



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

DIRECCION DE POSGRADO

**Maestría en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y
Solidaria**

Tema:

**Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, de
los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso.**

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en
Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

Autor (a)

Gutiérrez Morales Jaime Patricio

Tutor(a) Ing. Peñaherrera Melo, Jacqueline, Mg

AMBATO – ECUADOR

2019

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

Yo, GUTIÉRREZ MORALES JAIME PATRICIO, declaro ser autor del trabajo de investigación “Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso”, como requisito para optar al grado de “Magister en Administración de Organizaciones de Economía Social y Solidaria”, 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, en el mes de Julio de 2019, firmo conforme:

Autor: GUTIÉRREZ MORALES JAIME PATRICIO

C.I. 1802318640

Dirección: López de Ayala y Blasco Ibáñez Esq.

Correo: patoguti.2008@yahoo.com

Teléfono: 032417647

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de investigación, “Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso”, presentado por el Señor Jaime Patricio Gutiérrez Morales, para optar por el título de “Magister en Administración de Organizaciones de Economía Social y Solidaria”,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal evaluador que se designe.

Ambato, Agosto de 2019

Ing. Peñaherrera Melo, Jacqueline, Mg
1802456713
TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación como requerimiento previo para la obtención del Título de, “Magister en Administración de Organizaciones de Economía Social y Solidaria” son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, Julio de 2019

Jaime Patricio Gutiérrez Morales

CI.: 1802318640

APROBACION DE TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PRODUCTO DE CRÉDITO PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA INNOVACIÓN AGROPECUARIA, DE LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO LÍDERES DEL PROGRESO, previo a la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, Agosto de 2019

.....

Lcdo. Juan Salazar Mera

PRESIDENTE DE TRIBUNAL

.....

Dr. Chrystian Celi Portero

VOCAL

.....

Ing. Jacqueline Peñaherrera Melo

VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico, a mis padres Rosario y Enrique ejemplos de vida, a mis hijos: Diego, Kevin Andrés, Giuliana y Patricio Gutiérrez, huella de mi paso por esta tierra, ellos convertidos en pilares fundamentales que me han servido de inspiración para la consecución de este nuevo título profesional.

Pato Gutiérrez M.

AGRADECIMIENTO

Al ser supremo creador del cielo y la tierra, que con sus bendiciones me han protegido en todo instante, y me han concedido la salud y la sabiduría para culminar esta etapa académica de mi vida. A la Facultad de Administración de la Universidad Tecnológica “Indoamérica” por ayudarme a adquirir conocimientos, permitirme la oportunidad de conocer gente nueva en mi vida y encaminarme en mi afán de convertirme en un profesional competitivo en favor de la sociedad.

Patricio

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACION DE TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	1
Importancia y actualidad	1
Planteamiento del problema	4
Justificación.....	7
OBJETIVOS	9
General	9
Específicos.....	9
CAPITULO I.....	10
MARCO TEÓRICO	10
Antecedentes de la investigación (estado del arte).....	10
Desarrollo teórico del objeto y campo.....	18
Objeto Innovación Agrícola.....	18
La innovación y el desarrollo agrícola.....	21
Campo: Producto Financiero.....	23
Producto de crédito	24
Financiamiento.....	25

CAPITULO II	26
DISEÑO METODOLOGICO	26
Paradigma y tipo de investigación.....	26
Modalidad	29
Análisis de datos.	31
Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos	31
Población	31
Muestra	32
OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	34
Procedimiento de recolección de la información	36
Técnicas e instrumentos.....	37
Pilotaje	37
ANALISIS DE LOS RESULTADOS	39
ANALISIS DE LA ENCUESTA A ESPECIALISTAS.....	49
CAPITULO III.....	51
PRODUCTO / RESULTADO.....	51
Propuesta de solución al problema	51
Elementos que la Conforman.....	52
Datos generales de la institución.	54
Situación Actual y Diagnostico general de la cooperativa	55
Cooperativas de ahorro y crédito incluidas en este boletín, por segmento	55
Estructura organizacional	55
Logotipo del producto financiero para la innovación agrícola.	57
Premisas para su implementación.....	57
Condiciones administrativas y de mercado	61
VIABILIDAD SOCIAL Y FINANCIERA	63

Análisis Financiero	65
Razones Financieras	74
a) Razones de Liquidez	74
Razón Corriente	74
Capital de Trabajo	75
Endeudamiento Corriente.....	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
Conclusiones.....	76
Recomendaciones	77
BIBLIOGRAFIA.....	78
ANEXOS.....	81

INDICE DE TABLAS

Tabla No- 1. DISTRIBUCION DE LA POBLACION.....	31
Tabla No- 2. PLAN DE MUESTREO	33
Tabla No- 3.Variable Independiente. OBJETO: INNOVACION AGRICOLA...	34
Tabla No- 4. Variable Independiente. CAMPO: CREDITO AGRICOLA.....	35
Tabla No- 5.Matriz de recolección de la información	36
Tabla No- 6. Técnicas e Instrumentos.....	37
Tabla No- 7. Genero de los socios y clientes	39
Tabla No- 8. Análisis Socios y Clientes Activos	40
Tabla No- 9. Ingreso por actividad económica	41
Tabla No- 10. Finalidad del apalancamiento crediticio	42
Tabla No- 11. Superficie de terreno para la agricultura	43
Tabla No- 12. Finalidad del financiamiento	44
Tabla No- 13. Financiamiento por asesoría	45
Tabla No- 14. Beneficios del producto de crédito	46
Tabla No- 15. Alianzas de negocios con casas comerciales	47
Tabla No- 16. Contratación de seguro para la actividad agrícola.....	48
Tabla No- 17. Datos Coac. Líderes del Progreso	54
Tabla No- 18. Cooperativas de ahorro y crédito, por segmento	55
Tabla No- 19. Análisis Horizontal Balance General 2017-2018	68
Tabla No- 20. Análisis Vertical Balance General 2017-2018.....	71
Tabla No- 21. Razón Corriente	74
Tabla No- 22. Capital de trabajo	75
Tabla No- 23. Endeudamiento Corriente	75

INDICE DE GRAFICOS

Grafico No- 1. Árbol de Problema.....	6
Grafico No- 2. Modelo Operativo	53
Grafico No- 3. Organigrama estructural coac. Líderes del Progreso	56
Grafico No- 4. Logotipo producto financiero para la innovación agrícola.....	57
Grafico No- 5. Implementación de la propuesta	65

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
DIRECCION DE POSGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE LAS ORGANIZACIONES DE
ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA

TEMA: PRODUCTO DE CRÉDITO PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA INNOVACIÓN AGROPECUARIA, DE LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO LÍDERES DEL PROGRESO.

AUTOR: Jaime Patricio Gutiérrez Morales

TUTOR: Ing. Jacqueline Peñaherrera Melo, Mg
RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación “**Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso**”, del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, período 2019, se ha trabajado basado fin de que se constituya en una herramienta generadora de crédito con la única finalidad de fortalecer el desarrollo económico de los socios y clientes de la Coac. En este trabajo de titulación se utilizó métodos como: deductivo para conocer la organización, analítico para observar cada uno de los hechos que se involucran en el problema, analítico-sistemático para determinar las causas y consecuencias del objeto de estudio; se realizaron encuestas, a los socios, clientes, y; personal directivo para la obtención de datos y de esta manera evaluarlos. En cuanto a la propuesta planteada para verificar la viabilidad financiera se realizó un análisis horizontal y vertical de los estados financieros, cálculo de índices financieros, esto ha permitido establecer con certeza la capacidad económica de la cooperativa y determinar la solvencia de la misma, para poder ofertar el producto financiero para la innovación agrícola y tratar con eficiencia los recursos económicos. Este trabajo investigativo concluyó que la cooperativa está en una situación solvente que permite crear y ofertar un nuevo tipo de producto financiero que estará orientado a la innovación del sector económico agrícola, y de esta manera redistribuir la riqueza y replicar este modelo de gestión en otros ambientes del sistema productivo del país.

DESCRIPTORES: producto financiero, innovación agrícola, planificación, apalancamiento financiero.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
DIRECCION DE POSGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE LAS ORGANIZACIONES DE
ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA

**THEME: CREDIT PRODUCT FOR THE FINANCING OF
AGRICULTURAL INNOVATION TO THE PARTNERS OF THE
SAVINGS AND CREDIT ASSOCIATION “LÍDERES DEL PROGRESO”**

AUTHOR: Jaime Patricio Gutiérrez Morales

TUTOR: Ing. Jacqueline Peñaherrera M, Mg.

ABSTRACT

The present investigation "Credit product for financing agricultural innovation, of the members of 'Líderes del Progreso' Credit Union", located in Salcedo canton, Cotopaxi province, term 2019, has been worked based so that it becomes a credit generating tool with the sole purpose of strengthening the economic development of COAC'S partners and customers. In this research work, the methodology consisted in: deductive method, to know the organization; analytical method, to observe each of the facts that are involved in the problem; analytical-systematic method, used to determine the causes and consequences of the object of study; and also surveys were conducted, to partners, customers, and management personnel to obtain data and thus evaluate them. Regarding the plan proposed to verify the financial road, a horizontal and vertical analysis of the financial statements was performed and also a calculation of financial indexes, this has allowed to establish with certainty the economic capacity of the institution and determine its solvency in order to offer the financial product for agricultural innovation and deal with efficiency the economic resources. This research work concluded that the financial association is in a solvent situation that allows creating and offering a new type of financial product that will be oriented to innovation in the agricultural economic sector, and thus redistribute wealth and replicate this management model in other environments of the country's productive system.

KEYWORDS: financial product, agricultural innovation, planning, financial leverage.

INTRODUCCIÓN

Importancia y actualidad

La línea de investigación que ocupa este trabajo se define como ASOCIATIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD pues es la creación e implementación de un producto financiero flexible dentro de una cooperativa de la organización Social y Solidaria, y como sublínea de investigación se desarrolla como: finanzas en la EPS.

Prevalece la importancia de la línea de investigación con la investigación a realizarse, como bien lo define el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) en su publicación Rol de la Economía Popular y Solidaria indica que:

La economía ecuatoriana ha sido relativamente dinámica en la última década, luego de la recuperación por crisis financiera a fines de los años noventa (BCE, 2013). Al igual que el resto de la región, Ecuador se benefició también del ciclo alto de los precios de los bienes primarios que se dio sobre todo por las demandas crecientes de los países emergentes (CEPAL, 2012). Este escenario, sumado a las políticas activas de impulso a la cultura tributaria y redistribución del ingreso e inversión pública, permitieron importantes avances en los indicadores sociales y económicos (León, 2013). Sin embargo, si revisamos la estructura de la economía podemos observar la persistencia de dos problemas históricos complejos: la gran heterogeneidad económica, y la particular y persistente especialización económico primario exportadora. (IEPS, La economía popular y solidaria, 2007-2013, P, 6)

Para fundamentar lo antes expuesto se debe considerar los datos emitidos en la publicación del mes de Septiembre por parte del INEC (2019) donde indica las tasas de empleo en % respecto al PEA es la siguiente:” tasa de empleo

adecuado 38,5%, tasa de subempleo 19,7%, tasa de desempleo 4,9%, PEA 8.2 millones de personas” (INEC, ENEMDU, 2019, P, 09)

Es importante analizar la vinculación que tiene crear e implementar un producto financiero dentro de una organización de la economía popular y solidaria (EPS), pues a partir de ella se gestiona el esfuerzo entre los socios y clientes por crear un servicio y satisfacer una necesidad de un segmento importante de la sociedad, y mucho más si con esto se consigue generar una mejor repartición de la riqueza a partir del trabajo, como base del desarrollo humano-intelectual de las personas.

Es de gran relevancia anotar, crear e implementar un producto dentro de una Cooperativa que genere inversión y al mismo tiempo desarrollo social a grupos de habitantes de un subsector de la economía que necesite financiamiento para mejorar su tren de vida esto va de la mano y concomitante como lo que establece el Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” para el periodo 2017-2021 en el eje 1 dentro de su Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas manifiesta que “Se ha decidido construir una sociedad que respeta, protege y ejerce sus derechos en todas las dimensiones, para, en consecuencia, erigir un sistema socialmente justo y asegurar una vida digna de manera que las personas, independientemente del grupo o la clase social a la que pertenezcan, logren satisfacer sus necesidades básicas”(PND, 2017-2021, p. 53).

De igual manera en su eje 3 hace referencia dentro del Objetivo 5, que habla sobre impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria afirma:

En el cambio de matriz productiva es clave favorecer la transformación y diversificación productiva. A largo plazo, los esfuerzos deben encaminarse a cambiar la especialización productiva y superar la grave heterogeneidad

estructural, lo que implica afectar las bases de las estructuras económicas y productivas que hemos heredado. (PND, 2017-2021, P.81).

Cuando las cooperativas forman parte del desarrollo del estado, y crean productos que permitan alcanzar una mejor forma de vida de sus clientes, participan activamente dentro del Plan Nacional de Desarrollo como lo establece el Objetivo 6, que habla sobre desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural indicando que:

La ciudadanía del sector rural demanda tanto un acceso equitativo a la tierra, agua, semillas y demás servicios básicos y servicios sociales, como la vinculación con los medios de producción....

La innovación debe brindar la posibilidad de aplicar nuevas técnicas productivas que incluyan el rescate y vigencia de las prácticas ancestrales, además de innovaciones institucionales que viabilicen las transformaciones requeridas en la Agricultura Familiar Campesina y sistemas agrícolas de subsistencia en general. Los procesos de difusión, gracias a la transferencia tecnológica, deben replicar experiencias exitosas, en ocasiones desde otros países, e identificar y difundir experiencias locales, que por lo general son de menor costo y fácil aplicación. (PND, 2017-2021, p.84-85)

Este documento describe la situación de los sectores pecuario de la economía popular y solidaria que se dedica a la crianza y producción de carne y leche, además de la producción de alimentos cultivados en la provincia de Cotopaxi y particularmente en el catón Salcedo, generando un mercado propicio para la implementación del producto de crédito que financiara la innovación ganadera y agrícola, de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso, producto con características de agilidad en sus procesos de entrega del financiamiento y con intereses cómodos para los clientes de la coac, que son ganaderos y agricultores a la vez y que poseen mínimo dos cuadras de terreno con todos sus documentos en regla. Para su elaboración se aplicaron los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la Maestría en Administración

de las Organizaciones de Economía Social y Solidaria, además de la información proveniente del sector analizado.

Los temas incluidos en la propuesta se describen en tres capítulos, el primero describe el marco conceptual del negocio, la oportunidad de vinculación de este segmento de clientes mujeres, hombres vinculados a la producción de leche en volúmenes pequeños desde 100 hasta 150 litros de leche diarios y con una producción de alimentos orgánicos del agro de mínimo 2 cuadras y máximo 6 cuadras de terreno.

El capítulo dos se refiere a la Metodología de la Investigación de este subsector de la economía Popular y Solidaria del Ecuador en la provincia de Cotopaxi y en particular del sector del cantón Salcedo.

Finalmente, el capítulo tres muestra la propuesta y su evaluación financiera y rentabilidad esperada del plan de negocios, que permitirá que la entidad cooperativista vincule a nuevos clientes de una manera ágil y conveniente con este producto financiero “Visión Cliente producción lechera y agro”.

Planteamiento del problema

A través del tiempo se ha observado cómo los pobladores de las zonas rurales de la provincia de Cotopaxi han sido relegados de alcanzar un crédito por parte de los sectores tradicionalmente financieros (Bancos, Financieras, etc.) tomando en cuenta el Censo realizado por el INEC en el año 2010 se desprende que Cotopaxi cuenta con 409.205 habitantes, de estos el 61,40 % de los cotopaxenses se encuentran en edad comprendida entre 15 y 69 años, es decir están en posibilidades de realizar algún tipo de trabajo.

Es importante indicar que según datos obtenidos del mismo INEC la población en edad de trabajar de la provincia de Cotopaxi de acuerdo al censo del año 2010 era de 166.048 mujeres y 153.299 hombres de los cuales el 35,20% de

las mujeres se dedicaban a la agricultura y 26,4% del total de los hombres también son agricultores, estos porcentajes de habitantes como PEA, se encontraban en la ruralidad de la provincia. Como dato relevante se anota que en el 2010 se estableció un porcentaje de analfabetismo en esta provincia el 13,6%.(INEC, 2010, FASCICULO COTOPAXI, p.5)

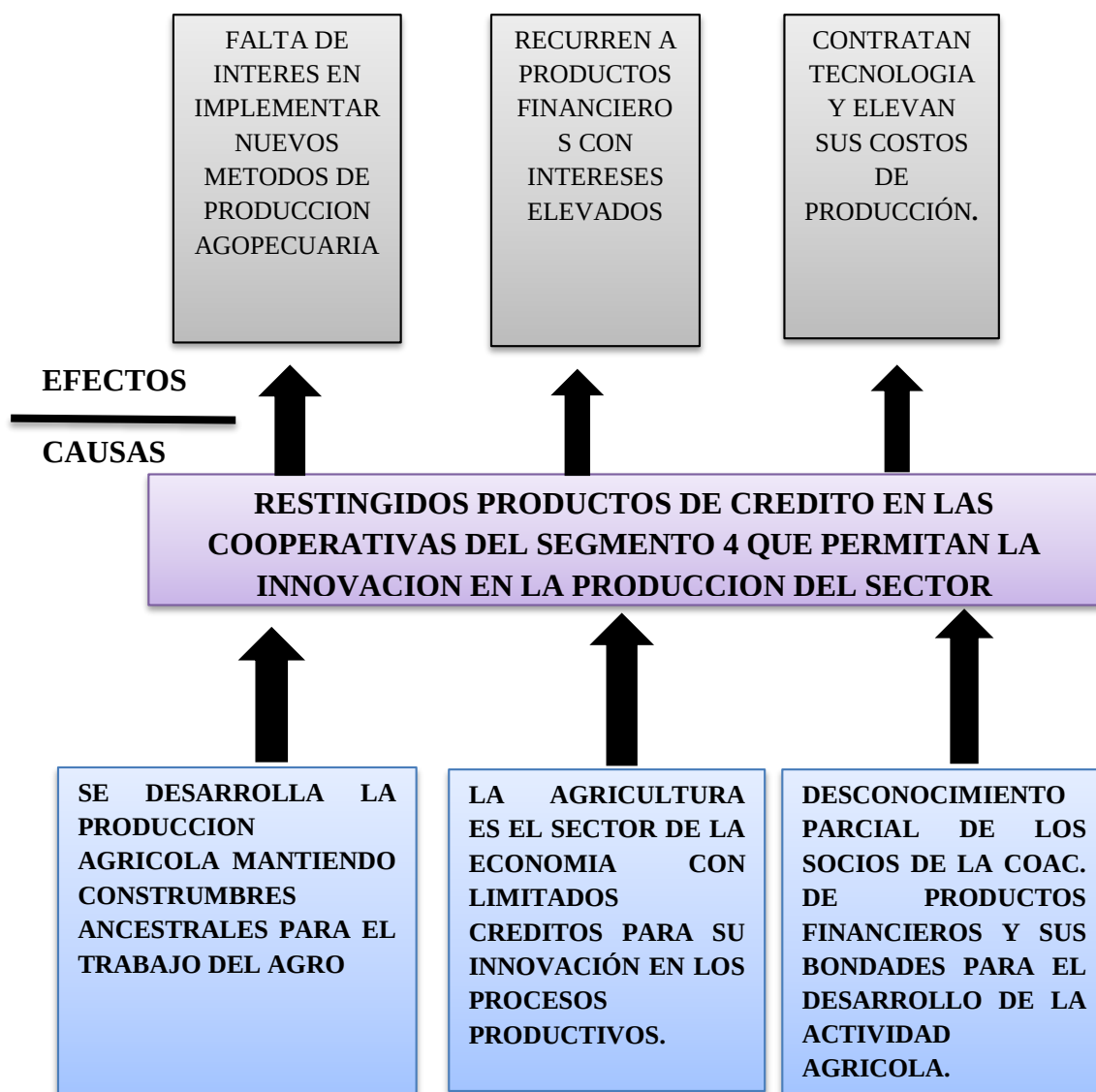
Los factores señalados, han influido que este subsector de la economía popular no haya sido tomado en cuenta como sector-meta para crear un producto financiero de la banca tradicional, pero actualmente con el impulso que ha tenido la Economía Solidaria, creando legislación y organismos de control como la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) están siendo tomados en cuenta por las cooperativas de ahorro y crédito, como sujetos de crédito.

Se debe tomar en cuenta los datos informativos del censo de vivienda del INEC del año 2010, arrojaron datos de la provincia de Cotopaxi que de los 103.137 hogares que existían en esa región del Ecuador, el 57,1% poseían casa propia y totalmente pagada, es decir con estos antecedentes se puede considerar a los hogares de esta provincia como sujetos de crédito salvando las excepciones del caso.

Al analizar esta realidad socio-económica donde confluyen actores en el área rural como sujetos de crédito e instituciones que pueden crear un producto financiero para mejorar el medio ambiente económico y social de estas familias dándoles la oportunidad de desarrollarse como actores de la economía social y solidaria, denominada tercer sector de la economía, permitiendo la innovación, la tecnificación, la capacitación en su sector económico.

Con los antecedentes expuestos el planteamiento del problema de investigación se articularía en “COMO PERMITIR QUE LAS PERSONAS Y LAS FAMILIAS QUE SE DEDICAN A LA AGRICULTURA ADOPTEN PROCESOS INNOVADORES A TRAVES DE LA CONTRATACION DE UN PRODUCTO DE CREDITO”.

Grafico No- 1. Árbol de Problema



Fuente: Investigación
Elaborado por: El investigador

Justificación

El presente trabajo posee relevancia académica, ya que servirá de base en el estudio de nuevos productos financieros de las organizaciones de la economía popular y solidaria, en la actualidad, (según datos de Naciones Unidas (2018). Word Population Prospects. 2017 Revision. Página 1 Texto en inglés) la población del mundo supera los 7.550 millones de personas, cada una de esas personas alcanzará una ingesta diaria aproximada de 2 700 kcal en promedio, cuando en 1950, 2500 millones de personas disponían de menos de 2 450 kcal per cápita. Esto significa que durante los últimos 50 años, el aumento de la producción agrícola mundial ha sido 1,6 veces superior a la producción total conseguida en 1950, diez mil años después de que se iniciara la historia de la agricultura.

La difusión en los países desarrollados de la revolución agrícola moderna (caracterizada por la motorización, la mecanización en gran escala, la selección, la utilización de productos químicos y la especialización) y su expansión en algunos sectores de los países en desarrollo.

La ganadería tiene una importancia clave para América Latina y el Caribe (ALC) al representar una fuente de alimentos básicos que contribuye a la seguridad alimentaria de su población, así como un sector fundamental para la economía de los países de la región. El progreso y la transformación del sector ganadero ofrecen oportunidades económicas y de reducción de la pobreza, pero el rápido ritmo del cambio podría marginar a los pequeños ganaderos.

El sector pecuario en América Latina y el Caribe (ALC), según datos de la FAO (Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2015-2016 / CEPAL, FAO, IICA), contribuye con el 46 % del Producto Interno Bruto Agrícola y ha crecido a una tasa anual del 3,7 %, superior a la tasa promedio de crecimiento global. Especialmente, la ganadería ha tenido un enorme crecimiento en el Cono Sur debido al incremento de la demanda mundial por productos de origen animal. Este

acelerado crecimiento ha permitido que ALC se convierta en la región que más carne bovina y carne de ave exporta a nivel mundial.

En Ecuador según datos del INEC (2018) , la superficie con uso agropecuario en lo que se refiere a Cultivos permanentes fue de 1'385.805 ha, de Cultivos Transitorio y Barbecho fue de 799.494 ha, así como de Pastos Cultivados en el orden de 2'379.042 ha y pastos naturales 715.273 ha, particularmente la provincia de Cotopaxi se encuentra dentro de las provincias del Ecuador que posee la mayor cantidad de pastos cultivados , cultivos permanentes, cultivos transitorios como papa y tubérculos (14,6%).

Sobre el sector agropecuario, en este Sobre es sector predomina el ganado vacuno con un total de 4,1 millones de cabezas a nivel nacional , seguido por el ganado porcino con 1,3 millones de cabezas, la región Sierra es la que mas se dedica ha esta actividad con el 48,4% del total de las cifras conocidas, superando a las regiones de la costa y la amazonía.

Este trabajo pretende dar cuenta sobre la creación de un Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso del cantón Salcedo, producto financiero innovador dentro que coadyuve al crecimiento de la producción del sector con un interés relativamente bajo para las personas involucradas, garantizando el acceso a una forma de vida, un trabajo digno y donde la rentabilidad permita realizar redistribución equitativa de la riqueza entre los involucrados, se ha escogido este lugar de la provincia de Cotopaxi, pues allí se encuentran asentados una gran cantidad de emprendimientos dedicados a la agricultura, como una parte de la economía popular y solidaria, en base a los datos proporcionados con el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

OBJETIVOS

General

- Desarrollar un producto financiero que permita el crecimiento económico del sector pecuario y de la agricultura en el cantón Salcedo.

Específicos

- Diagnosticar la actividad agrícola de los potenciales beneficiarios de este producto financiero.
- Diseñar el producto financiero que permita innovar para mantener y mejorar la producción agrícola y pecuaria.
- Determinar la viabilidad del producto financiero.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación (estado del arte)

El sector agrícola es uno de los ejes principales sobre los que se desarrolla la economía del Ecuador. Al año 2014 el PIB Agrícola se ubica en los 5.018.202 millones de dólares (a precios constantes del 2007) y aporta el 85% al total del PIB Agropecuario¹ y el 7% al PIB total. Para esta actividad se dedican 2.551.513 hectáreas a la producción de cultivos como banano, cacao, entre otros; según datos de la Encuesta de Superficie de Producción Agrícola Continua (ESPAC, 2013).

Es importante partir de un análisis a conciencia de las diferentes problemáticas que posee el agro ecuatoriano en su batalla diaria por producir más y mejor, desde el tiempo de la creación como república el Ecuador se ha convertido en un país productor de materias primas, Guerrero (2016) define a la situación del agro diciendo que:

El problema central es la baja productividad. Esto ha generado un círculo vicioso que produce escasos ingresos y una poca capacidad de ahorro, y que obliga a disminuir las inversiones, cuyo resultado es la pobreza y la inequidad rural. Es indispensable dar una estructura institucional al sector, que permita generar y articular las políticas públicas enfocadas a cada área: transferencia de tecnología, análisis y preparación de suelo, semillas competitivas, insumos con costos acordes a los precios internacionales, mecanización agrícola, riego y drenaje adecuado, crear una verdadera banca de desarrollo rural integral, eliminar la sobrecarga de impuestos, implementación de mecanismos e infraestructura de comercialización, creación de una ley de desarrollo y fortalecimiento gremial, apertura y acceso de los mercados mundiales. (pg.1)

Según el estudio realizado por el grupo de expertos para la financiación innovadora para la agricultura, la seguridad alimentaria y la nutrición indica que:

La inversión privada es clave para el desarrollo agrario, pero está muy limitada. A diferencia de otros sectores, como la educación o la sanidad, que se ocupan esencialmente de bienes públicos, quienes intervienen en el sector agrario (agricultores, industria agroalimentaria, proveedores de servicios para la agricultura») son principalmente de carácter privado. Aunque la inversión pública sea necesaria para formar un entorno favorable y construir las infraestructuras, gran parte de las inversiones necesarias deberán correr a cargo de actores privados. La inversión privada, por lo tanto, es clave para el desarrollo agrario. Ahora bien, la AOD clásica, con proyectos de carácter público, ha mostrado los límites de su capacidad para fomentar las inversiones privadas porque la ejecución de los proyectos suele ser demasiado rígida y porque estos no se orientan lo suficiente hacia el mercado y los resultados. A fin de estimular la inversión privada en la agricultura, es sabido que lo esencial es construir un entorno favorable y desarrollar instrumentos catalíticos que aporten incentivos y reduzcan las trabas. (p.15)

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA (2017) con relación a la agricultura familiar en América del Sur, indica que:

La agricultura familiar en América del Sur se puede caracterizar según el acceso a la tierra. Así, en Paraguay, Uruguay, Argentina y Brasil, menos de una cuarta parte de la tierra laborable se encuentra en manos de agricultores familiares, mientras que en Ecuador, Colombia y Chile más de la mitad de las tierras están en sus manos, en Sudamérica se observa el fenómeno de la feminización de la agricultura, donde el 16% de las unidades económicas agrícolas están encabezados por mujeres, aunque esta proporción es mayor cuanto más pequeñas sean las unidades y menores sus ingresos..... En Ecuador, el 25 % de las explotaciones de menos de 5 ha. Están encabezadas por indígenas.

En la publicación serie Estudios sobre Economía Popular y Solidaria. Economía Solidaria. Historias y prácticas de su fortalecimiento publicado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Octubre, 2016) con relación a la economía popular y solidaria así como sus actores, manifiesta que:

En términos generales se puede decir que, el proceso iniciado en el Ecuador en relación al fortalecimiento de la economía popular y solidaria, como un eje importante de apoyo a la construcción de un sistema económico más social y solidario es un proceso en marcha, y como tal, tiene límites y desafíos.

En el nivel macro, si bien la preocupación y las acciones por impulsar un sistema económico más social y solidario, a través de medidas desde la política económica, la regulación y el fomento, concretado en acciones importantes, sigue todavía pendiente la tarea de transversalizar de mejor forma, el impulso a la economía popular y solidaria desde los distintos campos de la política macroeconómica, financiera, fiscal, sectorial. No solo

se requiere de programas específicos o espacios para la EPS, se requiere pensar toda la política económica, social, educativa, desde la mirada de la economía social y desde la mirada de sus actores.

El camino planteado por la Constitución ecuatoriana hacia un sistema económico social y solidario, es ampliar el sistema de lazos de solidaridad entre los distintos actores y sus formas de organización económica, y darles mayor poder, para mejorar las condiciones de igualdad y de distribución, a un sector tradicionalmente más excluido, lo que implica su fortalecimiento y mayor productividad y eficiencia, con una relación más armónica con la naturaleza, tarea indispensable para salir de la pobreza de manera sostenible.

Según la publicación de EIZAGUIRRE ANGLADA, SANTIAGO CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa (Diciembre, 2016) con respecto La disposición a la innovación social por parte de las iniciativas de la economía social y solidaria, indica que:

Defourny y Nyssens (2013) resaltan algunas cuestiones clave respecto la dimensión económica y emprendedora de las empresas sociales que son aspectos útiles para encuadrar y entender la disposición a la innovación por parte del sector..... El directorio de iniciativas empresariales que pertenecen a la Xarxa d'Economia Solidària de Catalunya, permite el análisis por sectores productivos con los siguientes epígrafes: producción agraria; producción industrial y construcción; comercio; servicios a las personas; servicios a empresas; servicios ambientales; servicios de comunicación; servicios financieros; servicios sociales y culturales; cooperación y educación para el desarrollo; y otros.

Según el informe del comité de expertos de alto nivel del grupo piloto sobre financiación innovadora para la agricultura, la seguridad alimentaria y la nutrición, (2012) al hablar sobre la financiación innovadora para la agricultura, la seguridad Alimentaria y la nutrición indican lo siguiente:

La financiación innovadora para el desarrollo es un concepto muy popular que manejan numerosos actores de varias maneras, y que todavía es objeto de debate, los mecanismos de financiación son innovadores por tres motivos: (1) por su modo de recaudación, estable y predecible; (2) por completar la AOD; (3) por su gestión multilateral de los recursos movilizados. De hecho, se basan en nuevas alianzas entre una amplia variedad de interlocutores: los países de diversos niveles de desarrollo, las autoridades locales y el sector privado.

Es de gran importancia indicar que además este informe se expone de qué manera los mecanismos de financiación innovadora pueden beneficiar a la agricultura, la seguridad alimentaria y la nutrición, focalizándose sobre tres puntos:

1. Cómo aportan recursos nuevos, por comparación con la AOD clásica (innovando por los recursos);
2. Cómo catalizan la inversión privada mediante instrumentos catalizadores adecuados (innovando por el uso); y
3. Cómo promueven nuevos enfoques para potenciar las herramientas innovadoras.

Según los datos del estudio "World Population Prospects (2015 Revision)" de las Naciones Unidas, en 2050, la población mundial se elevará a 9.700 millones de personas, o un 34 por ciento más que hoy, especialmente en los países en desarrollo.

Este crecimiento demográfico, combinado con un aumento del consumo de carne per cápita, requerirá un aumento del 60 por ciento de la producción mundial de alimentos, para personas y animales, lo que significa que países agrícolas como el caso de Ecuador, debe prepararse con antelación adoptando nuevas formas de producción agrícola y pecuaria que permitan mejorar en calidad

y cantidad los productos que desde el campo se ofrecen a las urbes, además de convertirse en una potencia en la exportación de alimentos para el mundo.

Casi todo el aumento demográfico se registrará en los países en desarrollo. En particular, habrá que realizar mejoras a gran escala de la intensificación agraria y de las nuevas tecnologías, ya que el 80 por ciento del incremento de producción necesario tendrá que realizarse aumentando los rendimientos y la intensidad de los cultivos, debido a las limitaciones de la expansión de las tierras cultivables.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) ha calculado que los países en desarrollo deberán invertir, sectores público y privado incluidos, 83 000 millones de dólares al año netos del coste de renovación de equipos existentes, o 209.000 millones si se incluye este coste, siendo el nivel actual de inversión de 142.000 millones, o sea, un aumento del 50 por ciento. Dada la importancia y la urgencia del reto, y las limitaciones presupuestarias existentes, resulta crucial favorecer las inversiones con una alta incidencia en la nutrición.

Dada la importancia y la urgencia de la cuestión y las limitaciones presupuestarias actuales, es crucial para promover las inversiones con un impacto significativo en la nutrición. La desnutrición aumenta la carga de las enfermedades en los países en desarrollo, acentuando el impacto humano y económico de enfermedades tales como la tuberculosis, la malaria y VIH/SIDA. Cada año, la desnutrición causa 3,5 millones de muertes prevenibles en niños menores de cinco años.

Según el Banco Mundial, el impacto de la mala nutrición materna e infantil es duradero y sus consecuencias no son sólo sanitarias, puesto que puede reducir la producción de los países en 2-3 por ciento al año. La inversión en nutrición es básica para el desarrollo humano y económico.

El financiamiento para los proyectos dentro de las organizaciones de economía social y solidaria tiene muchos problemas dentro de su realización plena como una economía pujante. (Cabra de Luna, 2012) afirma que:

Para la ESS el acceso a la financiación es un problema endémico que frena radicalmente su desarrollo. La ESS se nutre primariamente de las aportaciones de sus socios y promotores, no del capital especulador de terceros. Al mismo tiempo, generaliza prácticas que benefician al interés general. Generalmente la acción pública es escasa e insuficiente en lo que se refiere a la consecución de vías de financiación regulares mediante reformas legales y medidas macroeconómicas adecuadas para la ESS. Faltan políticas de Estado que incluyan a la ESS en la planificación general de la economía, políticas de financiación de la industria para aportación de nuevo capital, con potenciación de los fondos de capital-riesgo, una financiación de la participación económica de los trabajadores y socios y un respaldo a la formación de grupos empresariales y en fomento de la participación de la ESS en la contratación pública. Es urgente una reformulación de las medidas que ponen trabas injustificadas al desarrollo de entidades financieras propias de la ESS, como la banca ética y además la microfinanciación.(p.6)

Raúl Torres López, en su artículo titulado Innovación de productos financieros para el sector agroalimentario (I) de la revista mexicana El Economista (Enero, 2017) manifiesta:

Los retos que deparan al sector productivo de nuestro país durante el 2017, que derivan de un entorno complejo y volátil a nivel mundial, dejan ver impactos en algunos de los componentes más importantes del sector agroalimentario, como son los insumos energéticos, el crédito o la misma tecnología, que, combinados con la escasez de algunos recursos naturales, como es el agua, que es limitada en algunas regiones, demandan a instituciones como FIRA (Fideicomisos Instituidos con Relación a la Agricultura) , entidad de la banca de desarrollo que coordina la

SHCP(Secretaria de Hacienda y Crédito Público), continuar siendo competitivos en el mercado financiero de productos y servicios en el sector.

El crédito que obtienen las y los productores y empresas del sector, han incrementado su costo dado el aumento en la tasa de referencia del Banco de México, la que actualmente se sitúa en 6.11%, en comparación con 3.5% que se cotizaba en el 2014.

En el Ecuador según el Ministerio de agricultura y ganadería en su página web, en su publicación titulada “Socializan productos financieros para organizaciones productoras de maíz” (2017), toca el tema de productos financieros para el financiamiento de la agricultura, y; hace conocer lo siguiente:

Productores del cantón Pindal, de la provincia de Loja, participaron de la socialización de los productos financieros para organizaciones productoras de maíz, actividad organizada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), a través del Proyecto AgroSeguro y el BanCodesarrollo agencia Pindal.

Gonzalo Chamba, responsable Zonal del Proyecto AgroSeguro, manifestó que dentro de las actividades del proyecto se encuentran enlazar vínculos con instituciones financieras públicas y privadas.

El evento se desarrolló en el cantón Pindal, y fue destinado a conocer las líneas de crédito que actualmente otorga BanCodesarrollo. Cada crédito que obtenga un productor, mediante esta institución financiera contará con una póliza de seguro agrícola que cubra los costos que el productor realiza en su cultivo de maíz, sostuvo Chamba.

Para Joselito Ochoa, productor de la parroquia 12 de Diciembre, del cantón Pindal, indicó que es importante que en la actualidad los créditos cuenten con una póliza de seguro agrícola, porque pueden presentarse pérdidas en los cultivos.

Así mismo el Ministerio de Agricultura y ganadería en su página web, en su publicación titulada “El Ministro de Agricultura destaca el apoyo financiero y no financiero al sector ganadero” (2017) suscribe lo siguiente:

El ministro de Agricultura y Ganadería, Rubén Flores, propuso a los ganaderos del Azuay generar productos de calidad para garantizar la productividad y el progreso del sector, durante la inauguración del Recinto Ferial del Centro Agrícola Cantonal y de la Sexagésima Quinta Feria Agropecuaria Comercial e Industrial Cuenca 2017.

Desarrollo teórico del objeto y campo.

Objeto Innovación Agrícola

Para el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2017 en su libro LA INNOVACION PARA EL LOGRO DE UNA AGRICULTURA COMPETITIVA, SUSTENTABLE E INCLUSIVA, indica que:

La innovación desempeña un papel fundamental en el mejoramiento de la productividad del sector agroalimentario. En palabras de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), “innovación agrícola es el proceso mediante el cual las personas o las organizaciones introducen en la sociedad o en la economía el uso de productos, procesos y formas de organización existentes o nuevos con el fin de aumentar la eficacia, la competitividad, la resiliencia ante las crisis, o la sostenibilidad ambiental, contribuyendo así a lograr la seguridad alimentaria y nutricional, el desarrollo económico y la gestión sostenible de los recursos naturales” (FAO 2015a:5).

Se debe señalar que la innovación se produce cuando se adoptan y se ponen en práctica a nivel individual como colectivo, nuevas ideas, tecnologías o procesos que se replican en su fase de éxito, y estos se difunden a través de las

comunidades y sociedades. Este proceso es complejo, intervienen muchos actores, y no puede funcionar por sí solo, y más bien recibe su impulso de un sistema de innovación eficaz.

Un sistema de innovación agrícola comprende, entre varias cosas, un entorno general económico e institucional que mantenga las condiciones propicias requeridas por todos los agricultores. Además se debe tomar muy en cuenta otros componentes clave que son la investigación y los servicios de asesoramiento y organizaciones de productores agrícolas eficaces: “La innovación a menudo se basa en conocimientos y sistemas tradicionales locales, que se adaptan, en combinación con nuevas fuentes de conocimientos derivados de sistemas formales de investigación” (FAO 2015a: xii).

La innovación, además, presupone una capacidad para innovar a nivel individual, colectivo, nacional e internacional, por lo que, a través de la educación y la capacitación deben fomentarse los conocimientos y calificaciones de productores, extensionistas, investigadores y, en general, de todos los actores que participan en los sistemas de innovación agrícola. Las mujeres y los jóvenes deben ser objeto de especial atención, sobre todo en relación con la agricultura familiar. Por otra parte, la capacidad de innovación colectiva depende de la existencia de redes que permitan impulsarla, y aquí las cooperativas y organizaciones de productores desempeñan un rol fundamental. Por último, “el entorno y los incentivos para la innovación dependen de una buena gestión pública y unas políticas económicas racionales, derechos de propiedad seguros, infraestructura de mercado y de otro tipo, y un marco reglamentario propicio” (FAO 2015a: xii).

El Banco Mundial considera la innovación como el proceso mediante el cual los individuos o las organizaciones dominan e implementan el diseño y la producción de bienes y servicios que son nuevos para ellos, independientemente de si son nuevos para sus competidores, para su país o para el mundo. Y define un

sistema de innovación como una red de organizaciones, empresas e individuos que buscan desarrollar nuevos productos, procesos y formas de organización para darle un uso económico, mientras que de forma paralela se desarrollan instituciones y políticas que afectan su comportamiento y ejecución (World Bank 2012:2).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), por su parte, adopta la definición de innovación del Manual de Oslo, donde se señala que innovación es la implementación de un producto (bien o servicio) nuevo o significativamente mejorado podría ser un proceso, un método de comercialización o un método de organización en la práctica empresarial, en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas. Considera, así, cuatro tipos de innovación:

- Innovación de producto: Introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado con respecto a sus características o usos previstos. Esto incluye mejoras en las especificaciones técnicas, en los componentes y materiales, en el software, en la facilidad de uso o en otras características funcionales.
- Innovación de procesos: Implementación de una manera de producir o de un método de entrega nuevos o significativamente mejorados. Incluye cambios en las técnicas, los equipos, el software o en todos estos aspectos.
- Innovación de comercialización: Implementación de un método de comercialización que comporta cambios significativos en el diseño o en el empaquetado de productos, en su colocación, en los métodos de promoción o en los precios.
- Innovación organizativa: Implementación de un método organizativo nuevo en las prácticas empresariales, en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas.

Cuando se habla de innovar, entonces, se puede aludir a un único cambio significativo o a una serie de pequeños cambios que en conjunto representan un cambio a una determinada escala. Toda innovación comporta cierto grado de novedad, y puede tratarse de algo nuevo para la empresa, para el mercado o para el mundo.

La innovación y el desarrollo agrícola

El desarrollo agrícola supone una buena capacidad de adaptación y una buena capacidad de respuesta, cualidades que adquieren la mayor relevancia ante eventos como las fluctuaciones de los precios en los mercados internacionales y el fenómeno del cambio climático.

También influyen en el desarrollo agrícola los avances tecnológicos y la transformación institucional, así como el papel del Estado, el sector privado y la sociedad civil. El Banco Mundial ha sido enfático al señalar que: “en este contexto, los mercados, la urbanización, la globalización y un entorno cambiante no sólo influyen en los patrones de consumo, competencia y comercio, sino que impulsan el desarrollo agrícola y la innovación mucho más que antes” (World Bank 2012:3, traducción libre).

Y es aquí donde la innovación aparece como herramienta fundamental para que la agricultura pueda enfrentar los desafíos mencionados. Pero, para fomentar la innovación es necesario que los gobiernos inviertan en investigación y desarrollo (I+D), en extensión y en educación.

Aun así, “la innovación requiere de un proceso más interactivo, dinámico, flexible, en el cual los actores traten simultáneamente con muchas condiciones y actividades complementarias que van más allá de los ámbitos tradicionales de la investigación y el desarrollo, y la extensión” (OECD 2013:15).

La innovación agrícola, entonces, surge de la interacción entre los distintos actores relacionados con el sector: productores, procesadores, empacadores, distribuidores y consumidores. O, como señala el World Bank (2012:3), surge con frecuencia de la acción colectiva, de la coordinación y del intercambio de conocimiento entre diversos actores.

Pero, ciertamente, la investigación y el desarrollo agrícolas se traducen en un incremento de la productividad, y la aplicación de tecnologías y prácticas productivas sustentables contribuye también a mejorar la sustentabilidad de los recursos naturales.

Una amplia gama de actores crean, transfieren y adoptan las innovaciones, y otro tanto informa a los productores y al público sobre estos avances. El papel del gobierno es servir de guía, impulsar la investigación fortaleciendo la infraestructura que la soporta. Ciertamente, las políticas públicas y las regulaciones repercuten en el ambiente de negocios y de innovación. La investigación privada y los productores crean las innovaciones. Diversas instituciones y organizaciones ayudan a diseminarlas y a conseguir fondos para financiarlas. El comportamiento de los consumidores y los mercados envía señales claras de dónde está la demanda de innovaciones y cuál es su aceptación (OECD 2013:15).

La innovación es la clave para incrementar la productividad agrícola y es el elemento que fortalece la competitividad y el crecimiento económico. Puede contribuir a que los productores tengan un mayor ingreso pero hay que darle continuidad. También permite producir más y mejores alimentos, más y mejores materias primas, y puede hacerlo sin deteriorar el ambiente y orientándose más bien a la adaptación al cambio climático.

No hay que olvidar, tampoco, que “la innovación en las industrias alimentarias se centra en los cambios en los hábitos de consumo de alimentos vinculados a mayores ingresos, problemas de salud, mayor participación de las

mujeres en la fuerza laboral y reducción del tiempo disponible para las comidas” OECD (2013:15).

Pero más importante aún es saber que en los últimos años el concepto de innovación en la agricultura ha evolucionado. Ya no se le define simplemente como la adopción de nuevas tecnologías. De acuerdo con Sonnino y Ruanne (2013:34-35), se trata más bien de “una combinación exitosa de tecnologías y prácticas, de nuevos conocimientos y esquemas mentales, y de nuevas instituciones y formas de organización social”.

Campo: Producto Financiero

Cabanellas de Torres (2014) lo define como “Toda cosa producida, creada o fabricada. Beneficio que se obtiene al vender algo. Rédito o renta. Ingresos. En lo industrial, lo obtenido transformado o trabajando la materia prima” (p.308)

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades”. (MUÑIZ Rafael, 2016, p. 124)

“Definimos un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”. (Kotler Philip, 2012, p.222)

Con los conceptos emitidos se podrá entonces indicar que producto es el resultado obtenido después de un proceso prediseñado, construido a base de estrategias, analítico y conceptualmente capaz de satisfacer una necesidad a un grupo de una población determinada.

Producto de crédito

El producto crédito desde el punto de vista legal lleva a una comprensión analítica y pragmática de su conceptualización. Cabanellas de Torres (2014) manifiesta lo siguiente:

Del latín, creditum, de credere, creer, confiar. Asenso, admisión de lo dicho por otro, comprobación. Reputación, fama nombre, autoridad.

Derecho de recibir de otro alguna cosa, por lo general dinero. Opinión de que goza una persona cuando se espera puntualmente los compromisos contraídos o las promesas formuladas. Libramiento, vale o abonare de una cantidad, que se da en garantía para pagar más adelante, o bien para que le pague en otro lugar un corresponsal.

La noción de crédito aparece vinculada con tener confianza, existiendo en el mercado diferentes productos que se ofertan a las personas que se desenvuelven en diferentes actividades económicas, productivas, etc.

Un préstamo es una operación por la cual una entidad financiera (prestamista) pone a disposición del cliente (prestatario) una cantidad determinada de dinero (el denominado capital del préstamo) mediante la formalización de un contrato. Cuando contratamos un préstamo adquirimos la obligación de devolver ese dinero en el plazo de tiempo que establezca la entidad financiera y de pagar las comisiones e intereses pactados. El préstamo lo podemos devolver en uno o varios pagos, aunque, habitualmente, la cantidad se devuelve en cuotas mensuales incluyendo además los intereses y las comisiones. (Guía práctica productos. Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de Aragón, 2013, p.10)

Financiamiento

El financiamiento como base fundamental del crecimiento del creciente número de organizaciones de ESS. Soler Tormo, Francisco (2012) afirma que:

A mediados de los años setenta surge una nueva forma de hacer banca impulsada por iniciativas de la sociedad civil (ONG, fundaciones y cooperativas) en los países del llamado Tercer Mundo, con la que se pretende escapar del círculo vicioso de la pobreza por medio de créditos de pequeña cuantía, pero de gran impacto para los receptores.(p. 60)

CAPITULO II

DISEÑO METODOLOGICO

Paradigma y tipo de investigación

Conjunto de valores y saberes compartidos y convalidados colectivamente, es decir, usados, implícita y explícitamente, por una comunidad. Está construido por los descubrimientos científicos universalmente reconocidos que, durante mucho tiempo, proporcionan a un grupo de investigadores problemas y soluciones “tipo”. El término fue acuñado por el filósofo Thomas Kuhn. (Marín, 2007: 36).

Según Roberto Hernandez-Sampieri (2014) indica que: “Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos”.

En su libro de investigación Roberto Hernandez-Sampieri (2014) indica que:

Enfoque cualitativo, también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o

después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (p.7)

Roberto Hernandez-Sampieri con relación al enfoque cuantitativo, dice:

Es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (p.4)

El paradigma de esta investigación se encaja como Constructivista, el mismo que se fundamenta en un diagnóstico sobre las múltiples realidades construidas socialmente de la situación problemática y la búsqueda de soluciones apropiadas, en lo que se conoce en el país como Investigación-Acción.

El presente trabajo, conlleva un análisis de la manera en que el direccionamiento estratégico de la COAC Líderes del Progreso, contribuye a mejorar el ingreso promedio de las personas y las familias que se dedican a la agricultura a través de la adopción de procesos innovadores, y de esta manera posicionar este producto institucional en el mercado financiero local, lo que permitirá establecer estrategias de posicionamiento para lograr un desarrollo sostenido de la institución estudiada.

Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es la orientación y el proceso sistemático, que se le dará a la investigación; utilizando para ese fin el método inductivo, generalmente vinculado a la investigación cualitativa o el método deductivo, utilizado comúnmente en la investigación cuantitativa.

Con los criterios anotados anteriormente se puede indicar que la presente investigación se trata de un enfoque CUALITATIVO.

El enfoque de investigación cualitativa; hace registros narrativos de los fenómenos estudiados, utilizando técnicas como la observación y las entrevistas no estructuradas.

Principales características:

- 1) Se centra en la comprensión de ciertos fenómenos, es subjetiva, inductiva y no generalizable.
- 2) Son fuertes en validez interna y generalmente lo que determinan no es generalizable a la población.

El tipo de estudio o investigación que se desarrollará para el proyecto según su finalidad es el tipo de investigación descriptiva, la cual recoge la información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados, de personas, grupos, o cualquier otro elemento-fenómeno que pueda ser sometido a un análisis. Esta captación sirve para profundizar el conocimiento objetivo porque al describir se puede aprehender las múltiples partes de un objeto de estudio. (Ferrer, 2015)

En cuanto a la metodología de la investigación el método descriptivo, el cual de acuerdo a Villalba (2013-2014) “...Consiste en la caracterización de personas, instituciones, eventos, acciones, hechos o cualquier fenómeno. A través

de este método se busca de forma inmediata las características esenciales y accidentales de la investigación que realizamos.” (Villalba, 2012-2013)

El tipo de investigación utiliza la observación como su elemento básico y para el caso concreto se constituye en una técnica de investigación importante para la recolección de información, así como también se emplearán otras técnicas, tales como las encuestas, el fichaje, la observación.

A continuación se describen cada una de estas técnicas de investigación para el trabajo de estudio:

La encuesta: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

El fichaje: es el uso de la ficha de investigación, la cual permite el entendimiento de las manifestaciones conceptuales de los autores de libros, revistas, periódicos, documentales, afiches, entre otros. En la presente investigación se recurrirá principalmente a las fichas bibliográficas y a las fichas nemotécnicas.

La observación: es la técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno o actividad, tomar información y registrarla para su posterior análisis. Esta técnica tiene como fundamento científico la verificación del fenómeno que se estudia.

Según las clases de observaciones que existen, en el proyecto se utilizará la observación estructurada que se la realiza por medio de instrumentos técnicos.

Modalidad

A partir de la investigación básica (también llamada investigación pura o fundamental) como también la investigación aplicada han servido como

constructores del conocimiento humano pero cada una tiene objetivos diferentes. La investigación básica o pura tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente.

La investigación aplicada, tiene como objetivo resolver un determinado problema o planteamiento específico, como es el caso de esta investigación para de esta manera plantear una posible solución a partir de crear un nuevo producto financiero que permita la innovación en la actividad agropecuaria.

Es frecuente que la investigación básica sirva para construir una base de conocimiento desde la que parte la investigación aplicada

La investigación de campo (in situ), es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen, donde el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto (Herrera, 2014) (p. 95)

Este esfuerzo investigativo que incluye tanto una investigación del argumento teórico-contextual originado en la búsqueda bibliográfica de fuentes secundarias, a partir de la lectura de textos, revistas, periódicos, artículos científicos y otras fuentes publicadas en la Web así como la recolección de la opinión de la población involucrada que en su esencia es un trabajo de campo, son parte de la investigación aplicada. El nivel de investigación al que corresponde este trabajo, requiere de la familiarización del investigador con las particulares manifestaciones del objeto de estudio, por otro lado, el descubrimiento del comportamiento de los indicadores valorados a nivel de campo ubica al trabajo investigativo en el nivel DESCRIPTIVO.

Análisis de datos.

Escala de Likert, la segunda etapa de la investigación, incluye el análisis estadístico de la opinión recolectada a través de la escala de Likert, la misma que es utilizada en investigaciones de estudios sociales, estudios de mercados, es una herramienta de medición que, a diferencia de preguntas dicotómicas con respuesta si/no, permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le propongamos.

Rendís Likert fue un educador y psicólogo organizacional estadounidense y es conocido por sus investigaciones sobre estilos de gestión, nació el 5 de agosto de 1903, en Cheyenne, Wyoming, Estados Unidos, fallece el 3 de septiembre de 1981, Ann Arbor, Michigan, EUA.

Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos

Población

De acuerdo a Vladimirovna (Vladimirovna, 2005) “Se llama población al conjunto de todos los elementos de un tipo particular cuyo conocimiento es de interés” (pág. 261). Por otra parte, este conjunto de elementos puede ser una persona, familia, empresa, zona, animal u objeto. De acuerdo con Herrera, et-al (2014), “La población es la totalidad de los elementos a investigar, respecto a ciertas características”

Tabla No- 1. DISTRIBUCION DE LA POBLACION

ESTRATO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Socios	2.884	93,64 %
Clientes	196	6,36 %
TOTAL	3.080	100,00 %

Fuente: Archivos de la COAC “Lideres del progreso”

Elaborado por: El Investigador (2018)

Muestra

Al hablar de muestra se indica que del universo de los datos es conveniente tomar datos a una muestra, la misma que permita obtener datos para analizar la investigación propuesta, así pues, Herrera et-al (2014) manifiesta el siguiente análisis de muestra, diciendo que:

En muchos casos no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en las que se recurre a una selección de una parte de los elementos del conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas al estudio.
(p, 98)

Por tratarse de una población numerosa (3.080), será necesario estimar una muestra representativa, de manera que pueda suministrar información tan valedera para que sea generalizada a los socios y clientes que tengan actividades agrícolas y pecuarias.

$$n = \frac{PQ \times N}{(N - 1) \left(\frac{e^2}{K^2} \right) + PQ}$$

DONDE

N	Tamaño de la muestra
PQ	Probabilidad de ocurrencia
N	Tamaño de la población
E	Error de muestreo
K	Factor de confianza

$$0.25 \times 3080$$

$$n = \frac{0.25 \times 3080}{(3080 - 1) (0.05^2 / 2^2) + (0.25)}$$

$$770,00$$

$$n = \frac{770,00}{(3079) (0.0025 / 4.00) + (0.25)}$$

$$n = \frac{770,00}{(1,924375) + (0.25)}$$

$$n = \frac{770,00}{2,174375}$$

$$n = 354,12 \text{ (354)}$$

La muestra probabilística estimada es de trescientos cincuenta y cuatro (354) encuestados, distribuidos entre socios y clientes.

Tabla No- 2. PLAN DE MUESTREO

ESTRATO	CANTIDAD	PORCENTAJE (%)	MUESTRA
Socios	2.884	93,64 %	331
Clientes	196	6,36 %	23
TOTAL	3.080	100,00 %	354

Fuente: Archivos de la Coac “Lideres del Progreso”
Elaborado por: El Investigador (2018)

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tabla No- 3.Variable Independiente. OBJETO: INNOVACION AGRICOLA

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores		Ítems	Técnicas e Instrumentos
Conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra y la producción pecuaria, como parte del sector primario que se dedica a ello, mediante la adquisición de herramientas, y; suministros con tecnología que permitan el uso efectivo de los factores de producción. Preparación del suelo para el mejoramiento de la producción agrícola y pecuaria.	Factores de la producción	Mano de Obra	Personas Ocupadas y tiempo de jornada	¿Género de las personas que se dedican a las labores agrícolas?	Técnica: ENCUESTA
		Tecnificación de la producción	Porcentaje de ahorro de tiempo por M.O. ocupada y jornadas de trabajo.	¿Está dispuesto a invertir recursos para la innovación de la producción?	
		Materia Prima e insumos agrícolas	Aprovechamiento de semillas y raza de ganado mejoradas	¿Cuál es su principal fuente de ingreso?	
		Tierra	Rotación de cultivos	¿Cuál es la superficie de terreno que dedica a la actividad agrícola?	
	Técnicas y conocimiento	Aplicación de técnicas adecuadas en el proceso productivo.	Tipo de estudios.	¿Considera importante el asesoramiento para la innovación de la producción agrícola y pecuaria?	Instrumento: CUESTIONARIO
	Preparación del suelo	Cantidad área cultivable	En cuadras de terreno, superficie cultivable	¿Productos tiempo de ciclo productivo?	
	Tecnología en herramientas y suministros	Innovación tecnológica	Automatizar las diferentes fases de producción.	¿Estaría de acuerdo a ¿en adquirir maquinaria con tecnología innovadora?	

Tabla No- 4. Variable Independiente. CAMPO: CREDITO AGRICOLA

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores		Ítems básicos	Técnicas e Instrumentos
Destinado principalmente a la atención de necesidades de capital para el mejoramiento y sostenimiento del sector agrícola y ganadero, en cuyo otorgamiento se exige como contraparte una garantía para asegurar la recuperación de la inversión. Llevar al agricultor a beneficiarse del apalancamiento crediticio.	Necesidades de capital	Socio de la cooperativa	Mantener y mejorar los ingresos provenientes de su actividad agrícola	¿Le interesa obtener un crédito para innovar su actividad agrícola?	Técnica: ENCUESTA
	Mejoramiento y sostenimiento agrícola y ganadero	Proceso productivo	Proteger la inversión de imprevistos	¿Contrataría un seguro agrícola para sus cultivos y su producción ganadera?	
	Garantía para recuperar la inversión	Tipo de crédito	Historial crediticio por parte del socio.	¿Ha obtenido algún tipo de crédito para innovar su producción agrícola?	
	Apalancamiento crediticio	Utilidad y recuperación de la inversión	Experiencia con productos financieros para inversión tecnológica	¿Conoce de los beneficios de los productos de crédito para la innovación agrícola?	Instrumento: CUESTIONARIO

Procedimiento de recolección de la información

Para la recolección y análisis de los datos que los encuestados nos proporcionen con el objetivo de gestionar una posible solución al problema planteado en esta investigación, además de una planificación estratégica para llevar a cabo los procesos de inserción de las estrategias que nos brinden la posibilidad de poner en practica la oferta de un producto financiero que permita la innovación en el sector de la agricultura, será conveniente seguir el siguiente procedimiento.

Tabla No- 5.Matriz de recolección de la información

PREGUNTAS BASICAS	EXPLICACIÓN
Para qué?	Diseñar un producto financiero para los socios y clientes de la Coac Lideres del Progreso del cantón Salcedo, que permita sustentar el desarrollo y la innovación de los oferentes en el sector agrícola.
De que personas?	Socios Clientes Empleados Alianzas estratégicas
Aspectos relacionados?	Conocimiento de clientes y su medio ambiente, asesoramiento eficiente y eficaz, calidad en el diagnóstico de las necesidades de crédito de los clientes y socios de la coac. Oportunidades y amenazas de acuerdo al direccionamiento que se le dará al producto financiero, capacidad de innovación de los socios y clientes con relación a la inversión en la agricultura, misión, visión, objetivos, segmentación del mercado meta, y; las estrategias a adoptar para ese mercado.
Quien?	El investigador
Cuando?	Septiembre 2018
Donde?	Cantón Salcedo
Veces a recolectar la información?	Una
Técnica de recolección de información?	Encuesta socios y clientes de la coac. Líderes del Progreso relacionados con la agricultura.
Con que?	Encuestas preguntas cerradas.
Recolección de la información?	Horas laborables.

Elaborado por: El Investigador

Técnicas e instrumentos.

En el proceso de recolección de información las técnicas e instrumentos a utilizar son:

Tabla No- 6. Técnicas e Instrumentos

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
INFORMACION PRIMARIA	Cuestionario de Preguntas de selección simple
Encuestas a los socios y clientes de la coac. Líderes del Progreso del cantón Salcedo dedicados al trabajo en la agricultura.	
INFORMACIÓN SECUNDARIA	Textos, revistas y periódicos Tesis de grado Internet Archivo documental del sistema cooperativista
• Lectura científica Revisión Archivos del sistema cooperativista	

Elaborado por: El Investigador

Pilotaje

La validación del contenido de los instrumentos ha sido puesta a consideración de los empleados de la coac Lideres del Progreso a más de otras personas versadas en el ámbito cooperativista en el orden del 5% que han dado como resultado realizar un pilotaje en la cantidad de 18 encuestas, profesionales todos ellos con conocimientos de diferentes tipos de productos financieros que ofertan las cooperativas del medio en el cantón Salcedo, es importante destacar la participación de la Ingeniera Jacqueline Peñaherrera directora de posgrados de la Universidad Tecnológica Indoamérica (UTI) dentro de los profesionales mencionados, todo esto ha servido de orientación para suprimir o mejorar el contenido de las preguntas, y de esta manera llegar a obtener una mejor información para el investigador a través de la aplicación de la encuesta a las personas que representan la muestra, luego de aplicar la formula (354 encuestas).

La encuesta se aplicara a una muestra de socios - clientes, de la coac “Lideres del Progreso” en el cantón Salcedo, datos del sector urbano y rural, con el fin de obtener información de primera mano para la investigación.

La investigación por realizarse, permitirá analizar hechos y acontecimientos de carácter social, el método aplicado será el deductivo, el mismo que está encaminado a transformar los datos cualitativos para obtener las inferencias de acuerdo a los resultados, para ello será necesario utilizar estadística gráfica para exponer los datos obtenidos de forma sencilla y comprensible, posteriormente se obtendrán las conclusiones y recomendaciones, lo que permitirá encaminarse a la mejor selección de la propuesta adecuada para solucionar el problema.

El procesamiento y análisis de la información se la realizará de la siguiente manera:

- a) Revisión crítica y codificación de la información,
- b) Categozación y tabulación de la información,
- c) Análisis de los datos mediante cuadros y gráficos,
- d) Interpretación de los resultados, y
- e) Conclusiones y recomendaciones al problema, que es el motivo propio que se orienta a la investigación presentada.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Análisis de la encuesta a los Socios y clientes de la COAC “LIDERES DEL PROGRESO” del cantón Salcedo.

1.- Su género?

Tabla No- 7. Genero de los socios y clientes

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia absoluta
Masculino	188	53
Femenino	166	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios y clientes de la COAC Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

Según los datos obtenidos a través de la aplicación de la escala de Likert, podemos analizar que de los socios y clientes de la coac, 188 personas son de género masculino con un porcentaje del 53%, mientras que el género femenino está en el orden del 47% lo que significa que están dentro de este género 166 personas.

Estos datos indican que las personas que se dedican a esta actividad están a la par en consideración a su género, entre socios y clientes de la coac, apenas con una diferencia del 3%.

2.- Es Ud. Socio o cliente de la Coac. Líderes del Progreso del cantón Salcedo?

Tabla No- 8. Análisis Socios y Clientes Activos

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia acumulada
Cliente	331	93,50
Socio	23	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios de la Coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Lideres del Progreso
Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

Del instrumento utilizado para obtener información se desprende que de la muestra de la población, se han encuestado a 331 personas que indican ser clientes activos (93,50%), el 6,50% corresponde a 23 personas que se identifican como socios, lo que indica que los cuenta ahorristas de la coac. Líderes del Progreso por encima del 90% se considera cliente y no socio lo que da a deducir que los encuestados en su mayoría afirman estar por los servicios que oferta la cooperativa y que son de interese para ellos, datos arrojados de las encuestas realizadas entre hombres y mujeres.

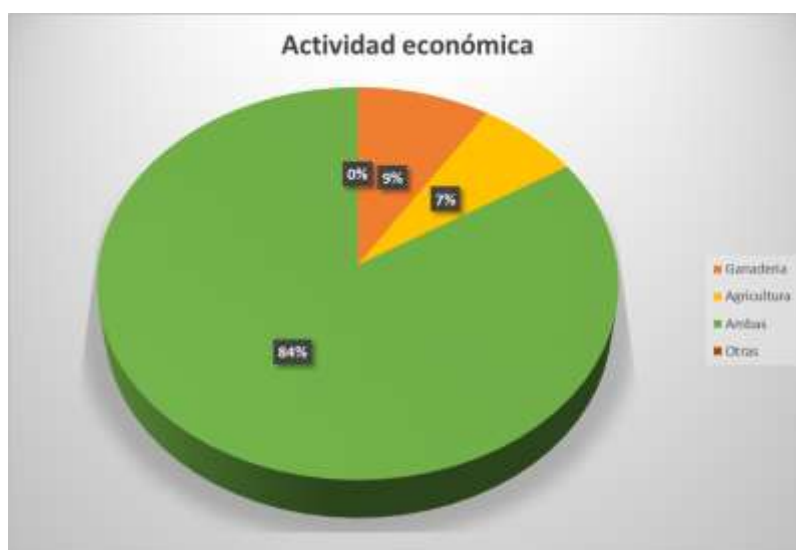
3.- Cuál es su principal fuente de ingreso?

Tabla No- 9. Ingreso por actividad económica

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia absoluta
Ganadería	32	9
Agricultura	25	16
Ambas	297	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso

Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso

Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

Del análisis según la escala de Likert, arroja como resultados que del total de los encuestados 297 que representan el 84% se dedican a las actividades de ganadería y agricultura por igual, así mismo 32 encuestados que representa el 9% del total han indicado que únicamente se dedican a la ganadería, finalmente el 7% que son 25 encuestados han afirmado que se dedican únicamente a la agricultura. Estos datos permiten deducir que la actividad económica de la socios y clientes de la coac. Líderes del Progreso es compartida entre la ganadería y la agricultura.

4.- Le interesa obtener un crédito para innovar su actividad agrícola?

Tabla No- 10. Finalidad del apalancamiento crediticio

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia acumulada
Siempre	311	88
A veces	31	97
Nunca	12	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios de la coac Lideres del Progreso
Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Lideres del Progreso
Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

Del análisis realizado según la escala de Likert, arroja que del total de los encuestados 31 personas han indicado que A veces les ha interesado obtener un crédito para innovar su actividad agrícola esto representa el 9%, además el 3% es decir en un porcentaje de 12 personas indican que Nunca le ha interesado obtener un crédito, y la gran mayoría es decir el 88% que son 311 personas encuestadas han indicado que siempre han estado interesados en realizar un prestamos que les permita acceder a innovar su actividad económica, lo que permite visualizar que la mayoría de las personas encuestadas en la muestra esta con interés de acceder al producto de crédito que puede ofrecer la coac.

5.- Cual es la superficie de terreno que dedica a la actividad agrícola?

Tabla No- 11. Superficie de terreno para la agricultura

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia Absoluta
2 a 5 Cuadras	323	91
6 a 10 cuadras	23	98
Más de 10 cuadras	8	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios y clientes de la coac Lideres del Progreso.
Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios y clientes de la coac Lideres del Progreso.
Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

Del análisis realizado indica que de los encuestados, 323 han indicado que para realizar su actividad económica poseen una superficie de terreno entre 2 a 5 cuadras siendo el 91% de los encuestados, mientras que el 7% es decir 23 personas poseen entre 6 a 10 cuadras de terreno y el resto de la muestra encuestada, es decir 2% que son 8 personas disponen de 10 cuadras o más que dedican a esta actividad económica. Estos datos permiten deducir a la coac, cual puede ser el destino de la inversión del producto de crédito de sus socios.

6.- Usted ha obtenido algún tipo de crédito para innovar su producción agrícola?

Tabla No- 12. Finalidad del financiamiento

Respuesta	Frecuencia	Frecuencia absoluta
Siempre	12	3
A veces	43	15
Nunca	299	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios y clientes de la coac Lideres del Progreso

Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios y clientes de la coac Lideres del Progreso

Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

El análisis realizado indica que de los encuestados, 12 personas siempre han realizado créditos para innovar su actividad y porcentualmente es el 3% del total de la muestra, el 12% es decir en el orden del 12% de los encuestados indicaron que A veces han hecho esta transacción y el 85% del total de la muestra es decir en el orden de 299 personas indican que Nunca han obtenido este tipo de créditos para su actividad económica. Estos datos nos indican que la oferta del producto crediticio puede tener una gran acogida al ser ofertada en el mercado agrícola.

7.-Estaria dispuesto usted a reconocer un valor adicional dentro de su crédito para que le asesore un experto en innovación ganadera y agrícola?

Tabla No- 13. Financiamiento por asesoría

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia Absoluta
Siempre	35	10
A veces	250	81
Nunca	69	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

Del análisis realizado según la escala de Likert, arroja que del total de los encuestados 250 personas han indicado que A veces estarían dispuestos a reconocer un valor adicional por asesoría de un experto en el área agrícola y pecuaria para innovación agrícola esto representa el 71%, además son 69 preguntados es decir en un porcentaje de 19% indican que Nunca pagarían por este servicio que no le ven de relevante importancia, el resto es decir el 10% con una relación de 10 personas indicaron que Siempre podrían pagar un valor adicional por este servicio en el crédito. Con estos datos podemos darnos cuenta que hay un interés en la mayoría de beneficiarios por este servicio.

8.- Sabe de los beneficios que le otorgaría la coac Líderes del progreso con la contratación del producto de crédito para la innovación agrícola?

Tabla No- 14. Beneficios del producto de crédito

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia Absoluta
Siempre	0	0
A veces	0	0
Nunca	354	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

El análisis realizado indica que de los encuestados el total de la muestra es decir 354 personas que equivale al 100% de los preguntados desconocen totalmente las bondades de este producto financiero, es totalmente comprensible ya que aún este producto no existe y mucho menos se encuentra en el mercado financiero de la coac. Líderes del progreso. Con estos datos podemos afirmar que se deberá realizar un trabajo de marketing para lanzar y promocionar este nuevo producto.

9.- Esta de acuerdo que la coac realice alianzas con casa comerciales donde se pueda adquirir maquinaria que mejore la tecnología con la que Ud. cuenta y poder pagarlo con crédito directo de la cooperativa?

Tabla No- 15. Alianzas de negocios con casas comerciales

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia Absoluta
Siempre	326	92
A veces	20	98
Nunca	8	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso
Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

Del total de los encuestados 326 personas el 92%, indican que Siempre estarían de acuerdo de tener un lugar donde preguntar por nueva tecnología, 20 preguntados, el 6% indica que A veces ocuparían este tipo de alianzas, el resto es decir el 2% con una relación de 8 personas indicaron que no lo harían Nunca. Estos datos permiten deducir el interés de la mayoría de socios y clientes por acudir a casas comerciales donde les oferten innovación para su actividad agrícola, y mejor si es con el aval de la coac.

10.- Estaría de acuerdo en contratar con su crédito algún tipo de seguro y estar prevenido contra pérdidas en su inversión?

Tabla No- 16. Contratación de seguro para la actividad agrícola

Respuestas	Frecuencia	Frecuencia acumulada
Siempre	12	3
A veces	94	30
Nunca	248	100
Total	354	

Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso

Elaborado por: El Investigador



Fuente: Encuesta a Socios de la coac Líderes del Progreso

Elaborado por: El Investigador

Análisis e interpretación de resultados

El análisis realizado en base a la escala d Likert, indica que de los encuestados 248 personas que equivale al 70% de los preguntados no estarían de acuerdo en pagar un seguro que cubra pérdidas en su actividad económica, el 27% es decir 94 encuestados indican que estarían dispuestos a adquirir este seguro A veces, y el 3% restante que son 12 personas están de acuerdo en contratar Siempre un seguro agrícola que les permita tener confianza en el pago del crédito sobre cualquier eventualidad. Con estos datos se deduce que es imperiosa la necesidad de capacitar a los socios sobre la necesidad de asegurar su actividad económica.

ANALISIS DE LA ENCUESTA A ESPECIALISTAS

Descripción

Se ha encuestado a 18 personas que se desenvuelven en el ámbito financiero, contable y administrativos con la finalidad de conocer sus puntos de vista con relación a un pliego de preguntas y alternativas propuestas en el orden de ocho preguntas dándoles a conocer los diferentes problemas que se han encontrado dentro de esta proyecto y han colaborado con posibles soluciones, siempre desde el punto de vista de la presente investigación.

Discusión

Luego de haber realizado a través de la encuesta una investigación en la que se ha podido compartir de cerca con la experiencia de los especialistas que nos han colaborado en el presente instrumento, los resultados obtenidos son los siguientes:

- Problema 1.- Elevados gastos administrativos en los créditos.

De los 18 encuestados en el orden de 10 personas han respondido afirmativamente que debe existir un límite de gastos de acuerdo al monto de crédito, 8 dicen que lo mejor es enmarcarse en Procesos estandarizados y ninguno ha optado por la solución de cero costos administrativos.

- Problema 2.- Demasiados requisitos y documentos para tramitar el crédito.

El total de los especialistas encuestados han coincidido en que se debe solicitar como documento principal el pago al GAD Salcedo del predio de inmueble agrícola.

- Problema 3.- Restringido acompañamiento en la parte del proceso previo a la obtención del crédito, por parte de los empleados de la coac.

Ante este problema el total de los especialistas encuestados han indicado que la posible solución sería: Pagar horas extras a empleados los fines de semana.

- Problema 4.- Niveles de Aprobación

El 100% de los especialistas encuestados afirman que: Como política crediticia se debe tomar en cuenta el historial de créditos y su comportamiento en los pagos

por parte de los socios, además debe existir una flexibilidad por parte de la coac en el caso de atrasos leves y no continuos.

- Problema 5.- Escaso personal para visitas a potenciales clientes de los créditos.
Para eliminar este problema los especialistas en el orden de 11 encuestados recomiendan que se hagan convenios con instituciones de educación superior para visitas in situ a socios – clientes, los restantes 7 encuestados se inclinan con la solución de pagar horas extras a empleados los fines de semana.
- Problema 6.- Trámite demorado y burocrático.
El 100% de especialistas coinciden en que se deben delinear nuevas políticas internas para la concesión de créditos.
- Problema 7.- Bajos conocimientos en los diferentes ambientes del área tecnológica dentro del sector agrícola.
El total de los 18 especialistas encuestados coinciden en que debe hacerse jornadas de capacitación para compartir las experiencias de personas que han innovado la actividad agrícola y que los beneficiados sean los socios y clientes de la coac.
- Problema 8.- Restringido acceso a herramientas y maquinarias para la innovación agrícola a los socios – clientes a precios elevados y sin ningún tipo de financiamiento.
6 de los 18 especialistas encuestados han coincidido en que se debe de hacer convenios de cooperación mutua con empresas comercializadoras de herramientas y máquinas para el sector agrícola, los 12 encuestados restantes indican que sería importante por parte de la cooperativa crear un departamento para comercializar herramientas y maquinarias para la innovación agrícola.

CAPITULO III

PRODUCTO / RESULTADO

Propuesta de solución al problema

Nombre de la propuesta

“Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso”.

Explicación de cómo la propuesta contribuye a solucionar las insuficiencias identificadas en el diagnóstico.

Se debe iniciar comentado que la coac Lideres del Progreso del cantón Salcedo se encuentra dentro del segmento 4 según la categorización de las Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Seps)

El crédito desarrolla un rol de suma importancia dentro de la cooperativa, a través de éste, la administración cumple uno de sus principales objetivos el cual es el de satisfacer y tratar de resolver las necesidades legítimas de los socios que requieren tener acceso a este servicio, el mismo que permite potenciar el crecimiento de los sectores que intervienen en los diferentes sectores de la economía de producción.

La Coac “Líderes del Progreso”, al encontrarse inmersa en la economía popular y solidaria se concentra en proporcionar una alternativa eficaz que coadyuve al desarrollo social y económico en especial de los sectores productivos, a través de servicios financieros y cooperativos competitivos, llevando adelante un modelo administrativo eficiente en lo popular y solidario, propiciando el crecimiento social y económico de sus socios, es decir la redistribución de la riqueza en forma de crédito es uno de sus valores fundamental y prioritario.

Objetivos

General.

- Ofertar un producto financiero que coadyuve al crecimiento del productivo y económico del sector pecuario y agrícola de las parroquias rurales del cantón Salcedo.

Específicos.

- Direccionar el producto financiero principalmente a los pequeños y medianos socios del sector agrícola y pecuario de la coac. Líderes del progreso.
- Entregar el producto financiera de manera ágil y oportuna para la implementación de proyectos innovadores de los socios de la coac.
- Acompañar en la obtención y los procesos de inversión del producto financiero, y; así mantener y mejorar los ingresos por la producción agrícola y pecuaria

Elementos que la Conforman

- Modelo Operativo
- Datos generales de la cooperativa Lideres del Progreso
- Situación Actual y Diagnostico general de la Cooperativa
- Estructura Organizacional
- Logotipo del producto financiero

Grafico No- 2. Modelo Operativo

FASES	METAS/INDICADORES	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN
FASE 1 Diagnóstico geo situacional	Hasta el 31 de Diciembre de 2018 se habrá realizado el diagnostico geo situacional de la cooperativa con relación a sus socios y clientes del sector agrícola en el 100%	Identificación de la población Instrumentos para la recolección de información Análisis de resultados	Materiales y suministros Computador Formularios de encuestas	Investigador, Director de tesis	Informes de los avances de la investigación
FASE 2 Construcción del Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria.	Hasta el 31 de Julio de 2019, se habrá diseñado el producto y los beneficios que ofrece para ponerlos a consideración de los socios y clientes de la coac Lideres del progreso	Búsqueda bibliográfica Establecer las bondades del producto. Ajustar el producto de crédito a los recursos con los que cuenta la coac.	Resultados del diagnóstico Referencias bibliográficas	Investigador, autoridades y representantes de la Cooperativa	Informe de avances del producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria.
FASE 3 Socialización del producto financiero a los representantes legales de la coac.	Hasta el 30 de Septiembre de 2019 se habrá socializado la propuesta de Producto financiero para innovación de la agricultura tanto al presidente como al gerente de la Cooperativa	Presentación de la propuesta del producto ya validado por los representantes legales de la coac hacia los consejos de Administración y de Vigilancia.	Proyector Computador Fotocopias	Investigador	Informe al tutor de tesis sobre el ámbito de la socialización de la creación del producto financiero
FASE 4 Previsión de la Evaluación del plan.	En el cuarto trimestre 2019, se mostraran los resultados habiendo puesto en marcha del producto financiero por parte de la coac.	Porcentaje de colocación de préstamos comparados con el mismo periodo del año anterior que ha generado este nuevo producto financiero.	Balance General Estado de Situación Final	Departamento de Créditos de la coac Lideres del Progreso	Evaluación semestral por medio de Estados Financieros.

Elaborado por: El investigador

Datos generales de la institución.

Tabla No- 17. Datos Coac. Líderes del Progreso

Organización	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LIDERES DEL PROGRESO
Tipo Organización	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
Clase	AHORRO Y CRÉDITO
Cantón	SALCEDO
Dirección	ROCAFUERTE 4205 PADRE SALCEDO
Provincia	COTOPAXI
Parroquia	SAN MIGUEL
Teléfono	 32729964 Llamar
Email	 lideres_del_progreso@hotmail.com
Número Resolución	SEPS-ROEPS-2013-002571
Representante Legal	FAVIO ROLANDO VILLACIS TELLO
Presidente Consejo De Administración / Junta Directiva	PORRAS ANGULO MANUEL MESIAS
Estado Jurídico	ACTIVA

Fuente: Coac Lideres del Progreso
Realizado por: El investigador

Situación Actual y Diagnostico general de la cooperativa

La cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso del cantón Salcedo se encuentra dentro del segmento 4 según la categorización de las Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Seps).

Tabla No- 18. Cooperativas de ahorro y crédito, por segmento

Cooperativas de ahorro y crédito incluidas en este boletín, por segmento	
Segmento 1	31 cooperativas, de un total de 31 cooperativas
Segmento 2	40 cooperativas, de un total de 40 cooperativas
Segmento 3	80 cooperativas, de un total de 80 cooperativas
Segmento 4	156 cooperativas, de un total de 175 cooperativas
Segmento 5	197 cooperativas, de un total de 263 cooperativas
Total.	508 cooperativas, de un total de 593 cooperativas

Fuente: Boletín Financiero Seps; marzo 2019

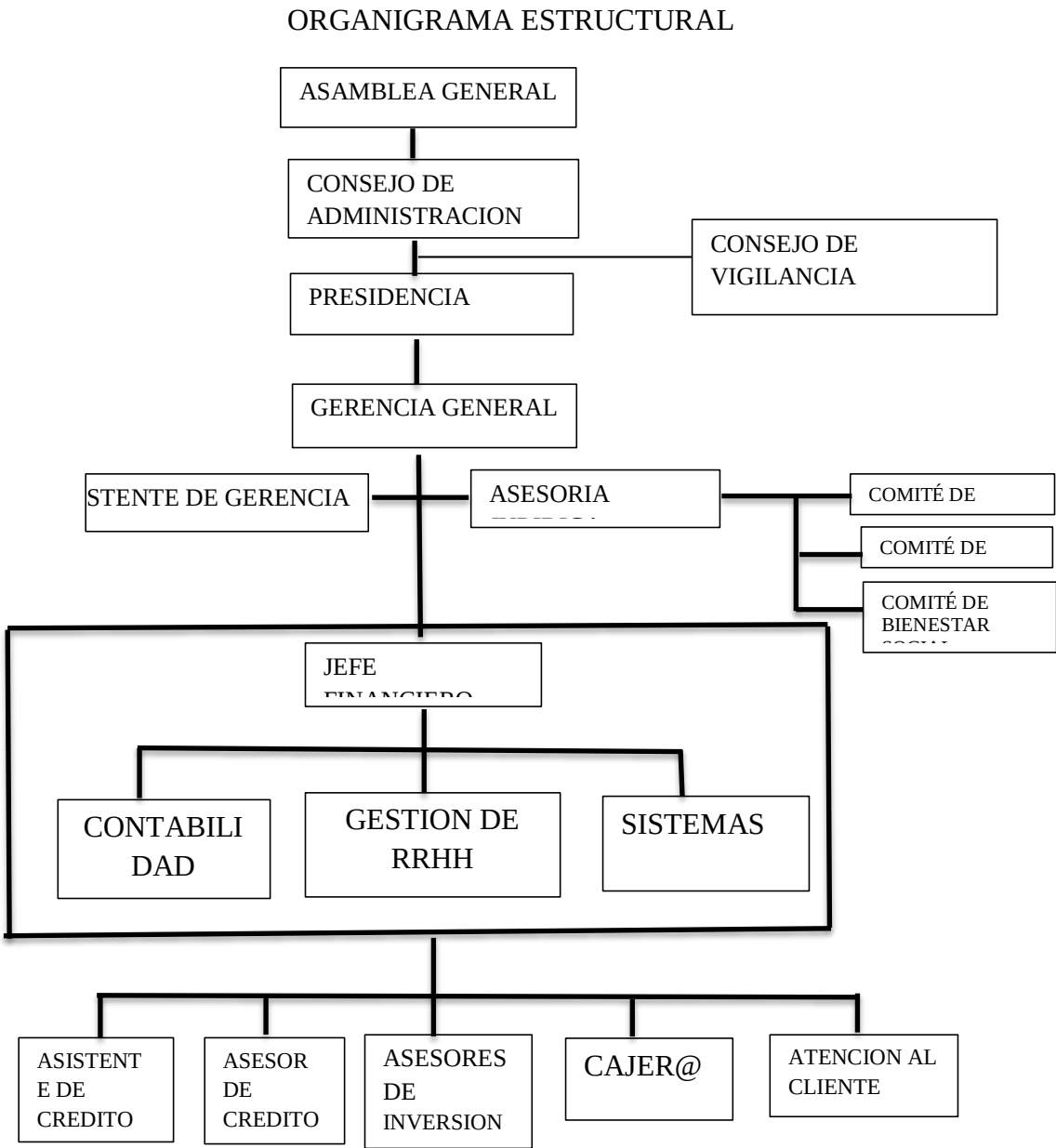
Elaborado por: El investigador

Institución que inicia sus actividades por el año 2013, dentro del segmento 5 y que para el año 2019 se enmarca dentro del segmento 4 en el escalafón de la SEPS, consolidándose en el sector financiero cooperativo, lo que ha permitido ganarse la confianza de sus socios y clientes.

Estructura organizacional

La estructura organizacional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Líderes del Progreso”, constituye un instrumento administrativo que determina la forma como se encuentra organizada la Institución, para el cumplimiento de su misión, visión y objetivos.

Grafico No- 3. Organigrama estructural coac. Líderes del Progreso



Fuente: Coac. Líderes del progreso
Realizado por: El investigador

Logotipo del producto financiero para la innovación agrícola.

Se ha adaptado un logotipo sencillo pero que abarque el pensamiento de la institución cooperativista, en lo que se refiere a la innovación dentro del sector

Grafico N°- 4. Logotipo producto financiero para la innovación agrícola

Se ha adaptado un logotipo sencillo pero que abarque el pensamiento de la institución cooperativista, en lo que se refiere a la innovación dentro del sector

de este nuevo producto crediticio de la cooperativa.



Realizado por: El Investigador

Premisas para su implementación.

El resultado de la investigación Cualitativa que se ha desarrollado en la presente investigación, tomara la denominación de: “Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Líderes del Progreso”.

En un paréntesis aparte es interesante construir una definición de producto de crédito a partir de una de las definiciones más interesantes encontradas en esta investigación, la Universidad de Alcalá (2019) textualmente manifiesta:

La innovación financiera es la creación de nuevos instrumentos o servicios de carácter financiero.

Su objetivo es proporcionar nuevas oportunidades de cobertura de riesgos, completar os mercados existentes, reducir los costes de transacción de carácter no fiscal y supone el arbitraje de una imperfección del mercado”

Partiendo de lo mencionado anteriormente, es menester indicar que la coac Lideres del Progreso, propone lanzar al mercado un producto que se lo define de la siguiente manera:

Inversión de la cooperativa con la cual se pretende coadyuvar a la innovación agrícola en sus fases de producción, mejorando así el tren de vida y el entorno socioeconómico de sus socios y clientes, dando herramientas que permitan la recuperación de la inversión a los involucrados desde el punto de vista financieros (deudores – acreedores) en el mediano plazo, y; colaborando con el agro, invirtiendo capital fresco a un interés relativamente bajo (9% al 12,5%) que coadyuve al crecimiento de este segmento económico y productivo, este tipo de interés se ve fortalecido gracias a que el dinero a invertirse es de la reinversión que ha generado los otros tipos de créditos que ofertan la coac, además que esta inversión se verá amparada por el seguro sobre el crédito que tomaran los socios y clientes y al no ser créditos en su mayoría a largo plazo la recuperación es relativamente rápida y sin mayor riesgo, para los créditos a plazos de hasta 5 años el interés será el más alto dentro de la tabla que se oferta en la cooperativa para este producto.

1.- Sujeto de Crédito

- a) Todos los socios de la coac Lideres del Progreso del Cantón Salcedo, previa verificación y análisis de su historial de créditos y pagos (score crediticio) principalmente a aquellos que aperturasen nuevas cuentas con la finalidad de obtener un crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria.
- b) Requisito debe poseer una determinada superficie de terreno que permita desarrollar la actividad agropecuaria.
- c) Que se encuentre desarrollando la actividad agropecuaria por más de cinco (5) años y que sea comprobable.

2.- Garantías

- a) Escritura de compra-venta a favor del socio o cliente deudor, que se encuentra legalmente inscrita en el Registro de la Propiedad del Cantón Salcedo
- b) Pago de predio rural pagado al día
- c) Certificado de gravámenes de la propiedad del solicitante del crédito
- d) Demostrar que por lo menos el 40% del total de la superficie del terreno este cultivada al momento de solicitar su producto financiero.

3.- Plazos

- a) De acuerdo a la finalidad que se le va a dar al producto financiero, demostrable al momento de llenar la solicitud y previo a la aprobación del crédito, podrá solicitar entre 1 a 3 años plazo.

Estos plazos se han dado de acuerdo a la rotación de los cultivos para mantener la riqueza de los nutrientes en el suelo y no acelerar el desgaste de uno u otro componente químico.

Para 1 y hasta 2 años plazo

- Inversión en cultivos de ciclo corto
- Inversión para crianza y engorde de ganado (bovino, ovino, porcino, aves de corral)
- Adquisición de maquinaria con tecnología para incrementar la producción de las inversiones antes indicadas.

Para 3 años plazo

- Inversión en cultivos de ciclo largo (pastizales)
- Inversión en la producción de leche
- Inversión en la reproducción de ganado (bovino, ovino, porcino)
- Innovación en la reproducción de otros tipos de especie de animales o aves de corral.

- Adquisición de maquinaria con tecnología para incrementar la producción de las inversiones antes indicadas.

4.- Interés

Según el Código Orgánico Monetario y Financiero, expedido en el año 2014, según el Registro Oficial No- 332 del Viernes 12 de Septiembre de 2014, en su Art. 14 numeral 23 que indica dentro de las funciones de la Junta Monetaria lo siguiente: “Establecer niveles de crédito, tasas de interés, reservas de liquidez, encaje y provisiones aplicables a las operaciones crediticias, financieras, mercantiles y otras, que podrán definirse por segmentos, actividades económicas y otros criterios”

El interés será de entre el 11,50% y el 12,50% como tipo de interés hipotecario, de acuerdo al tipo de inversión, tiempo y grado de riesgo de la misma, los recursos se obtendrán de la coac, y de convenios con la banca estatal, ministerio de finanzas, etc. para el desarrollo del agro, como se especifica en el objetivo 5 del eje transversal del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.

Cabe indicar que según los datos entregados por el banco de desarrollo del Ecuador (Memorias, 2016) su tipo de interés para préstamos de producción es del 7,75%, además indica que: “En el año 2016, el Banco de Desarrollo del Ecuador..... aprobó créditos por USD 36.1 millones para desarrollo económico y productivo” (p, 8)

5.- Condiciones para otorgar el crédito

- a) Ser socio o cliente activo de la cooperativa.
- b) Tener un récord crediticio dentro de la cooperativa con calificación A, o +B
- c) No haber incurrido en mora en créditos anteriores, y en el caso de haberla tenido que no haya sido mayor de 30 días y haber presentado por escrito los justificativos correspondientes.

- d) Estar al día en el pago del predio de la propiedad donde se desarrolla la actividad agrícola.
- e) Para gestionar un nuevo crédito será necesario el certificado de gravámenes actualizado emitido por el respectivo Registro de la Propiedad.
- f) Seguro obligatorio por contingentes para desarrollar la actividad agrícola.

Condiciones administrativas y de mercado

De igual manera para el buen desarrollo de la oferta y el desembolso del nuevo producto de crédito orientado a la innovación agrícola, se pondrá a disposición de los socios y clientes personal cualificado para el acompañamiento crediticio que pasara a formar parte de los procesos operativos dentro del organigrama estructural de la Coac.

1.- Asesores

Según Guillermo Cabanellas de Torres (2014) da su concepto diciendo que:” El que ilustra o aconseja a persona lega en una determinada materia”

Con lo anotado anteriormente se afirma que quienes darán asesoramiento a los socios y clientes, serán personas que tengan un conocimiento pleno tanto del producto financiero: Producto de crédito para el financiamiento de la innovación agropecuaria, que serán los mismos empleados que actualmente ofertan los demás productos financieros que la coac dispone para sus socios, en lo que tiene que ver con asesores para la innovación agrícola en los convenios con casas comerciales se podrá utilizar el recurso humano que ellos disponen y que conocen de la realidad del agro de la zona de impacto donde va hacer invertido este valor del crédito y deberá estar al día en lo que a innovación tecnológica se refiere, así no se incrementa costos a los servicios de asesoría.

2.- Innovación del departamento de crédito.

Se contara con la colaboración de un nuevo empleado para este departamento.

A través de un convenio con la Universidad técnica de Ambato y su facultad de sistemas se creara un software que permita en línea acceder a la información actualizada y detallada del producto financiero, además los clientes que ya poseen un historial crediticio y calificado su comportamiento de pagos en anteriores créditos de acuerdo a la base de datos de la cooperativa podrán gestionar su crédito vía on-line y una vez aprobado acercarse únicamente a la firma del documento-Pagare.

En esta nueva dependencia interna institucional se desarrollara herramientas tecnológicas, que permitan visualizar las propiedades y las áreas cultivadas de los socios, datos que serán actualizados en el transcurso que dure el plazo del crédito que otorgó la institución, todas estas innovaciones permitirán a la cooperativa tener datos reales y de fuentes primarias para poder seguir otorgando créditos a las personas interesadas y además con la visión de expandir el campo de acción institucional a mas provincias del Ecuador.

3.- Recursos

Es autosustentable en el tiempo y el espacio, ya que los créditos se financiaran a través de inversiones tomadas de la rentabilidad que la cooperativa determinada luego del ejercicio financiero anual, es decir hablamos de reinversión y redistribución de la riqueza como lo establece la LOEPS en su Artículo 53 donde indica lo siguiente: “Excedentes.-Son los valores sobrantes o remanentes obtenidos por las cooperativas en las actividades económicas realizadas con sus socios, una vez deducidos los correspondientes costos, gastos y deducciones adicionales, conforme.....” y continuado indica lo siguiente en su artículo 54: “Distribución de utilidades y excedentes.-Las utilidades y excedentes, en caso de generarse se distribuirán de la siguiente manera:

a) Por lo menos el cincuenta por ciento (50%) se destinará al incremento del Fondo Irrepartible de Reserva Legal;

b) Hasta el cinco por ciento (5%) como contribución a la Superintendencia, según la segmentación establecida; y,

c) El saldo se destinará a lo que resuelva la Asamblea General.....

VIABILIDAD SOCIAL Y FINANCIERA

Proyectos sociales son aquellos que se crean enfocados en la mejora de las condiciones de vida de un entorno específico de personas, que se dediquen a una actividad económica legalmente reconocida dentro del ámbito socio-económico.

Viable, es un proyecto que además de ser factible, es decir posible de realizar, es un proyecto que resulta viable, que en contexto se debe entender como sostenible y rentable económicamente.

Como se ha dicho, el principal objetivo de un proyecto social es la satisfacción de una necesidad no resuelta en la sociedad, comunidad o grupo de habitantes de una región específica. Cualquier otra estimación, se apartará de su naturaleza. A esta necesidad inicial, como responsables del proyecto se añadirán un conjunto de elementos que marcarán el buen desempeño del mismo:

- Emergencia. Este indicador mide el nivel de urgencia que tenga el proyecto. Partiendo de las encuestas nos permiten saber que el 88% de los encuestados desean acceder a un préstamo que les permitan innovar su actividad agrícola.
- Número de beneficiarios directos. Un proyecto social también es viable cuando el beneficio es genérico. Si sólo reporta ventajas para unos cuantos, deja de ser social para convertirse en exclusivo.

De las encuestas se desprenden que el 100% de la muestra corresponde a personas que se dedican a la producción agrícola, es decir este segmento de la economía será beneficiado por el proyecto de creación

de un producto financiero que permita innovar las buenas prácticas agrícolas.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el censo de población y vivienda (2010) arroja que de los 58.2 mil habitantes que posee el cantón Salcedo el 78,5% se encuentra en el área rural, Salcedo en un medio ambiente óptimo para incursionar con el proyecto de un producto financiero para la innovación agrícola.

- Soluciones. Si se solucionan en un alto índice las deficiencias dentro del sector por prácticas manuales y con herramientas obsoletas del sector agrícola, a través de soluciones son eficaces y oportunas, el proyecto tendrá todas las garantías de ser exitoso.
- Sostenibilidad. Al tratarse de un proyecto que se puede ejecutar en una cooperativa se están en crecimiento como se deja ver al haberse posicionado en el segmento 4 del escalafón de la SEPS, asegura la sostenibilidad del producto de crédito que se puede ofrecer para el sector de la agricultura.
- Factibilidad. Es factible poner en marcha este producto financiera pues se cuenta con los recursos económicos, además del mercado meta que según las encuestas en el orden del 88% los posibles beneficiarios han indicado que es necesario contar con este tipo de crédito.
- Rentabilidad. Al tener una situación económica solvente por parte de la coac como se demuestra a posterior con el análisis financiero, y dar una buena rotación del circulante poniendo a disposición este producto financiero, se asegura la rentabilidad para la institución, que según los principios de la EPS debe ser redistribuida en beneficio del sector popular y solidario.

Grafico No- 5. Implementación de la propuesta

ITEM	CANTIDAD	TIEMPO MESES	SUELDO MENSUAL Y/O PAGOS	BENEFICIOS SOCIALES	SEGURO SOCIAL AP. PATRON 11,15%	VALOR
A. TALENTO HUMANO						
Sueldo más beneficios ley	1	6	394.00	32,03	43.93	2,819.76
B. EQUIPOS						
Computador completo	1	6	850.00			850.00
Materiales y suministros	1	6	20.00			120.00
C. VIATICOS						
Alimentación y Movilización	1	6	220.00			1,320.00
D. SOFTWARE (50% 2do. Semestre)						
Licencias	1	6	80.00			80.00
Crédito ON-LINE (0% 2do. Semestre)	1	6	1,000.00			1,000.00
E. PUBLICIDAD (50% 2do. Semestre)						
Prensa radial y escrita, boletines, volantes.		6	1,780.00			1,780.00
F. DEPRECIACIONES						
Equipo cómputo y software		6				549.99
TOTAL DEL PROYECTO						8.519,75

Elaborado por: El investigador

ANALISIS DE FACTIBILIDAD DEL PRODUCTO

1 año financiero

INVERSION Fondos propios Coac..... = 150.000,00

Inversión fondos de Socios (Interés pasivo).....= 150.000,00

Inversión Proyectada Producto = 300.000,00
--

Colocación al 11,50% interés anual según el Proyecto = 34.500,00

Beneficio bruto = 34.500,00

(-)Intereses pagados COSTO de Capital (7,75% anual) = 11.625.00

(-) Gasto Administrativo (anual según presupuesto) = 14.489.50

Beneficio antes de IR = 8.385,50

(-) Impuesto a la Renta.....= 2,096.38

Beneficio Neto = 6.289,12

$$\text{ROE (Rendimiento del Patrimonio)} = \frac{(\text{BN}) \ 6.289,12}{\text{Patrimonio } 150.000,00}$$

ROE= 4.19%

Interpretación: Las utilidades netas correspondieron al 4,19% del patrimonio utilizado para entregar créditos para la innovación agrícola a los socios de la coac.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Beneficio antes de Interés e Impuestos}}{\text{Activo}}$$

$$\text{ROA} = \frac{34.500,00}{1'477.480,19}$$

$$\text{ROA} = 2,34\%$$

Interpretación: El rendimiento financiero sobre el total del activo corriente fue del 2,34% por el nuevo producto de crédito para la innovación agrícola y pecuaria de los socios de la coac.

Análisis Financiero

Según Alegre, Luis, en su libro Fundamentos de Economía de la Empresa Perspectiva Funcional: El análisis financiero tiene como objetivo buscar las condiciones de equilibrio financiero de la empresa y determinar la rentabilidad de los capitales invertidos”.

Mediante este análisis se podrá determinar con exactitud las partidas de las cuentas que requieren de una mayor atención para una posterior aplicación de un plan de acciones, con la finalidad de obtener mejores resultados financieros para la cooperativa.

Para la presente investigación se empleara los estados financieros de los años 2017 y 2018.

El análisis horizontal se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un periodo y otro y por lo tanto, requiere de dos o más estados financieros de la misma clase, presentados para periodos diferentes. Es un análisis dinámico, porque se ocupa del cambio o movimiento de cada cuenta de un periodo a otro.

Tabla No- 19. Análisis Horizontal Balance General 2017-2018

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LIDERES DEL PROGRESPO					
BALANCE GENERAL CONSOLIDADO					
CORTADO AL 31 DE DICIEMBRE (EN MILES DE DOLARES)					
ORD.	CUENTAS	2017	2018	Valor Absoluto	%
1	ACTIVO				
11	FONDOS DISPONIBLES	414.677,57	489.699,10	75.021,53	18,09
1101	CAJA	75.124,74	135.844,21	60.719,47	80,82
1103	BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS	339.552,83	354.254,89	14.702,06	4,33
14	CARTERA DE CREDITOS	2.457.027,76	954.888,64	(1.502.139,12)	-61,14
16	CUENTAS POR COBRAR	34.699,70	32.892,45	(1.807,25)	-5,21
18	PROPIEDADES Y EQUIPO	121.088,63	153.830,53	32.741,90	27,04
19	OTROS ACTIVOS	111.089,29	20.627,92	(90.461,37)	-81,43
	TOTAL ACTIVOS	3.138.582,95	1.651.938,64	1.486.644,31)	-47,37
2	PASIVOS				
21	OBLIGACIONES CON EL PUBLICO	2.505.437,28	943.866,53	(1.561.570,75)	-62,33
25	CUENTAS POR PAGAR	45.985,96	153.313,79	107.327,83	233,39

26	OBLIGACIONES FINANCIERAS	255.302,53	-	(255.302,53)	-100,00
29	OTROS PASIVOS	1.986,75	-	(1.986,75)	-100,00
	TOTAL PASIVO	2.808.712,52	1.097.180,32	1.711.532,20)	-60,94
3	PATRIMONIO				
31	CAPITAL SOCIAL	173.740,97	342.716,51	168.975,54	97,26
3103	APORTE SOCIOS	173.740,97	342.716,51	168.975,54	97,26
33	RESERVAS	121.514,50	185.139,43	63.624,93	52,36
3301	FONDO IRREPARTIBLE DE RESERVA LEGAL	18.407,25	78.696,68	60.289,43	327,53
3303	ESPECIALES	103.107,25	106.437,75	3.330,50	3,23
34	OTROS APORTES PATRIMONIALES	-	5,00	5,00	
36	RESULTADOS	34.614,96	26.902,38	(7.712,58)	-22,28
3601	UTILIDADES O EXCEDENTES ACUMULADOS	20.084,81	24.137,48	4.052,67	20,18
3603	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	14.530,15	2.764,90	(11.765,25)	-80,97
	TOTAL PATRIMONIO	329.870,43	554.758,32	224.887,89	68,17
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	3.138.582,95	1.651.938,64	(1.486.644,31)	-47,37

FUENTE: ESTADOS FINANCIEROS COAC LIDERES DEL PROGRESO 2017-2018
ELABORADO POR: EL INVESTIGADOR

Análisis

Este análisis se orienta a los cambios que se presentan en las diferentes cuentas contables de un periodo a otro, por lo antes indicado es de mucha importancia realizar previamente el cálculo de la variación absoluta y relativa.

Si se realiza un análisis comparativo de la Cooperativa, los Activos Corrientes del año 2017 en comparación con el 2018 se puede evidenciar que ha habido un crecimiento en la cuenta de Fondos Disponibles con el 18,09%, en la cuenta de Cartera de créditos hay un decremento del -61,14% con relación al año anterior, lo que significa que se ha recuperado oportunamente los valores en préstamos, a continuación la cuenta de Propiedades y Equipo que presenta un incremento de 27,04% lo que significa que la Cooperativa ha adquirido más bienes inmuebles es decir posee en esta cuenta contable más dinero que en el periodo 2017.

En lo que respecta a las cuentas de Pasivo y Patrimonio también presentan variaciones significativas como la disminución de la cuenta Obligaciones con el Público en el orden del -62,33% en comparación al 2017. Mientras tanto, las Cuentas por Pagar muestran un incremento de \$107.327,83 que representa el 233,39%. Es importante hacer notar que la cuenta de Obligaciones Financieras y otros pasivos han desaparecido para el año 2018, es decir no informa ningún saldo. En general el Pasivo presenta una disminución en su saldo comparado al año inmediato anterior en el orden del -60,94%.

Finalmente, el Patrimonio ha disminuido, la cuenta de Resultados en un -22,28%, en lo que respecta a la cuenta de Capital Social ha aumentado en un 97,26%, y las Reservas han crecido en 52,36%.

En conclusión el Patrimonio ha crecido para el año 2018 con relación al 2017 en un 68,17% estos resultados ha permitido haberse categorizado la institución dentro del Segmento 4 de la SEPS, todos estos movimientos han dado como resultado que la cooperativa este creciendo de manera ordenada y sin problemas ni contables peor aún de índole legal.

Tabla No- 20. Análisis Vertical Balance General 2017-2018

ANALISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL					
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LIDERES DEL PROGRESPO					
BALANCE GENERAL CONSOLIDADO					
CORTADO AL 31 DE DICIEMBRE (EN MILES DE DOLARES)					
ORD.	CUENTAS	2017	%	2018	%
1	ACTIVO				
11	FONDOS DISPONIBLES	414.677,57	13,21	489.699,10	29,64
1101	CAJA	75.124,74	2,39	135.844,21	8,22
1103	BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS	339.552,83	10,82	354.254,89	21,44
14	CARTERA DE CREDITOS	2.457.027,76	78,28	954.888,64	57,80
16	CUENTAS POR COBRAR	34.699,70	1,11	32.892,45	1,99
18	PROPIEDADES Y EQUIPO	121.088,63	3,86	153.830,53	9,31
19	OTROS ACTIVOS	111.089,29	3,54	20.627,92	1,25
	TOTAL ACTIVOS	3.138.582,95	100,00	1.651.938,64	100,00
2	PASIVOS				
21	OBLIGACIONES CON EL PUBLICO	2.505.437,28	79,83	943.866,53	57,14
25	CUENTAS POR PAGAR	45.985,96	1,47	153.313,79	9,28
26	OBLIGACIONES FINANCIERAS	255.302,53	8,13	-	
29	OTROS PASIVOS	1.986,75	0,06	-	
	TOTAL PASIVO	2.808.712,52	89,49	1.097.180,32	66,42
3	PATRIMONIO				
31	CAPITAL SOCIAL	173.740,97	5,54	342.716,51	20,75
3103	APORTE SOCIOS	173.740,97	5,54	342.716,51	20,75
33	RESERVAS	121.514,50	3,87	185.139,43	11,21
3301	FONDO IRREPARTIBLE DE RESERVA LEGAL	18.407,25	0,59	78.696,68	4,76
3303	ESPECIALES	103.107,25	3,29	1.066.437,75	64,56
34	OTROS APORTES PATRIMONIALES	-		5,00	0,00
36	RESULTADOS	34.614,96	1,10	26.902,38	1,63
3601	UTILIDADES O EXCEDENTES ACUMULADOS	20.084,81	0,64	24.137,48	1,46
3603	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	14.530,15	0,46	2.764,90	0,17

TOTAL PATRIMONIO	329.870,43	10,51	554.758,32	33,58
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	3.138.582,95	100,00	1.651.938,64	100,00

FUENTE: ESTADOS FINANCIEROS COAC LIDERES DEL PROGRESO 2017-2018

ELABORADO POR: EL INVESTIGADOR

Análisis año 2017

El análisis vertical da como resulta poder conocer el grado de participación que tiene cada una de las cuentas en relación con el total.

En los activos corrientes la mayor parte está concentrada en la cuenta Cartera de Créditos con un 78,28% cumpliendo así su objetivo en el mercado financiero. En cuanto al activo Disponible se debe resaltar que en Caja se encuentra el 2,39% y se explica pues el dinero se encuentra en movimiento constante.

La cuenta de activos fijos mantiene un porcentaje del 3,86 %. Se mantiene un nivel discreto dentro de los valores que reportan esta cuenta de activos fijos.

El nivel de Endeudamiento Corriente de la cooperativa representa el 81,30 % dentro del cual la cuenta con mayor saldo es Obligaciones con el Público con el 79,83 %, esto denota un elevado endeudamiento.

En cuanto a las deudas de largo plazo la cooperativa se encuentra en un 8,13%, demuestra que ha contraído deudas de largo plazo, al tener un elevado nivel de endeudamiento a corto plazo, es conveniente para la cooperativa apalancarse con deuda a largo plazo.

El patrimonio de la cooperativa representa el 10,51 %, siendo un porcentaje aceptable el mismo que debe estar generando nuevas inversiones para la cooperativa es decir si se está invirtiendo, en donde la cuenta más representativa es capital social con un 5,54%. Los resultados que corresponden a la cuenta de utilidades equivalen a un valor relativo de 0,46%.

Análisis del año 2018

Los activos corrientes están en el orden del se debe indicar que la mayor parte de concentración de recursos se encuentra en la cuenta Cartera de Créditos con un 57,80% cumpliendo así con su rol de intermediación financiera. En cuanto al Activo Disponible cabe resaltar que la cuenta Fondos Disponibles corresponde al 29,64% por lo que se puede que hay circulante para poder entregar nuevos créditos a nuestros socios y clientes.

Por otro lado, los Activos Fijos concentran un 9,31%, por lo que se puede decir que la cooperativa ha crecido en esta cuenta contable por la compra de nuevos activos fijos.

El nivel de endeudamiento representa el 66,42% dentro del cual la cuenta más prominente es la de Obligaciones con el Público con el 57,14 % lo que indica que el nivel de endeudamiento para el 2018 sigue siendo elevado, más del 50% de los activos se encuentra comprometido con terceras personas.

En cuanto a las deudas de largo plazo, el Balance General para el año 2018 demuestra que la cooperativa ha cancelado sus deudas, es importante anotar que el pago de pasivos indica un buen manejo financiero por parte de la administración.

El patrimonio de la cooperativa representa el 33,58%, lo que indica que se mantiene un colchón por contingencias con dinero propio, la cuenta más representativa es la de Capital Social con 20,75%, la misma que se ha cuadruplicado con respecto al año anterior, los resultados que corresponden a la cuenta de utilidades con un valor relativo de 0,17%, está dentro de lo normal si se toma en cuenta que la finalidad del sistema cooperativo no es el fin de lucro, sino más bien de servicio.

Razones Financieras

Las razones o indicadores (índices) financieros constituyen la forma más común del análisis financiero.

Antes de iniciar con la aplicación de las razones financieras es necesario aclarar que las instituciones financieras tienen un tratamiento especial y se aplican entre los comúnmente utilizados otros índices.

a) Razones de Liquidez

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

Tabla No- 21. Razón Corriente

Razón Corriente		
Grupo de cuentas	2017	2018
Activo Corriente	2'906.405,03	1'477.480,19
Pasivo Corriente	2'551.423,24	1'097.180,32
Razón Corriente	1,14	1,35

Los cálculos realizados en la tabla demuestran que la Cooperativa Lideres del progreso, presenta una aceptable capacidad de pago correspondiente a 1,14 veces es decir que por cada dólar que debe tubo 1,14 dólares para afrontar deudas en el año 2017, para el año 2018 posee 1,35 por cada dólar que debe de pago mediano si fuese del caso, con estos antecedentes se indica que la cooperativa ha llevado un adecuado manejo de los activos corrientes en cuanto a la rentabilidad y riesgo.

Capital de Trabajo Neto = Activo Corriente - Pasivo Corriente

Tabla No- 22. Capital de trabajo

Capital de Trabajo		
Grupo de cuentas	2017	2018
Activo Corriente	2'906.405,03	1'477.480,19
Pasivo Corriente	2'551.423,24	1'097.180,32
Razón Corriente	354.981,79	380.299,87

Los resultados obtenidos anteriormente indican que la cooperativa Líderes del Progreso al finalizar los años 2017 dispuso de US\$ 354.981,79 y para terminar el año 2018 tenía un remanente para otorgar créditos de US\$ 380.299,87.

Endeudamiento Corriente

$$\text{Endeudamiento Corriente} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Activo Total}} * 100$$

Tabla No- 23. Endeudamiento Corriente

Endeudamiento Corriente		
Grupo de cuentas	2017	2018
Pasivo Corriente	2'551.423,24	1'097.180,32
Activo Total	3'138.582,95	1'651.938,64
Endeudamiento Total	0,81	0,66
Endeudamiento Total %	81%	66%

El indicador del Endeudamiento Corriente indica que por cada dólar invertido en Activos un 81% para el año 2017 y de igual manera el 66% para el 2018 son financiados por acreedores de corto plazo para los años objeto de estudio, se debe tomar en cuenta la rotación de dinero con respecto a los créditos, pues se mantiene el 19% como fondos disponibles y eso apalanca una eventual necesidad financiera con respecto a los acreedores a corto plazo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para culminar el trabajo de titulación, se procede a plasmar las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo del trabajo en este proyecto. Lo anterior será con el fin de que se le pueda dar continuidad al proyecto, así como mostrar los beneficios obtenidos.

Conclusiones.

- Se determinó que la COAC “Lideres del Progreso.”, del cantón Salcedo por encontrarse en un medio ambiente de producción agrícola posee una gran fortaleza para ofertar un nuevo producto de crédito para la innovación del agro, además permite observar la suficiente liquidez que tiene la cooperativa para cumplir con sus obligaciones de desembolso de créditos hacia sus socios.
- Del 100% de las encuestas realizadas a los socios y clientes para obtener un direccionamiento si están interesados en contratar un crédito para la innovación agrícola, el 88% de los encuestados indican que siempre han estado interesados en acceder a ese tipo de producto financiero.
- Por la finalidad que posee el crédito, este no debe exceder de tres (3) años como plazo límite máximo de recuperación por parte de la Coac.
- El interés máximo estará entre el 9% ira hasta el 12,5% tasa máxima que coincidirá con el interés de los préstamos hipotecarios para vivienda.
- Las herramientas para considerar la implementación de este nuevo producto financiero están dadas en este documento de investigación, será nada más que la Coac, implemente en base a los resultados de la misma.

Recomendaciones

- Al Departamento de Talento Humano, impulse capacitaciones a todas las áreas, pero en especial al personal de crédito del nuevo producto financiero, considerando que dentro de la cuenta contable de cartera de créditos está el negocio de una institución financiera.
- Obtener financiamiento por parte del Estado, a un bajo interés para poder reinvertir dentro de la propuesta socio-productivo de la Coac.
- Al momento de la evaluación socio-económica-ambiental para calificar y aprobar el crédito realizada por el asesor respectivo, se deberá dar fiel cumplimiento a la normativa interna creada para estos tipos de créditos, a fin de reducir los posibles riesgos de no pago, al momento de recuperar los créditos.

BIBLIOGRAFIA

- Alcaraz, R. (2011). Emprendedor ÉXITO. México: McGraw-Hill.
- Amaru, M. (2009). Fundamentos de Administración, Teoría General y Proceso
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales). Colombia: Presan Moderna Impresiones S.A.
- Bernal, C. & Sierra, H. (2008). Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI. México: Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2004). Administración Proceso Administrativo. México: McGraw-Hill.
- Córdova, M. (2012). Gestión Financiera. Bogotá: Eco Ediciones.
- Cabra de Luna, Miguel A. (2012). La economía social en América Latina Bruselas, Bélgica: Comité Económico y Social Europeo
coraggioeconomia.org/jlc/.../La_economia_popular_solidaria_en_el_Ecuador.pdf
www.coraggioeconomia.org/.../La%20economia%20Popular%20y%20Solidaria%20E...
- Guerrero, (2016). Diario expreso.ec, 21.06.2016 www.expreso.ec
<https://bde.fin.ec/wp-content/uploads/2017/07/Memoria-Total-1.pdf>
<https://www.youtube.com/watch?v=TEo4pzw1qEU>
https://www.researchgate.net/publication/312136684_De_la_innovacion_social_a_la_economia_solidaria_Claves_practicas_para_el_desarrollo_de_politicas_publicas
<https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Innovacion-de-productos-financieros-para-el-sector-agroalimentario-I-20170123-0005.html>
<https://www.agricultura.gob.ec/socializan-productos-financieros-para-organizaciones-productoras-de-maiz/>

<https://www.agricultura.gob.ec/el-ministro-de-agricultura-destaca-el-apoyo-financiero-y-no-financiero-al-sector-ganadero/>

<https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/proyectos-sociales/elementos-para-determinar-la-viabilidad-de-un-proyecto-social>

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2018/Presentacion%20de%20principales%20resultados.pdf

<http://www.ecuadorcifras.gob.ec/documentos/web-ratingspcr.com/archivos/descargas/Administracion%20riesgos20merde:cado.pdf>

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-septiembre-2019/>

http://www.leadinggroup.org/IMG/pdf/Agriculture_ES_bd.pdf

http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index

<http://www.seps.gob.ec/.../Libro-Economía%20Solidaria.../ff618ad6-b4b6-497b-abe1-24b0>.

<http://www.seps.gob.ec/.../LIBRO%20FINAL.pdf/89adfabd-12a5-4efe-ad7a-b5a7f92bcc75>

<http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/.../CHAKANA8.pdf>

<http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/6146/1/BVE17099261e.pdf> Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Fundación Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas – México: IICA, 2017.

INEC, 2010, FASCICULO COTOPAXI, p.5

Informe de expertos internacionales Diciembre de 2012, pag12, 15

SEPS (2016). Serie Estudios sobre la Economía Popular y Solidaria. Economía Solidaria. Historias y prácticas de su fortalecimiento. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Consejo Editorial: Hugo Jácome, Francisco Rhon, Mateo Villalba y Julio Oleas Impresión: Publiasesores, Primera edición: octubre 2016

Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2010). Glosario de Términos.

Tundidor Díaz, Albert. (2016). Como innovar en las pymes Barcelona, España: Marge Books

Xavier Martínez-Celorrio (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias (Universidad de Barcelona) xmcmartinez@ub.edu

ANEXOS

ANEXO No-1

COOPERATIVA LIDERES DEL PROGRESO cantón SALCEDO



Encuesta sobre el conocimiento de producto de crédito que ofrece para el financiamiento de la innovación agropecuaria la cooperativa a sus clientes.

Indicación: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio.

1.- Su género

Masculino ☐

Femenino ☐

2.- Es Ud. Socio ó cliente activo de la Coac. Líderes del Progreso del cantón Salcedo?

Socio ☐

Cliente ☐

3.- Cual es su principal fuente de ingreso?

Ganadería ☐

Agricultura ☐

Ambas ☐ Otra

4.- Le interesa obtener un crédito para innovar su actividad agrícola?

Siempre ☐

A veces ☐

Nunca ☐

5.- Cual es la superficie de terreno que dedica a la actividad agrícola?

2 a 5 cuadras ☐

6 a 10 cuadras ☐

más de 10 cuadras ☐

6.- Usted ha obtenido algún tipo de crédito para innovar su producción agrícola?

Siempre ☐

A veces ☐

Nunca ☐

7.- Estaría Ud. Dispuesto a reconocer un valor adicional dentro de su crédito por asesoramiento ganadero y agrícola.

Siempre ☐ A veces ☐ Nunca ☐

8.- Sabe los beneficios de los producto de crédito que la COAC Lideres del Progreso del cantón Salcedo, ofrece para la innovación agropecuaria?

Siempre ☐ A veces ☐ Nunca ☐

9.- Estaría de acuerdo en que la coac Lideres del progreso realice alianzas con casa comerciales donde se pueda adquirir maquinaria de alta tecnología y pagarlo con crédito directo de la cooperativa?

Siempre ☐ A veces ☐ Nunca ☐

10.- Estaría de acuerdo en contratar dentro de su crédito un seguro agrícola en caso de que sus cosechas o su producción ganadera tuviera problemas y esto ocasionara pérdidas a su inversión.

Siempre ☐ A veces ☐ Nunca ☐

GRACIAS POR SU COLABORACION!

ANEXO No-2

Lista de problemas y posibles soluciones						
18 ESPECIALISTAS	Contadores y Auditores, Gerentes, Financieros, Ingenieros Comerciales, Docentes.					
PROBLEMAS	Solución (1)		Solución (2)		Solución (3)	
1.- Elevados gastos administrativos en los créditos	Límite de gastos de acuerdo al monto del crédito	10	Procesos estandarizados	8	Cero costos administrativos	
2.- Demasiados requisitos y documentos para tramitar el crédito	Únicamente pago predio actualizado	18	Únicamente documentos personales y pago predio actualizado		Mantener política actual	
3.- Restringido acompañamiento en la parte operativa del crédito, por parte de los empleados de la coac.	Aumentar personal de empleados		Pagar horas extras a empleados los fines de semana	18	Contratar una empresa externa para el seguimiento de las solicitudes de crédito	
4.- Niveles de aprobación	Establecer nuevas políticas en mesas de trabajo con los empleados		Poder de decisión hasta ciertos montos de crédito		De acuerdo al número de créditos y su historial de pago, flexibilidad por parte de la coac	18
5.- Escaso personal para visitas a potenciales clientes de los créditos	Convenios con instituciones de educación superior para visitas en sitio a socios –		Pagar horas extras a empleados los fines de semana	11	Contratar una empresa externa que haga el seguimiento de las solicitudes de crédito	

	clientes.					
6.- Trámite demorado y burocrático	Parámetros flexibles de decisión de los empleados de acuerdo al socio-cliente		Delinear nuevas políticas internas sobre concesión de créditos	18	Actualizar el manual de procesos para créditos de la coac.	
7.- Bajos conocimientos en los diferentes ambientes del área tecnológica dentro del sector agrícola.	Contratación de especialistas ZAMORANOS		Contratar especialistas con título de ingenieros agrónomos, veterinarios, etc.		Crear departamento de capacitación para compartir experiencias con los socios y clientes.	18
8.- Restringido acceso a herramientas y maquinarias para la innovación agrícola a los socios – clientes a precios elevados y sin ningún tipo de financiamiento	Departamento para direccionar a empresas que oferten a la coac, herramientas y maquinaria de excelente marcas y con garantía.		Convenios de cooperación mutua (legal) con empresas comercializadoras de herramientas y máquinas para el sector agrícola.	6	Crear un departamento, para comercializar herramientas y maquinarias para la innovación agrícola a los socios – clientes de la coac.	12

Elaborado por: El investigador

ANEXO No- 3**ESKALA DE LIKERT – TABULACION
PREGUNTAS**

DATO	No- 1	No- 2	No- 3	No- 4	No- 5	No- 6	No- 7	No- 8	No- 9	No- 10
1	Masculino	Socio	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Siempre
2	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
3	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
4	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	A veces	Nunca
5	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
6	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
7	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
8	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
9	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
10	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
11	Masculino	Cliente	Ganaderia	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces
12	Masculino	Cliente	Ganaderia	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces
13	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces
14	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces
15	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
16	Femenino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
17	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
18	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
19	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
20	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
21	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
22	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
23	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
24	Femenino	Socio	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces

25	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
26	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
27	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
28	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
29	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
30	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
31	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
32	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
33	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
34	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
35	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
36	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
37	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
38	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
39	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
40	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces
41	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
42	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
43	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces
44	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	A veces
45	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
46	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
47	Masculino	Socio	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
48	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
49	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces

50	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
51	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
52	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 6 a 10 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
53	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
54	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
55	Femenino	Socio	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
56	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
57	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
58	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
59	Femenino	Cliente	Agricultura	A veces	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
60	Femenino	Cliente	Agricultura	A veces	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
61	Femenino	Socio	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Siempre	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
62	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
63	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
64	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuerdas	A veces	Siempre	Nunca	A veces	Nunca
65	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	Más de 10 cuerdas	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca
66	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuerdas	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca
67	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
68	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
69	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
70	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
71	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
72	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
73	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
74	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces

75	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuerdas	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
76	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
77	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
78	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
79	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
80	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
81	Masculino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
82	Masculino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
83	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
84	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
85	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
86	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
87	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
88	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
89	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
90	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
91	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
92	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
93	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
94	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
95	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
96	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca
97	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca
98	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
99	Femenino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca

100	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
101	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca
102	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
103	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
104	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
105	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
106	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
107	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
108	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
109	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
110	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
111	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
112	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
113	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
114	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
115	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
116	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
117	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
118	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
119	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
120	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
121	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
122	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
123	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	A veces
124	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca

125	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
126	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
127	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
128	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
129	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
130	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
131	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
132	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
133	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
134	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
135	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
136	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
137	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
138	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
139	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
140	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca
141	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
142	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
143	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
144	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
145	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
146	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
147	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
148	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
149	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 6 a 10 cuerdas	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca

150	Femenino	Cliente	Ganadería	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
151	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
152	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
153	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
154	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca
155	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
156	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
157	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
158	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
159	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
160	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
161	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
162	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
163	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
164	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
165	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
166	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
167	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
168	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
169	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
170	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
171	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
172	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
173	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
174	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Nunca	Nunca

175	Femenino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca
176	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
177	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
178	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
179	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
180	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
181	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
182	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
183	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
184	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	Más de 10 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
185	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
186	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
187	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
188	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
189	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
190	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
191	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
192	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
193	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
194	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
195	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
196	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
197	Masculino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
198	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
199	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuerdas	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca

200	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
201	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
202	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
203	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
204	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
205	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
206	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	Más de 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
207	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	Más de 10 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
208	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
209	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
210	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
211	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
212	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
213	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
214	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
215	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
216	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
217	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
218	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
219	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
220	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
221	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
222	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
223	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	Más de 10 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca
224	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces

225	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
226	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
227	Femenino	Cliente	Ganadería	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
228	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	A veces	A veces
229	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
230	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
231	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
232	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
233	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
234	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre
235	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
236	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
237	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
238	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
239	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
240	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
241	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
242	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
243	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
244	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
245	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca
246	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Nunca
247	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
248	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
249	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca

250	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
251	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
252	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
253	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
254	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
255	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
256	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
257	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
258	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
259	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
260	Femenino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
261	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
262	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
263	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
264	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	Más de 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
265	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
266	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
267	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
268	Femenino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
269	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
270	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
271	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
272	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
273	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
274	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca

275	Masculino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
276	Femenino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
277	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca
278	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
279	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
280	Masculino	Socio	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
281	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca
282	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
283	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
284	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
285	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
286	Masculino	Cliente	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
287	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
288	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
289	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
290	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
291	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
292	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
293	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
294	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
295	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
296	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
297	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 6 a 10 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Nunca	A veces
298	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	Siempre
299	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Siempre	A veces	Nunca	Siempre	Siempre

300	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
301	Masculino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
302	Femenino	Cliente	Ganadería	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
303	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	Más de 10 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
304	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
305	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Nunca	Nunca	Siempre	A veces
306	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca
307	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
308	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
309	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
310	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
311	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
312	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
313	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
314	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca
315	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
316	Masculino	Socio	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
317	Masculino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	Siempre	Nunca	Siempre	A veces
318	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
319	Femenino	Cliente	Ambas	A veces	De 2 a 5 cuadras	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces
320	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
321	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
322	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
323	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
324	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca

325	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	Más de 10 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
326	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	A veces	Nunca
327	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
328	Masculino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
329	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
330	Masculino	Socio	Ambas	Nunca	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
331	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	Siempre	Nunca	Siempre	Nunca
332	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
333	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
334	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
335	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
336	Masculino	Cliente	Agricultura	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
337	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
338	Femenino	Socio	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
339	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
340	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
341	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
342	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
343	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
344	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
345	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
346	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
347	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
348	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Nunca	Nunca
349	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca

350	Masculino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
351	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
352	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
353	Femenino	Cliente	Ambas	Siempre	De 2 a 5 cuadras	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Nunca
354	Femenino	Socio	Agricultura	Siempre	De 6 a 10 cuadras	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Nunca

RAZON

354

Contesta

354

No contesta

0

PREGUNTAS

	No- 1	No- 2	No- 3	No- 4	No- 5	No- 6	No- 7	No- 8	No- 9	No- 10
Masculino	188	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Femenino	166	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cliente	0	331	0	0	0	0	0	0	0	0
Socio	0	23	0	0	0	0	0	0	0	0
Ganadería	0	0	32	0	0	0	0	0	0	0
Agricultura	0	0	25	0	0	0	0	0	0	0
Ambas	0	0	297	0	0	0	0	0	0	0
Otras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Siempre	0	0	0	311	0	12	35	0	326	12
A veces	0	0	0	31	0	43	250	0	20	94
Nunca	0	0	0	12	0	299	69	354	8	248
De 2 a 5 cuadras	0	0	0	0	323	0	0	0	0	0
De 6 a 10 cuadras	0	0	0	0	23	0	0	0	0	0
Más de 10 cuadras	0	0	0	0	8	0	0	0	0	0
	354	354	354	354	354	354	354	354	354	354

PORCENTAJES

Masculino	53%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Femenino	47%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Cliente	0%	76%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Socio	0%	24%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ganadería	0%	0%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Agricultura	0%	0%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ambas	0%	0%	84%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Otras	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Siempre	0%	0%	0%	88%	0%	3%	10%	0%	92%	3%
A veces	0%	0%	0%	9%	0%	12%	71%	0%	6%	27%
Nunca	0%	0%	0%	3%	0%	84%	19%	100%	2%	70%
De 2 a 5 cuadras	0%	0%	0%	0%	91%	0%	0%	0%	0%	0%
De 6 a 10 cuadras	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%	0%	0%
Más de 10 cuadras	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%