	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>	
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>i(67)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>YULIANA ESTEFANIA CARDENAS OSORIO</b>		
FACULTAD	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>ADMINISTRACION DE EMPRESAS</b>		
DIRECTOR	<b>CARMEN AMANDA IBAÑEZ RUEDA</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA MULTIACTIVA UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA "COOPMUN"</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL PRESENTE TRABAJO SE DESARROLLÓ BAJO LA MODALIDAD PASANTÍAS EL CUAL ESTUVO ENFOCADO EN DISEÑAR UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA MULTIACTIVA UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA CON EL FIN DE QUE LA EMPRESA OBTENGA UN MAYOR RECONOCIMIENTO DENTRO DE LA UNIVERSIDAD Y A SU VEZ COBRE POSICIONAMIENTO PERMITIENDO ASÍ PODER BRINDAR UN PORTAFOLIO DE SERVICIOS MÁS AMPLIO.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA MULTIACTIVA  
UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
OCAÑA "COOPMUN"

AUTOR

YULIANA ESTEFANIA CARDENAS OSORIO

Trabajo de grado modalidad pasantías presentado para obtener el título de administrador  
de empresas

Directora

CARMEN AMANDA IBAÑEZ RUEDA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Febrero, 2017

## Índice

<b>Resumen.....</b>	<b>1</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>2</b>
<b>Capítulo 1. Diseño de plan estratégico para la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN" .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Descripción breve de la empresa.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Objetivo de la pasantía .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma .....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo 2. Enfoques referenciales.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Enfoque conceptual .....</b>	<b>11</b>
2.1.1 Plan estratégico.....	11
2.1.2 Cooperativa.....	11
2.1.3 Cooperativas multiactivas.....	12
2.1.4 Matriz axiológica.....	13
2.1.5 Valores corporativos.....	13
2.1.6 Misión.....	15
2.1.7 Visión .....	15
2.1.8 Principios Corporativos .....	15
2.1.9 Portafolio de servicios.....	15
<b>2.2 Enfoque legal .....</b>	<b>16</b>
2.2.1 Ley 454 de 1998 .....	16
2.2.2 Ley 79 de 1988 .....	19
<b>Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 Objetivo 1 .....</b>	<b>22</b>
<b>3.2 Objetivo 2.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 Objetivo 3 .....</b>	<b>42</b>

<b>Capítulo 4. Diagnostico final .....</b>	<b>56</b>
<b>Capítulo 5. Conclusiones .....</b>	<b>58</b>
<b>Capítulo 6. Recomendaciones .....</b>	<b>59</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>60</b>

## Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de la Cooperativa Coopmun .....	5
Figura 2. Poster de promoción para la cooperativa COOPMUN.....	43
Figura 3. Tarjeta de felicitación y publicidad para los graduados. ....	49
Figura 4. Cuadro de la misión de la cooperativa para la decoración. ....	50
Figura 5. Cuadro de la visión de la cooperativa para la decoración. ....	51
Figura 6. Logo de la cooperativa para la decoración. ....	51
Figura 7. Imagen de la página principal del sitio web de la cooperativa. ....	52
Figura 8. Valor del plan de la página web. ....	53
Figura 9. Página 1 del portafolio de servicios.....	54
Figura 10. Página 2 del portafolio de servicios.....	55

## Resumen

El presente trabajo se desarrolló bajo la modalidad pasantías el cual estuvo enfocado en diseñar un plan estratégico para la cooperativa multiactiva universitaria de la universidad francisco de Paula Santander Ocaña con el fin de que la empresa obtenga un mayor reconocimiento dentro de la universidad y a su vez cobre posicionamiento permitiendo así poder brindar un portafolio de servicios más amplio.

## Introducción

El trabajo propuesto consistió en el diseño de plan estratégico para la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN" en un periodo de tiempo comprendido entre el 29 de Agosto al 16 de Diciembre de 2016 correspondiente a las pasantías para obtener el título de Administración de Empresas.

La importancia del diseño de este plan estratégico se debe tener en cuenta como un proceso que ayudará al crecimiento de la cooperativa con una mayor solidez ya que al obtener un mayor reconocimiento dentro de la comunidad U.F.P.S.O tendrá la posibilidad de brindar más servicios.

Con el diseño de este plan estratégico se pretende concebir de una manera clara y precisa el objeto social de la cooperativa y hacia donde esta se quiere encaminar en los próximos años, así como los principios y valores corporativos que regirán el actuar de esta. A su vez la formulación del reglamento interno de crédito ayudara a que este servicio se implemente con una mayor facilidad y seguridad.

La propuesta se realizó iniciando con un planteamiento del problema, fijando un objetivo general y unos específicos, una contextualización de la cooperativa, con una breve descripción de la empresa, estructura organizacional, construcción del enfoque referencial para conocer los conceptos y leyes que regulan el contexto del trabajo.

# Capítulo 1. Diseño de plan estratégico para la Cooperativa Multiactiva

## Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

### "COOPMUN"

#### 1.1 Descripción breve de la empresa

La Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN" fue creada como una spin off, como resultado de una investigación realizada por el Grupo de Investigación en Desarrollo Socio Empresarial - GIDSE-. La cooperativa se encuentra funcionando desde septiembre del año 2014 con el objeto de trabajar por la promoción, el fortalecimiento y el mejoramiento del desarrollo académico, cultural, social y económico, mediante la educación, la capacitación, asistencia técnica y profesional, la práctica, el desarrollo de proyectos productivos rentables, equitativos y sostenibles tanto académica como financieramente y la conservación y recuperación del medio ambiente, para contribuir al desarrollo integral del país y en especial de la comunidad que conforma la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, participando activamente en las labores de docencia, investigación y extensión. (COOPMUN. 2014. p. 2)

La cooperativa se presenta como "Un proyecto de responsabilidad social universitaria" y busca brindar servicios de bajo costo y de manera oportuna a estudiantes, egresados, docentes y trabajadores de la UFPSO. Actualmente reúne a 38 asociados/as que se han vinculado a la entidad solidaria y proyecta ofrecer el servicio de crédito para



educación, libre inversión, viáticos y calamidad doméstica, incrementar el número de asociados, presentar proyectos productivos que generen recursos e incrementen la posibilidad de beneficiar a sus asociados y a la comunidad universitaria. La cooperativa está ubicada en la sede Anexos Académicos, en la oficina del grupo de investigación GIDSE. (COOPMUN. 2014. p. 2)

**1.1.1 Misión.** Actualmente la cooperativa "COOPMUN" no cuenta con una misión que le permita identificar el motivo o una razón de ser, por lo tanto uno de los objetivos de la pasantía es la creación del mismo. (COOPMUN. 2014. p. 2)

**1.1.2 Visión.** Actualmente la cooperativa "COOPMUN" no cuenta con una visión que le permita crear una imagen donde se plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, por lo tanto uno de los objetivos de la pasantía es la creación de este. (COOPMUN. 2014. p. 3)

**1.1.3 Objetivo de la empresa.** El fin primordial de la cooperativa "COOPMUN", como entidad sin ánimo de lucro, es trabajar por la promoción, el fortalecimiento y el mejoramiento del desarrollo académico, cultural, social y económico, mediante la educación, la capacitación, asistencia técnica y profesional, la práctica, el desarrollo de proyectos productivos rentables, equitativos y sostenibles tanto académica como financieramente y la conservación y recuperación del medio ambiente, para contribuir al desarrollo integral del país y en especial de la comunidad que conforma la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, participando activamente en las labores de docencia, investigación y extensión. (COOPMUN. 2014. p. 3)

**1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.** La Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN", actualmente cuenta con un organigrama de tipo general vertical por cuanto se observa de manera clara la distribución de los cargos de acuerdo a su jerarquía. (COOPMUN. 2014. p. 3)

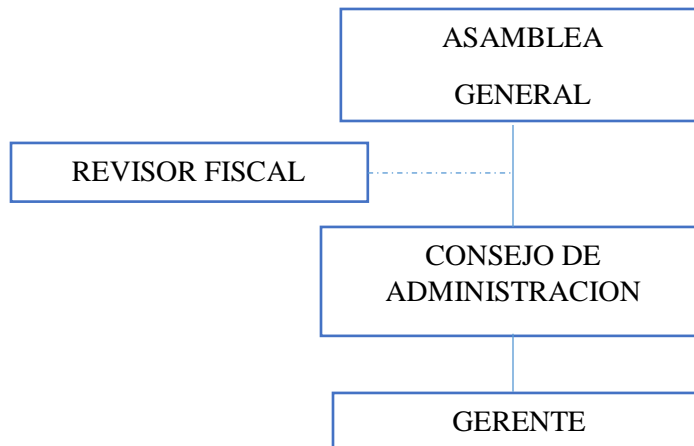


Figura 1. Organigrama de la Cooperativa COOPMUN

**1.1.5 Descripción de la dependencia.** Con la dedicación y esfuerzo de los miembros del grupo de investigación GIDSE se logró la creación de la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN", cuya objeto principal es el de trabajar por el fortalecimiento de la academia.

La Cooperativa en la actualidad cuenta con la gerencia, cuyas funciones son las de desarrollar proyectos y mantener un plan de mejora continua para el crecimiento de la Empresa, creando políticas de calidad en armonía con los requerimientos de la Supersolidaria y las necesidades de sus asociados.

Igualmente, dentro de COOPMUN se administra la documentación relacionada con los servicios prestados, tal es el caso de las diligencias que se le realizan a los egresados de la Universidad para obtener las respectivas tarjetas profesionales. Además, se lideran proyectos para aseguramiento de la eficiencia y eficacia incluyendo la determinación de tiempos, planes y posiciones estratégicas.

De igual forma otro factor importante es administrar, mantener y fomentar el liderazgo en el desarrollo y direccionamiento de iniciativas de mejoramiento de calidad para todos los productos, procesos y servicios prestados a los asociados de la Cooperativa como al público en general. (COOPMUN. 2014. p. 3)

## 1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

**Tabla 1**

*Matriz DOFA*

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1. La gerencia ejecuta las actividades planeadas. 2. Desarrollo personal y social por parte de los asociados. 3. La junta Directiva de COOPMUN está constituida por personas preparadas. 4. Se generan fuentes de empleo. 5. Sentido de pertenencia de cada uno de sus directivos.	1. Falta de estrategias para motivar a los asociados. 2. Estructura administrativa inadecuada para el crecimiento de la Cooperativa. 3. Falta de publicidad y promoción de los servicios brindados en la Cooperativa. 4. No cuenta con investigación y análisis de clientes. 5. La falta de funcionarios de tiempo completo para prestar servicio.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
1. El reconocimiento de las cooperativas por parte del gobierno elevan el índice de productividad. 2. Aumento en el número de los asociados de la cooperativa. 3. Desarrollo tecnológico. 4. Preferencia de los usuarios hacia la calidad y el servicio. 5. Diversificación del mercado de nuevos productos.	F1,F2,F3,F5, O2 Aprovechar la transparencia operativa del equipo de la Cooperativa para atraer nuevos clientes. F1,O3,O5 Desarrollo de mercados mediante el incremento en la cobertura de los servicios.	D1,D5,O2 Incrementar la participación en el mercado por medio de desarrollo de programas para los asociados. D2,D3,O1 Profundizar en el manejo estratégico de la Cooperativa con el fin de convertirlo en una ventaja competitiva
<b>AMENAZAS</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
1. Disminución de asociados por desvinculación laboral. 2. Capacidad de ahorro y endeudamiento. 3. Presencia de otra Cooperativa en la universidad. 4. Poca diversificación de servicios. 5. Problemas tecnológicos.	F3,A1 Evaluación permanente del sector externo con el fin que permita una oportuna toma de decisiones. F4,A2 Implementación de nuevos proyectos en la cooperativa.	D4, A3, A4. Fomentar la generación de ideas que permitan el mejoramiento de proceso y nuevos servicios.

**Nota.** La tabla muestra la matriz DOFA, elaborada para la Cooperativa Coopmun. Fuente:

elaboración del pasante.

**1.2.1 Planteamiento del problema.** En la actualidad la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN" no posee una estructura administrativa que le permita encaminar de una manera eficiente sus objetivos planteados pues la falta de elementos principales que ayuden a enfocar sus intereses como los son la misión y visión los valores institucionales y principios corporativos son bases que ayudan a esta Cooperativa el poder lograr de forma más pertinente tanto su actuar con la comunidad como también su interacción dentro de la universidad. Así mismo la cooperativa no cuenta con un gran reconocimiento dentro de la comunidad universitaria lo que conlleva a que muchos no la conozcan y de este modo se limiten a acceder a sus servicios.

Es por ello que el fundamental problema está basado en la falta de una estructura administrativa y estratégica que sirva como base o camino para llevar los procesos de la cooperativa, así como el poder lograr un mayor reconocimiento de la misma y de esta manera poder atraer más clientes que requieran de los servicios brindados por parte de la cooperativa, con el fin de optimizar los recursos y lograr un desenvolvimiento eficiente. Este acompañamiento administrativo y estratégico en la cooperativa permitirá un manejo óptimo de los recursos y un funcionamiento organizado y coherente que da origen a un mejor desempeño.

Por tal razón se percibió la necesidad de implementar este acompañamiento administrativo y estratégico puesto que carece de elementos principales así como falta de reconocimiento en la universidad resultando como consecuencia que los miembros de esta no conozcan hacia donde van encaminados sus proyectos dejando de lado algunos

principios y valores corporativos que son la base fundamental para su actuar dentro de esta cooperativa, así mismo es importante resaltar que aumentando su conocimiento dentro de la universidad esta podrá obtener más ingresos y de esta manera poder ofrecer más servicios.

### **1.3 Objetivo de la pasantía**

**1.3.1 General.** Diseñar el plan estratégico para la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN".

**1.3.2 Específicos.** Realizar un diagnóstico de las condiciones actuales para identificar las oportunidades de mejoramiento.

Desarrollar la propuesta de reestructuración de la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN" creando la matriz axiológica.

Describir y desarrollar estrategias que permitan dar a conocer a toda la comunidad universitario los servicios de la cooperativa "COOPMUN"

## 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

**Tabla 2**

*Actividades a desarrollar*

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Actividades a desarrollar en</b>
	Realizar un diagnóstico de las condiciones actuales para identificar las oportunidades de mejoramiento.	Aplicar una entrevista a para conocer la situación actual de la cooperativa. Realizar un diagnóstico de la situación actual de la cooperativa.
Diseñar el plan estratégico para la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN".	Desarrollar la propuesta de reestructuración de la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN" creando la matriz axiológica.	Diseñar la Misión, Visión de la cooperativa. Crear los principios corporativos y valores institucionales de la cooperativa. Crear el reglamento de crédito para los asociados de "COOPMUN".
	Describir y desarrollar estrategias que permitan dar a conocer a toda la comunidad universitaria los servicios de la cooperativa "COOPMUN".	Generar publicidad de la Cooperativa en los distintos medios de comunicación con los cuales cuenta la Universidad. Proponer y diseñar el portafolio de servicios de COOPMUN

**Nota:** la tabla muestra las actividades a desarrollar en el transcurso de la pasantía. Fuente: elaboración del pasante.

## Capítulo 2. Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

#### 2.1.1 Plan estratégico

Es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión (imagen futura). Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque éste futuro sea imprevisible. El plan estratégico define también las acciones necesarias para lograr ese futuro. Entonces dicho plan es una apuesta de futuro y por eso, se adecua a un postulado de Ackoff R (1981), un gurú de planificación estratégica: El futuro no hay que preverlo sino crearlo. El objetivo de la planificación debería ser diseñar un futuro deseable e inventar el camino para conseguirlo. (Gestión empresarial , 2013)

**2.1.2 Cooperativa.** Cuando se utiliza la palabra cooperativa es para hacer referencia a una asociación que es formada por productores, vendedores o consumidores de un producto, que tiene como fin repartir el lucro o beneficio por igual entre sus miembros.

La cooperativa constituye la forma más difundida de entidad de economía social, el símbolo internacional de ésta son los Pinos Gemelos. La ACI es una abreviatura que hace referencia a la Alianza Cooperativa Internacional es la organización que se encarga a nivel mundial de conglomerar y promover el movimiento cooperativo en el globo terráqueo, actividad que desempeña desde el año 1985.



La cooperativa es una asociación que goza de autonomía y en la cual los integrantes se han unido voluntariamente con la finalidad de crear una organización democrática en la cual la administración y gestión debe llevarse de tal forma como acuerden sus socios, que generalmente se hace bajo el contexto y parámetros de la economía de mercado o la economía mixta.

Es importante resaltar, que las cooperativas surgen en su gran mayoría para hacer frente a las necesidades de los socios así como a sus aspiraciones económicas, sociales y culturales que son comunes a todos y cada uno de los socios. (Significados , 2013)

**2.1.3 Cooperativas multiactivas.** Desarrollan actividades propias de cualquiera de los campos de la producción, comercialización, financiamiento o consumo de bienes y servicios.

La diferencia con las Cooperativas especializadas consiste en que las Multiactivas realizan en forma especializadas dos o más actividades.

Así, algunos ejemplos de Cooperativas multiactivas que combinan diversas actividades, tales como:

- Cooperativa de Producción Agroindustrial, mercadeo y consumo. (Áreas industrial, agropecuaria, comercialización).
- Cooperativa de Salud y Educación. (Área de servicios)
- Cooperativa de Producción Agrícola, Ahorro, Crédito y consumo (Áreas: Agrícola, Financiera y Comercial). (Banco de la República , s.f)

**2.1.4 Matriz axiológica.** La matriz axiológica es una representación de los principios y valores de los grupos de referencia de la organización que tiene como fin servir de guía para formular la escala de valores de la misma, y constituirse en un apoyo para diagnosticar a futuro.

Permite evidenciar el significado de los valores y principios corporativos para los diferentes grupos de referencia, ayuda y sirve de guía para la formulación de escala de valores y la verificación de los grupos de referencia.

Para la realización de la matriz axiológica se deben seguir los siguientes tres pasos y lograremos claridad en la formulación de posibles diagnósticos y tomar decisiones con seguridad dentro de la empresa u organización. (Serrano, 2013)

**2.1.5 Valores corporativos.** Los valores corporativos son elementos propios de cada negocio y corresponden a su cultura organizacional, es decir, a las características competitivas, condiciones del entorno y expectativas de sus grupos de interés como

clientes, proveedores, junta directiva y los empleados. Así lo asegura Dorian Faccini, directora de Human Dimensions International, consultora en desarrollo organizacional para los ramos de minería y energía.

Faccini afirma que estos principios se determinan, a través del deseo o voluntad, compromiso y estrategia. Los dos primeros dependen de las personas y el último, de la orientación de la empresa.

Sin embargo, la importancia de fomentar los valores hace parte del ADN y la personalidad de la compañía, lo cual se refleja en los comportamientos de los colaboradores. Así mismo, permiten identificar si una persona puede adaptarse exitosamente a la compañía con su forma de ser y relacionarse con los otros, afirma José Manuel Echeverri, director de Recursos Humanos en Reckitt Benckiser, empresa multinacional dedicada a la fabricación de productos para el cuidado personal, del hogar y la salud con más de 60 años de experiencia en el mercado nacional.

Para Echeverri, en cualquier organización debe primar la manera en que desean lograrse los resultados, es decir, el 'cómo' y las conductas aceptadas al interior de la empresa. Además, valores esenciales como el respeto, la camaradería y la pertenencia. (Ceballos, s.f )

**2.1.6 Misión.** El concepto de misión refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. (Concepto.de, s.f)

**2.1.7 Visión.** La visión de una empresa se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra. La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo. Por ejemplo: “su visión como funcionario es encontrar una manera novedosa y eficiente de administrar los recursos estatales”. (Concepto.de, s.f)

**2.1.8 Principios Corporativos.** Son la base sobre la que se construye la organización, patrones que nos ayudan a encaminar la empresa hacia el éxito y a aprovecharla a través del tiempo, conscientes de que cada día debemos ser mejores. (Dicel, s.f)

**2.1.9 Portafolio de servicios.** Un portafolio de servicios es un documento en el cual se contempla la información básica y precisa de una empresa. Mediante el Portafolio de Servicios, la empresa da a conocer en forma detallada las cosas, elementos, productos y servicios que ofrece a sus clientes. También se puede denominar cartera de servicios, y su significado es lo mismo. (Martinez, 2012)

## 2.2 Enfoque legal

### 2.2.1 Ley 454 de 1998

**(Agosto 04)**

**Reglamentada por el Decreto Nacional 1714 de 2012** Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.

**El congreso de Colombia,**

**Decreta:**

**Título 1**

**Disposiciones preliminares**

**Capítulo 1**

**Principios generales**

**Artículo 1. Objeto.** El objeto de la presente Ley es el determinar el marco conceptual que regula la economía solidaria, transformar el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, crear la Superintendencia de la Economía Solidaria, crear el Fondo de Garantías para las

Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, dictar normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y expedir otras disposiciones en correspondencia con lo previsto en los artículos 58, 333 y concordantes de la Constitución Política de Colombia.

**Artículo 2. Definición.** Para efectos de la presente Ley denominase ECONOMÍA SOLIDARIA al sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía.

**Artículo 3. Protección, promoción y fortalecimiento.** Declárase de interés común la protección, promoción y fortalecimiento de las cooperativas y demás formas asociativas y solidarias de propiedad como un sistema eficaz para contribuir al desarrollo económico, al fortalecimiento de la democracia, a la equitativa distribución de la propiedad y del ingreso y a la racionalización de todas las actividades económicas, en favor de la comunidad y en especial de las clases populares.

**Artículo 7. Del autocontrol de la economía solidaria.** Las personas jurídicas, sujetas a la presente Ley, estarán sometidas al control social, interno y técnico de sus miembros, mediante las instancias que para el efecto se creen dentro de la respectiva estructura operativa, siguiendo los ordenamientos dispuestos por la ley y los estatutos.

**Artículo 8. De la participación de la economía solidaria en el desarrollo territorial.** Las entidades de la Economía Solidaria deberán realizar las operaciones que

sean necesarias y convenientes para dar cumplimiento a su objeto social o extender sus actividades, mediante sistemas de integración vertical y horizontal, estableciendo redes de intercooperación territoriales o nacionales y planes económicos, sociales y culturales de conjunto.

**Artículo 12. Las organizaciones de la economía solidaria y el desarrollo sostenible.** Las personas jurídicas sujetos de la presente Ley trabajarán por el desarrollo sostenible de las Comunidades de su ámbito territorial, con base en políticas aprobadas por los entes administrativos competentes y consejos territoriales de planeación participativa.

**Artículo 14. Organismos de segundo grado.** Las organizaciones de Economía Solidaria podrán, asociarse entre sí para el mejor cumplimiento de sus fines económicos, sociales o culturales en organismos de segundo grado de carácter nacional o regional. Aquellos de índole económica serán especializados en determinado ramo o actividad. En dichos organismos podrán participar además otras instituciones de derecho privado sin ánimo de lucro que puedan contribuir o beneficiarse de las actividades de estos.

**Artículo 19. De la integración económica.** Las entidades de economía solidaria podrán constituir, sectorialmente o en conjunto, organismos cooperativos de carácter financiero, de índole regional o nacional, ajustándose a las disposiciones de la presente Ley y de las vigentes sobre la materia. (Alcaldía de Bogotá, 1998)

### 2.2.2 Ley 79 de 1988

**(Diciembre 23)**

**Por la cual se actualiza la legislación cooperativa.**

**El congreso de Colombia decreta**

**Decreta:**

**Título preliminar**

**Objetivos de la presente ley**

**Artículo 1.** El propósito de la presente ley es dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional, de acuerdo con los siguientes objetivos:

1. Facilitar la aplicación y práctica de la doctrina y los principios del cooperativismo.
2. Promover el desarrollo del derecho cooperativo como rama especial del ordenamiento jurídico general.
3. Contribuir al fortalecimiento de la solidaridad y la economía social.
4. Contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia, mediante una activa participación.
5. Fortalecer el apoyo del Gobierno Nacional, departamental y municipal al sector cooperativo.
6. Propiciar la participación del sector cooperativo en el diseño y ejecución de los planes y programas de desarrollo económico y social.
7. Propender al fortalecimiento y consolidación de la integración cooperativa en sus diferentes manifestaciones.



**Artículo 3.** Es acuerdo cooperativo el contrato que se celebra por un número determinado de personas, con el objetivo de crear y organizar una persona jurídica de derecho privado denominada cooperativa, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro.

**Artículo 5. Toda cooperativa deberá reunir las siguientes características.**

1. Que tanto el ingreso de los asociados como su retiro sean voluntarios.
2. Que el número de asociados sea variable e ilimitado.
3. Que funcione de conformidad con el principio de la participación democrática.
4. Que realice de modo permanente actividades de educación cooperativa.
5. Que se integre económica y socialmente al sector cooperativo.
6. Que garantice la igualdad de derechos y obligaciones de sus asociados sin consideración a sus aportes.
7. Que su patrimonio sea variable e ilimitado; no obstante, los estatutos establecerán un monto mínimo de aportes sociales no reducibles durante la existencia de la cooperativa.
8. Que establezca la irrepartibilidad de las reservas sociales y en caso de liquidación, la del remanente.
9. Que tenga una duración indefinida en los estatutos.
10. Que se promueva la integración con otras organizaciones de carácter popular que tengan por fin promover el desarrollo integral del hombre.

**Artículo 6. A ninguna cooperativa le será permitido.**

1. Establecer restricciones o llevar a cabo prácticas que impliquen discriminaciones sociales, económicas, religiosas o políticas.

2. Establecer con sociedades o personas mercantiles, combinaciones o acuerdos que hagan participar a éstas, directa o indirectamente, de los beneficios o prerrogativas que las leyes otorgan a las cooperativas.

3. Conceder ventajas o privilegios a los promotores o fundadores, o preferencias a una porción cualquiera de los aportes sociales.

4. Desarrollar actividades distintas a las enumeradas en sus estatutos.

5. Transformarse en sociedad comercial.

**Artículo 14.** La constitución de toda cooperativa se hará en asamblea de constitución, en la cual serán aprobados los estatutos y nombrados en prioridad los órganos de administración y vigilancia.

## Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

### 3.1 Objetivo 1

Realizar un diagnóstico de las condiciones actuales para identificar las oportunidades de mejoramiento.

**Actividad 1.** Aplicar una entrevista a la gerente de la cooperativa COOPMUN para conocer la situación actual de esta.

#### **Entrevista**

La entrevista va dirigida a la gerente de la Cooperativa Multiactiva universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña “COOPMUN”.

**Tema:** diagnóstico de las condiciones actuales de la cooperativa COOPMUN

**Objetivo:** conocer de manera clara la situación actual en la que se encuentra la cooperativa COOPMUN con el propósito de diseñar el plan estratégico que permita dar un apoyo a los procesos que se viene adelantando.

#### **Preguntas:**

1. ¿Cuáles son los servicios brinda actualmente la cooperativa?

Actualmente la cooperativa ha venido adelantando varios procesos con el fin de poder brindar muchos más servicios a la comunidad; a la fecha solo se brindan los servicios de: trámite de la tarjeta profesional, recargas e igualmente la cooperativa ha sido la encargada de recaudar las inscripciones de los eventos organizados por la facultad de ciencias administrativas y económicas beneficiándola, ya que de esta manera la comunidad estudiantil crea un mayor reconocimiento de los servicios prestados.

**2. ¿Qué servicios considera valiosos que la cooperativa otorgara?**

Uno de los servicios más valiosos que considero son los créditos para la comunidad UFPSO ya que este es un servicio que la gente necesita constantemente. Otro servicio importante sería los pagos electrónicos y las planillas de seguridad social.

**3. ¿Cuáles son los beneficios que le brinda la cooperativa a sus asociados?**

Actualmente la cooperativa ha estado gestionando procesos con el fin de poder brindar beneficios a sus asociados, pero debido a que esta no se encuentra consolidada debido a que aún está en crecimiento se necesita dar un poco de tiempo para que así se pueda fortalecer y de esta manera se puedan ofrecer uno de los servicios que la cooperativa más anhela como lo son los créditos a los asociados y la generación de proyectos.

**4. ¿Actualmente la cooperativa organiza algún evento para sus asociados?**

No la cooperativa no ha organizado ningún evento debido a los bajos ingresos que esta tiene pues como se dijo anteriormente esta no está consolidada, aunque lo pensado es realizar un evento en cada cumpleaños de la cooperativa y así brindar un espacio de esparcimiento y recreación a sus asociados.

5. ¿Cuáles debilidades considera que cuenta la cooperativa actualmente?

Una de las debilidades más significativas con las que cuenta la cooperativa son el bajo número de asociados, la falta de publicidad, y la poca visibilidad que tiene la cooperativa en la comunidad UFPSO.

6. ¿Qué estrategias podría plantear para fortalecer la cooperativa?

Una de la estrategia que podría plantear para lograr un fortalecimiento seria aumentar el valor de los aportes y diseñar una campaña que permita la afiliación de muchas más personas para poder brindar más servicios.

7. La ubicación y acceso a la oficina la considera correcta. ¿Porque?

Su ubicación no es la correcta pues se encuentra muy alejada del público y la oficina es muy pequeña para llevar a cabo los servicios que brinda la cooperativa.

8. ¿Qué medios son utilizados para hacerle publicidad a la cooperativa?

Los medios utilizados para hacerle publicidad a la cooperativa son la Utv, la radio, y la plataforma web de la universidad.

**Actividad 2.** Realizar un diagnóstico de la situación actual de la cooperativa.

### **Diagnóstico**

Teniendo en cuenta la entrevista realizada a la gerente de la cooperativa Coopmun se pudieron identificar varios aspectos importantes como lo son: actualmente la cooperativa está limitada en la prestación de sus servicios pues solo se están brindando el trámite de tarjeta profesional y recargas esto debido a los bajos ingresos de la cooperativa y al bajo número de asociados así como la falta de publicidad pues muchas personas no están enteradas de la existencia de la cooperativa.

Es importante destacar que la cooperativa considera valioso el poder otorgar el servicio de crédito ya que con este servicio se podrá obtener una mejor rentabilidad y un mayor número de asociados, pues esto se ha podido materializar debido a los aspectos antes mencionados.

Es por eso esto que se deben implementar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cooperativa y de esta manera poder ampliar su portafolio de servicios, pues para ello se necesita realizar más publicidad en los diferentes medios de la universidad un poco más constantes, pues en la manera que más personas conozcan y se enteren de los servicios que esta presta son muchas las posibilidades que la cooperativa tendrá para ofrecer y crecer más con sus servicios.

Como consecuencia de este crecimiento se podrá entonces brindar espacios de esparcimiento entre sus asociados como lo es el organizar un evento para cada aniversario de la cooperativa así mismo ofrecer el servicio de crédito y generación de proyectos.

Es importante considerar a su vez la evaluación externa e interna que se realizó en la cooperativa por medio de la matriz DOFA donde se evaluaron las condiciones actuales en la que se encuentra la cooperativa, entre ellas podemos resaltar el gran sentido de pertenencia de cada uno de sus directivos, los cuales son personas preparadas que cuentan con un gran desarrollo personal y social, estos factores son importantes ya que ayudarían como cimiento para contrarrestar aquellos quebrantos con los que cuenta la cooperativa y que serían un factor de mucha importancia para el crecimiento de la esta; entre ellas podemos resaltar la falta de estrategias para motivar a los asociados y la carencia de publicidad promoción de los servicios brindados

.Es así entonces que se deben crear estrategias y tomar las acciones pertinentes que permitan convertir dar una solución y de esta manera se aumentaría el número de asociados, se brindarían más servicios con calidad que beneficien a toda la cooperativa.

Finalmente durante el trascurso de la pasantía tuve la posibilidad de escuchar comentarios en los cuales la mayoría coincidía en que la cooperativa no contaba con publicidad suficiente pues casi nadie estaba enterado de esta cuando se mencionaba y aseguraban no estar informados de los servicios que actualmente brinda.

### [3.2 Objetivo 2](#)

Desarrollar la propuesta de reestructuración de la Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN" creando la misión y visión, valores institucionales y principios corporativos.

**Actividad 1.** Diseñar la Misión, Visión de la cooperativa.

### **MISION**

Somos una cooperativa que a través del esfuerzo de proyectos investigativos universitarios, conducimos a procesos financieros y administrativos con enfoque solidario para mejorar las condiciones de vida a estudiantes, egresados, docentes y trabajadores con un enfoque responsable.

### **VISIÓN**

COOPMUN Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña se consolidara como una cooperativa líder y sustentable en la prestación de sus servicios, dirigidos a sus asociados, estos acompañados del mejor talento humano y orientados siempre a mejorar la calidad de vida.

**Actividad 2.** Crear los principios corporativos y valores institucionales de la cooperativa.

### **Principios corporativos**



- **Control democrático de los miembros:** Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones.
- **Participación económica de los miembros:** Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.
- **Autonomía e independencia:** Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros.
- **Educación, formación e información:** Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas.

Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

- **Cooperación entre cooperativas:** Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

- **Compromiso con la comunidad:** La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.

### Valores institucionales

- **Solidaridad:** Espíritu de cooperación y participación para dar lo mejor de cada persona con creatividad e iniciativa.
- **Responsabilidad:** Capacidad de dar cuenta de sus actos, siendo coherente en su forma de ser, pensar y hacer. Usar la libertad para hacer el bien.
- **Equidad:** Todos los asociados disfrutarán equitativamente de los excedentes y tendrán beneficios en proporción a las operaciones con la Cooperativa, como retorno de su participación.
- **Igualdad:** Es la oportunidad de adherirse abierta y voluntariamente a la Cooperativa, sin que existan privilegios, ni se establezcan diferencias entre los asociados.
- **Humildad:** Se manifiesta en la manera de hablar, de ordenar, de corregir, de actuar y de manera especial en aceptar sus propias limitaciones y errores para su propio bien y el de la organización.

- **Servicio:** Capacidad de formar y dar a los demás, ayudarlos a ser mejores cada día y corregir cuando sea necesario, no dejar de atender las necesidades de las personas, mejor aún adelantarse a sus necesidades.
- **Honestidad:** Es ser honrado, razonable, justo, decente y decoroso.
- **Democracia:** Es la participación y gestión de los asociados, de forma responsable, a través de la toma de decisiones que permite construir, con bases sólidas, en la Cooperativa
- **Trabajo en equipo:** Tolerancia y paciencia para aceptar las diferencias.
- **Cultura de ahorro:** El ahorro como base del futuro.
- **Vocación de servicio:** Desarrollamos nuestro trabajo con calidez humana y profesionalismo, esforzándonos por brindar el mejor servicio.
- **Compromiso:** Actuamos convencidos de que debemos dar más de lo esperado, con un alto sentido de pertenencia a nuestra cooperativa y con responsabilidad.
- **Actividad 3.** Crear el reglamento de crédito para los asociados de "COOPMUN".

**Reglamento de crédito para los asociados de la Cooperativa Multiactiva Universitaria  
de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña "COOPMUN"**

**ARTÍCULO 1: Objetivos**

a) Reglamentar las operaciones de crédito que realiza la cooperativa a favor de los afiliados conforme a lo establecido en los estatutos.

b) Ajustar las operaciones de crédito a las normas precisas sobre su cuantía, plazo e intereses para garantizar la igualdad de derechos y obligaciones de los asociados y la toma de decisiones para el eficiente cumplimiento de sus objetivos.

**ARTÍCULO 2: derechos de los asociados, niveles máximos de endeudamiento,  
garantías, amortizaciones**

a) **Requisitos:** Para tener derecho al crédito con la cooperativa COOPMUN en cualquiera de las modalidades establecidas, se deben cumplir con los siguientes requisitos:

1. Llevar por lo menos dos meses de afiliado a excepción de los créditos extracupo de largo plazo que requieren una antigüedad de dos (2) años en la cooperativa. Para tramitar este tipo de crédito, el asociado debe incrementar su ahorro en la cooperativa al 5% de su sueldo.

2. Ser Asociado hábil, es decir no estar sancionado al momento de efectuar la solicitud.

3. Cumplir con las condiciones particulares de cada modalidad.

**b) Niveles máximo de endeudamiento:** Los niveles máximos de endeudamiento mensual de un Asociado no deben ser superiores al 50% del Salario mensual.

**c) Garantías:** todos los créditos otorgados por la COOPERATIVA COOPMUN deben estar garantizados bajo los siguientes criterios:

1. Los Aportes, Ahorros Permanentes, Ahorros a la vista en la COOPERATIVA COOPMUN cesantías a favor del asociado deudor, y en general con todo saldo de Prestaciones sociales legales o extralegales liquidadas a su favor en el momento de retiro de la institución que genera el vínculo laboral, o cualquier otro pago que haga su empleador, constituyen las garantías primarias de todo Asociado. Solamente se autorizan liberaciones de Cesantías cuando existen otras garantías reales que garanticen las deudas vigentes o cuando se trate de las consideraciones establecidas en la Ley.

2. Codeudores, existen de dos clases, de acuerdo al tipo de solicitud de crédito.

Internos y externos. Los internos deben ser asociados a la cooperativa Coopmun.

A los codeudores externos se les exige la siguiente documentación.

Fotocopia de la Cédula

Certificación laboral

Extractos bancarios

Certificado de Ingresos y retenciones

Certificado de Libertad. Puede solicitarse al codeudor interno o externo.

**3.** Los créditos extracupo de largo plazo para compra de vehículo deben ser garantizados con prenda sin tenencia y seguro con endoso a favor de la cooperativa. El desembolso del crédito se realiza una vez esté registrado en la tarjeta de propiedad la pignoración a favor de la cooperativa y en la póliza de seguro aparezca como beneficiario igualmente la COOPERATIVA COOPMUN. Copia de estos documentos deben reposar en la carpeta de crédito del asociado. Sin embargo si el asociado lo solicita para estos créditos el Comité podrá autorizar una garantía transitoria, consistente en dos codeudores válidos, máximo por un término de 60 días a partir del desembolso. En esta modalidad de crédito también se acepta como garantía dos codeudores uno puede ser interno y el otro externo.

El codeudor interno en los créditos extracupo solamente podrá ser codeudor de otro asociado. El asociado y su respectivo codeudor deben cumplir los procedimientos establecidos para tal fin y firmar los documentos necesarios

**4. Requisitos para ser Codeudor:**

- Firmar junto con el deudor el pagare y demás documentos requeridos por la Cooperativa.

La Cooperativa a través de la Gerencia o el Comité de Crédito podrá solicitar cambio de uno o más codeudores presentados con base en el análisis individual de la solvencia de cada codeudor, y el monto de los créditos respaldados con su firma.

**5.** Todo crédito podrá estar garantizado con garantía ahorros, codeudores, pignoración de cesantías, hipoteca, pignoración de vehículo, que a juicio del Comité de crédito permita

recuperar los saldos insolutos del crédito en caso de incumplimiento del deudor y no ponga en riesgo la estabilidad financiera de la Cooperativa y dependerá de la evaluación financiera que el Comité de Crédito realice del asociado.

**6. Amortizaciones:** La fuente de ingresos de los Asociados para amortizar sus créditos y sus costos son los descuentos por nómina y abonos por caja consignados en la cuenta de la Cooperativa.

Igualmente en materia de garantías, operarán las exigidas según reglamento, precisando que para todos los casos deberán ser mínimo dos codeudores y uno de ellos ser asociado a la Cooperativa.

Orden de cancelación de los créditos en el momento del retiro de la Cooperativa.

- Con los saldos de ahorros permanente, a la vista, programados u otros en la Cooperativa, y los aportes se deben cancelar primero las obligaciones a su cargo que tienen como garantía estos recursos, en el evento en que estos recursos sean insuficientes se deben utilizar los descuentos realizados a la liquidación de sus prestaciones sociales.

- Si los anteriores recursos no son suficientes se le debe solicitar la consecución de codeudores.

- Si los recursos anteriores son superiores a estas obligaciones, éstos se aplicaran a las deudas con garantía de codeudores en forma proporcional al saldo de las mismas.

- Si persisten saldos a favor del asociado se le girará mediante cheque, o se hará consignación a la cuenta vigente.

7. La sumatoria de los descuentos de nómina por todo concepto, no debe superar el 50% del salario mensual del asociado. Cuando se refiera a primas, cesantías y demás bonificaciones especiales, ocasionales o permanentes, que se causen a favor del asociado, no aplicara este límite.

**8. Refinanciación:** Se define como el cambio en las condiciones pactadas originalmente en un préstamo ordinario vigente, tales como plazo y/o interés, se tramitará mediante el otorgamiento de un nuevo crédito bajo las nuevas condiciones y podrá solicitarse un nuevo préstamo a corto, mediano o de haber transcurrido el 20% del tiempo pactado, o haber cancelado el 20% del préstamo.

**ARTICULO 4. Tasas de interés, líneas, modalidades y condiciones de cada uno y refinanciaciones.**

Tasa de Interés y forma de pago: El pago de intereses es vencido, quincenal, y el 50% de cada crédito puede cancelarse con la prima de diciembre, aunque los intereses si se cancelan quincenalmente.

a) Créditos ordinarios: en estos créditos, El cupo de endeudamiento para cada asociado está dado por el 200% de la suma de sus ahorros permanentes y aportes, para las siguientes modalidades de préstamo. Estos préstamos estarán sujetos a la disponibilidad económica de la Cooperativa y a las garantías que se puedan exigir para respaldar el monto



que no cubra la suma entre ahorros permanentes más aportes y el valor del préstamo solicitado.

- A Corto plazo: los que se conceden de uno (1) hasta seis (6) meses
- A Mediano Plazo: los que se conceden de uno (1) hasta doce (12) meses
- A Largo Plazo: los que se conceden de uno (1) hasta veinticuatro (24) meses.
- Largo plazo 5 años, los que se conceden desde veinticuatro (24) hasta sesenta (60)

meses.

Para esta modalidad de crédito se aplica la tasa de interés de los préstamos extracupo.

**b) Créditos extracupo:** Las siguientes modalidades de préstamo, no se ven afectadas por el cupo del 200%

- Anticipos de prima: se otorgan a partir del cuarto mes de cada semestre, y su plazo es de uno (1) hasta tres (3) meses.

- Compras a proveedores: los que se realizan por medio de la tarjeta GES, o a proveedores reconocidos por la Cooperativa.

Para todos los préstamos anteriores, su aprobación es realizada directamente por la gerencia de la Cooperativa.

- Extracupo: son los que se conceden para libre inversión, existen dos modalidades:

- ✓ Que su monto sea igual o inferior a cinco (5) salarios mínimos legales vigentes. El plazo de cancelación es hasta de 6 meses, son aprobados directamente por la gerencia de la Cooperativa, se requiere una antigüedad de 2 meses como asociado de la Cooperativa la firma de dos codeudores afiliados a la Cooperativa. Puede pactarse la cancelación de hasta el 50% de su valor con las primas y bonificaciones.

✓ Que su monto sea superior a cinco (5), e inferior a cuarenta y dos (42) salarios mínimos legales vigentes. Se cancelarán en un periodo no superior a sesenta (60) meses, previo estudio de su capacidad de endeudamiento y garantías. Se requiere una antigüedad de dos años mínimo en la Cooperativa, pagaré firmado por dos codeudores solidarios, afiliados a la cooperativa, o un codeudor interno o uno externo, o prenda sin tenencia a favor de la cooperativa, o hipoteca. Se aprobarán según disponibilidad financiera de la Cooperativa. La aprobación será realizada por la Junta Directiva de la misma.

El asociado que desee solicitar esta modalidad de crédito debe incrementar el porcentaje de ahorro y aporte quincenal en la cooperativa a un 5% del valor de su sueldo.

El plazo otorgado para este préstamo es de cinco (5) años máximo, con descuentos en cuotas quincenales y hacer abonos extraordinarios a su obligación cuando lo desee.

**ARTICULO 5. Obligaciones de los asociados, sanciones, Cancelaciones anticipada de créditos.**

a) Utilización: los asociados deberán utilizar los créditos aprobados en un término máximo de 30 días calendario, de lo contrario la aprobación caduca automáticamente y el interesado deberá presentar una nueva solicitud, con la cual, deberá cumplirse todo el procedimiento reglamentado para obtener de nuevo su aprobación.

**b) Descuentos de nómina:** Cuando los descuentos de nómina no se efectúen por razones ajenas a la cooperativa, el asociado deberá proceder a cancelar el saldo dejado de descontar tan pronto él detecte la omisión o cuando la cooperativa se lo solicite.

**c) Sanciones:** El incumplimiento o violación de este reglamento en cualquiera de sus partes se considera falta disciplinaria y puede acarrear sanciones por parte de la Junta Directiva, conforme al régimen disciplinario considerado en los Estatutos de la cooperativa.

**d) Cancelaciones por retiro:** En caso de retiro de la cooperativa por desvinculación de la empresa con la cual se tiene la relación laboral, la cooperativa enviará al área de gestión humana o a la que haga sus veces, de su respectiva empresa, un estado de cuenta en el momento de la desvinculación, con el saldo neto a cargo del asociado. La empresa encargada de hacer la liquidación de prestaciones sociales incorporará dicho saldo para descontarlo y girarlo a la cooperativa. Se debe tener en cuenta que la pérdida de calidad de Asociado, por cualquier causa ocasionará su retiro del registro de asociados.

En caso de quedar saldos a cargo del asociado y a favor de la cooperativa esta podrá, hacer un acuerdo con el asociado desvinculado, previa solicitud escrita del asociado, dirigida a la cooperativa inmediatamente se produce su desvinculación, en el que se estipule un plazo para el pago del total del saldo de la obligación o prorrogar los efectos según lo pactado en el título valor, sin perjuicio que la cooperativa pueda hacer exigible inmediatamente la obligación, como se mencionó anteriormente.

En caso de aprobarse la permanencia mediante acuerdo de pago, si existieren saldos de ahorros en cualquiera de los productos de ahorros, estos saldos deberán abonarse inmediatamente a los créditos vigentes a su nombre.

#### **ARTICULO 6. Análisis, fijación de atribuciones desembolsos.**

**a)** Estudio de crédito: El análisis de las solicitudes de crédito debe contener la siguiente información:

1. Monto del crédito
2. Tasa de interés remuneratoria
3. Plazo de amortización,
4. Modalidad de cuota
5. Forma de pago
6. Periodicidad en el pago de capital y de intereses
7. Tipo y cobertura de la garantía (especificando sus características)

**b)** Dentro del análisis se observarán los siguientes criterios:

1. Capacidad de pago, ingresos y egresos del deudor y codeudor.
2. Firmar junto con el deudor el pagaré y demás documentos requeridos por la

cooperativa

- Para créditos hasta por un valor equivalente al doble de los ahorros y aportes, no se requiere codeudor. Los ahorros y aportes, la garantía serán los ahorros y aportes.

En los casos de préstamo extracupo de largo plazo, cuando existiere garantía hipotecaria y garantía prendaria se debe tomar la póliza del hogar y de automóviles contra todo riesgo, respectivamente.

**3. Cobertura e idoneidad de las garantías:** Los bienes inmuebles ofrecidos en garantía se aceptan hasta por un 85% del valor comercial contenido en el avalúo respectivo y cuando se trate de pignoración de vehículos, se recibirán en garantía hasta por los porcentajes del avalúo comercial descritos a continuación, aceptando para vehículos nuevos como avalúo el valor de la factura pro forma y para vehículos usados con base en lista de precios de vehículos de Fasecolda:

90% PARA VEHÍCULOS DE 0 a 5 AÑOS

80% PARA VEHÍCULOS DE MAS DE 5 AÑOS HASTA 10 AÑOS

70% PARA VEHÍCULOS DE MAS DE 10 AÑOS HASTA 15 AÑOS

Se aceptarán vehículos en garantía con modelos máximo hasta de 15 años de antigüedad al momento de aprobación del crédito.

Se tendrá en cuenta la información proveniente de centrales de riesgo y demás fuentes para aquellas solicitudes superiores a 30 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Para el análisis de solicitudes de los asociados por extensión se consultará en todos los casos.

**4.** Los créditos de vivienda y vehículo deben estar amparados con el seguro de Hogar y de vehículo, respectivamente. Donde el primer beneficiario sea la cooperativa.

**c) Atribuciones:**

1. Los créditos ordinarios presentados por asociados cuyo saldo de cartera, incluyendo el crédito que se estudia, sea hasta el doble del valor de los aportes más los ahorros, serán aprobados por el Gerente de la cooperativa.
2. Los créditos extracupo a corto plazo, así como las solicitudes de anticipo de prima son aprobadas por la gerencia de la cooperativa
3. Los créditos para compras a proveedores serán aprobados por la gerencia de la cooperativa.
4. Los créditos para pagos de pólizas de seguros como el SOAT, Vehículo, Vida, etc., son aprobados por la Gerencia de la cooperativa.
5. El comité de Crédito tiene atribuciones para estudiar y recomendar a la Junta Directiva la aprobación de los créditos que sobrepasen los \$ 5.000.000 y los créditos extracupo a largo plazo, así como los casos especiales no contemplados en este reglamento.

#### **ARTICULO 7. Créditos a miembros junta directiva.**

Cuando se presente una solicitud de crédito de un miembro de Junta Directiva que no esté garantizada con sus ahorros y aportes, se tramitará ante el Comité de Crédito y se incluirá en el informe mensual a la Junta Directiva.

El presente Reglamento rige a partir del mes para todas las solicitudes de crédito que se radiquen a partir de esa fecha y deroga todas las disposiciones anteriores que le sean contrarias.

Presidente

secretaria

### 3.3 Objetivo 3

**Describir y desarrollar estrategias que permitan dar a conocer a toda la comunidad universitario los servicios de la cooperativa "COOPMUN".**

**Actividad 1:** Generar publicidad de la Cooperativa en los distintos medios de comunicación con los cuales cuenta la Universidad.

**Estrategia 1.** Realizar una campaña publicitaria donde se vinculen todas las facultades de las diferentes carreras que cuenta la universidad con el fin dar a conocer sus servicios y a su vez poder vincularse como asociado esta estrategia se llevaría a cabo de una manera masiva a través del correo institucional.

**Modelo de poster:** por medio de esta imagen se pretende dar a conocer la cooperativa en conjunto con los servicios que esta brinda difundiéndola en la plataforma institucional como es el caso del correo institucional.

Además de ello iría acompañado de una carta firmada por la gerente de la cooperativa donde se explica de una manera clara la razón social, sus servicios y su historia esto con el fin de crear una mayor seriedad en la información transmitida.



Figura 2. Poster de promoción para la cooperativa COOPMUN.



Ocaña 7 de diciembre de 2016

Señores

**DOCENTES, ADMINISTRATIVOS, ESTUDIANTES Y EGRESADOS**

Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Cordial saludo:

La Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, “COOPMUN” nace como resultado del proyecto denominado COOPERATIVA MULTIACTIVA UN PROYECTO DE EMPREDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA, desarrollado por el Grupo de Investigación en Desarrollo Socio Empresarial GIDSE, de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de nuestra Alma Mater, con el fin de proporcionar espacios para la complementación de los conocimientos, el incremento de las prácticas y la generación de recursos que sean reinvertidos en sus asociados.

Siendo un proyecto de la comunidad universitaria, nos complace invitarlos para que hagan parte como miembros activos de la Cooperativa. Y

Para mayor información se pueden comunicar al teléfono 5690088 IP 481, estamos ubicados en los anexos académicos de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Atentamente,

**CARMEN AMANDA IBAÑEZ RUEDA**

Coordinadora de Coopmun

**Estrategia 2.** Crear una página de Facebook que permita afianzar los lazos y de esta manera conectar a más usuarios, brindándoles así información necesaria acerca de la cooperativa.



Figura 3. Página de Facebook.

**Estrategia 3.** Pautar en la emisora de la universidad una cuña publicitaria donde se dé a conocer los servicios que brinda la cooperativa.

Para llevar a cabo la pauta publicitaria en la emisora de la universidad se tendrá en cuenta el siguiente texto con el cual se pretende dar una información clara acerca de los servicios que brinda la cooperativa.

“La cooperativa COOPMUN informa a los tres estamentos de la Universidad que ofrece sus servicios de: trámite de tarjeta profesional, recargas, créditos para la comunidad universitaria y mucho más. Acércate y vincúlase como asociado. Ubícanos en los anexos académicos de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. “te ofrece sus servicios de: trámite de tarjeta profesional, recargas, créditos para la comunidad UFPSO, y mucho más. Acércate y vincúlase como asociado. Ubícanos en los anexos académicos.”

Para realizar esta estrategia se enviara una carta a la gerente de la emisora donde se expone la necesidad que tiene la cooperativa y el motivo de crear esta pauta publicitaria.

Ocaña 7 de diciembre de 2016

Gerente

**ANDREA PAOLA ROBLES CARRASCAL**

UFM Estéreo

Ocaña

Cordial saludo:

La Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, “COOPMUN” nace como resultado del proyecto denominado COOPERATIVA MULTIACTIVA UN PROYECTO DE EMPREDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA, desarrollado por el Grupo de Investigación en Desarrollo Socio Empresarial GIDSE, perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

Con el fin de crear estrategias publicitarias me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar una pauta publicitaria donde se expongan los servicios que la Cooperativa presta y de igual forma extender la invitación para que la comunidad universitaria se vincule como asociado.

Teniendo en cuenta la antes mencionado el mensaje para la pauta publicitaria seria: “La cooperativa COOPMUN informa a los tres estamentos de la Universidad que ofrece sus servicios de: trámite de tarjeta profesional, recargas, créditos para la comunidad universitaria y mucho más. Acércate y vincúlase como asociado. Ubícanos en los anexos académicos de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.”

Le agradezco de antemano la atención prestada.

Atentamente

**CARMEN AMANDA IBAÑEZ RUEDA**

Coordinadora de Coopmun

**Estrategia 4.** Diseñar un volante de información acerca de la cooperativa el cual podrá compartirse en los grados que se lleven a cabo en la universidad con el fin de captar más clientes.

Con el fin de atraer muchos más clientes y que a su vez obtengan información acerca del trámite de la tarjeta profesional será conveniente difundir este volantes en los próximos grados que la universidad lleve a cabo ya que este es un espacio donde se puede llegar a todos los graduandos y que por conveniente estarán próximos a necesitar de este servicio.



Figura 5. Tarjeta de felicitación y publicidad para los graduados.

**Estrategia 5.** Decorar la oficina de la cooperativa con anuncios alusivos a su razón social con el fin de lograr un mayor reconocimiento por parte de los clientes.

Por medio de estos pequeños cuadros y unas letras que indiquen el nombre de la cooperativa se decorara la oficina con el fin de crear un mayor reconocimiento, los cuales permitan que se pueda identificar con mayor facilidad ya que esta se encuentra ubicada en la oficina del grupo GIDSE.

## Cuadro de misión



Figura 5. Cuadro de la misión de la cooperativa para la decoración.

## Cuadro de visión



Figura 6. Cuadro de la visión de la cooperativa para la decoración.

Nombre y logo de la cooperativa



Figura 7. Logo de la cooperativa para la decoración.

**Actividad 2:** Diseñar y proponer el portafolio de servicios de COOPMUN.

Se diseñaron dos tipos de portafolios de servicios permitiendo con esto que la junta de la cooperativa pueda elegir aleatoriamente el que más se adapte a sus necesidades. La primera propuesta del portafolio de servicios se diseñó mediante una plataforma web llamada Wix, esta requiere de un dominio el cual permite que los usuarios puedan navegar en ella y de esta manera poder acceder a la información que hay reposa.

Página principal del portafolio de servicios creado en la plataforma Wix.





Figura 8. Imagen de la página principal del sitio web de la cooperativa.

Para adquirir el dominio de la plataforma existen varios costos los cuales están estipulados en la página. Dentro de las opciones más favorables para la cooperativa se encuentra el plan Connet Domain (conectar dominio) el cual tiene un valor de US\$ 4.08 mensuales, entonces para un periodo de 12 meses este equivale a \$ 149.424 esta cifra sería la que pagaría la cooperativa anualmente por la página web, es importante reconocer que esta plataforma sería de gran ayuda para los clientes pues en ella pueden encontrar información clara y precisa acerca del servicio que necesitan.

The image shows a web interface for selecting a subscription plan for 'Connect Domain'. The page is divided into two main sections: plan selection and payment options.

**Plan Selection:** The heading is 'Elige tu suscripción al plan Connect Domain'. There are three radio button options:

- 2 años de suscripción: US\$3.75 x 24 meses. A label 'AHORRA UN 25%' is positioned to the left.
- Suscripción anual: US\$4.08 x 12 meses. A label 'AHORRA UN 20%' is positioned to the left.
- Suscripción mensual: US\$5.95 de mes a mes.

At the bottom left of the plan selection area is a 'Volver' link. At the bottom right is a blue button labeled 'Elegir'.

**Payment and Security:** The right side of the page is titled 'Métodos de pago aceptados' and displays logos for VISA, MasterCard, AMERICAN EXPRESS, and DISCOVER. Below this, a green shield icon is accompanied by the text 'PAGO SEGURO CON SSL' and 'Tu información está protegida por una encriptación SSL de 256-bits.' A blue banner below that features a '14 DIAS' badge and the text 'Reembolso Garantizado'. At the bottom of this section, it states: 'Prueba Wix por 14 días y si no estás 100% satisfecho, te reembolsaremos tu dinero.'

Figura 9. Valor del plan de la página web.

La segunda opción para el portafolio de servicios fue creada con un diseño tipo tríptico el cual sería impreso en papel y por consiguiente tendría un valor inferior al antes mencionado. El contenido consta de una portada y las demás páginas describen la esencia de la cooperativa, a su vez los servicios que esta presta y la manera de como la comunidad UFPSO se puede vincular como asociado, también brinda información referente a su ubicación, número de contacto y el correo electrónico al cual pueden remitir sus solicitudes.

Página numero 1 del portafolio de servicios

**Un proyecto de responsabilidad social universitaria.**

**CONTACTANOS**  
Diríjase al edificio de anexos facultad ciencias administrativas y económicas de la UFPSO y consulte su trámite.

**CORREO ELECTRÓNICO**  
Escriba a nuestro correo notificaciones [coopmun@ufpso.edu.co](mailto:coopmun@ufpso.edu.co) y reciba respuesta clara, oportuna y confiable a sus sugerencias.

**TELÉFONO**  
Marque al 5690088 extensión 481 y recibirá información detallada de nuestros servicios.

**COOPMUN**

Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Figura 10. Página 1 del portafolio de servicios.

Página numero 2 del portafolio de servicios

**NOSOTROS**

**MISIÓN**

Somos una cooperativa que a través del esfuerzo de proyectos investigativos universitarios, conducimos a procesos financieros y administrativos con enfoque solidario para mejorar las condiciones de vida a estudiantes, egresados, docentes y trabajadores con un enfoque responsable.

**VISIÓN**

COOPMUN Cooperativa Multiactiva Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña se consolidara como una cooperativa líder y sustentable en la prestación de sus servicios, dirigidos a sus asociados, estos acompañados del mejor talento humano y orientados siempre a mejorar la calidad de vida.

**NUESTROS SERVICIOS**

**TRÁMITE DE TARJETA PROFESIONAL**

Ingeniería de sistemas, Ingeniería civil, Ingeniería ambiental, Ingeniería mecánica, Contaduría pública, Administración de empresas, Zootecnia

**RECARGAS**

**CRÉDITOS PARA LA COMUNIDAD UFPSO**

**VINCULATE COMO ASOCIADO**

**REQUISITOS**

Presenta la fotocopia de tu cédula de ciudadanía y disfruta de los beneficios que te brinda la cooperativa COOPMUN.

Figura 11. Página 2 del portafolio de servicios.

## Capítulo 4. Diagnostico final

La ejecución de los objetivos a lograr y metas planteadas hacen referencia a la falta de un plan estratégico que permita el fortalecimiento y crecimiento a una mayor escala de los servicios que la cooperativa desearía brindar; ocasionando con ello que gran parte de la comunidad universitaria no esté enterada de la existencia de la cooperativa y de los servicios que pueden adquirir en ella.

En la ejecución del diseño del plan estratégico se pudo encontrar que entre las principales falencias que cuenta la cooperativa son la carencia de asociados que existen y por ende esto trae como consecuencia los limitados servicios que la cooperativa pueda brindar, igualmente la falta de publicidad se ve reflejada en que muchas personas no estén enteradas ni recurran a la cooperativa para solicitar los servicios que allí se prestan pues en la oficina no existe ningún letrero que haga alusión a la existencia de la cooperativa.

Es así entonces que con el fin de mejorar su razón social y de esta manera establecer principios y valores corporativos que sirvan de apoyo a los servicios prestados los cuales se verán reflejados en la rentabilidad de la cooperativa, se creó la misión y la visión de la cooperativa permitiendo con ello un punto de referencia para la toma de decisiones y las acciones de los miembros de la cooperativa, así mismo los valores y principios corporativos permiten orientar las conductas de todos los miembros que la integran y a su vez, sirven como fuente de inspiración y motivación.

Finalmente este plan estratégico busca el fortalecimiento de la cooperativa creando con este el reglamento interno de crédito que es uno de los servicios que la cooperativa desea implementar en el menor tiempo posible, pero para ello es necesario la vinculación de muchas personas y de esta manera poder generar más recursos, es por esto entonces que se establecieron una serie de estrategias que permitan dar a conocer los servicios de la cooperativa y a su vez la afiliación a esta.

## Capítulo 5. Conclusiones

Teniendo en cuenta el trabajo realizado en la Cooperativa Coopmun se pudo determinar las debilidades con las que cuenta y a su vez aquellas oportunidades así como las acciones de mejora que se deben implementar para cumplir con los demás objetivos planteados.

Así mismo se logró crear la matriz axiológica permitiendo con ella el fortalecimiento de la Cooperativa Coopmun, la cual permite dar un mayor direccionamiento a las nuevas metas que la cooperativa planea implementar como es el caso de la línea de crédito donde no solo se beneficien sus asociados sino también toda la comunidad universitaria.

En conclusión, es de vital importancia trabajar en el desarrollo de la Cooperativa apoyados en las estrategias planteadas, pues ya que están son un medio importante a través del cual la empresa se dé a conocer no solo dentro de la Universidad sino también fuera de ella.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda a la Cooperativa Coopmun, poner en práctica las acciones pertinentes para dar una mayor solución a las debilidades con las que este cuenta, con el fin de que la empresa pueda lograr sus metas de una manera más efectiva.

Se recomienda a la cooperativa tener en cuenta los diferentes factores que componen la matriz axiológica, para así poder lograr sus objetivos. De igual manera se recomienda ajustar el reglamento de crédito propuesto en el trabajo basado en las opiniones de los directivos de la cooperativa y de esta manera lograr brindar este servicio que tanto desea la cooperativa a la comunidad.

De igual forma se deben llevar a cabo las estrategias planteadas con el fin de lograr un mayor reconocimiento de los servicios que brinda la cooperativa, a su vez evaluar la puesta en marcha del portafolio de servicios teniendo en cuenta la tarifa planteada en el desarrollo del trabajo, pues este es un factor importante a través del cual se puede llegar de una manera más directa y efectiva a los clientes



## Referencias

Alcaldía de Bogotá. (04 de AGOSTO de 1998). *alcaldiadebogota*. Recuperado el 16 de 10 de 2016, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/>

Banco de la República . (s.f). *Banco de la República* . Recuperado el 4 de 11 de 2016, de <http://www.banrepcultural.org/>

Ceballos, V. (s.f). *elempleo*. Recuperado el 5 de 11 de 2016, de <http://www.elempleo.com/>

Concepto.de. (s.f). *Concepto.de*. Recuperado el 17 de 10 de 2016, de <http://concepto.de/>

Dicel. (s.f). *Dicel.co*. Recuperado el 18 de 10 de 2016, de <http://dicel.co/>

Gestión empresarial . (7 de 01 de 2013). *Gestión empresarial* . Recuperado el 10 de 11 de 2016, de <https://renatamarciniak.wordpress.com/>

Martinez, A. (23 de 10 de 2012). *Anttoma*. Recuperado el 17 de 10 de 2016, de <http://anttoma.blogspot.com.co/>

Serrano, E. (27 de 09 de 2013). *Empresa Gestión Tic* . Recuperado el 5 de 11 de 2016, de <http://gestiontic-ufps.blogspot.com.co/>

Significados . (2013). *Significados* . Recuperado el 4 de 11 de 2016, de <https://www.significados.com/>