SCIENZA
e-ISSN: 3028-3469 (En línea)
Vol. 2 N°. 2 /Enero-Junio 2024/p.p. 2-7 Ocaña, Colombia
©Corporación de Gestión Empresarial, Investigativa y de Proyectos

Proyección de una cooperativa financiera de créditos y ahorros de tenderos en Aguachica

Projection of a financial cooperative for credits and savings of shopkeepers in Aguachica

Adriana Marcela Esquivia – Amaya[1]
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Administración de Empresas, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia ORCID: https://orcid.org/0009-0005-5880-3193 E-mail: adriana.esquivia@uniminuto.edu.co

Eduard Andrés Castaño Gil[2]
Maestría en Mercadeo, Especialista en Gerencia en Mercadeo, Administración Financiera, Docente de la Universidad de Manizales. ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9924-4694 E-mail: ecastano@umanizales.edu.co

Artículo de investigación

Fecha de recepción: 05/10/2023

Fecha de aceptación: 28/12/2023

Fecha de publicación: 01/01/2024

Este proyecto comprende de un ejercicio investigativo enfocado en la estructura de un plan de negocio para la creación de la Cooperativa Financiera de Crédito y Ahorros de tenderos en el municipio de Aguachica; Cesar, con el fin de apoyar al fortalecimiento y crecimiento del gremio, respaldando los procesos a través de una entidad financiera, así mismo brindando capacitaciones y el acompañamiento del proceso de vinculación para ser asociado a la entidad financiera.

Para ello, se realiza un análisis de mercados, seguidamente se describe el valor agregado de la Cooperativa y su impacto en los tendedores de Aguachica, mediante una investigación descriptiva y de enfoque cuantitativo. Se concluye, el gran impacto de la cooperativa y su importante organización administrativa para asociarse la población de tenderos.

Palabras claves: Ahorro, Cooperativa financiera, crédito, modelo de negocio, tiendas de barrios.

This project comprises a research exercise focused on the structure of a business plan for the creation of the Cooperativa Financiera de Crédito y Ahorros for shopkeepers in the municipality of Aguachica, Cesar, in order to support the strengthening and growth of the guild, supporting the processes through a financial institution, as well as providing training and support for the process of linking to be associated with the financial institution.

For this purpose, a market analysis is carried out, followed by a description of the Cooperative's added value and its impact on Aguachica's vendors, through a descriptive research with a quantitative approach. It is concluded, the great impact of the cooperative and its important administrative organization to associate the population of shopkeepers.

Key words: savings, Financial cooperative, credit, savings, business model. neighborhood stores.

La revisión por pares es responsabilidad de la Corporación de Gestión Empresarial, Investigativa y de Proyectos [CORGEINP].
Para correspondencia correo electrónico: corgeinp@gmail.c om
Artículo bajo licencia CC BY-NC (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Introducción

La presente investigación está basada en la elaboración de una estructura de plan de negocios para la creación de la cooperativa financiera de tenderos en el municipio de Aguachica, Departamento del Cesar. Contribuyendo al crecimiento y progreso de este gremio, a través de los sistemas de ahorros y créditos. Con el propósito de determinar el potencial y los pasos necesarios para promover y llevar a cabo los objetivos de la realización de esta entidad financiera, identificando los aspectos organizacionales e infraestructura, para contribuir al crecimiento y progresos de las tiendas de barrio en el municipio. Vargas Prieto, A., & Rojas Mora, J. É. (2022).

Por lo tanto, se busca introducir una línea de productos y servicios innovadores que facilitan la vinculación de los asociados y de sus actividades económicas, mediante de estrategias que les permita mejorar sus deficiencias. Con el propósito de entender mucho más el mercado al cual va dirigido este proyecto investigativo, es necesario aplicar un estudio descriptivo, visto que este orienta la estructura de un plan de negocio, dando a conocer el análisis de las diferentes variables del estudio, logrando resultados cualitativos y cuantitativos, permitiendo la facilidad efectiva del cumplimiento de los objetivos propuestos.

2. Marco Teórico

2.1 Teoría del Emprendimiento

Desde que Richard Cantillon introdujo el termino emprendimiento, este campo se ha estudiado desde diversas perspectivas teóricas, como la económica, la sociología, la psicología, la antología, la ciencia política y administración de empresas. (Yépez, 2020).

La teoría del emprendimiento es un conjunto de ideas debidamente argumentadas que pretenden explicar los hechos o acontecimientos en el sector económico. Es el principio en el que se basa el tema de estudio, el cual implica una relación entre apuestas observables y la integración de esto hechos de alguna manera significativa, explicando cómo surge en una comunidad, y siendo responsable en el crecimiento de emprendimiento en la sociedad. (Querejazu Vidovic, 2020)

2.2 Teoría de la oferta y la demanda

Es un modelo económico que proporciona la base para la economía de consumo, la oferta y el coste dados de un bien, producto o servicio están determinados por la demanda y cuánto pagarán los consumidores por este. Las empresas, pequeñas y grandes, se benefician de comprender la ley de la oferta y la demanda, ya que las ayuda a encontrar un precio de equilibrio para sus productos, a mantener una fuente estable de bienes y servicios y a impulsar su rentabilidad.

De acuerdo con Hernández Ruedas, Cañizares Páez y Quintero Bayona (2023), para lograr que la demanda oferta tengan un impacto favorable es necesario que haya un equilibro con los factores de producción ya que estos influyen en las condiciones socioeconómicas. Por consiguiente, la oportunidad radica en establecer el precio un poco más alto durante los picos para aumentar las ganancias, mantener las ventas a un ritmo constante para reducir la tensión en los niveles de inventario, o mantener el mismo precio y pedir más inventario para satisfacer la demanda. (Mochon Mircillo, 2010)

2.3 Teoría organizacional

Se encarga del estudio comparativo de todas las corrientes que se relacionan con la administración, contribuyendo al esfuerzo del comportamiento de las empresas, para el logro de objetivos comunes mediante la división del trabajo. Constituye a las investigaciones exhaustivas que se destinaron de métodos superiores de la estructura organizacional que es el modelo jerárquico que una empresa, para facilitar la dirección y

administración de sus actividades. La teoría organizacional estudia las estructuras organizacionales y su diseño. Comprende el análisis comparativo entre la teoría clásica, la escuela estructuralista, el enfoque de sistemas y el de contingencias. (Sánchez Bañuelos, 2017)

3. Metodología

3.1 Tipo de investigación

El proyecto es de enfoque mixto, se desarrolló bajo un tipo de investigación descriptiva, realizando la medición de las variables de interés con la mayor precisión posible, explorando diferentes herramientas o instrumentos que abarcaron de manera didáctica y práctica la viabilidad de la cooperativa financiera en el municipio, ya que tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objetivo de estudio. (Forni & De Grande, 2020).

El diseño de las acciones que metodológicamente se consideraron adecuadas para el cumplimiento de los objetivos de la investigación a realizar, definiendo estrategias administrativas implementadas en las tiendas de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación y caracterización, los tipos de tiendas según las variables diferenciadoras. Mediante el estudio desarrollado en el que se tiene en cuenta los instrumentos aplicados, obteniendo la recolección de los datos a través del trabajo de campo, para su correspondiente análisis y consecución de los ítems que hacen parte del estudio de mercado.

El proyecto inicio como exploratorio y se desarrolló como una investigación descriptiva, al realizar la medición de las variables de interés con la mayor precisión posible, explorando diferentes herramientas o instrumentos que abarcaron de manera didáctica y práctica la viabilidad de la cooperativa financiera en el municipio. Permitiendo planificar, ejecutar y controlar el desarrollo de la investigación que se lleva a cabo, proporcionando así el paso a paso de cómo se debe abordar la investigación para definir los alcances, asignar los recursos pertinentes, el tiempo, los riesgos, factores y medir el éxito. Por el cual, se estandariza el proceso ayudando a garantizar que cada paso siga un enfoque coherente y estructurado para la creación de la entidad financiera.

3.2 Población

Considerando el concepto general de población, como el conjunto de personas u objetos que se desea conocer algo en la investigación, este proyecto objeto de estudio se desarrolla con las tiendas del municipio de Aguachica Departamento del Cesar. (López, 2004) (Pacheco y Duran,2020)

De manera complementaria, “la población de estudio estará integrada por el conjunto de personas o empresas que comparten características comunes y que es medible (Carhuancho Mendoza, Nolazco Labajos, et. al. 2019, p. 54) (Rios, 2017).

3.3 Muestra

Es un subconjunto, parte del universo o población en que se lleva a cabo la investigación, el estudio con una muestra intencionada, la cual se proyecta a 100 tiendas de barrio de la población en el municipio de Aguachica. La muestra es una parte representativa de la población. (López, 2004). Para ello se tienen en cuenta los siguientes criterios de selección:

- Tiendas de barrio ubicadas en el municipio de Aguachica.
- Tiendas dispuestas a dar información.
- Tiendas legalmente constituidas.

3.4 Instrumentos

La encuesta, es la técnica con la cual se busca información que conlleva a obtener resultados de la investigación. Esta técnica logra encontrar una mejor representación estadística en la recopilación de opiniones. En ella se tiene como instrumento el cuestionario, por su facilidad y entendimiento en su manejo.

4. Resultados de la investigación de mercados

La investigación de mercado tiene un gran aporte muy específico en la planeación de estrategias y la toma de decisiones de la viabilidad de la cooperativa, dependiendo de los resultados obtenidos se definen los propósitos y pasos a seguir para identificar los inconvenientes que se hayan detectado. Con el fin de encontrar la manera de optimizar recursos, mejorar las áreas de oportunidad y hacer que la entidad financiera sea más rentable. De acuerdo con el instrumento empleado, los datos se analizan de forma cualitativa y cuantitativa mediante el uso de tablas y gráficos estadísticos, permitiendo conocer la aceptación de los tenderos del municipio para adquirir los servicios y ser asociado a la cooperativa financiera. La información recolectada sirve de suministro para tomar decisiones respecto a la formalización de la entidad.

4.1 Diagrama de flujo de producción o del servicio

Este proceso es una representación gráfica que muestra las variaciones y relaciones de las acciones, con el objetivo de identificar los procesos internos que realiza la cooperativa permitiendo a los asociados obtener los servicios.

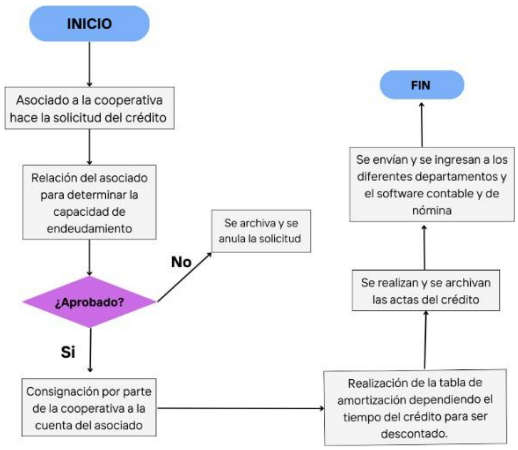


Figura 1. Diagrama de flujo de los servicios.

4.2 Descripción de la idea de negocios según modelo CANVAS

En el mundo de los negocios, la capacidad de visualizar y planificar estratégicamente es esencial, el modelo CANVAS es una herramienta innovadora que simplifica el proceso de diseño y desarrollo de modelos de negocio, permitiendo conocer y analizar las oportunidades de la empresa. (Ferreira Herrer, 2015), pensando siempre en el proceso de empresas B, como un logro institucional ante el enfoque social (Pacheco y Téllez, 2019).

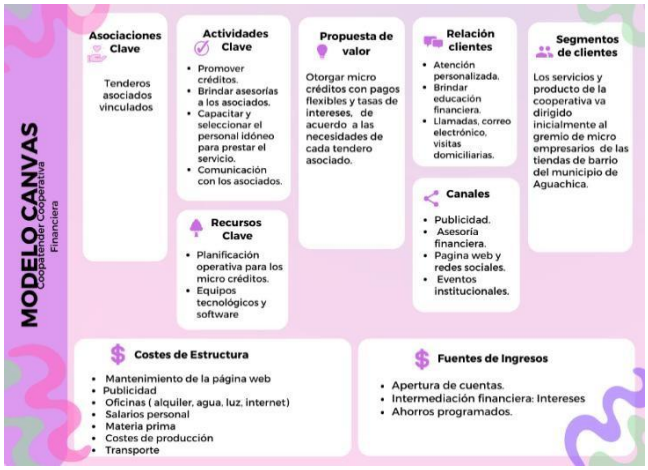


Figura 2. Modelo CANVAS.

4.3 Buyer Person (Basándose en la segmentación)

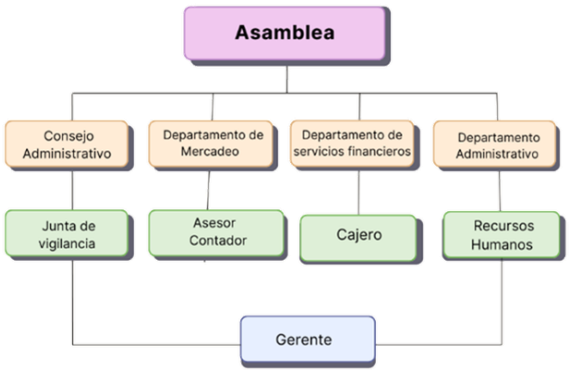
Es una representación ficticia de los clientes ideales, permitiendo definir la audiencia y ayudar a entender con mayor profundidad al público objetivo.

Tabla 1 *Público objetivo*

Edad	Mayores de edad
Nivel de formación	Cualquier nivel de formación
Nivel socioeconómico	Estratos 1-2-3-4
Tendencia empresarial	Propietario - Administrador
Intereses	Créditos, ahorros, capacitaciones
Barreras de crecimiento	Estabilidad a las tiendas, Alta competencia

4.4 Organigrama

Dentro del organigrama existe una jerarquía establecida con el fin de visualizar la estructura interna, así mismo los roles y los grupos de los diferentes departamentos administrativos de la Cooperativa Financiera Coopatender.



Fuente. Elaboración propia.

4.5 Logotipo



5. Resultados de la encuesta

En la encuesta aplicada se obtuvo resultados muy satisfactorios, como el 90% de los tenderos encuestados están interesados en vincularse y ser asociados a la entidad financiera, un 82% les interesa todo el portafolio de servicio que brindara la cooperativa, el 57% le agradaría recibir información acerca de la cooperativa a través de las redes sociales para estar conectados paso a paso, así mismo el tiempo que llevan las tiendas prestando sus servicios el cual el 72% tiene más de 5 años en esta actividad económica.

6. Conclusiones

Se logra demostrar con la indagación necesaria y suficiente que permite llegar a las siguientes conclusiones. Una vez realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto, se logra elaborar y plantear los objetivos propuesto de la creación de una cooperativa financiera de crédito y ahorros para las tiendas de barrio del municipio de Aguachica, Departamento del Cesar, en el que se abordaron los principales aspectos de la entidad en pro de su funcionamiento con un enfoque desde su área administrativa, operativa, técnica y financiera.

Los resultados técnicos son precisos con los elementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, físicos, tecnológicos, estructurales, la capacidad y distribución. La Cooperativa Coopatender abarca a todo el gremio de tenderos del municipio, dando ese apoyo y mano amiga al fortalecimiento y crecimientos de las actividades económicas.

En el estudio social y ambiental genera un impacto positivo, en lo social se realiza las exigencias y necesidades de los asociados, también contribuir generando empleos y al desarrollo económico del municipio. De manera ambiental el proyecto no realizará actividades que impliquen un impacto negativo.

Por lo tanto, con este trabajo y análisis realizado, se puede decir que la creación de una Cooperativa Financiera de Crédito y Ahorro para las tiendas en el municipio de Aguachica es de alta necesidad, pues con esto se cubre una demanda que tiene el gremio a la falta de acceder a un crédito para invertir en el fortalecimiento y crecimiento de sus actividades económicas.

Financieramente el proyecto, muestra un panorama positivo y rentable en cada etapa del desarrollo, bajos los indicadores de la Tasa Interna de Retorno y el Valor Presente Neto, se estima un punto de equilibro rentable y una inversión que será recuperada en su totalidad en un periodo de menos de dos años.

Desde el inicio de la investigación se evidencia, que el sector de tenderos ha sido muy afectado por la variación del mercado, partiendo de la llegada de supermercados y tiendas de grandes superficies en el municipio.

7. Recomendaciones

Durante el proceso de investigación de este proyecto, se indago en cada lineamiento para la viabilidad de la Cooperativa Financiera Coopatender, con las herramientas básicas y financieras con el fin de obtener los indicadores más relevantes y tomar decisiones acertadas para la ejecución de la inversión.

Se pretende que la cooperativa muestre un crecimiento más grande permitiendo contratación de mayor personal y así mismo el aumento significado de asociados. Además, seguir aplicando investigación de mercados, invertir en capacidad tecnológica, buscar incentivos para la generación de empleo y apropiar nomina electrónica y facturación electrónica, tener alianzas con el sector solidario y bancario para el apalancamiento, y en lo social hacer obras que ayuden a la transformación de territorios y apoyar el sentido de la innovación social.

8. Referencias

Carhuancho Mendoza, I., Nolazco Labajos, F., Monteverde, L., Guerrero Bejarano, M., & Casana Jara, K. (2019). Metodología para la investigación holítoca (Primera Edición ed.). Guayaquil: Universidad Internacional de Ecuador . Obtenido de https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3893/3/Metodolog%C3%ADa%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20hol%C3%ADst ica.pdf

Ferreira Herrer, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Cooperativismo y Desarrollo, 24(107). Obtenido de https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252

Forni, P., & De Grande, P. (2020). Triangulación y métodos mixtos en las ciencias sociales contemporáneas. Revista mexicana de sociología, 82(1). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032020000100159

Hernandez Ruedas, L. , Cañizares Páez, Y. Y., & Quintero Bayona, B. T. (2023). Análisis de los factores socioeconómicos y laborales en la cadena productiva de la Cebolla de Ábrego, Norte de Santander. Revista Scienza, 1(1), 10-19. Obtenido de https://corgeinp.com/ojs/index.php/scienza/article/view/3/2

López, P. L. (2004). Población Muestra y Muestro. Punto Cero, 09(08). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Mochon Mircillo, F. (2010). La oferta la demanda y el mercado. España: McGraw- Hill. Obtenido de

https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf

Pacheco-Sánchez, C. A., & Rodríguez-Téllez, F. (2019). Empresas B: Un diagnóstico sobre su aplicabilidad. Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro, 10(10), 2-9.

Pacheco-Sánchez, C. A., & Durán-Alvernia, L. M. (2020). Análisis del rol de las mujeres administrativas en la resolución de conflictos del sector cooperativo en Ocaña, Norte de Santander. AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería, 8(S1), 114-123.

Querejazu Vidovic, C. V. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. Revista Economía Teoría y Práctica, 69-98. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n52/2448-7481-etp-52-69.pdf

Ríos Quintana, Y. M. ., Moreno Mendoza, E. F. ., & Pineda López , C. P. . (2017). Percepción femenina: ventajas y desventajas de la compra virtual. Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro, 7(7), 2–8. https://doi.org/10.22463/24221783.2420

Sánchez Bañuelos, M. N. (2017). APORTES TEÓRICOS A LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL: LA EVOLUCIÓN EN LA VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. Ciencias Administrativas (10), 65-74. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5116/511653854007/html/

Vargas Prieto, A., & Rojas Mora, J. É. (2022). *Territorio, equidad y desarrollo*. Universidad de la Salle.

Yépez, E. T. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. Revista Espacios, 41(7). Obtenido de https://www.revistaespacios.com/a20v41n07

Proyección de una cooperativa financiera de créditos y ahorros de tenderos en Aguachica
/a20v41n07p07.pdf