

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO
PRODUCTIVOS**

TEMA:

**“LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA
VENCIDA DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO
DEL SEGMENTO UNO DE LA CIUDAD DE AMBATO”.**

**Trabajo de Investigación Previo a la Obtención del Grado de Magíster en
Gestión de Proyectos Socio Productivos.**

Autora

Altamirano Pérez Ligia Jimena

Tutor

Juan Salazar, Mg

Ambato

2017

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Ligia Jimena Altamirano Pérez, declaro ser autora del Trabajo de Investigación titulado “La educación financiera y su incidencia en la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato” como requisito para optar al grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma.

En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 27 días del mes de Marzo de 2017, firmo conforme:

Autora:

.....

Ligia Jimena Altamirano Pérez

Número de Cédula: 1803071149

Dirección: Calle el Salado y Amazonas

Correo Electrónico: jime.altamirano@yahoo.es

Teléfono: 032741166

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Juan Salazar con C.I. #1801806181 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema “La educación financiera y su incidencia en la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato”, desarrollado por Ligia Jimena Altamirano Pérez, estudiante de la Maestría en Gestión de Proyectos Socio Productivos, considero que dicho Trabajo reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación del Centro de Estudios de Posgrado.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificadores designada.

Ambato, 27 de Marzo de 2017

TUTOR

.....
Juan Salazar, Mg

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Ligia Jimena Altamirano Pérez, con C.I.: 1803071149, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación: “La educación financiera y su incidencia en la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato”, es original, auténtico y personal, en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta Investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad de la autora y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Ambato, 27 de Marzo de 2017

AUTORA

.....

Ligia Jimena Altamirano Pérez

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “La educación financiera y su incidencia en la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato”, elaborado por Ligia Jimena Altamirano Pérez, estudiante de la Maestría en Gestión de proyectos socio productivos, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por Centro de Estudios de Posgrado de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Ambato, 27 de Marzo de 2017

Para constancia firma

.....

PROFESOR CALIFICADOR

.....

PROFESOR CALIFICADOR

.....

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Para mi familia que con su apoyo incondicional permitieron que lograra culminar una meta más en mi vida, a mis amadas hijas Camila, Salomé e Isabella, quienes son mi inspiración y el motivo de todo mi esfuerzo.

A mis padres quienes infundieron en mi espíritu de superación, mi madre quien siempre estará a mi lado aunque no físicamente.

Jimena

AGRADECIMIENTO

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS Ltda., por apoyarme con el Plan de Carrera y desarrollo profesional y por permitir el desarrollo del presente trabajo, al Ing. Juan Salazar mi profesor y tutor de tesis por su excelente orientación y ayuda.

Jimena

ÍNDICE GENERAL

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACION DEL TUTOR.....	iv
AUTORIA DEL TRABAJO DE GRADUACION	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xx
CAPITULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
Tema:	1
Líneas de Investigación:.....	1
Planteamiento del Problema.....	3
Contextualización.....	3
Macro:.....	3
Meso:	6
Micro:	9
COOPERATIVA SAN FRANCISCO	13
MISION	13
VISION.....	14
ADN de nuestra Visión:	14
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC RUNA.....	15
MISIÒN	15
VISIÒN.....	15
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EL SAGRARIO.....	16

MISIÓN	16
VISION.....	16
Política de Calidad	16
COOPERATIVA CAMARA DE COMERCIO	17
MISIÓN	17
VISION.....	17
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS LTDA.....	18
COOPERATIVA OSCUS. Análisis Crítico	19
Prognosis	21
Formulación del Problema	22
Delimitación	22
Campo.....	22
Área:	22
Aspecto	22
Espacio:.....	22
Unidades de Observación.....	22
Justificación	22
Objetivos.....	23
Objetivo General	23
Objetivos Específicos.....	23
CAPÍTULO II.....	25
MARCO TEÓRICO.....	25
Antecedentes de la Investigación	25
Fundamentaciones.....	26
Fundamentación Filosófica	26
Fundamentación legal	27
CONSTELACIÓN DE IDEAS	40
DESARROLLO DE LAS VARIABLES	40

CONSTELACIÓN DE IDEAS	41
DESARROLLO DE LAS VARIABLES	41
Hipótesis	42
Señalamiento de variables.....	42
CAPITULO III.....	43
METODOLOGÍA.....	43
Enfoque de la investigación	43
Modalidad de la Investigación	44
Tipo o Nivel de Investigación	44
Población y muestra.....	45
Cálculo de la muestra.....	45
MATRIZ DE OPERACIÓN DE VARIABLES	47
Variable Independiente: Educación Financiera	47
Variable dependiente: Cartera Vencida.....	49
Plan de recolección de información	50
CAPITULO IV	51
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	51
Tabla de cálculo de frecuencias observadas y esperadas.....	70
Calculo del Chi Cuadrado	70
Formación de la hipótesis	71
CAPITULO V.....	72
Conclusiones y Recomendaciones	72
Conclusiones	72
Recomendaciones.....	74
CAPITULO VI	75
LA PROPUESTA	75
Resumen del Proyecto.....	75
Justificación	76

Objetivos.....	77
Objetivo General.....	77
Objetivos Específicos.....	77
ESTUDIO DE MERCADO	77
Estudio de Mercado	77
Segmentación de mercado.....	79
Variables de segmentación.....	79
Segmentación a utilizar en el proyecto.....	79
Marco muestral – Tamaño de la muestra.....	81
Cálculo de la muestra.....	81
Instrumento de recolección de datos	82
Comercialización del Producto	99
Estrategias del proyecto	99
Análisis FODA	99
Estrategias de mercadotecnia	101
Estrategias de posicionamiento	101
Estrategias de diferenciación.....	101
ESTUDIO TÉCNICO	101
Objetivos del estudio técnico	101
Localización óptima de la planta.....	102
Factores que determinan la macro localización	102
Razones técnicas para la localización.....	102
Macro localización.....	103
Factores que determinan la micro localización	104
Micro localización.....	104
Lugares no recomendados para la localización	105
Tamaño optimo	105
Ingeniería del proyecto.....	106

Mano de obra indirecta y directa	107
Insumos y materia prima	107
Equipos de oficina.....	107
Materiales de oficina	107
Distribución y espacio físico	107
Procesos de comercialización directa al consumidor final	107
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	109
Nombre o razón social	109
Base filosófica.....	109
Logotipo y Slogan.....	113
Estructura Organizacional.....	113
Marco legal	116
Análisis de impacto	118
ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO.....	119
Plan de Financiamiento.....	120
Capital de Trabajo.....	120
Plan de Financiamiento	120
CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	121
Proyección de Costos	122
Proyección Gastos.....	123
CÁLCULO DE INGRESOS	124
Proyección de Ingresos	125
Punto de Equilibrio	127
ESTADO DE RESULTADOS.....	129
Evaluación financiera.....	130
Valor Actual Neto	130
Tasa interna de retorno.....	131
Tasa beneficio costo.....	131

Periodo de recuperación	132
Conclusiones	133
Bibliografía:	134
Bibliografía Propuesta.....	136
ANEXOS	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 del Ecuador.....	8
Tabla 2: Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 Zonal Ambato.....	9
Tabla 3: Ranking Participación Activo	11
Tabla 4: Cartera al 31 de Diciembre Coop. Segmento 1 ciudad de Ambato.....	12
Tabla 5: Cartera Improductiva al 31 de Diciembre de 2015 Coop. Segmento 1 Ambato. 13	
Tabla 6: Calidad de Activos	15
Tabla 7: Calidad de Activos	16
Tabla 8: Calidad de Activos	17
Tabla 9: Operacionalización de Variables.....	47
Tabla 10: Operacionalización de Variable Dependiente	49
Tabla 11: Número de veces que acude a una Institución Financiera	51
Tabla 12: Razón por la que los Socios/Clientes acuden a una Institución Financiera	52
Tabla 13: Institución financiera esté más cerca de Usted	53
Tabla 14: Preferencias en las instituciones financieras.....	54
Tabla 15: Preferencia para realizar transacciones.....	56
Tabla 16: Educación Financiera	57
Tabla 17: Conocimiento de las características de los productos financieros	58
Tabla 18: Análisis de capacidad para pagar créditos	59
Tabla 19: Búsqueda de información para tomar decisiones	60
Tabla 20: Conocer más de Educación Financiera.....	61
Tabla 21: Medios por los cuales podemos conocer sobre Educación Financiera.....	63
Tabla 22: Importancia de la Educación Financiera en la familia	64
Tabla 23: Tiempo para conocer sobre Educación Financiera	65
Tabla 24: Horarios para aprender sobre Educación Financiera	67
Tabla 25: Lugar para aprender Educación Financiera	68

Tabla 26: Proyección de la demanda.....	78
Tabla 27: Variables de Segmentación	80
Tabla 28: Concurrencia semanal a una Institución Financiera	82
Tabla 29: Necesidades Financieras	83
Tabla 30: Deseo de que la Institución Financiera esté más cerca del Socio/Cliente	84
Tabla 31: Lo que más le gusta al Socio/Cliente	85
Tabla 32: Preferencia para realizar transacciones.....	86
Tabla 33: Educación Financiera es.....	87
Tabla 34: Conocimiento de productos.....	89
Tabla 35: Análisis la capacidad de pago	90
Tabla 36: Busca información de productos financieros.....	91
Tabla 37: Desea conocer de Educación Financiera	92
Tabla 38: Medio para informarse de Educación Financiera	93
Tabla 39: Importancia del aprendizaje de Educación Financiera en la familia.....	94
Tabla 40: Tiempo para aprender Educación Financiera	95
Tabla 41: Horario para Educación Financiera	96
Tabla 42: Lugar para aprender Educación Financiera	97
Tabla 43: Proyección crecimiento/capacidad instalada	106
Tabla 44: Plan de Inversiones	119
Tabla 45: Plan de Financiamiento	120
Tabla 46: Forma de financiamiento.....	120
Tabla 47: Detalle de Costos	121
Tabla 48: Proyección de Costos	122
Tabla 49: Detalle de gastos	122
Tabla 50: Proyección de Gastos	123
Tabla 51: Calculo Depreciación.....	124
Tabla 52 Calculo de ingresos	124
Tabla 53: Proyección de ingresos.....	125

Tabla 54: Flujo de Caja.....	126
Tabla 55: Punto de equilibrio.....	127
Tabla 56: Estado de resultados.....	129
Tabla 57: Calculo de pago de impuesto a la renta.....	129
Tabla 58: Evaluación Financiera.....	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Porcentaje de encuestados que poseen al menos una cuenta bancaria en países seleccionados de América Latina.	4
Figura 2: Porcentaje de adultos que tienen cuenta en una institución financiera formal 2011 vs. 2014.....	5
Figura 3: Porcentaje de adultos que tomaron prestado dinero en el último año y fuentes de préstamos, 2014.....	5
Figura 4: Composición de la Cartera de Créditos.....	7
Figura 5: Ranking Participación Activo.....	12
Figura 6: Relación Causa y Efecto.....	19
Figura 7: Categorización de las Variables.....	33
Figura 8: Educación Financiera.....	40
Figura 9: Cartera Vencida.....	41
Figura 10: Número de veces que acude a una Institución Financiera.....	51
Figura 11: Razón por la que Socios/Clientes acuden a una Institución Financiera.....	52
Figura 12: Institución financiera esté más cerca de Usted.....	54
Figura 13: Preferencias en las instituciones financieras.....	55
Figura 14: Preferencia para realizar transacciones.....	56
Figura 15: Educación Financiera.....	57
Figura 16: Características de los productos financieros.....	58
Figura 17: Análisis de capacidad para pagar créditos.....	59
Figura 18: Búsqueda de información para tomar decisiones.....	61
Figura 19: Conocer más de Educación Financiera.....	62
Figura 20: Medios por los cuales podemos conocer sobre Educación Financiera.....	63
Figura 21: Importancia de la Educación Financiera en la familia.....	64
Figura 22: Tiempo para conocer sobre Educación Financiera.....	65
Figura 23: Horarios para aprender sobre Educación Financiera.....	67
Figura 24: Lugar para aprender Educación Financiera.....	68

Figura 25: Chi cuadrado.....	71
Figura 26: Concurrencia semanal a una Institución Financiera	82
Figura 27: Necesidades Financieras	83
Figura 28: Deseo de que la Institución Financiera esté más cerca del Socio/Cliente.....	84
Figura 29: Lo que más le gusta al Socio/Cliente	85
Figura 30: Preferencia para realizar transacciones	86
Figura 31: Educación Financiera es	88
Figura 32: Conocimiento de productos	89
Figura 33: Analiza la capacidad de pago.....	90
Figura 34: Busca información de productos financieros	91
Figura 35: Desea conocer de Educación Financiera	92
Figura 36: Medio para informarse de Educación Financiera	93
Figura 37: Importancia del aprendizaje de Educación Financiera en la familia.....	94
Figura 38: Tiempo para aprender Educación Financiera	96
Figura 39: Horario para Educación Financiera.....	97
Figura 40: Lugar para aprender Educación Financiera	98
Figura 41: Ubicación Matriz	104
Figura 42: Ubicación Oficina Matriz	105
Figura 43: Flujo grama.....	108
Figura 44: Organigrama estructural	114
Figura 45: Organigrama funcional. Descripción de funciones	115

RESUMEN EJECUTIVO

La educación financiera es un proceso que involucra el conocimiento de los productos y servicios financieros para que con base en estos conocimientos el usuario, en este caso el Socio/Cliente, tome decisiones que le permitan un control adecuado de sus finanzas personales, familiares y que además las mejore, consecuentemente la elección correcta respecto a la contratación de una operación de crédito hará que esta sea pagada de forma oportuna respetando las características, condiciones pactadas y generará utilidad a las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

El presente trabajo de investigación **“La educación financiera y su incidencia en la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato”** propone evaluar la educación financiera de los Socios/Clientes y analizar el comportamiento del indicador de morosidad de las cooperativas del segmento 1 considerando que la falta de recuperación oportuna de las operaciones de crédito en las condiciones contratadas, ocasiona pérdidas y además del deterioro de las finanzas personales y familiares repercutiendo en la calidad de vida de la sociedad en general.

Razón por lo cual la investigación estará estructurada de la siguiente manera:

El CAPITULO I con el problema, planteamiento del problema, contextualización (en el Mundo, Latinoamérica, en el Ecuador y en las Cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato), análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes de la investigación, delimitación del

objetivo de investigación (área, campo, aspecto temporal y espacial), justificación y objetivos.

El CAPITULO II, se desarrollará los antecedentes investigativos consultando en las universidades de la zona central del Ecuador, fundamentaciones (filosófica, legal, y epistemológica), categorías fundamentales, hipótesis, y señalamiento de variables (dependiente e independiente).

En el CAPITULO III, se trabajará la metodología de investigación, modalidades de investigación, niveles de investigación, población, y muestra, operacionalización de variables, plan de recolección de información, plan de procesamiento de información.

En el CAPITULO IV, se realizara el análisis e interpretación de resultados, interpretación de datos y verificación de hipótesis.

En cuanto al CAPITULO V se sintetizará con las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente el CAPITULO VI, se desarrollará un proyecto propuesta al problema planteado “La ausencia de cultura financiera de los Socios/Clientes de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato”, constituido por el resumen del proyecto, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudios económico y financiero.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema:

“La educación financiera y su incidencia en la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento uno de la ciudad de Ambato”.

Líneas de Investigación:

Empresarial y Productiva- Esta línea de investigación se orienta por un lado al estudio de la capacidad de emprendimiento o empresarial de la región, así como su entorno jurídico-empresarial; es decir, de repotenciación y/o creación de nuevos negocios o industrias que ingresan al mercado con un componente de innovación. Por otro lado, el estudio de las empresas existentes en un mercado, en una región, se enmarcara en la productividad de este tipo de empresas, los factores que condicionan su productividad, la gestión de la calidad de las mismas, y que hacen que estas empresas crezcan y sobrevivan en los mercados. En este ámbito es de interés estudiar aspectos como exportaciones, diversificación de la producción y afines.

Bienestar Humano.- El bienestar humano promueve el acceso a la vivienda, a la justicia, a la salud, y a la educación. El acceso a la vivienda se entiende como el estudio de los asentamientos humanos, urbanos y rurales al estructurarse según sus múltiples necesidades espaciales quienes demandan la aplicación de respuestas basadas en normas y reglas propias, la arquitectura y el urbanismo son evidencias de aquellas respuestas. El acceso a la educación se

entiende como el motor de la sociedad ecuatoriana, que busca el desarrollo de las capacidades intelectuales que posibiliten la adquisición de saberes para mejorar progresivamente la calidad de vida, con un enfoque de derechos, de género, intercultural e inclusiva, fundamentada en el conocimiento científico y la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, para resolver los problemas de la sociedad considerando al currículo, los actores sociales, los avances científicos y tecnológicos. El acceso a la justicia se orienta al estudio de las relaciones sociales, públicas y privadas, nacionales e internacionales, en busca de precautelar y defender los derechos y garantías individuales y colectivas, enmarcados en la Constitución, y la legislación vigente en el Estado Ecuatoriano. Por otro lado, en lo que respecta a la salud pública, su accionar se orienta a la búsqueda de estrategias que faciliten la prevención primaria de la salud mental dirigida al beneficio de la comunidad con la que la universidad se vincula, así como también contribuir con el desarrollo de estrategias de evaluación e intervención de dificultades psicológicas, la prevención terciaria se orienta a contribuir con estrategias que faciliten el seguimiento de las intervenciones en el área de la salud mental.(Líneas de investigación de la Universidad Tecnológica Indoamérica del año 2011)

La primera línea se relaciona con la cartera vencida en lo referente al estudio de las empresas existentes en el mercado, los factores que condicionan su productividad, la gestión de la calidad y lo que hace que estas se mantengan. La segunda línea que promueve el acceso a la Educación para mejorar la calidad de vida de las personas.

El presente tema de tesis sobre la educación financiera y la cartera vencida se relacionan con las dos líneas de estudio considerando; que el Socio/Cliente

debe tomar decisiones financieras con base en conocimientos adquiridos y suficiente información para optar por los diversos productos y servicios, entre ellos las operaciones de crédito.

El activo productivo más importante de una Cooperativa de Ahorro y Crédito es la cartera, por esto es vital que al optar por un crédito el Socio/Ciente cumpla con las condiciones establecidas que le permitan responder con responsabilidad a la obligación adquirida sin afectar su bienestar y el de su familia, y en consecuencia las Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación financiera podrán mantenerse serán productivas y presentarán indicadores de cartera favorables.

Planteamiento del Problema

Contextualización

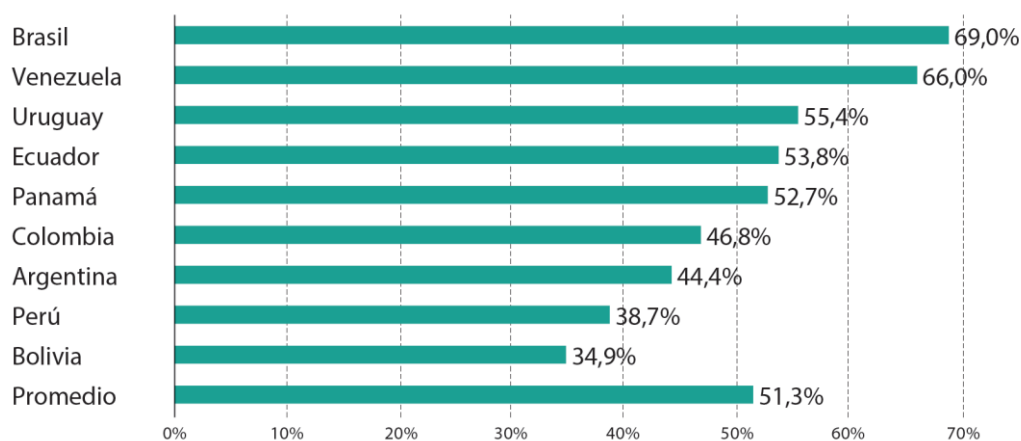
Macro:

Según el documento elaborado y editado por la Corporación Andina de Fomento, Nidia García, Andrea Grifoni, Juan Carlos López, Diana Margarita Mejía, La Educación Financiera en América y el Caribe, situación actual y perspectivas, Serie de Políticas Públicas y Transformación Productiva N° 12 (2013): indica que “los consumidores más educados e informados tomarán mejores decisiones financieras a lo largo de su vida, las cuales, en su conjunto, favorecen la estabilidad y el desarrollo del sistema financiero”.

La CAF en su informe menciona que en las economías de América Latina la inclusión financiera es una prioridad, ya que esta tiene el potencial de generar

un efecto positivo sobre la desigualdad y la pobreza, así como sobre el crecimiento económico.

Figura 1: Porcentaje de encuestados que poseen al menos una cuenta bancaria en países seleccionados de América Latina.



Fuente: CAF (2011)

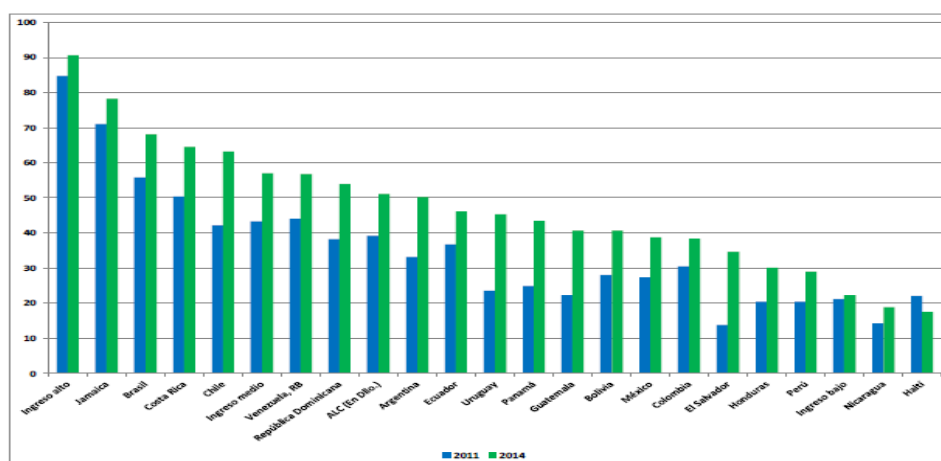
Fuente: La Educación Financiera en América y el Caribe, situación actual y perspectivas
Elaborado por: Nidia García, Andrea Grifoni, Juan Carlos López y Diana Margarita Mejía, CAF

La inclusión financiera es definida por el documento elaborado y editado por la Corporación Andina de Fomento, Nidia García, Andrea Grifoni, Juan Carlos López, Diana Margarita Mejía, La Educación Financiera en América y el Caribe, situación actual y perspectivas, Serie de Políticas Públicas y Transformación Productiva N° 12 (2013), como:

El proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de productos y servicios financieros regulados y la ampliación de su uso por todos los segmentos de la sociedad, a través de la aplicación de enfoques innovadores o existentes hechos a la medida, incluyendo actividades de sensibilización y de educación financiera, con el fin de promover el bienestar económico y la inclusión económica y social.

Inclusión financiera en América Latina y el Caribe, Coyuntura actual y desafíos para los próximos años de Fernando de Olloqui, Gabriela Andrade y Diego Herrera, Junio (2015):Según el documento “La inclusión financiera en América Latina y el Caribe ha tenido avances importantes en los últimos años; sin embargo, la mitad de la población adulta aún no accede al sistema financiero, y existen disparidades importantes entre los países y dentro de ellos”.

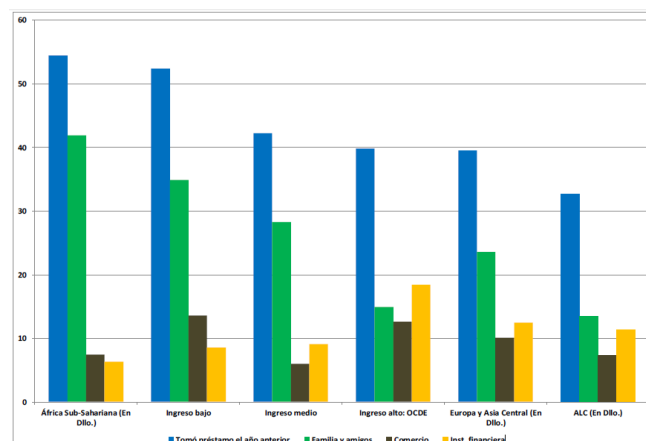
Figura2: Porcentaje de adultos que tienen cuenta en una institución financiera formal 2011 vs. 2014



Fuente:Base de Global FINDEX Database (Banco Mundial, 2015).

Elaborado por:Banco Mundial, 2015

Figura 3: Porcentaje de adultos que tomaron prestado dinero en el último año y fuentes de préstamos, 2014



Fuente:Base de Global FINDEX Database (Banco Mundial, 2015).

Elaborado por:Banco Mundial, 2015

Meso:

En el Ecuador, según la Superintendencia de Bancos a través de su Dirección Nacional de Atención y Educación al Usuario desde el año 2012 ha capacitado a 25,000 personas de todo el país entre niños, jóvenes y adultos con su programa de Educación Financiera, cuyo objetivo es dar a conocer y reflexionar en cuanto a temas como derechos y obligaciones del usuario y planificación familiar de los recursos.

Solamente en el año 2015, la Subdirección de Educación Financiera de la SBS capacitó a 15,000 personas a través de conferencias con temas como productos y servicios financieros contemplados en el Código de Derechos del Usuario Financiero.

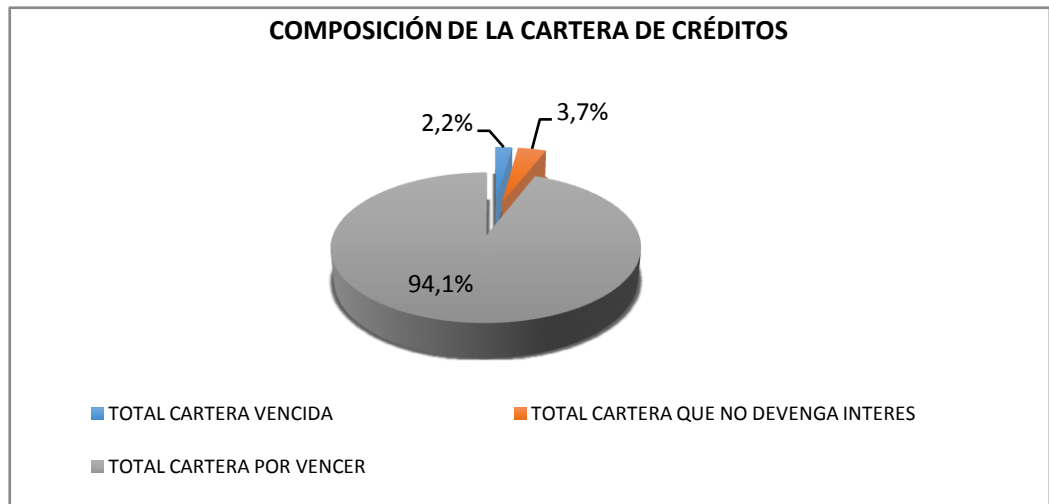
Según conferencia realizada por la Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur (UCACSUR) Marzo 2014, en el Ecuador existen seis millones de cuenta corrientitas de la banca privada, mientras que dentro del sistema cooperativista son cuatro millones de socios, considerados cabezas de hogar. Las cooperativas han entregado más de 2.500 millones de dólares.

Según el Boletín Financiero de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria del mes de Mayo de 2014 de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1, “el índice de morosidad de la cartera total para las cooperativas de primer piso es de 5,91%, indicador que incrementó en un 1,05 % con relación al año anterior.”

En cuanto a la composición de la cartera de créditos, el Boletín Financiero señala lo siguiente: “en promedio el 94,1 % corresponde al total de la cartera por vencer, mientras que el 3,7 % representa el total de la cartera que no devenga interés y el 2,2 % comprende al total de la cartera vencida, esta situación se repite de manera similar para las cooperativas de consumo y microempresa. Así

también, el 52,7 % de la cartera por vencer corresponde a consumo, el 37,5 % a microempresa, el 6,9 % a vivienda y el 2,8 % a comercial. Respecto a las cooperativas de consumo y microempresa, su naturaleza obliga a que la cartera por vencer sea mayor según estos tipos.”

Figura 4: Composición de la Cartera de Créditos



Fuente: SEPS
Elaborado por: SEPS

Según Azucena González Carvaja, Monserrath Jackeline Núñez Silva y Katherine Stefanía Pareja Sánchez (2016): “Análisis financiero CAMEL a las cooperativas de ahorro y crédito del segmento Uno - Intendencia Zonal Ambato”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (agosto 2016).

El 29 de octubre de 2012, las cooperativas de ahorro y crédito fueron distribuidas en cuatro segmentos de acuerdo al monto de activos, cantones en los que tiene presencia y el número de socios. Con base en la resolución No. 038-2015-F expedida el 13 de febrero de 2015, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera determinó que el sector cooperativo ecuatoriano se divida en cinco segmentos según el tamaño de los activos y el número de socios (Resolución No. 038-2015-F, 2015).

Para un eficiente control y supervisión de las instituciones vigiladas por la SEPS, se desconcentraron los procesos en la Intendencia Matriz Quito y las Intendencias Zonales: 3 Ambato, 4 Portoviejo, 5 Guayaquil y 6 Cuenca, de acuerdo al siguiente detalle:

- Intendencia Matriz Quito:
- Carchi, Imbabura, Sucumbíos, Napo, Pichincha y Orellana.
- Intendencia Zonal 3 Ambato:
- Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua.
- Intendencia Zonal 4 Portoviejo:
- Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas y Esmeralda.
- Intendencia Zonal 5 Guayaquil:
- Guayas, Los Ríos, Galápagos y Santa Elena.
- Intendencia Zonal 6 Cuenca:

Azuay, Cañar, El Oro, Loja, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.


**SEGMENTACIÓN DE LAS ENTIDADES
DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO EN EL ECUADOR**

SEGMENTO	ACTIVOS USD
1	Mayor a 80'000.000,00
2	Mayor a 20'000.000,00 hasta 80'000.000,00
3	Mayor a 5'000.000,00 hasta 20'000.000,00
4	Mayor a 1'000.000,00 hasta 5'000.000,00
5	Hasta 1'000.000,00
	Cajas de Ahorro/Bancos Comunes/Cajas Comunes

Fuente: Resolución No. 038-2015-F Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
Elaborado por: Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera

Según la página de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 en el Ecuador son 25:

Tabla 1: Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 del Ecuador

 <p style="text-align: center;">DIRECCIÓN NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y ESTUDIOS LISTADO DE COOPERATIVAS FINANCIERAS Actualizado: 04/01/2016</p>					
Tipo	RUC	Razón social	Segmento	Estado jurídico	Zonal
CAJA CENTRAL	1791708040001	CAJA CENTRAL.FINANCOOP	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	0190115798001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL6 CUENCA
COAC	0190155722001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JARDIN AZUAYO LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL6 CUENCA
COAC	0290003288001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN JOSE LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO
COAC	0390027923001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA BIBLIAN LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL6 CUENCA
COAC	0490001883001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PABLO MUÑOZ VEGA LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	0490002669001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO TULCAN LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	0590052000001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE COTOPAXI LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO
COAC	0690045389001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO RIOBAMBA LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO
COAC	0790024656001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SANTA ROSA LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL5 GUAYAQUIL
COAC	1090033456001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ATUNTAQUIL LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1091720902001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PILAHUIN TIO LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1190068389001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO VICENTINA MANUELESTEBAN GODOY ORTEGA LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL6 CUENCA
COAC	1790093204001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 23 DE JULIO LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1790325083001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ANDALUCIA LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1790451801001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO COOPROGRESO LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1790501469001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ALIANZA DEL VALLE LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1790567699001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 29 DE OCTUBRE LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1790866084001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO POLICIA NACIONAL LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1790979016001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO DE LOS SERVIDORES PUBLICOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL2 QUITO
COAC	1890001323001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO OSCUS LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO
COAC	1890003628001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN FRANCISCO LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO
COAC	1890037646001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ELSAGRARIO LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO
COAC	1890080967001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO
COAC	1890141877001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MUSHUC RUNA LTDA	SEGMENTO 1	ACTIVA	ZONAL3 AMBATO

Fuente: SEPS
Elaborado por: SEPS

Micro:

En la ciudad de Ambato existen varias Oficinas Matrices de Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1, se ha obtenido información de las cinco Cooperativas más representativas de la ciudad y a través de la página web se observa sus indicadores de morosidad, misión y visión en las que se menciona el desarrollo y económico y social para sus Asociados, sin embargo no se evidencia que mantengan el conocimiento del nivel de educación de educación financiera de sus asociados, más bien la poca información que existe en cuanto a educación financiera se encuentra en las páginas web, medio poco visitado por los asociados

y de poco acceso para el segmento de personas que atiende el sistema popular y solidario.

Tabla 2: Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 Zonal Ambato

 DIRECCIÓN NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y ESTUDIOS LISTADO DE COOPERATIVAS FINANCIERAS Actualizado: 04/01/2016					
Tipo	RUC	Razón social	Segmento	Estado jurídico	Zonal
COAC	1890003628001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN FRANCISCO LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIV A	ZONAL 3 AMBATO
COAC	1890141877001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MUSHUC RUNA LTDA	SEGMENTO 1	ACTIV A	ZONAL 3 AMBATO
COAC	1890037646001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EL SAGRARIO LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIV A	ZONAL 3 AMBATO

Fuente: SEPS
Elaborado por: SEPS

COAC	1890080967001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CAMARA DE COMERCIO LTDA.	SEGMENTO 1	ACTIV A	ZONAL 3 AMBATO
------	---------------	--	------------	---------	----------------

En el siguiente Tabla se muestra el lugar en que están ubicadas las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la ciudad de Ambato en el ranking nacional respecto a la participación de las cuentas del Activo:

Tabla 3: Ranking Participación Activo

RANKING EN BASE A LA PARTICIPACION DE LAS PRINCIPALES CUENTAS DEL BALANCE

SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

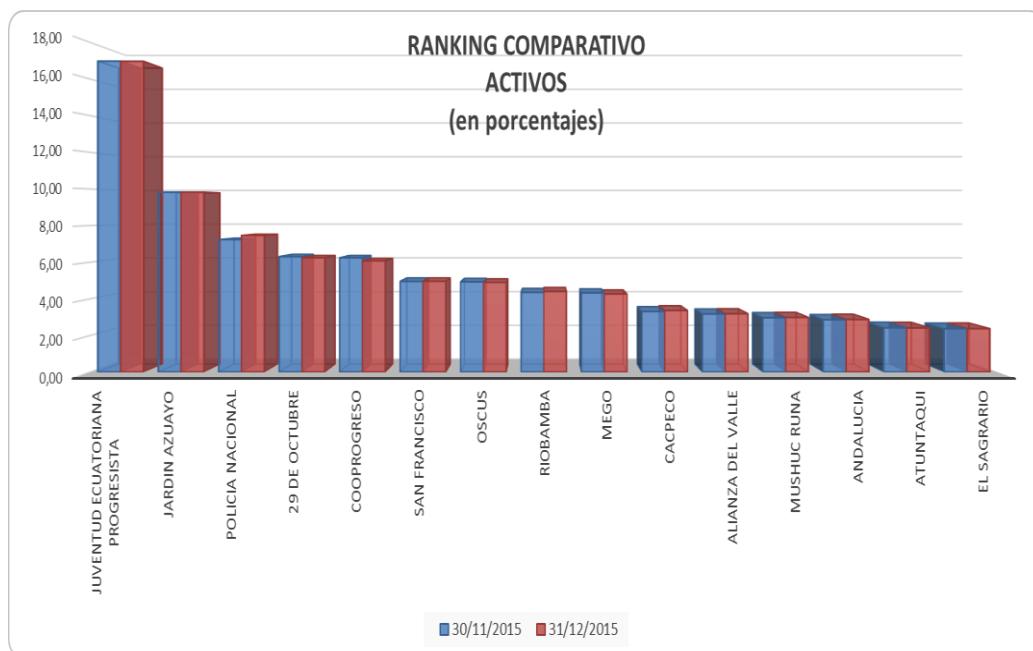
31-dic.-15

(en miles de dólares y porcentajes)

ACTIVOS					
ENTIDADES	30/11/2015		31/12/2015		
	\$	%	\$	%	
C	A	B	C	f	
JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	918.955,25	16,98	923.964,78	16,98	
JARDIN AZUAYO	531.714,96	9,83	534.874,65	9,83	
POLICIA NACIONAL	391.337,84	7,23	406.110,18	7,46	
29 DE OCTUBRE	341.086,36	6,30	339.752,45	6,24	
COOPROGRESO	337.524,88	6,24	330.643,01	6,08	
SAN FRANCISCO	267.970,43	4,95	269.620,18	4,95	
OSCUS	266.641,72	4,93	266.570,67	4,90	
RIOBAMBA	235.266,43	4,35	239.659,70	4,40	
MEGO	233.872,99	4,32	232.071,83	4,26	
CACPECO	178.642,79	3,30	182.785,93	3,36	
ALIANZA DEL VALLE	171.724,00	3,17	173.292,97	3,18	
MUSHUC RUNA	160.348,00	2,96	162.248,47	2,98	
ANDALUCIA	154.410,51	2,85	156.266,46	2,87	
ATUNTAQUI	130.753,02	2,42	131.130,36	2,41	
EL SAGRARIO	127.853,20	2,36	129.067,45	2,37	
CACPE BIBLIAN	120.138,79	2,22	121.945,15	2,24	
23 DE JULIO	116.619,86	2,16	117.974,66	2,17	
CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO	115.278,84	2,13	117.176,36	2,15	
PABLO MUÑOZ VEGA	114.203,35	2,11	112.534,95	2,07	
SERVIDORES PUBLICOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION Y CL	106.080,29	1,96	105.975,71	1,95	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO TULCAN LTDA.	100.345,68	1,85	100.125,97	1,84	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN JOSE LTDA	99.381,15	1,84	102.172,94	1,88	
SANTA ROSA	96.772,41	1,79	95.512,47	1,76	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PILAHUIN TIO LTDA	93.654,42	1,73	90.403,51	1,66	
TOTAL 1ER PISO	5.410.577,17	100,00	5.441.880,82	100,00	
FINANCOOP	106.790,18		114.121,13		
TOTAL 1ER Y 2DO PISO	5.517.367,34		5.556.001,95		

Fuente: SEPS
Elaborado por: SEPS

Figura 5: Ranking Participación Activo

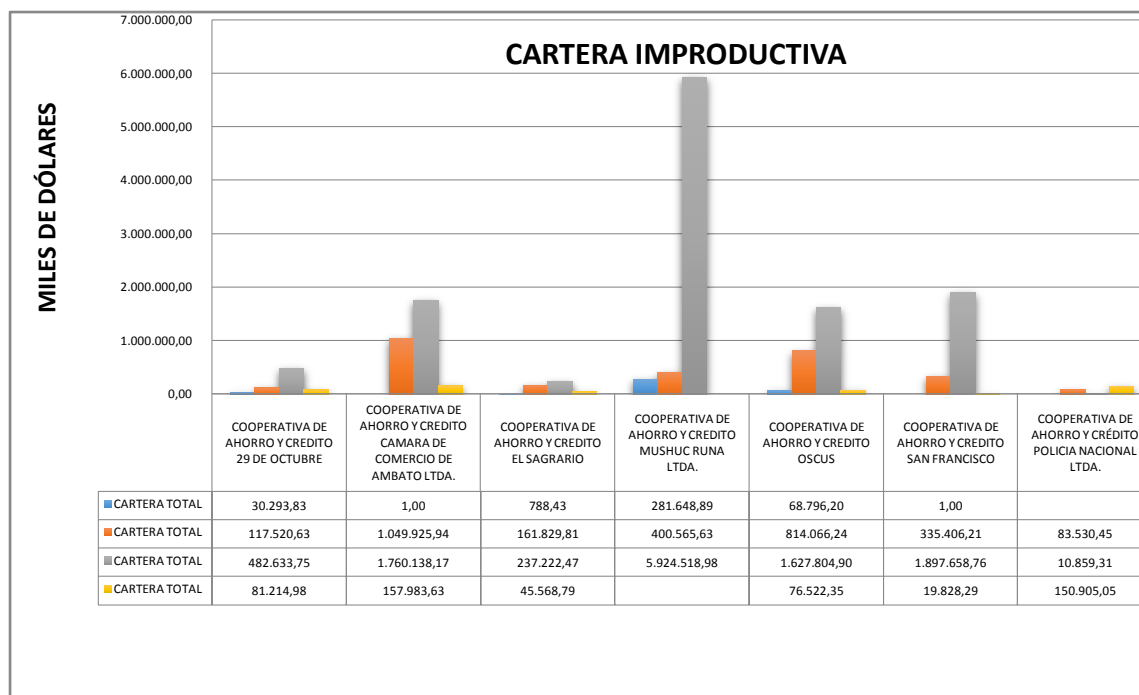


Fuente: SEPS
Elaborado por: SEPS

Tabla4: Cartera al 31 de Diciembre Coop. Segmento 1 ciudad de Ambato

PROVINCIA	CANTÓN	INSTITUCION FINANCIERA	CARTERA TOTAL			
			COMERCIAL	CONSUMO	MICROCRÉDITO	VIVIENDA
TUNGURAHUA	AMBATO	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 29 DE OCTUBRE	30.293,83	117.520,63	482.633,75	81.214,98
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO LTDA.	1,00	1.049.925,94	1.760.138,17	157.983,63
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EL SAGRARIO	788,43	161.829,81	237.222,47	45.568,79
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MUSHUC RUNA LTDA.	281.648,89	400.565,63	5.924.518,98	
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO OSCUS	68.796,20	814.066,24	1.627.804,90	76.522,35
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN FRANCISCO	1,00	335.406,21	1.897.658,76	19.828,29
		COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO POLICIA NACIONAL LTDA.		83.530,45	10.859,31	150.905,05
TOTAL			381.529,35	2.962.844,91	11.940.836,34	532.023,09

**Tabla5: Cartera Improductiva al 31 de Diciembre de 2015 Coop. Segmento 1
Ambato.**



Fuente: SEPS
Elaborado por: SEPS

COOPERATIVA SAN FRANCISCO

Según datos tomados de la página web de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco <http://www.coac-sanfra.com>:

MISION

Somos una EMPRESA CIMENTADA EN PRINCIPIOS cooperativos, orientada a ofrecer servicios financieros y no financieros ejecutados con calidad, para contribuir al BIENESTAR de nuestros socios, clientes y la sociedad.

VISION

Ser el mejor aliado DE NUESTROS SOCIOS, generando soluciones financieras integrales de calidad, basadas en prácticas éticas, transparentes y rentables.

ADN de nuestra Visión:

Aliado.- Lograr que nuestros socios nos consideren un amigo dentro de la gestión cotidiana.

Soluciones financieras integrales de calidad.- Anticiparnos a las necesidades de nuestros socios no sólo en la parte financiera sino también en la contraparte social.

Ética.- Ser y parecer.

Transparencia.- Como parte de una gestión equilibrada sin privilegios, honrada. Cuando uno no es transparente se pierde la credibilidad, lo cual origina caos, tanto personal como empresarial.

Rentabilidad.- Como rol principal de la Cooperativa es el negocio financiero, y es nuestra obligación la generación de una utilidad que permita nuestro crecimiento patrimonial, estructural y de cobertura.

Principios Cooperativos.- Gestión empresarial que debe tener como base los principios cooperativos.

Bienestar.- Tomando en el sentido de prosperidad tanto en el aspecto social como económico – financiero de nuestros socios.

Liderazgo.- Para ser el mejor aliado también debemos ser los mejores y tener un liderazgo que genere orgullo para nuestros socios y clientes. Que seamos un

modelo positivo a seguir. Ser una entidad innovadora, que durante el tiempo tomen la delantera en algún ámbito.

Al 29 de febrero de 2016 la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco registro los siguientes indicadores de morosidad.

Tabla6: Calidad de Activos

3.2 CALIDAD DE ACTIVOS		
3.2.1	MOROSIDAD BRUTA TOTAL	8,04%
3.2.2	MOROSIDAD CARTERA COMERCIAL	2,88%
3.2.3	MOROSIDAD CARTERA CONSUMO	5,82%
3.2.4	MOROSIDAD CARTERA DE VIVIENDA	1,65%
3.2.5	MOROSIDAD CARTERA DE MICROEMPRESA	9,72%

Fuente:<http://www.coac-sanfra.com>
Elaborado por: <http://www.coac-sanfra.com>

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC RUNA

MISIÒN

Brindar en forma integral productos y servicios financieros de calidad, bajo principios de prudencia financiera y de riesgos, manteniendo la identidad y los valores culturales, buscando y promoviendo el Sumak Kawsay de nuestros socios y clientes, y protegiendo la pacha mama.

VISIÒN

Ser una Institución de reconocido prestigio, solvente, competitiva, líder y modelo en la prestación de productos y servicios financieros a nivel nacional, manteniendo y promoviendo la identidad y los valores culturales.

Al 31 de diciembre de 2015 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa registró los siguientes indicadores de morosidad.

Tabla7: Calidad de Activos

2. CALIDAD DE ACTIVOS A DICIEMBRE DE 2015		
2.1	Morosidad Bruta Total	9.44%
2.2	Morosidad Cartera Comercial	7.55%
2.3	Morosidad Cartera Consumo	3.71%
2.4	Morosidad Cartera Vivienda	
2.5	Morosidad Cartera de Microempresa	10.59%

Fuente:<http://www.mushucruna.com/>
Elaborado por:http://www.mushucruna.com

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EL SAGRARIO

MISIÓN

Brindar productos y servicios financieros competitivos para satisfacer las necesidades de socios y clientes, contribuyendo al desarrollo de la economía solidaria del Ecuador.

VISIÓN

Ser líder y referente en el sector financiero cooperativo mediante una gestión profesional con responsabilidad social.

Política de Calidad

Brindamos productos y servicios financieros de calidad, cumpliendo requisitos para satisfacer las necesidades de socios y clientes, en el marco del mejoramiento continuo, con personal competente, adecuada estructura financiera y tecnología confiable.

Tabla 8: Calidad de Activos

2. CALIDAD DE ACTIVOS A DICIEMBRE DE 2015		
2.1	Morosidad Bruta Total	4.47%
2.2	Morosidad Cartera Comercial Prioritario	1.49%
2.3	Morosidad Cartera Consumo Prioritario	2.77%
2.4	Morosidad Cartera Inmobiliario	1.64%
2.5	Morosidad Cartera Microcrédito	9.24%

Fuente:<http://www.mushucruna.com/>
Elaborado por:<http://www.mushucruna.com>

COOPERATIVA CAMARA DE COMERCIO

MISIÓN

Brindar productos y servicios financieros con la más alta calidad que promuevan el desarrollo socioeconómico de los socios, contando con el recurso humano capaz y motivado para construir una organización más sólida, rentable y segura, siendo una Entidad que profundiza el proceso de constitución de un sistema económico, social y solidario, en el que los seres humanos son el fin.

VISION

Ser una Cooperativa innovadora y líder en productos y servicios financieros, sustentados en la prevalencia de las personas por sobre el capital, en el alto desempeño del recurso humano y el uso de tecnología de vanguardia.

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS LTDA.

Su Misión en el año 2015:

“Contribuir solidariamente a elevar el nivel de vida de Socios y Clientes satisfaciendo con eficiencia sus necesidades financieras”.

Su Visión en el año 2015:

“Ser un referente del sistema cooperativo en la aplicación de responsabilidad social”.

Los principios:

- ✓ Adhesión Abierta y Voluntaria
- ✓ Control Democrático de los Socios
- ✓ Participación Económica de los Socios
- ✓ Autonomía e Independencia
- ✓ Educación, Capacitación e Información
- ✓ Cooperación entre Cooperativas
- ✓ Compromiso con la Comunidad

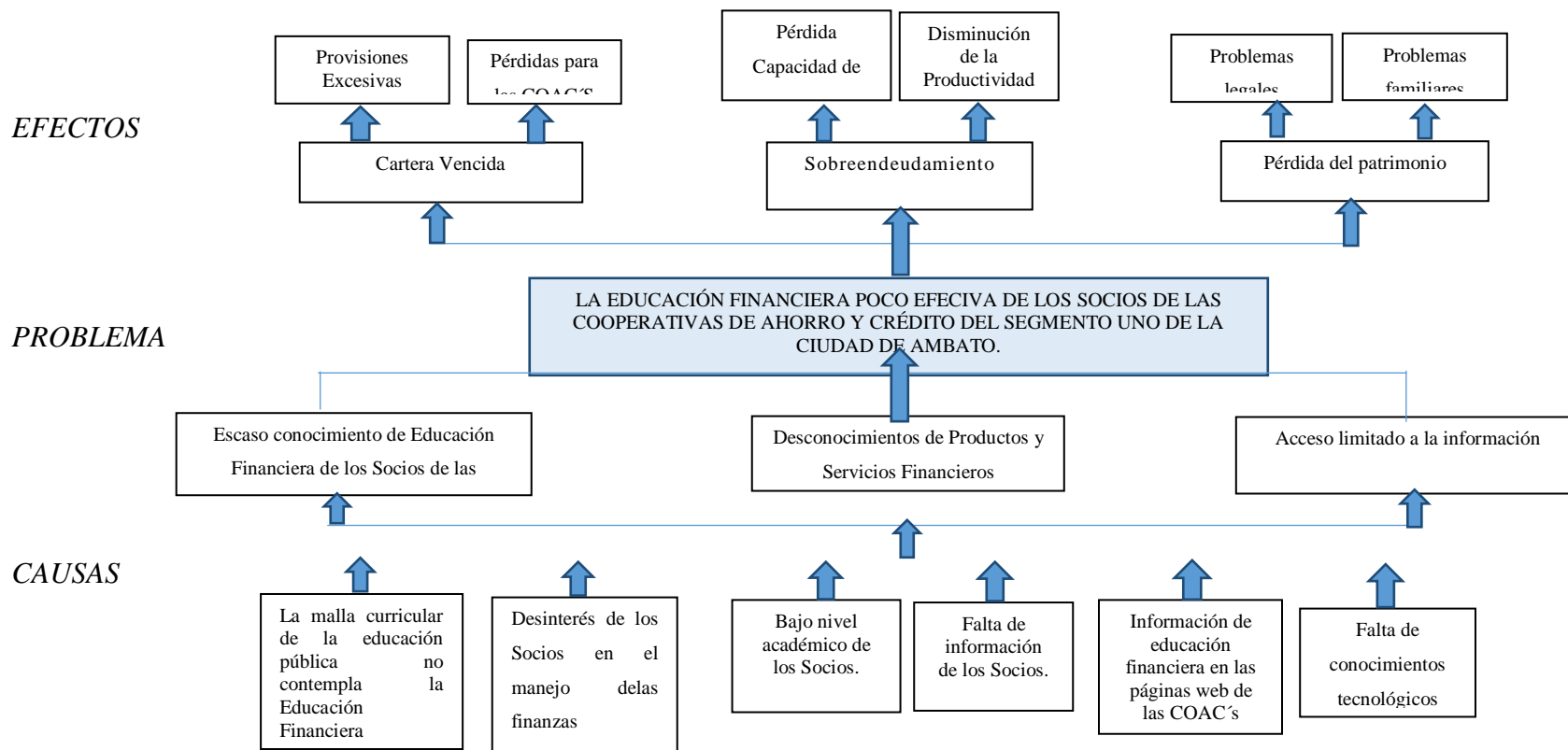
Los valores:

- ✓ Ayuda Mutua
- ✓ Responsabilidad Social
- ✓ Democracia
- ✓ Igualdad
- ✓ Equidad
- ✓ Solidaridad

COOPERATIVA OSCUS. Análisis Crítico

Figura 6: Relación Causa y Efecto

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Fuente: Jimena Altamirano
 Elaborado por: Jimena Altamirano

La falta de interés por parte de los Socios/Clientes en cuanto a conocimientos de finanzas personales, la poca capacitación que se recibe a nivel de educación primaria y secundaria, el bajo nivel académico, y el acceso limitado y costoso a la información, han provocado que la Educación Financiera en nuestro País sea poco efectiva.

Este conocimiento carente en el manejo de las finanzas personales ha ocasionado que ante la sobreoferta de crédito, se hayan contratado más obligaciones de las que se pueden pagar; con la consiguiente afectación a su economía y a la de su familia.

Las Instituciones Financieras han tenido que incurrir en gastos operativos adicionales para realizar su gestión de cobranza, además de incrementar los porcentajes de provisiones por cartera vencida afectando su rentabilidad a través de su principal activo productivo.

Cuando las personas aprenden a manejar sus finanzas y comprenden el objetivo de los productos financieros, sus características, condiciones y ventajas, entonces, toman la mejor decisión con el propósito de su crecimiento económico.

Al aplicar conocimientos financieros se generan cambios positivos para la sociedad y el nivel de vida de las personas. Actualmente estas decisiones están afectando la economía de los Socio/Clientes y la rentabilidad de la Cooperativa a través del indicador de cartera vencida.

Ante lo expuesto se han escogido para el presente trabajo las variables Educación Financiera poco efectiva por la importancia y la incidencia que esta tiene sobre la Cartera Vencida de la Cooperativa Oscus Ltda.

Prognosis

Si la información financiera continúa siendo poco efectiva afectará el futuro desarrollo económico y social de nuestro medio, las decisiones financieras se tomarán solo para satisfacer necesidades momentáneas sin considerar las consecuencias que el incumplimiento de éstas podría ocasionar en el futuro para deudores, garantes y el patrimonio de sus familias.

Un operación de crédito contratada de una manera poco analizada sin considerar sus características y opciones de oferta, lo más probable es que se convierta en cartera vencida, los efectos económicos sean trasladados al Sector Financiero y que este a su vez busque la forma de minimizar o mitigar sus pérdidas por medio del endurecimiento de políticas y restringiendo el acceso al crédito para las personas menos informadas en la administración de sus finanzas.

La cartera improductiva en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento I se incrementaría con las consiguientes pérdidas en su estado de resultados con efectos en la solvencia, se tomarían medidas de recuperación como demandas, embargos, castigo de operaciones y otros instrumentos legales utilizados minimizar la pérdida.

Las familias afectadas en algunos casos se verán en la necesidad de entregar sus activos para cubrir sus deudas impagas, en cartera vencida tendrá otro tipo de interés y rubros adicionales de cobranza. Las familias se podrían ver desintegradas por la necesidad de obtener recursos adicionales que les permita cubrir sus obligaciones financieras.

Posiblemente la persona pierda sus bienes o medios que le permitan llevar el sustento para su familia, por ello es indispensable que exista una Educación Financiera efectiva y que llegue a todos los estratos de Socios/Clientes para que los productos y servicios financieros sean parte del motor para el crecimiento económico de las personas, sus familias y de la rentabilidad del Sector Financiero.

Formulación del Problema

¿Cómo La Educación Financiera afecta la Cartera vencida de la Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 en la Ciudad de Ambato?

Delimitación

Campo: Empresarial y Productividad y Bienestar Humano.

Área: Empresarial y Productividad se relaciona con la cartera vencida en lo que se refiere al estudio de las empresas existentes en el mercado, los factores que condicionan su productividad, la gestión de la calidad y lo que hace que estas se mantengan.

Bienestar Humano promueve el acceso a la Educación para mejorar la calidad de vida de las personas.

Aspecto: Educación Financiera y la Cartera Vencida

Espacio: Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la Ciudad de Ambato, provincial de Tungurahua.

Unidades de Observación: Socios y Clientes

Justificación

Esta investigación se realiza debido al interés que tienen las Cooperativas de Ahorro y Crédito de que sus Socios y Clientes posean una Educación Financiera efectiva que les permita informarse de los productos y servicios que se ofertan y hagan uso adecuado de ellos.

Es importante debido a la repercusión que tienen las decisiones que las personas toman para su desarrollo económico personal, de sus familias y el sistema financiero.

La Educación financiera es un tema que está empezando a ser considerado muy importante para los gobiernos, como parte de sus políticas públicas para promover la inclusión financiera y la protección al consumidor, actualmente no existe un trabajo de tesis realizado para las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 que analice la Educación Financiera y su incidencia en la Cartera Vencida.

Es factible, debido a que se cuenta con la información real necesaria en cuanto a la cartera vencida y la aceptación de los funcionarios correspondientes para realizar el trabajo.

El impacto en las Cooperativas luego del estudio será de gran importancia ya que los prestamistas tomarán sus decisiones financieras de una manera consciente contribuyendo positivamente a la productividad.

Objetivos

Objetivo General

Estudiar la incidencia de la educación financiera en la cartera vencida de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 en la Ciudad de Ambato.

Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el grado educación financiera que poseen los Socios/Clientes de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del segmento 1 con el objetivo de conocer sus necesidades.
- ✓ Evaluar los indicadores de cartera vencida para establecer el comportamiento de pago de Socio/Clientes.

- ✓ Proponer una herramienta que mejore el grado de educación financiera del Socio/Clientes para disminuir la cartera vencida.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

La cartera vencida genera pérdidas a las instituciones financieras y no permite el cumplimiento de objetivos, por otro lado afecta la economía de las familias. Por lo antes expuesto para las Cooperativas de Ahorro y Crédito la Educación Financiera de los Socios/Clientes es de gran importancia para su productividad.

Una vez revisados los trabajos elaborados a nivel local, en la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Administrativas se realizó un trabajo con el tema “Plan de Políticas internas de Crédito y Cobranzas y su incidencia en la recuperación de la cartera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Tisaleo Ltda.” elaborado por Carmen Angélica Zúñiga Martínez en el año 2012, en el mismo la autora obtiene como conclusiones que debido a la falta de formación los Socios desvían los recursos de las operaciones de crédito entregadas por las Instituciones financieras a otros destinos que no permiten el retorno de los valores para el pago puntual de los créditos, así también concluye que la falta de capacitación de los clientes internos no permite una adecuada recuperación de los créditos.

En la Universidad Técnica Particular de Loja con el trabajo sobre “Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas”. 2013, los autores Aguilar Jumbo Ximena Paola y Ortiz Veintimilla Byron Miguel señalan la importancia que tiene la cultura y educación financiera para que las personas utilicen correctamente los servicios financieros y mejoren su calidad de vida, menciona también que en el Ecuador se han emprendido iniciativas que fortalezcan la educación y cultura financiera en las personas.

El estudio lo realizaron los investigadores sobre la muestra de los estudiantes teniendo de su carrera teniendo como resultados que sus conocimientos de educación y cultura financiera son bajos por lo que concluyen que es viable implementar estrategias que mejore los niveles.

Los autores recomiendan impulsar programas de educación financiera que incluya motivación orientada a la valoración del dinero y a la cultura de ahorro, realizar campañas de difusión del programa que promueva y fomente las finanzas personales, y propone un programa de educación financiera.

En México se realizó una tesis de Maestría en Finanzas, Finanzas Personales, Aplicación en la población económicamente activa de Mérida 2006, de Bojórquez Zapata Martha Isabel en el año 2006, en la cual se tiene como conclusiones que la Educación Financiera es muy importante tanto para el ahorro como para el crédito, señala la necesidad de infundir la cultura del ahorro desde la niñez y menciona que es necesaria la capacitación para tomar decisiones en cuanto a la contratación de los créditos y las condiciones, recomienda que para el análisis el crédito se contemplen los consumos en tarjetas de crédito como una obligación a corto plazo.

Fundamentaciones

Fundamentación Filosófica

El presente trabajo se realizará con el enfoque del paradigma Crítico-Propositivo, el cual analiza la realidad con sus eventos positivos y negativos, no se detiene a la contemplación de los fenómenos sino que estudia y propone soluciones, identificando potencialidades de cambio y actuando de manera proactiva. Interpreta, comprende y explica los fenómenos sociales con una visión total de manera solidaria y equitativa.

Para realizar el trabajo se analizará la realidad actual de la cartera vencida de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1, la Educación Financiera que poseen sus Socios/Clientes y sus necesidades, con el fin de determinar el nivel que poseen y proponer una alternativa que promueva el conocimiento y mejore las finanzas personales y familiares.

Así el Socio/Cliente entenderá las condiciones y características de cada producto financiero, eligiendo en función de su capacidad de pago, de la razonabilidad de la inversión, considerando la rentabilidad que esta le genere, el plazo más adecuado y conveniente para corresponder con responsabilidad sus obligaciones.

Fundamentación legal

La presente investigación se fundamenta legalmente en La Constitución de la República que en el artículo 309 dispone:

“Que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario, que intermedian recursos del público y prescribe que cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez.”

En tal sentido según la Constitución de la República del Ecuador el Sector Popular y Solidario como parte del sistema financiero debe contar con normas para el buen manejo y administración de la cartera de crédito la misma que depende del comportamiento de pago de los Socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, es decir requiere Socios bien informados y educados en temas financieros para que puedan corresponder con responsabilidad y conocimiento sus obligaciones contraídas y como resultado de ello los indicadores de las COAC muestren solidez, seguridad y estabilidad.

En el Código Orgánico Monetario y Financiero, en el numeral 7 del artículo 62 indica que la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria tendrá entre sus funciones:

“Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento, de las actividades financieras que presten, mediante la supervisión permanente preventiva extra situ y visitas de inspección in situ, sin restricción alguna, de acuerdo a las mejores prácticas, que permitan determinar la situación económica y financiera de las entidades, el manejo de sus negocios, evaluar la calidad y control de la gestión de riesgo y verificar la veracidad de la información que generen;...”

Además del LIBRO I.- NORMAS GENERALES PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO en el TÍTULO XIV.- del CÓDIGO DE TRANSPARENCIA Y DE DERECHOS DEL USUARIO (reformado con resolución No. JB-2013-2393 de 22 de enero del 2013), CAPÍTULO III.- CÓDIGO DE DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO renumerado con resolución No. JB-2013-2393 de 22 de enero del 2013), PARAGRAFO VI.- PRINCIPIO DE LA BUENA FE.

ARTÍCULO 6.- “Los usuarios de productos y servicios financieros ejercerán sus derechos en el marco del principio universal de la buena fe”.

SECCION II.- DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO
PARAGRAFO I.- DERECHO A LA EDUCACIÓN FINANCIERA

ARTÍCULO 8.- Acceder a través de las instituciones y entidades afines, de acuerdo con la normativa vigente, a los distintos niveles de educación financiera que le permita al usuario comprender sus derechos y obligaciones en el ámbito financiero; el rol de la Superintendencia de Bancos y Seguros, rol del sistema financiero,

la base legal pertinente; el alcance y efectos de los productos y servicios del sistema financiero, que le permita tomar decisiones informadas, y defender sus derechos de tal manera que facilite su participación social activa y responsable.

El sistema financiero según lo mencionado en los derechos del usuario financiero está en la obligación de proporcionar educación financiera a través de las instituciones que la componen, más aun cuando en este Sector debe prevalecer el bienestar de las personas.

PARAGRAFO II.- DERECHO A LA INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 9.- Acceder y recibir directamente información clara, precisa, oportuna, razonable, adecuada, validada, veraz y completa, relacionada con los productos y servicios ofertados por las instituciones del sistema financiero, especialmente en los aspectos financiero, legal, jurídico, operativo, fiscal y comercial, entre otras, incluyendo sus riesgos asociados:

9.1 La información, sobre los productos y servicios financieros, deberá estar al alcance del usuario del sistema financiero antes, durante y después de las respectivas prestaciones y deberá ser elaborada considerando el grado de educación financiera; (reformado con resolución No. JB-2011-1915 de 19 de abril del 2011)

9.2 Recibir una exposición clara de las condiciones y procedimientos establecidos en el contrato y otros instrumentos a fin de evitar errores de interpretación. Los términos deberán expresarse con claridad y en idioma castellano. En caso de duda se aplicarán a favor del usuario;

9.3 Conocer en forma expresa, oportuna y suficiente cualquier modificación de los plazos, tasas de interés pactadas, gastos y demás condiciones del contrato, así como la forma de su aplicación, y los efectos de dichos cambios cuando éstos afecten sus derechos; conocer, por cualquier medio accesible de manera previa a la ejecución y en el lugar en el cual se adquirió la obligación, la identificación de la institución a la cual se transferirían los documentos y la transferencia que respalda la operación de la cual el usuario es garante directo o indirecto;

9.4 Conocer oportunamente y de forma detallada todos los costos financieros y gastos asociados al producto o servicio ofertado, de conformidad con la ley y normativa pertinente, información que deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al usuario ejercer su derecho a elegir antes de formalizar o perfeccionar la prestación del mismo;

9.5 Ser informado sobre los costos fiscales reales de los productos y servicios financieros;

9.6 Recibir publicidad clara, no engañosa y que no induzca a error, que recoja las condiciones necesarias, completas y adecuadas del producto o servicio publicitado.

La publicidad tendrá fuerza vinculante cuando los contratos o los acuerdos, se pacten con base en la oferta publicitaria; y,

9.7 Conocer el tipo de cambio de la moneda en la cual se contrate y las condiciones de su fijación posterior.

PARAGRAFO III.- DERECHO A ELEGIR CON LIBERTAD LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 10.- Elegir con plena libertad productos y servicios financieros ofertados por las instituciones del sistema financiero legalmente reconocidas en función de los precios, tarifas, gastos, costos, así como los beneficios existentes, y/o a suscribir instrumentos, sin ser presionado, coaccionado o inducido mediante prácticas prohibidas por parte de las instituciones del sistema financiero, en transgresión de los principios de competencia leal y sanas prácticas.

PARAGRAFO IV.- DERECHO A ACCEDER A PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 11.- El usuario tendrá derecho a acceder a los productos y servicios financieros, en las siguientes condiciones:

11.2 “Acceder a los sistemas de ahorro ofertados por las instituciones financieras, respetando los requisitos legales, las políticas de la institución financiera y acorde con las sanas prácticas;

11.3 Obtener créditos de las instituciones financieras siempre que se cumplan los requisitos legales, las políticas de la institución financiera y acorde con las sanas prácticas; y,

11.4 Disponer de su dinero entregado a las instituciones financieras de forma oportuna de acuerdo con las condiciones pactadas para su colocación.

En la LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO, en el Título I

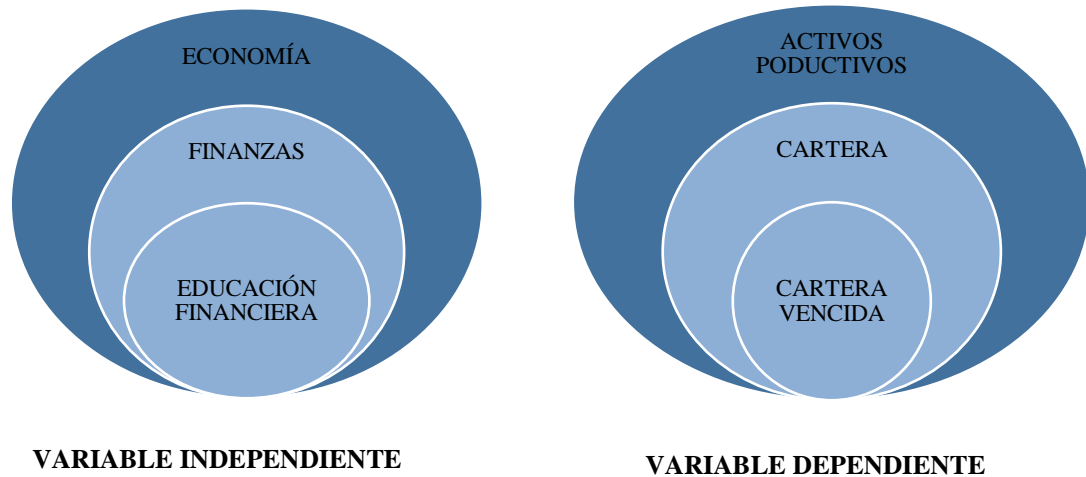
Del Ámbito, Objeto y Principios:

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a 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, basadas en 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, el lucro y la acumulación de capital.

Art. 2.- Ámbito.- Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

Título III Del Sector Financiero Popular y Solidario Capítulo I De las Organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario Art. 78.- Sector Financiero Popular y Solidario.- Para efectos de la presente Ley, integran el Sector Financiero Popular y Solidario las cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro.

Figura 7: Categorización de las Variables



Fuente: Jimena Altamirano
Elaborado por: Jimena Altamirano

Según Lionel Robbins (1932) realizó otra definición sobre la ciencia económica, al considerarla como la rama que analiza cómo los seres humanos satisfacen sus necesidades ilimitadas con recursos escasos que tienen diferentes usos.

Finanzas

De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), el término finanza proviene del francés *finance* y se refiere a la obligación que un sujeto asume para responder de la obligación de otra persona. El concepto también hace referencia a los caudales, los bienes y la hacienda pública.

Educación Financiera

Es el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para

obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico (OECD, 2005)

Podemos decir que la educación financiera es un proceso que comprende el conocimiento de las personas sobre los productos y servicios financieros, incluyen conceptos, condiciones, ventajas, características y riesgos para una adecuada toma de decisiones que mejoren sus finanzas y aporten a su bienestar.

Cartera

La cartera en una Institución Financiera es el movimiento que existe en la colocación de créditos de todos los segmentos y la recuperación de los mismos.

Cartera Vencida

Son aquellos créditos que estando vencidos e impagos se trasladan de cartera normal vigente a cartera vencida dentro de un plazo no mayor a 60 días desde su fecha de vencimiento. La cartera vencida son los montos de las cuotas impagas.

Activos Productivos

Los activos productivos son recursos de las Instituciones Financieras, con los cuales se espera la obtención de un beneficio económico futuro, se constituyen en el potencial del mismo y contribuyen a los flujos de efectivo y de otros similares.

Comprenden los Fondos disponibles, Operaciones interbancarias, Inversiones, Cartera de créditos, Aceptaciones, Cuentas por cobrar, Bienes realizables, adjudicados por pago, de arrendamiento mercantil y otros.

Productos y Servicios Financieros

Son instrumentos de captaciones, colocaciones y servicios financieros que ofertan las Instituciones a sus Socios/Clientes para ser más competitivos, responden a la necesidad de satisfacer sus necesidades y a través de estos mejorar su rentabilidad.

Finanzas Personales

Según <http://definicion.de/finanzas/>, la noción de finanzas personales se refiere al dinero que necesita una familia para subsistencia. Una persona debe analizar cómo obtener dicho dinero y cómo protegerlo ante situaciones imprevistas (como, por ejemplo, un despido laboral). Además las finanzas personales refieren a la capacidad de ahorro, al gasto y a la inversión.

CODIFICACION DE NORMAS DE SEGMENTACION DE CARTERA

Según la Resolución No. 043-2015-F, 5-MAR-15 y Resolución No. 059-2015-F, 16-ABR-15 de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera la cartera de créditos tiene los siguientes segmentos.

Crédito Productivo

Otorgado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o personas jurídicas por un plazo superior a un año para financiar proyectos productivos cuyo monto, en al menos el 90%, sea destinado para la adquisición de bienes de:

- Capital
- Terrenos
- Construcción de infraestructura y
- Compra de derechos de propiedad industrial

Se exceptúa la adquisición:

- Franquicias

- Marcas
- Pagos de Regalía
- Licencias
- Compra de vehículos de combustible fósil.

Se incluye en este segmento el crédito directo otorgado a favor de las personas jurídicas no residentes de la economía ecuatoriana para la adquisición de exportaciones de bienes y servicios producidos por residentes.

Crédito Productivo Corporativo

Dirigido a personas naturales obligadas a llevar contabilidad y a personas jurídicas que registren ventas anuales superiores a USD 5'000.000.00.

Crédito Productivo Empresarial

Dirigido a personas naturales obligadas a llevar contabilidad y a personas jurídicas que registren ventas anuales superiores a USD 1'000,000.00 y hasta USD 5'000,000.00.

Crédito Productivo PYMES

Dirigido a personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas que registren ventas anuales superiores a USD 100,000.00 y hasta USD 1,000,000.00.

Crédito Comercial Ordinario

Es el otorgado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o a personas jurídicas que registren ventas anuales superiores a USD 100,000.00, destinado a la adquisición o comercialización de vehículos livianos, de combustible fósil, incluyendo los que son para fines productivos y comerciales.

Crédito Comercial Prioritario

Es el otorgado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas que registren ventas anuales superiores a USD 100,000.00. Está destinado a la adquisición de bienes y servicios para actividades productivas y comerciales, que no estén categorizados en el segmento comercial ordinario. Se incluye en este segmento las operaciones de financiamiento de vehículos pesados, el financiamiento de capital de trabajo y los créditos entre entidades financieras.

Crédito Comercial Prioritario Corporativo

Dirigido a personas naturales obligadas a llevar contabilidad y a personas jurídicas que registren ventas anuales superiores a USD 5'000,000.00.

Crédito Comercial Prioritario Empresarial

Direccionado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad y a personas jurídicas que registren ventas anuales superiores a USD 1'000,000.00 y hasta USD 5'000,000.00.

Crédito Comercial Prioritario PYMES

Personas naturales obligadas a llevar contabilidad y a personas jurídicas cuyas ventas anuales sean superiores a USD 100,000.00 y hasta USD 1'000,000.00.

Créditos de Consumo

Crédito de Consumo Ordinario

El crédito de Consumo Ordinario es el otorgado a personas naturales destinado a la adquisición o comercialización de vehículos livianos de combustible fósil.

Crédito de Consumo Prioritario

Es el otorgado a personas naturales, destinado a la compra de bienes, Servicios, Gastos no relacionados con una actividad productiva, comercial y otras compras y gastos no incluidos en el segmento de consumo ordinario, incluidos los créditos prendarios de joyas.

Crédito Educativo

Está dirigido a personas naturales para su formación y capacitación profesional o técnica y a personas jurídicas para el financiamiento de formación y capacitación profesional o técnica de su talento humano.

Créditos de Vivienda

Vivienda de Interés Público

Es el otorgado con garantía hipotecaria a personas naturales para la adquisición o construcción de vivienda única y de primer uso. Concedido con la finalidad de transferir la cartera generada a un fideicomiso de titularización con participación del BCE o el sistema financiero público. Cuyo valor comercial sea menor o igual a USD 70,000.00 y cuyo valor por metro cuadrado sea menor o igual a USD 890.00.

Inmobiliario

Es el otorgado con garantía hipotecaria a personas naturales para la construcción, reparación, remodelación y mejora de inmuebles propios; para la adquisición de terrenos destinados a la construcción de vivienda propia; y, para la adquisición de vivienda terminada para uso del deudor y su familia, no categorizada en el segmento de crédito Vivienda de Interés Público.

Microcrédito

Es el otorgado a personas naturales o jurídicas con un nivel de ventas anuales inferior o igual a USD 100,000.00. Un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades de producción y/o comercialización en pequeña escala, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, verificados adecuadamente por la entidad del Sistema Financiero Nacional.

Se clasifica según el saldo adeudado en microcréditos a la entidad del Sistema Financiero, incluyendo el monto de la operación, así:

Minorista

Menor o igual a USD 1,000.00

Acumulación Simple

Superior a USD 1,000.00 y hasta USD 10,000.00

Acumulación Ampliada

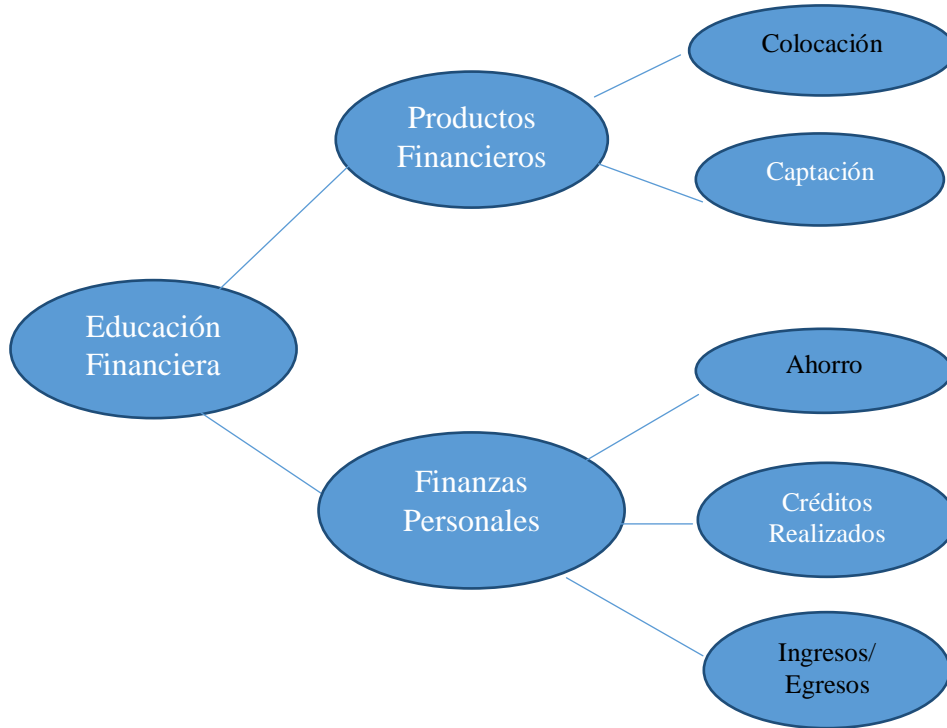
Superior a USD 10,000.00

Crédito de Inversión Pública

Destinado a financiar programas, proyectos, obras y servicios encaminados a la provisión de servicios públicos, cuya prestación es responsabilidad del Estado, sea directamente o a través de empresas: y, que se cancelan con cargo a los recursos presupuestarios o rentas del deudor fideicomitidas a favor de la institución financiera pública prestamista. Se incluyen en este segmento a las operaciones otorgadas a los Gobiernos Autónomos Descentralizados y otras entidades del sector público.

**CONSTELACIÓN DE IDEAS
DESARROLLO DE LAS VARIABLES**

Figura 8: Educación Financiera

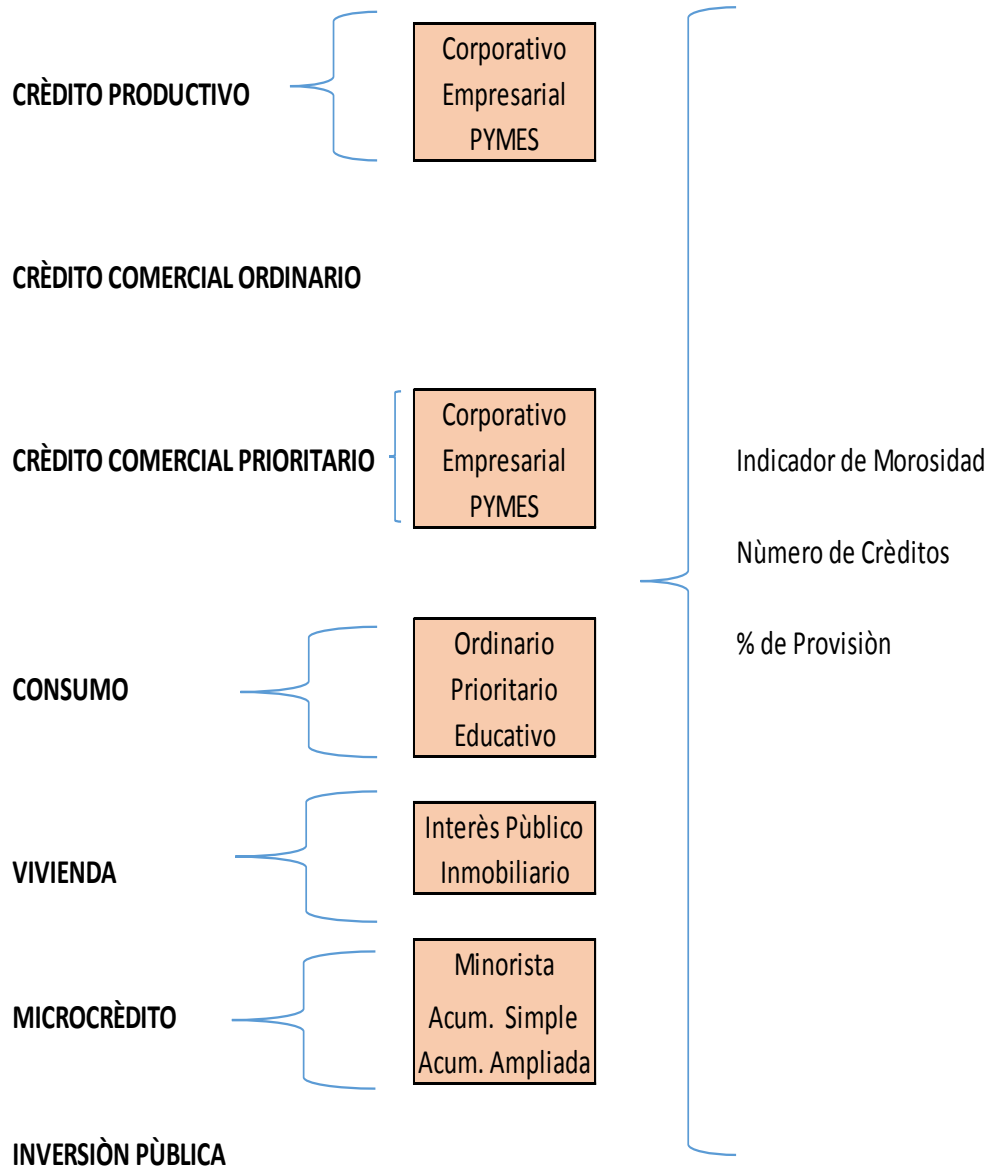


Fuente: Jimena Altamirano

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 9: Cartera Vencida

**CONSTELACIÓN DE IDEAS
DESARROLLO DE LAS VARIABLES**



Fuente: Resoluciones Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
Elaborado por: Jimena Altamirano

Hipótesis

La Educación Financiera poco efectiva de los Socios/Clientes afecta a la cartera vencida de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la Ciudad de Ambato.

Señalamiento de variables

Variable independiente: La Educación Financiera

Variable dependiente: Cartera Vencida

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuali- cuantitativo. Cuantitativo debido a que necesita recolectar datos para aplicarlos en forma de puntuaciones donde la información obtenida de las personas y las Instituciones son medidas y ubicadas de forma numérica.

En cuanto a la primera variable, es necesaria la aplicación de encuestas para conocer el nivel de Educación Financiera que poseen los Socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 con su Oficina Matriz ubicada en la ciudad de Ambato, analizar los datos numéricos asignarles una valoración e interpretarlos estadísticamente.

Para determinar el nivel de conocimientos que tienen los Socios sobre la educación financiera será necesario realizar preguntas de las que se obtenga información relevante en cuanto a sus conocimientos, forma de pensar en la que basan sus decisiones financieras.

Se aplicará la encuesta a los Socios de las cinco Cooperativas más conocidas de la ciudad de Ambato en la Oficina Matriz, a los Socios que mantienen o mantuvieron una operación de crédito, las Cooperativas son: El Sagrario, San Francisco, Cámara de Comercio de Ambato, Mushuc Runa y Oscus Ltda. Considerando que sus asociados representan en gran parte la cultura de la ciudad.

Respecto a la segunda variable, la Cartera Vencida es necesario el análisis de indicadores de morosidad, comparaciones entre otras Cooperativas de Ahorro y Crédito y estadísticas para determinar resultados cuantitativos para lo cual se

analizará la información de los boletines mensuales de la página web de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.

Modalidad de la Investigación

De campo, debido a que los datos necesarios para realizar la investigación serán recabados en las Oficinas Matrices de las 5 Cooperativas de Ahorro y Crédito más conocidas de la Ciudad de Ambato que corresponden al Segmento 1, es decir donde sus asociados realizan sus operaciones y transacciones financieras y donde laboran los trabajadores ofertando productos, servicios financieros y realizan actividades de recuperación de cartera vencida.

La investigación también responde a la modalidad de investigación documental - bibliográfica ya que se requiere de conocimientos teóricos, criterios y contextualizaciones comprobadas para en base a ellas proponer la resolución de problemas encontrados, se tomará información estadística y de indicadores de las páginas web de los organismos de control del sistema popular y solidario en cuanto a la cartera de crédito y la evolución del indicador de morosidad.

Tipo o Nivel de Investigación

La presente investigación es de tipo explicativo ya que se pretende comprobar una hipótesis respecto a la incidencia que tiene la educación financiera de los Socios en la cartera vencida de las de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Además del nivel de asociación de variables, porque se necesita conocer el nivel de conocimiento que tienen los Socios/Clientes en cuanto a Educación Financiera, el comportamiento de la cartera vencida en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la Ciudad de Ambato y la forma en que la

primera variable Educación Financiera puede influenciar en el comportamiento de la cartera vencida, si ésta es efectiva y aplicada en las finanzas personales.

Población y muestra

Para determinar la población se han considerado 7,000 Socios prestamistas de las Oficinas Matriz de cinco Cooperativas de Ahorro y Crédito en la ciudad de Ambato en los segmentos de consumo, microcrédito, comercial y vivienda. El número de la población es 35,000.00.

Para realizar un crédito los Socios requieren la creación de una cuenta de ahorros.

COOPERATIVAS DE AMBATO	# SOCIOS PRESTAMISTAS
SAGRARIO	7000
MUSHUC RUNA	7000
SAN FRANCISCO	7000
CÁMARA DE COMERCIO DE AMBATO	7000
OSCUS	7000
	35000 POBLACIÓN

Cálculo de la muestra

La fórmula usada para determinar la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad 1.96

P= Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 0.5

N= Población 35.000

e= Error de muestreo 0.05

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(35.000)}{(1.96)^2 (0.5)(0.5) + (35.000)(0.05)^2}$$

$$n = 379,98$$

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula descrita debido a que se trata de un universo finito. Es decir se realizarán 76 encuestas en cada Cooperativa; San Francisco, Mushuc Runa, El Sagrario, Cámara de Comercio de Ambato y Ocus.

<p>tomar las mejores decisiones, permitirá el desarrollo de capacidades para buscar rentabilidad así como realizar inversiones seguras que generen crecimiento económico y bienestar.</p>		<p>No. De cuentas aperturadas</p> <p>% de ahorro mensual con relación a sus ingresos netos.</p> <p>% de endeudamiento con relación a los activos.</p>	<p>¿Le parece importante que su familia aprenda sobre Educación Financiera?</p> <p>¿Cuánto tiempo invertiría semanalmente para aprender Educación Financiera?</p> <p>¿Cuál es el horario en el que le gustaría aprender sobre Educación Financiera?</p> <p>¿En qué lugar le gustaría aprender sobre Educación Financiera?</p>	
---	--	---	---	--

Tabla10: Operacionalización de Variable Dependiente

Variable dependiente: Cartera Vencida

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
<p>La Cartera Vencida</p> <p>Registra el valor de toda clase de créditos que por más de 30 días dejan de ganar intereses o ingresos.</p>	<p>Comercial</p> <p>Consumo</p> <p>Microcrédito</p> <p>Vivienda</p>	<p>Número de créditos colocados.</p> <p>Indicador de Mora</p> <p>% de Provisión</p>	<p>¿Cuántos créditos se colocan mensualmente?</p> <p>¿Cuántos de los créditos otorgados mensualmente forman parte de la cartera vencida?</p> <p>¿Se cumplen los indicadores de morosidad establecidos por las Cooperativas?</p> <p>¿Cuál es el porcentaje de provisiones establecido para la cartera vencida?</p> <p>¿Qué medidas se han tomado para disminuir el indicador de morosidad?</p> <p>¿En qué segmento se concentra la cartera vencida?</p> <p>¿Mencione algunas de las causas principales para el retraso en los pagos de los Socios/Clientes?</p>	<p>Entrevista a funcionarios del área de negocios de las 5 Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la ciudad de Ambato.</p>

Fuente: Jimena Altamirano

Elaborado por: Jimena Altamirano

Plan de recolección de información

Se aplicó el tipo de muestreo No Probabilístico intencional ya que el entrevistador seleccionará a los Socios que tengan o hayan tenido un crédito vigente y que asistan a las Oficinas Matrices de las cinco Cooperativas de Ahorro y Crédito a realizar sus operaciones.

La recolección de información se realizará con el fin de conocer de qué manera el conocimiento que los Socios poseen sobre los productos financieros afecta a la cartera de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la ciudad de Ambato y se aplica a las Unidades de Información tales como:

Socios de cinco Cooperativas de Ahorro y Crédito representativas y sus funcionarios de las áreas de Negocios.

La investigadora realiza el trabajo en el periodo comprendido entre el mes de Enero a Diciembre 2016, tal información será obtenida a través de la técnica de la encuesta con el instrumento cuestionario de 15 preguntas, la misma que se aplicará a la muestra de Socios y se desarrollará en forma práctica, directa y real.

El procesamiento de la información obtenida de los cuestionarios será clasificado, ordenada y tabulada para realizar un análisis de las respuestas obtenidas de tal manera que a través de Figuras y tablas represente los resultados.

Se realizará una revisión crítica con el fin de obtener una interpretación clara de la información conseguida, la que ayudará a comprobar la hipótesis planteada y emitir conclusiones y recomendaciones adecuadas.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

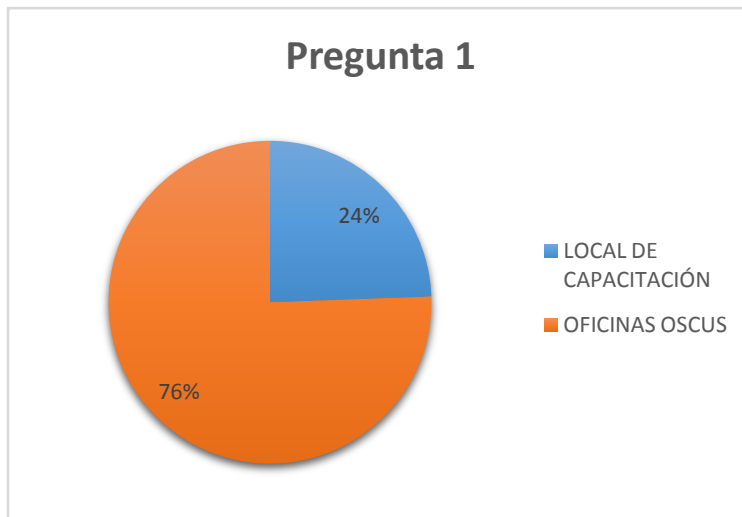
Pregunta 1 ¿Cuántas veces a la semana acude a una Institución Financiera?

Tabla 11: Número de veces que acude a una Institución Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
UNA	135	36%
DOS	95	25%
TRES	45	12%
MAS DE TRES	105	28%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena

Figura 10: Número de veces que acude a una Institución Financiera



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 380 Socios encuestados en las Cooperativas antes señaladas, 135 que constituyen el 36% contestaron que asisten una vez a la semana a una Institución financiera, 95 que equivale al 25% asisten dos veces, 45 que el 12% asisten tres veces y el 28% más de tres veces a la semana es decir 105 Socios/Clientes.

Análisis

Según el análisis realizado podemos decir que la mayor parte de Socio/Clientes asisten a una Institución Financiera una vez por semana, esto representa el 36%.

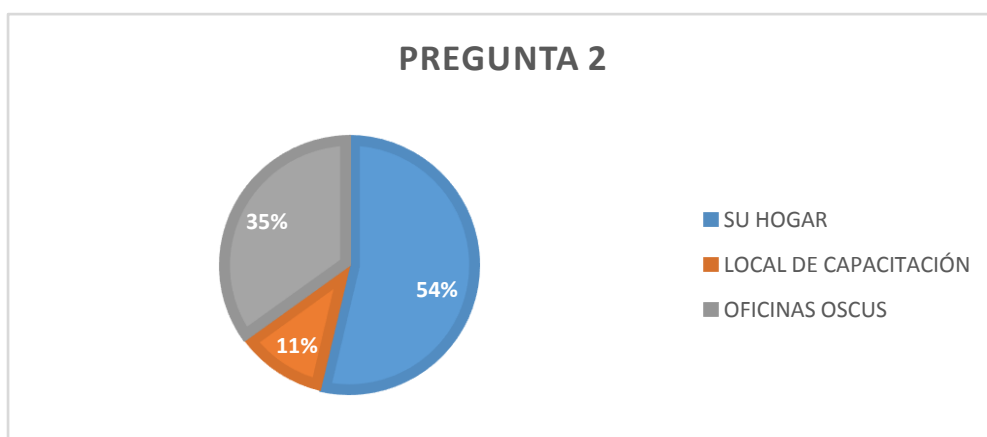
Pregunta 2 ¿Por qué acude a una Institución Financiera?

Tabla 12: Razón por la que los Socios/Clientes acuden a una Institución Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
AHORROS	205	54%
CRÉDITOS	105	28%
SERVICIOS	55	14%
OTROS	15	4%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura11: Razón por la que Socios/Clientes acuden a una Institución Financiera



Interpretación

De los 380 Socios encuestados en las Cooperativas antes señaladas, el 54% es decir 205 Socios asiste a una Institución Financiera para realizar transacciones de ahorro, el 28% es decir 105 acuden a realizar operaciones de crédito, el 14% es decir 55 Socios/Clientes acuden por Servicios y el 4% es decir 15 Socios/Clientes acude por otros motivos.

Análisis

Una vez realizada la encuesta a los Socios podemos observar que el mayor forceje de Socios/Clientes, es del 54% asisten a una Institución Financiera para realizar transacciones de ahorros.

Pregunta 3¿En lugar de ir a la Institución Financiera le gustaría que la Institución Financiera esté más cerca de Usted?

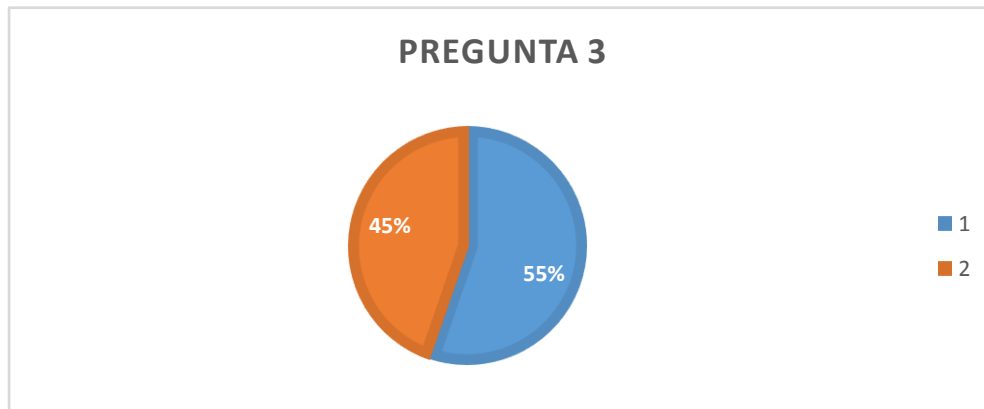
Tabla 13: Institución financiera esté más cerca de Usted

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	300	79%
NO	80	21%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 12: Institución financiera esté más cerca de Usted



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 380 Socios encuestados en las Cooperativas antes señaladas, el 79%, es decir 305 Socios manifestó que le gustaría que las Instituciones Financieras estén más cerca de sus asociados, mientras que el 21%, 85 Socios/Clientes indicó que no les gustaría que las Instituciones Financieras estén más cerca..

Análisis

Una vez realizadas las encuestas a los 380 Socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito podemos observar que el mayor porcentaje, 79%, le gustaría que las Instituciones Financieras estén más cerca del Socio Cliente.

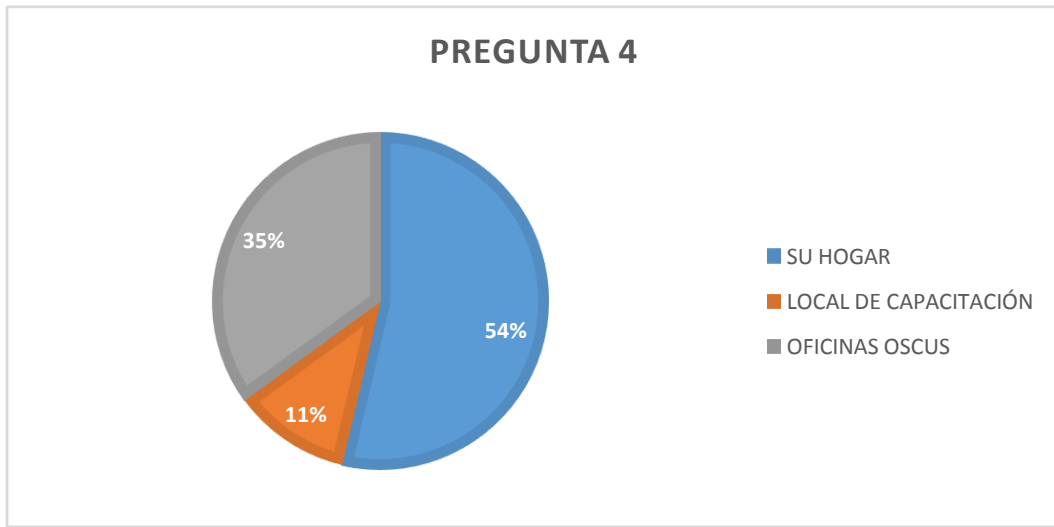
Pregunta 4¿Qué es lo que más le gusta de las Instituciones Financieras?

Tabla 14: Preferencias en las instituciones financieras

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
ATENCION AMABLE	195	51%
PRODUCTOS DE AHORRO	45	12%
PRODUCTOS DE CREDITO	85	22%
TASAS DE INTERES	55	14%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 13: Preferencias en las instituciones financieras



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 380 Socios encuestados de las Cooperativas de Ahorro y Crédito antes señaladas, el 54% es decir 195, prefiere la atención amable, seguida de los productos de crédito con el 28%, las tasas de Interés que ofrecen las Instituciones Financieras con el 14% y finalmente los Productos de Ahorro con el 4%.

Análisis

Una vez realizada las encuestas a los Socios/Clientes podemos ver que el mayor porcentaje prefieren la atención amable por parte del personal de las Instituciones

Financieras antes que los productos de crédito, las tasas de interés y los productos de ahorro.

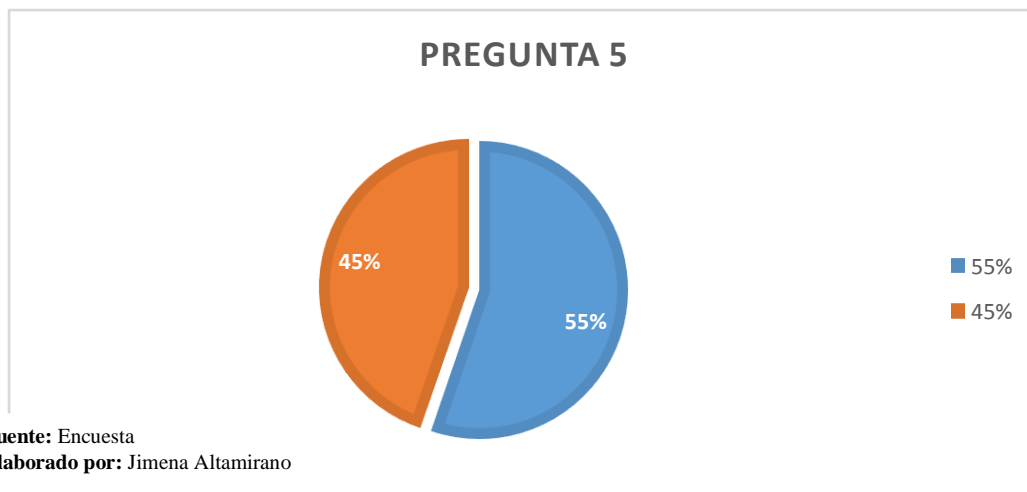
Pregunta 5: ¿Cómo preferiría realizar sus transacciones?

Tabla 15: Preferencia para realizar transacciones

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
CON UNA PERSONA	210	55%
CON UN CAJERO AUTOMATICO	170	45%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 14: Preferencia para realizar transacciones



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 380 Socios encuestados en las Cooperativas de Ahorro y Crédito antes señaladas, el 55%, es decir 210, prefiere hacer sus transacciones con una persona y el 45%, es decir 170 Socios/Clientes prefieren hacerlas a través de un cajero automático.

Análisis

Una vez realizada las encuestas a los Socios podemos observar que el mayor porcentaje de Socios/Clientes prefiere realizar sus transacciones en las Cooperativas de Ahorro y Crédito a través de una persona que los atienda.

Pregunta 6: ¿Qué entiende por Educación Financiera?

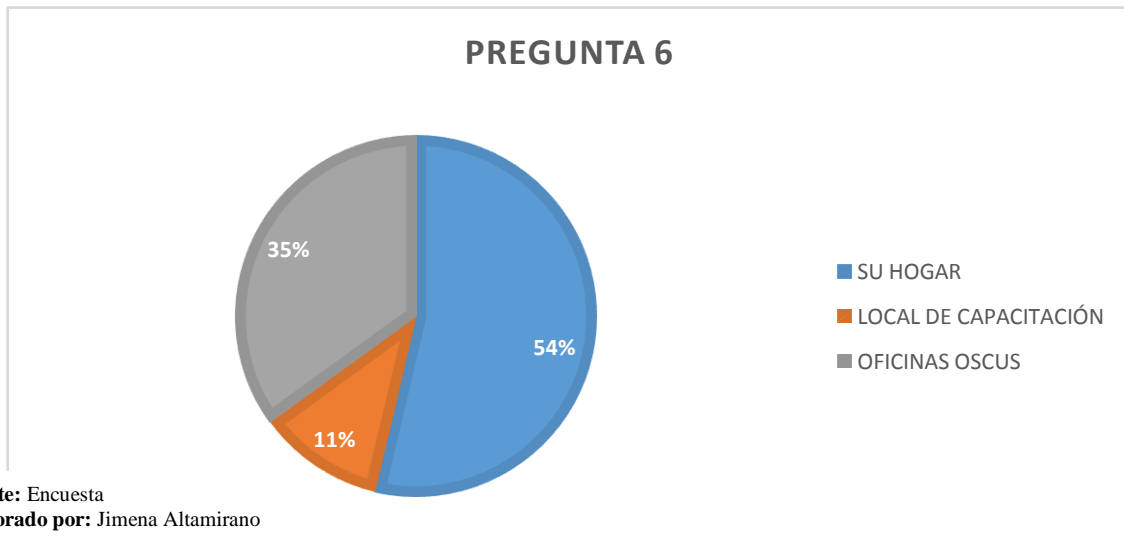
Tabla 16: Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
CONOCER DE PRODUCTOS FINANCIEROS	125	33%
CONOCER DE LAS COOPERATIVAS	45	12%
TOMAR DECISIONES ACERTADAS	185	49%
REALIZAR CALCULOS	25	7%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 15: Educación Financiera



Interpretación

En las encuestas realizadas a los Socios sobre que entienden por Educación Financiera, el mayor porcentaje 49%, es decir 185 asociados indicaron que es tomar decisiones

acertadas, seguida del 33%, es decir 125 dicen que es conocer los productos financieros el 12% manifiesta que es conocer de las Cooperativas y el 6% dice que es realizar cálculos.

Análisis

Una vez realizada las encuestas a los Socios se puede observar que la mayoría de Socios/Clientes entiendo por Educación Financiera tomar decisiones acertadas, seguido del conocimiento de los productos financieros, las cooperativas de ahorro y crédito y en un menor porcentaje manifiestan que la Educación Financiera se refiere a la realización de cálculos.

Pregunta 7: ¿Conoce las características de los productos financieros?

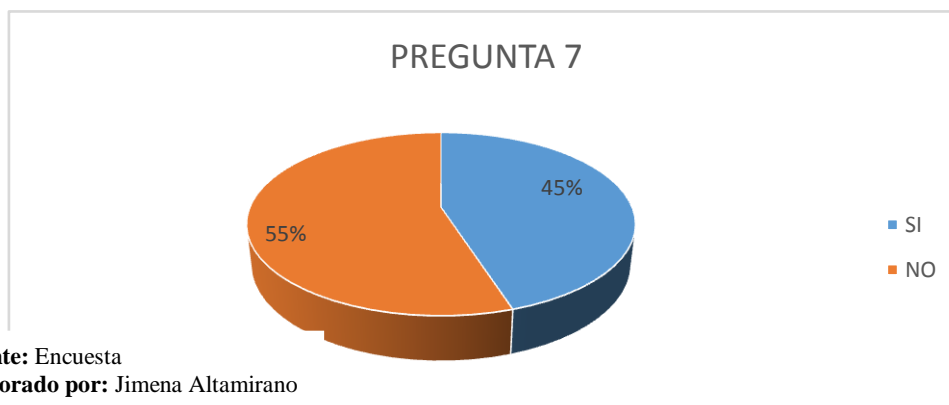
Tabla 17: Conocimiento de las características de los productos financieros

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	170	45%
NO	210	55%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 16: Características de los productos financieros



Interpretación

De los 380 Socios encuestados de las Cooperativas de Ahorro y Crédito el 55% que equivale a 210 asociados, mencionan que no conocen las características de los

productos financieros, mientras que el 45%, es decir 170 asociados manifiesta que si conoce las características de los productos financieros.

Análisis

Una vez realizada las encuestas a los Socios podemos observar que el mayor porcentaje de asociados no conocen las características de los Productos Financieros mientras que un porcentaje menor si las conoce.

Pregunta 8 ¿Antes de solicitar un crédito analiza si puede pagar las cuotas puntualmente?

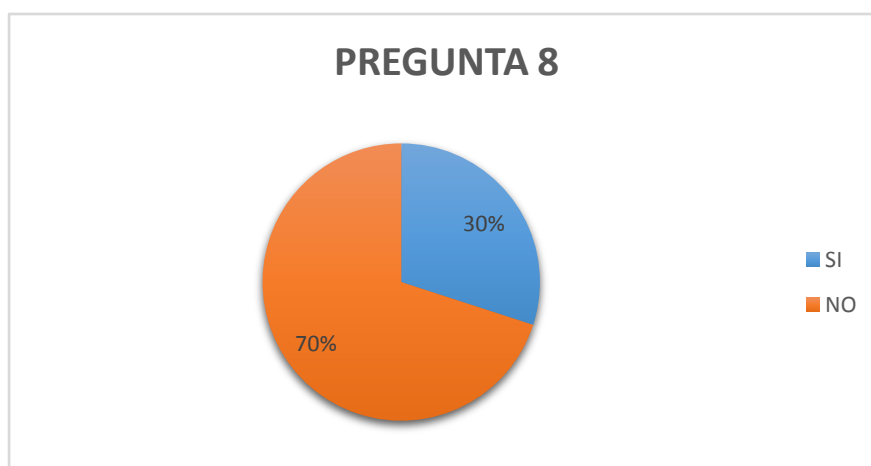
Tabla18: Análisis de capacidad para pagar créditos

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	270	70%
NO	110	30%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 17: Análisis de capacidad para pagar créditos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

Según las encuestas realizadas sobre el análisis de los Socios previo a solicitar un crédito en las Cooperativas de Ahorro y Crédito, el mayor porcentaje 70% indica que 270 asociados no analizan Si podrán pagar puntualmente las cuotas de la obligación y el 30% es decir 110 menciona que si realiza el análisis.

Análisis

Una vez realizadas las encuestas a los Socios podemos observar que la mayor parte de asociados no realizan un análisis de su capacidad de pago para responder con responsabilidad a la obligación adquirida.

Pregunta 9¿Antes de utilizar un producto financiero busca la información necesaria para tomar la mejor decisión?

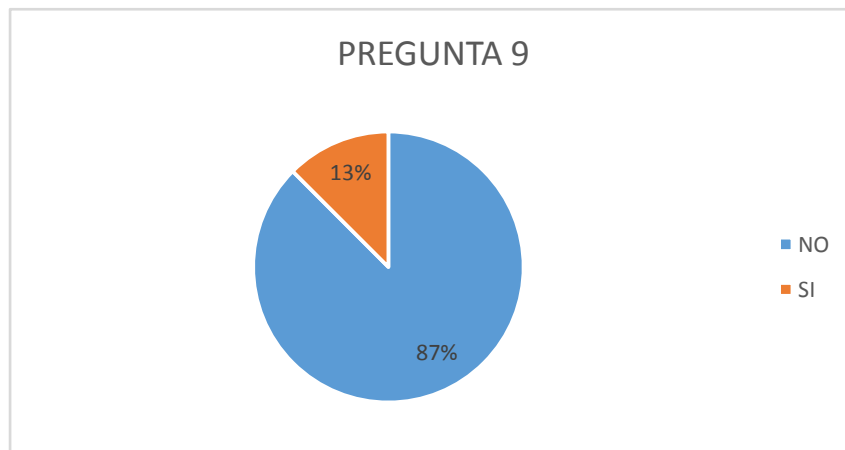
Tabla19: Búsqueda de información para tomar decisiones

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
NO	340	87%
SI	40	13%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 18: Búsqueda de información para tomar decisiones



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

En las encuestas realizadas a los Socios sobre si obtiene información para tomar decisiones al utilizar un producto Financiero, el mayor porcentaje 87% es decir 340 indican que no obtienen información necesaria y un 13%, equivalente a 40 Socios/Clientes mencionan que si obtienen información.

Análisis

Una vez realizadas las encuestas a los Socios se puede observar que previo a utilizar un producto financiero y tomar la mejor decisión los asociados no buscan la información necesaria, únicamente un pequeño porcentaje lo hace.

Pregunta 10: ¿Le gustaría conocer sobre temas de Educación Financiera?

Tabla 20: Conocer más de Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	370	95%
NO	10	5%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 19: Conocer más de Educación Financiera



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

A través de la encuestas realizadas en las Cooperativas de Ahorro y Crédito se observa que 370 Socios, es decir el 95%, le gustaría conocer sobre temas de Educación Financiera, mientras que 10 Socios/Clientes, es decir al 5% no le gustaría conocer sobre estos temas.

Análisis

Una vez que contamos con la tabulación de resultados de las encuestas aplicadas a los Socios podemos decir que la mayor parte de Socios tiene interés en conocer de temas Educación Financiera y muy pocos no tienen interés.

Pregunta 11 ¿Para Usted cual sería el mejor medio para informarse de temas de Educación Financiera?

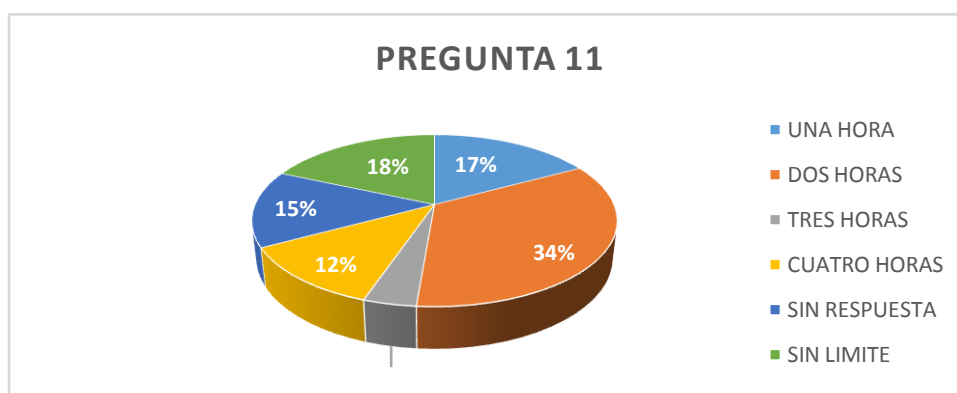
Tabla 21: Medios por los cuales podemos conocer sobre Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
RADIO	45	12%
TELEVISION	40	11%
INTERNET	25	7%
CAPACITACIONES	130	34%
PRENSA ESCRITA	35	9%
MENSAJES DE TEXTO	45	12%
MATERIAL ESCRITO	60	16%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 20: Medios por los cuales podemos conocer sobre Educación Financiera



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 380 Socios encuestados sobre el medio por el que ellos podrían conocer más de Educación Financiera, el 34% es decir 130, mencionan que a través de capacitaciones, seguido de mensajes de texto con un 16%, es decir 60 asociados, un 12% a través de la radio y mensajes de texto, por la televisión un 11%, el internet un 7%, y finalmente por medio de la prensa escrita un 9%.

Análisis

Una vez realizadas las encuestas se observa que los Socios, en un mayor porcentaje, prefieren conocer sobre Educación Financiera a través de Capacitaciones seguido de mensajes de texto y en menores porcentajes prefieren la televisión, radio entre otros.

Pregunta 12: ¿Le parece importante que su familia aprenda sobre Educación Financiera?

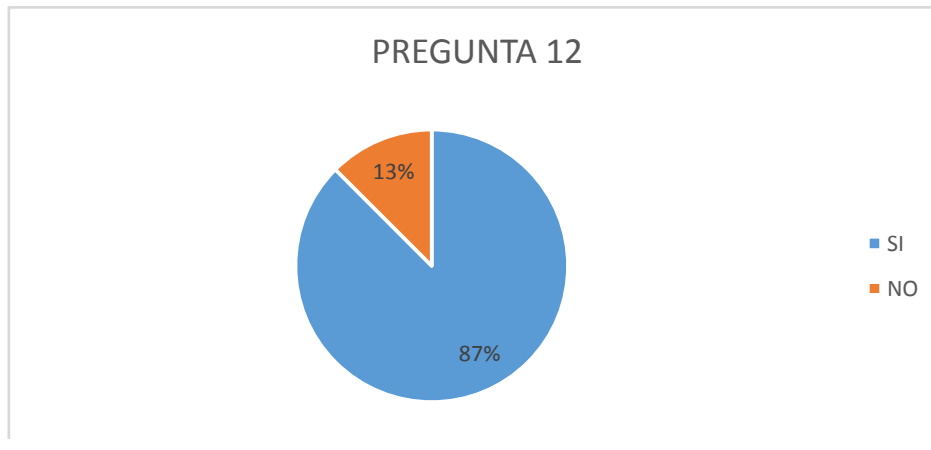
Tabla 22: Importancia de la Educación Financiera en la familia

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	350	87%
NO	50	13%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 21: Importancia de la Educación Financiera en la familia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 400 Socios encuestados de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, el 87% es decir 350 asociados manifestó que si considera importante que su familia conozca sobre Educación Financiera, mientras que el 13%, 50 Socios indicó que no.

Análisis

Una vez realizada la tabulación de las encuestas se puede observar que la mayor parte de Socios/Clientes considera importante que su familia conozca sobre Educación Financiera mientras que unos pocos no la consideran importante.

Pregunta 13¿Cuánto tiempo Usted invertiría semanalmente para aprender sobre Educación Financiera?

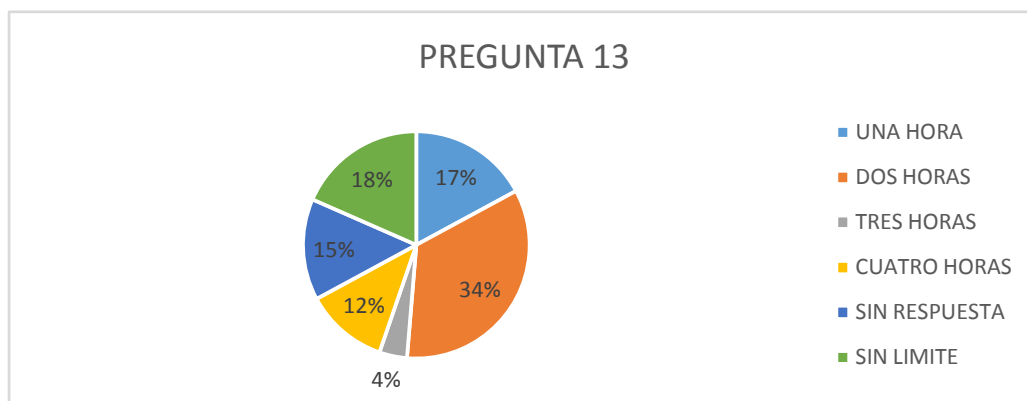
Tabla 23: Tiempo para conocer sobre Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
UNA HORA	65	17%
DOS HORAS	130	34%
TRES HORAS	15	4%
CUATRO HORAS	45	12%
SIN RESPUESTA	55	14%
SIN LIMITE	70	18%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 22: Tiempo para conocer sobre Educación Financiera



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 380 Socios encuestados en las Cooperativas, el 34%, es decir 130, invertirían dos horas de su tiempo para aprender sobre Educación Financiera, el 18% no estableció un límite de tiempo para el aprendizaje, el 17% señaló que invertiría 1 hora, mientras que un 14% no menciona nada respecto al tema, el 12% 4 horas y finalmente un 4% invertiría 3 horas de su tiempo para el aprendizaje.

Análisis

En la tabulación de resultados se observa que la gran mayoría de Socios estarían dispuestos a invertir dos horas semanales de su tiempo para aprender sobre Educación Financiera.

Pregunta 14¿Cuál es el horario en el que le gustaría aprender sobre Educación Financiera?

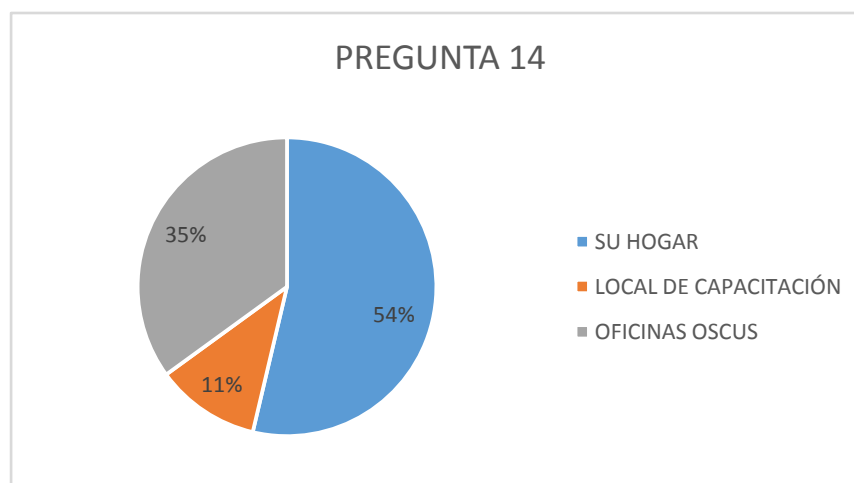
Tabla24: Horarios para aprender sobre Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
MAÑANA	130	34%
TARDE	10	3%
NOCHE	140	37%
FIN DE SEMANA	100	26%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 23: Horarios para aprender sobre Educación Financiera



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

De los 380 encuestados en las cooperativas de ahorro y crédito el 37%, es decir 130 socios/clientes señalaron que les gustaría aprender educación financiera en la noche, un 34% es decir 130 socios/clientes, en la mañana, mientras que el 26% el fin de semana y un 3% en la tarde.

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta se observa que los Socios prefieren aprender sobre Educación Financiera en la noche y en una cantidad casi igual les gustaría aprender en la mañana.

Pregunta 15 ¿En qué lugar le gustaría aprender sobre Educación Financiera?

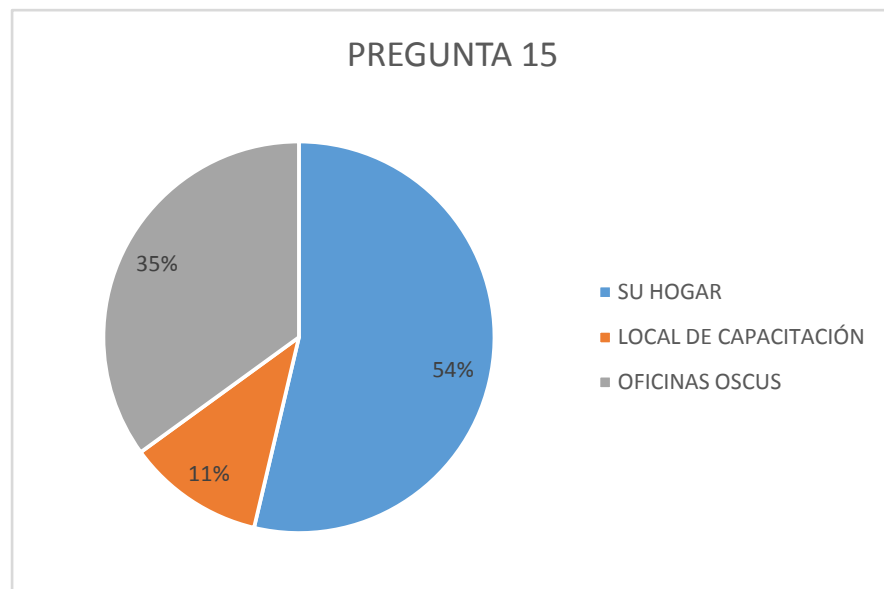
Tabla 25: Lugar para aprender Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SU HOGAR	204	54%
LOCAL DE CAPACITACIÓN	43	11%
OFICINAS OSCUS	133	35%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Figura 24: Lugar para aprender Educación Financiera



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jimena Altamirano

Interpretación

Según las 380 encuestas realizadas se observa que el 54%, es decir 204 Socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito les gustaría aprender sobre Educación Financiera en su hogar, el 35%, es decir 133, les gustaría en las Oficinas de las Cooperativas y el 11%, es decir 43 asociados, en locales para capacitación.

Análisis

Una vez realizada las encuestas y tabulados los datos se puede decir que los Socios prefieren aprender Educación Financiera en la comodidad de su hogar y en segunda instancia en las Oficinas de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Una vez aplicadas las encuestas a los Socios/Clientes de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la ciudad de Ambato y realizada la tabulación respectiva, se eligen las preguntas 7 y 8 con sus respuestas para realizar la verificación de la hipótesis a través de la Técnica del Chi Cuadrado, las preguntas tratan sobre las dos variables de la investigación.

Pregunta 7 ¿Conoce las características de los productos financieros?

Pregunta 8 ¿Antes de solicitar un crédito analiza si puede pagar las cuotas puntualmente?

PREGUNTA CONDICION	7		8		Total
	O	E	O	E	
SI	170	220	270	220	440
NO	210	160	110	160	320
TOTAL:	380		380		760

Elaborado por: Jimena
Altamirano Fuente: Encuesta

Tabla de cálculo de frecuencias observadas y esperadas

Cálculo del Chi Cuadrado

O	E	$(O - E)^2 / E$
170	220	11,36
210	160	15,63
270	220	11,36
110	160	15,63
χ^2		53,98

Cálculo grados de libertad

$$gl = (c-1)(f-1)$$

$$gl = (2-1)(2-1)$$

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

El Grado de Libertad (gl) es 1, conociendo que este valor, bajo un 95% de confianza, corresponde a un chi cuadrado tabulado de 3.84 el cual será comparado con el chi cuadrado calculado (**X² calculado**) que equivale a 53.98

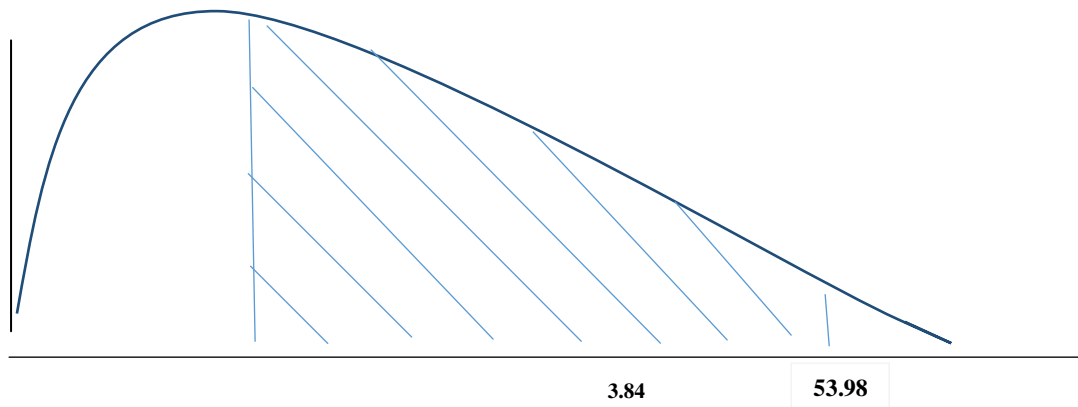


Figura 25: Chi cuadrado

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Tabla #

Formación de la hipótesis

H₀: La falta de Educación Financiera de los Socios NO incide en los niveles de cartera vencida de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1, es falsa.

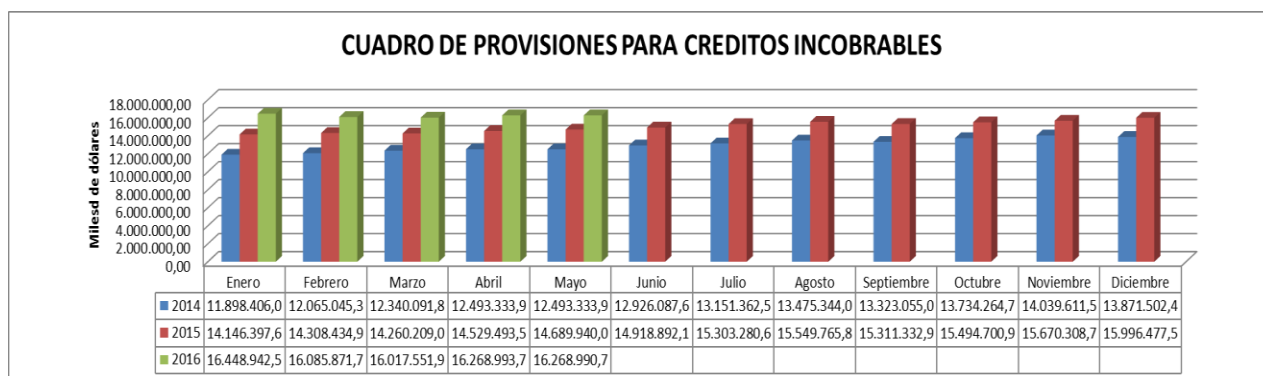
H₁: La falta de Educación Financiera de los Socios SI incide en los niveles de cartera vencida de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1, se acepta, con lo cual se comprueba la hipótesis de la Investigación.

CAPITULO V

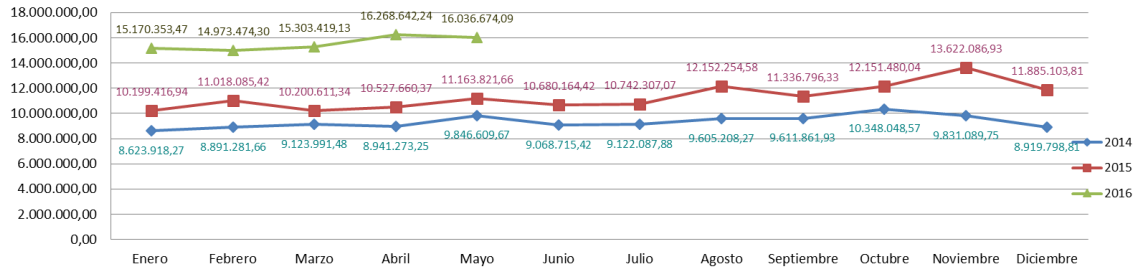
Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Luego de haber realizado el análisis de los datos obtenidos en las encuestas se puede decir que los 170 Socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 de la ciudad de Ambato correspondiente al 45% no cuentan con conocimientos suficientes para tomar decisiones financieras adecuadas, el poco conocimientos sobre las características de los productos financieros hace que no tomen decisiones correctas respecto a la tasa de interés, plazos o beneficios de cada uno, en relación a su realidad. Mientras que un 70% de los Socios encuestados realizan un análisis de sus finanzas para el buen manejo en la contratación de una operación al momento de solicitar un crédito, por lo que se puede evidenciar que existe una falta de conocimientos al adquirir una operación de crédito.
- Según resultados de la encuestas y de la entrevista realizada a los funcionarios existe incumplimiento en los presupuestos respecto a los indicadores de morosidad establecido, generando una provisión mucho mayor y forjando una menor utilidad al considerar que la cartera de crédito es el más importante activo productivo de las Cooperativas de Ahorro y Crédito como se puede evidenciar en los Tabla s adjuntos:



CUADRO DE CARTERA DE CRÉDITO IMPRODUCTIVA



Recomendaciones

- Se recomienda elaborar un Proyecto de factibilidad para establecer un programa de Educación para los Socios que les permita adquirir conocimientos necesarios previos a la obtención y contratación de un producto o servicio financiero con el fin de mejorar sus finanzas personales y familiares.
- Es necesario implementar estrategias de recuperación para disminuir los indicadores de morosidad provisiones.

CAPITULO VI

LA PROPUESTA

Resumen del Proyecto

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA ESTABLECER UN PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO OSCUS LDTA.

Datos Informativos

TÍTULO	EJECUTORA	ÁREAS	DURACIÓN	COSTO
Proyecto de Factibilidad para establecer un programa de Educación financiera para los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Oscus Ltda.	Comisión de capacitación y asistencia al Socio de la Cooperativa de ahorro y crédito Oscus Ltda.	<ul style="list-style-type: none">• Pedagogía• Administrativa• Operativa• evaluación	1 año	76.979.80

Se realizara con la aplicación de dos productos:

1. Se enviarán mensajes de texto con información de conceptos básicos sobre Educación Financiera, el envío se realizará a través de una empresa especializada se enviarán 12 SMS durante un mes, 3 semanales a cada Socio. Al aprobar las evaluaciones el Socio recibirá un juego de mesa con temas de educación financiera para la familia.
2. Capacitación presencial que considera dos niveles:

NIVEL 1	En la primera fase de capacitación presencial el Socio asistirá de forma presencial a 3 capacitaciones durante 3 meses, la capacitación tendrá temas sobre los productos y servicios financieros, terminología, manejo de finanzas personales, análisis de capacidad de pago por obligaciones de crédito, normativa, tasas de interés entre otros.
NIVEL 2	Se realizarán 6 capacitaciones durante 6 meses que incluirán talleres prácticos con contenidos que le permitan al Socio realizar un análisis de su proyecto, negocio o emprendimiento, la mejor opción para obtener la mayor rentabilidad entre otros.

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la Educación Financiera, es el proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, y que mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico (OECD, 2005).

Justificación

Se propone aplicar un proyecto de factibilidad para establecer un programa de educación financiera para los Socios de la Cooperativa de ahorro y Crédito Oscus Ltda., que tendrá un impacto debido a que los prestamistas tomarán sus decisiones financieras de una manera consciente contribuyendo positivamente a la productividad a través del indicador de morosidad

Objetivos

Objetivo General

Realizar un Proyecto de factibilidad para establecer un programa de Educación financiera para los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda.

Objetivos Específicos

Sustentar los recursos con los cuales se justificará el Proyecto de factibilidad para establecer un programa de Educación financiera para los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda.

Viabilizar los recursos necesarios para el Proyecto de factibilidad para establecer un programa de Educación financiera para los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda.

Determinar los indicadores de Evaluación Financiera del Proyecto de Factibilidad para establecer un programa de Educación Financiera.

ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de Mercado

Se realizó el estudio de mercado para conocer el mecanismo para transmitir a los Socios de la Cooperativa Oscus Ltda. Conocimientos sobre Educación Financiera.

Para realizar el estudio de mercado se obtuvo información desde la base de datos de todos los Socios con corte al 30 de Junio de 2015 los cuales podrían ser consumidores potenciales de los productos que se proponen.

Mediante la membrecía de las cuentas de ahorro se obtuvo el número de Socios y Clientes de la oficina Matriz quienes podrían ejercer una demanda real de los productos que se propondrán, así como también de los prestamistas activos de la Oficina Matriz.

Tabla 26: Proyección de la demanda

Proyección de la demanda							
DEMANDA	BASE	AÑO 1 1%	AÑO 2 2%	AÑO 3 3%	AÑO 4 4%	AÑO 5 5%	2.539
En operaciones de crédito VIGENTES	7.146	71	73	75	78	82	
Socios y Clientes ACTIVOS	53.850	539	549	566	588	618	
	60.996	610	622	641	666	700	

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

Para analizar el mecanismo que permita la operatividad de la propuesta a los Socios/Clientes de la Cooperativa Oscus fue necesario analizar su actividad económica, nivel de instrucción, edad y demás variables demográficas para determinar que producto sería interesante y de fácil acceso para los Socios y Clientes.

Análisis de la demanda

Se considera que la demanda de los productos propuestos estará de acuerdo a la membrecía de ahorros a la vista y del número de operaciones de crédito generadas hasta el año base.

El crecimiento de la demanda en función de la capacidad instalada de los locales de capacitación, del presupuesto.

Factores que afectan a la demanda

La demanda se puede ver afectada por una disminución en la membresía o por factores externos que limiten la colocación de créditos y hagan que los Socios y Clientes pierdan la importancia en su capacitación.

Demanda potencial insatisfecha

Podrían existir Socios y Clientes que no se adapten a los horarios o mecanismos de capacitación, que no puedan asistir en los horarios y fechas establecidas o aquellas que no se sientan satisfechas con los contenidos de la capacitación.

Se espera que al término de los cinco años 2.539 Socios y Clientes de la Cooperativa Ocus estarán capacitados en temas de educación financiera es decir un 4% de los datos base.

Segmentación de mercado

Para realizar la segmentación de mercado se obtuvo la información de la base de datos de los Socios de la Cooperativa que poseen créditos vigentes en la Institución con los diferentes variables y la membrecía.

Variables de segmentación

En la información obtenida de los Socios con créditos vigentes se aplicaron las siguientes variables de segmentación:

Segmentación a utilizar en el proyecto

Número de cliente, nombres, oficina, segmento de crédito, deuda inicial, saldo actual, producto, plazo, tasa, garantía, nivel de educación, edad, género, ocupación, estado civil.

Tabla27: Variables de Segmentación

oficina	segmento	deudainic	saldoactu	producto	plazo	tasaintere	garantia	niveleducaion	edad	genero	ocupacion	estadocivil
MATRIZ	COMERCIAL	63400	42712,31	AUTO OSCUS COMERCIAL PYMES	60	11,2	FIDEICOMISO EN GARANTIA	PRIMARIA	48	FEMENINO	COMERCIANTE	DIVORCIADO
MATRIZ	COMERCIAL	10000	9547,39	FACILITO COMERCIAL PYMES SIN BASE	36	11,2	OTRAS GARANTIAS ADECUADAS	PRIMARIA	40	MASCULINO	CHOFER PROFESIONAL	CASADO
MATRIZ	COMERCIAL	10000	9664,74	FACILITO COMERCIAL PYMES SIN BASE	24	11,2	OTRAS GARANTIAS ADECUADAS	SECUNDARIA	50	FEMENINO	ARTESANO	CASADO
MATRIZ	COMERCIAL	8000	4265,32	FACILITO COMERCIAL PYMES SIN BASE	24	11,2	OTRAS GARANTIAS ADECUADAS	PRIMARIA	41	FEMENINO	CURTIDOR	CASADO
MATRIZ	COMERCIAL	6350	5279,44	FACILITO COMERCIAL PYMES SIN BASE	36	11,2	OTRAS GARANTIAS ADECUADAS	SECUNDARIA	46	FEMENINO	COMERCIANTE	CASADO

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Base de Datos

Marco muestral – Tamaño de la muestra

N.- Socios/Clientes:	156.911
N.- Socios/Clientes de la Oficina Matriz:	53.850
N.- Socios/Clientes con créditos vigentes:	33.896
N.- Socios/Clientes de la Oficina Matriz con créditos vigentes:	7.146

La población está compuesta por los Socios y Clientes que al mes de Junio de 2015 poseen crédito vigente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda. Oficina Matriz en los segmentos de consumo, microcrédito, comercial y vivienda. El número de la población es de 7.146 Socios y Clientes.

Cálculo de la muestra

La fórmula usada para determinar la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n=	Tamaño de la muestra	
Z=	Nivel de confiabilidad	1.96
P=	Probabilidad de ocurrencia	0.5
Q=	Probabilidad de no ocurrencia	0.5
N=	Población	7.146
e=	Error de muestreo	0.05

$$n = 400$$

Instrumento de recolección de datos

Se aplica una encuesta realizada para el proyecto de factibilidad con 15 preguntas.

Análisis e interpretación de resultados

Pregunta 1 ¿Cuántas veces a la semana acude a una Institución Financiera?

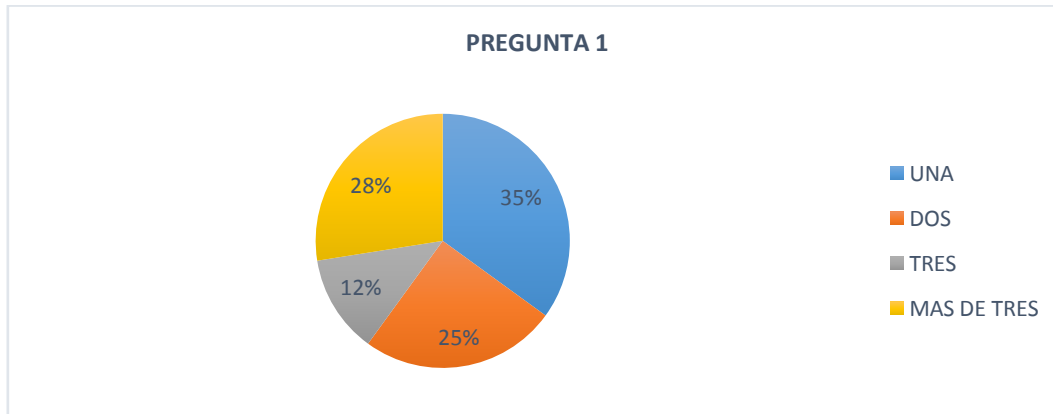
Tabla28: Concurrencia semanal a una Institución Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
UNA	140	35%
DOS	100	25%
TRES	50	13%
MAS DE TRES	110	28%

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Figura 26: Concurrencia semanal a una Institución Financiera



Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 50 que constituyen el 13% acude tres veces a la semana a una Institución Financiera, 100 que constituyen el 25% acude dos veces a la semana a una Institución Financiera, 110 que constituyen el 28% acude más de tres veces a la semana a una Institución Financiera y 140 que constituyen el 35% acude una vez a la semana a una Institución Financiera.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes acuden a una Institución Financiera una vez a la semana y pocos acuden tres veces.

Pregunta 2: ¿Por qué acude a una Institución Financiera?

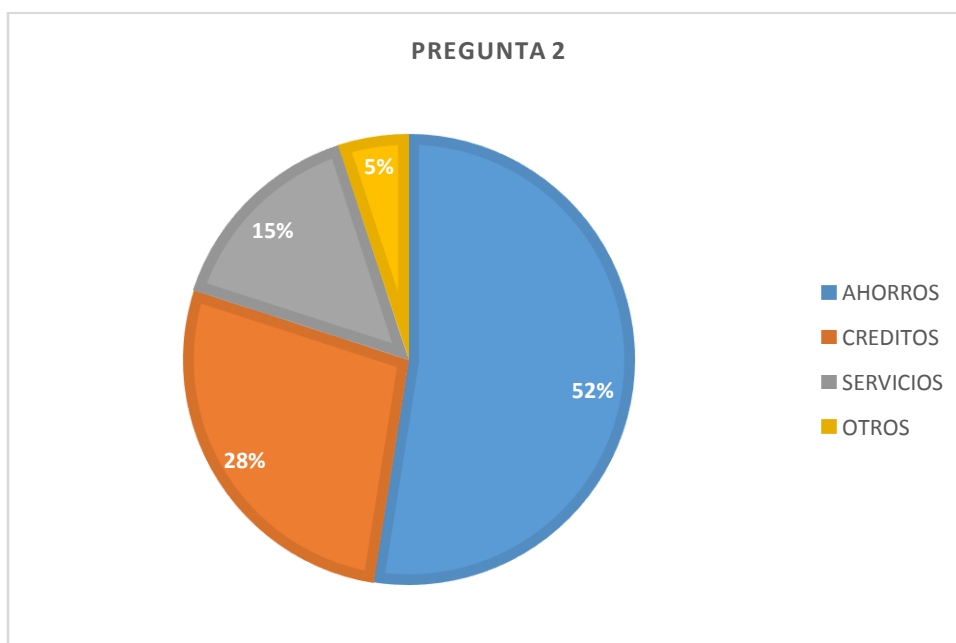
Tabla 29: Necesidades Financieras

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
AHORROS	210	53%
CREDITOS	110	28%
SERVICIOS	60	15%
OTROS	20	5%

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Figura 27: Necesidades Financieras



Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 20 que constituye el 5% acude a la Institución Financiera por otros motivos, 60 que constituyen el 15% acude por los servicios que brinda, 110 que constituyen el 28% acude por los productos de crédito y 210 que constituyen el 53% acude por los productos de ahorros.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes acuden a una Institución Financiera para acceder a los productos de ahorros y pocos por otros motivos.

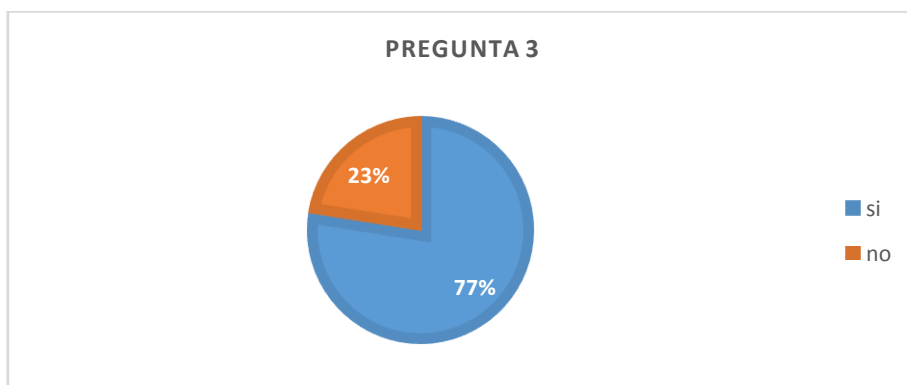
Pregunta 3. ¿En lugar de ir a la Institución Financiera le gustaría que la Institución Financiera esté más cerca de Usted?

Tabla30: Deseo de que la Institución Financiera esté más cerca del Socio/Cliente

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	310	77%
NO	90	23%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura28:Deseo de que la Institución Financiera esté más cerca del Socio/Cliente



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 310 que constituye el 77% desea que la Institución Financiera estar más cerca y 90 que es el 23% no lo desea.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes desearía que la Institución Financiera esté más cerca del Socio/Cliente.

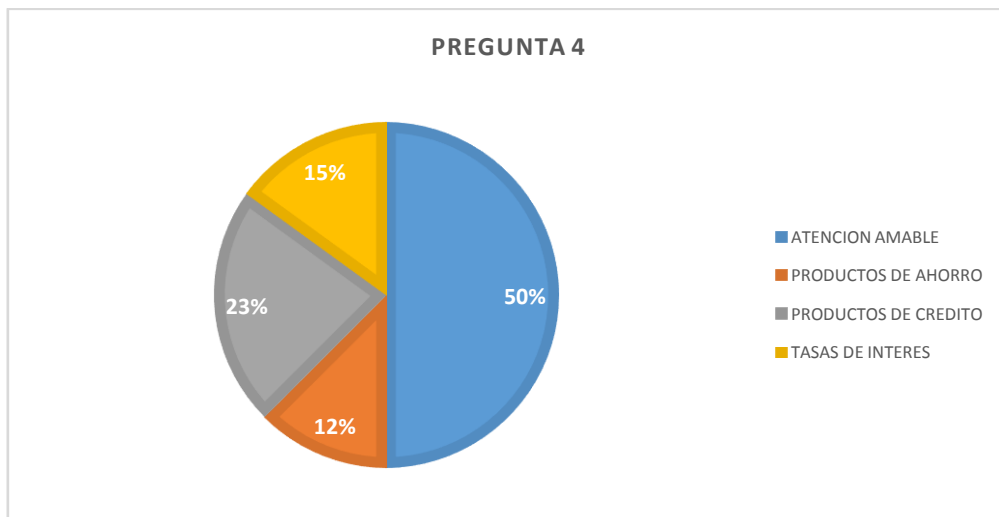
Pregunta 4. ¿Qué es lo que más le gusta de su Institución Financiera?

Tabla31: Lo que más le gusta al Socio/Cliente

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
ATENCION AMABLE	200	50%
PRODUCTOS DE AHORRO	50	13%
PRODUCTOS DE CREDITO	90	23%
TASAS DE INTERES	60	15%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 29: Lo que más le gusta al Socio/Cliente



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 200 que constituye el 50% le gusta la atención amable, 90 que representa el 23% le gustan los productos de crédito, a 60 le gusta la tasa de interés y a 50 que es el 13% le gustan los productos de ahorro.

Interpretación

A la mitad de los Socios/Clientes encuestados lo que más le gusta es la atención amable en las Instituciones Financieras y a unos pocos les gusta los productos de ahorro.

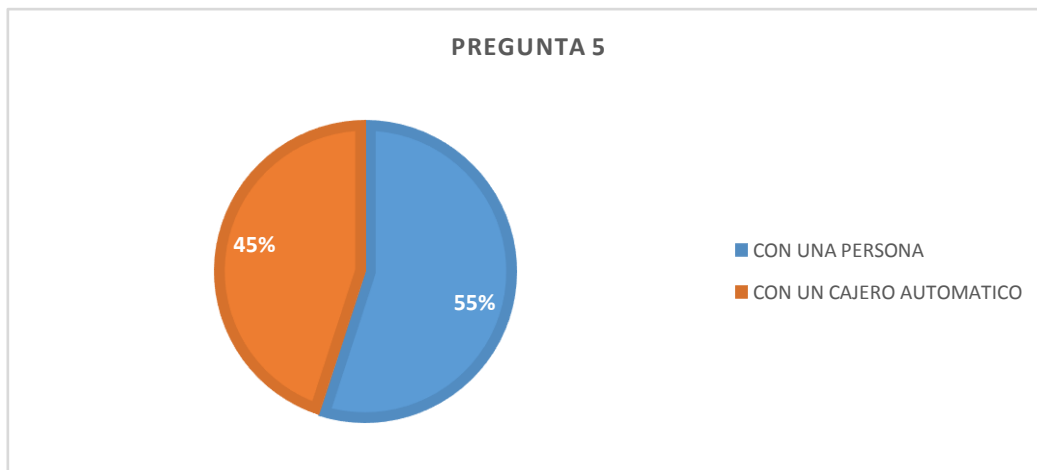
Pregunta 5. ¿Cómo preferiría realizar sus transacciones?

Tabla32: Preferencia para realizar transacciones

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
CON UNA PERSONA	220	55%
CON UN CAJERO AUTOMATICO	180	45%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 30: Preferencia para realizar transacciones



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 220 que constituye el 55% le gusta realizar sus transacciones con una persona y a 180 que representa el 45% le gusta realizar las transacciones con un cajero automático.

Interpretación

Más de la mitad de los Socios/Clientes encuestados les gusta realizar sus transacciones con una persona mientras que a menos de la mitad les gusta con un cajero automático.

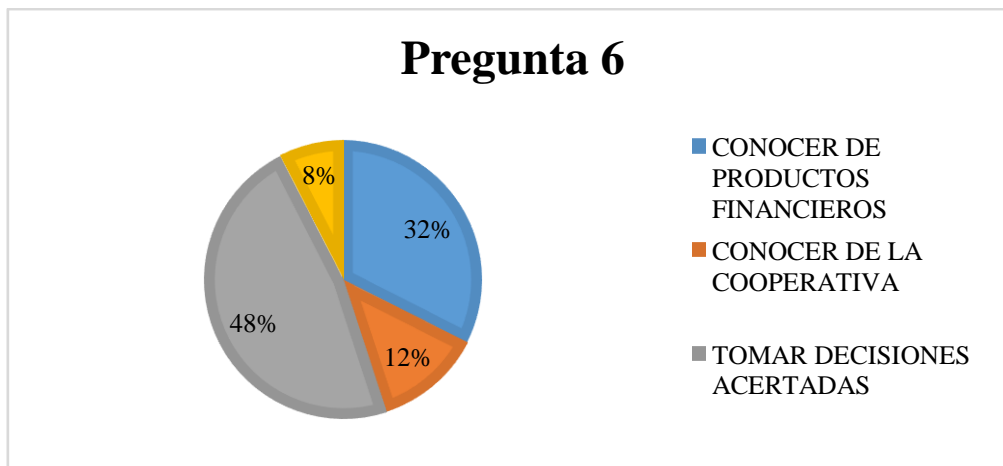
Pregunta 6. ¿Qué entiende por Educación Financiera?

Tabla33: Educación Financiera es

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
CONOCER DE PRODUCTOS FINANCIEROS	130	32%
CONOCER DE LA COOPERATIVA	50	12%
TOMAR DECISIONES ACERTADAS	190	48%
REALIZAR CALCULOS	30	8%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 31: Educación Financiera es



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 190 que constituye el 48% entiende por Educación Financiera a tomar decisiones acertadas, para 130 que es el 32% es conocer de los productos financieros, para 50 que es el 12% es conocer de la Cooperativa y para 30 que constituye el 8% la Educación Financiera es realizar cálculos.

Interpretación

Para la mayoría de Socios/Clientes encuestados la Educación Financiera consiste en tomar decisiones acertadas y para unos pocos la Educación Financiera es realizar cálculos.

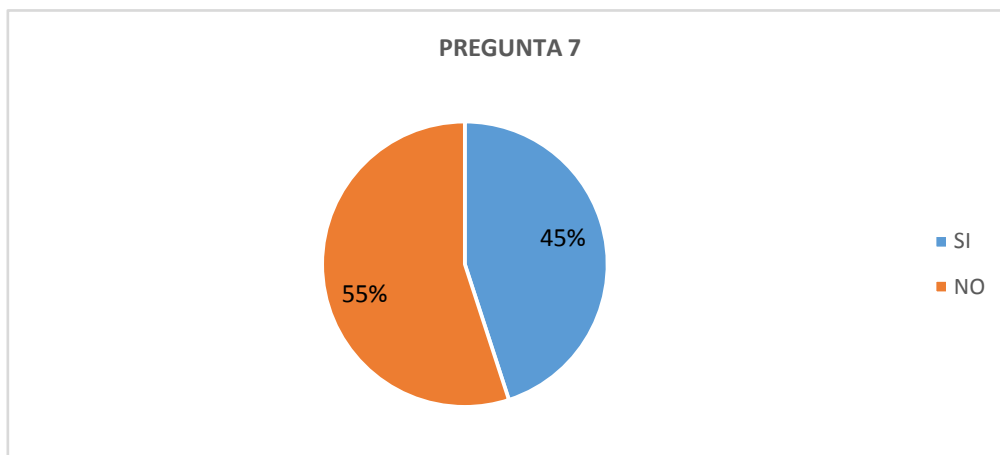
Pregunta 7. ¿Conoce las características de nuestros productos?

Tabla34: Conocimiento de productos

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	180	45%
NO	220	55%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 32: Conocimiento de productos



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 220 que constituyen el 55% tiene conocimiento de las características de los productos, mientras que 180 que es el 45% no tiene conocimiento.

Interpretación

Un poco más de la mitad de los Socios y Clientes tienen conocimiento de las características de los productos y un poco menos de la mitad no los tiene.

Pregunta 8. ¿Antes de solicitar un crédito analiza si puede pagar las cuotas puntualmente?

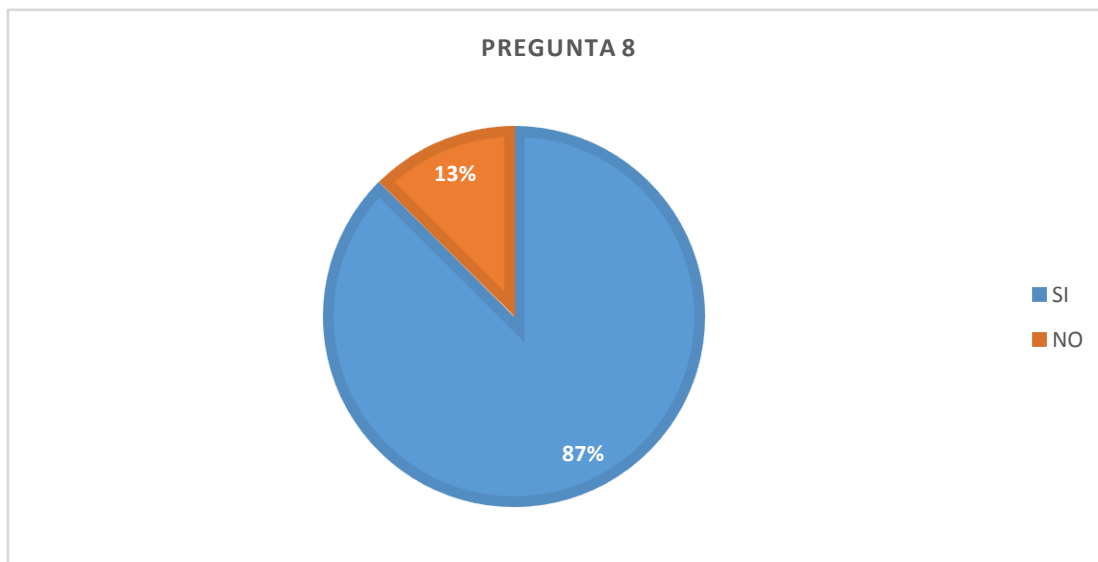
Tabla35: Análisis la capacidad de pago

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	350	87%
NO	50	13%

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Figura 33: Analiza la capacidad de pago



Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 350 que constituyen el 87% analiza que puede pagar las cuotas de crédito puntualmente y 50 que constituyen el 13% no analiza si puede pagarlas puntualmente.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes antes de solicitar un crédito analiza si puede pagar las cuotas puntualmente y pocos no lo hacen.

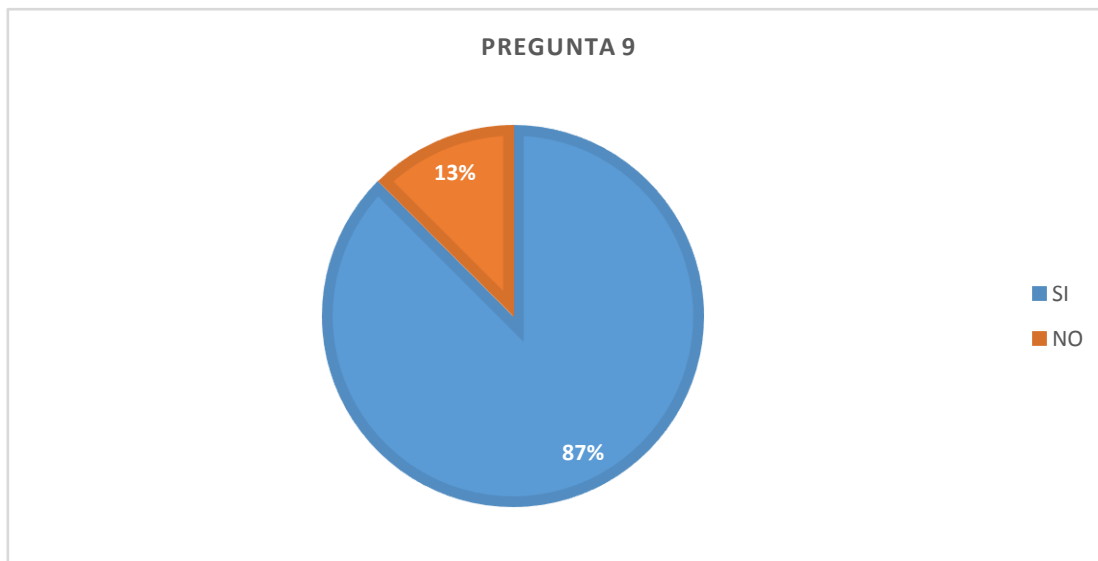
Pregunta 9. ¿Antes de utilizar un producto financiero busca la información necesaria para tomar la mejor decisión?

Tabla36: Busca información de productos financieros

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	350	87%
NO	50	13%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 34: Busca información de productos financieros



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Tabla N.-10

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 350 que constituyen el 87% obtiene información para utilizar un producto financiero mientras que 50 que es el 13% no la obtiene.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes obtienen información para utilizar un producto financiero y muy pocos no la obtienen.

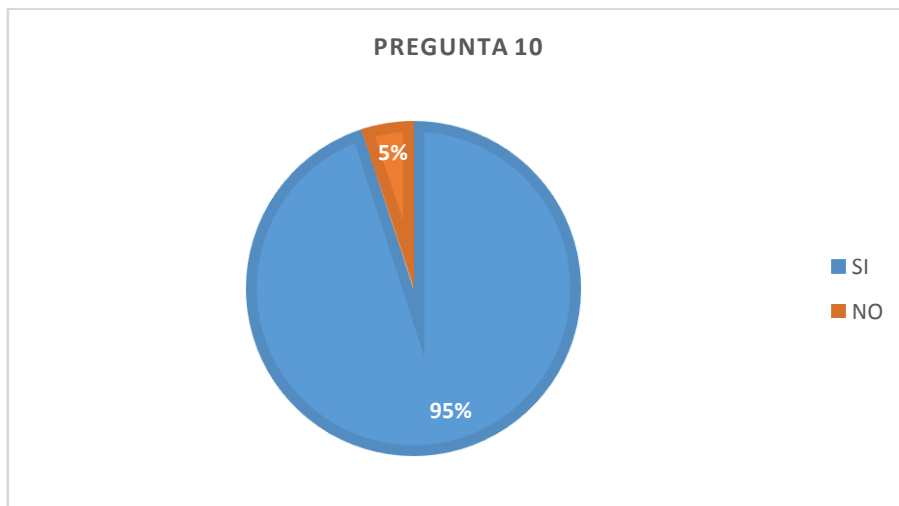
Pregunta 10 ¿Le gustaría conocer sobre temas de Educación Financiera?

Tabla37: Desea conocer de Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	380	95%
NO	20	5%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 35: Desea conocer de Educación Financiera



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Tabla N.-10

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 380 que constituyen el 95% desea conocer sobre temas de Educación Financiera y 20 que constituyen el 5% no desea conocer.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes desea conocer de temas de educación Financiera y muy pocos no lo desean.

Pregunta 11. ¿Para Usted cual sería el mejor medio para informarse de temas de Educación Financiera?

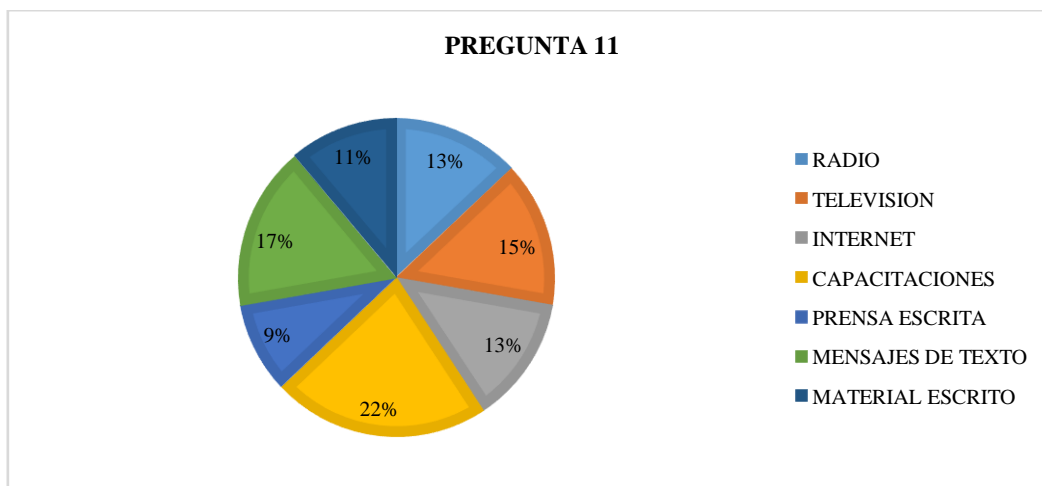
Tabla38: Medio para informarse de Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
RADIO	70	13%
TELEVISION	80	15%
INTERNET	70	13%
CAPACITACIONES	120	22%
PRENSA ESCRITA	50	9%
MENSAJES DE TEXTO	90	17%
MATERIAL ESCRITO	60	11%

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Figura 36: Medio para informarse de Educación Financiera



Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 120 que constituyen el 22% considera que el mejor medio para informarse sobre temas de Educación Financiera son las Capacitaciones, 90 que es el 17% prefiere los mensajes de

texto, 80 que es el 15% la televisión, 70 con el 13% prefiere radio, 70 con el 13% prefiere el internet, 60 con el 11% el material escrito y 50 que es el 9% menciona que prefiere la prensa escrita.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes encuestados manifiesta que prefiere recibir capacitaciones como el mejor medio para informarse respecto a temas de educación Financiera mientras que pocos prefieren la prensa escrita.

Pregunta 12. ¿Le parece importante que su familia aprenda sobre Educación Financiera?

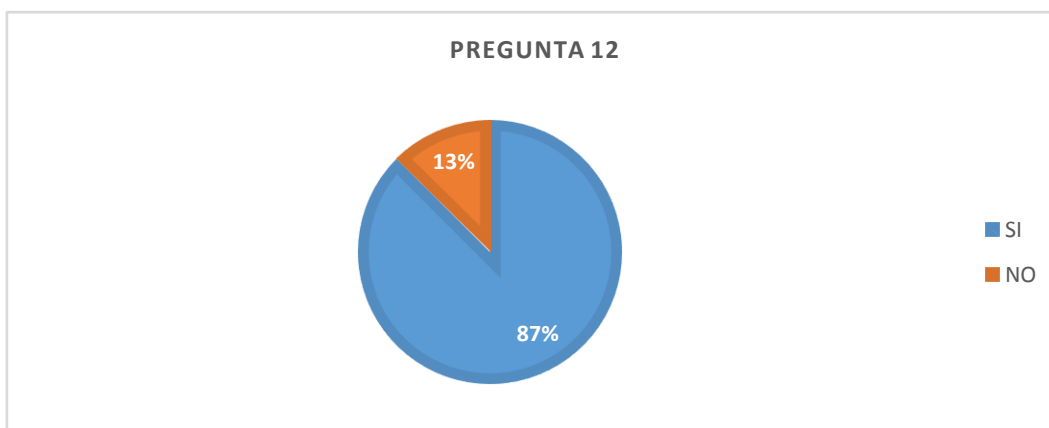
Tabla39: Importancia del aprendizaje de Educación Financiera en la familia

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	350	87%
NO	50	13%

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Figura 37: Importancia del aprendizaje de Educación Financiera en la familia



Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 350 que constituyen el 87% piensa que es importante el aprendizaje de Educación Financiera en la familiar mientras que 50 que es el 13% piensa que no es importante el aprendizaje.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes piensan que es importante el aprendizaje de Educación Financiera mientras que muy pocos piensan que no lo es.

Pregunta 13. ¿Cuánto tiempo Usted invertiría semanalmente para aprender sobre Educación Financiera?

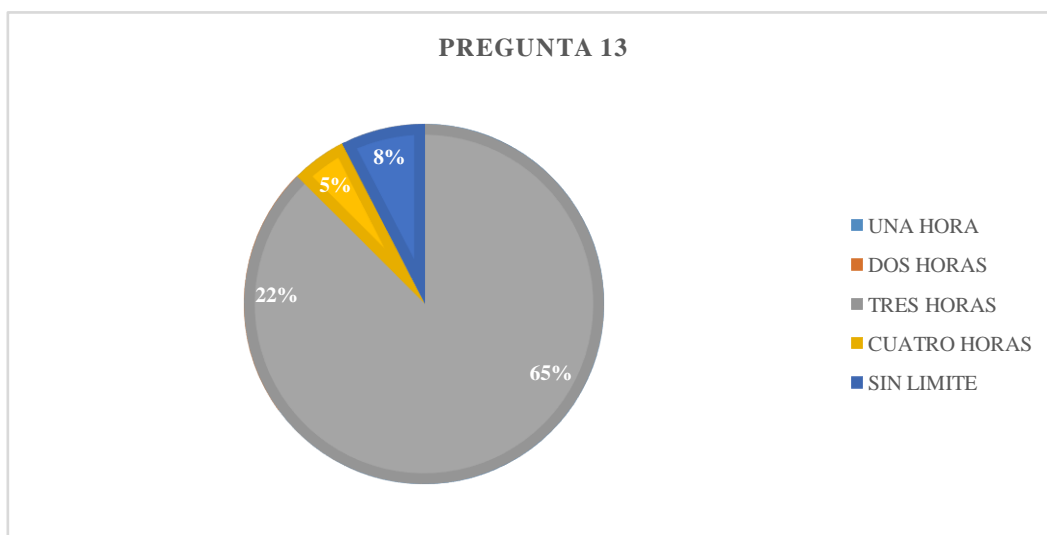
Tabla40: Tiempo para aprender Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
UNA HORA	260	65%
DOS HORAS	90	22%
TRES HORAS	0	0%
CUATRO HORAS	20	%
SIN LIMITE	30	8%

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Encuesta

Figura 38: Tiempo para aprender Educación Financiera



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Tabla N.-14

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 260 que constituye el 65% invertiría una hora para aprender sobre Educación Financiera, 90 que es el 22% invertiría dos horas, 30 que es el 8% no tendría límite y 20 que es el 5% invertiría cuatro horas.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes invertirían una hora para aprender sobre Educación Financiera y muy pocos lo haría en cuatro horas.

Pregunta 14. ¿Cuál es el horario en el que le gustaría aprender sobre Educación Financiera?

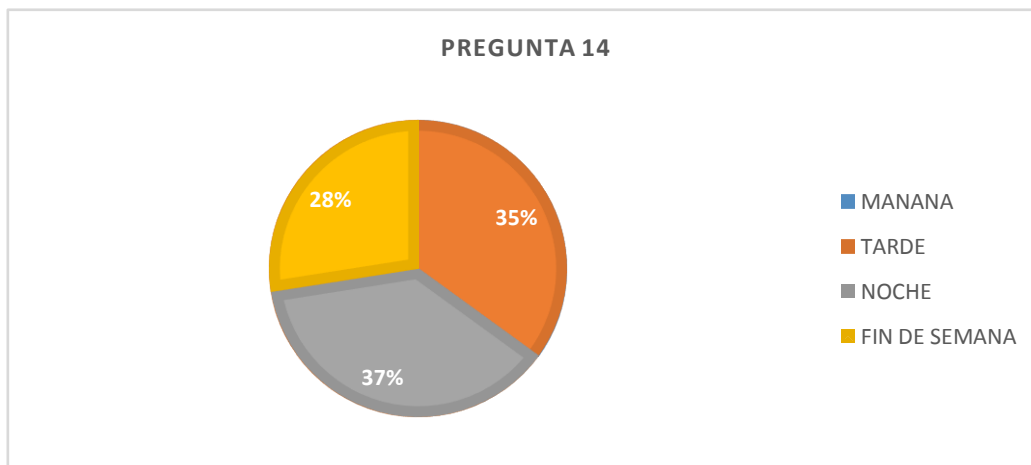
Tabla41: Horario para Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
MANANA	140	35%
TARDE	0	0%

NOCHE	150	37%
FIN DE SEMANA	110	28%

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 39: Horario para Educación Financiera



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Tabla N.-15

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 150 que constituyen el 37% le gustaría aprender sobre Educación Financiera en horario de la noche, 140 que es el 35% le gustaría en horario de la mañana y 110 que es el 28% le gustaría hacerlo el fin de semana.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes encuestados desean aprender sobre Educación Financiera en horario de la noche y pocos el fin de semana.

Pregunta 15. ¿En qué lugar le gustaría aprender sobre Educación Financiera?

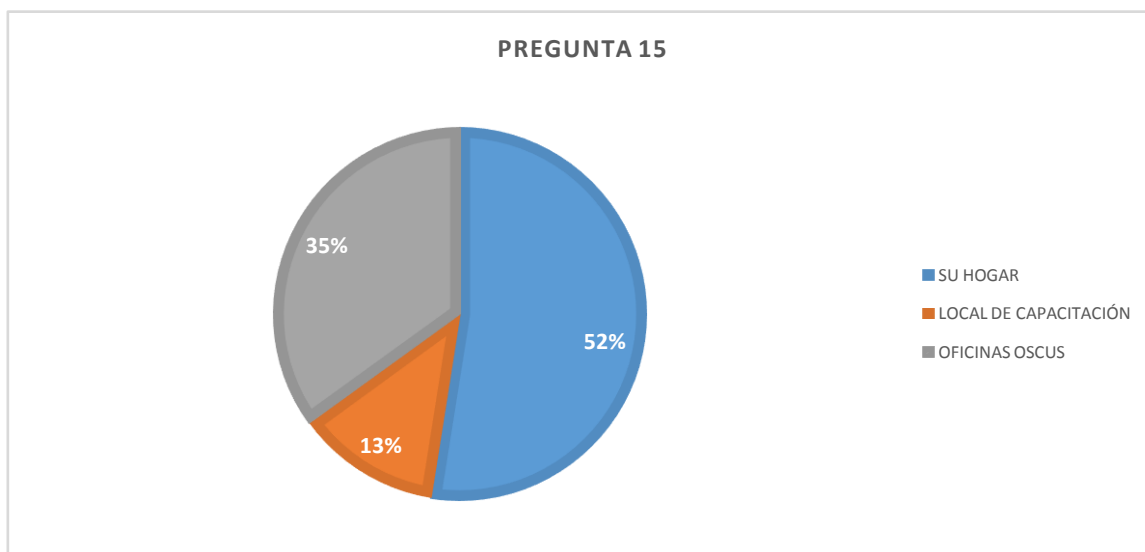
Tabla42: Lugar para aprender Educación Financiera

ALTERNATIVAS	RESULTADOS	PORCENTAJE
SU HOGAR	210	52%
LOCAL PARA CAPACITACIÓN	50	13%

OFICINAS OSCUS	140	35%
----------------	-----	-----

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Encuesta

Figura 40: Lugar para aprender Educación Financiera



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Tabla N.-16

Análisis

De los 400 Socios/Clientes encuestados en la Coop. Oscus, 210 que constituyen el 52% le gustaría aprender sobre Educación Financiera en su hogar, 140 que es el 35% le gustaría aprender en las Oficinas de Oscus y 50 que es el 13% en un local para capacitación.

Interpretación

La mayor parte de los Socios y Clientes desean aprender de Educación Financiera un su hogar y solo unos pocos en un local para capacitación.

Comercialización del Producto

Estrategias del proyecto

Las estrategias de mercadeo se realizarán a través de la fuerza de ventas, Asesores de Negocios, Asistentes Operativos de Negocios, Asesores de Crédito, Captaciones y Gerentes de Oficina, se entregarán flayers para el público en general e información y explicación del producto a través de la página web. Se realizará la publicidad a través de los medios de comunicación radiales con los que se mantiene contratos, se difundirá en todos los eventos de capacitación.

Análisis FODA

Fortalezas

Posicionamiento de la marca en la zona sierra centro
Crecimiento y tamaño de activos
Cobertura de la cartera en riesgo
Más de 50 años de experiencia cooperativa
Oportunidad de desarrollo y crecimiento profesional y Talento Humano
Diversificación del riesgo crediticio
Nivel de profesionalización del talento humano
Figura corporativa
Los servicios no financieros
Participación del mercado en cartera
Priorización del beneficio al Socio a través de tasas de interés atractivas en captaciones y colocaciones
Servicios Financieros sin costo

Oportunidades

Captadores del sistema cooperativo
Posibilidades de crear nuevos productos y servicios

Oportunidad de expansión geográfica
Incurción en nuevos mercados a través de innovaciones tecnológicas
Disponibilidad de líneas de crédito
Mejoramiento continuo a través de quejas y sugerencias

Amenazas

Potencial incremento de la morosidad
Desconfianza en el sistema financiero
Incertidumbre política
Actividad eruptiva de volcanes
Escalada de tasas pasivas y promociones
Disminución de remesas por la crisis económica europea

Debilidades

Descalce de plazos
Concentración de las captaciones
Alto porcentaje de socios inactivos
Limitada cobertura geográfica
Falta de Capacitación al personal
Sistema inadecuado para la medición del desempeño
Falta de aplicación de Responsabilidad Social
Productos y servicios no posesionados
No se cuenta con estrategias para la atención de públicos jóvenes
No se cuenta con un sistema de comunicación adecuado
Baja calificación de riesgo
Alta morosidad
No se ha implementado un sistema de educación financiera/fomentar la cultura del ahorro
Tiempos de respuesta en la concesión de créditos
Bajo nivel de satisfacción del Socio/Cliente

Falta de agilidad en el proceso de reclutamiento

Débil gestión de recuperación de cartera en demanda judicial

Base de datos desactualizada

Estrategias de mercadotecnia

Se realizará la selección del mercado meta al que desea llegar, en este caso se considerará a los Socios que mantienen cuentas de ahorro activas y los prestamistas.

Estrategias de posicionamiento

La definición del posicionamiento intentará conseguir estar en la mente de los clientes meta.

Estrategias de diferenciación

La elección de la combinación o mezcla de mercadotecnia con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta y la determinación de los niveles de gastos en mercadotecnia.

ESTUDIO TÉCNICO

Objetivos del estudio técnico

Se pretende sustentar y viabilizar los recursos necesarios para implementar el Proyecto de Factibilidad para establecer un Programa de Educación financiera para los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ocus Ltda.

Localización óptima de la planta

En la primera etapa del proyecto las capacitaciones presenciales se realizarán en las salas de reuniones de las Oficinas Operativas donde funciona la Cooperativa las mismas permitirán el fácil acceso de los Socios/Clientes de las zonas urbanas y rurales.

La utilización de infraestructura propia hará que tengamos menores costos, en el caso de ser necesario se utilizarán los salones de Municipios o Centros de Educación a los cuales se entregará algún tipo de auspicio, este aspecto es parte del Plan de Negocios en cuanto la promoción de los productos del activo y pasivo.

Factores que determinan la macro localización

Conforme se incremente el número de Socios/Clientes que deseen adherirse a la capacitación con base en la proyección realizada será necesario elaborar convenios con Establecimientos que presten las comodidades y equipos necesarios para la capacitación.

Se buscarán lugares ubicados en barrios y parroquias que compartan experiencias, vivencias, costumbres en común para un mejor entendimiento y motivación mutua.

Razones técnicas para la localización

La mejor opción es realizar convenios de intercambio con los Municipios y Juntas Parroquiales, de Aguas o con Comunidades ya que a estas se entregan ayudas y se atienden requerimientos mencionados en la Planificación anual de estrategias de fidelización.

Macro localización

Las ventajas de realizar la capacitación en las Oficinas Operativas:

- ✓ El conocimiento de la población sobre la ubicación de las Oficinas
- ✓ Fácil acceso por transporte permanente
- ✓ Ubicación en zona céntrica
- ✓ Brinda al Socio/Cliente sentido de propiedad
- ✓ Instalaciones apropiadas y cómodas

Las desventajas de realizar la capacitación en las Oficinas Operativas:

- ✓ Espacios no tan extensos
- ✓ Ubicación en el sector urbano únicamente

Ventajas de realizar las capacitaciones en locales de Municipios, Juntas Parroquiales, de Aguas o con Comunidades:

- ✓ Locales conocidos por moradores
- ✓ Ubicación en parroquias urbanas y rurales
- ✓ Cerca de domicilios o lugar de trabajo
- ✓ Sin costo de transporte

Desventajas de realizar las capacitaciones en locales de Municipios, Juntas Parroquiales, de Aguas o con Comunidades:

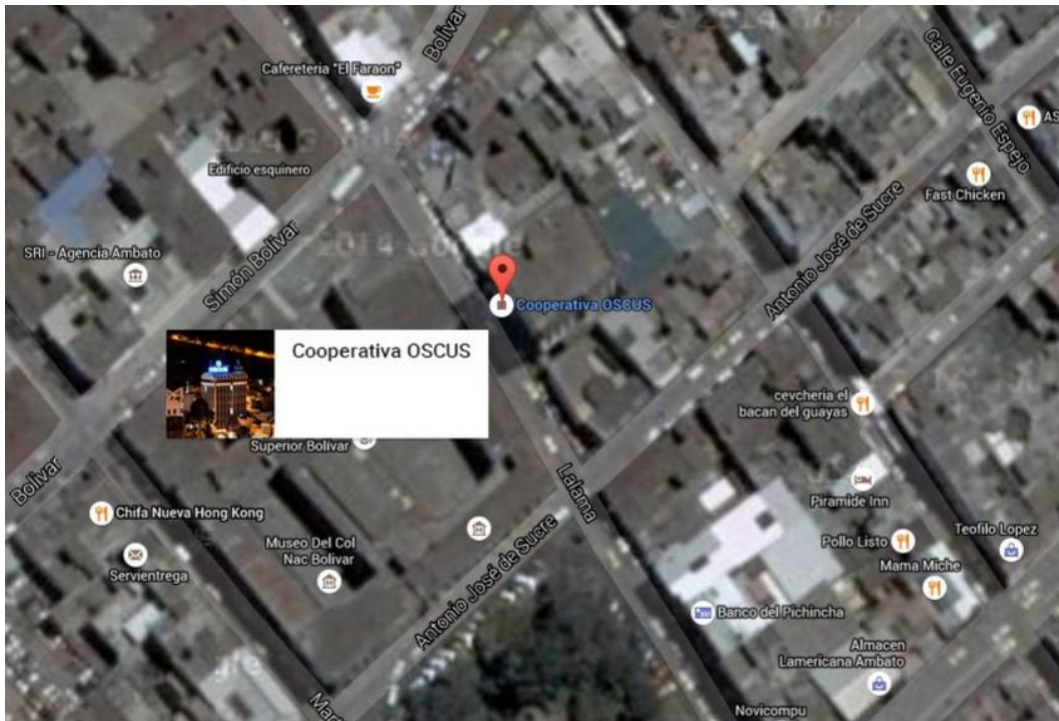
- ✓ Falta de instalaciones para equipos necesarios
- ✓ Convenios exigentes

La Macro zona serán las Oficinas Operativas y locales para capacitación de Municipios, Juntas Parroquiales, de Aguas o con Comunidades donde la Cooperativa tiene su influencia.

Factores que determinan la micro localización

Micro localización

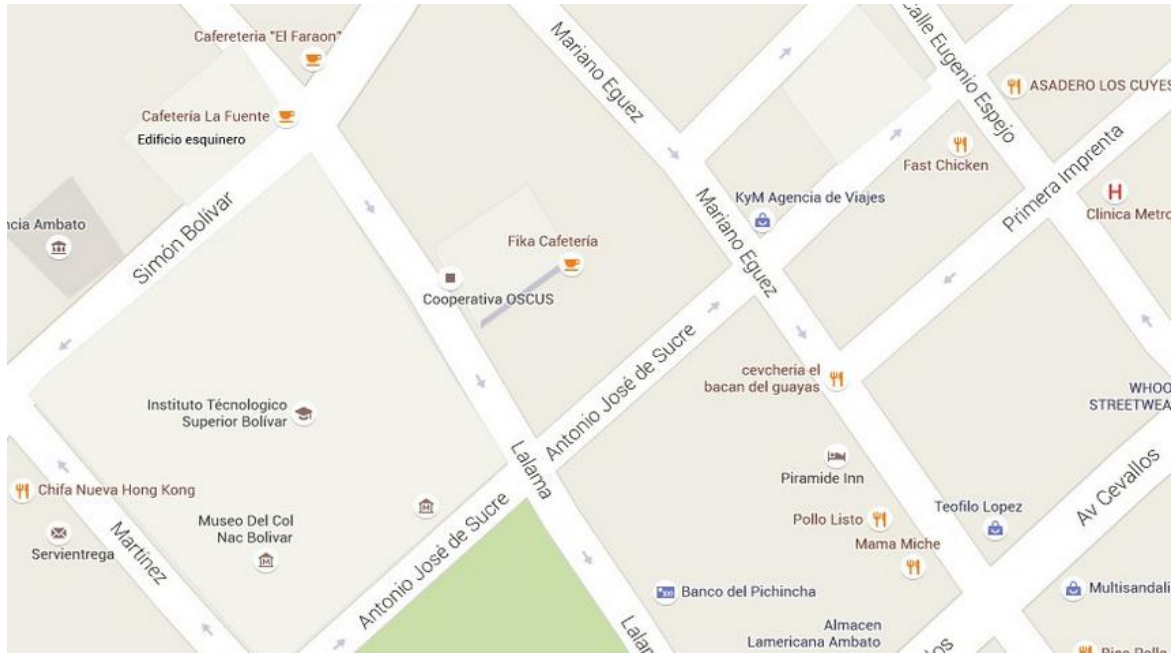
Figura 41: Ubicación Matriz



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Google Map

El proyecto se desarrollará en las Oficinas Operativas Matriz, Ambato Sur, Latacunga, Baños, Patate, Pelileo, Pillaro, Riobamba, Tena, Guayaquil y Quito.

Figura 42: Ubicación Oficina Matriz



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Google Map

Una vez que se aplique la proyección en el crecimiento del número de Socios/Clientes se buscarán locales de capacitación ubicados en parroquias, barrios, caseríos y sectores específicos donde se cuente con lo necesario.

Lugares no recomendados para la localización

- ✓ Locales muy alejados donde no exista el acceso de transporte público.
- ✓ Locales ubicados en sitios inseguros
- ✓ Locales que representen un gasto para la Institución
- ✓ Locales que no presenten las facilidades para la capacitación
- ✓ Locales incomodos y poco amplios

Tamaño optimo

Se proyecta aplicar el Programa de Educación financiera para los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Oscus Ltda. con una proyección de crecimiento en función de la capacidad instalada y de acuerdo a los presupuestos establecidos.

Tabla43: Proyección crecimiento/capacidad instalada

PRODUCTOS	COLOCACIÓN	CAPTACIÓN	1% COLOCACIÓN	1% CAPTACIÓN	MARGEN DE CRECIMIENTO COLOCACIONES		MARGEN DE CRECIMIENTO CAPTACIONES	
	ACTUAL	VISTA ACTUAL	CON PLAN INTEGRAL	CON PLAN INTEGRAL	%	USD	%	USD
MENSAJES DE TEXTO	836.877,01	314.891,00	8.368,77	3.148,91	13	1.087,94	15,00	472,34
CAPACITACIONES	201.750.812,14	75.912.604,91	2.017.508,12	759.126,05	13	262.276,06	15,00	113.868,91
PROMOCIONALES	17.434.937,79	6.560.229,08	174.349,38	65.602,29	13	22.665,42	15,00	9.840,34
TOTALES	220.022.626,95	82.787.724,98	2.200.226,27	827.877,25		286.029,42		124.181,59

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Estudio Financiero

Ingeniería del proyecto

Se enviarán mensajes de texto con información de conceptos básicos sobre Educación Financiera, el envío se realizará a través de una empresa especializada se enviarán 12 SMS durante un mes, 3 semanales a cada Socio.

En el primer nivel e de capacitación presencial el Socio asistirá de forma presencial a 3 capacitaciones durante 3 meses, la capacitación tendrá temas sobre los productos y servicios financieros, terminología, manejo de finanzas personales, análisis de capacidad de pago por obligaciones de crédito, normativa, tasas de interés entre otros. En este nivel la asistencia es obligatoria y al concluir se realizará una evaluación para la entrega del certificado.

En el segundo nivel de capacitación se realizarán 6 capacitaciones durante 6 meses que incluirán talleres prácticos con contenidos que le permitan al Socio realizar un análisis de su proyecto, negocio o emprendimiento, la mejor opción para obtener la mayor rentabilidad entre otros, las capacitaciones serán obligatorias y se evaluará al término.

Las capacitaciones incluirán información de los principios Cooperativos y el enfoque social al igual que la promoción de nuestros productos y servicios.

Mano de obra indirecta y directa

Directa, el personal que elaborará el contenido para el envío de los mensajes de texto, los capacitadores y personal de apoyo.

Indirecta, la fuerza de venta que realizará la promoción del Programa de Capacitación.

Insumos y materia prima

Los insumos y materia prima serían los mensajes de texto, los promocionales, la capacitación.

Equipos de oficina

Para aplicar el proyecto se necesitan equipos de computación para Socios/Clientes e instructores, proyectores entre otros.

Materiales de oficina

Serán necesarios esferos, carpetas, hojas, marcadores, pizarras líquidas, marcadores, clips, entre otros.

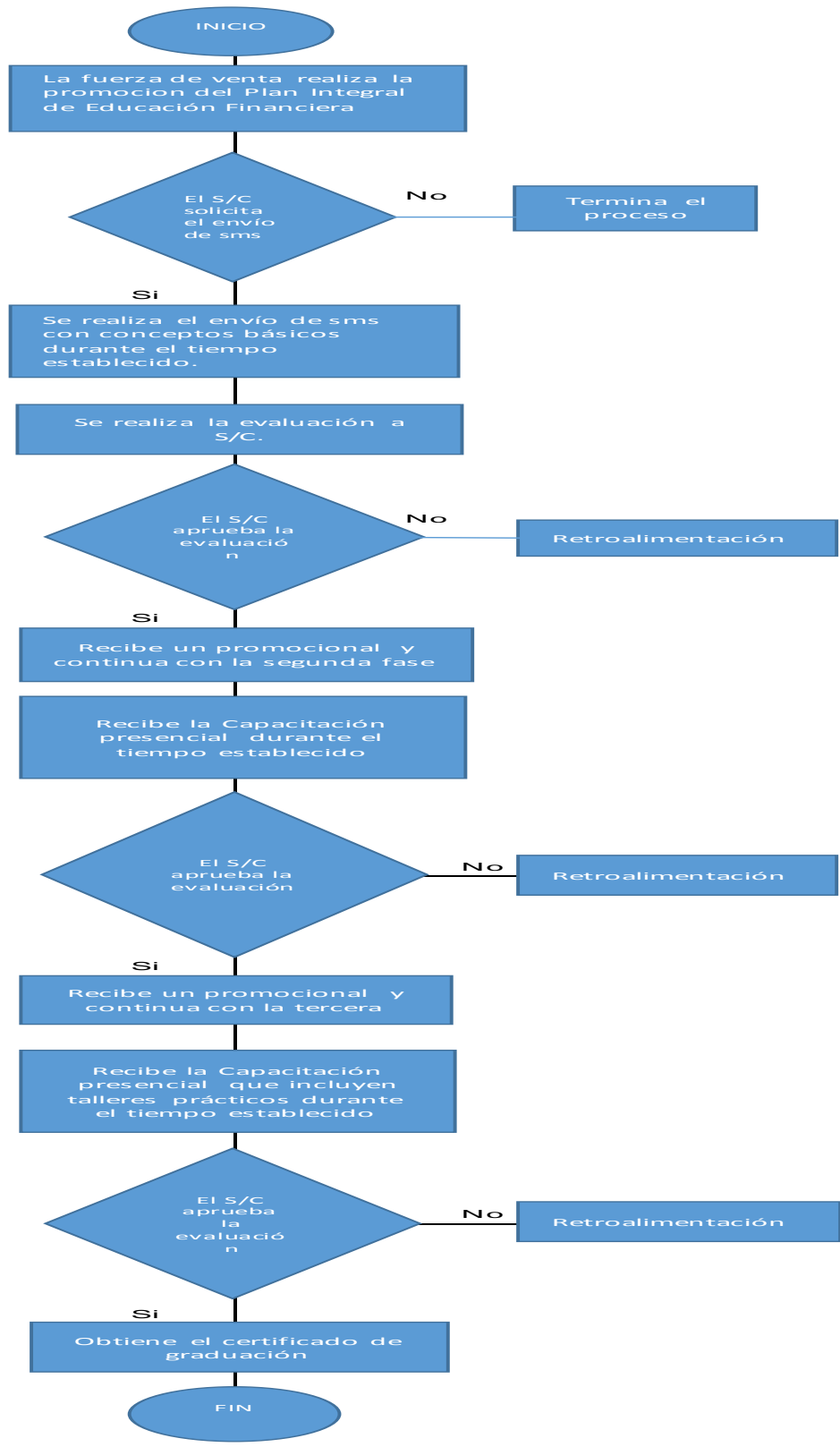
Distribución y espacio físico

Se utilizarán los salones de capacitación de cada Oficina Operativa.

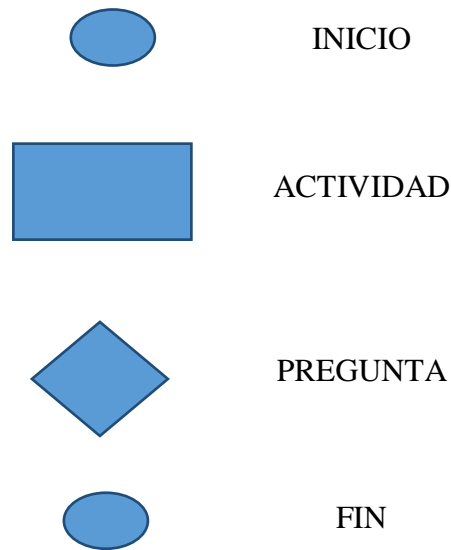
Procesos de comercialización directa al consumidor final

La difusión del Plan Integral de Educación Financiera para Socios y Clientes se realizará a través de la fuerza de ventas de la Institución quienes realizarán la promoción y explicación de las ventajas en la venta en campo y en oficina. Adicionalmente se utilizará publicidad en radio, material impreso y mensajería.

Figura 43: Flujo grama



Simbología



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El Proyecto de Factibilidad para implementar el Programa de Educación Financiera se aplicará en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda., la misma inició sus actividades el 20 de Mayo de 1963, durante estos años de trayectoria gracias a la confianza y apoyo de sus Socios y Clientes ha mantenido un crecimiento sostenido llegando a ser la quinta Institución Cooperativa en el Ranking del sistema Financiero considerando el total de activos y pasivos.

Actualmente cuenta con más de doscientos mil Socios y Clientes distribuidos en once Oficinas Operativas; Matriz, Latacunga, Baños, Patate, Pelileo, Píllaro, Sur, Riobamba, Tena, Quito y Guayaquil.

Nombre o razón social

Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Limitada

Base filosófica

Su Misión para el año 2015:

“Contribuir solidariamente a elevar el nivel de vida de Socios y Clientes satisfaciendo con eficiencia sus necesidades financieras”.

La Visión en el 2015 es:

“Ser un referente del sistema cooperativo en la aplicación de responsabilidad social”.

Los principios:

- ✓ Adhesión Abierta y Voluntaria
- ✓ Control Democrático de los Socios
- ✓ Participación Económica de los Socios
- ✓ Autonomía e Independencia
- ✓ Educación, Capacitación e Información
- ✓ Cooperación entre Cooperativas
- ✓ Compromiso con la Comunidad

Los valores:

- ✓ Ayuda Mutua
- ✓ Responsabilidad Social
- ✓ Democracia
- ✓ Igualdad
- ✓ Equidad
- ✓ Solidaridad

Los productos de captaciones son los siguientes:

- ✓ Ahorro a la Vista
- ✓ MiniCoop
- ✓ New Ec
- ✓ Ahorro Más

- ✓ Inversiones a Plazo Fijo
- ✓ Ahorro Dorado

Los Productos de Colocacionesson los siguientes:

- ✓ AutoScus
- ✓ Anticipo-Nómina
- ✓ CrediOscus
- ✓ Emergente
- ✓ Facilito
- ✓ Menor a la Inversión
- ✓ Sobregiro
- ✓ CasaOscus
- ✓ Menor a los Ahorros
- ✓ Grupo Solidario
- ✓ Grupo Comunal
- ✓ Garantía Oscus

Los servicios financieros:

- ✓ Tarjeta de Cajero Automático
- ✓ Chequera Virtual
- ✓ Transferencias
- ✓ Remesas
- ✓ Certificaciones
- ✓ Pago de Servicios
- ✓ Recaudaciones
- ✓ Oscus Móvil
- ✓ Depósitos y Retiro a través de terceros

Los servicios no financieros:

- ✓ Red Médica
- ✓ CapaciOscus

Al 30 de Junio de 2014 el número de Socios/Clientes por cada oficina operativa es el siguiente:

Matriz	58.850
Latacunga	21.210
Baños	14.104
Patate	5.607
Pelileo	13.243
Píllaro	13.339
Sur	11.697
Riobamba	8.758
Tena	8.335
Guayaquil	3.759
Quito	4.566

Logotipo y Slogan

*Programa de Educación Financiera para los Socios de la Cooperativa OSCUS
Ltda.*

APRENDE EDUCACION FINANCIERA

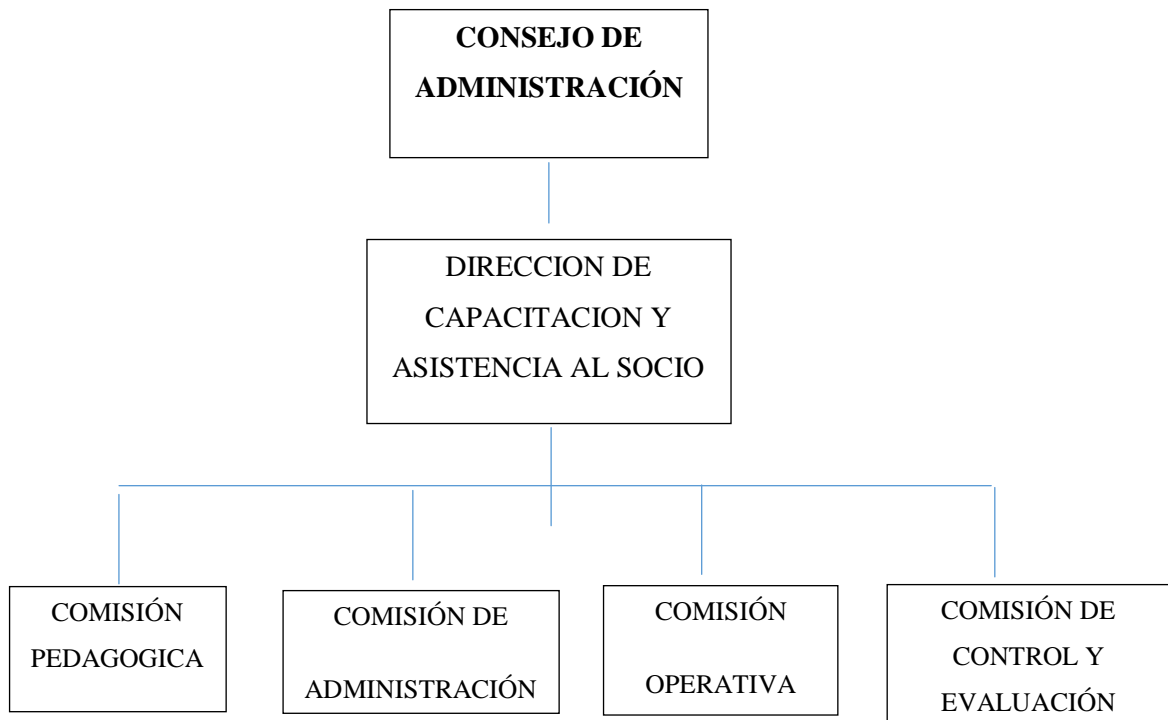


POR TU BIENESTAR

Estructura Organizacional

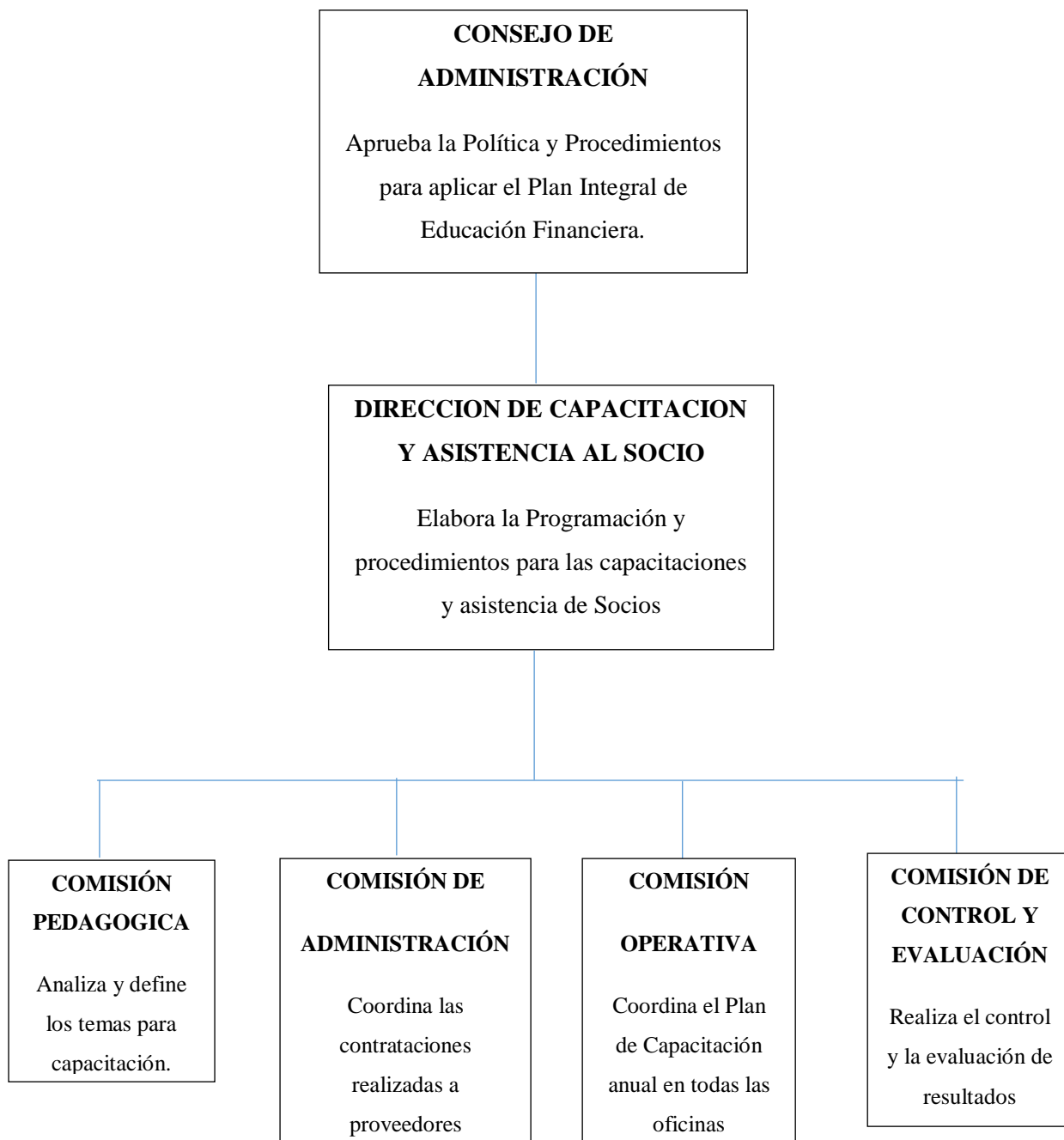
El Proyecto se aplicará en la Cooperativa OSCUS y será ejecutado por la
Comisión de Educación y Asistencia al Socio.

Figura 44: Organigrama estructural



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Estudio Financiero

Figura 45: Organigrama funcional. Descripción de funciones



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Proyecto

Marco legal

El trabajo se fundamenta legalmente en primera instancia en las Normas Generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, TITULO XIV.- CÓDIGO DE TRANSPARENCIA Y DE DERECHOS DEL USUARIO (reformado con resolución No. JB-2013-2393 de 22 de enero del 2013), CAPITULO III.- CÓDIGO DE DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO renumerado con resolución No. JB-2013-2393 de 22 de enero del 2013), PARAGRAFO VI.- PRINCIPIO DE LA BUENA FE.

ARTÍCULO 6.- Los usuarios de productos y servicios financieros ejercerán sus derechos en el marco del principio universal de la buena fe.

SECCION II.- DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO

PARAGRAFO I.- DERECHO A LA EDUCACIÓN FINANCIERA

ARTÍCULO 8.- Acceder a través de las instituciones y entidades afines, de acuerdo con la normativa vigente, a los distintos niveles de educación financiera que le permita al usuario comprender sus derechos y obligaciones en el ámbito financiero; el rol de la Superintendencia de Bancos y Seguros, rol del sistema financiero, la base legal pertinente; el alcance y efectos de los productos y servicios del sistema financiero, que le permita tomar decisiones informadas, y defender sus derechos de tal manera que facilite su participación social activa y responsable.

PARAGRAFO II.- DERECHO A LA INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 9.- Acceder y recibir directamente información clara, precisa, oportuna,

razonable, adecuada, validada, veraz y completa, relacionada con los productos y servicios ofertados por las instituciones del sistema financiero, especialmente en los aspectos financiero, legal, jurídico, operativo, fiscal y comercial, entre otras, incluyendo sus riesgos asociados:

9.1 La información, sobre los productos y servicios financieros, deberá estar al alcance del usuario del sistema financiero antes, durante y después de las respectivas prestaciones y deberá ser elaborada considerando el grado de educación financiera; (reformado con resolución No. JB-2011-1915 de 19 de abril del 2011)

9.2 Recibir una exposición clara de las condiciones y procedimientos establecidos en el contrato y otros instrumentos a fin de evitar errores de interpretación. Los términos deberán expresarse con claridad y en idioma castellano. En caso de duda se aplicarán a favor del usuario;

9.3 Conocer en forma expresa, oportuna y suficiente cualquier modificación de los plazos, tasas de interés pactadas, gastos y demás condiciones del contrato, así como la forma de su aplicación, y los efectos de dichos cambios cuando éstos afecten sus derechos; conocer, por cualquier medio accesible de manera previa a la ejecución y en el lugar en el cual se adquirió la obligación, la identificación de la institución a la cual se transferirían los documentos y la transferencia que respalda la operación de la cual el usuario es garante directo o indirecto;

9.4 Conocer oportunamente y de forma detallada todos los costos financieros y gastos asociados al producto o servicio ofertado, de conformidad con la ley y normativa pertinente, información que deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al usuario ejercer su derecho a elegir antes de formalizar o perfeccionar la prestación del mismo;

9.5 Ser informado sobre los costos fiscales reales de los productos y servicios financieros;

9.6 Recibir publicidad clara, no engañosa y que no induzca a error, que recoja las condiciones necesarias, completas y adecuadas del producto o servicio publicitado.

La publicidad tendrá fuerza vinculante cuando los contratos o los acuerdos, se pacten con base en la oferta publicitaria; y,

9.7 Conocer el tipo de cambio de la moneda en la cual se contrate y las condiciones de su fijación posterior.

Análisis de impacto

Análisis social

El impacto social que se espera con la aplicación del proyecto es entre otros; el bienestar económico de familias y de la sociedad, el control de las finanzas personales, el buen ambiente familiar, la cultura del ahorro, el ejemplo para los niños y jóvenes.

MATRÍZ DE INVOLUCRADOS				
GRUPOS INVOLUCRADOS	INTERESES RESPECTO AL PROYECTO	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	CONFLICTOS POTENCIALES
Socios	Capacitarse para adquirir información para tomar decisiones, evitar el sobreendeudamiento, la pérdida del patrimonio y problemas legales.	Créditos vencidos, sobreendeudamiento, problemas legales, pérdida de bienes.	Participación democrática de los Socios, aporte en el Capital Social de la Cooperativa. Estatuto Social	Falta de interés por parte de los Socios en la aplicación de los conocimientos adquiridos.
Funcionarios	Disminuir los indicadores de morosidad y el cumplimiento de presupuestos	Desfases en el cumplimiento de los presupuestos, incremento en el indicador de morosidad.	Ficha de funciones por competencias y responsabilidad en las actividades de los procedimientos del negocio.	Indicadores de morosidad altos aunque los Socios estén capacitados.
Trabajadores	Disminuir el indicador de morosidad, incrementar la productividad.	Incumplimiento de resultados, incremento de carga laboral, disminución en la productividad,	Ficha de funciones por competencias y responsabilidad en las actividades de los procedimientos del negocio.	Altos indicadores de morosidad que disminuyan la productividad.
Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria	Supervisión de Cooperativas de Ahorro y Crédito con indicadores saludables.	Supervisión de Cooperativas de Ahorro y Crédito con indicadores poco saludables.	Supervisión y control. Código Orgánico Monetario y Financiero	La tendencia de los indicadores no sea la esperada.
Gobierno Corporativo	Obtener resultados positivos en la gestión con una menor provisión de la cartera y mayor rentabilidad	Incumplimientos en la gestión, pérdidas.	Administración y Gobierno. Estatuto Social, Código Orgánico Monetario y Financiero.	Provisión de cartera por nuevas operaciones en mora.

ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

Tabla 44: Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
	LOCAL		22.000,00
11	Mantenimiento de salas de capacitación en Oficinas, aseo	2.000,00	
	INSTALACIONES		16.500,00
11	Mantenimiento de Redes Eléctricas, Sanitarias, Paneles divis	1.500,00	
	IMPLEMENTOS PARA CAPACITACIONES		22.000,00
11	Mantenimiento de pizarrones, proyectores, marcadores	2.000,00	
	EQUIPOS DE COMPUTACION		22.000,00
11	Computadoras, impresoras, software, equipos de oficina	2.000,00	
	MATERIALES		82.350,00
5490	Material impreso del contenido de la capacitación, certificados, esferos, lapices, marcadores, hojas, otros	15,00	
	TOTAL		164.850,00

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

Para implementar el programa de Educación Financiera dirigido a Socios se ha considerado la utilización de las salas de capacitación de las once oficinas operativas de la Institución por este motivo en el plan de inversiones se toma en cuenta el mantenimiento tanto de los locales, las instalaciones e implementos para las capacitaciones. Se incluye también la compra de los equipos de computación necesarios para el aprendizaje y los materiales de capacitación.

Plan de Financiamiento

Capital de Trabajo

Tabla 45: Plan de Financiamiento

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	TOTAL USD
LOCAL	22.000,00
INSTALACIONES	16.500,00
IMPLEMENTOS PARA CAPACITACIONES	22.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	22.000,00
MATERIALES	82.350,00
TOTAL	164.850,00

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Proyecto

En la tabla del Capital de Trabajo se puede observar que se necesita USD 59.920 en efectivo o en bancos para inicial con la puesta en marcha del proyecto.

Plan de Financiamiento

Tabla 46: Forma de financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	TOTAL USD	PARCIAL %	TOTAL %
Recursos Propios	164.850,00	100,0	100,00
Bancos	164.850,00	100,00	100,00
Bienes		0,00	0,00
Recursos de terceros	0	0	0,00
Préstamo privado	0	0	0,00
Préstamo bancario	0	0	0,00
TOTAL	164.850,00		100,00

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Proyecto

El proyecto se financiará con recursos propios los mismos que formarán parte de una partida presupuestaria aprobada por los niveles correspondientes, los valores se administrarán a través de una cuenta bancaria.

CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Tabla47:Detalle de Costos

DETALLE DE COSTOS					
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PRODUCTO A:				5.882,25	70.587,00
Capacitacion	evento	8,25	713,00	5.882,25	70.587,00
PRODUCTO B				24,40	292,80
Mensajes de Texto	sms	610	0,04	24,40	292,80
PRODUCTO C				508,33	6.100,00
Promocionales	unidad	50,83	10,00	508,33	6.100,00
TOTALES				6.414,98	76.979,80

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

Se proponen tres productos para el Programa de Educación Financiera, la Capacitación, los mensajes de texto y promocionales; en cuanto a la Capacitación se contratarán a especialistas en la temática de Educación Financiera de la Corporación Líderes, se realizarán 9 eventos en el año en cada Oficina Operativa, el costo del evento es de USD 713.

En cuanto a los mensajes de texto se trabajará con la empresa Eclipse para el envío de 12 mensajes en un solo mes en el año por los 610 Socios/Clientes.

Los promocionales se entregarán una sola vez al año a las 610 personas capacitadas el costo del promocional es de USD 10 el mismo que consiste en un juego de mesa con información sobre finanzas personales.

Proyección de Costos

Tabla48: Proyección de Costos

PROYECCION DE COSTOS																
0 1,02 1,03 1,04 1,05																
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIAB.		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
PRODUCTO A:																
Capacitacion	5.882,25	70.587,00	-	70.587,00	71.998,74	-	71.998,74	74.158,70	-	74.158,70	77.125,05	-	77.125,05	80.981,30	-	80.981,30
PRODUCTO B																
Mensajes de Texto	24,40	292,8	-	292,80	298,66	-	298,66	307,62	-	307,62	319,92	-	319,92	335,92	-	335,92
PRODUCTO C																
Promocionales	508,33	6.100,00	-	6100,00	6.222,00	-	6.222,00	6.408,66	-	6.408,66	6.665,01	-	6.665,01	6.998,26	-	6.998,26
TOTALES	6.414,98	76.979,80	-	76.979,80	78.519,40	-	78.519,40	80.874,98	-	80.874,98	84.109,98	-	84.109,98	88.315,48	-	88.315,48

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

Para realizar la proyección de los costos se consideró la proyección de la demanda de los productos en función de la membresía y la generación de operaciones de crédito con base en los presupuestos y la capacidad instalada de los locales de capacitación.

Tabla49: Detalle de gastos

DETALLE DE GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Refrigerios en Capacitación para Socios	refrigerio	5,00	610	3.050,00	27.450,00
Depreciaciones		7.333,33	1	611,11	7.333,33
Mantenimiento Salas de Capacitación	mantenimiento	50	11	550,00	4.950,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					34.783,33
GASTOS VENTAS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Trípticos		0,08	416,67	33,33	400,00
Bípticos		0,06	416,67	25,00	300,00
publicidad en radio		500	1	500,00	6.000,00
rollups		180	1	180,00	2.160,00
TOTAL GASTO DE VENTAS				738,33	8.860,00

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

Como gastos administrativos se ha considerado los refrigerios para los Socios y Clientes en las capacitaciones, la depreciación de los equipos de computación y el mantenimiento de las salas de capacitación en cada evento.

En cuanto a los gastos de ventas se ha considerado el material publicitario y radial para la promoción del Plan Integral de Educación Financiera.

Proyección Gastos

Tabla 50: Proyección de Gastos

PROYECCION DE GASTOS																
GASTOS ADMINISTRACION																
	0	1,02	1,03	1,04	1,05											
DESCRIPCION	GASTO	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL
	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 1	FIJOS	VARIABLES	AÑO 2	FIJOS	VARIABLES	AÑO 3	FIJOS	VARIABLES	AÑO 4	FIJOS	VARIABLES	AÑO 5
Refrigerios en Capacitación	3.050,00	27.450,00		27.450,00	27.999,00		27.999,00	28.838,97		28.838,97	29.992,53		29.992,53	31.492,16		31.492,16
Depreciaciones	611,11	7.333,33		7.333,33	7.333,33		7.333,33	7.333,33		7.333,33			-	-		-
Mantenimiento Salas de Ca	550,00		4.950,00	4.950,00		5.049,00	5.049,00		5.200,47	5.200,47		5.408,49	5.408,49		5.678,91	5.678,91
TOTALES		34.783,33	4.950,00	39.733,33	35.332,33	5.049,00	40.381,33	36.172,30	5.200,47	41.372,77	29.992,53	5.408,49	35.401,02	31.492,16	5.678,91	37.171,07
GASTOS DE VENTAS																
DESCRIPCION	GASTO	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTAL
	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 1	FIJOS	VARIABLES	AÑO 2	FIJOS	VARIABLES	AÑO 3	FIJOS	VARIABLES	AÑO 4	FIJOS	VARIABLES	AÑO 5
Tripticos	33,33		400,00	400,00		408,00	408,00	-	420,24	420,24	-	437,05	437,05	-	458,90	458,90
Bipticos	25,00		300,00	300,00	-	306,00	306,00	-	315,18	315,18	-	327,79	327,79	-	344,18	344,18
publicidad en radio	500,00	6.000,00		6.000,00	6.120,00	-	6.120,00	6.303,60	-	6.303,60	6.555,74	-	6.555,74	6.883,53		6.883,53
rollups	180,00		2.160,00	2.160,00	-	2.203,20	2.203,20	-	2.269,30	2.269,30	-	2.360,07	2.360,07	-	2.478,07	2.478,07
TOTALES		6.000,00	2.160,00	8.860,00	6.120,00	2.917,20	9.037,20	6.303,60	3.004,72	9.308,32	6.555,74	3.124,90	9.680,65	6.883,53	3.281,15	10.164,68

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Proyecto

La proyección de los gastos se ha realizado en función de la demanda de los productos considerando la membrecía y la generación de operaciones de crédito

con base en los presupuestos aplicado a los administrativos y de ventas año a año tanto en los gastos fijos como variables, excepto a la depreciación de los equipos de computación.

Tabla 51: Calculo Depreciación

CALCULO DE DEPRECIACIONES				
DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	22.000,00	33	7.333
TOTAL		22.000,00		7.333

PROYECCION DEPRECIACION					
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPOS DE COMPUTACION	7.333,33	7.333,33	7.333,33		
TOTAL	7.333,33	7.333,33	7.333,33	-	-

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Proyecto

CÁLCULO DE INGRESOS

Tabla 52 Calculo de ingresos

CAPTACIÓN VISTA ACTUAL	1% COLOCACIÓN CON PROYECTO	1% CAPTACIÓN CON PROYECTO	MARGEN DE CRECIMIENTO COLOCACIONES		MARGEN DE CRECIMIENTO CAPTACIONES		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS MES	INGRESO UNITARIO POR COLOCACIÓN Y CAPTACIÓN
			%	USD	%	USD			
314.891,00	8.368,77	3.148,91	13	1.087,94	15,00	472,34	130,02	0,19	2,56
75.912.604,91	2.017.508,12	759.126,05	13	262.276,06	15,00	113.868,91	31.345,41	46,61	616,67
6.560.229,08	174.349,38	65.602,29	13	22.665,42	15,00	9.840,34	2.708,81	4,03	53,29
82.787.724,98	2.200.226,27	827.877,25		286.029,42		124.181,59	34.184,25	50,83	672,52

Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Proyecto

Para obtener el costo mensual e ingreso unitario se realizó la ponderación de los tres productos y se relacionó con los saldos de colocaciones y captaciones con corte al mes de Julio de 2015 obtenido del balance general, se consideró el 1% de los dos valores que corresponde a los 610 Socios a los que se aplicará el Plan Integral.

De este valor se realizó la proyección con base en el porcentaje de crecimiento esperando según los presupuestos del año 2015, en colocaciones el 13% de crecimiento y en captaciones el 15% de crecimiento, con estos resultados se obtuvo el ingreso unitario y mensual de los tres productos.

Proyección de Ingresos

Tabla 53: Proyección de ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS																
1,03	PRODUCTOS	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL
UNIT.		AÑO 1	UNIT.	AÑO 2		UNIT.	AÑO 3		UNIT.	AÑO 4		UNIT.	AÑO 5			
	MENSAJES DE TEXTO	2,32	2,56	5,93	2,37	2,63	6,23	2,44	2,71	6,62	2,53	2,80	7,08	2,66	2,88	7,67
	CAPACITACIONES	559,31	616,67	344.907,94	570,35	635,17	362.267,56	587,77	654,23	384.533,62	610,69	673,85	411.516,97	641,87	694,07	445.501,10
	PROMOCIONALES	48,33	53,29	2.575,81	49,29	54,89	2.705,45	50,79	56,54	2.871,74	52,77	58,23	3.073,25	55,47	59,98	3.327,05
	TOTAL INGRESOS	610	672,52	410.211	622	692,70	430.857,40	641	713,48	457.339,20	666	734,88	489.431,43	700	756,93	529.849,94

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

Para proyectar los ingresos en la cantidad de unidades se ha considerado el crecimiento presupuestado por cada año en relación a la demanda al igual que la proyección de costos, en cuanto al precio por unidad se aplicó el crecimiento considerando la tasa de inflación por año.

Tabla 54: Flujo de Caja

	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES	164.850,00	410.211,00	430.857,40	457.339,20	489.431,43	529.849,94
	Recursos Propios	164.850,00					
	Recursos Ajenos						
	Ingresos por ventas		410.211,00	430.857,40	457.339,20	489.431,43	529.849,94
B.	EGRESOS OPERACIONALES		290.423,13	127.937,93	131.556,07	129.191,64	135.651,23
	LOCAL		22.000,00				
	INSTALACIONES		16.500,00				
	MUEBLES Y ENSERES		-				
	IMPLEMENTOS PARA CAPACITACIONES		22.000,00				
	EQUIPOS DE COMPUTACION		22.000,00				
	MATERIALES		82.350,00				
	TOTAL						
	Pago a proveedores		76979,80	78.519,40	80.874,98	84.109,98	88.315,48
	Mano de obra directa						
	Mano de obra indirecta						
	Gastos de ventas		8.860,00	9.037,20	9.308,32	9.680,65	10.164,68
	Gastos de administración		39.733,33	40.381,33	41.372,77	35.401,02	37.171,07
	Costos indirectos de fabricación						
C.	FLUJO OPERACIONAL (A-B)	164.850,00	119.787,87	302.919,47	325.783,13	360.239,78	394.198,71
D.	INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0	0	0
	Créditos a contratarse a corto plazo						
	Créditos a contratarse a largo plazo						
	Aportes de Capital						
	Aportes para futura capitalización						
	Recuperación de inversiones temporales						
	Recuperación de otros activos						
	Otros ingresos						
E.	EGRESOS NO OPERACIONALES	0	120.013,95	128.387,74	138.914,19	154.738,61	170.461,82
	Pago de intereses						
	Pago de créditos a corto plazo						-
	Pago de créditos a largo plazo						
	Pago de participación de utilidades		42.695,68	45.437,92	48.867,47	54.035,97	59.129,81
	Pago de impuestos		77.318,27	82.949,82	90.046,72	100.702,64	111.332,01
	Reparto de impuestos						
	Reparto de dividendos						
	Adquisición de inversiones temporales						
	Adquisición de activos fijos						
	Otros egresos financieros (gastos/seguros)						
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	-	(120.013,95)	(128.387,74)	(138.914,19)	(154.738,61)	(170.461,82)
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	164.850,00	(226,08)	174.531,73	186.868,95	205.501,18	223.736,90
H.	SALDO INICIAL DE CAJA	0	164.850,00	(226,08)	174.531,73	186.868,95	205.501,18
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	164.850,00	164.623,92	174.305,65	361.400,68	392.370,13	429.238,07

Punto de Equilibrio

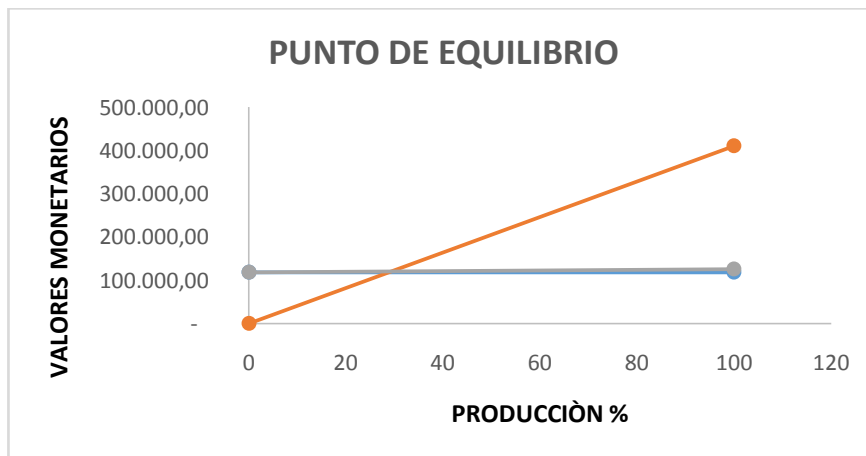
Las fórmulas a utilizar serán:

$$1. \quad PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$2. \quad PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$3. \quad PE \% = \frac{PE \$}{IT} \times 100$$

Tabla 55: Punto de equilibrio



Elaborado por: Jimena Altamirano
Fuente: Proyecto

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ =	117.763,13	0,982667457
P.E. \$ =	119.840,27	USD en el AÑO
	9.986,69	

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

P.E. u =	117.763,13	660,864651
P.E. u =	178,20	Jades vendidas a AÑO

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio en dolares / Ingresos Totales x 100

P.E. % =	29,21	ANNUAL
	2,43	2%

El punto de equilibrio del proyecto en valores monetarios es de USD 119.840,20 en el año USD 9.986,69 mensual.

El punto de equilibrio en unidades es de 178.20 en el año 14.85 mensual.

El punto de equilibrio en porcentaje es del 29.21% en el año con el 2.43% mensual.

ESTADO DE RESULTADOS

Tabla56: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	410.211,00	430.857,40	457.339,20	489.431,43	529.849,94
(-)	Costo de Ventas	76.979,80	78.519,40	80.874,98	84.109,98	88.315,48
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	333.231,20	352.338,01	376.464,22	405.321,45	441.534,46
(-)	Gastos de venta	8.860,00	9.037,20	9.308,32	9.680,65	10.164,68
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	324.371,20	343.300,81	367.155,91	395.640,80	431.369,78
(-)	Gastos Administrativos	39.733,33	40.381,33	41.372,77	35.401,02	37.171,07
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	284.637,87	302.919,47	325.783,13	360.239,78	394.198,71
(-)	Gastos Financieros	0				
(+)	Otros Ingresos	0				
(-)	Otros Egresos	0				
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	284.637,87	302.919,47	325.783,13	360.239,78	394.198,71
(-)	15% Participación trabajadores	42.695,68	45.437,92	48.867,47	54.035,97	59.129,81
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	241.942,19	257.481,55	276.915,66	306.203,82	335.068,91
(-)	IMPUESTOS	77.318,27	82.949,82	90.046,72	100.702,64	111.332,01
(=)	UTILIDAD	164.623,92	174.531,73	186.868,95	205.501,18	223.736,90

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

El estado de resultados proyectado en función de los resultados de las tablas proyectadas de los costos y gastos de ventas así como el dato del cálculo de la participación a los trabajadores como el pago de impuestos. En el caso del pago de impuestos se lo ha calculado y retado de la utilidad sin embargo los ingresos productos de la colocación y captación de recursos no generan un impuesto.

Tabla57: Calculo de pago de impuesto a la renta

CALCULO DE PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA				
269.482,19	285.572,35	305.849,19	336.294,68	366.664,31
21.566,00	21.566,00	21.566,00	21.566,00	21.566,00
159.292,19	175.382,35	195.659,19	226.104,68	256.474,31
55.752,27	61.383,82	68.480,72	79.136,64	89.766,01
77.318,27	82.949,82	90.046,72	100.702,64	111.332,01

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

Evaluación financiera

Tabla58: Evaluación Financiera

TASA DE DESCUENTO	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO	PONDERACIÓN
Capital Propio	164.850,00	100,00	6	6,00
Capital Financiado	0	-	13	0,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	164.850,00	100,00		6,00

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	-	(120.013,95)	(128.387,74)	(138.914,19)	(154.738,61)	(170.461,82)
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	(164.850,00)	(226,08)	174.531,73	186.868,95	205.501,18	223.736,90
H.	SALDO INICIAL DE CAJA	-	164.850,00	(226,08)	174.531,73	186.868,95	205.501,18
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	164.850,00	164.623,92	174.305,65	361.400,68	392.370,13	429.238,07
	FLUJO ACUMULADO	164.850,00	164.623,92	338.929,57	700.330,25	1.092.700,38	1.521.938,45
	MESES DEL AÑO	12					

Elaborado por: Jimena Altamirano

Fuente: Proyecto

La Evaluación Financiera del proyecto considera una TMAR del 6% para obtener los indicadores necesarios, a continuación los resultados de la aplicación de los indicadores.

Valor Actual Neto

Es también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

$$VAN = -I + FC_1(1+i)^{-1} + FC_2(1+i)^{-2} + \dots + FC_n(1+i)^{-n}$$

Donde:

- I = Inversión
- i = Tasa pertinente de descuento
- FC = Flujo de Caja por período
- n = Número de períodos del proyecto

VAN	\$ 450.125,96
------------	----------------------

El Valor Actual Neto del proyecto es de USD 450.125,96 por lo tanto es factible y rentable.

Tasa interna de retorno

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

$$TIR = TD_i + (TD_s - TD_i) * \frac{VAN_i}{VAN_i + VAN_s}$$

TIR	60%
------------	------------

La tasa interna de retorno es del 60% por lo tanto es factible y rentable.

Tasa beneficio costo

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad.

$$Tasa\ B/C = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Inversión}}$$

BENEFICIO / COSTO	\$ 2,73
--------------------------	----------------

El indicador de beneficio costo nos indica que el proyecto es rentable.

Periodo de recuperación

$$PR = \frac{\text{Inversión}}{\text{Promedio utilidades / periodo}}$$

PERIODO DE RECUPERACION	1,30	1 año
	3,6	3 meses
	18	18 días

El periodo de recuperación del proyecto es de 1 año, 3 meses y 18 días, es decir en un tiempo muy corto se recuperará la inversión.

Conclusiones

Del estudio de mercado se puede concluir que los Socios prefieren obtener conocimiento sobre Educación Financiera a través de Capacitaciones presenciales para satisfacer sus necesidades y obtener información de los productos y servicios, así el 22% de encuestados prefieren las capacitaciones como medio de información a otros.

El 87% de los Socios indica que la Educación Financiera es de gran importancia para las finanzas personales y familiares y disponen de un tiempo aproximado de 1 hora semanalmente para aprender.

Del estudio técnico se concluye que el Proyecto de Factibilidad para la implementación del Programa de Educación Financiera cuenta con una óptima localización de la planta, las salas de capacitación están ubicadas en las oficinas operativas conocidas por los Socios ubicadas en lugares cercanos y seguros.

Según los resultados del Estudio Financiera se observa que se sustentan los recursos para realizar el Programa de Educación Financiera, teniendo un valor actual neto de USD 450.125,96 y una tasa interna de retorno del 60%, un beneficio/costo de USD 2.73 y un periodo de recuperación de 1 año, 3 meses y 18 días, es decir un tiempo muy corto para recuperar la inversión

Bibliografía:

Azucena González Carvajal, Monserrath Jackeline Núñez Silva y Katherine Stefanía Pareja Sánchez (2016): “Análisis financiero CAMEL a las cooperativas de ahorro y crédito del segmento Uno - Intendencia Zonal Ambato”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (agosto 2016).

Boletín Financiero de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria del mes de Mayo de 2014 de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1.

Boletines Superintendencia de Bancos

Código de Transparencia y de Derechos del Usuario

Código Orgánico Monetario y Financiero

Constitución de la República del Ecuador

Diccionario de la Real Academia Española (RAE)

Documento elaborado y editado por la Corporación Andina de Fomento, Nidia García, Andrea Grifoni, Juan Carlos López, Diana Margarita Mejía, La Educación Financiera en América y el Caribe, situación actual y perspectivas, Serie de Políticas Públicas y Transformación Productiva N° 12 (2013).

Documento Inclusión financiera en América Latina y el Caribe, Coyuntura actual y desafíos para los próximos años de Fernando de Olloqui, Gabriela Andrade y Diego Herrera, Junio 2015.

Finanzas Personales, Aplicación en la población económicamente activa de Mérida 2006, de Bojórquez Zapata Martha Isabel en el año 2006.

Guía Tutoría de la Investigación Científica, de Herrera E. Luis, Medina F. Arnaldo y Naranjo L. Galo, 2014

<http://definicion.de/economia/>

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

Líneas y Políticas de investigación de la Universidad Tecnológica Indoamérica del año 2011.

Normas Generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

Resoluciones de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1.

Trabajo de investigación “Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas”. 2013, los autores Aguilar Jumbo Ximena Paola y Ortiz Veintimilla Byron Miguel.

Trabajo de investigación “Plan de Políticas internas de Crédito y Cobranzas y su incidencia en la recuperación de la cartera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Martín de Tisaleo Ltda.” elaborado por Carmen Angélica Zúñiga Martínez en el año 2012.

www.cacpeco.com

www.coac-sanfra.com

www.coopsanjose.com

www.mushucruna.com

Bibliografía Propuesta

Johnny de Jesús meza Orozco, libro de evaluación financiera de proyectos
Oecd y cepal, 2012).

Oecd, improving financial literacy, oecd, Paris, 2005, p. 13.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Ruiz Ramírez, h.: conceptos sobre educación financiera en observatorio de la
Economía latinoamericana, n° 144, (2011)

Sotero amador Fernández, Javier romano Aparicio y mercedes Cervera Olivier,
libro introducción a la contabilidad en el capítulo 3

Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur (UCACSUR) Marzo 2014

Vicenta Pérez, Wiki libro Proyectos de Negocio en el Capítulo 8 Finanzas

www.oscus.coop

ANEXOS

ENCUESTA

Lugar y fecha: _____

Nombres: _____

Estimad@ Senior@:

Con base en los resultados de la presente encuesta se propondrán estrategias que permitan que los Socios y Clientes de la Cooperativa Oscus tengan conocimiento de Educación Financiera, agradecemos su tiempo al responder las siguientes preguntas.

INSTRUCTIVO:

Lea detenidamente y conteste con la mayor veracidad posible.

En las siguientes preguntas escoja la mejor alternativa.

1. ¿Cuántas veces a la semana acude a una Institución Financiera?

Una

Tres

Dos

Más de tres

2. ¿Por qué acude a una Institución Financiera?

Ahorros

Servicios

Créditos

Otros

3. ¿En lugar de ir a la Institución Financiera le gustaría que la Institución Financiera este más cerca de Usted?

Si

No

4. ¿Qué es lo que más le gusta de su Institución Financiera?

Atención amable

Productos de crédito

Productos de ahorro

Tasas de interés

5. ¿Cómo preferiría realizar sus transacciones?

Con una persona por ventanilla

A través de un cajero automático

6. ¿Qué entiende por Educación Financiera?

Conocer de productos financieros

Tomar decisiones acertadas

Conocer de la Cooperativa

Realizar cálculos

7. ¿Conoce las características de nuestros productos?

Si

No

8. ¿Antes de solicitar un crédito analiza si puede pagar las cuotas puntualmente?

Si

No

9. ¿Antes de utilizar un producto financiero busca la información necesaria para tomar la mejor decisión?

Si

No

10. ¿Le gustaría conocer sobre temas de Educación Financiera?

Si

No

11. ¿Para Usted cual sería el mejor medio para informarse de temas de Educación Financiera?

Radio

Prensa escrita

Televisión

Mensajes de texto

Internet

Material escrito

Capacitaciones

Otros

12. ¿Le parece importante que su familia aprenda sobre Educación Financiera?

Si

No

13. ¿Cuánto tiempo Usted invertiría semanalmente para aprender sobre Educación Financiera?

Uno hora

Cuatro horas

Dos horas

Sin limite

Tres horas

14. ¿Cuál es el horario en el que le gustaría aprender sobre Educación Financiera?

Mañana

Noche

Tarde

Fin de semana

15. ¿En qué lugar le gustaría aprender sobre Educación Financiera?

Su hogar

Oficinas de Oscus

Local de capacitación

Otros

MUCHAS GRACIAS POR SU GENTIL AYUDA...