



ANTECEDENTES

La marca es un factor de gran importancia que permite a los Productos o empresas diferenciarse de otros similares, contribuyendo a posicionarse de alguna manera en la mente de las personas. Para Richard L. Sandhusen, "una marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o combinación de los mismos, que identifica a los productos y servicios y ayuda a diferenciarlos como pertenecientes a un mismo proveedor".

En el Ecuador, una vez que por mandato de ley las Cooperativas de Ahorro y Crédito, todas están bajo el mismo organismo de control, se perdió la diferenciación de aquellas que estaban controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, convirtiéndose en una necesidad para ellas y su ente de agremiación, ICORED construir y posicionar la marca como un mecanismo de diferenciación, destacando su modelos empresarial caracterizado por la aplicación de buenas prácticas financieras, de responsabilidad social y gobernabilidad cooperativa.

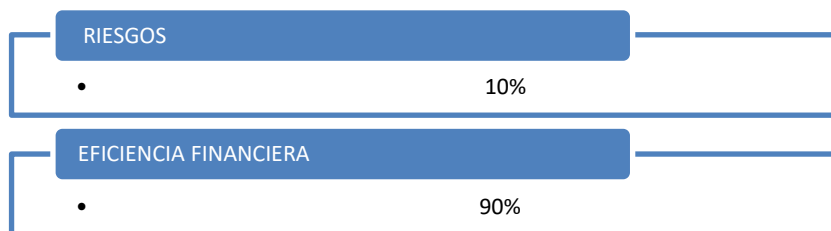
Pero la marca no solo es un elemento de mercadotecnia, no solo debe buscar promover a determinado producto o empresa, en nuestro caso, no solo debe promocionar a las cooperativas socias de ICORED, sino que fundamentalmente debe garantizar que el mensaje que esta encierra, se constituya en una garantía para las personas que la van conociendo, a través de la promoción que pueda darse de las misma.

Es en este sentido que radica la imperiosa necesidad de la construcción de una marca, que recoja las principales coincidencias de las cooperativas socias y que obligue a la incorporación de ellas a todas sus socias como un elemento de autodeterminación institucional en el contexto de la integración de entidades similares en los aspectos acordados, lo que redundaría en obtener el respaldo de la marca en términos concretos.

Es importante destacar que lo que refiere a logotipos, isotipos y diseño gráfico, ICORED ha venido posicionando en la opinión pública su presencia desde el 2014, por lo que ya hay un recorrido en ese sentido y lo que se busca es darle un contenido a esa simbología que ya tiene un cierto posicionamiento.

CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

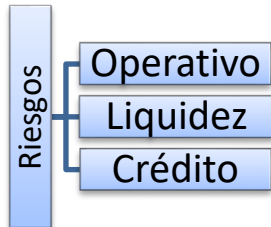
La marca ICORED, para que constituya un verdadero respaldo para sus asociadas debe involucrar dentro de sí un compromiso de autorregulación de las organizaciones que reciben la marca, más allá de las exigencias del Organismo de Control, debe haber una convicción por desarrollar e implementar buenas prácticas para ello, se ha considerado dos grandes elementos con sus respectivas ponderaciones.





RIESGOS.

Es indudable que toda entidad que tiene como actividad la intermediación financiera, está expuesta a una serie de riesgos propios y exógenos que afectan directamente al giro del negocio, por lo que asegurar la calidad de la administración de riesgos debe convertirse en otra de las misiones de la entidad.



Las cooperativas socias de ICORED son entidades que tienen una concepción propositiva sobre la administración integral de riesgos y por ello incluyen en su gestión los elementos necesarios para su administración, como eje transversal de sus actividades a fin de asegurar un manejo eficiente que contribuya al cumplimiento de su misión social, a la sostenibilidad y seguridad institucional.

El aporte que esta actividad dará a la calificación de la entidad será del 30%, y para medirla se analizará que informes de auditoría externa no presenten salvedades y en el caso de tener una calificación de riesgos efectuada por una entidad externa, esta no podrá ser inferior a C.

EFICIENCIA FINANCIERA

Las cooperativas administran adecuadamente los recursos de los asociados en coherencia con los marcos normativos y legales pertinentes, así como también las más elevadas normas de solvencia y prudencia financiera. Sus socios contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa.

Metodología.- Con la finalidad de obtener un puntaje por cada una de las cooperativas que forman parte de ICORED o que buscan formar parte de la red, se plantea revisar su desarrollo financiero, mediante la agrupación de 10 indicadores financieros repartidos en cinco grupos, cada uno con su respectiva ponderación y asignación de peso por cada indicador, obteniendo como resultado la sumatoria de estos cinco grupos que indican el puntaje financiero que posee cada entidad.

Proceso:

- 1.- Se han seleccionado 10 indicadores financieros, asignándoles su peso respectivo para la medición del desarrollo financiero, la tendencia óptima y el grupo al que pertenece.
- 2.- Para cada uno de los grupos se asigna su ponderación.

Con estos aspectos, tenemos el siguiente cuadro



No.-	GRUPOS		INDICADORES FINANCIEROS		
1	RENTABILIDAD	10%	ROA	50%	Entre más alto mejor
			ROE	50%	Entre más alto mejor
2	CALIDAD DE CARTERA	30%	Morosidad	60%	Entre más bajo mejor
			Cobertura de Cartera Improductiva	40%	Entre más alto mejor
3	EFICIENCIA	20%	Activo Productivo / Pasivos con Costo	55%	Entre más alto mejor
			Grado de Absorción	45%	Entre más bajo mejor
4	SOLVENCIA	20%	Capital Institucional	50%	Entre más alto mejor
			Solvencia	50%	Entre más alto mejor
5	LIQUIDEZ	20%	Liquidez a Corto Plazo	50%	Entre más alto mejor
			Liquidez Ampliada	50%	Entre más alto mejor

3.- El resultado de cada indicador por cooperativa, se lo multiplica por el peso que se le asignó (según la tabla) y su aporte al cálculo final dependerá de la tendencia óptima del indicador, de la siguiente manera:

	INDICADOR	RESULTADO	CÁLCULO	TENDENCIA	APORTE CÁLCULO FINAL
1	Roa	1,68	$(1,68 * 50\%) = 0,84$	ALTO	0,84
	Roe	11,23	$(11,23 * 50\%) = 5,62$	ALTO	5,62
2	Morosidad	4,60	$(4,60 * 60\%) = 2,76$	BAJO	$(1 - 2,76) = -1,76$
	Cobertura C. Imp.	138,27	$(138,27 * 40\%) = 55,31$	ALTO	55,31
3	Act. Pro / Pasivo C.	119,65	$(119,65 * 55\%) = 65,81$	ALTO	65,81
	Grado de Abs.	56,04	$(56,04 * 45\%) = 25,22$	BAJO	$(1 - 25,22) = -24,22$
4	Capital Inst.	95,43	$(95,43 * 50\%) = 47,72$	ALTO	47,72
	Solvencia	19,49	$(19,49 * 50\%) = 9,75$	ALTO	9,75
5	L. Corto plazo	15,94	$(15,94 * 50\%) = 7,97$	ALTO	7,97
	L. Ampliada	16,70	$(16,70 * 50\%) = 8,35$	ALTO	8,35

4.- Con el aporte para el cálculo final que se obtiene por cada indicador se lo multiplica por la ponderación que le pertenece a cada grupo y la sumatoria de estos resultados será el desempeño financiero que posee cada cooperativa, así por ejemplo:

1	RENTABILIDAD	Roa	0,84	6,46	$(0,84 + 5,62) * 10\% =$	0,65
		Roe	5,62			
2	CALIDAD DE CARTERA	Morosidad	-1,76	53,55	$(-1,76 + 55,31) * 30\% =$	16,07
		Cobertura C. Imp.	55,31			
3	EFICIENCIA	Act. Pro / Pasivo C.	65,81	41,09	$(65,31 - 24,22) * 20\% =$	8,22
		Grado de Abs.	-24,22			
4	SOLVENCIA	Capital Inst.	47,72	57,47	$(47,72 + 9,75) * 20\% =$	11,49
		Solvencia	9,75			
5	LIQUIDEZ	L. Corto plazo	7,97	16,32	$(7,97 + 8,35) * 20\% =$	3,26
		L. Ampliada	8,35			

39,69

RESUMEN DE LA CALIFICACION

Para que una Cooperativa pueda ser socia de Icored deberá estar en el promedio de los resultados del grupo, o más arriba, pero jamás por debajo de cinco puntos menos de ese promedio (-5), pues no puede garantizarse la salud institucional, y no puede permitirse una contaminación a la marca ICORED.

Las Cooperativas que ya son socias mantendrán tal condición, no obstante a aquellas que mantengan resultados menores al promedio, se les hará un acompañamiento para apoyarlas en su gestión.



MARCA COOPERATIVA