

CAPITULO I

PERFIL

1.1. ANTECEDENTES

La formación de las cooperativas de Ahorro y Crédito en Bolivia proviene desde fines de la década de los años 50, los promotores de las primeras cooperativas de ahorro y crédito fueron sacerdotes norteamericanos que a partir de los años 1960 fundan las primeras cooperativas Santa Ana de Cala Cala de Cochabamba y Nuestra Señora de Carmen en la ciudad de Riberalta Beni.

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito para su funcionamiento se organizaron en base a la Ley General de Sociedades Cooperativas aprobada y promulgada en septiembre de 1958 por el gobierno del Dr. Hernán Siles Suazo.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria El Churqui Ltda. cuenta con personería jurídica N° 4138, abrió sus oficinas al público un 25 de Junio de 1993, a la fecha cuenta con una oficina central ubicada en una zona comercial estratégica de la ciudad de Tarija (calle Delgadillo n°570), Agencia San José que se apertura el 02 de junio de 2004 con infraestructura propia ubicada en el Barrio del mismo nombre (Calle María Lea Plaza N° 170) su ubicación permite atender las necesidades e inquietudes de socios que no tienen posibilidades de ser atendidos por otras instituciones financieras. En el área rural se cuenta con dos Agencias, una en la capital de la provincia Avilés en el Valle de la Concepción cuya apertura fue el 18 de mayo de 2002 que permite principalmente la atención a los productores de uva, y a la segunda que inicio su actividad el 08 de Junio de 2006 en la Provincia Gran Chaco específicamente en Carapari que actúa como agente integrador que aporta al Desarrollo del Departamento de Tarija.

La cooperativa de Ahorro y crédito “EL CHURQUI” LTDA., tiene un rol eminentemente social en el País, el mismo que lo ha venido practicando por más de 25 años de existencia en el mercado financiero.

La cooperativa de Ahorro y crédito “EL CHURQUI” LTDA. por su naturaleza y fines , es una sociedad que promueve la economía solidaria , está basada en la filosofía y principios del cooperativismo que destaca principalmente la valoración

de la persona humana, sin importar el poder político, social, económico y cultural; se sustenta en la solidaridad y ayuda mutua de sus componentes y la comunidad, sin discriminación.

Orientando sus servicios financieros para lograr el mayor bienestar económico y social de los consumidores financieros y los socios, por lo cual mantienen tasas altas en depósitos del público, las altas tasas tienen el objeto de incentivar el ahorro y apoyar iniciativas productivas y necesidades de consumo de emergencia de los sectores sociales que lo requieran, en equilibrio con la solidez financiera con la que se administra la entidad.

Actualmente de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 3892 del 18 de junio de 2008, que modifica la Ley N° 1488 de Bancos y Entidades Financieras, la Cooperativa ha sido incorporada al ámbito de supervisión de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) bajo la denominación de Cooperativa Societaria, encontrándose en pleno proceso de adecuación, con el **CERTIFICADO DE ADECUACION** correspondiente.

1.2. AREA DE TRABAJO EN EL QUE SE DESARROLLA LA EXPERIENCIA PROFESIONAL: JEFATURA DE CRÉDITOS Y RECUPERACIONES

El presente trabajo de experiencia profesional, en modalidad de pasantía, se desarrolló en el Área de Créditos y Recuperaciones que está bajo la dirección de la Licenciada Marisol Velásquez Mendoza “Jefe de Créditos y Recuperaciones”, encargada de la supervisión, verificación y posterior aprobación de los créditos.

Esta Área tiene como finalidad programar, organizar y ejecutar todo el trabajo relacionado con el manejo de la cartera crediticia de la Cooperativa, además lograr la efectividad de los cobros de los mismos en los plazos establecidos.

1.2.1. Objetivos

Objetivo General:

El objetivo general como Área de Créditos es incrementar la comercialización de nuestros productos financieros para generar e incrementar nuestros ingresos financieros, al mismo tiempo lograr un mejor posicionamiento de la Cooperativa.

Objetivos Específicos:

- Promocionar nuestros servicios crediticios a los diferentes sectores económicos de la ciudad a través de personas capacitadas para tal efecto.
- Captar nuevos socios como resultado de la aplicación de la promoción crediticia.
- Generar información y conocimientos sobre los productos, servicios y beneficios de hacer uso de ellos.

1.2.2. Cargos principales

El Área de Créditos y Recuperaciones está conformada por los siguientes principales cargos:

- Jefe de Créditos
- Oficiales de Créditos
- Asistentes de Créditos
- Oficiales de Recuperaciones y Mercadeo

A continuación detallaremos sus principales características según el Manual de Funciones de la Cooperativa.



JEFE DE CRÉDITOS

IDENTIFICACION DEL CARGO:	JEFE DE CREDITOS
ESTRUCTURA ORGANICA:	Nivel Ejecutivo
DEPENDENCIA:	Gerente General
SUBORDINADOS DIRECTOS:	Oficiales y Asistentes de Crédito Encargados de Agencia Oficial de Recuperación y Mercadeo
DESCRIPCION DEL CARGO:	
	Planificar, dirigir, coordinar, ejecutar y controlar el crecimiento sano y sostenido de la cartera de créditos, cumpliendo las metas y objetivos aprobados en el marco de las disposiciones legales y de la normativa interna de la Cooperativa, además de buscar nuevos nichos de mercado para la colocación de créditos, minimizando los riesgos de recuperación. Seleccionar socios sujetos de crédito.



OFICIAL DE CRÉDITOS

IDENTIFICACION DEL CARGO:	OFICIAL DE CREDITOS
ESTRUCTURA ORGANICA:	Nivel Operativo
DEPENDENCIA:	Jefe de Créditos
SUBORDINADOS DIRECTOS:	Ninguna
DESCRIPCION DEL CARGO:	
	Promocionar, colocar, administrar y recuperar su cartera de créditos en el marco de las disposiciones legales, aplicando Políticas, Reglamentos y Procedimientos descritos en las Políticas Crediticias de la Cooperativa; promocionando además, los productos y otros Servicios que ofrece la Cooperativa.



ASISTENTE DE OFICIAL DE CRÉDITOS

IDENTIFICACION DEL CARGO: ASISTENTE DE CREDITOS

ESTRUCTURA ORGANICA: Nivel Operativo

DEPENDENCIA: Jefe de Créditos

SUBORDINADOS DIRECTOS: Ninguna

DESCRIPCION DEL CARGO:

Promocionar, colocar, administrar y recuperar su cartera de créditos en el marco de las disposiciones legales, aplicando Políticas, Reglamentos y Procedimientos descritos en las Políticas Crediticias de la Cooperativa; promocionando además, los productos y otros Servicios que ofrece la Cooperativa.



OFICIAL DE RECUPERACIONES Y MERCADEO

IDENTIFICACION DEL CARGO: OFICIAL DE RECUPERACIONES Y MERCADEO

ESTRUCTURA ORGANICA: Nivel Operativo

DEPENDENCIA: Jefe de Créditos

SUBORDINADOS DIRECTOS: Ninguna

DESCRIPCION DEL CARGO:

Efectividad en la cobranza de créditos, a través del cumplimiento de las políticas de recuperación de créditos y las disposiciones legales en vigencia, minimizando el riesgo de incobrabilidad de los créditos desembolsados; además de apoyar en las actividades de colocación y archivo de créditos, manteniendo un sistema de información adecuada.

1.2.3. Definiciones Generales

- 1) **Actividad Económica:** Es la principal actividad del deudor que genera la fuente de repago del crédito.
- 2) **Capacidad de pago:** La capacidad de pago constituye el principio fundamental de la evaluación de deudores, la cual se determina sobre la base del análisis financiero, la capacidad de generación de flujos de caja provenientes de las actividades propias del giro del negocio, su estabilidad, su tendencia, la suficiencia de los mismos en relación con la estructura de pasivos del deudor ajustados al ciclo productivo del negocio y los factores internos y externos que podrían motivar una variación de la capacidad de pago tanto en el corto como en el largo plazo.
- 3) **Crédito:** Es un activo de riesgo, cualquiera sea la modalidad de su instrumentación, mediante el cual la Cooperativa, asumiendo el riesgo de su recuperación, provee o se compromete a proveer fondos u otros bienes o garantiza frente a tercer el cumplimiento de obligaciones contraídas por su cliente. Toda operación de crédito debe estar documentada mediante un contrato.
- 4) **Deudor o Prestatario:** Persona natural o jurídica que en el marco de un acuerdo contractual suscrito con una entidad supervisada, asume el pago de una cantidad de dinero recibido en calidad de préstamo mediante una operación crediticia.
- 5) **Codeudor:** Persona natural o jurídica que en el marco de un acuerdo contractual suscrito con una entidad supervisada, de manera conjunta con el Deudor, asume el pago de una cantidad de dinero recibido en calidad de préstamo mediante una operación crediticia.

- 6) **Cédula de Identidad (CI):** Documento de carácter público, individual, único e intransferible, de obtención y renovación obligatoria, que acredita la identificación de las bolivianas y los bolivianos individualizándolos del resto de los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia, oponible y válido en la jurisdicción territorial.
- 7) **Extensión:** Abreviatura del departamento donde fue emitida la Cédula de Identidad.
- 8) **Garante:** Persona natural o jurídica que en el marco de un acuerdo contractual suscrito con una entidad supervisada, en caso de incumplimiento de pago por el deudor y/o codeudor, asume el pago de una cantidad de dinero recibido en calidad de préstamo por el deudor.
- 9) **Historial Crediticio de Pagos (HCP):** Registro histórico de pagos efectuados por los prestatarios a las entidades supervisadas con las que mantienen o mantuvieron una o más obligaciones crediticias, dicho registro se encuentra consolidado en la CIC.
- 10) **Informe de Cliente con Pleno y Oportuno Cumplimiento de Pago:** Documento que videncia que la entidad supervisada realizó la verificación de clientes que registran pleno y oportuno cumplimiento de pagos, en la Central de Información Crediticia.
- 11) **Obligado:** Es la persona natural o jurídica que mantiene algún tipo de relación con una operación crediticia.
- 12) **Registro de Clientes con Pleno y Oportuno Cumplimiento de Pago – Registro CPOP:** Conjunto de datos administrado por ASFI, en el que se consolida la información de todos los prestatarios con pleno y oportuno cumplimiento. referida a la identificación de las personas naturales nacionales y extranjeras radicadas en Bolivia.

- 13) Registro Único de Identificación (RUI):** Conjunto de datos administrados por el Servicio General de Identificación Personal (SEGIP), en el que se consolida la información referida a la identificación de las personas naturales nacionales y extranjeras radicadas en Bolivia.
- 14) Unicidad:** Cualidad del Número de Cédula de Identidad, del Número de Cédula de Identidad de Extranjero y del Número de Documento Especial de Identificación de ser Único e irrepetible.
- 15) Crédito directo:** Incluye el monto de las operaciones de préstamo, descuento, adelantos en cuenta corriente, operaciones de arrendamiento financiero y en general las obligaciones del prestatario con la Cooperativa.
- 16) Crédito indirecto:** Incluye el monto de las operaciones garantizadas ante la Cooperativa para el pago de obligaciones de terceras personas.
- 17) Crédito contingente:** Incluye el monto de las fianzas, avales, cartas de crédito y otras garantías emitidas por la Cooperativa a favor de terceras personas por cuenta del prestatario.
- 18) Crédito al sector productivo:** Son los créditos de tipo empresarial, microcrédito o PYME cuyo destino corresponde a las siguientes categorías del Código de Actividad Económica y Destino del Crédito (CAEDEC) utilizado por ASFI:
- A. Agricultura y Ganadería;
 - B. Caza, Silvicultura y Pesca;
 - C. Extracción de petróleo crudo y gas natural;
 - D. Minerales metálicos y no metálicos;
 - E. Industria Manufacturera;
 - F. Producción y distribución de energía eléctrica;
 - G. Construcción.

Los créditos productivos destinados a financiar actividades económicas consignadas en las categorías A y B, antes descritas, excepto actividades de caza y actividades forestales no autorizadas por autoridad competente, se denominan Créditos Agropecuarios.

Así mismo, serán consideradas como financiamiento al sector productivo, las operaciones de crédito destinadas al sector turismo y a la producción intelectual, de acuerdo a lo previsto en el Libro 2º, Título I, Cap. XII, Sección 3 y 4, de la Recopilación De Normas Para Servicios Financieros.

- 19) Crédito para capital de operaciones:** Es el crédito por el deudor destinado a cubrir necesidades de financiamiento para el pago por concepto de insumos, materia prima, mano de obra y otros necesarios para ejecutar sus operaciones. Es característica que en el financiamiento con este propósito sea de corto plazo.

- 20) Crédito para capital de inversión:** Es el crédito obtenido por el deudor destinado a cubrir necesidades de financiamiento para el pago por concepto de maquinaria y equipo u otros bienes duraderos, para incrementar o mejorar la capacidad productiva o de ventas. Es característica que el financiamiento con este propósito sea de mediano y largo plazo.

- 21) Contrato de línea de crédito (apertura de crédito):** Es un contrato en virtud del cual la Cooperativa pone a disposición de su socio recursos para ser utilizados en un plazo determinado en operaciones de crédito directo y contingente.

- 22) Cuota:** Es el monto de capital e intereses, o únicamente intereses que se paga regularmente de acuerdo a lo establecido contractualmente en el plan de pagos.

- 23) Destino de crédito:** Es la actividad económica en la cual se aplica el crédito.

- 24) Endeudamiento total:** Corresponde a los créditos directos e indirectos y contingentes de un prestatario con la Cooperativa e incluye capital, intereses devengados y otros reajustes.
- 25) Mora:** A efectos de la evaluación y calificación de la cartera de créditos, se entiende por mora al incumplimiento en el pago de los montos adeudados de capital o intereses, según el plan de pagos pactado, considerándose como incumplido el saldo total de la operación desde el día de vencimiento de la cuota atrasada más antigua hasta el día en que ésta será puesta totalmente al día, tanto en capital como en intereses. En concordancia con lo establecido en el Artículo 794° del Código de Comercio los créditos que no tengan una fecha de vencimiento, se consideran vencidos desde su origen.
- 26) Reprogramación:** Es el acuerdo, convenio o contrato en virtud al cual se modifican las principales condiciones del crédito por deterioro en la capacidad de pago del deudor, ya sea estableciendo un monto diferente o un nuevo plan de pagos por el saldo del crédito. La reprogramación debe estar instrumentada mediante un nuevo contrato o una adenda al contrato original, independientemente de que se encuentre o no amparado bajo una línea de crédito.
- 27) Refinanciamiento:** Es la cancelación de un crédito con un nuevo préstamo, incrementando la exposición crediticia en la Cooperativa. El refinanciamiento es válido únicamente cuando la capacidad de pago del prestatario no presenta deterioro con relación a la determinada en el crédito cancelado con la nueva operación o cuando el deudor no se encuentre en mora. No se considera refinanciamiento cuando el monto otorgado se aplica a un destino y tipo de crédito diferente al establecido en la anterior operación.

- 28) Central de Información Crediticia (CIC):** Sistema de Información que administra la Base de Datos, que registra el comportamiento histórico mensual de los pagos realizados por los prestatarios del sistema financiero y sus niveles de endeudamiento. Contiene información a nivel individual, sobre el endeudamiento total (directo, indirecto y contingente) de personas naturales y jurídicas, en las entidades supervisadas, así como información agregada respecto del volumen y total de créditos otorgados por estas entidades en su conjunto.
- 29) Cliente:** Persona natural o jurídica que contrata productos y/o servicios financieros de una entidad supervisada, la cual le otorgó un crédito.
- 30) Cliente potencial:** Persona natural o jurídica que sin ser cliente de la entidad supervisada, ha solicitado una operación crediticia y autorizado por escrito la evaluación de su riesgo crediticio.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La necesidad de financiamiento para actividades personales o empresariales se encuentra en constante aumento, ya que cada día son más personas las que requieren de un crédito para hacer frente a diversas situaciones o actividades (deudas, gastos obligatorios, adquisición de nuevos bienes entre otros) lo cual cobra cada vez mayor importancia en la actividad económica del país.

Por esta razón es que se presenta también un crecimiento de la oferta crediticia en el mercado que lleva a que en el sector la competencia sea más alta, surgiendo una diversidad de productos en el mercado, lo que exige a las entidades financieras observar, identificar y analizar nuevas necesidades emergentes de sus clientes y clientes potenciales, y responder con nuevos productos que satisfagan estas necesidades.

Esta situación ha hecho que la creación de nuevos servicios y productos sea la clave del éxito de las entidades financieras, por lo que éstas se ven en la necesidad de innovar constantemente para ir al ritmo de cambio de las necesidades del mercado.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria “El Churqui Ltda.”, es una de las entidades que se ve obligada a ofrecer nuevos productos que satisfagan nuevas necesidades insatisfechas, lograr la fidelización de sus socios y de igual manera ganar la aceptación y preferencia de los socios potenciales logrando un buen posicionamiento dentro del mercado. Durante los siguientes tres meses, que es el tiempo de duración de la presente modalidad, se pretende identificar el tipo de producto más conveniente y necesario para la Cooperativa y también aportar con información importante sobre las necesidades de un segmento de mercado identificado, que permita desarrollar un nuevo producto que responda a dichas necesidades. De esta manera, la importancia de realizar este proyecto radica en los aportes que este mismo brindará, para contribuir en el crecimiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria “El Churqui Ltda.”, a través de la ampliación de su cartera crediticia.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Cooperativa “El Churqui Ltda.” es una institución de intermediación financiera indirecta posicionada en la ciudad de Tarija que brinda servicios y productos financieros de ahorro y crédito.

En la actualidad se ha identificado una creciente competencia en el sector financiero a través de la diversidad de nuevos productos ofrecidos con tasas de interés más atractivas y con requisitos menos complejos, aumentando la facilidad que tienen los clientes para acceder a servicios financieros en otras instituciones.

La Cooperativa “El Churqui Ltda.”, tiene una cartera de productos reducida y no actualizada, por lo que no responde a necesidades y exigencias emergentes del mercado, disminuyendo así, considerablemente la competitividad de su cartera de

productos ofertada. Tampoco cuenta con información pertinente de segmentos de mercado desatendidos, lo que dificulta el desarrollo de nuevos productos destinados a estos segmentos, desaprovechando oportunidades de captar nuevos socios para la Cooperativa.

Por estos factores la Cooperativa “El Churqui Ltda.” se ve afectada en su crecimiento, motivo por el cual es una constante preocupación para la administración de la Cooperativa “El Churqui Ltda.” tratar de diversificar su cartera de productos, ofreciendo nuevos productos financieros con características acordes a las necesidades y expectativas insatisfechas de sus socios y socios potenciales del mercado.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Desarrollar la propuesta de un nuevo producto crediticio para contribuir en la ampliación de la cartera crediticia de la Cooperativa “El Churqui” Ltda.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar qué tipo de crédito es más factible y necesario para la ampliación de la cartera crediticia de la Cooperativa “El Churqui” Ltda.
- Identificar el segmento del mercado al cual dirigir el nuevo producto crediticio.
- Determinar las características y necesidades del segmento de mercado identificado.
- Diseñar el nuevo producto propuesto para la Cooperativa “El Churqui” Ltda.

1.6. ALCANCE

1.6.1. Alcance Espacial

La pasantía se lleva a cabo en la Ciudad de Tarija, provincia Cercado del Departamento de Tarija.

1.6.2. Alcance Temporal

La pasantía realizada abarca un periodo de tres (3) meses, entre el 07 de agosto al 07 de noviembre de 2019.

1.7. METODOLOGÍA

1.7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del presente trabajo de profesionalización se llevara a cabo una pasantía de experiencia profesional durante tres meses, recurriendo:

A la recopilación de información de fuentes tanto primarias como secundarias que nos permitirán ir desarrollando el objetivo del presente trabajo.

El diseño metodológico de la presente investigación estará conformado por tres tipos de investigación:

- Investigación Exploratoria con enfoque Cualitativo
- Investigación Descriptiva Cuantitativa con enfoque Cuantitativo

1.7.1.1. Investigación Exploratoria

“La Investigación Exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo consiste en examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (Hernández Sampieri, 2009, p.91)

En los estudios exploratorios se abordan campos poco conocidos donde el problema, que solo se vislumbra, necesita ser aclarado y delimitado.

Esto último constituye precisamente el objetivo principal de una investigación de tipo exploratorio. Las investigaciones exploratorias suelen incluir revisiones de literaturas y consultas con especialistas.

Objetivos

- ❖ Identificación del problema, ya que la investigación exploratoria puede dotar de información suficiente, que lleve a identificar realmente las características y ángulos desde donde se puede abordar una investigación más exhaustiva.
- ❖ Obtener una hipótesis, a través de establecer preguntas a responder en base al tema de investigación facilitando el hecho de establecer una hipótesis que lleven a desarrollar investigaciones necesarias.
- ❖ Otras fases de la investigación, la investigación exploratoria origina o da pie a la segunda fase de investigación que bien puede ser una investigación descriptiva.

1.7.1.2. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

(Hernández Sampieri, 2009, pág.92)

Se usa un diseño descriptivo para hacer una investigación, cuando el objetivo es: describir las características de ciertos grupos, calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características o pronosticar. Un buen estudio descriptivo presupone mucho conocimiento a priori acerca del sujeto a estudio.

(Mohammad, Namakforoosh, 2009, pág. 91)

Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales.

1.7.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas a ser aplicadas en el presente trabajo estarán de acuerdo al tipo de investigación:

➤ INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Las técnicas de investigación a utilizar serán entrevistas y revisión documental.

1.7.2.1. Entrevistas

Es una de las técnicas más utilizadas en la investigación. Mediante ésta una persona (entrevistador), solicita información a otra (entrevistado).

La entrevista puede ser uno de los instrumentos más valiosos para obtener información, se puede definir como “el arte de escuchar y captar información”, **Münch,Lourdes (1988:61)**

En las entrevistas personales, se entrevista a los participantes frente a frente, la tarea del entrevistador consiste en establecer contacto con los participantes, hacerles preguntas y anotar las respuestas, de manera que se obtenga información más detallada y relevante para el propósito del trabajo a realizar. **(Naresh K. Malhotra, 2008, pág. 145).**

De acuerdo con sus objetivos y con el procedimiento utilizado para realizar las entrevistas estas pueden ser: entrevistas dirigidas o estructuradas o entrevistas semiestructuradas.

- La entrevista estructurada o dirigida se realiza con un cuestionario y con una cédula que se debe llenar a medida que se desarrolla. Las respuestas se transcriben tal y como las proporciona el entrevistado, por lo tanto, las preguntas siempre se plantean con el mismo orden.
- En la entrevista semiestructurada, el entrevistador la efectúa tomando como base un guión, pero las preguntas son abiertas y no tienen una estandarización, el entrevistado puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas, e incluso desviarse del guión inicial pensado por el investigador cuando se abordan temas emergentes que es preciso explorar.

Para el presente trabajo se realizarán entrevistas semiestructuradas al personal decisorio de la Cooperativa como ser Gerente General y Jefe de Créditos y Recuperaciones, las cuales estarán dirigidas a indagar sobre la situación actual de la Cooperativa y del área de Créditos y Recuperaciones.

1.7.2.2. Revisión Documental

La revisión documental permite identificar las investigaciones elaboradas con anterioridad, delinear el objeto de estudio; construir premisas de partida; hacer relaciones entre trabajos; rastrear preguntas y objetivos de investigación.

Así también las fuentes de datos y archivos, tales como las memorias anuales, reglamentos, base de datos y otras fuentes de documentación públicas e internas de una institución, nos permiten validar información obtenida, corroborar datos y obtener información adicional que pudiera facilitar y encaminar una investigación.

(Revisión documental en el proceso de investigación, Victoria Valencia López).

➤ INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Las técnicas de investigación a utilizar serán, una investigación del producto en el mercado y encuestas.

1.7.2.3. Investigación del Producto en el Mercado

Consiste en investigar cómo está siendo ofertado un producto de interés en la competencia, para obtener información sobre sus características más relevantes y poder tener una referencia de los parámetros que utilizan dichas instituciones para ofrecer dicho producto a sus clientes.

1.7.2.4. Encuestas

Las encuestas consisten en obtener información de fuente directa de los sujetos de estudio, a través de formularios expresamente estructurados que los encuestados llenan por sí mismos. Es una técnica que persigue conocer la opinión o posición de un sector de la población que es objeto de observación o estudio, respecto de un tema determinado. **(Ágreda Maldonado, 2003, pág. 46).**

Población: Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación

Según Tamayo y Tamayo, (1997), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación"(P.114)

Muestra: Es la parte de esta población que se observa directamente.

La muestra " Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" **(Tamayo, T. Y Tamayo, M .1997,Pág.38).**

1.8.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA																								
ACTIVIDADES	FECHA DE		JULIO		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE					NOVIEMBRE				DIC		
	INICIO	FINAL	4°	5°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	5°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	
Selección y Convenio con la Institución	22/07/2019	07/08/2019	■																					
Recolección de información	07/08/2019	13/08/2019			■	■																		
Formulación de entrevistas	14/08/2019	15/08/2019				■																		
Entrevista: Gerente General, Jefe de Créditos y Recuperaciones	15/08/2019	16/08/2019				■																		
Revisión y Análisis de Documentación Interna	19/08/2019	23/08/2019					■	■																
Elaboración del perfil	19/08/2019	02/09/2019					■	■	■															
Presentación del perfil	03/09/2019	13/09/2019						■	■	■														
Correcciones del perfil	16/09/2019	20/09/2019							■	■														
Investigación del Producto en el Mercado	23/09/2019	27/09/2019									■	■												
Elaboración de Encuestas para el sector meta	30/09/2019	08/10/2019										■	■											
Aplicación de la Encuesta	09/10/2019	23/10/2019											■	■	■									
Análisis e interpretación de datos	23/10/2019	27/10/2019												■	■									
Formulación de la Propuesta	28/10/2019	01/11/2019														■								
Elaboración de Informe Memoria de Experiencia Profesional	04/11/2019	08/11/2019															■	■						
Finalización de Pasantía	07/11/2019	07/11/2019																■						
Presentación del Tbjo. de Profesionalización a Docente Guía y a Tribunales	18/11/2019	30/11/2019																	■	■	■			
Correcciones del Trabajo de Profesionalización	02/12/2019	06/12/2019																					■	■
Defensa del Trabajo de Profesionalización	09/12/2019	13/12/2019																						■

CAPITULO II

**CARACTERÍSTICAS
GENERALES DE LA
INSTITUCIÓN**

2.1. RAZÓN SOCIAL

Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria “El Churqui” Ltda.



Existen tres fechas de importancia para la institución, la primera data del 04 de diciembre de 1992, fecha de fundación de la Cooperativa, la segunda data del 11 de mayo de 1993, fecha en que se obtiene la personalidad o personería jurídica de la Cooperativa otorgada por el Instituto Nacional de Cooperativas (INALCO) y finalmente la tercera data del 25 de junio de 1993, fecha en que se inauguran oficialmente las instalaciones de la Cooperativa comenzando a atender al público.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “El Churqui” Ltda., tiene un rol eminentemente social en el país, el mismo que lo ha venido practicando por más de 25 años de existencia en el mercado financiero de Tarija, donde ofrece servicios financieros con cuatro puntos de atención financiera; dos oficinas en la ciudad de Tarija, una Oficina

Central en la zona Las Panosas y una agencia en el barrio San José, una agencia en la localidad de Caraparí y otra agencia en la localidad del Valle de Concepción.

Nuestra cooperativa fue constituida en el marco de disposiciones legales del país en su momento, actualmente se encuentra en proceso de adecuación desde el año 2009.

Para culminar su proceso de adecuación efectuó una renovación total de sus Consejeros, quienes tomaron la decisión de profundizar su visión a la nueva Ley General de Cooperativas (LGC), la Ley de Servicios Financieros (LSF) y su reglamentación específica; se encuentran aplicando la normativa de regulación emitida por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) cumpliendo con la ejecución de trabajos establecidos en planes de acción, este mecanismo protege los depósitos del público y estimula la transparencia aumentando la confianza hasta ahora ganada de nuestros consumidores financieros.

La Cooperativa El Churqui por su naturaleza y fines, es una sociedad que promueve la economía solidaria, está basada en la filosofía y principios del cooperativismo que destaca principalmente la valoración de la persona humana, sin importar el poder político, social, económico y cultural; se sustenta en la solidaridad y ayuda mutua de sus componentes y la comunidad, sin discriminación.

Por tanto, la cooperativa El Churqui por su naturaleza social orienta sus servicios financieros para lograr el mayor bienestar económico y social de los consumidores financieros y los socios, por lo cual mantienen tasas altas en depósitos del público, las altas tasas tienen el objeto de incentivar el ahorro y apoyar iniciativas productivas y necesidades de consumo de emergencia de los sectores sociales que lo requieran, en equilibrio con la solidez financiera con la que se administra la entidad.

2.2.UBICACIÓN

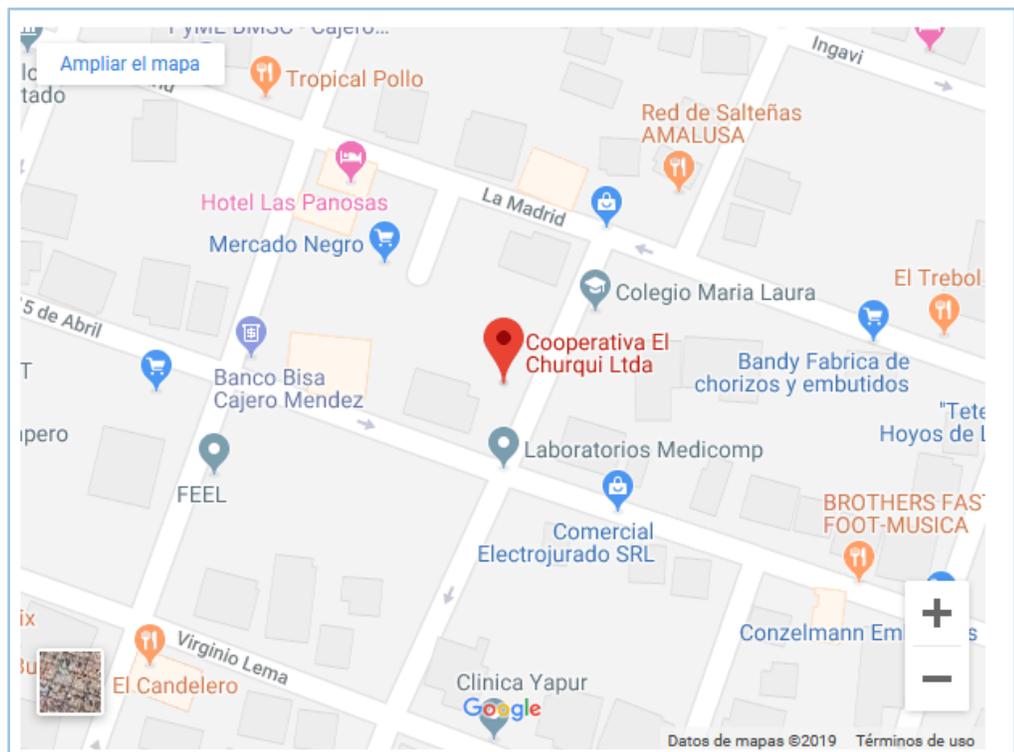
La Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria “El Churqui” Ltda., cuenta con:

Oficina Central

- Zona: Las Panosas.
- Dirección: Calle Delgadillo N° 570 entre Madrid y 15 de Abril.
- Teléfonos: 6634822 - 6642126
- Fax: 6113529
- Correo: cooperativa@elchurqui.com.bo

Horarios de atención:

Lunes a Viernes: 8:30 a 12:00 y 14:30 a 18:30 --- Sábados: 8:30 a 12:00

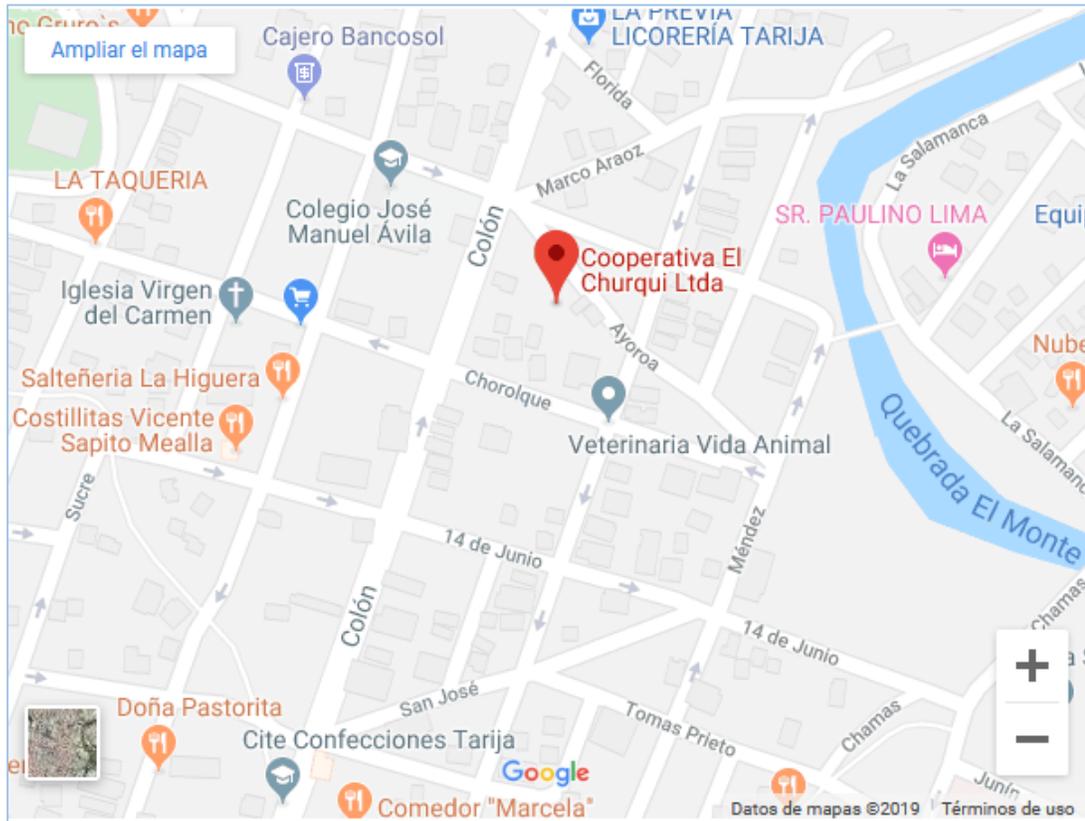


Agencia Urbana San José

- Zona: San José.
- Dirección: Calle María Lea Plaza N° 170.
- Teléfonos: 6662575 - 6662576

Horarios de atención:

- Lunes a Viernes: 8:30 a 12:00 y 14:30 a 18:30
- Sábados: 8:30 a 12:00



Agencia Rural El Valle

- Zona: El Valle de Concepción.
- Dirección: Calle Bolívar s/n entre Recreo y Comercio a media cuadra de la Plaza Principal.
- Teléfonos: 6650647

Horarios de atención:

- Lunes a Viernes: 8:30 a 12:00 y 13:00 a 16:00
- Sábados: 8:30 a 12:00



Agencia Rural Caraparí

- Zona: Caraparí
- Dirección: Calle Luis Sánchez entre av. Fray Quebracho y 6 de Agosto.
- Teléfonos: 6136362 - 6136380

Horarios de atención:

- Lunes a Viernes: 8:30 a 12:00 y 14:30 a 18:30
- Sábados: 8:30 a 12:00



2.3. MARCO ESTRATÉGICO

Dentro de la metodología de la planificación estratégica aplicada por la Cooperativa, la perspectiva social es el fin y objetivo de la Cooperativa en su desarrollo sostenible, aspecto que está alineada a la Misión y Visión; esta perspectiva social es seguida de la perspectiva económica que obedece a un principio internacional del Cooperativismo de ahorro y crédito “más empresarial, más social”; es decir, que los resultados de la perspectiva financiera se traducen en mejores y mayores servicios hacia la sociedad, contribuyendo de esta manera al desarrollo económico y social del país; aspecto que es reforzado en cuanto a función social de los servicios financieros por las otras perspectivas de base como son la perspectiva de crecimiento y la perspectiva de procesos internos.

2.3.1. Visión

Considerando las fortalezas y debilidades internas, las oportunidades y amenazas externas, además, el contexto de la economía y la competencia en el mercado del departamento de Tarija, nuestra cooperativa El Churqui, al finalizar el 2020, deberá visualizarse como una:

“Cooperativa regulada, competitiva en la región, inclusiva, que brinda productos y servicios financieros accesibles para los consumidores financieros en armonía con su entorno económico, social y medioambiental”.

2.3.2. Misión

La misión de la Cooperativa El Churqui como sociedad cooperativa, está enmarcada en la misión del cooperativismo de ahorro y crédito mundial; en este sentido, la razón de ser o la existencia de la Cooperativa de ahorro y crédito está orientada a:

“Apoyar a socios, consumidores financieros y la comunidad en su esfuerzo por mejorar su nivel de vida, inculcando la cultura del ahorro sistemático, el crédito prudente y pago puntual de las obligaciones económicas.

2.3.3. Objetivos Estratégicos

Los principales objetivos para los cuales fue creada la entidad y de acuerdo a sus estatutos son:

- Promover la cooperación económica y social entre sus asociados y recibir los aportes que constituyen el fondo social.
- Otorgar créditos a sus socios de acuerdo al reglamento.
- Fomentar, estimular y sistematizar el ahorro popular.
- Promover el desarrollo económico y social de sus asociados a través de la educación Cooperativa.
- Obtener financiamiento para el logro de sus fines.
- Crear servicios complementarios de acuerdo a normas y disposiciones legales en vigencia.

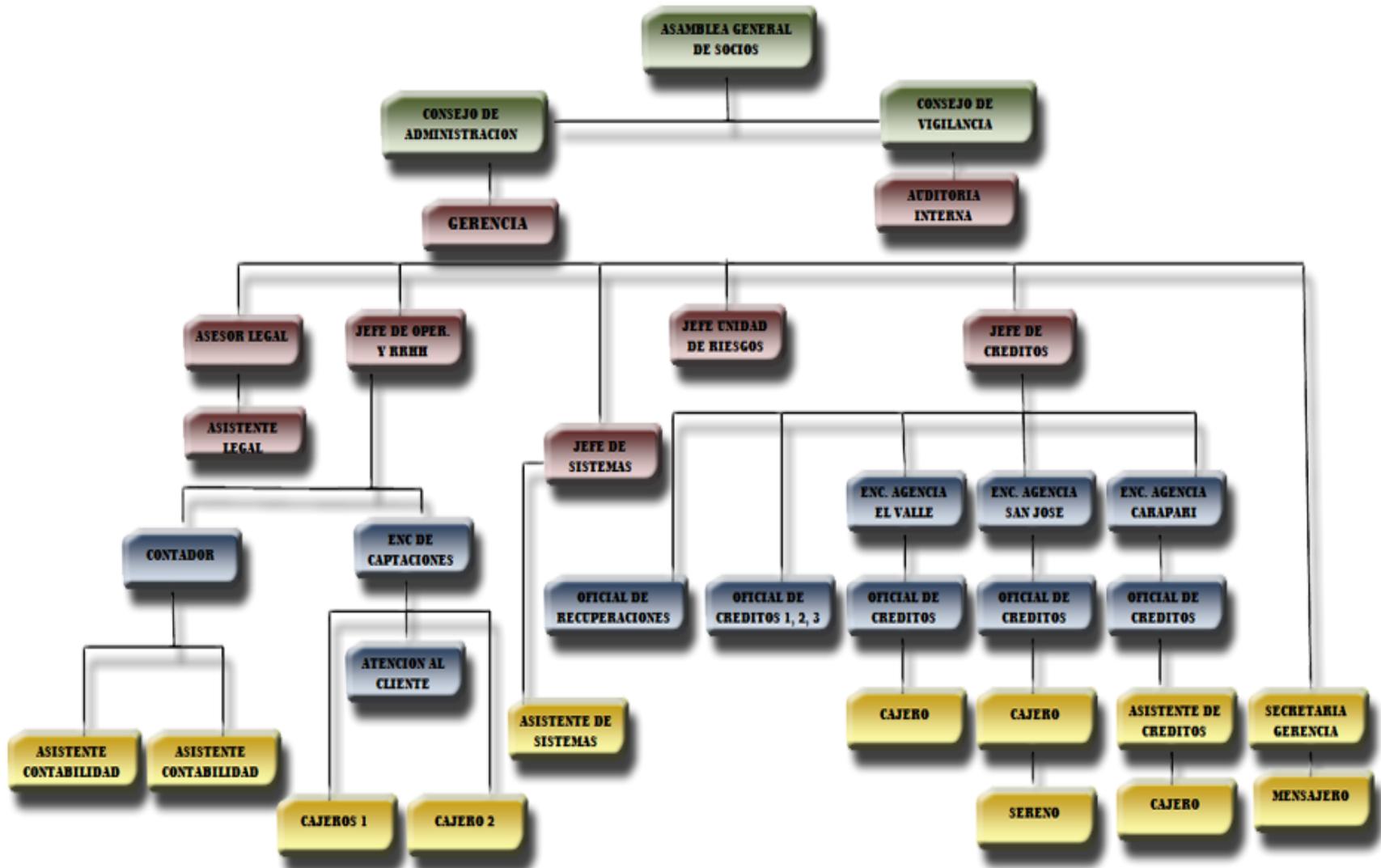
2.4. ORGANIZACIÓN

Los valores representan principios profesionales en la empresa a la hora de diseñar los productos, procesarlos y ponerlos a disposición de consumidores financieros y la sociedad. Además incluyen los valores de relación, es decir, aquellos que gobiernan las interacciones entre las personas, ya sean entre los miembros de la entidad o con personas externas a la Cooperativa.

La organización de la empresa responde a la estructura organizacional y al manual de cargos y funciones propio de la Cooperativa.

En ese sentido, la cooperativa El Churqui para lograr su misión y visión, en el marco de su filosofía corporativa, está organizada de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA Cooperativa de Ahorro y Crédito “El Churqui” Ltda.



2.5. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE PRESTA LA INSTITUCIÓN

Los productos que ofrece la Cooperativa están concentrados en dos tipos de actividad que son: Captar y Colocar.

2.5.1. CAPTACIONES

La captación, como su nombre indica, es captar o recolectar dinero del público ahorrador a una tasa de interés establecida, dinero que luego podrá ser destinado a la colocación.

En definitiva, lo que a la cooperativa le interesa es que las personas o empresas pongan su dinero en el sistema, por tanto, lo que hace es pagar una cantidad de dinero por incentivar que las personas o entidades depositen sus recursos en la cooperativa.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria “El Churqui” Ltda., ofrece 2 tipos de productos en Captaciones: Caja de ahorro y Deposito Plazo Fijo (DPF).

2.5.1.1. Cajas de Ahorro

En la cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria El Churqui Ltda., una caja de Ahorro es un contrato por el cual, una persona natural o persona jurídica denominada ahorrista, entrega importes de dinero con plazo indeterminado, pudiendo el ahorrista hacer depósitos sucesivos y retirar fondos de su Cuenta de Caja de Ahorro. Las cajas de Ahorro pueden ser aperturadas en **moneda nacional** o **moneda extranjera**.

Cuadro 1. TARIFARIO CAJA DE AHORRO

TASA ANUAL	
CAJA DE AHORRO	MN
Monto > 70.000	1%
Monto < 70.000	2%

Fuente: Elaboración propia, en base a Políticas Internas de la Cooperativa

REQUISITOS:

Los requisitos mínimos para la apertura de Cajas de Ahorro son:

a) Personas Naturales

- Presentar documento de identificación Vigente (Cédula de Identidad, Cédula de Identidad de Extranjero o Documento Especial de Identificación).
- Fotocopia Legalizada del Número de Identificación Tributaria NIT, “Si corresponde”.
- Fotocopia de Servicios Básicos Actual (Agua, Luz, Teléfono y/o Gas).
- Compra de al menos un certificado de aportación.

b) Personas Jurídicas

- Razón social y nombre del Representante Legal.
- Testimonio o fotocopia legalizada del Acta de Fundación o Constitución de la persona colectiva o jurídica sin fin de lucro.
- Testimonio o fotocopia legalizada de la Resolución (puede ser Prefectural o de la Gobernación de Tarija o si es una organización con alcance nacional del Ministerio del ramo respectivo) que otorga la personería jurídica a la personería jurídica a la persona colectiva o jurídica sin fin de lucro.
- Testimonio o fotocopia legalizada del Estatuto de la persona colectiva o jurídica sin fin de lucro.
- Testimonio o fotocopia legalizada del Poder Notarial para el manejo o administración de cuentas (es decir, el Poder Notarial que habilita las firmas autorizadas), otorgado por los miembros de la Directiva o Directorio de la persona colectiva o jurídica sin fin de lucro a los habilitados, especificando que es para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria “El Churqui” Ltda.
- Carta de solicitud de apertura y registro de firmas del o de los Apoderados para el manejo de cuenta, en presencia del responsable de la apertura.

- Fotocopia de la cédula de identidad de los Apoderados o Representantes.
- Registro de Firmas.
- Certificado de Inscripción del NIT.
- Suscripción del documento de Condiciones Generales y Particulares de Contratación.
- Compra de al menos un certificado de aportación

2.5.1.2. Depósito a Plazo Fijo

En la cooperativa de Ahorro y Crédito El Churqui Ltda. , se puede realizar Depósitos a Plazo Fijo (DPF), que consiste en el depósito de cierta cantidad de dinero a un determinado tiempo y una determinada tasa de interés. El depósito es documentado mediante la expedición de un certificado físico o cartular.

Cuadro 2. TARIFARIO DPF

TASA ANUAL	
DEPÓSITO A PLAZO FIJO	MN
A 30 días	0.18%
De 31 a 60 días	0.40%
De 61 a 90 días	1.50%
De 91 a 180 días	4.50%
De 181 a 360 días	6%
De 361 a 720 días	7%
De 721 a 1080 días	7.5%
> 1080 días	8%

Fuente: Elaboración propia, en base a Política Internas de la Cooperativa

REQUISITOS

Los requisitos para la apertura de un Depósito a Plazo Fijo, son los siguientes:

a) Personas Naturales

- Ser socio de la cooperativa de Ahorro y Crédito El Churqui Ltda.
- Documento de identificación vigente (Cédula de Identidad, Cédula de Identidad de Extranjero o Documento Especial de Identificación).
- Certificado del Registro en el Padrón Nacional de Contribuyentes Biométrico Digital en el que se consigne el Número de Identificación Tributaria (NIT),(Si corresponde).

b) Personas Jurídicas

- Ser socio de la cooperativa de Ahorro y Crédito El Churqui Ltda.
- Documento de identificación legal del (los) representante(s).
- Fotocopia Legalizada del Certificado del Registro en el Padrón Nacional de Contribuyentes en el que se consigne el Número de Identificación Tributaria.

2.5.2. COLOCACIONES

La colocación, permite la puesta de dinero en circulación en la economía, es decir, la cooperativa genera un nuevo dinero del capital o los recursos que obtiene a través de la captación y, con estos recursos, se otorgan créditos a las personas, empresas u organizaciones que los soliciten. Por dar estos préstamos la cooperativa cobra unas cantidades de dinero que se llaman intereses, o intereses de colocación y comisiones.

La cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria El Churqui Ltda. a través de su oficina central y sus agencias en el departamento de Tarija, realiza coberturas a las provincia de Cercado, O'connor, Uriondo, Méndez, Arce y Gran Chaco; brindando alternativas de financiamiento a sus socios que tengan la condición de personas naturales,

fomentando créditos de vivienda, microcréditos, créditos al sector productivo, créditos al sector agropecuario y créditos de consumo, cuya fuente principal de repago de los socios provengan de actividades dependientes y/o independientes.

Su ***Política de Créditos*** está orientada a promover la máxima rotación de los recursos para créditos entre sus asociados, actuando prudentemente en lo referente a plazos y montos, manteniendo un control sobre los vencimientos y una oportuna acción de cobranzas, que asegure un bajo índice de morosidad.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria “El Churqui” Ltda., ofrece 4 tipos de productos de Colocación: Crédito de Consumo. Microcréditos, Crédito de Vivienda y Crédito Agropecuario.

2.5.2.1. Crédito de Consumo

Todo crédito concedido a una persona natural, con el objeto de financiar la adquisición de bienes de consumo o el pago de servicios, amortizable en cuotas sucesivas y cuya fuente principal de pago es el salario de la persona o ingresos provenientes de su actividad, adecuadamente verificados.

❖ Mercado Objetivo

Tendrán como mercado objetivo:

- Empleados públicos: Gobierno Municipal, Gobernación, Sub gobernación, etc.
- Sector Educación
- Sector Salud
- Rentistas y Jubilados
- Empleados de Empresas Privadas
- Veterinarios
- Sector Radio y Televisión
- Trabajadoras del hogar
- Albañiles y ramas afines
- Trabajadores dependientes

❖ Clasificación

De acuerdo a la tecnología crediticia utilizada por la Cooperativa el mismo puede ser clasificado como:

Crédito de consumo a persona dependiente: Es todo crédito de consumo concedido a una persona natural asalariada.

Crédito de consumo a persona independiente: Es todo crédito de consumo concedido a una persona natural no asalariada.

Cuadro 3. TARIFARIO CREDITO DE CONSUMO

PRODUCTO	TASA (Anual)	PLAZO MAX (meses)	MONTO MAX (Bs.)
Crédito Consumo	20%	144	100.000

Fuente: Elaboración propia, en base a la Política de Créditos de la Cooperativa

2.5.2.2. Microcrédito

Es todo crédito otorgado a una persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios, con el objeto de financiar actividades de producción, comercialización y servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas e ingresos generados por dichas actividades.

Por el tamaño de la actividad económica se encuentra clasificado en el índice de microempresa.

Cuadro 4. RANGOS DE ESTRATIFICACIÓN

Tamaño	Índice (I)
Microempresa	$0 < I \leq 0.035$
Pequeña Empresa	$0.035 < I \leq 0.115$
Mediana Empresa	$0.115 < I \leq 1.00$
Gran Empresa	$I > 1.00$

Fuente: Elaboración propia, en base a la Política de Créditos de la Cooperativa

❖ Mercado Objetivo

El mercado objetivo está definido por: comerciantes, metalúrgicos, mecánicos, sector construcción, manufactureros, o sea:

- Sector de mecánicos automotores
- Chapistas
- Tapiceros
- Comerciantes
- Transporte libre y sindicalizado
- Sector Manufacturero
- Sector Construcción (contratistas)
- Profesionales independientes

❖ Clasificación

De acuerdo a la tecnología crediticia utilizada por la Cooperativa, el microcrédito puede ser clasificado como:

Microcrédito Individual: Microcrédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, con garantía o sin garantía.

Microcrédito Banco Comunal: Microcrédito sucesivo y escalonado concedido a una agrupación de personas organizadas en al menos dos grupos solidarios, con garantía mancomunada, solidaria e indivisible; para obtener además del microcrédito servicios complementarios con el fin de lograr el desarrollo humano y económico de sus asociados.

Cuadro 5. TARIFARIO MICROCRÉDITO

PRODUCTO	TASA (Anual)	PLAZO MAX (meses)	MONTO MAX (Bs.)
Microcrédito	18%	120	100.000

Fuente: Elaboración propia, en base a la Política de Créditos de la Cooperativa

2.5.2.3. Crédito de Vivienda

Todo crédito otorgado a personas naturales destinado exclusivamente para:

- ❖ Adquisición de terreno para la construcción de vivienda.
- ❖ Compra de vivienda individual o en propiedad horizontal.
- ❖ Construcción de vivienda individual.
- ❖ Refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento de vivienda individual o en propiedad horizontal.

❖ Mercado Objetivo

El mercado objetivo para los créditos de Vivienda estará destinado a los sectores económicos cuya actividad sea dependiente o independiente.

❖ Clasificación

De acuerdo al tipo de garantía y/o tecnología crediticia utilizada por la Cooperativa, el crédito de vivienda puede ser clasificado como:

- i. Crédito hipotecario de vivienda.
- ii. Crédito de vivienda sin garantía hipotecaria
- iii. Crédito de vivienda sin garantía hipotecaria debidamente garantizado.
- iv. Crédito hipotecario de vivienda de interés social.
- v. Crédito de vivienda de interés social sin garantía hipotecaria.

Cuadro 6. TARIFARIO CREDITO DE VIVIENDA

PRODUCTO	TASA (Anual)	PLAZO MAX (meses)	MONTO MAX (Bs.)
Crédito de Vivienda	17%	180	5% PN

Fuente: Elaboración propia, en base a la Política de Créditos de la Cooperativa

2.5.2.4. Crédito al Sector Agropecuario

El Sector Agropecuario comprende a las actividades económicas consignadas en las categorías a) y b), descritas en las categorías del Código de Actividad Económica y Destino del Crédito (CAEDEC) utilizado por ASFI, excepto las actividades de caza y actividades forestales no autorizadas por autoridad competente.

❖ Mercado Objetivo

El mercado objetivo para la cooperativa son los productores de: uva, maíz, tomate, papa, verduras, hortalizas, etc., es decir:

- Cultivo de raíz y tubérculo
- Cultivo de Legumbres
- Cultivo de Fruta de pepita
- Cultivo de Flores y Plantas ornamentales

Cuadro 7. TARIFARIO CREDITO AGROPECUARIO

PRODUCTO	TASA (Anual)	PLAZO MAX (meses)	MONTO MAX(Bs.)
Crédito Agropecuario	11.5%	120	100.0000 / 5% PN

Fuente: Elaboración propia, en base a la Política de Créditos de la Cooperativa

2.5.3. OTROS SERVICIOS

La Cooperativa brinda los siguientes servicios:

2.5.3.1. Giros Nacionales – ServiRed



La cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria El Churqui Ltda., ofrece el servicio de envíos y recepción de giros a nivel nacional e internacional a través de *ServiRed*.

2.5.3.2. Cobro de Emtagas



En la cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria El Churqui Ltda., se puede realizar el pago de facturas del servicio de Gas Domiciliario de *Emtagas*.

2.5.3.3. Cobro de Cosaalt



En la cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria El Churqui Ltda., se puede realizar el pago de facturas del Servicio de Agua y Alcantarillado de *Cosaalt Ltda.*

CAPITULO III
INVESTIGACIÓN
DE MERCADO

3.1. ENTREVISTAS

Se realizaron dos entrevistas al nivel estratégico de la Cooperativa, ya que los mismos toman decisiones que afectan a toda la institución.

Entre ellos:

- * Gerente General
- * Jefe de Créditos Y Recuperaciones.

3.1.1. Entrevista a Gerente General

Entrevista a:

**Lic. Soraya Cortez Zúñiga
Gerente General**

1. ¿Cómo describiría la situación actual de la Cooperativa?

R.-La cooperativa es una institución financiera que actualmente está en proceso de adecuación, efectivamente al estar en este proceso pone a la Cooperativa en un escenario de desventaja con respecto al resto del sistema financiero, que pueden operar abiertamente con operaciones de crédito y sobre todo de ahorro. Entonces nos encontramos en una situación un poco más compleja ante todo el sistema financiero por el tema de que aún no se cuenta con la Licencia de Funcionamiento, sin embargo contar ya con una Certificación de Adecuación nos ayuda a que la Cooperativa pueda hacer ciertas transacciones lo cual es muy favorable y a la vez una ventaja ante otras entidades que no cuentan con este certificado y están más cerca de su cierre definitivo.

En este caso la situación de la Cooperativa está encaminándose ya que pese a las desventajas mencionadas, se encuentra bien situada y posesionada dentro del departamento, goza de un buen patrimonio, diferentes agencia y edificios.

2. ¿Qué fortalezas percibe en la Cooperativa?

R.- Como fortaleza principal de la Cooperativa se podría mencionar el poder de decisión y la agilidad de nuestros procesos y trámites, ya que al ser su mercado objetivo o radio de acción únicamente el departamento de Tarija, la convierte en una institución descentralizada, mas autónoma en sus decisiones, ya que nosotros mismos creamos nuestras normativas, políticas y al conocer nuestro mercado en el que estamos operando al momento de necesitar un cambio o una modificación, crear un nuevo producto el trámite no es burocrático, porque contamos con un consejo que aquí se reúne constantemente donde se aprueban dichas normas y políticas y nuevos productos. En ese sentido las decisiones son más rápidas y se puede ejecutar todo en menor tiempo.

Entre otras fortalezas es la sostenibilidad y el patrimonio con el que cuenta la Cooperativa, que en estos 26 años ahora se ha enraizado más en el departamento contando con una muy buena presencia e imagen siendo esta otra más de sus fortalezas.

Por otro lado también algo que el entorno nos lo ha dicho mucho es que nuestros trabajadores son gente joven, que al momento de enfrentar cambios y asumir nuevos retos resultan una gran ventaja para la Cooperativa.

3. ¿Qué debilidades considera que existe en la Cooperativa?

R.- En realidad las debilidades están ligadas con el contexto externo, por ejemplo en el sentido de que por ahora no podemos operar abiertamente, tenemos una prohibición de captar mediante publicidad y propagandas, lo que nos causa debilidad internamente al momento de hacer mercadeo y de ofertar nuestros productos. Prácticamente al no contar con la Licencia de Funcionamiento nuestra debilidad es la Captación.

4. ¿Actualmente qué tipo de crédito considera necesario en la Cooperativa?

R.- Actualmente contamos con alto porcentaje de productos destinados a consumo, por esa razón hemos considerado prudente y necesario insertarnos en otro tipo de mercado como son los microempresarios que necesiten capital de inversión o más de operación, a través de microcréditos, con montos pequeños que tienen la característica de que sus plazos son relativamente cortos.

Entonces esa es una de las necesidades que hemos detectado en la Cooperativa, el de poder ingresar con más presencia en ese tipo de mercados.

5. ¿Tiene identificados otros segmentos de socios potenciales para la Cooperativa? ¿Cuáles?

R.- Actualmente sí, partiendo de un estudio de mercado donde ya se nos ha proporcionado preliminarmente unos avances, y bueno si hay segmentos potenciales como decíamos en el sector de microempresarios, que son negocios pequeños que no necesitan de mucha inversión pero si un capital de operaciones, de arranque, de continuidad. En si vuelvo a mencionar aquellos que necesiten montos pequeños, plazos cortos, cuotas accesibles, entre ellos uno de los segmentos identificados fue el de peluquerías, salones de bellezas y spas, que se han proliferado mucho y no demandan mucho capital de inversión para poder iniciar sus actividades razón por la cual este segmento ha tenido un gran crecimiento.

Otro segmento es el del turismo, las agencias de viajes, otros segmentos que han crecido mucho pero que tiene su complejidad es el de comida y ropa pero es un mercado ya copado; en realidad todo lo que es el sector informal ha aumentado mucho. Pero bueno, en sí, uno de los segmentos que hemos visto y considerado que podría dar un buen resultado es el de peluquerías y salones de belleza, ya que podemos observar que no solo en el centro sino también en los barrios hacia afuera también hay mucho de esta actividad.

3.1.2. Entrevista a Jefe de Créditos y Recuperaciones

Entrevista a:

**Lic. Marisol Velásquez Mendoza
Jefe De Créditos Y Recuperaciones**

1. ¿Cuáles son las principales funciones del Área de Créditos y Recuperaciones?

R.- Como bien el nombre lo dice el área de créditos está especialmente en función a las colocaciones de créditos a diferentes sectores dependientes e independientes. Y por otro lado las recuperaciones, es por el tema de la recuperación de cartera, es decir de los créditos que hemos otorgado y que se encuentran en vencimiento; entonces la recuperación es conseguir la cancelación total de esos créditos.

2. ¿Qué fortalezas considera que tiene el Área de Créditos y Recuperaciones?

R.- Dentro de las fortalezas de esta área la principal es la atención y buen trato que se le brinda al socio. Recientemente se ha realizado un estudio de satisfacción al cliente en donde pudimos percibir y constatar que nuestros socios están altamente satisfechos con la atención que reciben por parte del personal del área y de la Cooperativa en general.

3. ¿Qué debilidades percibe en el área de Créditos y Recuperaciones?

R.- La debilidad en el área actualmente es el tiempo del trámite, ya que generalmente el socio suele traer de poco en poco los requisitos necesarios para el trámite, y se nos hace muy difícil que el socio comprenda que el plazo del trámite establecido en nuestras políticas corre desde el día en el que todos los requisitos son presentados y no así desde su primera visita a las instalaciones de la Cooperativa para solicitar un crédito.

4. ¿Tiene identificados otros segmentos de socios potenciales para la Cooperativa? ¿Cuáles?

R.- En informes preliminares de un estudio de mercado que está siendo realizado para la Cooperativa, se pudo detectar un crecimiento en el sector micro empresarial, aquellos negocios personales o familiares, que en general no necesitan cantidades extremadamente grandes para hacer funcionar su negocio, entre ellos están los negocios de comida, ropa y peluquerías. Conforme a esa información hemos considerado como una buena opción al sector de peluquerías y salones de belleza ya que tuvieron una gran proliferación en la ciudad.

5. ¿Qué tipo de crédito considera necesario actualmente en la Cooperativa?

R.- Basándonos en los límites por tipo de crédito que tenemos fijados en nuestras políticas internas, el tipo de crédito que veo necesario actualmente es el Microcrédito, ya que es el tipo que está más por debajo del porcentaje que deberíamos colocar, a diferencia del crédito de consumo que actualmente viene sobrepasando su límite máximo de colocación.

CONCLUSIONES

- ❖ A pesar de las desventajas de no contar con una Licencia de Funcionamiento, la situación actual de la Cooperativa está encaminándose ya que se encuentra situada y posicionada dentro del departamento, goza de un patrimonio, diferentes agencias y edificios.
- ❖ La Cooperativa, es una institución que goza de autonomía y poder de decisión para desarrollar sus trámites y procesos con agilidad.
- ❖ La Cooperativa tiene limitaciones para ofertar sus productos debido a que se encuentra en Proceso de Adecuación, situación que debe ser superada.

- ❖ La cooperativa sobrepasa los límites de colocación de créditos de consumo.
- ❖ Actualmente la colocación de microcréditos es reducida, siendo muy necesario generar nuevas propuestas para el aumento de la colocación de este crédito.
- ❖ La Cooperativa en base a información obtenida en investigaciones anteriores, determinó que el segmento de peluquerías y salones de belleza es una buena opción y dar buenos resultados, tomando en cuenta principalmente que este segmento tuvo una gran proliferación en la ciudad en los últimos años.

3.2. ANÁLISIS DE DATOS OBTENIDOS DE FUENTES INTERNAS

Para corroborar la información obtenida a través de entrevistas, que indicó que existe una reducida colocación de microcréditos, se elaboró la siguiente tabla:

Cuadro 8. LIMITES POR TIPO DE CRÉDITO

Tipo de Crédito	Límite Máximo	Concentración Crediticia a Octubre 2019	Saldo
H0 - Hipotecario de Vivienda	7,00%	4,00%	2,89%
M0 - Microcrédito Individual	18,00%	7,95%	10,05%
M2 - Microcrédito Indiv. Deb.Gar. C/Gar.Real	2,00%	1,04%	0,96%
M7 - Microcrédito Agropecuario	21,00%	16,80%	4,20%
M8 - Microcrédito Agrop.Deb.Gar.C/Gar.Real	2,00%	0,66%	1,34%
N0 – Consumo	66,00%	69,01%	-3,01%
N2 – Consumo Deb.Gar. C/Garant. Real	2,00%	0,44%	1,56%

Fuente: Elaboración propia, en base a la Política de Créditos de la Cooperativa

La tabla nos muestra el Microcrédito con un límite máximo de 18% y una concentración crediticia de 7,95%, mientras que el Crédito de consumo con un límite máximo de 66% y una concentración crediticia de 69%, sobrepasando su límite con 3.01%, lo que nos ratifica que el tipo de crédito necesario para la Cooperativa es el Microcrédito.

3.3. INVESTIGACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

A continuación detallaremos los productos de microcrédito investigados, ofrecidos por las Cooperativas existentes en Tarija para poder tener una referencia de los parámetros que utilizan dichas instituciones para ofrecer su producto a sus socios.

3.3.1. COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ABIERTA “CATEDRAL DE TARIJA LTDA.”



Fundada el 28 de julio de 1966, larga trayectoria desarrollada mediante el impulso y participación de sus socios a través de distintos directorios, actividades, elecciones y fundamentalmente la confianza en la entidad, que con el transcurrir de los años se consolidó en el sistema cooperativo nacional, mereciendo a la fecha el reconocimiento de la comunidad boliviana.

Su visión es ser la entidad financiera no bancaria más competitiva, solida, solvente y transparente del departamento de Tarija, con desarrollo sostenible, que está mejorando el nivel de vida de la comunidad.

Productos

❖ MICROCRÉDITO Y PYME

DESTINO

Otorgado a propietarios de pequeñas y medianas unidades empresariales dedicadas a actividades de producción comercio o servicios, cuyo destino sea capital de inversión en maquinaria, herramientas, equipo, gastos empresariales y capital de operación.

TARIFARIO

PRODUCTO	MONTO	TASA APROBADA	PLAZO (Meses)
CORRIENTE A SOLA FIRMA CONSUMO/MICROCREDITO/PYME	Desde 500 hasta 50,000	25%	hasta 60
CORRIENTE ACONSUMO, MICROCREDITO Y/O PYME	Desde 500 hasta 180,000	18%	hasta 120
CORRIENTE MICROCREDITO Y/O PYME DGSNP	Desde 500 a 68,600	19%	hasta 72

❖ MICROCRÉDITO HIPOTECARIO

DESTINO

Es el crédito otorgado a personas naturales asalariadas y no asalariadas (actividad independiente) cuyo destino sea la adquisición de bienes, vehículos, otros, libre disponibilidad, capital de operaciones y otros.

TARIFARIO

PRODUCTO	MONTO	TASA APROBADA	PLAZO EN MESES
CORRIENTE CON GARANTÍA HIPOTECARIA MICROCRÉDITO	Hasta 5% del Capital Regulatorio	15%	hasta 120

REQUISITOS


REQUISITOS
DOCUMENTOS REQUERIDOS
<ul style="list-style-type: none">• Fotocopia del documento de identidad vigente• Fotocopia de la factura de Agua, Luz, Gas o Teléfono.• Fotocopia de la escritura de propiedad de inmuebles, folio real.• Certificado de aportación de la presente gestión.
ASALARIADOS
<ul style="list-style-type: none">• 3 últimas boletas de pago y /o certificado de trabajo original.
INDEPENDIENTES
<ul style="list-style-type: none">• Fotocopia de NIT, licencia de funcionamiento u otros documentos que respalden su actividad.
CRÉDITOS INSTITUCIONALES
<ul style="list-style-type: none">• Carta de autorización de descuento por planilla o conocimiento de solicitud de préstamo.
SI USTED TIENE DEUDA EN ALGUNA ENTIDAD FINANCIERA O CON TERCEROS
<ul style="list-style-type: none">• Fotocopia del plan de pagos• Ultimo comprobante de cancelación• Extracto de pagos
PARA HIPOTECA DE BIEN INMUEBLE
<ul style="list-style-type: none">• Fotocopia C.I. de propietarios• Escritura original del bien inmueble• Pago de impuestos (últimas tres gestiones)• Plano aprobado del lote y construcción• Folio Real actualizado

3.3.2. COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ABIERTA “MADRE Y MAESTRA LTDA.”



La Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta “Madre y Maestra” R.L. es una Sociedad de Responsabilidad Limitada, fue fundada el 11 de octubre de 1964 por el Rvdo. Padre Salvatore Bartolomé Attard Grima, bajo un enfoque de servicio a la sociedad.

Tiene como visión ser una institución que brinda productos y servicios financieros con proyección tecnológica e infraestructura adecuada a su mercado; talento humano comprometido con los objetivos de la entidad; socios satisfechos e identificados con los principios cooperativos; posición económica y financiera sólida y sostenible, que contribuye a mejorar el medioambiente y el apoyo social.

Productos

❖ MICROCRÉDITO

DESTINO

Son créditos dirigidos a empresas unipersonales o micro empresarios, podrán obtener créditos para mejorar su negocio, ya sea para capital de inversión o capital de operaciones.

TARIFARIO

PRODUCTO	TASA APROBADA	PLAZO EN MESES
MICROCREDITO	15% al 19%	hasta 96

❖ CREDITRANS

DESTINO

Crédito destinado al sector TRANSPORTE PÚBLICO afiliados a algún Sindicato, podrás obtener este crédito para satisfacer necesidades de capital de trabajo (vehículo), mantenimiento y reparación de vehículos, adquisición de bienes, pago de servicios y otros.

TARIFARIO

PRODUCTO	TASA APROBADA	PLAZO EN MESES
CREDITO PRODUCTIVO	11.5%	hasta 96

REQUISITOS

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ABIERTA "MADRE Y MAESTRA" LTDA.	
REQUISITOS PARA OBTENER UN CREDITO	
INDEPENDIENTES	
<ol style="list-style-type: none">1. Fotocopia de C.I. Vigente2. Respaldo de Ingresos3. Fotocopia de agua o luz4. Respaldo Patrimonial	

ASALARIADOS

1. Fotocopia de C.I. Vigente
2. 3 ultimas papeletas de sueldo Certificado De Trabajo
3. Fotocopia de agua o luz
4. Respaldo Patrimonial

CRÉDITO HIPOTECARIO – CRÉDITO CON GARANTIA PRENDARIA DE INMUEBLE

1. Escritura original del inmueble debidamente registrado en Derechos Reales
2. Pago de impuestos de la última gestión
3. Folio Real
4. Plan aprobado de lote y construcción
5. Avalúo Técnico
6. Poder notarial irrevocable

CRÉDITO A SOLA FRMA

1. Fotocopias de la escritura del bien inmueble (casa o lote)
2. Fotocopia de luz o agua
3. Pago del último impuesto
4. Folio Real

3.3.3. Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta “Magisterio Rural R.L.”



Ratificada con su Personería Jurídica N° 2186 del 21 de mayo de 1980. Se estructuran sus Consejos y Comités con Maestros voluntarios deseosos de servir al Asociado y con una alta convicción de revertir la situación anterior y lograr el desarrollo de la institución.

A través de sus dirigentes los Prof. Natalio Ruiz, Santiago Quiroga, Raúl Flores etc., la Cooperativa es integrada y relacionada con los órganos superiores como la Federación Departamental de Cooperativas de Ahorro y Crédito (fecact.) y la Federación Nacional FENACRE3 y otros organismos internacionales que poco a poco la ven desarrollarse. En su accionar la Cooperativa incursiona no solamente en el Ahorro y el Crédito sino que también brinda servicios de consumo, cobro de haberes, anticipos, intermediación con cosas comerciales, etc.

Productos

❖ MICROCRÉDITO

DESTINO

Capital Fácil. Para reparación, mantenimientos, repuestos y accesorios de vehículos, compra de insumos, para las actividades de servicios, compra de mercadería para el comercio, activos fijos.

Microcrédito Productivo. Para compra de maquinaria, equipos, insumos, materiales y otras necesidades para actividades productivas y artesanales.

Mi vehículo. Para compra e vehículo al transporte público.

TARIFARIO

PRODUCTO	TASA APROBADA	PLAZO EN MESES
MICROCREDITO NO PRODUCTIVO	16,8%	hasta 6
	16,6%	Desde 12
CREDITO PRODUCTIVO MICRO EMPRESA	12%	Desde 6
CREDITO PRODUCTIVO PEQUEÑA EMPRESA	7%	Desde 6
CREDITO PRODUCTIVO GRAN EMPRESA	6%	Desde 6

REQUISITOS

 <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ABIERTA MAGISTERIO RURAL R. L.</p>
REQUISITOS
CON GARANTÍA PERSONAL
<p>SOLICITANTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 Fotocopias de Carnet de Identidad vigente a color el solicitante (firmadas). ▪ 3 Fotocopias de Carnet de Identidad vigente a color conyugue (firmadas). ▪ Fotocopias de las 3 últimas papeletas de pago de sueldo (firmadas) ▪ Fotocopia de AFP, Extracto de depósito bancario del sueldo del mes.

- Fotocopia de la factura de agua, luz o gas
- Certificado de trabajo original con sello de la empresa o de la persona que emite el certificado, el mismo debe contener el total ganado y del líquido pagable de los tres últimos meses y la antigüedad laboral.

RESPALDO DE DEUDAS

1. Ultimo comprobante de pago de crédito.
2. Extracto de cancelación del crédito
3. Fotocopia plan de pagos.

GARANTES(Según Corresponda)

- 2 Fotocopias de Carnet de Identidad vigente a color (firmadas).
- Fotocopia simple de las últimas papeletas de pago de sueldo (firmadas).
- Certificado de trabajo original con sello de la empresa o persona que emite el certificado.
- Fotocopias del cuaderno diario de Compras y Ventas, recibos, facturas, declaraciones juradas de los últimos 3 meses, recibos, registro de pedidos, notas de entrega.

CON GARANTÍA HIPOTECARIA

- Escritura de propiedad de vehículo.
- Póliza de importación o PTA.
- Formulario del pago de impuestos de los últimos tres años.
- Formulario del SOAT.
- Formulario del RUAT.
- Certificado Alodial del vehículo, emitid por tránsito.
- Avalúo, realizado por un perito valuador autorizado por la Cooperativa.
- Seguro, póliza de seguro de automotor contra robo, perdida bajo daño total o parcial.

GARANTÍA HIPOTECARIA
(Con presentación de documentación original de bien inmueble)

- Título de propiedad del bien inmueble, registrado en Derechos Reales con matricula computarizada.
- Plano, aprobado por la oficina técnica correspondiente.
- Impuestos, formularios de pago de impuestos de los últimos cinco años.
- Folio Real, emitido por Derechos Reales.
- Avalúo técnico pericial, elaborado por perito autorizado y registrado en la Cooperativa.

3.3.4. Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta “El Chorolque R.L.”



Tiene como visión ser la Cooperativa de ahorro y crédito, sólida y sostenible, líder en el sur del país, orientada al bienestar de sus socios, clientes y comunidad en general.

Productos

❖ EL CHOROLQUE EMPRESARIAL

DESTINO Para micro, pequeñas y medianas empresas:

- Compra, ampliación o refacción de vivienda productiva, que será o es utilizada como taller o infraestructura para el desarrollo de actividades productivas, de comercio y /o servicios.
- Capital de inversión para hacer crecer los negocios empresas.
- Capital de operaciones para poner en movimiento su negocio o empresa.

TARIFARIO

PRODUCTO	MONTOS	TASA APROBADA	PLAZO EN MESES
EL CHOROLQUE EMPRESARIAL	Desde 500 hasta 900.000	11% al 22%	36 a 120

❖ EL CHOROLQUE AGROPECUARIO

DESTINO

Para promover el desarrollo rural integral sustentable, priorizando el fomento a la producción agropecuaria, al sano aprovechamiento, transformación, industrialización y comercialización de los recursos naturales renovables y todos los emprendimientos económicos comunitarios y asociativos, la Cooperativa tiene el Producto “El Chorolque Agropecuario” con la finalidad de otorgar créditos productivos a micro, pequeños y medianos productores agropecuarios.

TARIFARIO

PRODUCTO	MONTOS	TASA APROBADA	PLAZO EN MESES
EL CHOROLQUE AGROPECUARIO	Desde 500 hasta 60.000	11% al 11.5%	48 a 84

REQUISITOS



REQUISITOS PARA TAMITE DE PRESTAMO CON GARANTIA PERSONAL

DOCUMENTOS PERSONALES

- Fotocopia Cedula de Identidad vigente
- Fotocopia Cedula de identidad vigente conyugue
- Fotocopia Cedula de Identidad del Garante
- Fotocopia Factura de Luz o Agua último mes

RESPALDO DE INGRESOS ASALARIADOS

- Fotocopia 3 ultimas boletas de sueldo solicitante
- Fotocopia ultima boleta de sueldo garante
- Certificado de trabajo y/o Contrato
- Extracto AFP solicitante y garante

RESPALDO DE INGRESOS INDEPENDIENTES

- FOTOCOPIA NIT – DD.JJ (IVA – IT) 3 últimos meses
- Fotocopia Licencia de funcionamiento
- Fotocopia Patente municipal última gestión
- Fotocopia Carnet de Afiliación sindicato
- Certificado de Afiliación al Sindicato
- Fotocopia Licencia de conducir vigente
- Fotografía del negocio

RESPALDO PATRIMONIAL

- Fotocopia Documentos e propiedad o Folio Real del inmueble
- Fotocopia Pago de Impuestos del inmueble Ultima Gestión
- Fotocopia Pago de Impuestos el Vehículo Ultima Gestión
- Fotocopia de carnet de propiedad o Ruat del vehículo
- Fotocopia Contrato anticrético

RESPALDO DE DEUDAS

- Ultimo comprobante de pago de crédito
- Extracto
- Fotocopia Plan de pagos

CONCLUSIONES

- ❖ Las Cooperativas tienen una gran variedad de productos crediticios, dirigidos a diferentes sectores, pero la mayoría de estos son créditos de consumo.
- ❖ En cuanto a los microcréditos encontramos que las ofertas son similares como ser el microcrédito personal y el microcrédito agropecuario, sin embargo estas varían en las tasas de interés y plazos.
- ❖ Se pudo evidenciar que ninguna de las demás Cooperativas tienen productos dirigidos específicamente al sector de peluquerías y salones de belleza, lo cual establece una ventaja para la Cooperativa “El Churqui” Ltda.

3.4. ENCUESTA

La encuesta se constituye en el instrumento básico para recolección de información por parte de los investigadores y está conformado por un conjunto de preguntas debidamente preparadas y ordenadas a base de un formulario en el que se recogen las respuestas que deben ser procesadas para el análisis posterior.

La encuesta aplicada tendrá como objetivo conocer e identificar las necesidades y características principales de socios potenciales, necesarias para el desarrollo de un producto crediticio que respondan a las mismas.

3.4.1. Población

La población a la que estará dirigida la encuesta será el de Peluquerías y Salones de Belleza que cuenten con Licencia de Funcionamiento, que es el segmento identificado y escogido para el producto que será desarrollado como objetivo del presente trabajo.

Según datos obtenidos de la Administración Tributaria Municipal - del Gobierno Autónomo Municipal de la Ciudad de Tarija, se encuentran registradas con Licencia de funcionamiento 241 Peluquerías y Salones de Belleza.

3.4.2. Muestreo

La obtención de una muestra consiste en definir la porción elegible de individuos de una población, a la que se aplica la encuesta directa para obtener la información deseada; la cual debe ser representativa y similar a aquella que teóricamente, se obtendría si se abarcara a la totalidad de la población.

Para la obtención de la muestra se utilizó el método de Muestreo Aleatorio Estratificado (MAE), debido a que la población seleccionada está conformada por tres estratos: Zona 1, Zona 2, Zona 3; además se repartió la muestra, utilizando una fijación proporcional al tamaño de cada estrato.

A continuación se detallaran los barrios que abarcan las tres zonas por las que se encuentra conformada la población, según la Administración tributaria Municipal del Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de Tarija.

Cuadro 9. BARRIOS POR ZONAS

ESTRATOS			
	ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
1	Central	Eduardo Avaroa	Tabladita
2	San Roque	Palmarcito	Senac
3	Def. del Chaco	Germán Bush	Juan XXIII
4	Las Panosas	IV Centenario	Lourdes
5	La Pampa	San Bernardo	Narciso Campero
6	La Loma		San Pedro
7	Villa Fátima		Mendez Arcos
8	El Molino		Simón Bolívar
9	Luis Pizarro		Las Pascuas
10	Simón Bolívar		3 de Mayo
11			Morros Blancos
12			San Gerónimo
13			Pedro Antonio Flores

Fuente: Elaboración propia, en base a información obtenida por la Administración Tributaria Municipal de Tarija

A través del anterior cuadro se pudo evidenciar que la Zona 1 cuenta con diez barrios, la Zona 2 con cinco barrios y por último la Zona 3 está conformada por 13 barrios de la ciudad de Tarija.

3.4.3. Aplicación de la Formula

El tamaño de la muestra se calcula por medio de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{K^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(N - 1)e^2 + K^2 \cdot P \cdot Q}$$

DATOS:

n = Tamaño de muestra

N (Tamaño de la población) = **241**

Z (Nivel de Confianza) = **95 %**

e (error) = 5,8%

K = 1,96

P = 0,5

Q = 0,5

$$n = \frac{1,96^2 * 241 * 0,50 * 0,50}{((241 - 1)0,05^2) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$\underline{\underline{n = 131}}$$

El tamaño de la muestra es de 131 peluquerías y salones de belleza, a quienes va dirigida la encuesta, a este resultado se tomará en cuenta los criterios de segmentación establecidos previamente.

Cuadro 10. DISEÑO DE LA MUESTRA

ESTRATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE	MUESTRA PROPORCIONAL
ZONA 1	180	75%	98
ZONA 2	26	11%	15
ZONA 3	35	14%	18
TOTALES	241	100	131

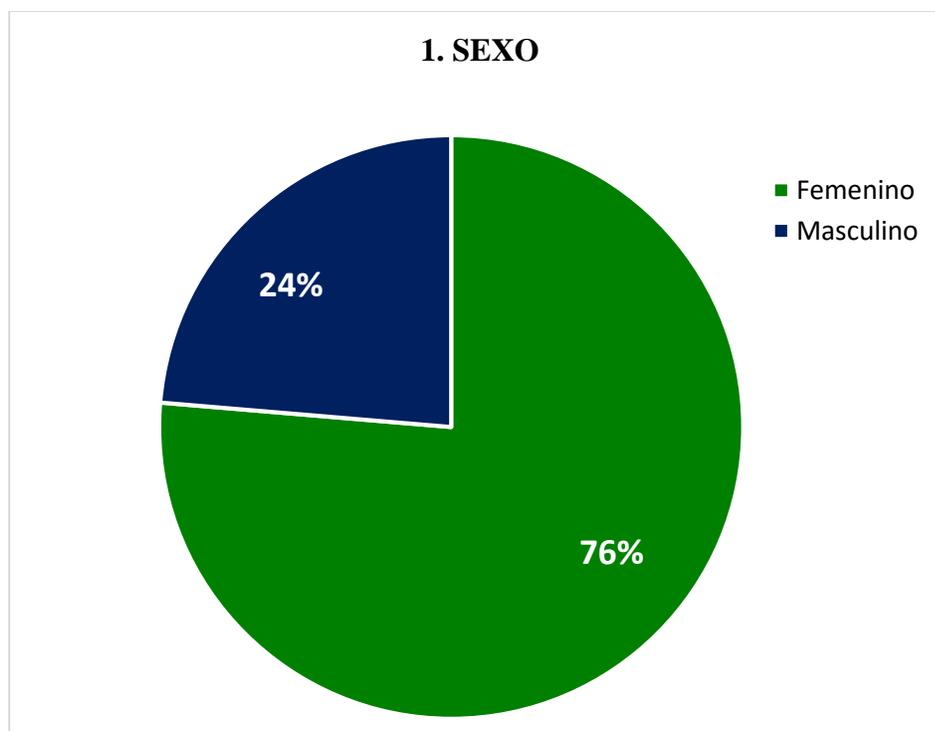
Fuente: Elaboración Propia

3.4.4. Análisis de los resultados

1. Sexo

Tabla N. 1

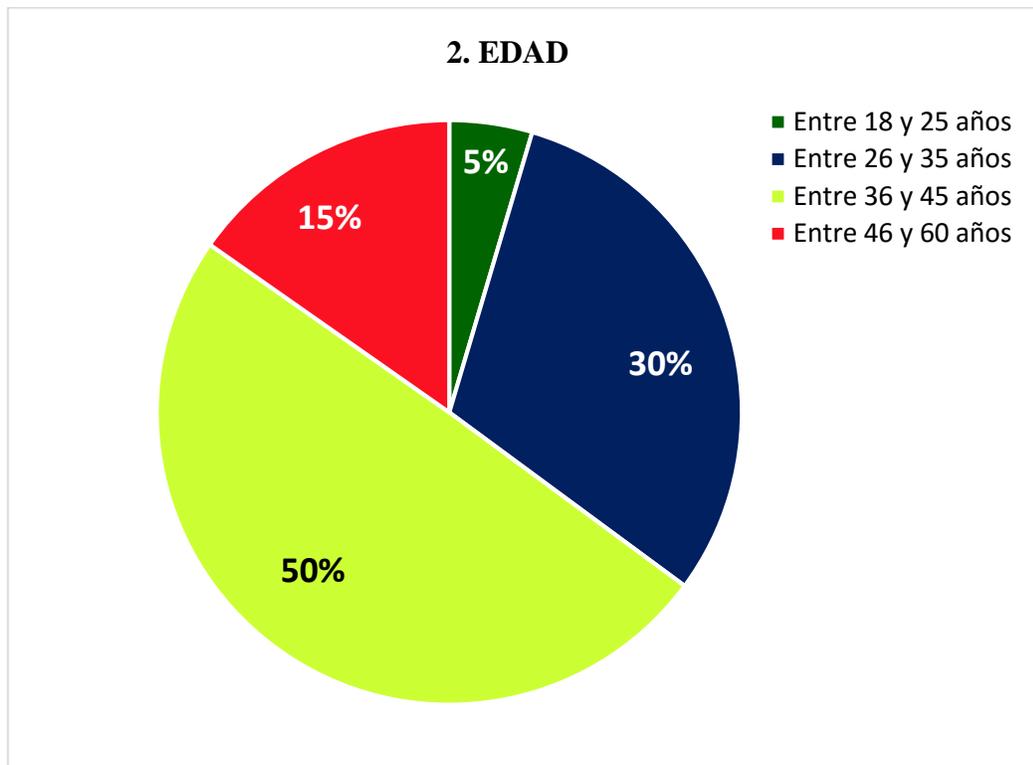
CATEGORIA	N° ENC.	% ALCANZ.	INTERPRETACIÓN
Femenino	100	76%	<i>Sexo de los encuestados.</i> Un 76% de los encuestados corresponde al sexo Femenino y un 24% al sexo Masculino.
Masculino	31	24%	
TOTAL	131	100%	



2. EDAD

Tabla N. 2

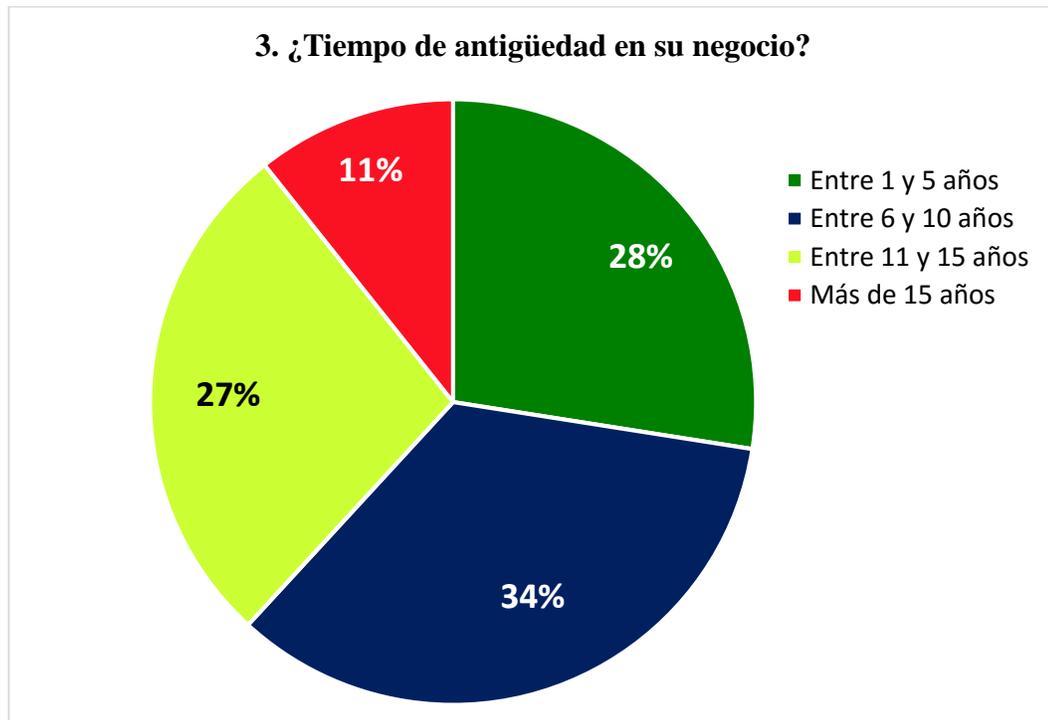
CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Entre 18 y 25 años	6	5%	<i>Edad de los encuestados.</i> Un 50% de los encuestados se encuentra entre los 36 y 45 años. Seguido de un 30% que se encuentran entre los 26 y 35 años.
Entre 26 y 35 años	40	30%	
Entre 36 y 45 años	65	50%	
Entre 46 y 60 años	20	15%	
TOTAL	131	100%	



3. ¿Tiempo de antigüedad en su negocio?

Tabla N. 3

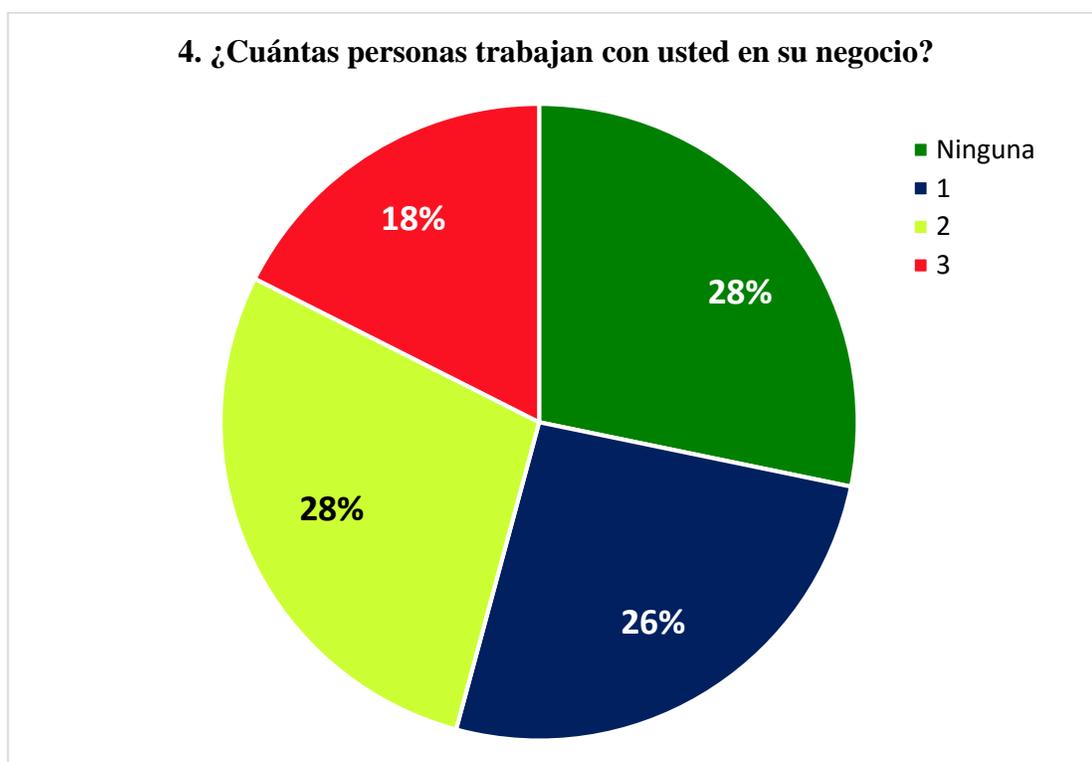
CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Entre 1 y 5 años	36	28%	<p><i>Antigüedad del encuestado en su negocio.</i></p> <p>La mayor parte de la muestra, con un 34% de los encuestados tiene entre 6 y 10 años de antigüedad en su negocio.</p>
Entre 6 y 10 años	45	34%	
Entre 11 y 15 años	36	27%	
Más de 15 años	14	11%	
TOTAL	131	100%	



4. ¿Cuántas personas trabajan con usted en su negocio?

Tabla N. 4

CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Ninguna	37	28%	<p><i>Número de personas con las que trabaja.</i></p> <p>Un 28% de los encuestados indico que trabaja solo en su negocio.</p> <p>Y otro 28% de los encuestados indicó que trabaja con 2 personas.</p>
1	34	26%	
2	37	28%	
3	23	18%	
TOTAL	131	100%	

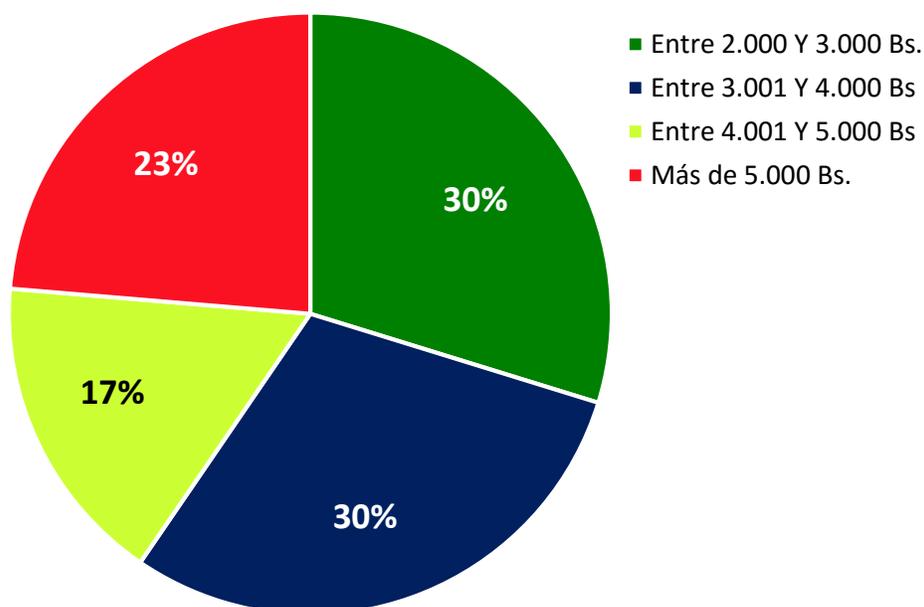


5. ¿Aproximadamente a cuánto asciende su ingreso mensual?

Tabla N. 5

CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Entre 2.000 Y 3.000 Bs.	39	30%	<p>Ingreso Mensual.</p> <p>En un 60% de los encuestados el ingreso por mes que más prevaleces entre 2.000 y 3.000 Bs. y entre 3.001 y 4.000 Bs.</p> <p>Y un 24% de los encuestados tiene como ingreso mensual Más de 5.000 Bs.</p>
Entre 3.001 Y 4.000 Bs	39	30%	
Entre 4.001 Y 5.000 Bs	22	17%	
Más de 5.000 Bs.	31	23%	
TOTAL	131	100%	

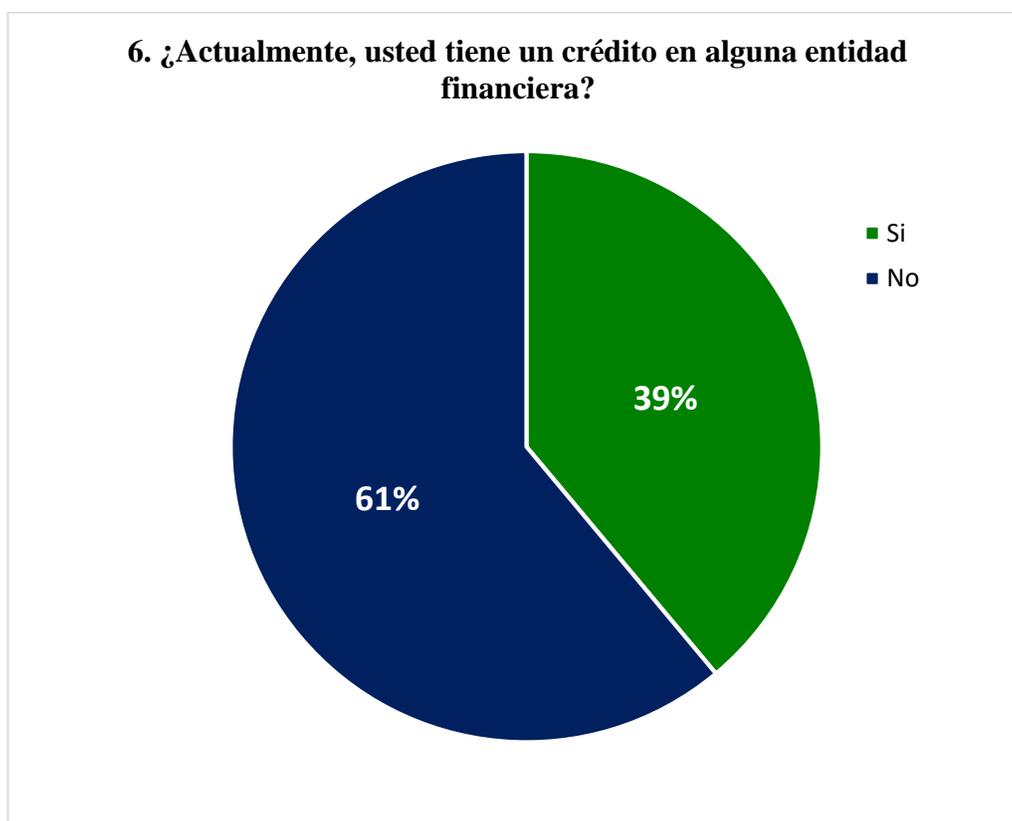
5. ¿Aproximadamente a cuánto asciende su ingreso mensual?



6. ¿Actualmente, usted tiene un crédito en alguna entidad financiera?

Tabla N. 6

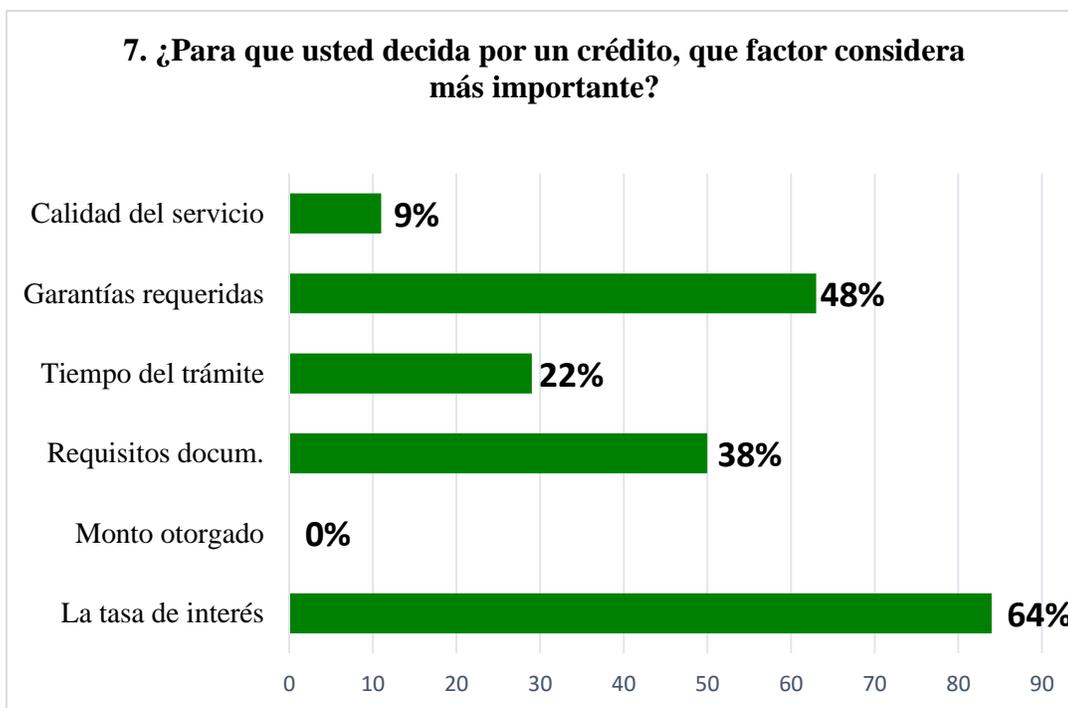
CAT.	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Si	51	39%	<p><i>Situación actual de endeudamiento.</i></p> <p>Un 61% de los encuestados indica que no tiene crédito en entidades financieras, mientras que un 39% indicó que sí.</p>
No	80	61%	
TOTAL	131	100%	



7. ¿Para que usted decida por un crédito, que factor considera más importante?

Tabla N. 7

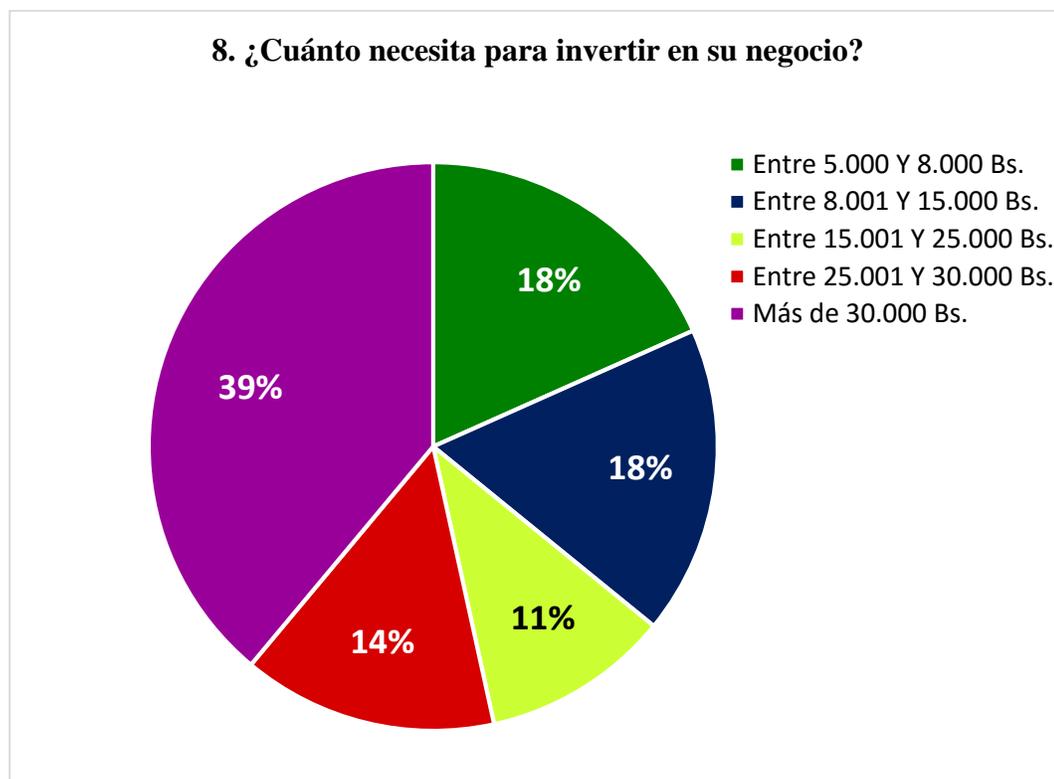
CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
La tasa de interés	84	64%	<p><i>Característica más importante, al momento de acceder a un crédito.</i></p> <p>Con un 64% la característica que es considerada la más importante para los encuestados es la Tasa de interés.</p> <p>Seguida de las Garantías Requeridas con un 48%.</p>
Monto otorgado	0	0%	
Requisitos docum.	50	38 %	
Tiempo del trámite	29	22%	
Garantías requeridas	63	48%	
Calidad del servicio	11	9%	



8. ¿Cuánto necesita para invertir en su negocio?

Tabla N. 8

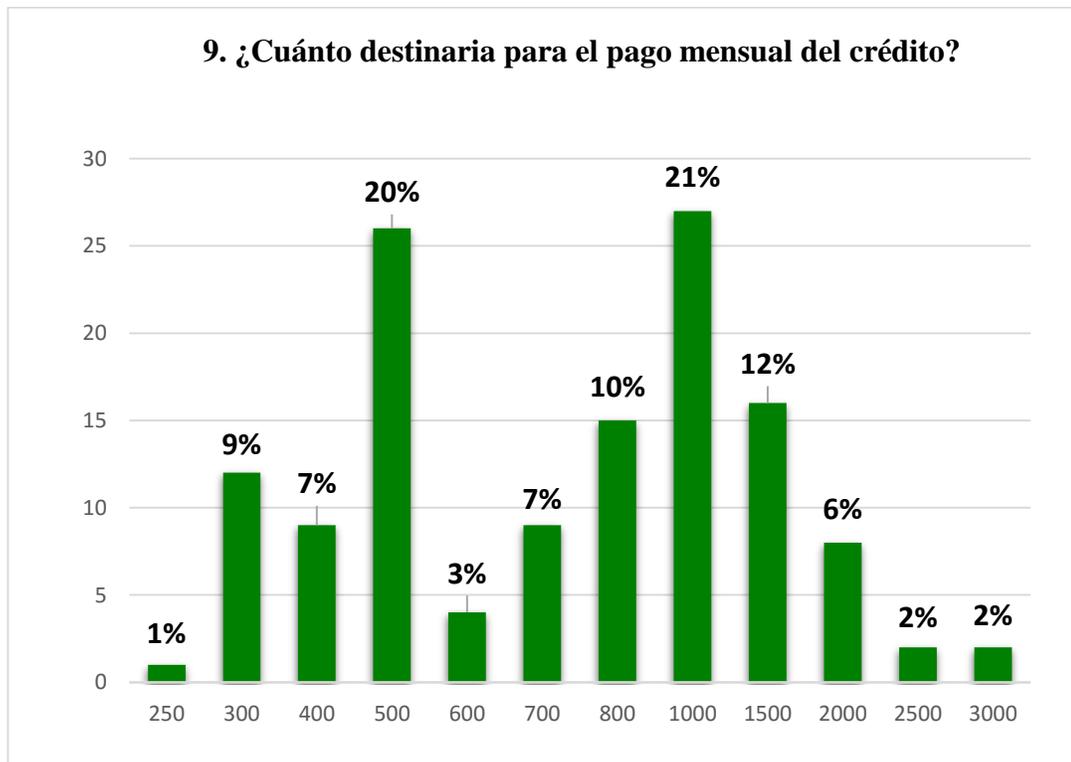
CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Entre 5.000 Y 8.000 Bs.	24	18%	<p><i>Monto necesario para inversión</i></p> <p>La mayoría de los encuestados (39%) indicó que para invertir en su negocio le es necesario un monto de Más de 30.000 Bs.</p> <p>Y un 18% indicó que necesita un monto entre 5.000 y 8.000 Bs.</p>
Entre 8.001 Y 15.000 Bs.	23	18%	
Entre 15.001 Y 25.000 Bs.	14	11%	
Entre 25.001 Y 30.000 Bs.	19	14%	
Más de 30.000 Bs.	51	39%	
TOTAL	131	100%	



9. ¿Cuánto destinaria para el pago mensual del crédito?

Tabla N. 9

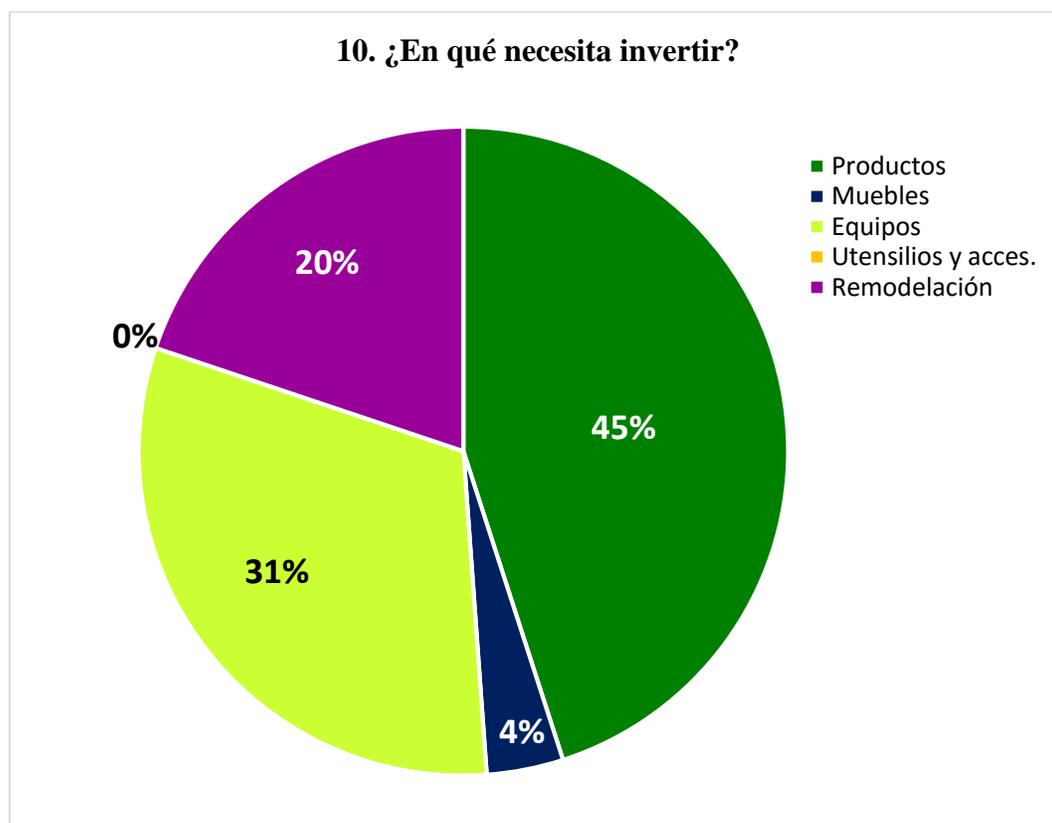
CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
250	1	1%	<p><i>Monto mensual destinado al pago de un crédito.</i></p> <p>La mayoría de los encuestados (21%) indican que están dispuestos a destinar 1000 Bs. para el pago de un crédito.</p> <p>Y un 20% destinaria 500 bs.</p>
300	12	9%	
400	9	7%	
500	26	20%	
600	4	3%	
700	9	7%	
800	15	10%	
1000	27	21%	
1500	16	12%	
2000	8	6%	
2500	2	2%	
3000	2	2%	
TOTAL	131	100%	



10. ¿En qué necesita invertir?

Tabla N. 10

CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Productos	59	45%	<p>Destino de la Inversión.</p> <p>Un 45% de los encuestados indicó que necesita invertir en Productos.</p> <p>Y un 31% en la compra de Equipos.</p>
Muebles	5	4%	
Equipos	41	31%	
Utensilios y acces.	0	0%	
Remodelación	26	20%	
TOTAL	131	100%	

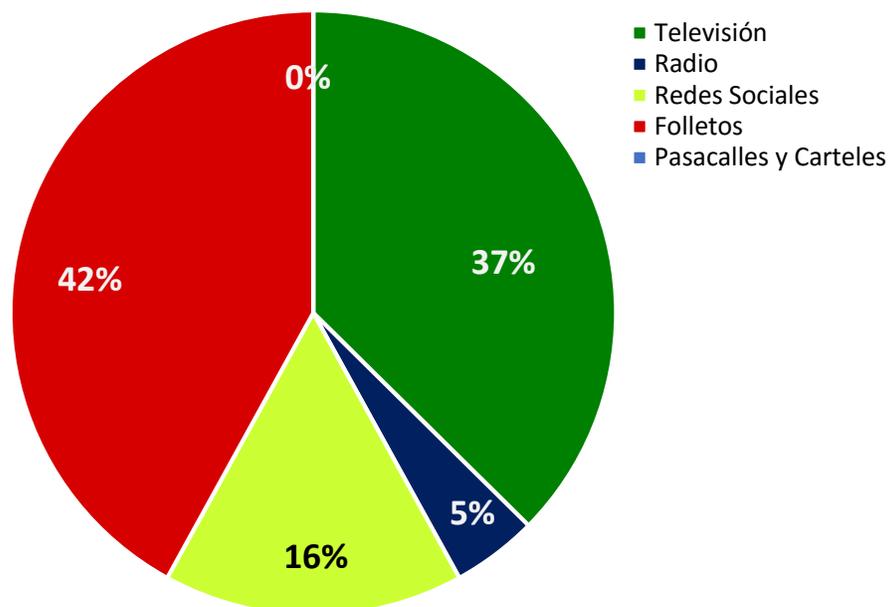


11. ¿Cuál es el medio por el cuál usted se informa de los servicios y productos ofrecidos por entidades Financieras?

Tabla N. 11

CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Televisión	49	37%	<p><i>Medio de información</i></p> <p>Un 42% de los encuestados indicó que se informa sobre servicios y productos ofrecidos por entidades financieras a través de Folletos.</p> <p>Y un 37% a través de Televisión.</p>
Radio	6	5%	
Redes Sociales	21	16%	
Folletos	55	42%	
Pasacalles y Carteles	0	0%	
TOTAL	131	100%	

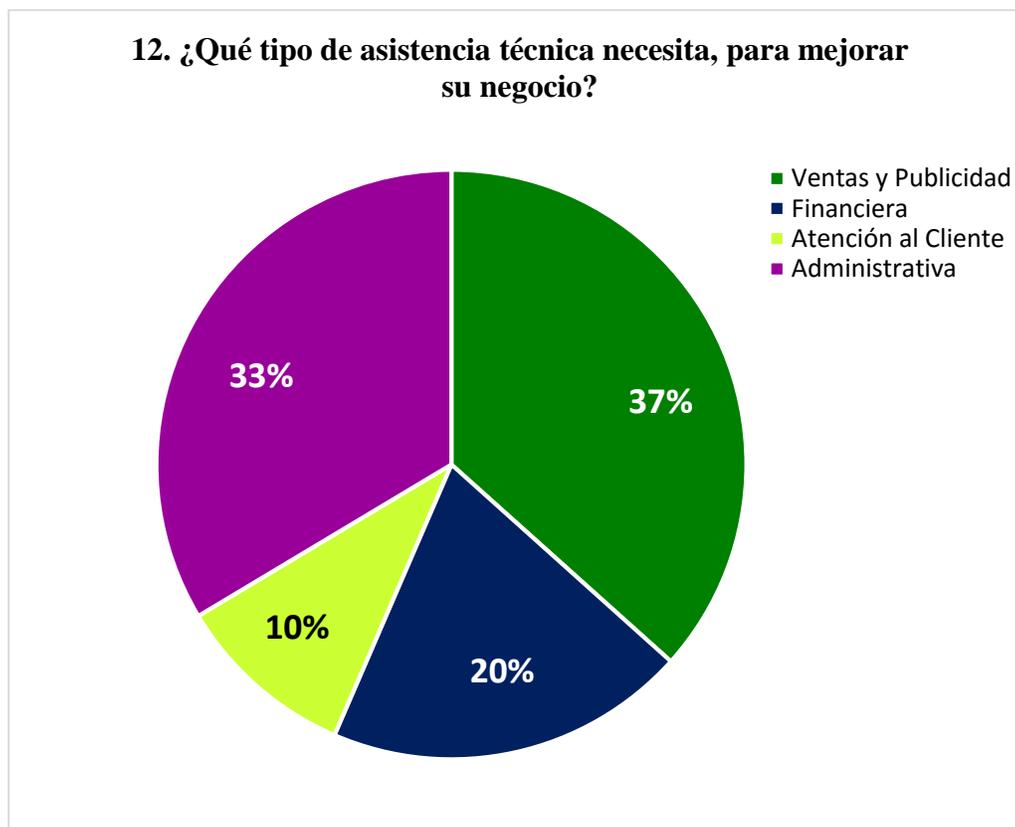
11. ¿Cuál es el medio por el cuál usted se informa de los servicios y productos ofrecidos por entidades Financieras?



12. ¿Qué tipo de asistencia técnica necesita, para mejorar su negocio?

Tabla N. 12

CATEGORIA	N° ENC.	% ALC.	INTERPRETACIÓN
Ventas y Publicidad	48	37%	<i>Asistencia Técnica Necesaria.</i> La mayoría de los encuestados tienen la necesidad de una Asistencia de Ventas y Publicidad (37%) y una Asistencia Administrativa (33%).
Financiera	26	20%	
Atención al Cliente	13	10%	
Administrativa	44	33%	
TOTAL	131	100%	



CONCLUSIONES

Procesadas las encuestas, se identifican estas principales características en los socios potenciales:

- ❖ El 50% de los encuestados se encuentran entre los 36 y 45 años, y 30% entre los 26 y 35 años.
- ❖ El 34% de los encuestados tienen entre 6 y 10 años de antigüedad en su negocio, lo cual nos indica que la mayoría tiene mucha experiencia en el mercado y además cuenta con la antigüedad necesaria para obtener un crédito.
- ❖ En un 30% de los encuestados el ingreso por mes que más prevalece es entre 2.000 y 3.000 Bs., y también 30% entre 3.001 y 4.000 Bs. Evidenciando que un 60% goza de una capacidad de pago para acceder a un crédito.
- ❖ Un 28% de los encuestados indicó que trabaja solo en su negocio. De igual manera otro 28% de los encuestados indicó que trabaja con 2 personas.
- ❖ Un 61% de los encuestados indica que no tiene crédito en ninguna entidad financiera, lo cual representa una gran oportunidad para la cooperativa ya que el segmento muestra un bajo nivel de endeudamiento.
- ❖ En un 64% la característica que es considerada más importante para los es la Tasa de interés, seguida de las Garantías Requeridas con un 48%.
- ❖ La mayoría de los encuestados (39%) indicó que para invertir en su negocio le es necesario un monto de Más de 30.000 Bs., monto que al no ser alto tendrá un retorno de capital e ingreso de intereses en un periodo más corto, lo cual será beneficioso para la Cooperativa.
- ❖ La mayoría de los encuestados (21%) indican que están dispuestos a destinar 1000 Bs. para el pago de un crédito, y un 20% destinaria 500 bs.
- ❖ Un 45% de los encuestados indicó que necesita invertir en Productos y un 31% en compra de Equipos.
- ❖ La mayoría de los encuestados tienen la necesidad de una Asistencia de Ventas y Publicidad (37%) y una Asistencia Administrativa (33%).

CAPITULO IV

PROPUESTA

"CHURQUJ LOOK"

Microcrédito



**Cooperativa de Ahorro y Crédito
"EL CHURQUI Ltda."**

4.1. ANTECEDENTES

La formación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Bolivia proviene desde fines de la década de los 50, los promotores de las primeras cooperativas de ahorro y crédito fueron sacerdotes norteamericanos que a partir de los años 1960 fundan las primeras cooperativas Santa Ana de Cala Cala de Cochabamba y Nuestra Señora de Carmen en la ciudad de Riberalta Beni. Las Cooperativas de Ahorro y Crédito para su funcionamiento se organizaron en base a la Ley General de Sociedades Cooperativas aprobada y promulgada en septiembre de 1958 por el gobierno del Dr. Hernán Siles Suazo.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “El Churqui” Ltda. cuenta con personería jurídica N° 4531 y está inscrita en el Registro Nacional de Cooperativas bajo el N° 4138, abrió sus oficinas al público un 25 de Junio de 1993, a la fecha cuenta con una oficina central ubicada en una zona comercial estratégica de la ciudad de Tarija (calle Delgadillo N°570), Agencia San José que se apertura el 02 de junio de 2004 con infraestructura propia ubicada en el Barrio del mismo nombre (cake María Lea Plaza N°170) su ubicación permite atender las necesidades e inquietudes de socios que no tienen posibilidades de ser atendidos por otras instituciones financieras. En el área rural se cuenta con dos Agencias, una en la capital de la Provincia Avilés en el Valle de la Concepción cuya apertura fue el 18 de mayo de 2002 que permite principalmente la atención a los productores de uva, y la segunda que inició su actividad el 08 de junio de 2006 en la Provincia Gran Chaco específicamente en Caraparí que actúa como agente integrador que aporta al Desarrollo del Departamento de Tarija.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. Objetivo General

El objetivo general como área de créditos es incrementar la comercialización de nuestros productos financieros para generar e incrementar nuestros ingresos financieros, al mismo tiempo lograr un mejor posicionamiento de la Cooperativa.

4.2.2. Objetivos Específicos

- Promocionar nuestros servicios crediticios a los diferentes sectores económicos de la ciudad a través de personas capacitadas para tal efecto.
- Captar nuevos socios como resultado de la aplicación de la promoción crediticia.
- Generar información y conocimientos sobre los productos, servicios y beneficios de hacer uso de ellos.

4.3. JUSTIFICACIONES

- Nace con la finalidad de satisfacer una necesidad del sector independiente más propiamente a aquellos que brindan servicios de peluquería a través de la otorgación de un Microcrédito, que constituye una razón para coadyuvar y beneficiar ese nicho de mercado.
- Así también como medida para mejorar nuestros límites de concentración del tipo de crédito Microcrédito.
- Y de esa manera diversificar y ampliar la cartera crediticia de la Cooperativa.

4.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

En base a la información obtenida en investigaciones previas, se realizó la segmentación del mercado considerando la edad que más prevalece en el segmento, que es entre los 26 y 45 años, habitantes de la ciudad de Tarija cuya actividad principal se encuentra enmarcada en la Categoría O del CAEDEC y pertenecen a todo tipo de clase social.

4.4.1. ELECCIÓN DEL MERCADO META

Según lo establecido en la segmentación de mercado, se identificó que el principal mercado meta serán las personas de ambos sexos, residentes de la Ciudad de Tarija, propietarios de peluquerías y salones de belleza con licencia de funcionamiento y que están económicamente activos, comprendidos en la Categoría O, código 93020 del CAEDEC (Servicios de peluquería y otros tratamientos de belleza).

4.5. ESTRATEGIA DE MARKETING

MARKETING MIX

4.5.1. Precio

En la actualidad el cliente es un consumidor más inteligente y más exigente, en una situación de guerra de precios la entidad capaz de ofrecer algo más allá de un valor monetario estará en ventaja en el mercado, esto no necesariamente implica que el producto sea el más barato sino el que más satisface al socio como la buena atención, ubicación geográfica y otros por lo tanto el precio para el producto establecido será una tasa de interés del **18% y 24%** anual, brindando una atención personalizada y ágil por cada oficial de créditos.

Lo que no se mencione en el producto, deberá ser aplicado tal cual especifica la Política de Créditos vigente.

4.5.2. Plaza (Distribución)

Existen diferentes tipos de interacción entre el proveedor del servicio y el cliente consumidor:

- El cliente va al proveedor del servicio
- El proveedor del servicio va al cliente
- El proveedor del servicio y el cliente realizan transacciones de negocios al alcance de la mano.

Con el producto Microcrédito “Churqui Look” se trabajará con la segunda opción:

El proveedor del servicio va al cliente, es decir se desplazará la personal por puntos estratégicos de la ciudad para tal efecto, tanto para la promoción como para la recolección de documentación de personas interesadas en el producto.

4.5.3. Producto

El Microcrédito Churqui Look tendrá las siguientes características:

TIPO DE GARANTIA	MONTO MAX. (Bs,)	TASA (Anual)	PLAZO MAX. (meses)
A Sola Firma Con Garantía Prendaria Sin Desplazamiento	Hasta 8.000	24%	12
Con 1 Garante Personal	Hasta 50.000	18%	48

Además este producto incluirá un beneficio adicional: que consistirá en el acceso a una Asistencia Técnica.

BENEFICIO ADICIONAL	
Asistencia Técnica	Asistencia de Ventas y Publicidad
	Asistencia Administrativa

La Cooperativa podrá decidir cuál de las dos alternativas ofrecer, ya que dichas alternativas son las que cuentan con mayor porcentaje de preferencia del segmento, además se podría incluir, brindar a los socios un listado de proveedores de productos y/o equipos para su negocio.

Las solicitudes de este producto promocional antes de su aprobación deberán contar con la evaluación ex – ante por la Unidad de Riesgos.

4.5.4. Promoción (estrategia promocional)

La promoción consiste en una buena información para lograr influir y persuadir a los posibles nuevos prestatarios.

La promoción del producto “Churqui Look” se la realizara a través de visitas personales, para tal efecto se deberá elaborar volantes atractivos con la información básica sobre el producto.

4.6. ALCANCE

El Producto Churqui Look se aplicara en el área urbana de la ciudad de Tarija, tanto en la Oficina Central como en la Agencia San José, a través de la zonificación de la misma, para lograr llegar a los puntos estratégicos y para la captación de socios prestatarios.

Se pretende la colocación de 12 créditos por mes, en un promedio de Treinta y Cinco Mil Bolivianos por operación a una tasa promedio de 1,5% mensual, generando un interés mensual aproximado de Seis Mil Cuatrocientos Treinta y Dos Bolivianos.

La duración de la promoción será de 3 meses a partir de la socialización de la Aprobación del Producto, para posteriormente ser insertado en la Política de Créditos de la Cooperativa.

4.7. PRESUPUESTO

Para la promoción de Churqui Look se requiere la colaboración de 4 personas como personal de apoyo para la difusión del producto por las diferentes zonas de la ciudad por 7 días, se le dotara material publicitario (volantes), el presupuesto para la promoción será de:

Material Publicitario (volantes)	1.500 Bs.
Personal de Apoyo (c/u 400bs.)	1.600 Bs.
Asistencia Técnica	1.500 Bs.
TOTAL	4.600 Bs.

CAPITULO V

**MEMORIA DE
EXPERIENCIA
PROFESIONAL**

5. MEMORIA DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

Durante la pasantía (experiencia profesional) que abarcó un periodo de tres meses entre el 7 de agosto al 7 de noviembre se obtuvo la información requerida para el desarrollo del presente trabajo de profesionalización, gracias a la predisposición de la Gerencia General y Jefatura de Créditos y Recuperaciones de la Cooperativa “El Churqui” Ltda., como:

- **Entrevistas** a los superiores, tales como Gerente General y Jefe de Créditos y Recuperaciones para obtener información necesaria en cuanto a las necesidades y la situación actual de la Cooperativa.
- **Revisión de Documentación Interna**, donde se obtuvo información muy importante a través del acceso a sus políticas, reglamentos, memorias y manual de funciones.

De igual manera se tuvo acceso a datos internos, los cuales después de un análisis nos permitió identificar y constatar el tipo de crédito más viable y necesario actualmente para la cooperativa.

Así mismo, se tuvo acceso a carpetas crediticias, que nos permitió conocer el proceso de armado de las mismas, también el acceso al sistema para obtención de datos necesarios dentro de la realización de la pasantía.

Cabe mencionar que la propuesta del presente trabajo responde al análisis de métodos de investigación, mercadeo y la experiencia adquirida, lo que permitió conocer, aplicar y valorar instrumentos de investigación y mercadeo, que son parte del programa de la Carrera de Administración de Empresas, aprendidos durante los años de estudio.

Dicha experiencia adquirida fue a través de las diferentes actividades realizadas, como se detalla a continuación:

5.1. INFORME DE ACTIVIDADES REALIZADAS

- **Selección y ordenamiento de carpetas de crédito.**

Se realizó el ordenamiento de carpetas de socios por oficiales de crédito de la oficina Central, agencia San José, agencia del Valle y Caraparí.

- **Apoyo en el Proyecto de Medición de Satisfacción de Clientes, de la Cooperativa “EL CHURQUI”.**

Se apoyó a través de la realización de tres diferentes encuestas a los socios de la Oficina Central, Agencias del Valle y Caraparí.

- **Ordenamiento de archivos de la Jefatura de Crédito y Recuperaciones.**

Se seleccionó y ordenó los archivos de entrada y salida del Área, correspondiente a la gestión 2019.

- **Registro y Revisión de Observaciones de carpetas de créditos.**

Consistió en registrar las observaciones de las carpetas de nuevos créditos, por parte del Jefe de Créditos, así mismo se revisó si dichas observaciones fueron subsanadas para su posterior aprobación.

- **Cobranzas y Notificaciones.**

Los cobros y notificaciones de cuotas de créditos en mora, son realizados personalmente a través de visitas a los socios.

- **Recepción y devolución de carpetas de créditos solicitadas.**

Se llevó a cabo la recepción, control y devolución de las carpetas de créditos por oficial de las diferentes agencias, solicitadas como muestra para revisión por parte de Unidad de Riesgos y por Auditoría Externa.

- **Entrega de órdenes de depósitos por pago de cuotas de socios.**

Las órdenes de depósitos son emitidas por el área de Contabilidad, una vez recepcionadas en el área de Créditos y Recuperaciones son entregadas al

oficial de crédito correspondiente según un rol mensual, para el respectivo cobro de los créditos según dichos depósitos.

- **Recepción de documentación entrante a Jefatura de Crédito y Recuperaciones.**

Diariamente se recepcionó la documentación entrante a Jefatura de Créditos y Recuperaciones, como ser circulares internas, informes mensuales de encargados de agencias, oficiales de crédito, asesores comerciales y recuperación; dicha recepción se realiza mediante un sello que detalla la fecha y hora en que el documento fue recibido.

- **Verificación Domiciliaria y laboral de solicitantes de crédito.**

La verificación es realizada a través de la toma de fotografías de los domicilios y el lugar de trabajo de los solicitantes de créditos, que son requisito para completar la información en carpetas de socios o solicitantes de créditos.

- **Extracción de datos del sistema sobre Créditos en Mora por oficial.**

Se extrajo del sistema los montos actuales de las cuotas de créditos en mora por oficial de crédito, para su posterior notificación.

- **Notificaciones vía telefónica.**

Se realizaron llamadas para notificar a socios con créditos en mora, informándoles el monto actual a la fecha de su cuota.

- **Revisión de carpetas de créditos.**

Se realizó una revisión de las carpetas ya aprobadas y con el desembolso respectivo, que fueron solicitadas como muestra para revisión por el Área de Riegos.

- **Participación en las actividades extras de la institución**

Así mismo es necesario dar a conocer que no solo se realizaron tareas específicas como las anteriormente mencionadas, sino que también se fue

partícipe de reuniones mensuales y capacitaciones concernientes al Área. Además de actividades extras tales como: compartir momentos de refrigerio o almuerzo, entre otras actividades ejecutadas dentro de las fechas establecidas en el periodo de la pasantía.

5.2. DESARROLLO DE HABILIDADES ADQUIRIDAS

5.2.1. Habilidades Técnicas

Estas habilidades involucran procesos, técnicas o herramientas propias del Área de Créditos presentadas a continuación:

- Revisar carpetas de nuevos créditos solicitados: se realiza de acuerdo a hojas de ruta del proceso crediticio para la aprobación de un crédito.
- Registro y Revisión de Observaciones de carpetas de créditos: que consiste en registrar las observaciones en una planilla, y posteriormente revisar si dichas observaciones fueron subsanadas por los oficiales para su posterior aprobación.
- Realizar Cobros y Notificaciones a socios: que son realizadas mediante visitas a los socios para notificar que ya se encuentran en mora con el pago de sus cuotas, y/o realizar el cobro de las mismas, que son constatadas a través de recibos o boletas de notificación.
- Recepcionar la documentación entrante a Jefatura de Crédito y Recuperaciones: que se realizaba diariamente mediante firma y sello que detalla la fecha y hora en que el documento fue recibido.
- Realizar verificaciones domiciliarias y laborales de solicitantes de créditos: a través de la toma de fotografías de los domicilios y el lugar de trabajo de los

solicitantes de créditos, que son requisito para completar la información en carpetas de socios o solicitantes de créditos.

- Realizar notificaciones vía telefónica: que es la interacción con los socios a través de llamadas telefónicas con fin de notificarles los días de retraso o mora del pago de sus cuotas.

5.2.2. Habilidades Humanas

Estas contemplan habilidades desarrolladas para interactuar con el personal que trabaja dentro de la Cooperativa, así mismo con los socios que se presentan en la Cooperativa.

- Capacidad para la Comunicación: esta capacidad se desarrollaba al realizar y consultar algunas dudas que se tenía en las tareas designadas, y sobre todo en reuniones con los superiores intervinientes con el tema del presente trabajo. De igual manera al momento de interactuar con socios vía telefónica o con aquellos que se presentaban en las instalaciones de la Cooperativa.
- Amabilidad: al momento de interactuar con los diferentes trabajadores de la Cooperativa, de igual manera con los socios y demás personas que visitaban la cooperativa.
- Responsabilidad: en cuanto a la realización de las tareas asignadas, ya que estas debían ser realizadas de manera cuidadosa, como ser el manejo de las carpetas, así también con el uso del material, equipos otorgados y documentos me fueron confiados.
- Confianza: ya que durante el tiempo de pasantía, hubieron días en los cuales la Jefe de créditos se encontraba con permiso, en esas ocasiones era responsable de controlar algunas actividades concernientes al área.

- Capacidad para trabajar en equipo: ya que una de las tareas designadas fue apoyar en un proyecto de medición de satisfacción del cliente, mediante la realización de encuestas a socios de la Cooperativa; en donde se fue a las distintas agencias; teniendo que coordinar todo este proceso con el responsable del proyecto y así también con los encargados de agencias y Jefe de Créditos.

CONCLUSIONES

- ❖ La ampliación de la oferta crediticia de la Cooperativa “El Churqui” Ltda. en el mercado del microcrédito es una gran oportunidad para su crecimiento y. El mercado del microcrédito dentro del departamento se encuentra poblado por muchas instituciones financieras que con productos similares entre ellos tratan de cubrir la alta demanda que existe. Cabe mencionar que este mercado tiene la característica de llegar a ser muy inestable ya que estas microempresas son muy propensas a cerrarse si no generan las utilidades esperadas. Sin embargo la producción y la necesidad de recursos de las microempresas no ha parado, por lo que el producto de microcrédito presenta una alta demanda, lo cual se convierte en una excelente oportunidad para incursionar con un producto que responda a las necesidades de estos posibles socios y sea de beneficio y crecimiento para la Cooperativa “El Churqui” Ltda.
- ❖ El ingreso al sector de peluquerías y salones de belleza de la ciudad de Tarija con un producto de microcrédito enfocados a contribuir en el funcionamiento de dicho sector es una excelente oportunidad de crecimiento y expansión para la

Cooperativa. El sector el cual este estudio ha definido como mercado meta, se caracteriza por su gran proliferación, demanda y buena aceptación del servicio que ofrece. La Cooperativa “El Churqui” Ltda. al ser una institución financiera bien posicionada con más de 25 años brindando sus servicios en la ciudad de Tarija, posee una excelente oportunidad para que en base a su firmeza y confianza como institución financiera, realice el ingreso a este sector con un producto de microcrédito y así contribuir con el crecimiento de estas microempresas y por ende crecer como Cooperativa.

- ❖ El desarrollo e implementación interna de productos de microcrédito dentro de la Cooperativa “El Churqui” Ltda. es factible ya que no demanda mayores exigencias para la Cooperativa, tomando en cuenta que la organización de la Cooperativa permite el ingreso de nuevos productos en forma correcta y rápida, además de que el personal operativo se encuentra capacitado sobre lo que es el microcrédito, su funcionamiento, beneficios y contratiempos.

RECOMENDACIONES

En base al estudio realizado se llegó a la determinación de las siguientes recomendaciones:

- ❖ Procurar la implementación y puesta en práctica de este proyecto en un corto plazo, por la oportunidad favorable que representa para la Cooperativa, además de evitar a futuro actualizaciones de la información ya que generaría costos adicionales para la Cooperativa.
- ❖ La estrategia de promoción del nuevo producto deberá ser constante en su tiempo de duración y bien dirigida a los potenciales socios de la Cooperativa. La incursión de la Cooperativa para ofrecer el nuevo producto de microcrédito “Churqui Look” al sector de peluquerías y salones de belleza debe ser ampliamente difundida mediante estrategias apropiadas, dando a conocer las características del nuevo producto, los requisitos y requerimientos. Uno de los aspectos más importantes de la promoción es que debe ser personalizada por medio de visitas; así se logrará un conocimiento completo del producto ofrecido por la Cooperativa “El Churqui” Ltda. por parte de los potenciales socios.
- ❖ Orientar la gestión de los Jefes de cada Agencia y el personal que se relaciona directamente con los socios y posibles socios, para establecer buenas relaciones, conociéndolos, estar al tanto de ellos y de sus actividades, esto contribuiría en la acertada otorgación de microcréditos, y evitará el aumento de la cartera vencida y morosidad que se puede presentar. Además que los socios se sentirán más identificados y respaldados por la Cooperativa, lo cual construye confianza y relaciones de negocios fuertes y de fidelidad a largo plazo.
- ❖ Se recomienda que la asistencia técnica en ventas y promoción y/o administración brindada sea de calidad y excelencia, siendo significativa para los socios y que responda a sus necesidades y expectativas reales, ya que al cumplir con sus expectativas los socios recomendarán el producto y así se conseguirá la preferencia de nuevos socios.