



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÉSIS DE GRADO

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA COOPERATIVA
DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA EN LA PARROQUIA
MULLIQUINDIL DEL CANTÓN SALCEDO EN EL PERIODO 2013-2014”**

Tesis presentada previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial.

Autora:

Laica Lara Jessica Paola

Director:

Ing. Wilson Fabián Trávez Moreno

Latacunga – Ecuador

Noviembre 2015



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
HUMANÍSTICAS Y DEL HOMBRE
Latacunga – Ecuador

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA EN LA PARROQUIA MULLIQUINDIL DEL CANTÓN SALCEDO EN EL PERIODO 2013-2014”** son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....
Laica Lara Jessica Paola

C.I. 050344677-5



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
HUMANÍSTICAS Y DEL HOMBRE

Latacunga – Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad del director del trabajo de investigación sobre el tema: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA EN LA PARROQUIA MULLIQUINDIL DEL CANTÓN SALCEDO EN EL PERIODO 2013-2014”**, de **Laica Lara Jessica Paola**, postulante de la carrera **DE INGENIERÍA COMERCIAL**, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del tribunal de validación de tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica De Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Noviembre del 2015

El Director:

Ing. Wilson Fabián Trávez Moreno



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
HUMANÍSTICAS Y DEL HOMBRE
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de miembros de tribunal de grado aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas por cuanto la postulante Laica Lara Jessica Paola con título de tesis: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA EN LA PARROQUIA MULLIQUINDIL DEL CANTÓN SALCEDO EN EL PERIODO 2013-2014”** ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de defensa de tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Noviembre del 2015

Para constancia firman:

.....
Ing. Walter Navas
PRESIDENTE

.....
Ing. Marlene Salazar
MIEMBRO

.....
Ing. Yadira Borja
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

A mis queridos padres quienes me brindaron su apoyo incondicional en mi vida estudiantil, por ser la fuerza y la inspiración para llegar a la cumbre del triunfo al culminar una etapa más de mi vida, a ellos mi más grato agradecimiento.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por ser un hogar de aprendizaje donde con dedicación me forme como una persona de éxito para progresar en la sociedad y en el mundo profesional.

A mis amigos quienes formaron parte de este camino con su apoyo moral y que sus risas han hecho de mi vida un arcoíris de aprendizajes en cada una de las horas clases.

Laica Lara Jessica Paola

DEDICATORIA

Este presente trabajo va dedicado a mis amados padres, hermanos, sobrinos y amigos quienes que con su amor, ejemplo, paciencia y apoyo moral me impulsaron y me motivaron para culminar mi vida estudiantil con éxito y alcanzar esta meta tan anhelada, que siempre pondré al servicio del bien, la verdad y la justicia.

Laica Lara Jessica Paola



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**

Latacunga – Ecuador

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA EN LA PARROQUIA MULLIQUINDIL DEL CANTÓN SALCEDO EN EL PERIODO 2013-2014”

Autora: Laica Lara Jessica Paola

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la Parroquia Mulliquindil, en la cual se determinó como principal problema la falta de financiamiento para actividades económicas y productivas debido a inactividad de un sistema de créditos confiables que brinde solides de toma de decisiones acertadas por parte de la población. Para establecer la correcta investigación se aplicó un estudio de mercado que impulso el análisis de la oferta, demanda, competencia, y demanda insatisfecha, de manera que contribuirá a incrementar movilidad económica y a su vez ingresos favorables para la la Institución, mediante la utilización de encuestas y la investigación de campo. A través de la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito se buscará satisfacer cada uno de los deseos y necesidades de la población. El estudio o análisis económico-financiero desarrolla indicadores financieros como: VAN, TIR y RCB que demostraron la factibilidad del proyecto de inversión, teniendo un periodo de recuperación favorable, además permite cumplir con los objetivos para la sostenibilidad económica de la entidad,

Palabras claves: Financiamiento, económicas, sistema de créditos, Ahorro, satisfacción.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la señorita Egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **LAICA LARA JESSICA PAOLA**, cuyo título versa “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA EN LA PARROQUIA MULLIQUINDIL DEL CANTÓN SALCEDO EN EL PERIODO 2013-2014**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, agosto del 2015

Atentamente,

.....

Lic. Marcelo Pacheco

DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

C.C. 050261735-0



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TOPIC: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF THE COOPERATIVE SAVINGS AND CREDIT FOR SANTA ANITA MULLIQUINDIL PARISH OF CANTON SALCEDO IN THE PERIOD 2013-2014"

Author: Laica Lara Jessica Paola

ABSTRACTS

The present work is the result of a deep research that gives as a result the existence of the necessary conditions to run the creation of a credit union, to provide new services to benefit its members and partners, for which the proposal is intended to publicize the productive capacity of the company either through the size of the plant, equipment, and also will be the administrative culture of the company, detailing the general description of the product to get to know the needs that will be covered with each of the services to provide considering innovation of each one of them to reach the target market. Extend the study of the industry by analysing the forces of potter to get to know customers and competitors of the business plan, the marketing plan is to establish the objectives and the marketing mix based on the technical study the same as that is where you detail the location, times the programs and the administrative proposal. Finally there would be a financial study at the same that will allow you to identify what will be the initial investment required for the implementation of the business plan and to establish budgets and financial statements and also determine the feasibility of the business plan through the indicators of financial viability.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada..	i
Autoría.....	ii
Aval del director de tesis.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	vii
Aval de traducción.....	viii
Abstracts.....	ix
Índice de contenido.....	x
Índice de cuadros.....	xvi
Índice de gráficos.....	xviii
Índice de anexos.....	xix

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1	Antecedentes Investigativos.....	1
1.2	Categorías Fundamentales.....	3
1.3	Introducción.....	4
1.4	Marco Teórico.....	5
1.4.1	Administración.....	5
1.4.1.1	Importancia de la administración.....	7
1.4.1.2	Objeto de la administración.....	7

1.4.1.3	Funciones de la administración.....	8
1.4.1.4	Características de la administración.....	10
1.4.2	Emprendimiento.....	12
1.4.2.1	Importancia del emprendimiento.....	13
1.4.2.2	Emprendedores	13
1.4.2.3	Características del emprendedor	15
1.4.3	Plan de Negocios.....	17
1.4.3.1	Importancia de un plan de negocio	18
1.4.3.2	Estructura del plan de negocio	18
1.4.3.3	Etapas del plan de negocio.....	26
1.4.3.4	Estudio Técnico.	32
1.4.3.5	Estudio financiero.	39

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1	Introducción	47
2.2	Objetivos	48
2.2.1	Objetivo General.....	48
2.2.2	Objetivos Específicos.....	48
2.3	Idea del Negocio.	49
2.4	Identificación del Producto.....	49
2.5	Mercado Meta.	50
2.5.1	Segmentación.....	50
2.6	Investigación de Mercado.....	52
2.6.1	Planteamiento del Problema	52

2.6.2	Posible Solución.....	53
2.6.3	Justificación	53
2.6.4	Tipo de Investigación.....	54
2.6.4.1	Cuantitativa.	54
2.6.4.2	Cualitativa.	55
2.6.5	Modalidad Básica De La Investigación	55
2.6.5.1	Investigación bibliográfica- documental.....	55
2.6.5.2	Investigación de campo.....	55
2.6.5.3	Proyecto de intervención social	56
2.6.6	Estratégicas Metodologías.	56
2.6.6.1	Técnicas	56
2.6.6.2	Instrumentos.....	57
2.6.7	Población y Muestra.	58
2.6.7.1	Población.....	58
2.6.7.2	Muestra	58
2.6.7.3	Plan muestral.....	60
2.7	Recopilación de Información.....	62
2.7.1	Análisis e Interpretación De Resultados.	62
2.8	Análisis de Demanda	76
2.8.1	Demanda Potencial O Actual.....	76
2.8.2	Demanda Histórica.....	77
2.8.3	Proyección de la Demanda.....	77
2.9	Análisis de la Oferta.....	80
2.9.1	Oferta Actual.....	80

2.9.2	Oferta Histórica.....	80
2.9.3	Oferta Proyectada.....	81
2.10	Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	83
2.11	Análisis de Precio	84

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

3.1	Introducción	87
3.2	Objetivos.....	88
3.2.1	Objetivo General.....	88
3.2.2	Objetivos Específicos.....	88
3.3	Estudio Técnico	89
3.3.1	Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.....	89
3.3.1.1	El Tamaño del Proyecto y la Demanda.....	89
3.3.1.2	El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento	90
3.3.2	Localización del Proyecto.....	90
3.3.2.1	Macro localización.....	90
3.3.2.2	Micro localización	91
3.4	Ingeniería del Proyecto	92
3.4.1	Diseño de la Planta.....	93
3.4.2	Requerimientos del Proyecto	96
3.5	Propuesta Administrativa.....	99
3.5.1	Razón Social	99
3.5.1.1	Logotipo de la empresa.....	99
3.5.1.2	Slogan	100

3.5.2	Base Filos3fica.....	101
3.5.2.1	Misi3n	101
3.5.2.2	Visi3n.....	101
3.5.2.3	Objetivos.....	102
3.5.2.4	Principios	102
3.5.2.5	Valores	102
3.5.2.6	Estrategias.....	103
3.5.2.7	Estructura Organizacional.....	104
3.5.2.8	Manual de funciones.....	106
3.5.2.9	Marco legal	111
3.6	Estudio Financiero	115
3.6.1	Presupuestos Consolidados.....	115
3.6.1.1	Inversiones	115
3.6.1.2	Gastos de Administrativos	117
3.6.1.3	Depreciaciones.....	120
3.6.1.4	Amortizaci3n de activos diferidos	121
3.6.1.5	Inversi3n fija.....	122
3.6.2	Planeaci3n Financiera	125
3.6.2.1	Estado de resultados proforma.....	125
3.6.2.2	Flujo de caja proyectado	127
3.6.3	Indicadores de Viabilidad Financiera	129
3.6.3.1	Valor Actual Neto (VAN).....	129
3.6.3.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	130
3.6.3.3	Tasa M3nima de Rendimiento Aceptable (TMAR)	131

3.6.3.4	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	131
3.6.4	Punto de Equilibrio (PE).....	132
	Conclusiones.....	133
	Recomendaciones.....	135
	Referencia bibliográfica.....	136
	Citada.....	136
	Consultada.....	137
	Anexos.....	139

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 2. 1 Segmentación de mercado	51
CUADRO N° 2. 2 Prueba piloto.....	59
CUADRO N° 2. 3 Plan muestral	61
CUADRO N° 2. 4 Calificación de servicio	64
CUADRO N° 2. 5 Mayor confianza.....	65
CUADRO N° 2. 6 Servicios utilizados con mayor frecuencia	66
CUADRO N° 2. 7 Solicita crédito	67
CUADRO N° 2. 8 Tiempo de crédito financiero.....	68
CUADRO N° 2. 9 Tipo de crédito.....	69
CUADRO N° 2. 10 Finalidad de crédito	70
CUADRO N° 2. 11 Creación de la cooperativa.....	71
CUADRO N° 2. 12 Servicios a recibir	72
CUADRO N° 2. 13 Disponibilidad de dinero.....	73
CUADRO N° 2. 14 Monto promedio	74
CUADRO N° 2. 15 Certificado de aportación.....	75
CUADRO N° 2. 16 Demanda actual	76
CUADRO N° 2. 17 Demanda histórica	77
CUADRO N° 2. 18 Datos para la proyección	78
CUADRO N° 2. 19 Oferta indirecta actual.....	80
CUADRO N° 2. 20 Oferta histórica	81
CUADRO N° 2. 22 Oferta proyectada.....	81
CUADRO N° 2. 23 Demanda insatisfecha	83
CUADRO N° 2. 25 Precios en el mercado financiero.....	85
CUADRO N° 2. 26 Proyección de precios	86
CUADRO N° 3. 1 Porcentaje a cubrir	89
CUADRO N° 3. 2 Distribución de la planta.....	93
CUADRO N° 3. 3 SUministros de oficina	96
CUADRO N° 3.4 Equipo y tecnología	97

CUADRO N° 3.5 Muebles de enseres.....	98
CUADRO N° 3.6 Suministros de limpieza.....	98
CUADRO N° 3.7 REquerimiento de vehiculo	99
CUADRO N° 3. 8 Detalle de activos.....	115
CUADRO N° 3. 9 Activos diferidos.....	117
CUADRO N° 3. 10 Cálculo de sueldos y beneficios 2015.....	118
CUADRO N° 3. 11 Gasto de arriendo.....	119
CUADRO N° 3. 12 Gastos servicios básicos	119
CUADRO N° 3.13 Costos indirectos.....	120
CUADRO N° 3. 14 Depreciación de activos	121
CUADRO N° 3. 15 Amortización de activos diferidos	121
CUADRO N° 3.16 Inversión fija.....	122
CUADRO N° 3.17 Capital operativo.....	123
CUADRO N° 3.18 Capital de trabajo.....	123
CUADRO N° 3.19 Consolidado de inversión	124
CUADRO N° 3.20 Financiamiento del capital	125
CUADRO N° 3. 21 Estado de resultados proyectado.....	126
CUADRO N° 3. 22 Flujo de caja proyectado	128
CUADRO N° 3. 23 Cálculo del VAN	129
CUADRO N° 3. 24 Cálculo del TIR.....	130
CUADRO N° 3. 25 Cálculo de tmar.....	131
CUADRO N° 3. 26 Calculo del pri.....	132
CUADRO N° 3. 27 Cálculo del pe	132

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1. 1 Funciones de la administración.....	8
GRÁFICO N° 1. 2 Características de la administración.....	10
GRÁFICO N° 1. 3 Características del emprendedor	15
GRÁFICO N° 1. 4 Estructura del plan de negocios.....	18
GRAFICO N° 2. 1 Cuenta de ahorro o crédito	63
GRAFICO N° 2. 2 Calificación de servicio.....	64
GRAFICO N° 2. 3 Mayor confianza	65
GRAFICO N° 2. 4 Beneficios utilizados con mayor frecuencia	66
GRAFICO N° 2. 5 Solicita crédito	67
GRAFICO N° 2. 6 Tiempo de crédito financiero	68
gRAFICO N° 2. 7 Tipo de crédito	69
GRAFICO N° 2. 8 Finalidad de crédito.....	70
GRAFICO N° 2. 9 Creación de la cooperativa	71
GRAFICO N° 2. 10 Servicios a recibir.....	72
GRAFICO N° 2. 11 Disponibilidad de dinero.....	73
GRAFICO N° 2. 12 Monto promedio.....	74
GRAFICO N° 2. 13 Certificado de aportación	75
GRAFICO N° 3. 1 MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN	91
GRAFICO N° 3. 3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA BAJA	94
GRAFICO N° 3. 4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA ALTA	95
GRAFICO N° 3. 5 LOGOTIPO DE LA EMPRESA.....	100
GRAFICO N° 3. 6 SLOGAN DE LA INSTITUCIÓN	101
GRAFICO N° 3. 7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	105

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Encuesta	139
ANEXO N° 2 Tasa de crecimiento anual en el sector	144
ANEXO N° 3 Registro de cooperativas de ahorro y crédito	145
ANEXO N° 4 Tabla salarial en el sector financiero	146

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes Investigativos

COBO, Erika (2003) en su tema de tesis “proyecto de creación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito para los pequeños productores rurales” manifiesta que: el estudio se enfocará en encontrar una metodología de trabajo que elimine las principales trabas por las que las instituciones financieras no se han interesado en trabajar en el sector rural.

Con este tema se conoce que el desarrollo de una institución financiera es una opción de llegar al sector rural de manera directa y así alcanzar el objetivo que es la eliminación de trabas existentes para cierto sector.

VÁSQUEZ, María & PÉREZ, Paola & SAAVEDRA, Wilson (2010) en su tema de tesis: “proyecto para la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito en la parroquia Pucayacu del cantón la Maná – provincia de Cotopaxi” manifiesta que la creación de la cooperativa en la parroquia Pucayacu es con el fin de desarrollar interesantes y accesibles servicios financieros que se ajusten a su realidad socio económica, permitiendo la satisfacción de las necesidades y contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes, puesto que no existen entidades financieras en la zona que ofrezcan confianza y servicios eficientes. El tema de estudio da como resultado la aceptación de creación de una institución financiera

que brinde apoyo inmediato a los pobladores de la parroquiaPucayacu con accesibles e interesantes servicios financieros alcanzando así la satisfacción de las necesidades de cada uno de los mismos.

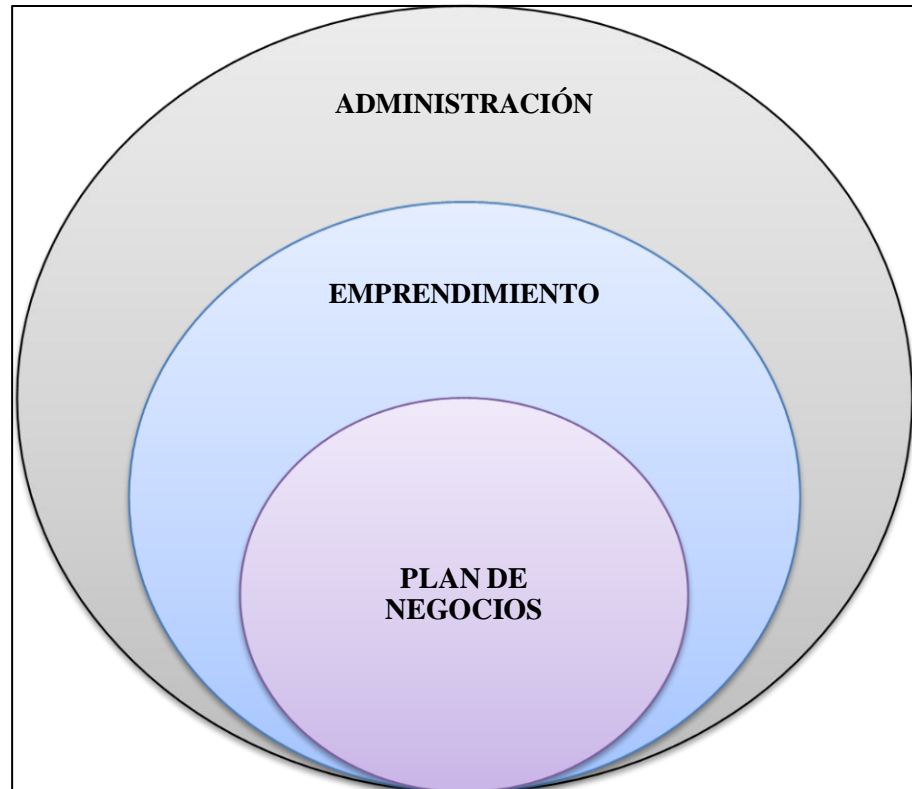
TARAMBÍS, Oscar & VILLOTA, Javier (2011) en su tema de tesis: “estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Amazonas, en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura” manifiesta que la institución investigada es una pequeña empresa de orden familiar, que no cuenta con las herramientas principales para aplicar y mantener una buena gestión administrativa financiera y de control.

Con el desarrollo de este proyecto se conseguirá dirigir el accionar institucional que perfeccionara su posición financiera, el crecimiento de la misma y aplicando práctica para el mejoramiento de los sistemas y estrategias en la cooperativa, reflejándose de igual forma en la presentación de servicios que recibirá cada socio.

CÁRDENAS, Elsa & TORRES, Iván (2010) en su tema de tesis: “creación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito a través de los bancos comunales de la provincia del Carchi que son financiados con recursos del gobierno provincial” manifiesta que: finalidad analizar la factibilidad de la creación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito que apoye el funcionamiento de los Bancos Comunales que tienen su campo de acción en la Provincia del Carchi.

La creación de la entidad financiera es con el propósito de brindar apoyo al funcionamiento de los bancos comunales en especial a las parroquias rurales que mantienen un alto índice de pobreza proporcionando créditos financieros que les ayude a mejorar el desarrollo productivo.

1.2 Categorías Fundamentales



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

1.3 Introducción

Hoy en día debido a la inestabilidad económica, es necesaria la realización de un plan de negocio para la ejecución del mismo con la finalidad de incursionar un negocio propio durante el transcurso de los años, aplicando así la actividad empresarial y productiva. Este plan de negocio a nacido por la ausencia de ciertos servicios en la parroquia, como es el caso de la falta de una institución financiera, siendo esta una actividad productiva no existente en Mulliquindil Santa Ana, por lo cual se ha visto en la necesidad de elaborar un plan de negocios, siendo este una fuente de empleo para la colectividad, misma que permitirá que la condición económica de cada habitante sea estable lo que considera como una oportunidad incursionar mercado.

Para el desarrollo del presente plan de negocio se estructuro tres capítulos:

En el Capítulo I se analizará la fundamentación teórica, la misma que está basada en el estudio profundo y detallado de la administración, emprendimiento, cooperativismo y plan de negocios.

En el Capítulo II se conocerá el estudio de mercado en el mismo que se estudiará los objetivos, la idea del negocio la identificación del producto, mercado meta todos con cada uno de sus puntos específicos, así también se realizara la investigación de mercado, desarrollando el planteamiento del problema con su posible solución, una justificación, detallando las fuentes de información, la modalidad básica , los tipos de investigación, las estrategias metodológicas, la población como también la muestra, recopilación de información, así también se analizara la demanda, la oferta, y finalmente la mezcla de marketing, todos y cada uno de ellos con sus diferentes puntos principales.

Finalmente en Capítulo III se procederá a detallar el desarrollo de la propuesta con el propósito de dar a conocer la capacidad productiva de la empresa ya sea mediante el

tamaño de la planta, equipos, así también se desarrollará la cultura administrativa de la empresa, se detallara la descripción general del producto para así conocer las necesidades que se cubrirán con cada uno de los servicios a brindar, considerando la innovación de cada uno de ellos para así llegar al mercado objetivo. Se ampliara el estudio de la industria analizando las fuerzas de porter para así conocer a clientes y competidores del plan de negocios, el plan de marketing consiste en establecer los objetivos y el marketing mix basándonos en el estudio técnico el mismo que es donde se detallara la ubicación, lo horarios los programas y la propuesta administrativa. Finalmente se planteará el estudio financiero al mismo que permitirá identificar cual será la inversión inicial que se requiere para la ejecución del plan de negocios y de esta manera establecer los presupuestos y estados contables, así también determinar la factibilidad del plan de negocios mediante los cálculos de a Tasa Mínima Aceptable de rendimiento (TMAR), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación (PRI) y la Relación Costo Beneficio.

1.4 Marco Teórico

1.4.1 Administración

Según CHIAVENATO Idalberto, (2004) manifiesta que: “La palabra administración proviene del latín (ad, dirección, hacia, tendencia, comparativo de inferioridad, y el sufijo ter, que indica subordinación u obediencia, es decir quien cumple una función bajo el mandato de otro, quien le presta un servicio a otro), significa subordinación y servicio. La tarea de la administración consiste en interpretar los objetivos de la empresa para transformarlos en acciones empresariales mediante planeación, organización, dirección y control de las actividades realizadas en las diversas áreas, niveles de la empresa para conseguir tales objetivos. (pág. 3)”.

El autor manifiesta en este concepto práctico que la administración hace referencia a un desempeño bajo un mando superior y la ejecución de un servicio que está basada en la realización de objetivos aplicando la planeación, organización, dirección y control que son las funciones necesarias de la administración que son aplicadas dentro de cada una de las áreas de una empresa con el propósito de desarrollar las actividades de manera eficiente para llegar a cumplir con las metas propuestas.

Para ROBBINS & COULTER, (2005) la administración “Es la coordinación de las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas”. (Pág. 7,9)

La administración “Es el medio de dirigir las actividades de la empresa de forma eficiente y eficaz cumpliendo un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar para el cumplimiento de los objetivos organizacionales utilizando un conjunto de recursos los mismos que deben ser optimizados y así lograr una productividad favorable para la empresa”.

El autor manifiesta en este concepto claro que Administración es la conexión de cada una de las actividades de una empresa que está basada en el desarrollo de proyectos que buscan alcanzar la eficiencia aplicando estrategias dirigidas al propósito de lo que se quiere realizar y el cómo se lo va a realizar con la aplicación de los recursos existentes para alcanzar los objetivos y metas empresariales.

Según: HITT Michael, (2009), La administración “Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado. (Pág. 8)”

El autor da a conocer en su concepto que la administración es un proceso que está tomada en cuenta en el estudio de la sociedad y su vinculación, que está enfocada a planear y regular cada una de las operaciones realizadas en la empresa de manera

eficiente para alcanzar el propósito planteado, aplicando métodos y técnicas que sean de ayuda para la utilización y optimización de recursos, los mismos que son importantes para el logro de los objetivos empresariales.

1.4.1.1 *Importancia de la administración*

Según FERNÁNDEZ ARENAS José Antonio la administración es importante porque es una " Ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de un mecanismo de operación y a través del esfuerzo humano."

La administración brinda el éxito a cualquier organismo social ya que estos dependen directa o indirectamente de esta, porque necesitan administrar debidamente los recursos humanos y materiales que poseen.

Según el autor manifiesta en este concepto que la importancia de la administración es el logro de los objetivos de la empresa manteniendo una productividad eficiente con el desempeño del recurso humano, ya que es uno de los recursos necesario dentro de la empresa el mismo que desempeña diferentes actividades en cada una de las áreas internas, aplicando cada una de las funciones de la administración tales como son: planeación, organización, dirección y control las mismas que al ser aplicadas arrojan lo esperado por cada uno de los miembros de la institución brindando un servicio adecuado y obteniendo el éxito empresarial, productos de calidad que cumplan con la satisfacción del cliente y del consumidor.

1.4.1.2 *Objeto de la administración*

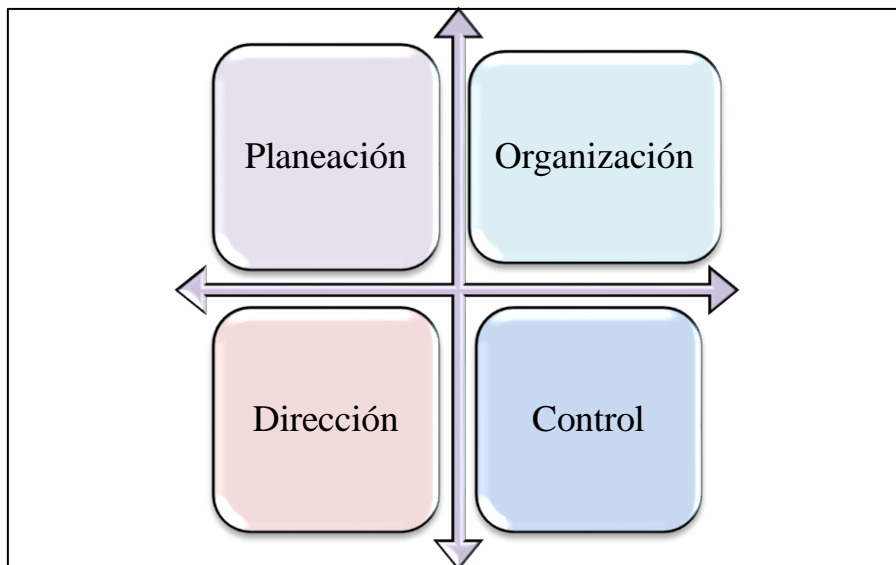
El objeto de estudio de la administración son las organizaciones para que estas operen con óptima eficiencia. Sabiendo que las organizaciones son unidades sociales o

agrupaciones humanas, deliberadamente constituidas, para alcanzar fines específicos. Dentro de este concepto manifiesta el autor que el objeto principal de la administración son las organizaciones constituidas que operan de manera eficiente para que cada una de las operaciones o actividades realizadas dentro de la misma conlleven con si el propósito de alcanzar fines específicos que son planteados por quienes conforman la empresa para posesionarse de manera máxima en un lugar específico.

1.4.1.3 *Funciones de la administración*

Las funciones de la administración son las actividades básicas que deben desempeñar los administradores para poder alcanzar los resultados determinados y/o esperados por las organizaciones estas funciones que constituyen el proceso administrativo son:

GRÁFICO N° 1. 1 FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN



Fuente: CHIAVENATO

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

1.4.1.3.1 Planeación

Procedimiento para determinar los objetivos y las metas del desempeño futuro de la organización así como las tareas y los recursos que se utilizará para poder alcanzarlos.

1.4.1.3.2 Organización

La organización es el proceso de diseñar la estructura organizacional más adecuada para llevar a cabo los planes, alcanzar metas y objetivos de la manera más eficiente.

1.4.1.3.3 Dirección

El administrador debe dirigir y coordinar de manera eficaz a los colaboradores de la organización, de manera a alcanzar los objetivos que se han trazado. Para dirigir, debe estar en contacto permanentemente con los empleados para orientarlos e inspirarlos hacia el logro de las metas del equipo y de la organización

1.4.1.3.4 Control

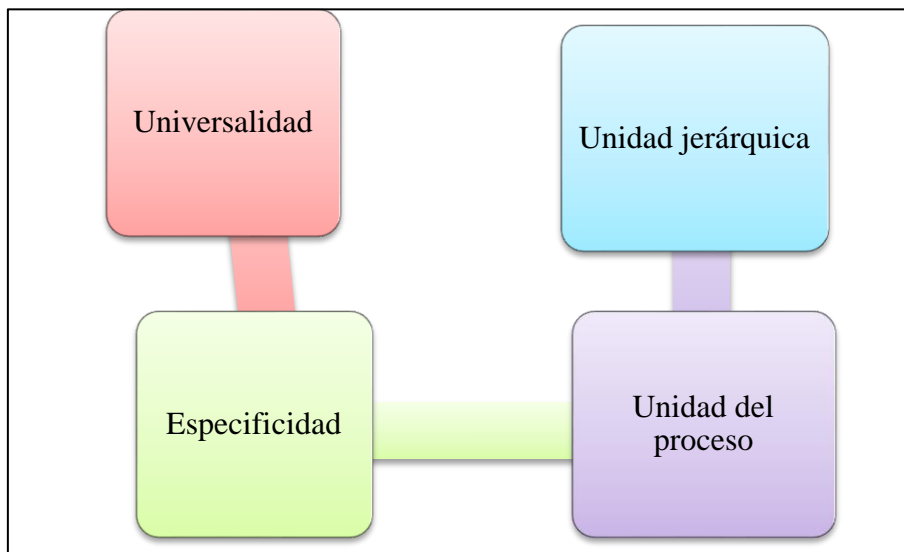
El control implica dar seguimiento a las actividades para estar seguros de que se están realizando de acuerdo con lo planeado, y de ser necesario corregir cualquier desviación encontrada. Un control inadecuado impide detectar fallas ocasionando pérdidas a la organización. Mediante el control, el administrador es capaz de supervisar el progreso y ejecutar cualquier cambio necesario para asegurar el cumplimiento de las metas

Según el autor da a conocer que los elementos de la administración genera un apoyo para la realización y el logro de cada uno de los objetivos empresariales ya que al

aplicar la planeación estamos cumpliendo el diseño de las metas que se desea alcanzar en un tiempo determinado por la empresa, con la organización desarrollan una estructura organizacional donde se lleve a cabo planes que giren al contorno del alcance de las metas propuestas, la dirección es basada en dirigir y controlar a cada uno de los colaboradores existentes de manera eficaz y así orientarlos hacia el propósito planteado, y el control es la verificación del desarrollo que se ha dado en lo planteado para ver si existe desviaciones y así corregirlas a tiempo antes que produzcan fallas que ocasionen perdidas empresariales.

1.4.1.4 Características de la administración

GRÁFICO N° 1. 2 CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN



Fuente: CHIAVENATO
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

1.4.1.4.1 Universalidad

El fenómeno administrativo se da donde quiera que existe un organismo social ya que dentro de estos siempre tiene que existir una coordinación sistemática de medios.

1.4.1.4.2 Especificidad

La administración siempre se encuentra acompañada de ciencias de diferente índole como: la economía, la contaduría, la ingeniería entre otras, sin embargo esta mantiene su especificidad a pesar de su estrecha relación en los diferentes procesos.

1.4.1.4.3 Unidad del proceso

A pesar de que el proceso administrativo este compuesto por diferentes etapas, este es único, este es constante, lo que varía es su grado de aplicación en los diferentes procesos en los cuales se desee aplicar. Siempre se debe mantener la interacción de sus elementos: planeación, ejecución, control, re direccionamiento.

1.4.1.4.4 Unidad jerárquica

Todas las personas que tienen carácter de jefes en un organismo social, tienen un nivel de participación, este lógicamente esta dado en distintos grados y modalidades, forman "un solo cuerpo administrativo, desde el Gerente General, hasta el último mayordomo.

El autor presenta las características de la administración de forma puntual manifestando que la universalidad es el organismo social en el cual debe existir coordinación en cada uno de los medios de manera sistemática, la especificidad aquí da a conocer que la administración mantiene una estrecha relación con diferentes

ciencias como son: la economía, la contaduría, entre otras, en la unidad de proceso este varia en su grado de aplicación manteniendo interacción de los elementos de la planeación, ejecución, control, y re direccionamiento siendo así esta unidad única y constante y por último la unidad de jerarquía esta hace referencia que en cada empresa existe un nivel de participación en diferentes grados y modalidades que trabajan en forma constante y unida para el logro de los fines y objetivos organizacionales siendo este rango desde un gerente general hasta un guardia de seguridad.

1.4.2 Emprendimiento

Según SEXTON & UPTON Bowman (1991), “Emprendimiento es identificar oportunidades de mercado, dirigir los recursos necesarios hacia la consecución de las oportunidades e invertir todos los esfuerzos para lograr los mayores frutos, orientados al cambio y al crecimiento” (Pág. 25).

Según SCHUMPETER “La función del emprendimiento es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada” (Pág. 32).

Para estos autores el concepto de Emprendimiento no es más que enfocarse hacia un lugar específico para lograr el crecimiento individual o grupal, es decir un enfoque dirigido a la creación de una empresa para de esta manera generar una fuente de trabajo y de ingreso económico, el mismo que está basado en un proyecto diseñado en las necesidades encontradas dentro del mismo para así desarrollarlo tomando en cuentas las oportunidades y fortalezas tratando de disminuir las debilidades y amenazas existentes en dicho propósito.

1.4.2.1 *Importancia del emprendimiento.*

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

La capacidad emprendedora como capacidad de innovación no sólo es una opción de este tiempo, se ha vuelto una necesidad ineludible de profundizar en nuestros países latinoamericanos , a partir de la nueva realidad que emerge de la globalización el cambio de paradigma tecnológico.

En este concepto claro el autor manifiesta que la importancia del emprendimiento es principalmente el entusiasmo del ser humano para lograr desarrollarse dentro del ámbito del trabajo propio y de esta manera generar ingresos tanto personales como grupales ya que al progresar personalmente se logra brindar una fuente de trabajo para quienes tratan de formar parte del enfoque de emprendimiento.

1.4.2.2 *Emprendedores*

Para GONZÁLES, Diana (2007) emprendedores son: “Aquellas personas que tienen iniciativas y las llevan a cabo, que es atrevida y resuelta, gracias a los emprendedores se tiene una gran cantidad de cosas que mejoran la calidad de vida.” (Pág.).

Como el autor da a conocer en el presente concepto el emprendedor es el ser humano que enfrenta obstáculos para alcanzar sueños de crecimiento social y familiar proporcionando ingresos logrando así ser competitivos y triunfar con relación al resto

de personas que no ven el futuro con un negocio propio que generen un bien o un servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores.

1.4.2.2.1 Virtudes y valores del emprendedor.

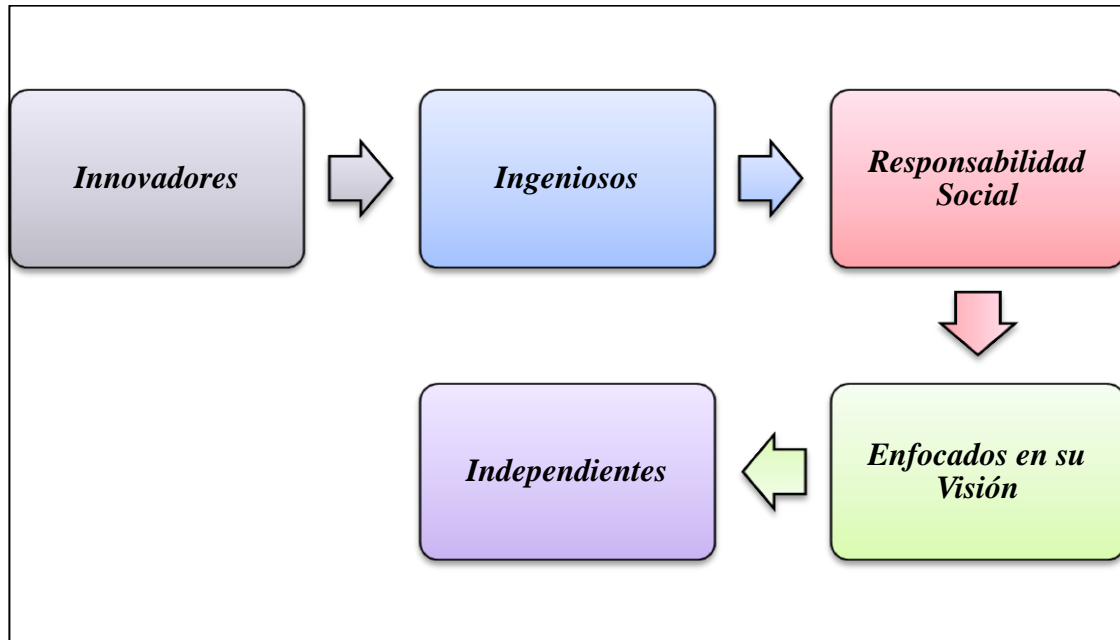
El emprendedor así como tiene sus ventajas y desventajas este también posee virtudes y valores siendo estos los siguientes:

- Honestidad.
- Solidaridad.
- Responsabilidad.
- Excelencia.

En el presente concepto el autor manifiesta de manera clara que el emprendedor al conocer sus virtudes y valores es un ser humano formado para dirigirse al mundo del negocio ya que al demostrar honestidad está hablando siempre con la verdad a cada uno de sus clientes, con la solidaridad está enfocado a brindar ayuda en cada momento a los necesitados de la misma, la responsabilidad es uno de los valores más importantes ya que de esta depende el crecimiento en un futuro de lo que está desarrollando, al brindar una excelencia en la atención al momento de brindar un servicio o producto proporciona un confianza y fidelidad de cada uno de sus clientes y consumidores.

1.4.2.3 Características del emprendedor

GRÁFICO N° 1.3 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR



Fuente: AMARU, Antonio (2008)
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

1.4.2.3.1 Innovadores

Los emprendedores sociales frecuentemente se encuentran preguntándose como sería la sociedad si las cosas se hicieran de una manera distinta. Esta curiosidad nutre su innovación ayudándolos a imaginar y crear soluciones poco convencionales. Es importante notar que innovación no es solo crear algo desde cero ya que también incluye implementar cambios a los productos/servicios existentes para hacerlos más efectivos.

1.4.2.3.2 Ingeniosos.

Los emprendedores sociales no se detienen ante la falta de recursos. Estos encuentran la manera necesaria para obtenerlos a través de conexiones, investigación, cooperación, etc. La motivación que tienen por alcanzar sus metas hace que encuentren todo lo que necesiten para emprender sus proyectos.

1.4.2.3.3 Responsabilidad social.

Los emprendedores sociales están motivados por su compromiso y pasión por resolver un problema social. Este es el motor que les da la determinación necesaria para superar los retos que se les presenten.

1.4.2.3.4 Enfocados en su visión.

Muchos emprendedores sociales al empezar sus proyectos son considerados como locos porque están dispuestos a hacer cosas y llevar a cabo proyectos fuera de lo normal. Sin embargo, su visión es tan clara que estos no se dejan distraer por las adversidades encontradas.

1.4.2.3.5 Independientes.

Los emprendedores sociales son líderes, toman la iniciativa, se lanzan ante los problemas que tengan. Empiezan sus proyectos antes de tener todas las respuestas ya que estos saben que haciendo es la mejor manera de aprender.

Las características del emprendedor es importante ya que al ser innovadores están enfocados a un nuevo diseño de sus productos que estos lleguen a satisfacer cada uno de las necesidades por las personas que serán adquiridos tomando en cuenta que el ser

ingenioso es buscar la manera de sobre salir de un aprieto al no contar con uno de los recursos necesarios para el cumplimiento del desarrollo del producto o servicio manteniendo así una responsabilidad social con cada uno de los miembros que se encuentran a su alrededor, tomando en cuenta un enfoque visionario que al término del mismo no sea visto como normalmente es considerado por tener una visión altamente diseñada y así formándose como seres independientes que estén dispuestos a enfrentarse a los problemas que se presenten dentro del desempeño del proyecto.

1.4.3 Plan de Negocios

Según FLEITMAN Jack manifiesta que: “Un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa”.

Según DE LA VEGA GARCÍA Ignacio (2004) precisa que “El Plan de Negocio constituye un instrumento fundamental en el análisis corporativo de una nueva oportunidad de negocio, un plan de diversificación, un proyecto de internacionalización, la adquisición de una empresa o una unidad”. (Pág.)

En los conceptos básicos que nos dan a conocer los diferentes autores manifiestan que el plan de negocio es una herramienta que ayuda a llegar a un mercado con el propósito de brindar un bien o servicio nuevo con un análisis profundo del mismo”.

En si el plan de negocio es lo que se aplicara para la creación de una empresa conociendo cada una de las funciones y beneficios que se obtendrá durante su ejecución, además ayuda al empresario a conocer la demanda y las estrategias que se darán durante la aplicación en el mercado.

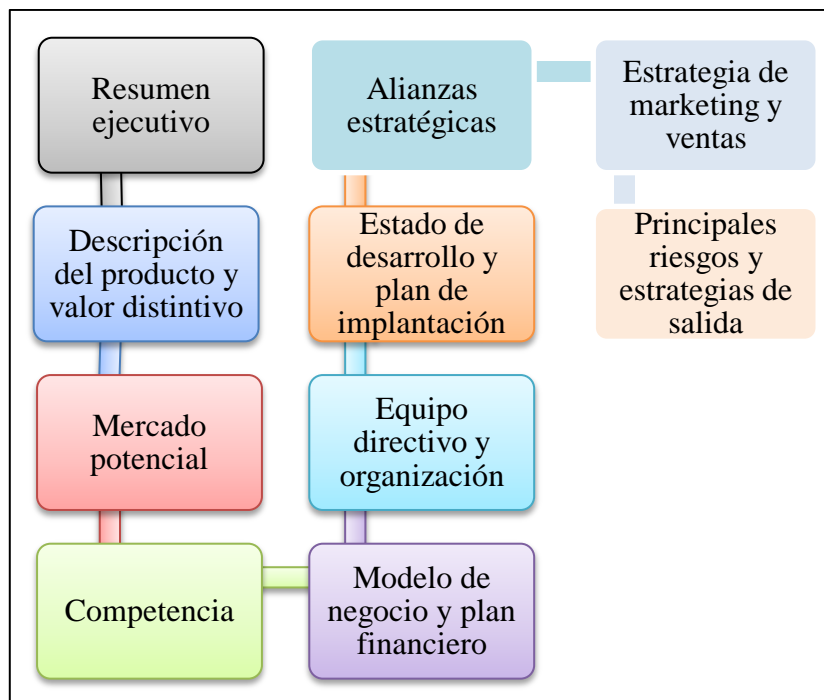
Se puede decir también que el plan de negocios es un instrumento para conocer si lo aplicado es viable o no en la ejecución de lo planteado por los miembros o integrantes de la empresa, para así comunicar a los mismos las ideas para vender uno de los productos o servicios y así obtener una rentabilidad.

1.4.3.1 Importancia de un plan de negocio

El plan de negocio nos ayuda a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto. Un plan de negocio sirve para brindar información a usuarios de la empresa, bancos, inversionistas e instituciones financieras que pudieran brindar en algún momento apoyo financiero a la empresa.

1.4.3.2 Estructura del plan de negocio

GRÁFICO N° 1. 4 ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS



Fuente: DE LA VEGA GARCÍA Ignacio (2004)
 Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

1.4.3.2.1 Resumen ejecutivo

El objetivo de un resumen ejecutivo es captar el interés de los futuros inversores, para ello debe contener un breve resumen de los aspectos más importantes del plan de negocio, debe ser breve, entre uno y dos folios y es aconsejable realizarlo una vez desarrollado todo el plan.

Los principales elementos son:

La idea de negocio: su exclusividad respecto a productos/servicios existentes.

- Público objetivo: principales características y su encaje con el perfil de usuarios
- Valor del producto o servicio para el público objetivo.
- Tamaño de mercado y crecimiento esperado.
- Entorno competitivo.
- Fase actual de desarrollo del producto, especificando las necesidades de desarrollo adicionales a realizar.
- Inversión necesaria.
- Hitos fundamentales durante el funcionamiento del negocio
- Objetivos a medio/largo plazo.

1.4.3.2.2 Descripción del producto y valor distintivo

Este apartado debe contener una explicación detallada del concepto básico y de las características del producto o servicio a ofrecer, es aconsejable empezar a trabajar desde este punto.

Descripción general del producto:

- Funcionalidades básicas.
- Soporte tecnológico.
- Origen de la idea de negocio.

Valor distintivo para el consumidor:

- Público objetivo al que va dirigido y las necesidades que satisface.
- Especificación del valor único y distintivo del nuevo producto o servicio a lanzar desde la óptica del cliente, explicando la diferenciación con la oferta actual de productos del resto de competidores del mercado.

1.4.3.2.3 Mercado potencial

Mercado:

- Descripción del mercado.
- Tamaño de mercado (volumen de ventas, rentabilidad, etc.)
- Grado de consolidación del sector.
- Factores clave de éxito de este mercado.
- Barreras de entrada y salida.
- Evolución y crecimiento.
- Ritmo de crecimiento histórico y futuro.
- Tendencias.

Público objetivo:

- a. Segmentación de clientes en base a criterios objetivos.
- b. Tamaño de mercado para cada segmento de consumidores.
- c. Principales factores de crecimiento en cada segmento.
- d. Porcentaje de número de clientes a captar respecto al volumen del mercado.
- e. Volumen de ventas por segmento.
- f. Rentabilidad esperada de cada segmento de mercado.
- g. Segmento de mercado más atractivo.
- h. Factores clave de compra para los consumidores.

1.4.3.2.4 Competencia

Barreras de entrada:

- Competidores existentes.
- Nuevos competidores potenciales. Tanto desde el mismo sector y desde sectores relacionados
- Comparación de estos en base a los siguientes parámetros: volumen de ventas, precios, crecimiento, cuota de mercado, posicionamiento, líneas de producto, segmentación de clientes, canales de distribución, servicio de clientes.
- Estrategias de los competidores: público objetivo, estrategias de marketing.
- Descripción de sus fortalezas y debilidades.
- Ventaja competitiva respecto a los competidores.
- Potencial reacción de tus competidores ante el lanzamiento del nuevo negocio.

1.4.3.2.5 Modelo de negocio y plan de financiero

Detalle de todas las líneas de ingresos. El Plan financiero debe estar detallado para los primeros dos años (mensual o trimestral), y posteriormente anual. Todas las cifras deben estar basadas en hipótesis razonables.

Requisitos fundamentales de una planificación financiera:

- a. Cuenta de resultados provisional: especificando las partidas de ingresos y costes con sus hipótesis implícitas (Es muy importante justificar las hipótesis de crecimiento de ingresos y gastos realizadas). Las hipótesis conservadoras son más valoradas
 - b. Proyecciones de cash flow: especificando cuando se alcanzará el breakeven (después de la generación de cash flow positivo).
 - c. Balance.
 - d. Previsiones de 3 a 5 años; al menos un año posterior al breakeven.
 - e. Valoración de la compañía.
- a. Necesidades de financiación, a corto, medio y largo plazo.

1.4.3.2.6 Equipo directivo y organización

Equipo directivo: esta sección es la segunda en la que se suelen fijar los inversores, después del resumen ejecutivo, quieren saber si el equipo directivo es capaz de llevar a cabo el negocio:

Un equipo directivo potente ha de tener una visión común y capacidades complementarias.

Este apartado debe contener:

1. Miembros del equipo directivo con su perfil: educación, experiencia profesional, éxitos en el mundo laboral.
2. Experiencia o habilidades del equipo directivo necesarias para llevar a cabo el proyecto: qué capacidades y experiencias tienen los miembros del equipo que hagan posible la puesta en marcha y gestión del nuevo negocio. Cómo encaja su perfil con las nuevas necesidades del negocio.
3. Capacidades que faltan: detallando cómo se piensan cubrir y por quién.
4. Misión/objetivos que persigue el equipo directivo al montar el negocio: cuál es su verdadera motivación.

Organigrama:

- Descripción de las funciones principales, personas, responsabilidades, es necesario asignar cuáles son las responsabilidades de cada miembro del equipo y cuál es el sistema de delegación que se establece.
- El diseño organizativo a ser suficientemente flexible para permitir la adaptación de la organización a nuevas circunstancias según la evolución del proyecto.

1.4.3.2.7 Estado de desarrollo y plan de implantación

Estado de desarrollo del producto o servicio: Fase en la que se encuentra (desarrollado, en fase de desarrollo). Si existe un prototipo desarrollado se debe

presentar, o si se ha podido testar el producto ante algún consumidor piloto, se deben presentar los resultados.

Plan de implantación: Es necesario realizar un plan de todas las actividades necesarias para poner en marcha la empresa, así como para identificar las necesidades de financiación reales.

- Calendario de implantación: principales actividades y responsables.
- Principales hitos: momento de alcanzarlos, e interconexiones con el resto de actividades.
- Principales interconexiones entre los distintos grupos de trabajo (marketing, operaciones)

1.4.3.2.8 Alianzas estratégicas

Si existe alguna alianza, o se tiene previsto realizar alguna, deben especificarse cuántas, con quién, grado de involucración, estado de desarrollo de las mismas, condiciones, objetivos, etc.

1.4.3.2.9 Estrategia de marketing y ventas

Posicionamiento: Descripción de las características distintivas del producto respecto a la competencia, como se espera mantener en el tiempo dicho posicionamiento.

Estrategia de marketing: En este apartado se debe especificar cuál va a ser la estrategia a seguir para captar el volumen de usuarios deseados y cuál va a ser su coste de adquisición.

En la estrategia de marketing se debe detallar:

- a. Principales medios utilizados para la comunicación, online y offline.
- b. Interlocutores o proveedores de servicio con los que se pretende trabajar: empresas de publicidad, empresas de venta de banners.
- c. Coste de adquisición y fidelización por usuario.

Si se trata de un nuevo negocio, es preciso detallar cómo se pretende realizar la campaña de lanzamiento, detallando los medios que se van a utilizar. Una vez explicada ésta, es necesario describir los programas definidos para continuar con la adquisición de clientes y fidelización de los ya existentes. Es muy importante en el mercado de internet tener programas de adquisición y fidelización muy potentes que permitan continuar con el crecimiento esperado.

Objetivos de métricas: En este apartado se debe dar un resumen de las ambiciones del negocio en cuanto a las principales magnitudes operativas y volúmenes de facturación futuros.

1.4.3.2.10 Principales riesgos y estrategias de salida

Riesgos básicos que afectan al mercado:

- Crecimiento menor del esperado.
- Incertidumbre propia del sector de la alta tecnología.
- Costes mayores a los previstos.

Estrategias de contingencia:

En todo plan de negocio es necesario incluir un apartado en el que se incluyan posibles estrategias de contingencia en caso de que el negocio no alcance los objetivos previstos.

Algunas de las estrategias de contingencia más comunes pueden ser:

- Modificación del producto y/o servicio ofertado.
- Modificación del segmento de mercado potencial.
- Alianza con alguno de los principales líderes globales en el entorno de Internet o con un consorcio de ellos.
- Venta total o parcial de la compañía a una empresa del sector más potente.
- Venta o explotación de la tecnología y su patente.
- Venta de la base de clientes.
- Liquidación del proyecto en su conjunto.

1.4.3.3 *Etapas del plan de negocio.*

Un plan de negocios está compuesto por una serie de pasos que utilizados correctamente permiten la obtención de resultados favorables para los inversionistas del negocio, siendo estos los siguientes:

- a. Estudio de mercado.
- b. Estudio técnico-administrativo.
- c. Estudio financiero.

1.4.3.3.1 Estudio de mercado.

Al decir COLLAZO, Jesús (2004) el estudio de mercado es: “Aquel estudio que tiene como finalidad la reunión sistemática de información, el cual puede inducir o señalar planes de acción. Dicho estudio requiere de aplicación de métodos científicos a los problemas inherentes al mercado de bienes y servicios” (Pág. 15)

Para la presente investigación tomaremos como referencia el concepto de un autor reconocido en el cual nos da a conocer que el estudio de mercado es una herramienta que ayuda a la obtención de información ya sea esta interna o externa frente a la oferta, demanda existente con relación a los requerimientos de los futuros clientes, consumidores, siendo así el medio del análisis y la determinación de la cantidad de los bienes o servicios que serán adquiridos a un determinado precio.

1.4.3.3.2 Aspectos principales de un estudio de mercado.

El estudio de mercado posee aspectos principales y estos a su vez son muy importantes motivo por el cual no debemos dejar pasarlos por alto.

Al mencionar MORALES, José (2008) los aspectos principales son: “Aquellos aspectos que se deben considerar en un estudio de mercado siendo estos: segmentación del mercado, análisis de la demanda, análisis de la oferta y análisis de la demanda insatisfecha, perfil de los productos y/o servicios, análisis de los precios, análisis de los canales de distribución y promoción.” (Pág. 43).

Los aspectos a tomar en el estudio de mercado son de vital importancia puesto que por medio de los mismos nos enfocamos a la obtención de información necesaria y clara de nuestro mercado al que estamos enfocados a satisfacer necesidades del mismo con los servicios o productos a brindar. De la misma manera los aspectos del

estudio de mercado nos ayudan a conocer y saber si existe o no una demanda insatisfecha.

a. Segmentación del mercado.

Este punto es elemental en un plan de negocio debido a que a través de la segmentación se puede conocer a los posibles consumidores de un producto o servicio que se pretende ofrecer. Dentro de la segmentación de mercado se toma en cuenta al tamaño de la población con el fin de calcular una muestra la misma que se lo considera muy fundamental para llevar a cabo la investigación.

b. Análisis de la demanda.

Se realizar un análisis de la demanda entendiéndose esta como la cantidad de productos ya sean estos bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un determinado precio satisfaciéndose así sus respectivas necesidades.

Además la demanda es aquella que depende de varios factores siendo estos: la necesidad real del bien o del servicio, el precio del producto y el nivel de ingresos de la población.

Se estudia a la demanda para determinar:

- Cuál es el mercado potencial al que le podemos vender.
- Cuál es el grado de satisfacción que brinda el producto comprado.
- Qué toman en cuenta las personas para elegir el producto.
- Por qué un producto es más vendido que otro.
- Dónde viven nuestros posibles clientes.
- Qué se debería hacer para que consuman nuestros productos o servicios.

c. Análisis de la oferta.

Se debe realizar un análisis muy claro de la oferta para obtener una información veraz, de esta manera la oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes o prestadores de servicio ponen en los mercados a disposición de los consumidores para que estos puedan satisfacerse en sus necesidades. Además para realizar la proyección de la oferta se debe considerar los siguientes aspectos los cuales son: datos del pasado de la oferta que han generado los diversos ofertantes, factores que limitan la oferta futura y las instalaciones y equipamiento de los diversos oferentes.

Igualmente se estudia a la oferta para determinar:

- Qué servicios y productos se están ofreciendo.
- A quienes se están ofreciendo.
- Es mayor la oferta o la demanda.
- En que épocas se venden los productos o servicios que ofertan.
- A qué precios se venden los productos o se ofrecen los servicios
- Cuáles productos sustitutos se venden
- Quiénes son nuestra competencia.

d. Determinación de la demanda insatisfecha.

Es la demanda en la cual las personas no han logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedieron no están satisfechos con él, de este modo en base a la demanda proyectada y oferta proyectada se determina la demanda insatisfecha.

e. Mezcla de marketing.

La mezcla de marketing está compuesta por las cuatro “p” siendo estas el producto, precio, plaza o distribución y la promoción.

Perfil de los Productos y/o Servicios: Comprende en las características que estos deben poseer, una característica relacionada con el producto es el beneficio que los consumidores esperan obtener de él, al igual que del servicio. Un producto puede ser una mercancía, un servicio, una idea o una combinación de los tres.

Análisis de los precios: Consiste en realizar un estudio del precio enfocándose a la elasticidad de precios de la demanda de esta manera definiéndole así al precio como un valor que una persona está dispuesta a pagar a cambio de recibir un producto, es decir el precio esta expresado en términos monetarios, el mismo que se encuentra vinculado con el tamaño del canal de distribución establecido en la respectiva comercialización, este precio se fija a un producto con el fin de que la empresa se mantenga en supervivencia con la finalidad de que esta posea una mayor participación en el mercado.

Análisis de los canales de distribución: A través de este análisis se pretende identificar a cada uno de los diferentes canales de distribución destacándose los siguientes:

- Productores-consumidores.
- Productores-minoristas-consumidores
- Productores-mayoristas-minoristas consumidores
- Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores.

Productores-consumidores: Este canal es el más rápido, se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos.

Productores-Minoristas-Consumidores: Este canal es muy común debido a que se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que presenten y vendan los productos.

Productores-mayoristas-minoristas-consumidores: El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados, este canal se da más en la medicina, madera, entre otros.

Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores: Este es el canal más indirecto y es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen.

Los canales de distribución están constituidos por organizaciones independientes mismas que participan en el proceso de colocar un producto o servicio para su respectivo uso o consumo. Para determinar el canal de distribución existe una serie de factores los mismos que son: objetivos que persíguela empresa, tipo de producto que desea comercializar, mercado que se desea atender, capacidad de la empresa para establecer o no sus propios canales de distribución.

La plaza o también conocida como distribución juega un papel muy importante dentro del ámbito empresarial así como también dentro del mercado ya sea este grande, mediano y pequeño, además la distribución es una acción muy importante ya que consiste en repartir un producto a los locales en que se deben comercializar.

f. Análisis de la promoción.

Es necesario tener en cuenta que la promoción es una actividad importante puesto que se lo utiliza para facilitar intercambios, por tanto la promoción tiene objetivos los mismos que consisten en identificar y atraer nuevos clientes, introducir un nuevo

producto, dar a conocer a los clientes las mejoras del producto, atraer más clientes con la finalidad de que estos compren con mayor frecuencia, entre otros.

Así también la promoción incluye actividades promocionales y materiales independientemente de la venta personal, la publicidad, la propaganda y el empaque.

1.4.3.4 Estudio Técnico.

Como lo da a conocer SAPAG, Nassir (2008) El estudio técnico es: “Aquel que tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área, en particular con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente” (Pág. 25).

El estudio técnico es un medio que se aplica a un plan de negocio para la obtención de la información de capital, recursos humanos y materiales que son necesarios para la ejecución y operación del proyecto a desarrollarse, enfocando a evaluar el lugar adecuado para la fabricación de los productos como también los procesos y factores que intervienen en la cadena productiva para lo cual es necesario considerar aspectos importantes como: factores que determinan el tamaño de la empresa, localización del proyecto, ingeniería del proyecto, distribución de la planta y requerimiento del proyecto.

a. Factores que determinan el tamaño de la empresa.

Existen varios factores que permiten determinar el tamaño de la empresa, los mismos que son muy fundamentales dentro del estudio técnico, siendo estos los siguientes: el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento.

El Tamaño del proyecto y la demanda: Se dice que la demanda es uno de los factores que ayuda a determinar el tamaño del proyecto es decir, el tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea superior, si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda no sería recomendable llevar a cabo la instalación debido a que sería muy riesgoso.

El Tamaño del proyecto, materia prima y suministros: Este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto. Aquí se deberá listar todos los proveedores de materias primas y suministros que nos abastecerán, se debe tener en cuenta que en caso de que el abastecimiento no sea totalmente seguro se recomienda que se busque en otros países dichas provisiones o cambiar de tecnología y en caso de ya no ser posible abandonar el proyecto.

El Tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos: Menciona que las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones y costos de producción, además la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables.

El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento: En este punto se debe tener en cuenta a los recursos financieros, debido a que si son suficientes estos recursos se podrá ejecutar el proyecto, en caso de ser insuficientes para atender a las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible.

b. Localización del proyecto.

Aquí es importante determinar la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretende en el proyecto de inversión. De esta manera el estudio de la localización del proyecto se realiza en dos niveles siendo

estos el nivel macro o zona donde se ubicara la planta y a nivel micro o el sitio específico.

Macro localización: Permite elegir el área en donde se establecerá la planta de producción o de prestación de servicios, es decir para tomar esta decisión se debe llevar a cabo principalmente una evaluación con respecto al mercado de los consumidores y las fuentes de materias primas, el análisis consiste en decidir si la planta deberá establecerse cerca del área donde se encuentran los consumidores o donde se localizan las fuentes de materias primas.

Micro localización: Se requiere identificar de manera específica en que terreno se ubicara la planta que contempla el proyecto, esta micro localización se realiza de manera simultánea con la determinación de las especificaciones de las instalaciones, maquinaria y tamaño de la planta de producción.

Se debe tener presente que la ubicación debe satisfacer las necesidades de maquinaria, instalaciones, dimensiones para alojar el equipo y a los trabajadores, entre otros.

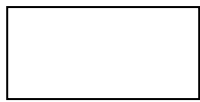
c. Ingeniería del proyecto.

Esta ingeniería es aquella que se ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Se cabe recalcar que para lograr un funcionamiento adecuado de la planta y de las instalaciones deben centrarse a una serie de factores que permitan diseñar el esquema de trabajo según las características específicas del proyecto. **Proceso de Compra de Materia Prima e Insumos:** En esta parte se analizara de manera eficiente de cuál será el proceso de compra de la materia prima que se requerirá para realizar dicho producto que se pretende sacar al mercado.

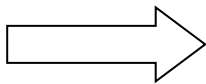
Una vez que se haya analizado el proceso de compra de los insumos se procederá a representar de una manera gráfica dicho proceso a través de diagramas de flujo de proceso.

Proceso de producción: Este proceso está conformado por tres elementos siendo estos el de entrada, proceso y salida, así pues el proceso de producción se clasifica según el volumen y la rapidez con que procesan los productos. Al igual que el proceso de compra de materia prima e insumos a este proceso de producción también se lo representara a través del diagrama de flujo de proceso u otros diagramas ya depende de qué tipo de diagrama se desee utilizar.

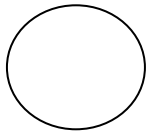
Así también existe el diagrama de flujo de proceso, siendo este el diagrama más utilizado debido a que este representa con mayor detalle los diversos procesos, en este diagrama se utiliza la siguiente simbología:



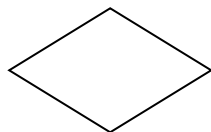
Operación: Se utiliza este símbolo cada vez que ocurre un cambio en un ítem.



Transporte: Este indica la acción de transportar algún elemento de un lugar a otro.



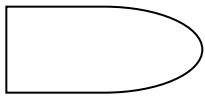
Inspección: Es la acción de verificar la calidad del proceso o calidad del producto.



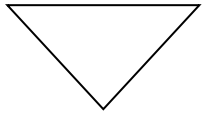
Diamante: Se utiliza este símbolo en el proceso que se deba tomar una decisión.



Documentación: Se utiliza para indicar que la salida de una actividad incluye información registrada en papel.



Espera: Se utiliza cuando un ítem o una persona deben esperar.



Almacenamiento: Se utiliza cuando exista una condición de almacenamiento.



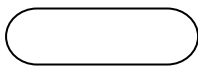
Dirección del flujo: Se emplea una flecha para indicar el movimiento de un símbolo a otro.



Transmisión: Se utiliza para identificar aquellos casos en los cuales ocurre la transmisión inmediata de la información.



Conector: Se utiliza a este símbolo con una letra dentro y este sirve para indicar que la salida de esa parte de diagrama de flujo servirá como entrada para otro diagrama de flujo.



Límites: A este símbolo se lo utiliza para indicar el inicio y el fin del proceso.

d. Distribución de la planta.

Consiste en distribuir de una buena manera la planta ya que una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica y está a la vez mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Diseño de la estructura de la empresa: En este punto se presenta la planimetría de la distribución física de cada una de las áreas que integra la empresa.

e. Requerimientos del proyecto.

Aquí se procederá a identificar los requerimientos totales que se necesitara para cada una de las áreas de la empresa u organización como vehículos, maquinaria, muebles y enseres entre otros.

1.4.3.4.1 Propuesta administrativa.

Para GUTIÉRREZ, Abraham (2002) la propuesta administrativa es: “Una opción de estructuración administrativa dirigida tanto a instituciones como organizaciones públicas o privadas, basándose en principios sistemáticos de teoría general” (Pág., 39).

a. Razón social.

La razón social de una empresa está representada por: el nombre, su logo y slogan siendo estos primordiales para la empresa, para que a través de estos la empresa u organización pueda ser reconocida por las personas.

b. Base filosófica de la empresa.

Toda empresa tiene su base filosófica la misma que está representada por la misión, visión, objetivo general y específicos, estrategias, principios y valores, constituyéndose estos como los puntos más importantes que posee una empresa.

c. Estructura organizacional.

La organización necesita adoptar una estructura correcta motivo por el cual se debe diseñar una estructura organizacional la misma que implica asignar responsabilidades de tareas y autoridad para la toma de decisiones dentro de una organización. De esta manera la estructura organizacional está representada por organigramas siendo estos

el organigrama funcional, estructural y el personal, estos a su vez pueden ser de diseño vertical, horizontal, circular y de bloque.

d. Análisis FODA.

El análisis FODA es aquella herramienta importante debido a que es utilizada para identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro de una empresa u organización. Es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar a una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, etc.

El FODA se divide en:

- **La parte interna** tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales usted tiene algún grado de control.
- **La parte externa** mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado.

Aquí usted tiene que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales usted tiene poco o ningún control directo.

e. Marco legal.

No hay que olvidar que un proyecto por muy rentable que sea antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes, como es la constitución legal de la empresa, sus funcionamientos, sus restricciones entre otros.

1.4.3.5 Estudio financiero.

Al señalar SAPAG, Massur (2008) El estudio financiero es: “La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, además los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores” (Pág. 30).

El estudio financiero en si es una etapa importante que se aplica al plan de negocios ya que nos brinda un análisis financiero viable para el desarrollo del mismo siendo sus principales objetivos de ordenar y coordinar la información de carácter económico que se ha aplicado en cada una de las etapas antes mencionadas y así llegar al termino del proyecto de una manera segura.

a. Inversión inicial.

La inversión inicial es aquella que comprende la compra de todos los activos fijos o tangibles así como también de todos los activos diferidos o intangibles mismos que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

Por tanto los activos fijos o tangibles son las mercancías propiedad de la empresa como los terrenos, edificios, maquinaria y equipo, mobiliario entre otros. Mientras que los activos diferidos o intangibles son el conjunto de mercancías propiedad de la empresa que son necesarios para su funcionamiento pero que no se pueden percibir es decir se trata de las patentes, marcas, nombres comerciales, contratos de servicio como agua, luz, teléfono, entre otros.

b. Financiamiento.

El financiamiento se da cuando existe la necesidad de recurrir a un préstamo para cubrir todo o una parte del proceso de la inversión, de esta manera al pedir un préstamo se procederá en una de cuatro formas generales para pagarlo.

De esta manera se determina que la primera forma de pago es cancelar el capital y los intereses al final de los cinco años, la segunda forma consiste en el pago de intereses al final de cada año así como de intereses y de todo el capital al final del quinto año, la tercera forma es el pago de cantidades iguales al final de cada uno de los cinco años y el cuarto es el pago de intereses y una parte proporcional del capital al final de cada uno de los cinco años.

c. Cronograma de inversión.

Consiste en elaborar un cronograma de inversiones o programa de instalación de los equipos a través de un diagrama de Gantt en donde que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con los tiempos que se tarde tanto en instalar como poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable.

d. Depreciación y amortización.

La depreciación es aquella que se aplica a todos los activos fijos porque estos con su uso van perdiendo su valor monetario es decir se van depreciando y con respecto a la amortización se puede decir que se aplica a los activos diferidos o intangibles ya que si se ha comprado una marca comercial con el paso del tiempo esta no baja de precio ni se deprecia sino que cada año se va realizando un cargo para recuperarse esa inversión es decir se va amortizando.

e. Determinación de los costos de operación.

Dentro de la determinación de los costos de operación se pueden considerar a los costos fijos y variables, en donde los costos fijos son aquellos cuyo monto es el mismo aunque hasta cierto límite cambie el volumen de producción como pueden ser: las rentas, los sueldos del personal ejecutivo, administrativo, de producción, intereses de los préstamos entre otros, mientras que los costos variables o también conocidos como costos directos son aquellos que están relacionados directamente con el volumen de producción como puede ser: la materia prima, materiales, comisiones de ventas entre otros.

f. Punto de equilibrio.

Es una herramienta muy importante la misma que es usada para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias considerando las funciones de costo total y de ingreso total, de esta manera el costo total es la suma de los costos fijos y de los costos variables en el corto plazo, mientras que el ingreso total está dado por la cantidad del producto y por el precio unitario bajo el supuesto de que todo lo producido es vendido.

g. Estados financieros.

De acuerdo a CARVALHO, Javier (2004) Los estados financieros son: “Una representación financiera estructurada de la posición financiera y de las transacciones llevadas a cabo por una empresa”. (Pág.)

Estado de Resultados: El objetivo que tiene el estado de resultados o también conocido como el estado de pérdidas y ganancias es calcular la ganancia neta y los

flujos netos del efectivo del proyecto de inversión, que en general son el beneficio o ganancia real por operar la planta y vender la producción.

Estado de flujo de caja: Este estado trata de determinar el estado de liquidez de la firma o del proyecto es decir la cantidad de dinero en efectivo que se espera tener en un momento dado en el futuro.

Balance general: Es aquel que representa la situación de la empresa en un determinado momento, en el balance encontramos al activo, pasivo y capital, en donde el activo significa cualquier pertenencia material o inmaterial, el pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros y el capital significa los activos representados en dinero o en títulos, que son de propiedad de los accionistas o propietarios de la empresa.

h. Evaluación financiera del proyecto.

Según BACA, Gabriel (2007) La evaluación financiera del proyecto es: “Una técnica necesaria para realizar diferentes tipos de análisis en proyectos de inversión o también conocidos como planes de negocio de forma acertada o enfocada” (Pág. 84).

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR): Permite conocer la ganancia que el inversionista espera alcanzar a través de la ejecución del proyecto, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir:

- La totalidad de la inversión inicial
- Los egresos de operación
- Los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto
- Los impuestos

- La rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido

Su fórmula es:

$$\text{TMAR} = i + f + if$$

Valor Actual Neto (VAN): Método que considera el valor del dinero en el tiempo, si el van es positivo la inversión debe realizarse, a mayor van mejor el proyecto.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Su fórmula es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1 + k)^t}$$

Dónde:

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 : Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n : Es el número de períodos considerado.

k : Es el tipo de interés.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Esta es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo igualen el monto de la inversión.

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- Tamaño de inversión.
- Flujo de caja neto proyectado.

Periodo de recuperación (PRI): Es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión en un proyecto, los mejores proyectos son los de menor periodo de recuperación.

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Relación costo beneficio (RB/C): Permite relacionar los flujos netos del proyecto para cubrir la inversión necesaria. Para que exista una rentabilidad la relación costo beneficio debe ser mayor a 1.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

i. Razones financieras.

A las razones financieras también se les conoce con el nombre de tasas financieras, las mismas que son: razones de liquidez, razones de actividad, razones de rentabilidad y razones de endeudamiento.

Razones de liquidez: Evalúan la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo, a partir de ellas se pueden obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas. En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones.

Razones de actividad: Miden la utilización del activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que los integren.

Razones de rentabilidad: Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera).

Razones de endeudamiento, solvencia o apalancamiento: Son aquellos que relacionan recursos y compromisos.

CAPITULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Introducción

El estudio de mercado es una herramienta indispensable para la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito en la parroquia Mulliquindil Santa Ana del cantón Salcedo; ya que por medio del estudio se lograra la obtención de información necesaria. Conocer las necesidades y deseos de los productores de la parroquia, que comprende de 20 años de edad en adelante y así saber si es viable la creación de una institución financiera que se dedique a brindar servicios de ahorro y crédito dentro del sector, además comprender si el segmento al que va dirigido la institución está conforme con los servicios que se les entregara.

Por lo tanto este estudio permitirá identificar a las personas insatisfechas de la parroquia, lo cual nos ayudara que este proyecto sea viable con el propósito de inducir al mercado dicha institución.

Tomando en cuenta que los puntos que van a intervenir dentro de este estudio de mercado son: Investigación de mercado, universo de investigación y recopilación de información, demanda, oferta, determinación de la demanda insatisfecha, y mezcla de marketing, siendo estos los puntos más importantes.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

- Conocer la factibilidad de la apertura de la Cooperativa de ahorro y crédito la parroquia Mulliquindil a través de un estudio de mercado para identificar la demanda y factibilidad del proyecto.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Concretar los servicios a ofrecer para la satisfacción de las necesidades del socio.
- Identificar a los socios potenciales con la finalidad de aumentar la productividad económica.
- Verificar la existencia de una demanda insatisfecha viable y que sea factible para la operación o introducción de una nueva institución financiera en la Parroquia Mulliquindil.
- Establecer la proyección de los precios con el propósito de identificar los ingresos que generaran los socios con cada uno de los aportes de dinero en los servicios requeridos.

2.3 Idea del Negocio.

La idea para la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito ha surgido mediante las necesidades de la población de las clases sociales baja y media de la parroquia que se ha venido dando durante todos estos años, debido a la inexistencia de una institución financiera que brinde este tipo de ayuda dentro del sector.

Con la creación de la empresa lo que se pretende es ganar mercado no solo en la parroquia sino más bien un mercado cantonal que esté involucrado con esta empresa logrando así la satisfacción de las necesidades que la colectividad agricultora posee, tales como son:

- Tasa de interés bajas
- Tramites sin mucho papeleo
- Créditos inmediatos
- Rapidez en sus transacciones

Además con la ejecución del negocio se permitirá que los habitantes estén asesorados a la inversión y así lograr obtener un ingreso extra que aporte al crecimiento familiar.

2.4 Identificación del Producto.

La empresa una vez que realice el estudio de mercado pondrá a disposición a la población de la Parroquia los siguientes servicios financieros:

- Microcréditos:
- Créditos de consuno
- Créditos emergentes
- Créditos de inversión

- Cajero automático
- Transferencias bancarias
- Pólizas de Acumulación (Depósitos a Plazo Fijo)
- Ahorros a largo plazo
- Ahorros a la vista
- Servicios médicos, etc.

Al ser una institución financiera enfocada a brindar servicios financieros a los futuros socios y clientes, serán acorde a lo dispuesto en la Ley actual basados en la información del Banco Central, siendo un medio que nos ayudara a satisfacer los deseos de los habitantes.

2.5 Mercado Meta.

2.5.1 Segmentación.

En esta etapa se procederá a realizar una segmentación de mercado, con la finalidad de identificar a socios que formaran parte de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, las mismas que podrán satisfacer su necesidad a través de la puesta en marcha del plan de negocio.

Para la segmentación del mercado se ha visto necesario relacionar las variables geográfica, demográfica y Psicodemográfica, las mismas que contienen datos reales de la población hacia las cuales se pretende dirigir los servicios de la cooperativa.

Para la respectiva segmentación de mercado se ha tomado en cuenta a la provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo, Parroquia Mulliquindil Santa Ana, en donde se ha podido percibir la necesidad de que exista una empresa que ofrezca el servicio de ahorro y crédito con rapidez y seguridad.

En esta variable conductual se ha visto necesario considerar al sexo masculino y femenino entre las edades de 20 a 60 años las mismas que tengan un ingreso mensual de 100.00 dólares en adelante con la finalidad de que puedan adquirir créditos que ellos vean convenientes a aumentar su producción y productividad de bienes agrícolas y ganaderos.

CUADRO N° 2. 1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTO DE MERCADO
Variables geográficas	
País	Ecuador
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Salcedo
Parroquia	Mulliquindil Santa Ana
Sector	Rural
Variable demográfica	
Población	6604
Edad	18 – 60
Ingresos	\$100 en adelante
Sexo	Masculino , femenino
Nivel económico	Clase Media – Baja
Variables conductuales	
Beneficios Esperados	Rapidez , Confianza

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

2.6 Investigación de Mercado.

2.6.1 Planteamiento del Problema

Las instituciones financieras son una alternativa que brinda financiamientos económicos a las personas con necesidades de adquirir un crédito, para desarrollarse de alguna manera en la vida comercial que genere un crecimiento económico en cada uno de ellos.

Desde el punto de vista de investigación para este proyecto hace falta un plan de negocios que estudie la factibilidad de creación de una nueva cooperativa que mejore la economía de los habitantes de la parroquia Mulliquindil y que cumpla con cada uno de los requerimientos de los socios.

De acuerdo a la investigación realizada se ha podido observar que en la Parroquia existen solamente negocios que se dedican a ofrecer otro tipo de servicios pero ninguno con el propósito de brindar un servicio económico o créditos que logren así generar una producción mayor a lo que normalmente se dedican por la falta de dinero.

Realizado el estudio necesario se identifica que el principal problema es la dificultades de acceder a un crédito financiero de manera rápida y eficaz, ya que las instituciones financieras existentes en el cantón Salcedo mantienen gran demanda para lo cual presentan muchas trabas como: tramites largos, interés altos, delimitación de montos, encajes excesivos, para la adquisición de los mismos, denotando así insuficiencia en el sistema de créditos

La Parroquia cuenta con personas que tienen conocimiento en la producción agrícola y ganadera, lo que permitiría que esta oportunidad que brinda nuestro medio

se aproveche a lo máximo en ejecución de la nueva institución financiera y por ende dar a conocer los servicios a ofrecer ya que en este mercado no existe otro tipo de empresa que ofrezca lo antes mencionado.

2.6.2 Posible Solución

Con la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito se verá la gran potencialidad que tendrá este proyecto al estar ubicado en la parroquia Mulliquindil Santa Ana siendo esta una con el mayor número de pobladores dedicados a la agricultura y ganadería. Por otra parte estará enfocado al logro de grandes cambios en cuanto a los créditos y servicios financieros que serán otorgados por la institución, mejorando así la productividad y crecimiento de los negocios cumpliendo con las exigencias de los mismos ya que su desarrollo depende del esfuerzo de cada uno, por lo que se debe dar importancia a la atención cordial, al servicio personalizado y a la buena calidad que busca el cliente en la institución en donde se acerque a adquirir sus servicios financieros llenando o superando las expectativas de cada uno.

2.6.3 Justificación

La Parroquia Mulliquindil Santa Ana del Cantón Salcedo es una población dedicada a la agricultura y ganadería proporcionando así un ingreso notable a la familia.

Principalmente este proyecto va enfocado a mejorar la economía de los habitantes de la Parroquia Mulliquindil Santa Ana, la misma que tiene una economía aceptable para lo cual es necesario la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Anita, la misma que servirá para que todos sus habitantes tengan beneficio en la adquisición de créditos con facilidad y sin necesidad de tener que dirigirse al Cantón Salcedo donde las instituciones financieras cada día están más copadas las posibilidades de brindar lo requerido por los socios.

La cooperativa nace como una propuesta de servicio financiero y contribución social, a fin de contar con una institución financiera en la parroquia Mulliquindil, que a más de realizar una administración económica asiste al desarrollo de la comunidad y sobre todo apoye proyectos que impulsen el comercio en la zona y al mejoramiento de calidad de vida de sus habitantes, buscando satisfacer en todo momento sus necesidades y aspiraciones económicas y socio- culturales.

La creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito en la Parroquia Mulliquindil Santa Ana será de mucho beneficio para el prestatario fomentado en él una cultura de cambio, e igualmente de esta manera impulsar a la ciudadanía a que depositen su dinero y al pasar del tiempo logren incrementar el mismo y puedan contar con lo suficiente, para que de esta manera tengan una visión de formarse como emprendedores creándose sus propios negocios alcanzando así la economía desea por parte de los mismos.

2.6.4 Tipo de Investigación.

El tipo de investigación que se utilizara para la ejecución del plan de negocio será la cuantitativa y cualitativa.

2.6.4.1 *Cuantitativa.*

Es la que analiza diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados.

Toda la información se obtiene a base de muestras de la población, con un determinado nivel de error y nivel de confianza, por tanto este tipo de investigación ayudara a cuantificar los datos de la demanda y de la oferta para el plan de negocio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito

2.6.4.2 Cualitativa.

Es la que observa al individuo encuestado por un lado y por otro lado observa al producto u objeto de la investigación y sobre la que se encuesta y que es el estímulo generador de determinadas conductas entre los individuos, de esta manera se puede decir que este tipo de investigación ayudara establecer las características del mercado meta de la parroquia Mulliquindil.

2.6.5 Modalidad Básica De La Investigación

2.6.5.1 Investigación bibliográfica- documental

Esta forma de investigación tiene la finalidad de ampliar los diferentes enfoques, teorías y criterios de diversos autores sobre el tema propuesto, para proceder a la investigación se acudieron a fuentes primarias y secundarias, tales como: libros, textos, y páginas de Internet que han sido el soporte importante para desarrollar los diferentes capítulos.

2.6.5.2 Investigación de campo

La investigación de campo será realizado en la Parroquia Mulliquindil Santa Ana perteneciente al cantón Salcedo, utilizando esta investigación nos permitirá ponernos en contacto directo con el objeto de estudio, en razón de que se efectuará en el lugar donde se produce el problema, lo cual permitirá el conocimiento más profundo y detallado de la realidad de los productores de dicho sector.

2.6.5.3 Proyecto de intervención social

Con la investigación que se está realizando se puede mencionar que es factible para desarrollar una propuesta que permitirá solucionar problemas detectados en el sector, principalmente dentro de un plan de negocios que pueda aplicarse a una realidad existente, en función del tiempo, de los recursos y de la factibilidad de ejecutarla.

2.6.6 Estratégicas Metodológicas.

Para la presente investigación se pretende emplear la metodología manifestada anteriormente, más las técnicas de recolección de datos, encuestas y entrevistas; cuyos instrumentos son los cuestionarios y las guías de entrevista.

2.6.6.1 Técnicas

Para la recolección de datos durante la investigación se hará uso de las técnicas que a continuación se detalla.

a. La encuesta: Esta técnica nos permite recopilar los datos de toda la población y ayudará a averiguar las causas del problema planteado, la misma que se aplicará a todos los habitantes que integran este proyecto de factibilidad para la cual se realizara preguntas concretas y de opciones múltiples para la obtención de una respuesta que arroge un resultado cuantificable.

El cuestionario estará dirigido a la población de la parroquia Mulliquindil Santa Ana del Cantón Salcedo (véase anexo n° 1)

b. La observación: Familiariza con la situación para detectar los problemas que existe en cada uno de los habitantes, describir y evaluar el comportamiento que

mantiene cada uno de los posibles socios, para de esta manera saber hacia dónde nos enfocaremos con mayor intensidad.

La observación nos ayudara a generar mayor conocimiento del desenvolvimiento que tiene cada uno de los habitantes que podrían depositar su confianza en la institución financiera,

2.6.6.2 Instrumentos

Para sustentar el trabajo de investigación se utilizará los instrumentos más adecuados como son:

- a. Cuestionarios:** Los cuestionarios ahorran tiempo porque permiten a los individuos llenarlos sin ayuda ni intervención directa del investigador, ya que presentan preguntas cerradas las mismas que están centradas directamente al tema y al objetivo de la aplicación del instrumento a utilizar para la obtención de la información necesaria y así conocer qué porcentaje de aceptación tiene el proyecto a desarrollarse en la parroquia Mulliquindil Santa Ana.

- b. Fichas de campo:** este tipo de ficha se utiliza para anotar la información a recolectar sobre la población a estudiar, información que será encontrada por la técnica de la observación, la misma que se realizara en el lugar donde se realizara el desarrollo del proyecto, es decir se observara el desarrollo, agrícola, ganadero, y entre otros factores que generan el ingreso económico de los pobladores de la parroquia.

2.6.7 Población y Muestra.

2.6.7.1 Población

El universo de estudio de nuestra investigación son todos los socios que buscan integración financiera para la comunidad asociada.

La población de la parroquia Mulliquindil Santa Ana está conformada por 7203 la misma que se encuentra dividida en 3516 hombres y 3687 mujeres de la cual 6604 habitantes de la parroquia conforman la población económicamente activa dividida en 3202 hombres y 3402 mujeres siendo este el dato que nos ayudara a obtener el tamaño de la muestra para la aplicación de nuestra encuesta.

2.6.7.2 Muestra

Al ser la población de estudio relativamente amplia, es necesario encontrar una muestra que sea representativa al universo y que a su vez permita la aplicación de los instrumentos de investigación, tomando en cuenta los datos del INEC www.inec.gob.ec del último Censo Poblacional en el que se presentan la Población Económicamente Activa de 6604 habitantes como población universo. Tomando en cuenta cierta población a encuestar para el cálculo de la muestra se utiliza la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N(P)(Q)}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + (P)(Q)}$$

Para poder determinar el tamaño de la muestra primero se aplicó una prueba piloto a 10 personas de la parroquia, la aplicación de dichas encuestas permitió identificar un porcentaje para el cálculo de la muestra y determinar la probabilidad de éxito (P), y la probabilidad de fracaso (Q), con la finalidad de establecer el grado de aceptación del plan de negocio y la realización del mismo. El resultado que se obtuvo en la prueba piloto es la siguiente:

CUADRO N° 2. 2 PRUEBA PILOTO

PREGUNTA	SI	NO	TOTAL
¿Formaría usted parte de una nueva institución financiera?	8	2	10
TOTAL	80%	20%	100%

*Fuente: Prueba Piloto de encuesta
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara*

Con los datos encontrados tanto como (P) y (Q) procedemos al calcula de la muestra con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(P)(Q)}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + (P)(Q)}$$

Dónde:

N: Muestra

N: universo investigado

P: Probabilidad de aceptación

Q: Probabilidad de no aceptación

E: Margen de Error

K: Constante

Datos:

N: 6604

P: (0.80)

Q: (0.20)

E: 0.05

K: 2

$$n = \frac{6604 (0,80)(0,20)}{(6604 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + (0,08)(0,20)}$$

$$n = \frac{1056,64}{6604(0,000625) + 0,16}$$

$$n = \frac{1056,64}{4,286875}$$

$$n = 246,48$$

$$n = 247$$

A través del cálculo de la muestra se puede decir que se ha llegado a la conclusión de que la encuesta será aplicada a un número de 247 habitantes que se dedican a la agricultura y ganadería de la parroquia Mulliquindil Santa Ana

2.6.7.3 Plan muestral

El tipo de muestreo que se aplicara es el muestreo probabilístico aleatorio simple, siendo este el más utilizado ya que se toma una parte de la población de cada sector con el propósito de aplicar la encuesta al número de personas, considerando que dicho total de encuestas es de 247 que se aplicara en la parroquia.

CUADRO N° 2. 3 PLAN MUESTRAL

BARRIO	TAMAÑO MUESTRAL	PORCENTAJE MUESTRAL
Barrio Norte	17	5,56
Sur Central	17	4,76
Centro	13	2
Obrero Central	16	3,67
San Francisco	10	2,54
Los Pinos	2	0,9
Avelino Pamba	5	1,45
San José Obrero	8	8,27
San Isidro Nuevo	9	2,98
Oriente Central	7	4,67
Chisilivi	6	4,76
Sur San Miguel	9	5,31
Jesús del Gran Poder	12	6,54
Rosa Peña	11	3,76
San Isidro San Juan	15	7,56
Ilimpucho	9	2,4
San Vicente de Churoloma	14	7,34
Chanchalito	20	8,23
Palama	18	8,03
Chanchaló	17	7,09
Guanaylín San Pedro	12	2,18

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

2.7 Recopilación de Información.

Para la respectiva recopilación de información se ha visto la necesidad de diseñar una encuesta la misma que posee trece interrogantes concretas, específicas y de fácil comprensión, a través de estas preguntas se pretende conocer la necesidad y el deseo que tiene la población de la parroquia Mulliquindil Santa Ana.

Con la aplicación de la encuesta se procurará obtener una información real, la misma que permitirá establecer conclusiones.

2.7.1 Análisis e Interpretación De Resultados.

Luego de haber aplicado la encuesta al segmento establecido, se procederá a realizar la respectiva tabulación. De este modo se puede decir que para el tratamiento de los datos se utilizarán cuadros estadísticos con sus respectivas representaciones gráficas que evidencien claramente toda la información obtenida, esto se lo realizará a través de un programa de tabulación de datos como es SPS.

1. ¿Mantiene usted una cuenta de ahorro o corriente en alguna institución financiera?

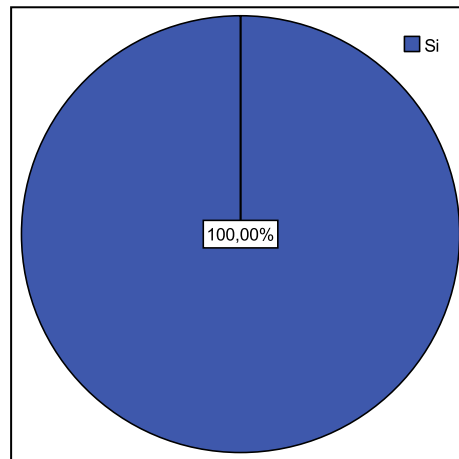
CUADRO N° 2. 1 CUENTA DE AHORRO O CRÉDITO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	247	100,0
No	0	0.00
Total	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 1 CUENTA DE AHORRO O CRÉDITO



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: Basado en la información obtenida de la aplicación de las encuestas a los pobladores de la Parroquia nos da como resultado que el 100% en su totalidad mantienen o poseen una cuenta de ahorro o crédito en alguna institución financiera, de la cual recibe ayuda o beneficio por lo tanto es confiable que la implementación del presente proyecto sea aceptado por la población y más cuando esté se encuentre en la cercanía de cada uno de ellos.

2. ¿Cómo califica usted el servicio o atención que recibe en la institución financiera a la que asiste?

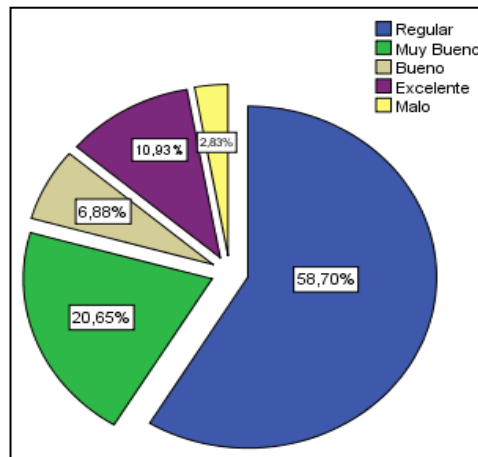
CUADRO N° 2. 4 CALIFICACIÓN DE SERVICIO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	27	10,93
Muy Bueno	51	20,65
Bueno	17	6,88
Regular	145	58,70
Malo	7	2,83
Total	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 2 CALIFICACIÓN DE SERVICIO



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: El 10,93% de los habitantes de la parroquia da a conocer que la atención que recibe por parte de los miembros de las entidades financieras a las que concurren a solicitar servicios es excelente, y el 58,70% manifiesta que la atención es regular porcentaje que refleja que no están de acuerdo con el trato que le brindan en las instituciones financieras considerando que la atención brindada.

3. ¿A qué institución financiera le tiene más confianza?

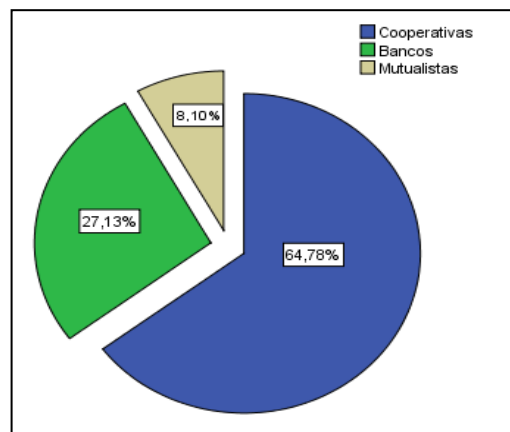
CUADRO N° 2. 5 MAYOR CONFIANZA.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bancos	67	27,13
Cooperativas de ahorro	160	64,78
Mutualistas	20	8,10
TOTAL	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 3 MAYOR CONFIANZA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: Realizadas las encuestas el 64,78% de los encuestados dan a conocer que la mayor confianza la depositan en las cooperativas de ahorro y crédito para asegurar su dinero, dato que es favorable para el desarrollo del proyecto ya que la población nos da esa confianza para crecer de manera directa para el desarrollo y bienestar de cada una de las familias existentes en la Parroquia, tomando en cuenta que el 8,10% confían en las mutualistas porcentaje mínimo con relación a lo antes mencionado, considerando este dato como una posibilidad de que formen parte de la institución en algún momento.

4. ¿Cuáles de los siguientes servicios que ofrece una institución financiera, utiliza con más frecuencia?

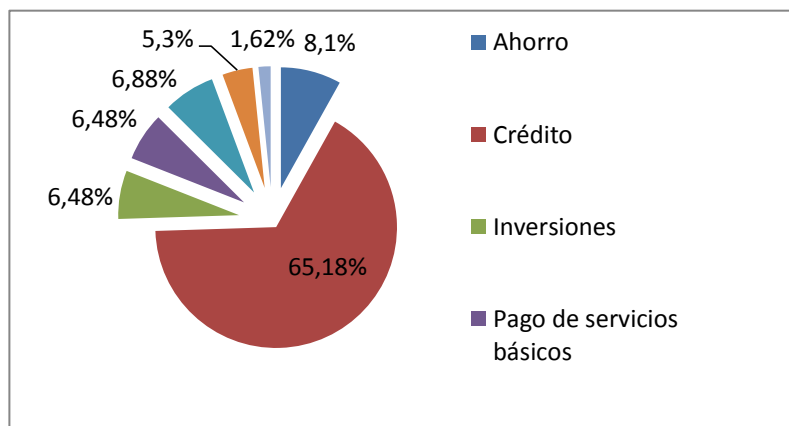
CUADRO N° 2. 6 SERVICIOS UTILIZADOS CON MAYOR FRECUENCIA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ahorro	20	8,10
Crédito	164	65,18
Inversiones	16	6,48
Pago de servicios básicos	16	6,48
Pagos de matrícula vehicular	17	6,88
Pagos del SRI	13	5,3
Otros	4	1,62
Total	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 4 BENEFICIOS UTILIZADOS CON MAYOR FRECUENCIA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: El 65,18% de la población manifiesta que el servicio que mayor utiliza en las instituciones financieras es el crédito y el 8,10% ahorro, siendo estos los servicios utilizados con más frecuencia. Dado estos datos los habitantes concurrirán a las instalaciones de la entidad financiera a solicitar los servicios antes mencionados, produciendo un porcentaje que nos ayuda a conocer el nivel de demanda

5. ¿Ha solicitado usted crédito financiero en alguna institución financiera?

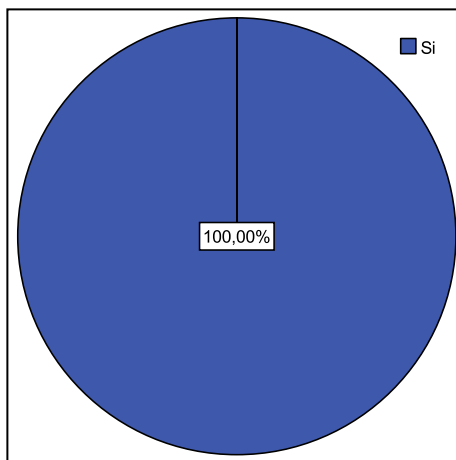
CUADRO N° 2. 7 SOLICITA CRÉDITO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	247	100,0
No	0	0,00
Total	247	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 5 SOLICITA CRÉDITO



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: El 100% de la totalidad de los encuestados da a conocer que si han solicitado crédito financiero en algún momento ya sean estos micro u ordinarios, arrojando como resultado que será un servicio de mayor acogimiento por parte de los futuros socios, dando como resultado que será beneficioso para el desarrollo del proyecto ya que con el ingreso por interés se lograra el propósito de crecimiento.

6. ¿Hace que tiempo ha solicitado usted un crédito financiero?

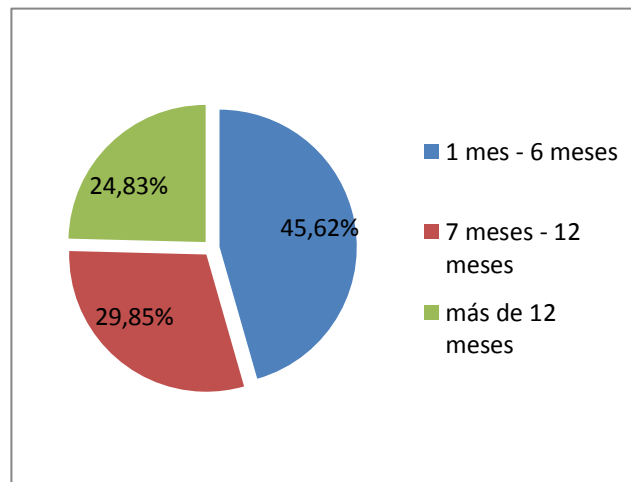
CUADRO N° 2. 8 TIEMPO DE CRÉDITO FINANCIERO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 mes - 6 meses	113	45,62
7 meses - 12 meses	74	29,85
más de 12 meses	61	24,83
Total	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 6 TIEMPO DE CRÉDITO FINANCIERO



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: El 45,62% manifiesta da a conocer que el último crédito solicitado aproximadamente en un periodo de 1 a 6 meses, datos que dan como resultado que quienes están endeudados están esperando el resultado de la inversión del dinero, considerando que podría ser una inversión que de alguna manera nos proporcione la ayuda necesaria para que ciertas personas busquen nuevas oportunidades de inversión que generen ingresos favorables para cada uno de ellos, tomando como alternativa para la misma a una nueva institución financiera cercana a sus hogares.

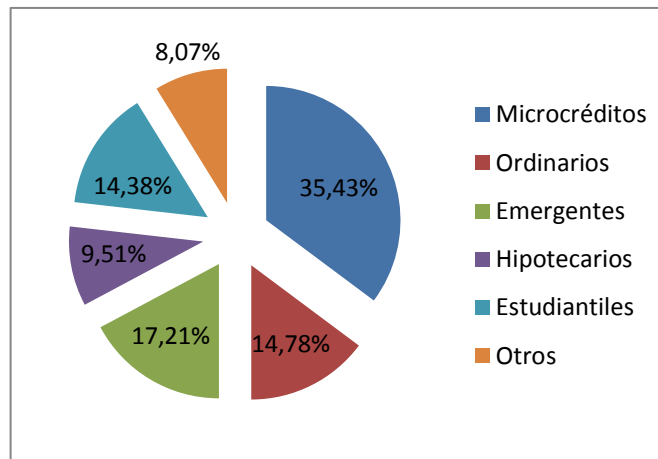
7. ¿Qué tipo de crédito ha solicitado en la institución financiera?

CUADRO N° 2. 9 TIPO DE CRÉDITO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Microcréditos	88	35,43
Ordinarios	37	14,78
Emergentes	43	17,21
Hipotecarios	24	9,51
Estudiantiles	36	14,38
Otros	22	8,07
TOTAL	247	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 7 TIPO DE CRÉDITO



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: De las encuestas aplicadas el 35,43% ha solicitado microcréditos y un 17,21% han solicitado emergentes mismos que han sido aplicados en la agricultura y ganadería de cada uno de los pobladores de la parroquia.

8. ¿Con que finalidad ha solicitado un crédito en la institución financiera?

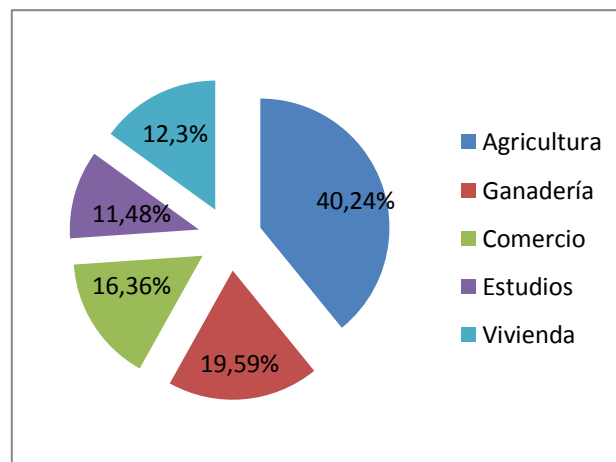
CUADRO N° 2. 10 FINALIDAD DE CRÉDITO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agricultura	99	40,24
Ganadería	48	19,59
Comercio	40	16,36
Estudios	28	11,48
Vivienda	38	12,30
TOTAL	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 8 FINALIDAD DE CRÉDITO



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: La mayoría de habitantes con un 40,24% y un 19,59% de la parroquia dan a conocer que han solicitado créditos con la finalidad de aplicarlo en la agricultura y la ganadería para de esta manera lograr crecimiento económico y la producción familia, siendo estos unos datos importantes ya que nos ayudan a conocer la mayor necesidad que tiene el habitante, logrando así crear un servicio de asesoramiento son relación a lo planteado para que el socio obtenga el beneficio completo.

9. ¿Considera usted importante disponer de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la Parroquia Santa Ana?

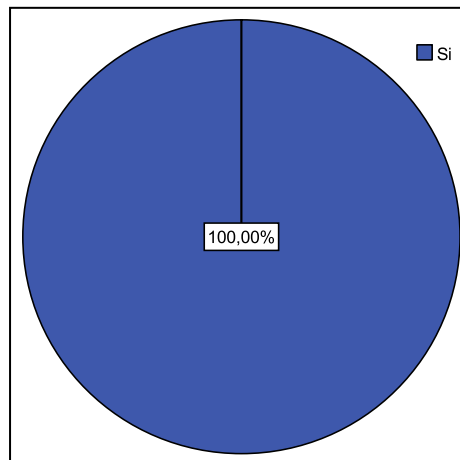
CUADRO N° 2. 11 CREACIÓN DE LA COOPERATIVA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	247	100,00
No	0	0
Total	247	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 9 CREACIÓN DE LA COOPERATIVA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: El 100% de los habitantes manifiestan que es un proyecto factible y confiable la creación de una cooperativa de ahorro y crédito en la parroquia ya que están dispuestos a depositar su confianza para el desarrollo de la misma y así lograr el crecimiento económico de cada uno de los pobladores,

10. ¿Cuáles son los beneficios que Ud. Desearía recibir de la Institución Financiera?

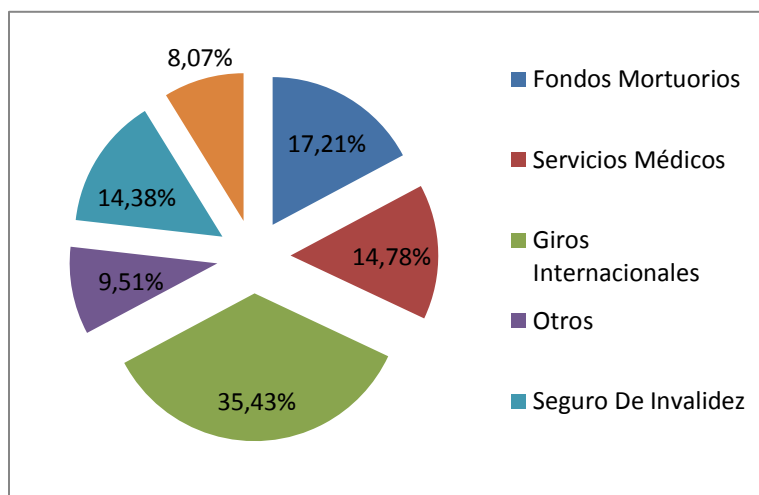
CUADRO N° 2. 12 SERVICIOS A RECIBIR

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fondos Mortuorios	43	17,21
Servicios Médicos	37	14,78
Giros Internacionales	88	35,43
Otros	24	9,51
Seguro De Invalidez	36	14,38
Seguros De Vida	22	8,07
Total	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 10 SERVICIOS A RECIBIR



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: La población desea se brinde un servicio extra de giros internacionales con un porcentaje de 35,43% ya que muchos de los habitantes se encuentran fuera del país y el 17,21% requieren se les brinde el servicio de seguro de invalidez.

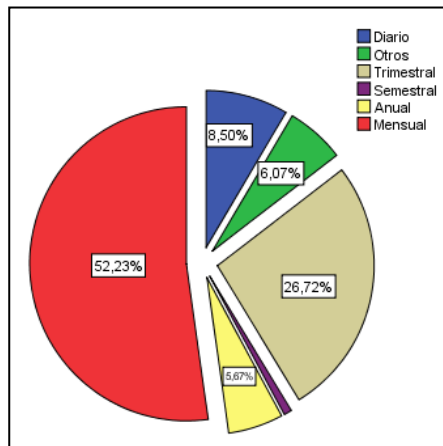
11. ¿Con que frecuencia usted dispone de dinero para asignarlo al ahorro?

CUADRO N° 2. 13 DISPONIBILIDAD DE DINERO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	21	8,5
Mensual	129	52,23
Trimestral	66	26,72
Semestral	2	00,8
Anual	14	5,67
Otros	15	6,07
Total	247	100,0

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 11 DISPONIBILIDAD DE DINERO



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: Un 52,23% de los encuestados dan a conocer que el tiempo estimado para que se acerquen a la institución financiera a depositar su dinero es en un mes, ya que muchos de ellos se dedican al trabajo que les ofrece un pago mensualmente y el 26,72% cuenta con un ingreso trimestralmente el mismo que es distribuido de manera correcta y así destinar cierta parte al ahorro para esperando genere ingresos extras.

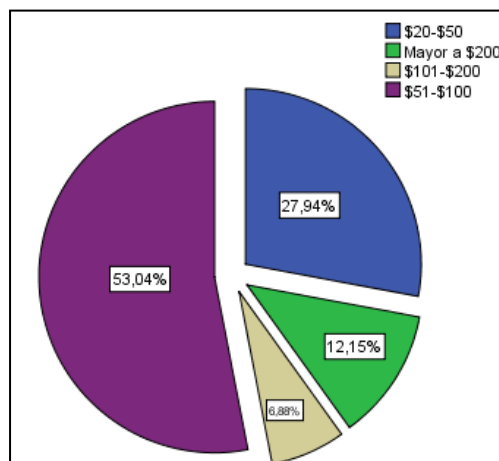
12. ¿Qué monto promedio dispone usted para asignarlo al ahorro?

CUADRO N° 2. 14 MONTO PROMEDIO

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$20 - \$50	69	27,93
\$51 - \$100	131	53,04
\$101 - \$200	17	6,88
Mayor a \$200	30	12,15
TOTAL	247	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 12 MONTO PROMEDIO



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: El 53,04% de la población da a conocer que mantiene un monto promedio de ahorro de \$51.00 a \$100.00 libre de alimentación, servicios básicos, entre otros gastos familiares, ingreso que es favorable de cierta manera a la institución para el desarrollo de la misma, considerando que este promedio de ahorro lo realizaran de manera mensual y el 12,15% cuenta con un ingreso promedio de ahorro mayor a 200 dólares.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto Ud. a aportar en certificados de aportación para mejorar los servicios que brinda en la Cooperativa?

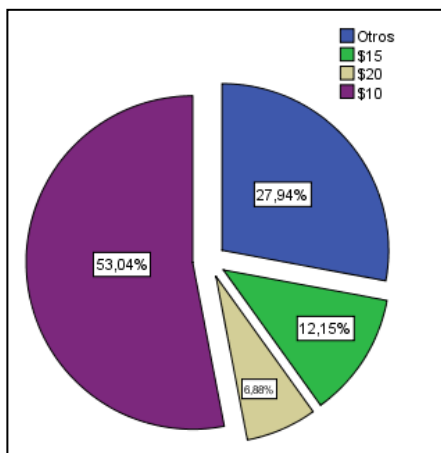
CUADRO N° 2. 15 CERTIFICADO DE APORTACIÓN

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 Dólares - 10 Dólares	131	53,04
11 Dólares - 15 Dólares	30	12,15
16 Dólares - 20 Dólares	17	6,88
Más de 20 Dólares	69	27,94
Total	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 2. 13 CERTIFICADO DE APORTACIÓN



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Análisis e interpretación: El aporte que los pobladores están dispuestos a realizar es de 5 a 10 dólares en certificados de aportación con un 53,04%, el 27,94% está dispuesto a realizar el aporte mayor de 20 dólares dato que será tonado en cuenta al momento de realizar la apertura de cuenta en la institución financiera y al momento de la entrega de los créditos.

2.8 Análisis de Demanda

La demanda está determinada por los habitantes que se dedican a la agricultura y ganadería de la Parroquia Mulliquindil Santa Ana del Cantón Salcedo, distribuidos en los diferentes sectores y barrios de la misma, sin embargo hay que considerar que la Cooperativa a pesar de ser solo para determinada población, está se encuentra a disposición de toda la localidad que la necesite.

2.8.1 Demanda Potencial O Actual

Con base en la información del (INEC) se tomó la población económicamente activa de la parroquia Mulliquindil, siendo un total de 6604 misma que se aplicara para el cálculo de la demanda actual considerando el porcentaje del índice de confianza dato tomado de la pregunta n° 3 de la encuesta aplicada.

¿A qué institución financiera le tiene más confianza?

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bancos	67	27,13
Cooperativas de ahorro	160	64,78
Mutualistas	20	8,10
TOTAL	247	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

CUADRO N° 2. 16 DEMANDA ACTUAL

MERCADO META	% DE CONFIANZA	DEMANDA ACTUAL
6604	64,78	4.278

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

La demanda actual es de 4.278 personas que manifiestan que su mayor confianza es para las cooperativas de ahorro.

2.8.2 Demanda Histórica

Para la realización del proyecto se ha considerado la demanda histórica del año 2010 hasta el año 2014 para el efecto del plan de negocios de la creación de la cooperativa de ahorro y crédito.

CUADRO N° 2. 17 DEMANDA HISTÓRICA

AÑO	DEMANDA HISTÓRICA
1	7203
2	7282
3	7362
4	7443
5	7525

2.8.3 Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda futura de clientes, se trabajara considerando la población de la demanda histórica tomando en cuenta el método de mínimos cuadrados que será proyectada para los próximos cinco años.

CUADRO N° 2. 18 DATOS PARA LA PROYECCIÓN

AÑOS	X	Y	X.Y	X2
2010	1	7203	7203	1
2011	2	7282	14564	4
2012	3	7362	22087	9
2013	4	7443	29773	16
2014	5	7525	37626	25
TOTAL	15	36816	111254	55
AÑOS	X	PROYECCIÓN		
2014	6	7605		
2015	7	7685		
2016	8	7766		
2017	9	7847		
2018	10	7927		

Fuente: Población segmentada INEC 2010.

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Formula

$$A = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$B = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$A = \frac{(36816)(55) - (15)(111254)}{5(55) - (55)^2}$$

$$B = \frac{5(111254) - (15)(36816)}{2(55) - (55)^2}$$

$$A = \frac{(2024885) - (1668806,56)}{275 - 225}$$

$$B = \frac{556268,55 - 552241,41}{275 - 225}$$

$$A = \frac{356078,58}{50}$$

$$B = \frac{4027,44}{50}$$

$$A = 7121,57$$

$$B = 80,54$$

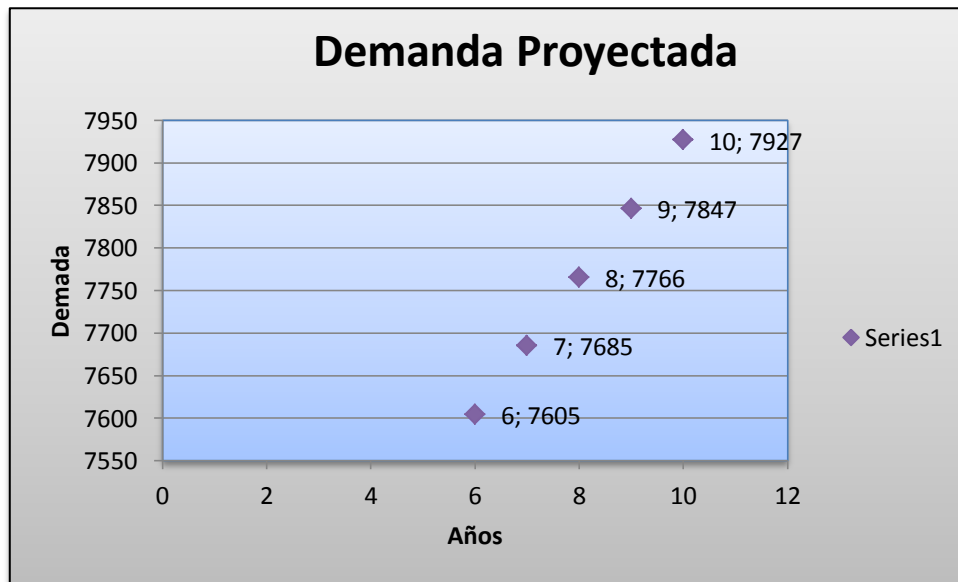
$$Y = a + bx$$

$$Y = 7121,57 + 80,54(6)$$

$$Y = 7605$$

Tomando como base los datos históricos considerados y por medio de la utilización de los mínimos cuadrados se procedió a realizar la proyección de la demanda para los próximos cinco años desde el año 2015 hasta el año 2019, determinando el resultado para el primer año con 7605 demandantes y para el último año 7927-

GRAFICO N° 2. 1 DEMANDA PROYECTADA



Fuente: Población segmentada INEC 2010

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

2.9 Análisis de la Oferta

Según la Investigación de mercado realizada se puede determinar que en la Parroquia Mulliquindil Santa Ana no existe Instituciones Financieras que proporcionen ayuda crediticia a la población siendo este un dato importante ya que así nos damos cuenta que no tenemos Oferta Directa.

2.9.1 Oferta Actual

Para el estudio se ha tomado en cuenta las cooperativas de ahorro y crédito existente en el cantón salcedo a su vez se realizó un análisis a fin de recopilar datos importantes en el servicio de créditos requeridos para así obtener la oferta actual.

CUADRO N° 2. 19 OFERTA INDIRECTA ACTUAL

ANO	OFERTA INSTITUCIÓN FINANCIERA
2014	1969

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDIL

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

2.9.2 Oferta Histórica

La demanda histórica se basa en la información secundaria obtenida de los datos reales de la emisión de créditos de cierta institución financiera en los distintos periodos, la siguiente tabla muestra dicha información.

CUADRO N° 2. 20 OFERTA HISTÓRICA

AÑO	OFERTA HISTÓRICA
1	723
2	856
3	937
4	1039
5	1968

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDIL

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

2.9.3 Oferta Proyectada

Para el cálculo de la oferta proyectada se tomara en cuenta el método de mininos cuadrados para así obtener la oferta hasta el año 2019.

CUADRO N° 2. 21 OFERTA PROYECTADA

AÑOS	X	Y	X.Y	X2
2010	1	723	723	1
2011	2	856	1712	4
2012	3	937	2811	9
2013	4	1039	4156	16
2014	5	1968	9840	25
TOTAL	15	5523	19242	55
AÑOS	X	PROYECCIÓN		
2015	6	1907		
2016	7	2174		
2017	8	2441		
2018	9	2708		
2019	10	2976		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Calculo:

$$\frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$B = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$A = \frac{(5523)(55) - (15)(19242)}{5(55) - (55)^2}$$

$$B = \frac{5(19242) - (15)(5523)}{2(55) - (55)^2}$$

$$A = \frac{(303765) - (288630)}{275 - 225}$$

$$B = \frac{96210 - 82845}{275 - 225}$$

$$A = \frac{15135}{50}$$

$$B = \frac{13365}{50}$$

$$A = 302,7$$

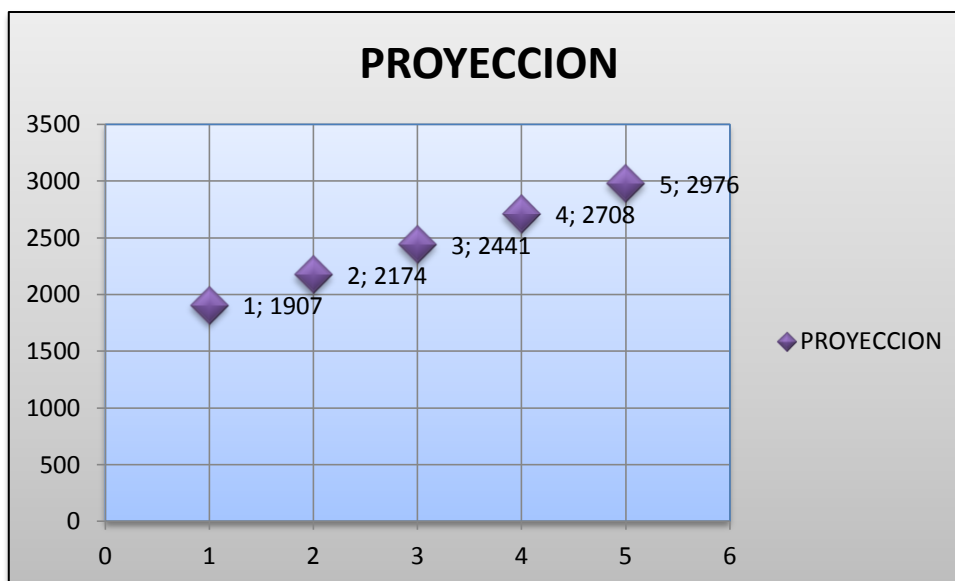
$$B = 264,3$$

$$Y = a + bx$$

$$Y = 302,7 + 264,3(6)$$

$$Y = 1907$$

GRAFICO N° 2. 2 OFERTA PROYECTADA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

2.10 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre el cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

CUADRO N° 2. 22 DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	7.605	1907	5.698
2016	7.685	2174	5.512
2017	7.766	2441	5.325
2018	7.847	2708	5.138
2019	7.927	2976	4.951

Fuente: oferta y demanda proyectada

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Después de realizar el cálculo correspondiente se determina que si existe demanda insatisfecha con relación al servicio o atención prestada por parte de las entidades financieras existentes, siendo este un resultado favorable ya que los mismos forman parte de nuestros posibles socios ya que se llenara las expectativas esperadas por cada uno de los posibles socios.

2.11 Análisis de Precio

De acuerdo a la investigación realizada a la competencia se llegó a la conclusión que los precios que en este estudio se encuentran determinados por la tasa de interés, montos de crédito a solicitarse y los plazos de pagos en el mercado tanto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito que se encuentran bajo la custodia de la Dirección Nacional de Cooperativas (DINACOOOP) y la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) que actúan en el cantón salcedo como a nivel nacional, se encuentran establecidos en primera instancia por el Banco Central del Ecuador (BCE).

En lo que concierne a la Cooperativa de Ahorro y Crédito en el corto plazo no se planea ofrecer el tipo de crédito comercial y de vivienda, pero en el mediano plazo se los pondrá a consideración.

El resultado preliminar de la determinación de precios de los servicios que se va a ofrecer en la nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito se presenta en la siguiente tabla; considerando que para el cálculo de la Tasa Nominal se ha utilizado la siguiente fórmula:

Fórmula 9: Fórmula para el Cálculo de la Tasa Nominal

$$\text{Tasa Nominal} = ((12 \sqrt{(Tasa Referencial Efectiva + 1)} - 1) \wedge 12$$

CUADRO N° 2. 23 PRECIOS EN EL MERCADO FINANCIERO

TIPO DE CRÉDITO	CLASIFICACIÓN	PLAZOS	MONTO FINANCIERO	TASA EFECTIVA			TASA NOMINAL	TASA PROMEDIO DE ENCAJE
				TASA REF.	TASA MÁXIMA	TASA MEDIA		
Comercial	Media empresa	36 meses	50.000,00	9,52 %	9,82%	9,68 %	9%	25%
	Pequeña empresa	36 meses	20.000,00	12,10%	13,08 %	12,59%	11%	25%
	Minorista	6 meses	600	12,10%	23,11 %	21,51%	18%	25%
consumo	Consumo	12 meses	1.500,00	19,91%	17,82 %	17,41%	16%	25%
	Consumo	18 meses	3.000,00	16,99%	17,82 %	17,41%	16%	25%
Microcrédito	Subsistencia	6 meses	600,00	16,99%	36,50 %	35,61%	30%	25%
	simple	18 meses	3.000,00	34,71%	35,50 %	32,73%	26%	25%
	aplicada	36 meses	10.000,00	29,95%	25,50 %	23,45%	20%	25%
vivienda	vivienda	3 años	5.000,00	11,47%	11,83 %	11,65%	11%	25%
	vivienda	5 años	10.000,00	11,47%	11,83 %	11,65%	11%	25%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Tomando en cuenta las tasas nominales se realiza una comparación entre dos competidores para conocer la docencia existente.

CUADRO N° 2. 24 PROYECCIÓN DE PRECIOS

TIPO DE CRÉDITO	CLASIFICACIÓN	PLAZOS	TASAS BCE	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2
Comercial	Media empresa	36 meses	9,10%	13,60%	15,10%
	Pequeña empresa	36 meses	11,5%	13,60%	15,10%
	Minorista	6 meses	18,3%	15,20%	16,70%
consumo	Consumo	12 meses	15,8%	15,20%	16,70%
	Consumo	18 meses	15,8%	15,20%	16,70%
Microcrédito	Subsistencia	6 meses	30,2%	16,20%	17,70%
	Simple	18 meses	26,5%	16,20%	17,70%
	Aplicada	36 meses	19,5%	16,20%	17,70%
vivienda	vivienda	3 años	10,9%	12,10%	13,60%
	vivienda	5 años	10,9%	12,10%	13,60%

CAPITULO III

3 ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

3.1 Introducción

Luego de haber realizado el estudio de mercado respectivamente se procederá a realizar un estudio técnico - administrativo de igual manera un estudio financiero siendo estos los que se constituyan las últimas partes que conforman un plan de negocio. De esta manera se desarrollara un estudio técnico – administrativo con el propósito de detallar los factores que determinaran el tamaño de la empresa, localización del proyecto, ingeniería del proyecto, distribución de la planta, requerimientos del proyecto y la propuesta administrativa.

En el desarrollo del estudio administrativo se presentara la razón social, el logo tipo, el eslogan, el diseño de la misión, visión, objetivos cooperativos, principios, valores corporativos, estrategias, la estructura administrativa de la entidad diseñada en un organigrama estructural, como así también las funciones de cada uno de las áreas existentes en la institución, de la misma manera el análisis FODA y el procedimiento legal para la constitución de la institución financiera

Finalmente se empleara un estudio financiero con la finalidad de conocer la posibilidad financiera del plan de negocio, dentro de este estudio se puntualizara la

inversión inicial, cronograma de inversión, depreciación y amortización, financiamiento, presupuesto de compras y de ventas, gastos administrativos y de ventas, cuentas por pagar, determinación de los costos de operación, punto de equilibrio, estados financieros, razones financieras, capital de trabajo, flujos nominales y la evaluación financiera del proyecto.

3.2 Objetivos.

3.2.1 Objetivo General

Conocer la factibilidad económica e inversión del plan de negocios para la creación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito mediante el estudio técnico y financiero.

3.2.2 Objetivos Específicos

Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para el expendio de servicios financieros.

Elaborar la evaluación financiera del proyecto con el propósito de conocer la posibilidad de dar inicio al funcionamiento el negocio.

3.3 Estudio Técnico

3.3.1 Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.

Para determinar el tamaño de la empresa será necesario analizar los factores más principales mismos que contribuirán en el buen funcionamiento y operatividad de las actividades que se pretende realizar en la confección y comercialización de los ajuares para novias.

3.3.1.1 *El Tamaño del Proyecto y la Demanda.*

Cabe recalcar que la demanda forma parte importante dentro del plan de negocios, motivo por el que este proyecto va orientado a cubrir y satisfacer toda y cada una de las necesidades de la demanda insatisfecha de la Parroquia Santa Ana datos que se obtuvo de la investigación de mercado anteriormente realizada

CUADRO N° 3. 1 PORCENTAJE A CUBRIR

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE A CUBRIR	TOTAL DEMANDA A CUBRIR
2015	7.605	1907	5.698	64,78%	3691,40
2016	7.685	2174	5.512	64,78%	3570,42
2017	7.766	2441	5.325	64,78%	3449,45
2018	7.847	2708	5.138	64,78%	3328,47
2019	7.927	2976	4.951	64,78%	3207,49

Fuente: Población segmentada INEC 2010 (véase anexo n° 2)

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Considerando que el porcentaje a tomar como mínimo de demanda insatisfecha es el 64,68% que hace referencia a la pregunta número 3 con relación a la confianza que mantienen los socios a las cooperativas de ahorro y crédito de la encuesta aplicada.

3.3.1.2 El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento

Para poner en marcha o funcionamiento el proyecto del plan de negocio de creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Ana se requiere se financiamiento económico el mismo que estará cubierto por los accionistas en un 45% del capital necesario y el 55% del mismo se recurrirá al servicio de crédito en una de las Instituciones Financieras del Cantón Salcedo, dando un 100% en su totalidad de financiamiento requerido.

3.3.2 Localización del Proyecto

Para la respectiva localización del plan de negocios se ha considerado dos niveles muy importantes del mismo como es la macro y micro localización ya que estos o pueden quedar fuera de un plan de negocios.

3.3.2.1 Macro localización

La Cooperativa de ahorro y crédito Santa Ana se encontrara en la zona geográfica del nuestro País, siendo los aspectos geográficos los sientes a detallar:

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Salcedo

Parroquia: Mulliquindil Santa Ana

GRAFICO N° 3. 1 MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN



3.3.2.2 *Micro localización*

A través de la micro localización detallamos el lugar donde se ubicara exactamente la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Ana tomando en cuenta la opinión de los habitantes de la Parroquia y posibles socios de la Institución siendo un lugar estratégico el centro de la Parroquia considerando las vías de mayor acceso ya que se cuenta con dos vías principales donde se podría ubicar nuestro proyecto de creación, tomando en cuenta aspectos muy necesarios como son los costos de arrendamiento, seguridad, entre otros.

A continuación se detallan la matriz de ponderación la cual presenta factores importantes que ayudaran a definir claramente la ubicación geográfica de la institución financiera. Considerando una espada de 0 a 10.

CUADRO N° 3. 2 MATRIZ PONDERACIÓN

VARIABLES	PESO ASIGNADO	Santa Ana Centro		Jesus del Gran Poder		Obrero Central	
		CALIF	POND	CALIF	POND	CALIF	POND
	
Vías de acceso	0,15	8	1,2	6	0,9	5	0,75
Seguridad Policial	0,25	9	2,25	8	2	7	1,75
Servicios básicos	0,20	9	1,8	7	1,4	8	1,6
Calidad de vida	0,15	8	1,2	7	1,05	7	1,05
Acceso a Internet	0,10	7	0,7	5	0,5	5	0,5
Transporte	0,15	8	1,2	7	1,05	6	0,9
Total	1,00		8,35		6,9		6,55

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.4 Ingeniería del Proyecto

Para poder efectuar con normalidad la atención al cliente y brindar el servicio cooperativo de la institución financiera se ha visto en la necesidad de arrendar un local en el centro de la Parroquia Mulliquindil Santa Ana lugar que se ha elegido tonando en cuenta la opinión de los habitantes y posibles socios del sector, para lo cual la distribución de la institución está determinado de acuerdo al requerimiento del espacio físico siendo distribuido en diferentes aéreas como son las siguientes:

CUADRO N° 3.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

ÁREA ADMINISTRATIVA	ÁREA DE CRÉDITO
Gerente General Junta General de Accionistas Jefe de Recursos Humanos Jefe de Marketing Baño	Jefe de Crédito Asistentes de Crédito Asesores de Crédito Cobranzas Baño
ÁREA DE INVERSIÓN	ÁREA DE CAJAS
Oficina 1 Oficina 2	Caja 1 Caja 2
ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE	
Oficina 1 Oficina 2	

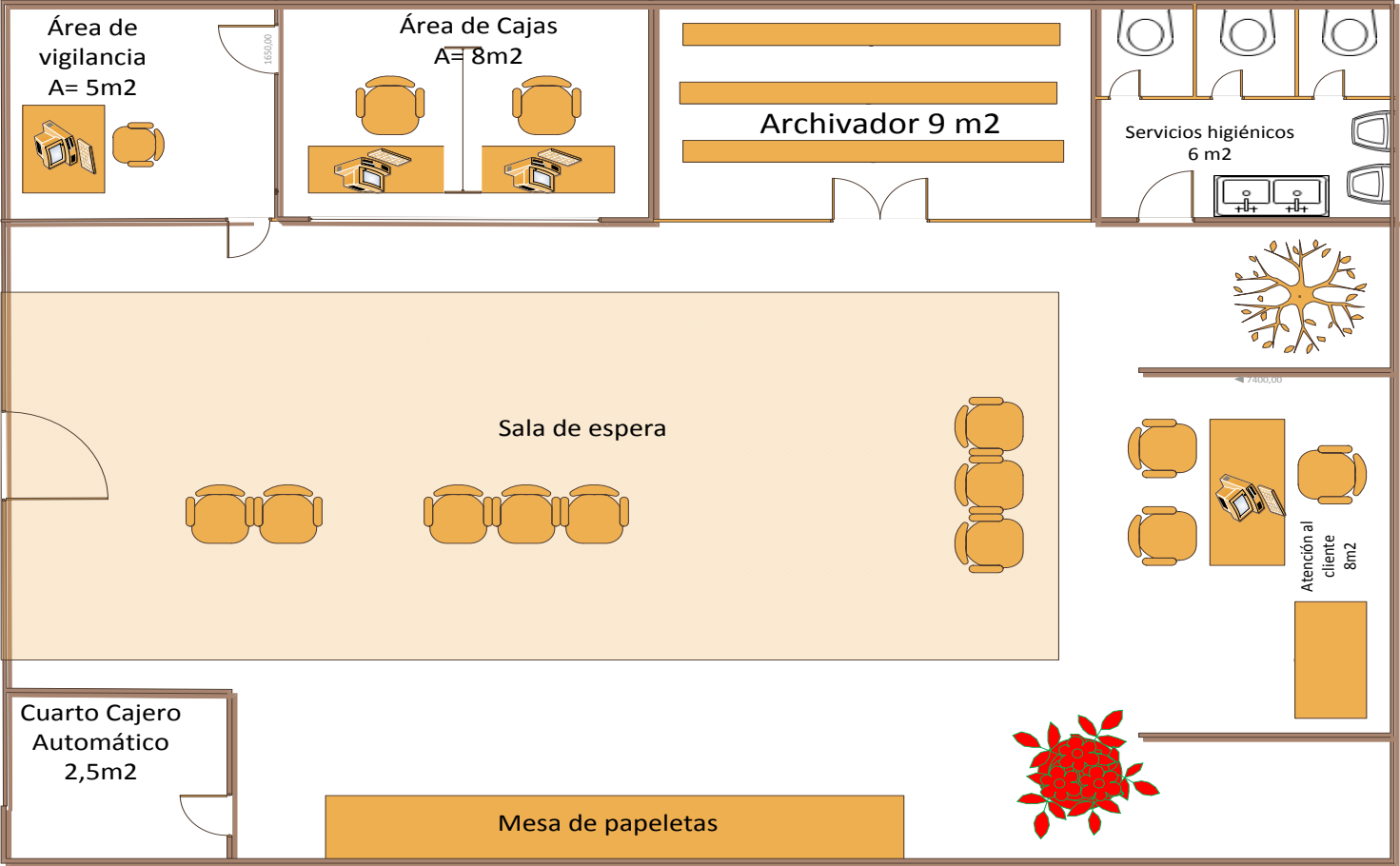
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.4.1 Diseño de la Planta

La planta está distribuida en planta alta y planta baja para poder brindar un mejor servicio a los socios, donde la planta baja está formada por el área de cajas distribuida en dos secciones, el área de vigilancia, archivador de documentación, servicios higiénicos y el área de atención al cliente.

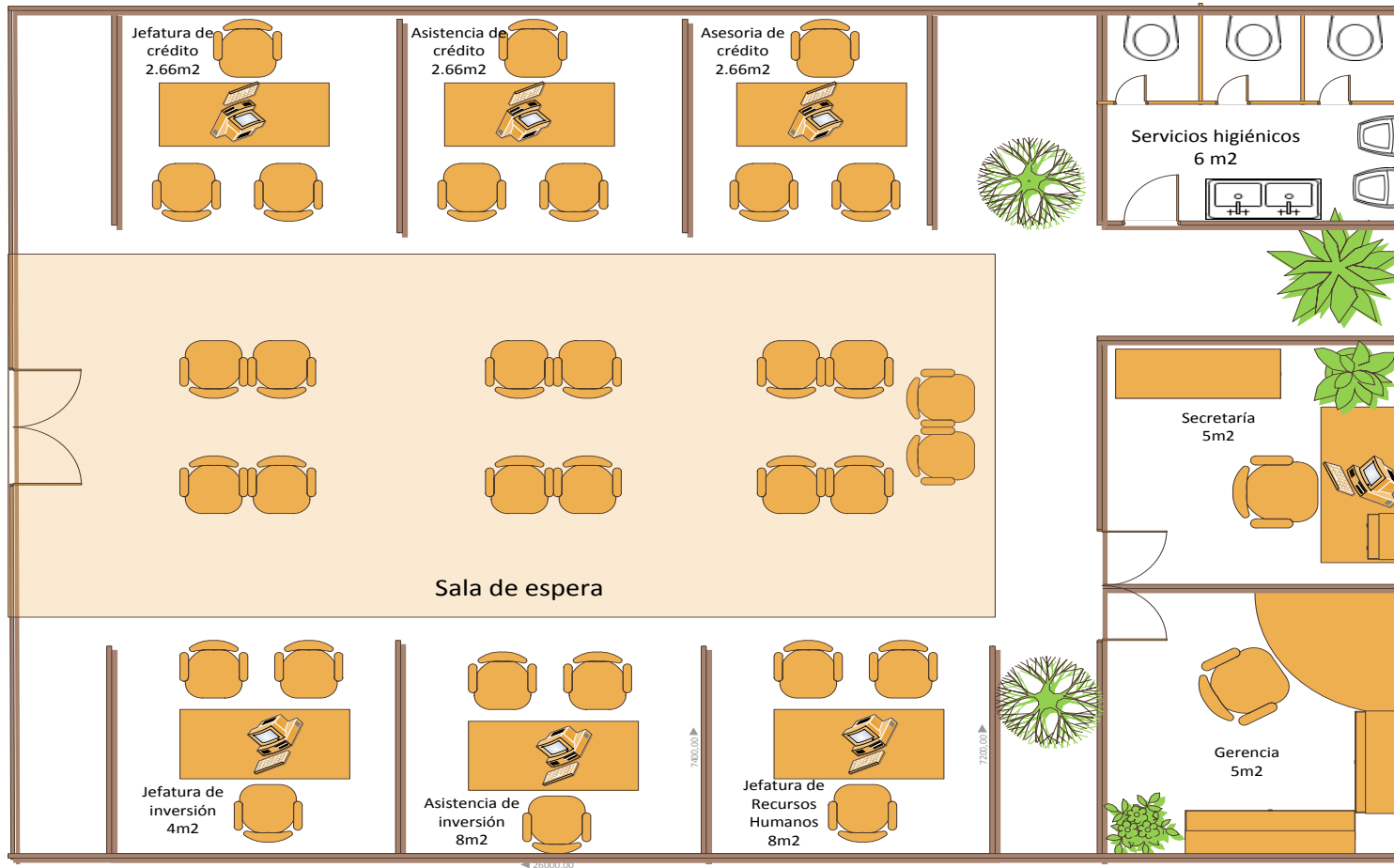
La planta alta está distribuida en el área de crédito con cada una de sus subordinaciones, área de inversiones, secretaria, gerencia general y servicios higiénicos, todos y cada uno de ellos con una sala de espera para la comodidad requerida.

GRAFICO N° 3. 2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA BAJA



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

GRAFICO N° 3. 3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA ALTA



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.4.2 Requerimientos del Proyecto

Suministros de oficina

CUADRO N° 3. 4 SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Bolígrafo	20	0,3	6,00
Borrador	10	0,1	1,00
Carpetas para archivador	20	0,5	10,00
Clip	10	1,5	15,00
Engrampadora	6	5	30,00
Grapas	10	0,8	8,00
Hojas de papel bon Resmas	10	4,5	45,00
Lápiz	10	0,25	2,50
Perforadora	6	5	30,00
Resaltador	10	0,5	5,00
Tinta para impresora	5	15	75,00
Tinta para sello	10	1,25	12,50
Almohadilla para sello	6	1	6,00
Total			246,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Requerimiento de equipo y tecnología

El equipo tecnológico es un medio necesario para dar inicio al proyecto, el mismo que está constituido de 11 computadoras de escritorio que serán distribuidos en cada uno de los departamentos, 7 impresiones de escritorio que facilitaran la obtención de

información de manera inmediata, 7 teléfonos medio necesario para comunicarnos con cada uno de los funcionarios de la cooperativa sin necesidad de acercarnos al departamento respectivo, y 2 impresiones de caja las mismas que servirán para la obtención de los recibos de cada una de las transacciones realizadas por los socios en el departamento de caja.

A continuación se detalla cada equipo con su respectivo precio unitario y un precio total de inversión en todo lo deseado:

CUADRO N° 3.5 EQUIPO Y TECNOLOGÍA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora de escritorio	11	785,00	8.635,00
Impresora de escritorio	7	150,00	1.050,00
Teléfono	7	30,00	210,00
Impresora de caja	2	85,00	170,00
Total			10.065,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

- **Requerimiento de muebles y enseres**

Los muebles de enseres son de importancia para el desarrollo del proyecto para garantizar el eficiente cumplimiento de los procesos propios de la institución, los mismos que son 14 escritorios que estarán ubicados en cada departamento para cada uno de los funcionarios de la misma, 20 sillas normales que serán utilizadas por los socios que se acerquen a la entidad, 5 estanterías que servirán para el archivo respectivo de documentos, y 14 sillas giratorias para cada uno de los trabajadores que brindaran sus servicios corporativos.

En cuadro se detalla cada uno con su precio unitario y un precio total de la cantidad necesitada:

CUADRO N° 3.6 MUEBLES DE ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escritorios	14	125,00	1.750,00
Silla normal	20	10,00	200,00
Estantería	5	125,00	625,00
Sillas giratorias	14	25,00	350,00
Total			2.925,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Requerimiento de suministros de limpieza

Los suministros de limpieza son indispensables para mantener la imagen limpia de la institución y así ofrecer nuestros servicios de manera ordenada.

CUADRO N° 3.7 SUMINISTROS DE LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Desinfectante	12	3,5	42,00
Ambiental	12	2,75	33,00
Escoba	4	2,5	10,00
Pala	3	2,5	7,50
Trapeador	3	3,00	9,00
Total			101,50

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Requerimiento de vehículo

Para la movilización de un lugar a otro para el desarrollo del proyecto se requiere de dos camionetas.

CUADRO N° 3.8 REQUERIMIENTO DE VEHICULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Chevrolet color rojo año 2010	2	18.500,00	37.000,00
Total			37.000,00

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.5 Propuesta Administrativa

3.5.1 Razón Social

3.5.1.1 *Logotipo de la empresa.*

En logo tipo de la empresa se encuentra identificado el símbolo del cooperativismo, así también el nombre que identificara a la Cooperativa de Ahorro y Crédito el mismo que es “Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Anita Ltda.”, de la misma manera el slogan que es “Tu Opción de Emprendimiento”

GRAFICO N° 3. 4 LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

El diseño del logo tipo está conformado por dos pinos los mismos que representa la vida, al ser dos simbolizan la hermandad, la unión, solidaridad, y la necesidad de un trabajo conjunto, el tamaño de los pinos significa el crecimiento en igualdad.

Por un círculo que representa la vida eterna, donde representa la idea del mundo, reflejando así la idea de la universalidad, el color verde oscuro representa donde nace el principio vital de la naturaleza, el amarillo oro representa el sol mismo que es fuente permanente de energía, calor y vida, el color naranja representa la visión de posibilidad del crecimiento en el futuro y el celeste es el horizonte distante y la necesidad de ayudar. El emblema que abraza dos árboles de pino, indica la unión del movimiento, la inmortalidad de sus principios en la fecundidad de sus seguidores.

3.5.1.2 *Slogan*

Es slogan que identificara a la institución será muy atractivo el mismo que capte la preferencia y la atracción de cada uno de los habitantes del sector, siento este una frase que llegue a la mente del socio y así lograr que se acerquen a la entidad a depositar su confianza.

GRAFICO N° 3. 5 SLOGAN DE LA INSTITUCIÓN



Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Está diseñado de color celeste el mismo que representa el horizonte distante y la necesidad de ayudar a quienes más lo necesitan.

3.5.2 Base Filosófica

3.5.2.1 Misión

Somos una Cooperativa de Ahorro y Crédito que trabaja con el sistema de la superintendencia de Cooperativas, enfocada al bienestar y superación de nuestros socios brindándoles un servicio basado en valores corporativos que ayuden al desarrollo socio-económico de nuestra gente.

3.5.2.2 Visión

Ser en el 2020 una Institución Financiera sólida y reconocida a nivel de la Provincia y del País que contribuya al desarrollo de los agricultores y ganaderos mediante entrega de servicios y recursos financieros ágiles y oportunos, que cubran las necesidades de nuestros socios mediante la atención brindada por un recurso humano competente e impulsado con la identificación de la Institución.

3.5.2.3 *Objetivos*

3.5.2.3.1 *Objetivos de Marketing*

Alcanzar el posicionamiento de la cooperativa en la parroquia santa Ana, para el crecimiento económico de las familias, mediante el depósito de la confianza de los habitantes del sector en un tiempo máximo de un año.

3.5.2.3.2 *Objetivos financieros*

Incrementar las finanzas de los socios para de esta manera alcanzar el crecimiento institucional de la cooperativa, mediante el ingreso de interés

3.5.2.4 *Principios*

- Administración optima de recursos
- Ética y profesionalismo en el trabajo diario
- Apoyo al desarrollo socio-económico de nuestros socios
- Entrega de servicios de calidad
- Compromiso con la Institución.

3.5.2.5 *Valores*

- **Respeto:** Atención con cordialidad a socios y personal interno de la empresa
- **Solidaridad:** Fomentar el desarrollo socio económico de nuestros socios.
- **Honestidad:** En cada momento para el buen desarrollo de las operaciones realizadas entre socios y personal institucional

- **Lealtad:** Con las necesidades de socios, funcionarios y directivos de la Cooperativa.
- **Eficiencia:** En el desarrollo de las actividades realizadas por los funcionarios institucionales para así lograr la satisfacción de nuestros socios.
- **Compañerismo:** Brindar ayuda a quien lo necesita y así lograr metas institucionales y no individuales.
- **Responsabilidad:** en el desarrollo de cada una de sus funciones encomendadas con el compromiso y aceptación de las mismas para un buen desempeño organizacional.

3.5.2.6 *Estrategias*

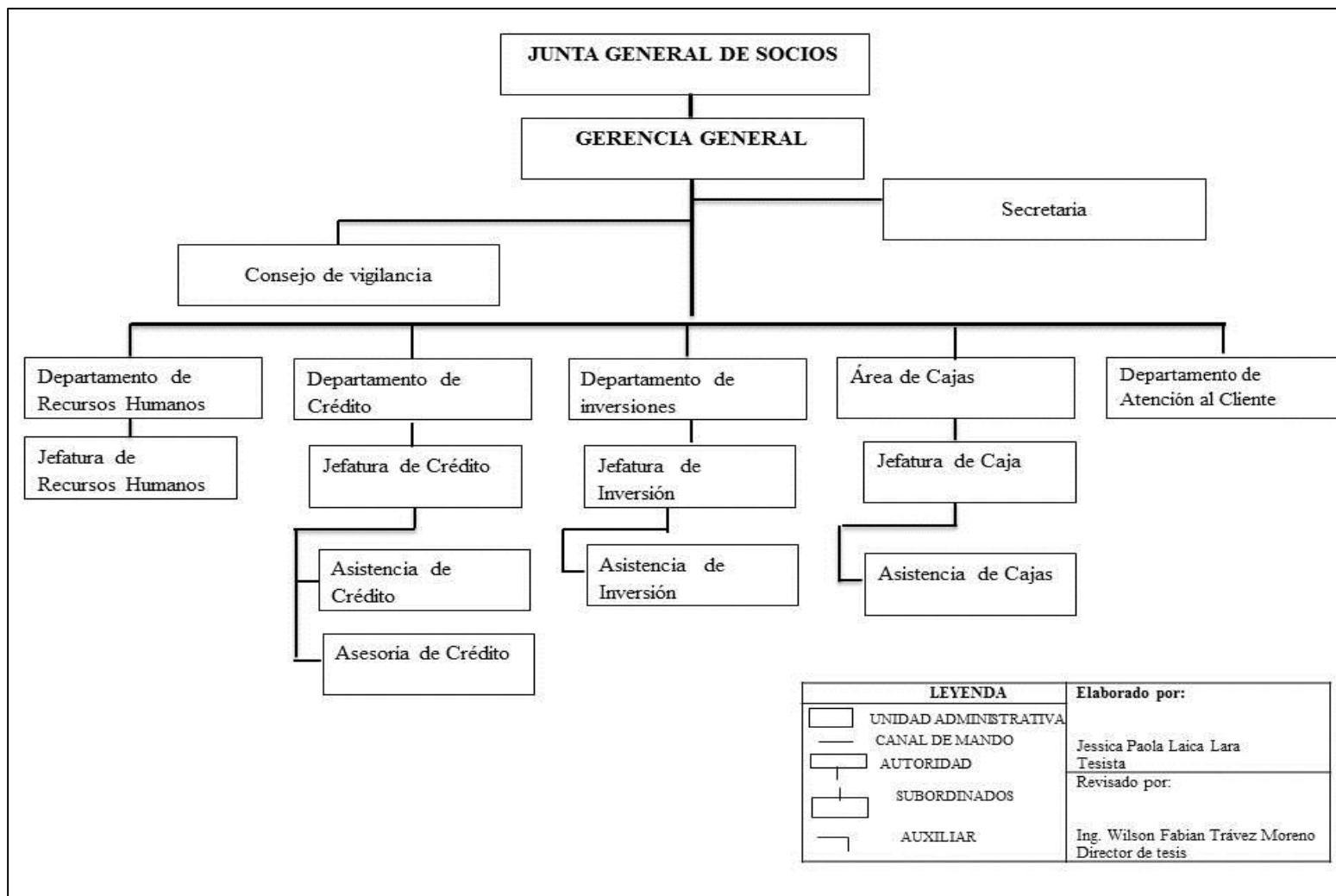
- Capacitar al personal interno de acuerdo a los cargos que desempeñan de forma semestral con el propósito de brindar una atención y un servicio eficiente a nuestros socios.
- Evaluar el desempeño de cada uno de los funcionarios para identificar las debilidades existentes en cada uno y de esta manera trabajar en conjunto y así evitar errores futuros.
- Realizar mantenimientos previos a los equipos de tecnología para evitar errores en los procesos que realiza cada uno en el momento de brindar ayuda a nuestros socios.

3.5.2.7 Estructura Organizacional

Toda Institución o empresa cuenta con una estructura organizacional que facilita el trabajo dentro de la empresa siendo así que cada departamento tiene sus propias áreas que desarrollaran actividades de acuerdo a sus funciones y conocimientos. Tales como son: Junta general de Accionistas, Gerente General, Departamento de recursos humanos, Departamento de Crédito, Departamento de Inversiones, Departamento de caja y Atención al cliente. Cada una uno con sus respectivos colaboradores.


A continuación la estructura organizacional de la Cooperativa Santa Anita

GRAFICO N° 3. 6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



LEYENDA		Elaborado por:
	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Jessica Paola Laica Lara Tesisista
	CANAL DE MANDO	Revisado por:
	AUTORIDAD	Ing. Wilson Fabian Trávez Moreno Director de tesis
	SUBORDINADOS	
	AUXILIAR	

3.5.2.8 Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO	
Departamento: Gerencia General Cargo: Gerente General	
FUNCIONES PRINCIPALES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad máxima del funcionamiento de la Cooperativa y del cumplimiento de los objetivos y políticas establecidos por la Junta General de Acciones.• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.• Tratar con la Junta General de Accionistas sobre los objetivos globales a corto y largo plazo, establecer las políticas básicas de actuación de acuerdo con las decisiones adoptadas.	
REQUERIMIENTOS	
Estudios realizados: Título universitario, en finanzas, contabilidad, Administración de empresas u otras carreras afines.	
Conocimientos básicos <ul style="list-style-type: none">• Sistemas informáticos.	
Idiomas: Ingles	
Experiencia: Cinco años como mínimo	
Capacitación: Gestión de calidad, administrativa.	
	Elaborado por: Jessica Laica Tesisista
	Revisado por: Ing. Wilson Trávez Director de tesis

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Departamento: Talento Humano

Cargo: Jefe de Talento humano

FUNCIONES PRINCIPALES A DESARROLLAR

- Reclutar al personal idóneo para el puesto requerido.
- Capacitar y desarrollar programas, cursos y toda actividad que vaya en función del mejoramiento de los conocimientos del personal.
- Evaluar el desempeño del personal, promocionando el desarrollo del liderazgo

REQUERIMIENTOS

Estudios realizados:

Título universitario en Gestión empresarial.

Conocimientos básicos

- Sistemas informáticos.
- Reclutamiento de personal
- Desempeño de talento

Idiomas: Ingles

Experiencia: Un años como mínimo

Capacitación: Gestión y reclutamiento de personal



Elaborado por:

Jessica Laica
Tesisista

Revisado por:

Ing. Wilson Trávez
Director de tesis

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Departamento: Crédito

Cargo: Jefe de crédito

FUNCIONES PRINCIPALES A DESARROLLAR

- Analizar, aceptar o negar las solicitudes de crédito presentadas por los socios, considerando las normas determinadas en el reglamento de créditos.
- Llevar un registro de solicitudes tramitadas para presentar mensualmente al Consejo de Administración.

REQUERIMIENTOS

Estudios realizados:

Título en bachillerato en contabilidad y auditoría.

Conocimientos básicos

- Sistemas informáticos.

Idiomas: Ingles

Experiencia: Un año como mínimo

Capacitación:



Elaborado por:

Jessica Laica
Tesisista

Revisado por:

Ing. Wilson Trávez
Director de tesis

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Departamento: Crédito

Cargo: Asistente de Crédito

FUNCIONES PRINCIPALES A DESARROLLAR

- Receptar las carpetas con la solicitud de crédito de los socios
- Analizar los bienes que posee el socio para la entrega de crédito.
- Exposición de carpetas al jefe de crédito.
- Realizar inspecciones y verificaciones de la información presentada por los socios y garantes.

REQUERIMIENTOS

Estudios realizados:

Título en bachillerato en contabilidad y auditoría.

Conocimientos básicos

- Sistemas informáticos.

Idiomas: Ingles

Experiencia: Sin experiencia

Capacitación:



Elaborado por:

Jessica Laica
Tesista

Revisado por:

Ing. Wilson Trávez
Director de tesis

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Departamento: Crédito

Cargo: Asesor de Crédito

FUNCIONES PRINCIPALES A DESARROLLAR

- Entregar notificaciones a los socios y garantes por mora, vencimiento y otros.
- Analizar la situación socio- económica de los socios para la entrega de crédito

REQUERIMIENTOS

Estudios realizados:

Título en bachillerato en contabilidad y auditoría.

Conocimientos básicos

- Sistemas informáticos.

Idiomas: Ingles

Experiencia: Sin experiencia

Capacitación:



Elaborado por:

Jessica Laica

Tesista

Revisado por:

Ing. Wilson Trávez

Director de tesis

3.5.2.9 Marco legal

3.5.2.9.1 Tipo de compañía y razón social.

La entidad se constituirá como sociedad limitada bajo la responsabilidad de tres socios con el propósito de brindar servicios cooperativos a la población de la parroquia.

3.5.2.9.2 Proceso de constitución legal.

Para la constitución de la empresa como Compañía Limitada se deberá seguir un proceso establecido por la superintendencia de compañías.

La entidad se constituirá como Sociedad limitada la que hace referencia a un contrato de tres o más personas obligadas a contribuir con un capital o bienes inmuebles, con el propósito de generar ingresos logrando obtener beneficios de la misma.

La institución se constituirá como microempresa financiera bajo la razón social de Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Anita.
Socios.

Jessica Paola Laica Lara. (Socio Mayoritario)

Ángel María Laica Quispe

Byron Danilo Hachi Minta

Requisitos para constituir la cooperativa como sociedad limitada.

PRIMERO: Establecer la reserva de la razón social de la empresa con la finalidad de aprobar por medio de una minuta de constitución, la misma que es respectivamente estructurada por un profesional en la rama del derecho.

SEGUNDO: Realizar la apertura de una cuenta de integración de capital es decir los montos mínimos que establece la ley de compañías el cual se está hablando de \$ 400.00 dólares americanos como mínimo para constituirse como una Sociedad limitada, en fin esta cuenta se apertura en cualquier entidad financiera.

TERCERO: Elevar a escritura pública ante un notario, por tanto se procederá a entregar a la superintendencia de compañías un original y dos copias para su respectiva revisión, en caso de que la superintendencia encontrara fallas de forma así como también de fondo este documento será devuelto, pero en caso de encontrarse perfectamente estructurado será publicado un extracto en la prensa de mayor circulación de la ciudad para luego proceder a emitir una resolución en la que conste su favorable prestación.

PERMISOS DE OPERACIÓN PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA LTDA.

Una vez que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Anita Ltda. se haya registrado en la superintendencia de compañías deberá obtener los permisos correspondientes para su respectivo funcionamiento siendo estos los siguientes:

OBTENCIÓN DEL RUC.

El registro único de contribuyentes (RUC), es un instrumento manejado por el Servicio de Rentas Internas que sirve para anotar e identificar a los contribuyentes: sean estas personas naturales y sociedades o empresas. El RUC permite al SRI obtener y organizar la información necesaria sobre quienes deben pagar impuestos.

El RUC se obtiene en las oficinas del SRI del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, con los siguientes documentos:

- Formulario RUC 01A y RUC 01B suscritos por el representante legal.
- Original o copia certificada de la escritura de constitución inscrita en el registro mercantil.
- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del último proceso electoral del gerente de la empresa.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento en donde se desarrollara la actividad económica (recibo de agua, luz, teléfono).

OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL.

La patente municipal es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual comercial o industrial. Para obtener la patente municipal se requiere de:

- Formulario de la declaración de inicio de la actividad.
- Copia del RUC.
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia de la resolución de la superintendencia de compañías de aprobación de constitución de la empresa.
- Copia de la cedula de identidad y de votación del último proceso electoral del gerente general de la empresa.

AFILIACIÓN DE LOS TRABAJADORES AL IESS

De acuerdo con el estatuto y reglamentos del IESS, los patronos están obligados a inscribir a sus trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labor y dar aviso de las salidas, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo, de las enfermedades y de las demás condiciones de trabajo de los asegurados.

Para la obtención del número patronal en el IESS se necesita de los siguientes documentos:

- Llenar un formulario denominado cedula de inscripción patronal.
- Copia de la escritura de constitución de la empresa y de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula de identidad de los trabajadores y del representante legal.

- Copia de los contratos de trabajo legalizados en la insectoría de trabajo.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos (planilla del servicio eléctrico, agua o telefónico) en donde se desarrolla la actividad económica.
- Solicitud de clave patronal en la oficina de internet del IESS.

3.6 Estudio Financiero

3.6.1 Presupuestos Consolidados

3.6.1.1 Inversiones

3.6.1.1.1 Activos fijos

Se realizara inversión inicial para activos fijos como, equipo de tecnología, muebles y enseres, equipo de oficina y vehículo se refiere.

CUADRO N° 3. 9 DETALLE DE ACTIVOS

.EQUIPO Y TECNOLOGÍA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora de escritorio	11	785,00	8.635,00
Impresora de escritorio	7	150,00	1.050,00
Teléfono	7	30,00	210,00
Impresora de caja	2	85,00	170,00
total Equipo y tecnología		1.050,00	1.0065,00
MUEBLES DE ENSERES			

Escritorios	14	125,00	1.750,00
Silla normal	20	10,00	200,00
Estantería	5	125,00	625,00
Sillas giratorias	14	25,00	350,00
TOTAL MUEBLES DE ENSERES		285,00	2.925,00
VEHICULO			
Camioneta Chevrolet color rojo año 2010	2	18.500,00	3.7000,00
Total Activos Fijos			49.990,00

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Según lo establecido anterior mente el total de activo para iniciar el funcionamiento de la entidad financiera es de 49.990,00 dólares, considerando que es una inversión necesaria para brindar una buena atención y un mejor servicio a nuestros futuros socios.

3.6.1.1.2 Activos diferidos

Los activos diferidos son aquellos rubros que incurren anticipadamente para poner en marcha el proyecto de la Cooperativa de Ahorro y Crédito los mismos que son gastos y costos mínimos, tales como gastos de constitución, gastos de adecuación, software, sistema de vigilancia como se detalla a continuación.

CUADRO N° 3. 10 ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVO DIFERIDO	COSTO
Gastos de constitución	1.500,00
Gastos de adecuación	8.000,00
Software	15.000,00
Sistema de vigilancia	2.000,00
TOTAL	26.500,00

Fuente: Proveedores de los servicios

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

La inversión en activos diferidos da un valor en dólares de 26.500,00, activos necesarios para poner en marcha el proyecto de manera correcta y así brindar seguridad a nuestros socios, considerando que el gasto mayor es de 15.000,00 dólares en el activo de software.

3.6.1.2 Gastos de Administrativos

3.6.1.2.1 Gastos de Sueldos y salarios

Los sueldos y salarios están calculados para 12 funcionarios que brindaran sus servicios en cada uno de los departamentos de la cooperativa considerando todos los beneficios de ley que cada uno mantiene, siendo estos el principal medio para alcanzar lo desea como es el posicionamiento de la misma.

CUADRO N° 3. 11 CÁLCULO DE SUELDOS Y BENEFICIOS 2015

SUELDO BÁSICO ESTABLECIDO 2015 \$354.00									
N°	Cargo	Sueldos	IESS (9.35%)	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Total salario mensual	total salario anual
1	Gerente general	368,81	34,48	30,73	54,10	184,40634	30,72	703,26	8439,07
2	Secretaria	365,27	34,15	30,44	53,58	182,63	30,43	696,50	8357,95
3	Recurso humano	368,81	34,48	30,73	54,10	184,40634	30,72	703,26	8439,07
4	Jefe de Crédito	368,31	34,44	30,69	54,02	184,15	30,68	702,29	8427,51
5	Asistente de crédito	366,28	34,25	30,52	53,73	183,14	30,51	698,43	8381,14
6	Asesor de crédito	366,28	34,25	30,52	53,73	183,14	30,51	698,43	8381,14
7	Jefe de inversión	368,31	34,44	30,69	54,02	184,15	30,68	702,29	8427,51
8	Asistente de inversión	365,27	34,15	30,44	53,58	182,63	30,43	696,50	8357,95
9	Jefe de caja	368,31	34,44	30,69	54,02	184,15	30,68	702,29	8427,51
10	Asistente de caja 1	365,27	34,15	30,44	53,58	182,63	30,43	696,50	8357,95
11	Asistente de caja 2	365,27	34,15	30,44	53,58	182,63	30,43	696,50	8357,95
12	Atención al cliente	365,27	34,15	30,44	53,58	182,63	30,43	696,50	8357,95
TOTAL		4401,45	411,54	366,79	645,59	2200,72	366,64	8392,73	100712,73

*Sueldos considerados de la tabla de sueldos y salarios sectoriales 2015 en relación a los servicios financieros. Véase en

el anexo N.- 2

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.6.1.2.2 Gastos de arriendo

Para brindar un servicio adecuado se requiere de infraestructura la misma que será arrendada en el centro de la Parroquia.

CUADRO N° 3. 12 GASTO DE ARRIENDO

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	400,00	4.800,00
Total		4.800,00

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

El valor por arriendo es de 400,00 dólares mensuales y 4800,00 anualmente valor que será cancelado el 10 de cada mes de manera puntual.

3.6.1.2.3 Gastos de servicios básicos

Los servicios básicos están constituidos por energía eléctrica, agua potable, y vía telefónica, servicios necesarios en la institución para brindar una atención aceptable a todos los socios. A continuación se detalla los gastos que se realizaran de manera mensual y anual.

CUADRO N° 3. 13 GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	34,56	414,72
Agua	18,76	225,12
Teléfono	28,95	347,40
Total	82,27	987,24

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.6.1.2.4 Costos indirectos

A continuación se detallara los costos indirectos que implica para el desarrollo del proyecto en la creación de una cooperativa tales como son: publicidad, servicios básicos, transporte, suministros de oficina.

CUADRO N° 3.14 COSTOS INDIRECTOS

GASTOS INDIRECTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	350,00	4.200,00
Servicios básicos	82,27	987,24
Gastos transporte	80,00	960,00
Suministros de oficina	246,00	2.952,00
TOTAL	758,27	9.099,24

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.6.1.3 Depreciaciones

A continuación se detallara los activos que son depreciables con su tiempo de vida útil, para así obtener el valor depreciable de los mismos en forma anual.

CUADRO N° 3. 15 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

DEPRECIACIÓN				
CONCEPTO	COSTO	VIDA ÚTIL	DEPRE ANUAL	DEPRE MENSUAL
Edificio	41.250,00	25	1.650,00	137,50
Vehículo	18.500,00	5	3.700,00	308,33
Maquinaria y equipo	9.100,00	10	910,00	75,83
Equipo de oficina	965,00	10	96,50	8,04
Muebles y enseres	2.925,00	10	292,50	24,38
TOTAL DEPRECIACIÓN			6.649,00	554,08

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.6.1.4 Amortización de activos diferidos

Corresponde a la totalidad del cargo efectuado al gasto por concepto de amortización de los activos diferidos. Su valor es de \$6.625,00 dólares anuales, cuyo resumen se observa en la tabla siguiente:

CUADRO N° 3. 16 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVO DIFERIDO	COSTO	%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de constitución	1.500,00	25%	31,25	375,00
Gastos de adecuación	8.000,00	25%	166,67	2.000,00
Software	15.000,00	25%	312,50	3.750,00
Sistema de vigilancia	2.000,00	25%	41,67	500,00
TOTAL	26.500,00	100%	552,09	6.625,00

Fuente: Proveedores de los servicios

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Realizado el cálculo de la amortización da obtiene como resultado que el valor más elevado es del activo diferido de software que está valuado en 3.750,00 dólares anuales.

3.6.1.5 *Inversión fija*

CUADRO N° 3.17 INVERSIÓN FIJA

ACTIVOS FIJOS	
Equipo y Tecnología	10.065,00
Muebles y enseres	2.925,00
Vehículos	37.000,00
TOTAL	49.990,00

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

La inversión fija nos da un valor de 49.990,00 dólares los mismos que serán invertidos en lo que se refiere a equipo y tecnología, muebles y enseres, vehículos, inversión necesaria para el funcionamiento de la cooperativa.

3.6.1.5.1 **Capital operativo**

El capital de trabajo hace referencia a los gastos que se darán en el desarrollo de las cooperativa para brindar un buen servicio, el mismo que se calculara trimestral mente.

CUADRO N° 3.18 CAPITAL OPERATIVO

CAPITAL OPERATIVO	MENSUAL	TRIMESTRAL
Publicidad	350,00	1.050,00
Servicios básicos	82,27	246,81
Combustible	80,00	240,00
Suministros de oficina	105,00	246,00
Gastos de imprevistos	100,00	300,00
Garantía	200,00	600,00
TOTAL	935,00	2.682,81

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.6.1.5.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo este es el valor que se necesita para solventar el funcionamiento de la entidad de manera mensual, el mismo que es el cálculo de los gastos administrativos (sueldos, servicios básicos, depreciación, amortización) y los gastos de ventas (publicidad y movilidad), y considerando el 50% para los gastos imprevistos que se pueden dar durante el mes transcurrido

CUADRO N° 3.19 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos de administración	14.627,16
Gastos de ventas	480,00
TOTAL EFECTIVO CAJA BANCOS	15.107,16
25% de imprevistos	3.776,79
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	18.883,96

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

En gastos administrativo se obtiene un valor de 14.627,16, en gastos de ventas 480,00 dándonos un total de efectivo caja- bancos de 15.107,16 dólares, sumado el 25% de imprevistos es de 3.776,79 tenemos un total de capital de trabajo de 18,883,96 dólares.

3.6.1.5.3 Consolidado de inversión

CUADRO N° 3.20 CONSOLIDADO DE INVERSIÓN

COSTOS DE INVERSIÓN	
Inversión Fija	49.990,00
Capital operativo	2.682,81
Capital de trabajo	18.883,96
TOTAL INVERSIÓN	71.556,77

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

La inversión para dar inicio a la Cooperativa de Ahorro y Crédito es de \$71.556,77 el mismo que está distribuido en inversión fija 49990,00, en capital operativo 2682,81 y en capital de trabajo 18.883.96 dólares, cantidad que será financiada de diferente manera.

3.6.1.5.4 Financiamiento de la Inversión

Para el financiamiento del proyecto es necesario acceder a un préstamo bancario considerando un 55% del capital con un plazo de 5 años , y el restante como es el 45% será cubierto con el capital propio de los socios para dar inicio al funcionamiento del proyecto.

CUADRO N° 3.21 FINANCIAMIENTO DEL CAPITAL

DETALLE	PORCENTAJE	VALOR TOTAL
Capital Propio	45%	32.200,54
Crédito	55%	39.356,22
TOTAL	100%	71.556,77

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

El financiamiento ya realizado el cálculo respectivo el 45% de capital propio es de 32.200,54, y el 55% de capital requerido en crédito es de 39.356,22 dando un total de capital total de 71.556,77

3.6.2 Planeación Financiera

3.6.2.1 Estado de resultados proforma

El estado de pérdidas y ganancias es el documento que presenta de manera resumida los ingresos y gastos con los que incurrirá la microempresa durante el periodo. La finalidad del estado de resultados es calcular la utilidad neta y los flujos de efectivo del proyecto que en general son el beneficio real de las operaciones que realiza la empresa.

Para la proyección de los estados en 5 años se aplicara el porcentaje de inflación vigente siendo este del 3,67% al 31 de octubre del 2015

CUADRO N° 3. 22 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
costo de ventas	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44
GASTOS OPERATIVOS	120779,97	124390,1	128699,67	141718,1	142585,25
Sueldos Administrativos	100712,73	104408,89	108240,69	112213,13	112254,31
Publicidad	4200,00	4201,54	4355,74	13067,21	13546,78
Servicios Básicos	987,24	1023,47	1061,03	1086,60	1112,79
Gastos Transporte	960,00	983,14	1006,83	1043,78	1082,09
Suministros de Oficina	246,00	255,03	264,39	274,09	284,15
Gastos de Instalación	400,00	0,00	0,00	0	0
Depreciaciones	6649,00	6893,02	7145,99	7408,25	7680,13
Amortizaciones	6625,00	6625,00	6625,00	6625,00	6625,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A TRAB	120299,97	123892,47	128183,79	141183,25	142030,81
15% Participación Trabajadores	18045	18583,87	19227,57	21177,49	21304,62
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	102254,97	105308,6	108956,2	120005,8	120726,2
25% Impuesto a la Renta	25563,74	26327,15	27239,06	30001,44	30181,55
UTILIDAD NETA	76691,23	78981,45	81717,17	90004,32	90544,64

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.6.2.2 Flujo de caja proyectado

En el flujo de caja se detalla todos los ingresos y gastos que conlleva el desarrollo del proyecto

El flujo de caja que se presenta a continuación muestra todos los ingresos y gastos del proyecto. Es decir todo aquello que represente una real salida de efectivo; el resultado final o también llamado flujo neto constituye el efectivo que generara el proyecto.

El porcentaje a considerar para la proyección es el 3,67% de inflación vigente hasta el 31 de octubre del 2014

CUADRO N° 3. 23 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DETALLE	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
costo de ventas	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44
Sueldos Administrativos	100712,73	104408,89	108240,69	112213,13	112254,31
Publicidad	4200,00	4201,54	4355,74	13067,21	13546,78
Servicios Básicos	987,24	1023,47	1061,03	1086,60	1112,79
Gastos Transporte	960,00	983,14	1006,83	1031,09	1055,94
Suministros de Oficina	246,00	255,03	264,39	274,09	284,15
Gastos de Instalación	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	6649,00	6893,02	7145,99	7408,25	7680,13
Amortizaciones	6625,00	6625,00	6625,00	6625,00	6625,00
15% Participación Trabajadores	18045	18583,87	19227,57	21177,49	21304,62
25% Impuesto a la Renta	25563,74	26179,83	27239,06	30001,44	30181,55
TOTAL	164868,71	169651,40	175682,18	193419,12	194599,71
DETALLE	76691,23	78981,45	81717,17	90004,32	90544,64
(+) depreciación	6649,00	6893,02	7145,99	7408,25	7680,13
(+) amortización	6625,00	6625,00	6625,00	6625,00	6625,00
FLUJO NETO	89965,23	92499,46	95488,16	104037,57	104849,77

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

3.6.3 Indicadores de Viabilidad Financiera

Una vez obtenida la información monetaria del estudio económico se procede a efectuar un análisis para la toma de decisiones a través de los siguientes indicadores lo cual nos permite analizar la rentabilidad y saber si es viable el presente proyecto.

3.6.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es la valoración presente de los flujos de caja que se esperan tener en el transcurso y desarrollo futuro de una inversión denominado también Valor Capital.

El VAN es de igual monetario que resulta de la sumatoria de los valores del flujo neto de fondos actualizados, si el valor actual neto es igual a cero, significa que las utilidades alcanzadas en el proyecto servirán solo para compensar los costos de las alternativas de inversión mientras que si el valor actual neto fuese negativo quiere decir que las utilidades generadas no cubren los diferentes costos generados.

CUADRO N° 3. 24 CÁLCULO DEL VAN

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR ACTUA	FLUJO EFEC ACTUA
0	164868,71	10,41%	164868,71
1	89965,23	10,41%	81482,86
2	92499,46	10,41%	83778,16
3	95488,16	10,41%	86485,07
4	104037,57	10,41%	94228,40
5	104849,77	10,41%	94964,02
VAN			\$ 163.199,83
RCB			\$ 1,99

Fuente: Flujo de caja

El VAN refleja ser mayor a cero dando un notable resultado que el proyecto es viable con un valor de 163.199,83, considerando que la relación costo beneficio es de \$1,99 dólares por cada dólar invertido en el mismo.

3.6.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Un proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la tasa de interés que se habría obtenido de algunas alternativas de inversión. Es decir, la TIR no debe ser menor que el Costo de Oportunidad del Capital.

La TIR nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en la alternativa de inversión seleccionada.

CUADRO N° 3. 25 CÁLCULO DEL TIR

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO
0	-164868,71
1	89965,23
2	92499,46
3	95488,16
4	104037,57
5	104849,77
TIR	50%

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

La Tasa Interna de Retorno es del 50% considerando los ingresos de los próximos 5 años de la proyección del flujo de caja.

3.6.3.3 Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)

Este método permite conocer si la ganancia es alcanzada una vez puesta en marcha el proyecto.

CUADRO N° 3. 26 CÁLCULO DE TMAR

TASAS	PORCENTAJE	
Tasa activa	8,09	
Tasa pasiva	5,39	
PROMEDIO T.A Y T.P		6,74
INFLACIÓN		3,67
TMAR		10,41
TMAR		0,1041

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Para cálculo del TMAR se toma en cuenta el porcentaje de la tasa activa y pasiva mismos que son sumados y divididos para dos, para obtener el total se suma el porcentaje de riesgo, dando como resultado 0,1041

3.6.3.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

El Periodo de Recuperación de Inversión (PRI) es el tiempo expresado en años que se ha demorar el proyecto mediante su flujo de caja en recuperación lo que ha invertido, el PRI no incluye el valor del dinero a través de tiempo que se puede definir como el tiempo que transcurra para que se produzca una cantidad igual al importe de la inversión.

CUADRO N° 3. 27 CALCULO DEL PRI

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO
0	-164868,71	-164868,71
1	89965,23	-74903,48
2	92499,46	17595,99
3	95488,16	113084,15
4	104037,57	217121,72
5	104849,77	321971,50
PRI		\$ 1,19

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

La inversión realizada para la ejecución de la creación de la cooperativa se recuperara en un periodo de un año, un mes y nueve días, considerando que es un tiempo bastante considerable.

3.6.4 Punto de Equilibrio (PE)

El Punto de Equilibrio determina el volumen de ventas del servicio con cual el ingreso total iguales a los costos y gastos totales que son la suma de los costos fijos más los variables (método del Margen de Contribución) o del costo total más los gastos de operación (Método tradicional de la Contabilidad Financiera).

Los costos fijos y variables se los muestra en la siguiente tabla:

CUADRO N° 3. 28 CÁLCULO DEL PE

COSTOS FIJOS	VALOR	COSTOS VARIABLES	VALOR
Sueldos	8.247,48	Publicidad	350,00
Depreciaciones	554,08	Servicios básicos	82,27
Amortización	552,08	Mantenimiento	500,00
		Suministros de oficina	246,00
total CF	1.106,17	Total CV	828,27

Elaborado por: Jessica Paola Laica Lara

Conclusiones

- Se puede decir que la fundamentación teórica sirve para conocer de nuestro tema, todos los aspectos a desarrollarse en los siguientes capítulos, es decir con los datos obtenidos en el primer capítulo se procederá a desarrollar todo lo práctico de este proyecto, ya que la primera parte es la base teórica de las aplicaciones técnicas y financieras posteriores.
- El análisis realizado en el estudio de mercado nos da a favor una gran rentabilidad económica, además del surgimiento del presente proyecto, tomando en cuenta las actividades económicas del sector nos proporcionará un ingreso favorable cada año demostrando así la factibilidad de creación de la cooperativa. La aplicación de la encuesta dio como resultado un grado de aceptación del 82,19%, es decir que la población está de acuerdo con la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito en la Parroquia. También el acogimiento por parte de los pobladores es aceptable y meritorio en su totalidad porque el movimiento de su capital en efectivo será una opción que argumentara su cultura de ahorro e inversión, generando el desarrollo de la institución financiera que será comprendida como estable y al mismo tiempo favorable para quienes formaran parte de la misma.
- El estudio técnico ha logrado reconocer los requerimientos necesarios y factores que influyen en el sector para la conveniencia del proyecto siendo así uno de los factores más relevantes la ubicación geográfica donde se dará inicio a la nueva institución financiera como es en el Barrio Centro. Con el diseño de la propuesta administrativa se ha logrado tener en cuenta cada uno de los aspectos necesarios para el control interno de la información y personal de la institución, considerando como primer punto la base filosófica que constituye la misión y visión como primer plano para la identificación de las acciones de la misma. El estudio económico y financiero del Proyecto de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa

Anita, demuestra que es un proyecto rentable, que su implementación vendrá a satisfacer una necesidad en el mercado local. El cálculo del VAN es mayor a cero, considerando que el tasa de retorno es del 50% porcentaje favorable. El periodo de recuperación de la inversión es de 1,19%, dando como resultado que el ingreso por cada dólar invertido es de 1,99 dólares en costo relación beneficio ingreso bastante favorable para la institución financiera a crear.

Recomendaciones

- Es necesario tener muy en cuenta los conocimientos adquiridos q través del primer capítulo ya que estos serán esenciales para la ejecución del proyecto, y así evitar caer en la utilización de herramientas abstractas durante en estudio que se realizara para la culminación del mismo.
- Con la investigación de campo realizada se deberá determinar otros aspectos que pueden influir o afectar al proyecto de una forma negativa o cause el fracaso de la misma. Desarrollar estrategias de mantenimiento e ingeniería y mejora continua de la calidad de la producción, así como también posicionar continuamente a la organización el enfoque de su razón social. Después de haber concluido el Estudio de Mercado se establece que las necesidades de los clientes deben ser atendidas de manera que prevalezca la acción empresarial no solo en el Cantón sino a nivel nacional, contribuyendo a invertir en microempresas para mejorar la calidad de vida e ingresos de las personas.
- Para cumplir con lo trazado en el análisis económico, es imprescindible un manejo detallado de las finanzas de la empresa, con el pago puntual y responsable del crédito bancario, las obligaciones de la empresa, el mantenimiento y cuidado de sus activos. Es recomendable llevar un control de los costos como herramienta principal en la gestión administrativa y financiera, lo cual permite una correcta planificación económica y operativa garantizando una óptima operación del servicio, pagos de crédito, impuestos, sueldos y salarios. Con el Estudio Técnico se recomienda tomar en cuenta el mejor camino que viabilice el desarrollo interno de la compañía, la cual debe estar constituida acorde a las necesidades y capacidad de producción de la misma, logrando optimizar recursos lo cual permitirá una mejor retribución de la inversión realizada por parte de los gestores de proyectos.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

CITADA

- AMARU, Antonio; Administración para emprendedores; Primera edición; Pearson educación; México 2008; (Pág., 13)
- BACA, Gabriel; Fundamentos de ingeniería económica; Cuarta edición; Mc Graw Hill; México 2007; (Pág. 84)
- BATEMAN, Thomas; Administración una ventaja competitiva; Cuarta edición; Mc Graw Hill; México 2003; (Pág. 6).
- CARVALHO, Javier; Estados financieros: normas para preparación y presentación; Ecoe ediciones; Bogotá 2004; (Pág. 2)
- COLLAZOS, Jesús; El estudio de mercado en los proyectos de inversión; Segunda edición; San Marcos; Perú 2004; (Pág. 15.)
- GERBER, Michael; Plan de negocios para emprendedores al éxito; Primera edición; Mc Graw Hill, México 2008; (Pág. 16).
- GONZÁLES, Diana; Plan de negocio para emprendedores; Primera edición; Mc Graw Hill; México 2007; (Pág. 3)
- GUTIÉRREZ, Abraham; Anteproyectos y proyectos de inversión; Primera edición; Agm didáctica; México 2002; (Pág. 39).

- MORALES, José; Proyectos de inversión de evaluación y formulación; Primera edición; Mc Graw Hill; México 2008; (Pág. 43)
- SAPAG, Nassir; Preparación y evaluación de proyectos; Quinta edición; Mc Graw Hill; México 2008; (Pág. 25-30)

CONSULTADA.

- DOMINICK, Salvatore; Microeconomía; Cuarta edición; Mc Graw Hill; México 2009.
- FLORES, Julio; Como crear y dirigir la nueva empresa; Segunda edición; Ecoe ediciones; Bogotá 2007.
- GOÑI, Niria; El precio: variable clave en marketing; Primera edición; Pearson educación; México 2008.
- GUERRERO, Gustavo; Proyectos de inversión; Primera edición; Espol; Guayaquil 2007.
- HOPEMAN, Richard; Administración de producción y operaciones: planeación, análisis y control; Primera edición; Continental; Perú 2008.
- NUÑEZ, Rafael; Manual para la evaluación de proyectos de inversión; Primera edición; Trillas; México 2007.
- OLMOS, Jorge; Tu potencial emprendedor; Primera edición; Pearson educación; México 2007.

- RIOS, Adalberto; Origen de la administración; Tercera edición; Trillas; México 2007.
- HITT, Michael; Administración estratégica competitividad y globalización; Séptima edición; Lengage Learning; México 2008.
- Banco Central del Ecuador, Disponible, en línea, consultado el 11 de noviembre del 2014 2014, disponible en la pág. ([http://www.bce.fin.ec/.](http://www.bce.fin.ec/)) 11-11-2014.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo, en línea, consultado el 15 de diciembre del 2014, disponible en la pág. (<http://www.inec.gov.ec>) 15-12-2014

ANEXOS

ANEXO N° 1 ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA MULLIQUINDIL SANTA ANA

OBJETIVO:

Recopilar información mediante la encuesta para conocer si será o no factible la creación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la parroquia Mulliquindil Santa Ana.

INDICACIONES

Lea detenidamente las preguntas y responda con una (X) la que usted crea adecuada.

CUESTIONARIO

- 1. ¿Mantiene usted una cuenta de ahorro o corriente en alguna institución financiera?**

Si

No

2. ¿Cómo califica usted el servicio o atención que recibe en la institución financiera a la que asiste?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

3. ¿A qué institución financiera le tiene más confianza?

- Bancos
- Cooperativas de Ahorro
- Casas de Valores
- Mutualistas

4. ¿Cuáles de los siguientes servicios que ofrece una institución financiera, utiliza con más frecuencia?

- Ahorro
- Créditos
- Inversiones
- Pago de servicios básicos
- Pago de matrícula vehicular
- Pago del SRI
- Otros

Cual.....

5. ¿Ha solicitado usted crédito financiero en alguna institución financiera?

Si

No

6. ¿Hace que tiempo ha solicitado usted un crédito financiero?

Un mes

3 meses

Seis meses

Un año

Otros

Tiempo:.....

7. ¿Qué tipo de crédito ha solicitado en la institución financiera?

Microcréditos

Ordinarios

Emergentes

Hipotecarios

Estudiantiles

Otros

Cual:.....

8. ¿Con que finalidad ha solicitado un crédito en la institución financiera?

- Agricultura
- Ganadería
- Comercio
- Bienes raíces
- Estudios
- Vivienda
- Otros

Cual:.....

9. ¿Considera usted importante disponer de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la Parroquia Santa Ana?

- Si
- No

10. ¿Cuáles son los beneficios que Ud. Desearía recibir de la Institución Financiera?

- Fondos mortuorios
- Sorteos mensuales
- Premios o incentivos
- Servicios médicos
- Servicios de entrega y retiro de dinero extranjero
- Seguro de vida
- Seguro de invalidez
- Otros

Cual:.....

11. ¿Con que frecuencia usted dispone de dinero para asignarlo al ahorro?

- Diario
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- Otros

Cual:.....

12. ¿Qué monto promedio dispone usted para asignarlo al ahorro?

- Menos de 20
- \$20 - \$50
- \$51 - \$100
- \$101 – \$200
- Mayor a \$200
- Otro

Valor:.....

13. ¿Cuánto estaría dispuesto Ud. a aportar en certificados de aportación para mejorar los servicios que brinda en la Cooperativa?

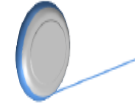
- 10 dólares
- 15 dólares
- 20 dólares
- Otro

Cual:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2 TASA DE CRECIMIENTO ANUAL EN EL SECTOR

ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL
Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Mulliquindil



La proyección aplicada para calcular la población de Mulliquindil hasta el año 2025, se ha tomado en cuenta el método geométrico, para realizar la proyección de 15 años hasta el 2025, se ha tomado como base el último censo oficial del INEC que fue en el 2010.

Cuadro N° 41 Comparación de los dos últimos censos

Población censo 2001	Población censo 2010	Δ de población	%Δ en 10 años	T.C.P. 2001	T.C.P. 2010	Δ T.C.P.
6215	7203	988	15	-0,5	1,1	+1

Fuente: INEC, CENSO 2010.

Elaborado por: Equipo Técnico Consultores

Los datos resultado del Censo 2010 indican que la T.C.P. en los últimos 10 años se ha incrementado en un 2%; este crecimiento ha permitido que Mulliquindil mantenga un número de habitantes superior al de la parroquia Mulalillo en 824 su más próximo ejemplo de comparación, esta diferencia era de 772 habitantes al 2001, la misma que se ha mantenido en los últimos 10 años por el cambio de la tasa de crecimiento poblacional a un índice positivo que fue de -5 a +1,5, es decir subió en +2 puntos porcentuales como ya se mencionó, y Mulalillo ha decrecido en un 0,08%, situación que se ha influenciado también por el decrecimiento del índice poblacional de la misma.

ANEXO N° 3 REGISTRO DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO

 <p style="text-align: center;">Lista de Organizaciones Supervisadas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria</p>						
Sector	Ruc	Razón Social	Tipo Organización	Provincia	Cantón	Parroquia
Coop - sfps	059172 137200 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Achik Ñan Cumbijin Ltda.	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	059004 192000 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito 9 de Octubre Ltda.	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	059171 971800 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Visión de los Andes Visandes	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	059171 247000 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Pilahuin	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	059171 558500 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuevo Amanecer Ltda. - Cotopaxi	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	189173 500200 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Credil Ltda.	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	059171 887800 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Integración Solidaria Ltda.	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	059170 389700 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Fray Manuel Salcedo Ltda.	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
Coop - sfps	059171 587900 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito los Andes del Cotopaxi Ltda.	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel

Coop - sfps	059172 414200 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cofipacs	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San miguel
COOP - SFPS	059172 328600 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Líderes del Progreso	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San Miguel
Coop - Sfps	059172 234400 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Futuro Salcedense	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San Miguel
Coop - Sfps	189174 557100 1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Interandina	Cooperativa de Ahorro y Crédito	Cotopaxi	Salcedo	San Miguel

ANEXO N° 4 TABLA SALARIAL EN EL SECTOR FINANCIERO

ANEXO 1: ESTRUCTURAS OCUPACIONALES Y PORCENTAJES DE INCREMENTO PARA LA REMUNERACIÓN MÍNIMA SECTORIAL		
COMISIÓN SECTORIAL No. 18 "SERVICIOS FINANCIEROS"		
RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:	1.- ACTIVIDADES DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA, MONETARIA REALIZADA POR: BANCOS PRIVADOS, COOPERATIVAS, MUTUALISTAS, SOCIEDADES FINANCIERAS	
	2.- COMPAÑÍAS DE SEGUROS	
	3.- CASAS DE CAMBIO	
	4.- OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS FINANCIEROS: FIDUCIARIAS, BOLSAS DE VALORES Y MERCADOS FINANCIEROS	
CARGO / ACTIVIDAD	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015
AUDITOR GENERAL		361,12
GERENTE DE RIESGOS		361,12
GERENTE DE SUCURSALES		361,12
GERENTE DEL ÁREA LEGAL		361,12
GERENTE DE CONTABILIDAD	SECTOR FINANCIERO	361,12
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO	SECTOR FINANCIERO	361,12

AGENTE O GERENTE DE AGENCIA		360,76
GERENTE / JEFE DE SEGURIDAD FINANCIERA	INCLUYE: FRAUDES ELECTRÓNICOS, FRAUDES INTERNOS, SEGURIDAD FÍSICA, CONTINGENCIAS DE SEGURIDAD, SUPERVISIÓN DEL ÁREA	360,76
ANALISTA DE RIESGOS		360,27
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA CORPORATIVA		360,27
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA DE PERSONAS		360,27
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA EMPRESARIAL		360,27
EJECUTIVO DE NEGOCIOS BANCA PYME		360,27
JEFE ADMINISTRATIVO		360,27
JEFE DE ARCHIVO		360,27
JEFE DE CAJEROS/CANALES		360,27
JEFE DE CAMARA DE COMPENSACION		360,27
JEFE DE CAMBIOS		360,27
JEFE DE CARTERA		360,27
JEFE DE COBRANZAS DEL EXTERIOR		360,27
JEFE DE COBRANZAS DEL INTERIOR		360,27
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR / SWIFT		360,27
JEFE DE CRÉDITO		360,27
JEFE DE CUENTAS CORRIENTES		360,27
JEFE DE DEPARTAMENTO INTERNACIONAL		360,27
JEFE DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL		360,27
JEFE DE REVISORIA Y CONTROL		360,27
JEFE DE SERVICIOS GENERALES		360,27
ANALISTA DE TECNOLOGIAS	SECTOR FINANCIERO	359,27
CAJERO FINANCIERO		358,78
OPERADOR DE TECNOLOGIAS	SECTOR FINANCIERO	358,78
ASISTENTE DE CARTERA		358,28
ASISTENTE DE CRÉDITO		358,28
ASISTENTE DE AUDITORIA		357,29
ASISTENTE DE CAJA		357,29
ASISTENTE DE CAMARA DE COMPENSACION		357,29
ASISTENTE DE CAMBIOS		357,29
ASISTENTE DE COBRANZAS DEL EXTERIOR		357,29
ASISTENTE DE COBRANZAS DEL INTERIOR		357,29
ASISTENTE DE DEPARTAMENTO INTERNACIONAL		357,29

ASISTENTE DE DEPARTAMENTO JURÍDICO		357,29
ASISTENTE DE OPERACIONES	SECTOR FINANCIERO	357,29
ASISTENTE DE ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS		357,29
ASISTENTE DE PROCESAMIENTO DE DATOS	SECTOR FINANCIERO	357,29
ASISTENTE DE REVISORIA Y CONTROL		357,29
ASISTENTE DE RIESGOS		357,29
EJECUTIVO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL		357,29
RECAUDADOR COBRADOR		357,29
ASISTENTE DE CONTABILIDAD FINANCIERO	SECTOR FINANCIERO	357,29
ASISTENTE DE ARCHIVO	SECTOR FINANCIERO	356,80
DIGITADOR DE COMPENSACIÓN	SECTOR FINANCIERO	356,80