Tabla 2 Indicadores	31

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Destino de ingresos.....	17
Figura 2 Monto asignado para el ahorro.....	18
Figura 3 Aceptación del producto ahorro programado	19
Figura 4 Valor de ahorro mensual.....	20
Figura 5 Ahorro programado en otras entidades.....	21
Figura 6 Captaciones frente a las colocaciones.....	22
Figura 7 Riesgo en captación	23
Figura 8 Estrategias para el ahorro	24
Figura 9 Factor de éxito ahorro programado	25
Figura 10 Nichos de mercado.....	26

1. INTRODUCCIÓN

El sector cooperativo del Ecuador a lo largo de su historia ha afrontado muchas dificultades, principalmente debido a la informalidad con la que realizaban su trabajo. En este sentido se fueron sumando varios factores, económicos, tecnológicos, financieros, políticos que influenciaron en la evolución y crecimiento de estas entidades. Existieron organismos que intentaron dar un mejor ordenamiento y formalidad a estas instituciones tales como: la Dirección de Cooperativas, Federación de Cooperativas del Ecuador, la Superintendencia de Bancos y finalmente a Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Este trabajo investigativo se centra y desarrolla en la COAC Textil 14 de Marzo, la misma que se encuentra categorizada en el segmento 2 del Sector Financiero Popular y Solidario del Ecuador bajo el control y supervisión de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

Esta clasificación está de acuerdo a la resolución 038-2015-F, emitida por la Junta de Política Monetaria y Financiera, de 13 de febrero del 2015, que menciona en su Artículo 1.- “Las entidades del sector financiero popular y solidario de acuerdo al tipo y al saldo de sus activos se ubicarán en los siguientes segmentos: segmento 1 activos mayor a 80’000.000,00 (USD); segmento 2 activos mayor a 20’000.000,00 hasta 80’000.000,00 (USD); segmento 3 mayor a 5’000.000,00 hasta 20’000.000,00 (USD); segmento 4 mayor a 1’000.000,00 hasta 5’000.000,00 (USD); segmento 5 hasta 1’000.000,00 (USD), cajas de ahorro, bancos comunales y cajas comunales.” (SEPS, 2019)

La definición más acertada de qué es una cooperativa de ahorro y crédito la señala la Ley de Economía Popular y Solidaria “El sector cooperativo es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.” (LOEPS, 2018)

Para que una COAC cambie o se recategorice de segmento siempre será valorada por su volumen de activos, la administración eficiente de los activos hablará bien de la disciplina

financiera que ha utilizado este tipo de entidad, por otra parte la demanda de productos y servicios por parte de los socios y clientes de una cooperativa es cada vez más significativa, producto de la segmentación realizada se otorgaron mayores beneficios a aquellas cooperativas ubicadas en segmentos superiores, razón por la cual, se torna imprescindible para estas entidades ascender o cambiar de segmento.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito están autorizadas para realizar intermediación financiera que comprende las captaciones y colocaciones de recursos, sin embargo, resulta de mayor complejidad captar recursos, que colocarlos; por lo que obtener recursos a una Cooperativa de Ahorro y Crédito se tornan mucho más difícil debido a que el público en general prefiere ahorrar en el sistema bancario.

Los productos y servicios que ofrecen tanto la banca como las Cooperativas de Ahorro y Crédito son los mismos, la diferencia radica en que los bancos han utilizado de forma oportuna la tecnología financiera para captar dichos recursos. Esta desventaja en las cooperativas resulta un serio problema, debido a que no cuentan con el recurso económico para cerrar con el círculo de la intermediación financiera y por lo tanto se ven relegadas al crecimiento de activos soportados en sus pasivos.

Actualmente las cooperativas para contrarrestar las estrategias generadas por la banca tradicional y en búsqueda de su eficiencia han diversificado sus productos financieros lo que les ha hecho más competitivas.

Una de estas estrategias es crear productos que atraigan los recursos del público, precisamente el Ahorro Programado es uno de ellos. Las características (atractivas) que debe reunir este producto avizorarán el éxito del mismo, esto repercutirá en dos factores favorables por un lado la satisfacción de las necesidades de socios, clientes y por otro lado el crecimiento del pasivo de la entidad financiera que faculte la otorgación de créditos.

2. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 Formulación del Problema

Las dificultades de captación de recursos que han enfrentado las Cooperativas de Ahorro y Crédito a lo largo del tiempo han provocado que estas entidades se les visualiza como meras otorgadores de crédito. El público en general han buscado a otras entidades financieras para confiar sus recursos, sometiendo de forma indirecta a las Cooperativas de Ahorro y Crédito a un problema mayor para obtener sus recursos.

La gran cantidad de cooperativas existentes en el Ecuador, cada una con los mismos problemas de captación han dictaminado para que el mercado financiero de estas se manejen a través del único indicador que es la tasa de interés. Han pasado desapercibidos los factores de eficiencia y efectividad en la captación de recursos y únicamente se ha ceñido a que aquella entidad financiera que pague mayor tasa sea quien consiga el recurso el mercado financiero cooperativo, es un mercado en donde predomina la tasa de interés, sin interesar los riesgos inherentes a este proceso, no se observa la seguridad de contar atrás con una entidad solvente sino más bien el beneficio mediático generado a través de los intereses percibidos.

Esta situación será abordada en este estudio investigativo y propondrá una solución para que socios y clientes actuales y potenciales de la COAC Textil 14 de Marzo inviertan en esta entidad bajo una óptica segura y confiable.

La COAC Textil 14 de Marzo no cuenta con fondos o recursos permanentes y alternativos que permitan incrementar el volumen del pasivo y poder contar con el recurso para las colocaciones de crédito para incrementar el activo y posibilitar escalar de segmento. Este documento establece una metodología para crear un nuevo producto del pasivo denominado Ahorro Programado que conjugue las políticas y procedimientos de ahorro a la vista con el ahorro a plazo y que le proyecte al mercado de forma atractiva.

2.2 Justificación teórica

La investigación del presente tema se origina por la necesidad que la COAC Textil 14 de Marzo que no cuentan con fondeos o recursos permanentes y alternativos que permitan incrementar las fuentes del pasivo, lo que conlleva no abastecer de recursos para la colocación y por lo tanto no existe crecimiento de cartera que es la cuenta que permite escalar de segmento a las Cooperativas de Ahorro y Crédito. A través de la creación de un producto de Ahorro Programado se posibilitará la diversificación del portafolio del pasivo y mediante una gestión adecuada para la comercialización del producto, acompañando de una educación financiera para consolidar una cultura de ahorro.

Además que debemos considerar que la Intermediación Financiera comprende las colocaciones y captaciones de recursos, los cuales es de vital importancia para el giro del negocio de una entidad, y con este nuevo producto la institución mantendrá una cierta ventaja competitiva frente al nivel financiero y en un futuro podrá escalar de segmento.

Para realizar este trabajo se cuenta con disponibilidad y acceso a la información requerida y además con el apoyo y la colaboración de la institución en mención.

2.3 Justificación práctica

Con la Implementación de una Metodología para la creación de un Producto Ahorro Programado para la COAC TEXTIL 14 DE MARZO se pretende obtener resultados óptimos que permitan a través de este producto:

- Incrementar las fuentes de fondeo del pasivo.
- Proporcionar un nuevo producto de ahorro con mejores características a los socios y clientes de la COAC Textil 14 de Marzo.
- Apoyar en la mitigación del riesgo de calce del activo versus el pasivo para la COAC Textil 14 de Marzo.

- Diversificar el portafolio del producto del pasivo de La COAC Textil 14 de Marzo.
- Incrementar las captaciones.
- Establecer una cultura de ahorro a nuestros socios y clientes.
- Realizar una gestión adecuada de marketing para impulsar el crecimiento del pasivo.
- Mejorar indicadores financieros del pasivo.

3. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Marco conceptual

Cooperativa.- Sociedad de personas mancomunadas que persiguen bienestar de sus asociados.

Cliente.- Aquella persona natural o jurídica con capacidad de contratar, beneficiaria de un bien o servicio. En el sector cooperativo aquella que tiene una relación financiera sin registrar valores en certificados de aportación.

Socio.- Persona natural o jurídica, con capacidad de contraer obligaciones, en el sector cooperativo aquel que mantiene certificados de aportación con el mínimo requerido por la entidad.

Producto.- Aquel bien tangible, sujeto de demanda por parte de clientes que necesitan para satisfacer sus necesidades.

Servicio.- Aquel bien intangible, que es requerido de sus clientes con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

Precio.- Valor que se asigna a un bien o servicio dependiendo de la exclusividad o impacto que tiene este en el mercado.

Promoción.- Acciones, estrategias realizadas para incentivar las ventas de bienes o servicios.

Mercado.- Espacio físico o virtual en donde se concentran la oferta y demanda de productos.

Ahorro a la vista.- Capacidad que tiene una persona natural o Jurídica para mantener recursos económicos a libre disponibilidad bajo custodia y responsabilidad de una entidad financiera, la misma que entrega un interés por el tiempo de permanencia del recurso.

Matiz de Liquidez.- Incluye la evaluación detenida de cada rubro de capital de trabajo con base en el período en que se convertirá en efectivo y se establecieron una serie de nuevos indicadores financieros relacionados exclusivamente con la liquidez empresarial.

Activos Financieros.- Son todas las colocaciones de efectivo, bajo las cuales una organización espera generar ingresos futuros a través de los intereses generados o la venta directa con un valor superior a lo adquirido.

Activos Financieros Temporales.- Son posiciones de liquidez inmediata representada por documentos de inversión o cuantías negociables por el estado, son considerados también activos temporales las acciones preferentes y comunes de una empresa.

Activo Circulante.- Son las posiciones de valor de mayor efectividad para hacerles más líquidas generalmente en periodos menor a un año.

Intermediación.- “Inversión que se lleva a cabo a través de una Institución Financiera.” (Brealey Rchard, 2015) pag 891

Riesgo de Mercado.- “Riesgo que no puede diversificarse.” (Brealey Rchard, 2015) pag 897

Tasa de interés nominal.- “Tasa de interés expresada en términos monetarios.” (Brealey Rchard, 2015) pag 898

Tasa de Rendimiento.- “Ingreso total y valoración del capital por período de dólar invertido.” (Brealey Rchard, 2015) pag 898.

3.2 Bases teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores.

En esta sección se enfocará los criterios de diferentes autores relacionados con el caso de estudio a fin de que sirvan de apoyo esos conceptos del ahorro, su influencia, ventajas, el riesgo inherente al proceso de ahorro como pilar fundamental de la cuenta del pasivo de una entidad financiera y el rol protagonista que debe cumplir como fuente de fondeo para las colocaciones de una entidad financiera.

Según el artículo de (Gallego, 2000) dice “conceptualmente el ahorro corresponde a una decisión económica, en que se pospone el consumo presente hacia el futuro en otras palabras, a una sustitución de consumo presente por consumo futuro.”

De acuerdo con el artículo de (Figueiro, 2010), en su resumen menciona “En este sentido, el trabajo plantea que las prácticas de consumo son estructuradas en torno a las condiciones de percepción del ingreso, es decir, a partir del trabajo del que se disponga normal o informal, la regularidad del pago fijo o no y, en el primer caso con que frecuencia temporal percibe y la forma del mismo si se halla bancariado o no.”

A criterio de (Moreno, 2003) puntualiza que “El efectivo debe estar sujeto a libre disposición y sin restricciones.

Las inversiones temporales están representadas por valores negociables o por cualquier instrumento de inversión, convertibles en efectivo en el corto plazo, y tienen por objeto normalmente, obtener un rendimiento hasta el momento en que estos recursos sean utilizados la entidad. Los valores negociables son aquellos que se cotizan en bolsas de valores o son operados a través del sistema financiero.

Las inversiones tienen que estar sujetas a liquidez más o menos inmediata y deben haberse efectuado con el propósito de disponer de ellas dentro del ciclo financiero a corto plazo.”

Según (Mariño, 2013) menciona que las potenciales fuentes internas de liquidez son “el Incremento de de ventas, Recuperación de Cartera en Mora, Liquidación de Inventarios, Ventas

de activos Improductivos, Recuperación de Otras Cuentas por Cobrar, Análisis de Otros Activos; una vez que se han adaptado e implementado las fuentes internas será necesario acudir a las fuentes externas de liquidez como son: Préstamos Bancarios, Préstamos de accionistas o empresas relacionadas, Inversiones Temporales o emisión de Obligaciones, Emisión de Acciones, Aporte de Socios.”

Como manifiesta (Rosales, 2014) en su concepto de riesgo de liquidez es “cuando la institución enfrenta una escasez de fondos para cumplir sus obligaciones y que por ello, tiene la necesidad de conseguir recursos alternativos o vender activos en condiciones desfavorables, esto es, asumiendo un alto costo financiero o una elevada tasa de descuento, incurriendo en pérdidas de valorización.” (pág 251)

Según (Rosales, 2014) define al Riesgo de Mercado como “la contingencia que una institución incurra en pérdidas por movimientos de los precios del mercado como resultado de las posiciones que mantenga dentro y fuera del balance. Para analizar el impacto de este tipo de riesgo se requiere listar a los Activos (pasivos) sensibles a la tasa de interés que son aquellos cuyo valor es afectado por la tasa de interés de modo que un cambio de esta pueda generar cambios en su valor de mercado, o variaciones en el flujo de ingresos (egresos) que ellos se derivan.” (pág 255)

A criterio de (Bravo & Sanchez, 2012), define a la Administración de Riesgo como “la identificación, evaluación, medición, control, financiación y transferencia de los riesgos a los que está expuesta la empresa y que puedan de alguna manera afectar la viabilidad de las operaciones futuras. En forma específica, la propuesta de valor del GIR, complementa la visión tradicional de maximización de valor al considerar, además de la generación del flujo de caja para los accionista, los siguientes aspectos: monitoreo continuo del entorno y las acciones de los competidores, fortalecimiento de las habilidades de una empresa para superar adversidades potenciales, mayor gobernabilidad y facilidad de control de la compañía a todo nivel, estabilización de los flujos de caja, evaluación del portafolio de oportunidad de crecimiento, permitir la integración de todos los sistemas de gestión.”

Es importante conocer como se mueven los documentos financieros títulos valores en un mercado porque estos necesariamente tienen impacto en la adquisición de nuevos recursos en una entidad financieras tal cual lo señala (Rosales, 2014) “la calificación de riesgo de un título valor emitido y por colocar en el mercado de capitales ecuatoriano, es la probabilidad de redención de ese título, así como de su riesgo relativo frente a otras alternativas similares de inversión. Incluye un análisis sobre la capacidad e intención de pago de un emisor, con respecto a una obligación específica, si se trata de un título de deuda o de la fortaleza financiera de una entidad, si se trata de acciones o de la calidad de colocaciones, si se refiere a un fondo.” (pág 172)

Otro parámetro financiero que debemos tomar en cuenta para un análisis de riesgo integral financiero es el flujo de caja según (Rosales, 2014) “el flujo de caja detalla los ingresos y salidas de efectivo de una institución financiera durante un período determinado. Indica de dónde viene el efectivo y cómo se gastó, uno de los propósitos del estado de flujo de caja es presentar todas las entradas y salidas de efectivo para un período determinado (normalmente mensual); servir como una herramienta para calcular el flujo de efectivo en el futuro; revelar el impacto de las decisiones gerenciales.” (pág. 168)

A criterio de (Rosales, 2014) define al Balance Social Cooperativo “al informe que surge del sistema de información socioeconómico de una cooperativa. Su finalidad es brindar información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por la misma, en concordancia con su propia identidad.” (pág. 302)

Según la (SEPS, 2019) define “La economía popular y solidaria es la forma de organización económica donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos. Esta forma de organización se basa en las relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, lucro y la acumulación de capital.”

Las entidades financieras del Sector Financiero de Economía Popular y Solidaria se rigen bajo principios, los mismos que se detallan en la (LOEPS, 2018) “las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, se guían en los siguientes principios: la búsqueda del buen vivir y el bien común, la prelación del trabajo sobre capital y de los intereses colectivos sobre los individuales, el comercio justo y consumo ético y responsable, la equidad de género, el respeto a la identidad cultural, la autogestión, la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y redención de cuentas y la distribución equitativa y solidaria de excedentes.”

La Economía Popular y Solidaria ha existido siempre desde los inicios del ser humano con el intercambio o trueque que realizaban, posteriormente desde el año 2008, la Constitución de la República del Ecuador, señala en su Artículo 283 “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la Ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.”

Según como consta la (LOEPS, 2018) Título III, Capítulo I, Del Sector Financiero Popular y Solidario menciona:

“Art. 78.- Sector Financiero Popular y Solidario.- Para efectos de la presente ley, integran el Sector Financiero Popular y Solidario las cooperativa de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro.”

“Art.80.- Disposiciones supletorias.- las cooperativas de ahorro y crédito entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro, en lo no previsto en este Capítulo, se regirán en lo que corresponda según su naturaleza por las disposiciones establecidas en el Título

II de la presente Ley; con excepción de la intervención que será solo para las cooperativas de ahorro y crédito.”

Según como consta en el (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014) Título II Sistema Financiero Nacional, Capítulo 1 Actividades Financieras, Sección 1 De las actividades financieras y su autorización dice en sus artículos:

“Art.143.-Actividad Financiera.- Para efectos de este Código, actividad financiera es el conjunto de operaciones y servicios que se efectúan entre oferentes, demandantes y usuarios, para facilitar la circulación de dinero y realizar intermediación financiera; tienen entre sus finalidades preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de sus objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras son un servicio de orden público, reguladas y controladas por el Estado, que pueden ser presentadas por las entidades que conforman en el sistema financiero nacional, previa autorización de los organismos de control, en el marco de la normativa que expida la Junta de Política y regulación Monetaria y Financiera.”

Según como consta en el (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014) Título II Sistema Financiero Nacional, Capítulo 2 Integración del Sistema Financiero Nacional menciona:

“Art. 163.- Sector financiero popular y solidario. El sector financiero popular y solidario está compuesto por:

1. Cooperativas de ahorro y crédito;
2. Cajas centrales;
3. Entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro; y,
4. De servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: software bancario, transaccionales, de transporte de especies monetarias y de valores, pagos, cobranzas, redes y cajeros automáticos, contables y de computación y otras calificadas como tales

por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en el ámbito de su competencia.

También son parte del sector financiero popular y solidario las asociaciones, mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda.

Las entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro se regirán por las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y las regulaciones que dicte la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.”

De acuerdo con (LOEPS, 2018) en su artículo 21 establece “al conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social”.

Norma General para la apertura y manejo de las cuentas de ahorro en las entidades de los sectores financieros públicos y privados

A continuación se detalla las características que debe contener una cuenta de ahorro:

- a) Un contrato, donde se estipule si se trata de una persona natural o jurídica y que conste con las transacciones que son permitidas realizar en dicha cuenta.
- b) La apertura de cuenta de ahorro se debe realizar de forma presencial en la entidad financiera en donde se evidencie la participación del titular de la cuenta y el responsable de la entidad financiera de la apertura.
- c) Para realizar una apertura de cuenta de ahorro se requerirá del contratante los originales de su cédula de identidad o documento que certifique su identificación (personas extranjeras).

- d) Al contrato de apertura de cuenta de ahorro se deberá adicionar un instructivo o manual de usuario que permita conocer a satisfacción de cliente o usuario financiero todas las bondades que esta permitido ejecutar a la obtención de dicha cuenta.
- e) La cuenta de ahorros deberá manejar un accesorio denominado tarjeta de débito, la misma que debe estar anclada a la cuenta original, debiéndose registrar los movimientos financieros que realice el cliente.
- f) El contrato de cuenta de ahorro debe ser legible, requiriendo de sus actores (cliente, e institución financiera), la suscripción de aceptación con la respectivas firmas en el documento citado.
- g) Se debe considerar que se pueden apertura cuentas de ahorro de forma individual o conjunta requiriéndose de sus beneficiarios la firma individual o conjunta respectivamente.
- h) La entidad financiera podrá crear cuentas, según la necesidad y giro de negocio que esta estableciera.

3.3 Análisis crítico de las metodologías existentes relacionadas al problema

La investigación tiene su fundamentación legal en la reciente Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y su reglamento que ya se encuentra en vigencia, Estatuto y Reglamentos Internos que regirán y normarán las actividades de la cooperativa.

Esta investigación es analizar la gestión para la colocación de créditos y su efecto en la rentabilidad de la COAC Textil 14 de Marzo para contribuir con un análisis que englobe la situación actual de la cooperativa; a través de la diversificación del pasivo creando un nuevo producto de ahorro programado para que permita abastecer el recurso de la colocación e incremente la cartera y minimice el riesgo de liquidez con esta nueva alternativa.

4. MATERIALES Y METODOLOGÍA

4.1 Unidad de análisis

La unidad de análisis de estudio es la COAC Textil 14 de Marzo, el área del pasivo-captaciones-ahorros-ahorro programado, sus socios, potenciales socios y clientes, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Textil 14 de Marzo, la Jefatura de Captaciones, Jefatura de Tesorería, Jefatura de Operaciones, Gerencias, serán la unidad de análisis para la elaboración de la Implementación de un nuevo Producto de Ahorro Programado.

4.2 Población, tamaño y selección de la muestra

La COAC Textil 14 de Marzo es la población de objeto de estudio que consta de 22000 socios activos.

Tamaño de muestra

Se considera como muestra a 350 socios activos de la COAC Textil 14 de Marzo, tres jefaturas departamentales como son; Jefatura de Captaciones, Tesorería, Operaciones y tres Gerencias divididas en 2 Gerencias Externas y una de la institución.

Selección de la muestra

La población de la COAC Textil 14 de Marzo se consideró infinita por lo que se aplicó al cálculo de la muestra.

Aplicación cálculo de la muestra

Con esta aplicación de la fórmula se estableció el número de encuestas que se realizó a los socios activos de la COAC Textil 14 de Marzo para obtener información de las necesidades y características de los socios que sirvió de sustento para el nuevo producto a ser ofertado.

El promedio de la población proyectada hasta el octubre 2019 es de 22000 socios activos (tamaño de población).

Fórmula para el cálculo de la muestra

Donde:

Z= Nivel de Confianza

p = Probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

n= Muestra Inicial

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{d^2}$$

Métodos a emplear. ¿Cuál y para qué?

Se realizó entrevistas a las Jefaturas de Captaciones, Tesorería, Operaciones y Gerencias, así como también encuestas direccionadas a los socios para definir las necesidades y características del nuevo producto del pasivo a ser ofertado.

Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias

Fuente primaria: Cooperativa de Ahorro y Crédito Textil 14 de Mayo información Financiera de las cuentas del el área del pasivo-captaciones-ahorros

Fuentes secundarias: libros de administración de fondos, páginas web que controlan a las entidades financieras, leyes y normativas aplicables al sector financiero del Ecuador .

Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué?

Entrevistas a las Gerencias y encuestas físicas a través del Google drive los socios de la Cooperativa para conocer las necesidades y expectativas para la creación del nuevo producto a ser ofertado.

Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información.

Se utilizó la herramienta de Google Drive para el análisis e interpretación de la información.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados (encuesta y entrevista)

Para el desarrollo de este estudio y como medio de recolección de datos se aplicó entrevista individuales a tres Jefaturas Departamentales y una Gerencia de la COAC Textil 14 de Marzo y dos Gerencias externas que constituye una muestra representativa, adicional se realizó 350 encuestas a las socios activos de la Institución de esta manera permitió la obtención de la información confiable y de manera oportuna facilitando la estructuración para la “Implementación de una Metodología para la creación de un producto ahorro programado para la COAC TEXTIL 14 DE MARZO”.

La herramienta de investigación que se aplicó es la entrevista no estructurada.

Inicio de una entrevista no estructurada:

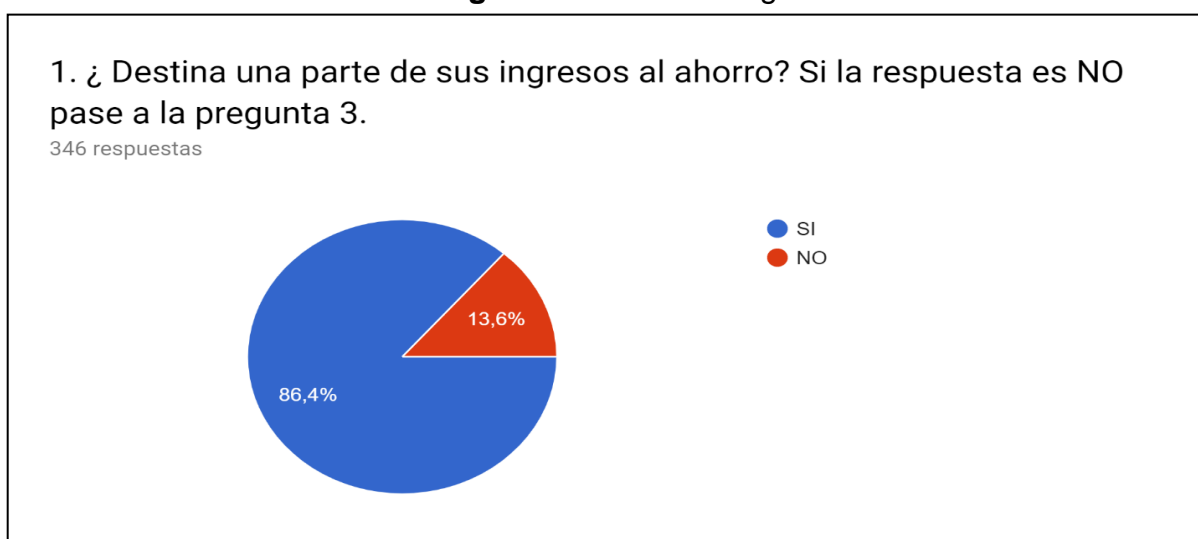
Se dio la bienvenida , luego se explicó el propósito de la entrevista que es conocer su opinión en cuanto a productos del pasivo, los riesgos, controles, criterio contable y en especial características presupuesto, tecnología del producto de ahorro programado que fue útil para obtener información confiable y oportuna facilitando la estructuración para la ejecución del presente trabajo de investigación.

Se agradeció la participación, y se pidió permiso para grabar la entrevista, el entrevistado accedió a ser grabado. El tiempo de duración promedio de la entrevista fue de 50 minutos por entrevistado.

El tipo de Encuesta que se va aplicó a los socios de la COAC Textil 14 de Marzo fue la **Encuesta tipo Cuestionario** la cual se lo realizó a través de una hoja de preguntas que se entrega a cada una de las personas para su respuesta directa. Las preguntas estandarizadas se preparan con anticipación y previsión.

5.2 Resultados encuestas socios activos COAC Textil 14 de Marzo.

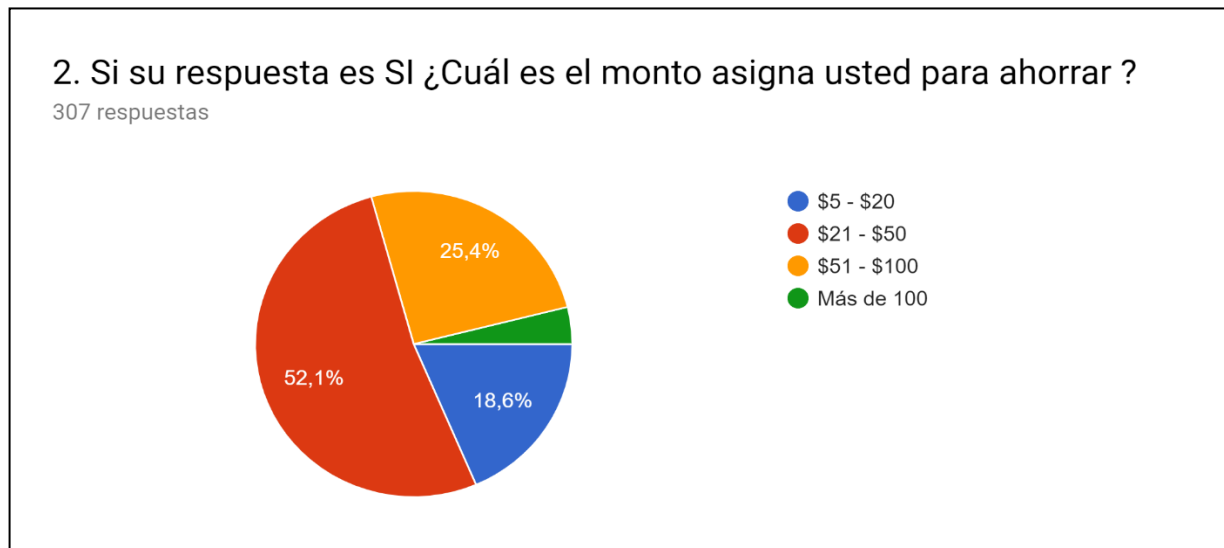
Figura 1 Destino de ingresos



Elaborado: Aracely Tobar

Interpretación:

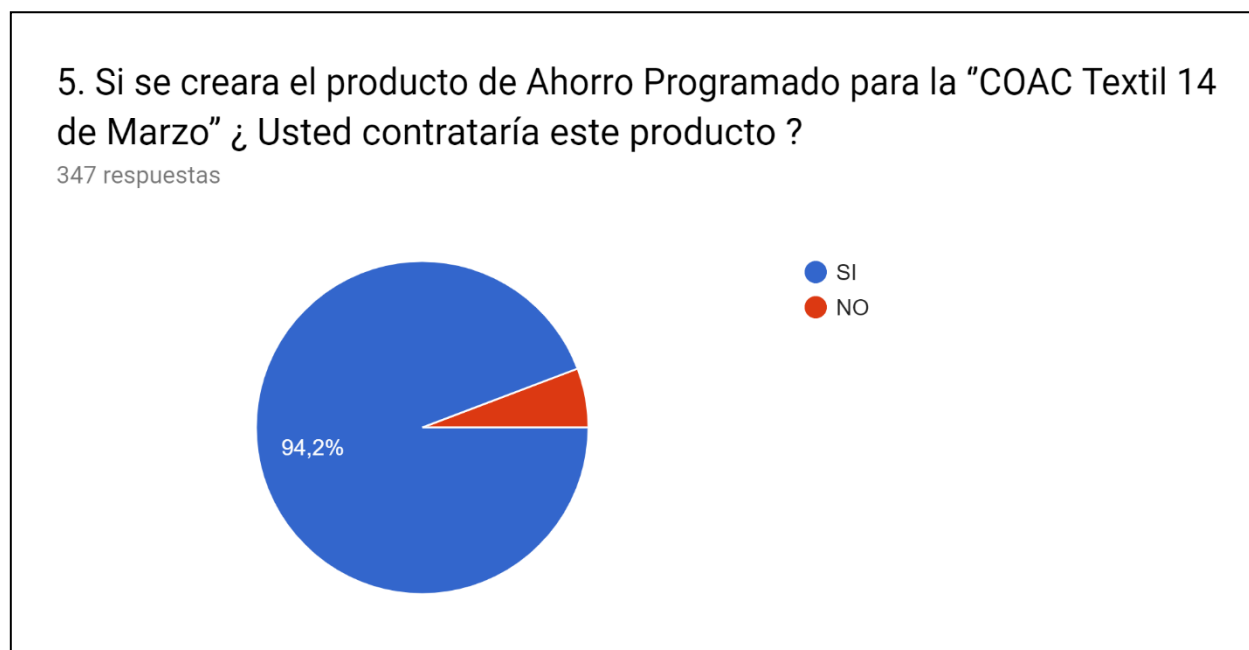
De la muestra de 350 encuestados, respondieron que el 13,6% "NO", esto significa que ese tamaño de población no cuenta con cultura ni capacidad para ahorrar, mientras tanto el 86% de los tienen capacidad para ahorrar la población es significativa, y las oportunidades de captar esos clientes son elevadas, dependerá de una buena estrategia comercial y de penetración el éxito de este producto.

Figura 2 Monto asignado para el ahorro

Elaborado: Aracely Tobar

Interpretación:

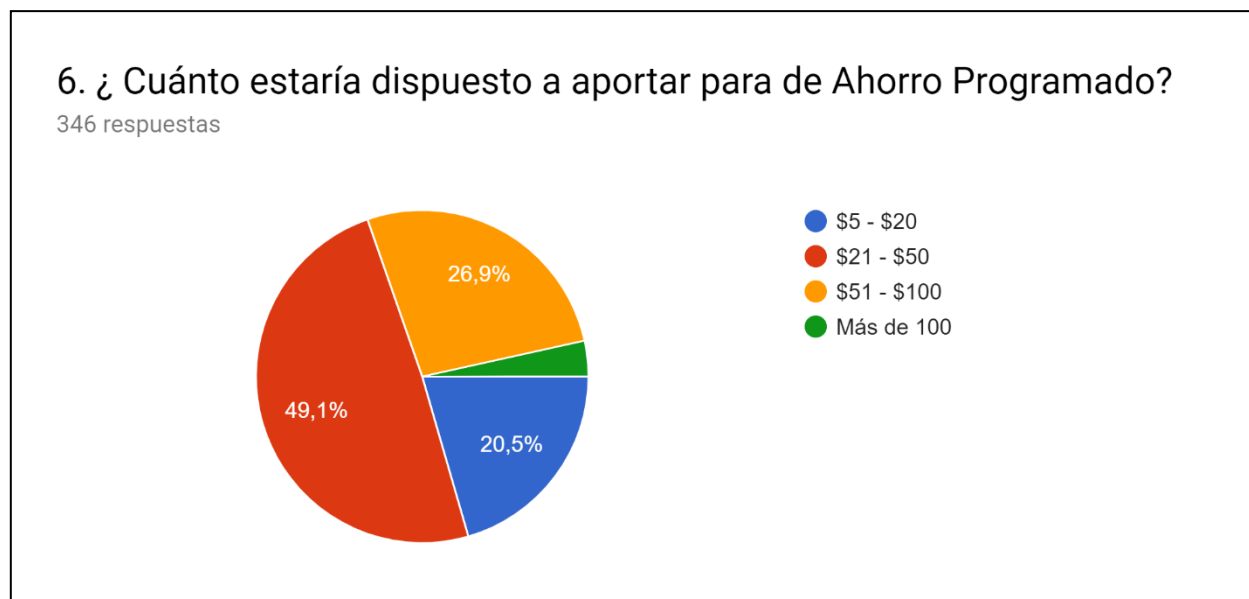
Según el gráfico N°2 y del total de la muestra de 350 encuestados se determina que el 52,1% de los socios están dispuestos ahorrar en un rango de 21 a 50 dólares mensuales, el 25,4% entre 51 a 100 dólares mensuales, el 18,6% de 5 a 20 dólares y el 3,9% más de 100 dólares según su capacidad de ahorro y de acuerdo a su nivel salarial se puede observar que los montos con mayor aceptación de ahorro es en el rango de 21 a 50 dólares mensuales con este rango se puede lanzar un producto enfocado a este nivel de ahorro.

Figura 3 Aceptación del producto ahorro programado

Elaborado: Aracely Tobar

Interpretación:

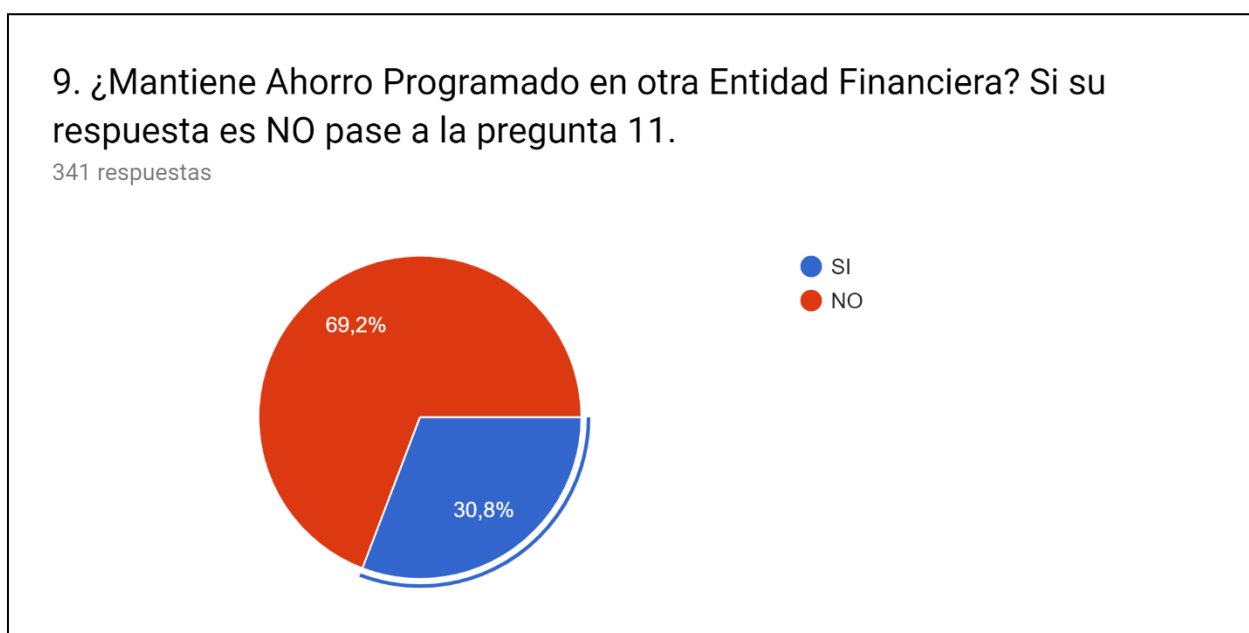
Según el gráfico N°3 y del total de la muestra de 350 encuestados se puede visualizar que el 94,2% están de acuerdo el planteamiento del autor mientras que el 5,8% cuentan con este producto en otras entidades y en su minoría por falta de cultura de ahorro esto quiere decir que el nuevo producto a ser creado va a tener una buena acogida hacia a los socios.

Figura 4 Valor de ahorro mensual

Elaborado: Aracely Tobar

Interpretación:

Según el gráfico N°4 y del total de la muestra de 350 encuestados establece que el 49,1% de los socios están dispuestos ahorrar en un rango de 21 a 50 dólares mensuales, el 20,5% entre 5 a 20 dólares mensuales, el 26,9% de 51 a 100 dólares y el 3,5% más de 100 dólares según su capacidad de ahorro y sus necesidades que le brinda dicho producto por lo que en este rango se puede lanzar un producto enfocado a este nivel de ahorro.

Figura 5 Ahorro programado en otras entidades

Elaborado: Aracely Tobar

Interpretación:

Según el gráfico N°5 y del total de la muestra de 350 encuestados en los resultados obtenidos se puede observar que el 62,2% de los socios no mantienen ahorro en otra entidad mientras que el 30,8% si mantienen ahorro programado en otra entidad por lo que se puede afirmar que más de la mitad de socios activos no cuenta con este producto; se debe incentivar y ofertar los productos a los socios, con características atractivas que diferencien el producto al resto de mercado.

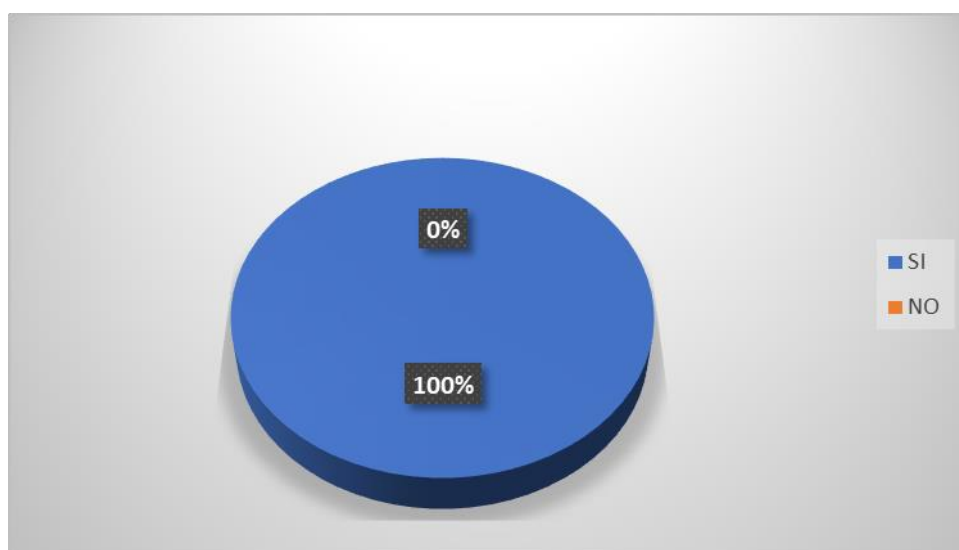
5.3 Resultados de las entrevistas a las Jefaturas Departamentales y Gerencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Textil 14 de Marzo y Gerencias Externas.

De las 19 preguntas realizadas en la entrevista se tomarán en cuenta para el análisis de resultados las más sobresalientes

Preguntas 2

A su criterio ¿Cuán importante es las captaciones frente a las colocaciones en una entidad financiera?

Figura 6 Captaciones frente a las colocaciones



Elaborado: Aracely Tobar

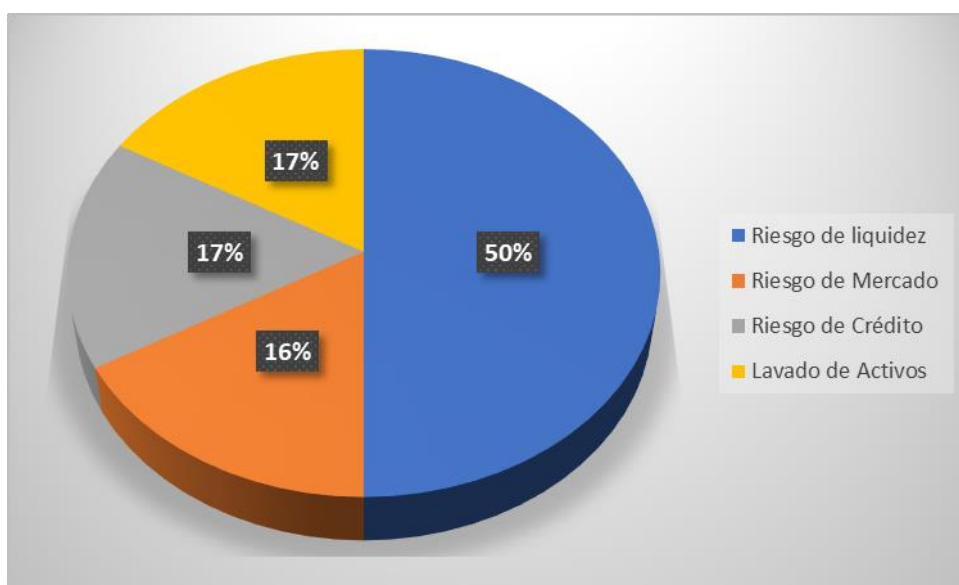
Interpretación:

Según el gráfico N°6 se evidenció que el 100% de los entrevistados opinaron que las captaciones es de suma importancia frente a las colocaciones en una entidad financiera ya que es el principal fuente de fondeo en una entidad ya que si no se cuenta con recursos el giro de negocio se vería afectado.

Pregunta 3

¿Qué riesgos financieros está inmerso en el proceso de captación y señale dos alternativas para mitigarlo?

Figura 7 Riesgo en captación



Elaborado: Aracely Tobar

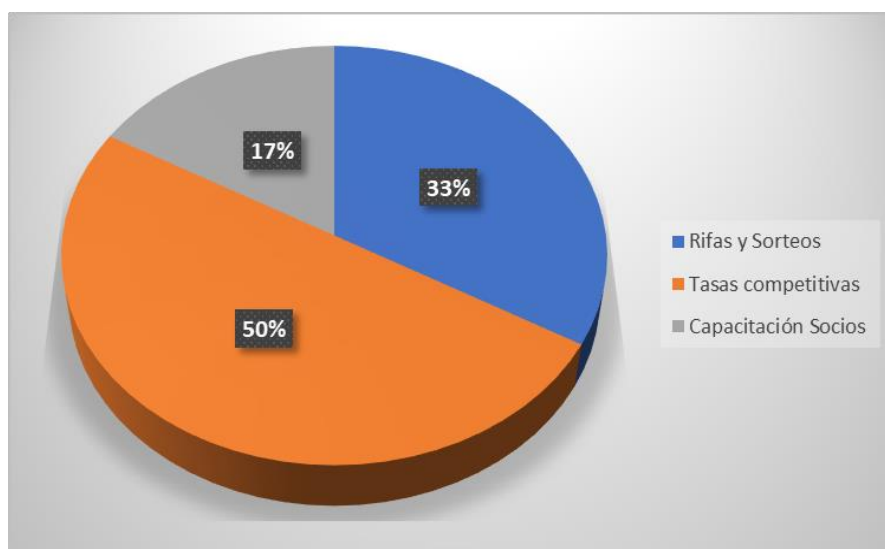
Interpretación:

Según el gráfico N°7 y del total de entrevistados mencionaron que en un 50% de los entrevistados mencionaron que el mayor riesgo que tiene el proceso de captación es el de Liquidez porque las mejores alternativas para mitigarlo es la diversificación de productos del pasivo con características atractivas para mantenernos competitivos en el mercado y creando un plan de contingencia de liquidez.

Pregunta 5

¿Usted puede mencionar cuales estrategias crearía para motivar el ahorro de su cooperativa?

Figura 8 Estrategias para el ahorro



Elaborado: Aracely Tobar

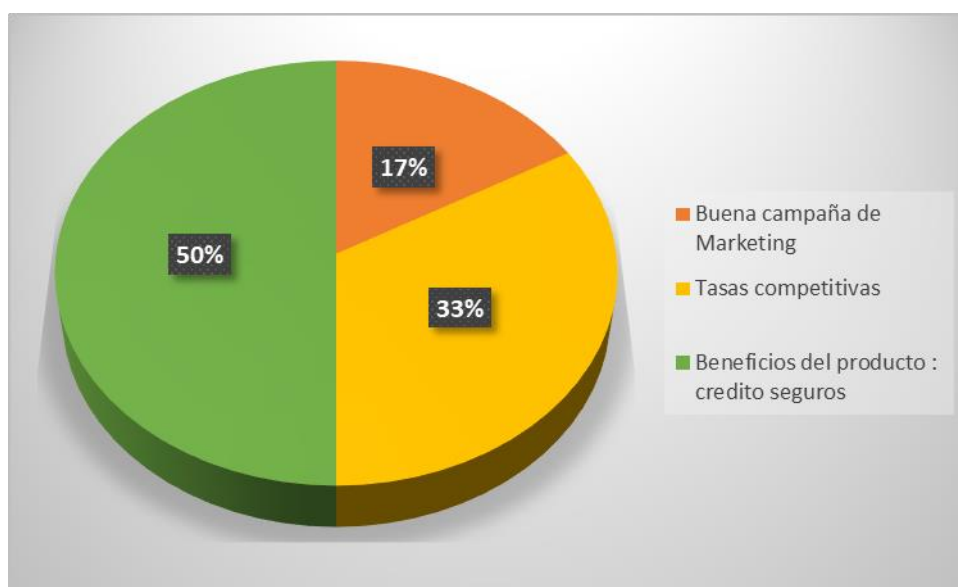
Interpretación:

Según el gráfico N°8 y del total de la muestra un 50% de los entrevistados opinan que la principal estrategia para motivar el ahorro son las tasas competitivas mientras que el 33% rifas y sorteos y en un 17% la capacitación a los socios; determinando que la estrategia para que el nuevo producto tenga éxito es ofrecer al mercado una tasa más competitiva.

Pregunta 9

¿Cuáles son los factores que a su criterio podrían dar éxito para consolidar el producto de ahorro programado?

Figura 9 Factor de éxito ahorro programado



Elaborado: Aracely Tobar

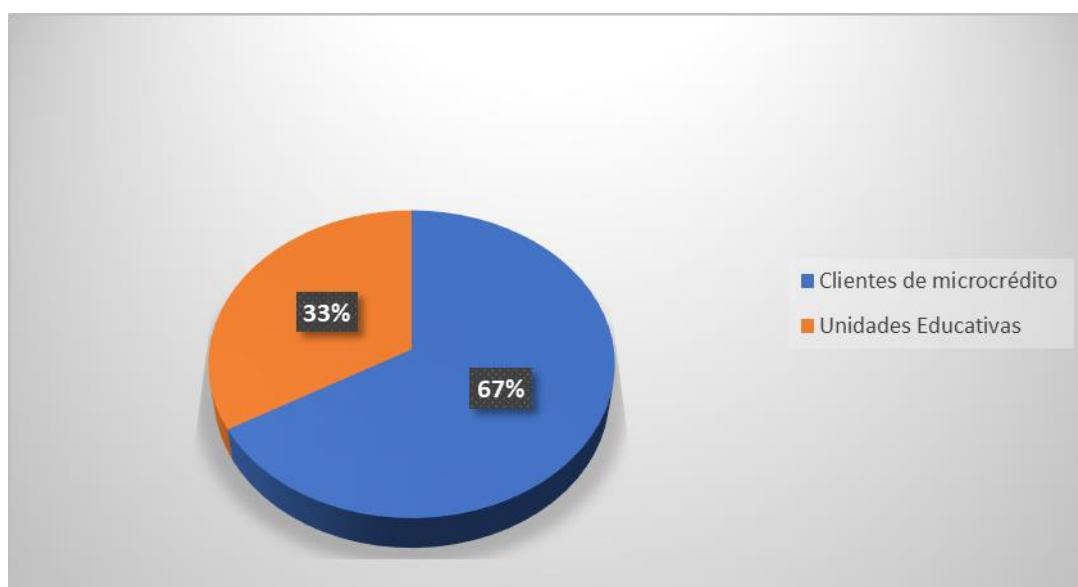
Interpretación:

Según el gráfico N°9 y del total de la muestra se entiende que en un 50% de los entrevistados opinan que el principal factor de éxito para consolidar el Ahorro Programado es los beneficios que tiene el producto como la otorgación de un crédito en base a su ahorro y adicional un seguro para el socio como médico, vehicular, odontológico de acuerdo al tipo de cuanta ahorrista ; el 33% corresponde a tasas competitivas y el 17% una buena campaña de marketing se puede evidenciar el producto que se cree en la institución debe tener unas características atractivas como las que mencionaron nuestros entrevistados ya que eso generaría una diferenciación del producto con relación al resto de mercado.

Pregunta 11

De acuerdo a tu criterio señala los nichos de mercado donde el ahorro programado podría tener una destacada participación.

Figura 10 Nichos de mercado



Elaborado: Aracely Tobar

Interpretación:

Según el gráfico N°10 y del total de la muestra el 67% de los entrevistados responden que el principal nicho de mercado donde el ahorro programado podría tener una destacada participación es los clientes de microcrédito que sus actividades sea de producción, comercialización y servicio y el 33% en unidades educativas que se encuentra los niños y Jóvenes esto quiere decir que en todos los créditos que se otorguen en la institución podemos ofrecer el producto con valores mínimos de ahorro para que puedan tener una cultura de ahorro ya que son los niveles con capacidad de ahorro y están educados para tener una visión a largo plazo.

5.4 Propuesta Metodológica o Tecnológica

A lo largo de este estudio se ha enfocado en las demandas insatisfechas de los socios y clientes de la COAC Textil 14 de Marzo, principalmente hacia los productos y servicios financieros del pasivo.

Razón por el cual es elaborado este documento donde emite una metodología para crea un nuevo producto del pasivo para la COAC Textil 14 de Marzo.

Planificación: En esta fase a través de la técnica de lluvia de ideas se establecerá entre otros aspectos los siguientes

Fase 1: Definir el alcance del Proyecto Ahorro Programado.- En esta fase se define de forma preliminar todos los aspectos involucrados en el desarrollo del producto: misión y visión, costos, entregables, controles, responsables.

Fase 2: Revisión del proyecto Ahorro Programado.- Es esta fase se valorará a través de un check list y entregables todos los aspectos señalados en la definición del alcance.

Fase 3: Aprobación del Producto.- En esta fase se somete aprobación del comité técnico presidido por la gerencia general para posteriormente realizar la presentación y aprobación por parte del directorio de la institución.

Fase 4: Contrato de adhesión autorizado y permiso por la SEPS.- Coordinación entre las áreas de Operaciones y Legal sobre los requerimientos que exige el ente de control para la autorización del contrato del nuevo producto a ser ofertado en esta fase se adjunta toda la documentación soporte como la carta de autorización por parte del directorio de la cooperativa quien abaliza la aprobación de dicho producto.

Fase 5: Levantamiento de requerimientos del sistema de Ahorro Programado en base al formulario de desarrollo de software.- Diseño funcional del producto

Fase 6: Adecuación del Software Ahorro Programado.- Ajuste al sistema de acuerdo a las características y necesidades del nuevo producto. Se elaborará los TDR del producto ahorro

programado en donde se contraste lo solicitado por el lado usuaria vs lo entregado por el área de sistemas. Los niveles de acuerdo que se lleguen entre estas dos áreas serán documentados a través de actas de trabajo.

Fase 7: Realizar las pruebas del sistema de Ahorro Programado.- En esta fase se contrastará los requerimientos levantados sobre el producto ahorro programado versus los entregados sobre el área de desarrollo de la cooperativa cada observación deberá consta en los formularios establecidos para el efecto.

Fase 8: Definir y requerir la asignación de usuarios.- En conformidad del manual orgánico de la cooperativa se establecerán las áreas involucradas en la ejecución control y evaluación de este producto para lo cual que creará los roles y perfiles de cada usuario en el módulo de seguridades en el software de la entidad.

Fase 9: Elaboración y ejecución del plan de marketing.- Presentación del nuevo producto al público

Fase 10: Elaboración del proceso y normativa.- Establecer políticas y procedimientos operativos del nuevo producto

Fase 11: Aprobación normativa.- Consejo de Administración de la institución aprueba producto, procesos y manuales de políticas y procedimientos.

Fase 12: Socialización normativa.- El dueño del proceso realiza la socialización del manual de políticas y procedimientos del nuevo producto

Fase 13: Publicación de la normativa.- Departamento de Riesgos publica en la web interna de la cooperativa el manual de ahorro programado.

Fase 14: Paso a producción del Ahorro Programado.- Funcionalidad del proceso operativo en el sistema.

Fase 15: Seguimiento y control del producto y proceso.- En esta fase se realizará la medición sobre el grado de aceptación del producto en el mercado objetivo de la cooperativa. Dependiendo del impacto de observaciones de socios e usuarios, se realizarán ajustes al producto y proceso.

Para la implementación de una metodología de un nuevo producto del pasivo para la COAC Textil 14 de Marzo es importante el aporte de los Departamentos de Captaciones, Financiero, Sistemas, Operaciones, Marketing, Tesorería para lanzar al mercado un producto con características atractivas que satisfaga las necesidades de los clientes y que permita ser una fuente de fondeo para la institución, diversificando el portafolio y principalmente el pasivo.

Adicionalmente, se cuenta con un Core financiero o software principal con el que trabaja la cooperativa, que es adaptable para realizar cualquier parametrización de un nuevo producto en el módulo de captaciones que facilita el procesamiento, control y evaluación del producto, a fin de obtener resultados inmediatos para la toma de decisiones de la alta gerencia.

La metodología implementada en la COAC Textil 14 de Marzo, servirá de base para establecer un procedimiento estandarizado, en el cual se fundamente todas las áreas que integran la entidad y adopten el mismo para la creación de nuevos productos.

El enfoque para la propuesta metodológica de la COAC Textil 14 de Marzo se basa en la cadena de valor en donde se identifica los procesos que forman parte del giro del negocio tales como el Tipo de Proceso de Valor Agregado o Crítico, Macro proceso Gestión de Negocios, Proceso de Captaciones, Subproceso Ahorro Programado, Actividades Apertura de cuentas, cancelación y pre cancelación del producto de Ahorro Programado.

A continuación se detalla a los responsables para la implementación y control del nuevo producto del pasivo de la COAC Textil 14 de Marzo.

Tabla 1 Responsables de la implementación y control

Responsables	Actividades
Captaciones	Control y cumplimiento de metas asignadas al área.
Operaciones	Elaboración de la normativa y socialización del proceso operativo del nuevo producto a ser ofertado
Legal	Revisión de los contratos de adhesión y autorización por la SEPS
Tesorería	Control de indicador de la cuenta del pasivo Generación de reportes de liquidez
Financiera	Control del cumplimiento del presupuesto del producto ahorro programado
Sistemas	Parametrización, pruebas y paso a producción de la parametrización del producto de ahorro programado en el Core Financiero de la Institución
Auditoría	Control independiente al proceso operativo
Riesgos	Publicación de la normativa , roles a los usuarios involucrados
Marketing	Elaboración y ejecución de Plan de Marketing para el lanzamiento del nuevo producto de ahorro programado

Elaborado: Aracely Tobar

Los indicadores de evaluación del producto ahorro programado se describen en el siguiente cuadro:

Tabla 2 Indicadores

Nombre	Concepto	Meta
Liquidez	Mide la liquidez inmediata de la entidad	Mayor 16%
Número de cuentas aperturadas	Mide el volumen de las cuentas aperturadas en la Institución	Mayor igual 200 mensuales
Evolución de los saldos	Mide el crecimiento de las cuentas de ahorro programado	Incremento de los saldos en un 30%
Aporte al pasivo	Mide la participación del ahorro programado en el pasivo	Mayor 1%

Elaborado: Aracely Tobar

6. CONCLUSIONES

- El ahorro programado en la cooperativa constituye una fuente de fondeo del pasivo.
- Establecer una cultura de ahorro a largo plazo en la cooperativa.
- Permitir el calce de los recursos del pasivo (fondeo) versus el activo (cartera) tomar mayor atención al cliente en la creación de productos y servicios, escuchar sus opiniones y poder satisfacer sus necesidades y expectativas de mejor forma.
- Garantizar una fuente alternativa de fondeo permanente en la cooperativa.
- Diversificación del portafolio de productos del pasivo.
- Desconcentración del riesgo del pasivo (concentración de recursos).
- Generar responsabilidad social hacia la comunidad.
- Planificar con anticipación los nuevos recursos que requiere la entidad.
- Motivación al personal, en el cumplimiento de metas.

7. REFERENCIAS

- Bravo, O., & Sanchez, M. (2012). *GESTION INTEGRAL DE RIESGOS*. 01: Consorcio Gráfico .
- Catálogo Único de Cuentas* . (12 de 05 de 2017). Obtenido de https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/2RESOLUCION%20SEPS%20IGT%20ISF%20ITICA%20IGJ%202016%20226_b.pdf/b6b21ca7-077c-4a21-8630-cdc9aa9498b4
- Código Orgánico Monetario y Financiero*. (12 de 09 de 2014). Obtenido de <http://www.pge.gob.ec/documents/Transparencia/antilavado/REGISTROOFICIAL332.pdf>
- CONAFIPS. (2019). Obtenido de <https://www.finanzaspopulares.gob.ec/>
- Constitución del Ecuador*. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Díaz, S. C. (2013). *Metodología de la Investigación Científica* . Lima: San Marcos de Anibal Jesús .
- Figueiro, P. (2010). Disponer las prácticas consumo, crédito y ahorro en un asentamiento del Gran Buenos Aires. *Civitas*, 410-429.
- Gallego, A. B. (04 de 2000). *Ahorro de los hogares en Chile evidencia microeconómica*. Obtenido de Andrea Butelmann y Francisco Gallego
- Junta de Regulación Monetaria y Financiera*. (17 de 04 de 2017). Obtenido de juntamonetariafinanciera.gob.ec
- Ley de Régimen Tributario Interno* . (28 de 12 de 2015). Obtenido de https://www.google.com/search?q=LEY+DE+REGIMEN+TRIBUTARIO+INTERNO&rlz=1C1SQJL_enUS818US818&oq=LEY+DE+REGIMEN+TRIBUTARIO+INTERNO+&aqs=chrome..69i57.11596j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- LOEPS. (2018). Obtenido de [eps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20](https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20)

POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23ee
f-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a.

Mariño, W. (2013). *MODELO DE GESTION LIQUIDEZ CENTURIA* . 04: Ecuador F.B.T.

Moreno, J. (2003). *ADMINISTRACION FINANCIERA DEL TRABAJO DE CAPITAL*. México:
Continental.

Rosales, L. A. (2014). *Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en la Economía Popular y
Solidaria* . Quito: Imprefepp.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (5 de Noviembre de 2009). Plan Nacional de
Desarrollo. *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado
Plurinacional e Intercultural*. Quito, Pichincha, Ecuador.

SEPS. (2019). Obtenido de https://www.seps.gob.ec/normativas?raiz=SECTOR_FINANCIERO

Superintendencia de Bancos y Seguros . (2019). Obtenido de
<https://www.superbancos.gob.ec/bancos/>

Universidad Politécnica Salesiana. (2012). *La UPS en Cifras 2012*. (S. T. Estadísticas,
Recopilador) Cuenca, Ecuador.