

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El presente estudio de mercado determinará el nivel de aceptación que tendrá la apertura de una agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel Ltda., en la Ciudad de Ibarra; investigando las necesidades de la población con respecto a las entidades financieras en el sector, además de conocer los servicios que proporciona la competencia. Es de conocimiento general que el sector financiero desempeña un rol importante en la dinámica económica de la ciudad de Ibarra.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

La entidad financiera proporciona una diversidad de servicios de calidad, los cuales son utilizados diariamente, además están acorde a las necesidades y exigencias de los socios y posibles clientes.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel Ltda., nació como una alternativa diferente y los servicios que presta son los siguientes:

3.2.1. PRODUCTOS DE CAPTACIÓN:

- **AHORROS A LA VISTA**

El socio tiene la oportunidad de depositar y retirar sus ahorros en el momento que así le convenga, disponibilidad inmediata de sus ahorros, a

diferencia de la caja de ahorro o plazo fijo, sus depósitos ganan un interés hasta el 3.5%.

- **DEPÓSITOS A PLAZO FIJO**

Por lo general se recibe para más de 30 días, el interés es más alto que en el ahorro fluctúa entre el 7% al 10% anual y está en función de monto y plazo, el interés se paga al mes vencido o total del vencimiento del plazo.

- **AHORRO PROGRAMADO**

Son pequeños depósitos diarios, semanales, quincenales o mensuales para más de un año, ganan un interés del 5 al 10% anual capitalizable mensualmente, Es una cuenta de ahorros diseñada especialmente para incentivar la cultura del ahorro con intereses preferenciales, en caso de calamidad doméstica puede retirar pasado los 6 meses de aporte hasta el 50% del monto ahorrado.

- **CERTIFICADOS DE APORTACIÓN**

Es el capital social de la cooperativa que aporta cada socio al momento de ingresar a la institución y cuando obtiene un crédito, ganan el interés del 6% anual capitalizable trimestralmente.

3.2.2. PRODUCTOS DE COLOCACIÓN

Para obtener un crédito el socio debe tener un encaje, es decir la cuarta parte del valor de crédito, debe estar depositado en ahorros o en certificados de aportación, si un socio no tiene para el encaje caso recurrente en las personas de escasos recursos económicos, la cooperativa le incrementa el préstamo, le descuenta para el encaje y le entrega la diferencia, es bien aceptado por los socios.

- **CRÉDITOS DE CONSUMO**

Son los créditos otorgados a personas naturales para la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios, que se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, proveniente de salarios estables verificados por la cooperativa.

Puede estar dirigido a Educación, Enfermedad, Compra de artículos del hogar, Compromisos sociales y pago de obligaciones financieras.

- **CRÉDITOS PARA LA VIVIENDA**

Son los créditos destinados a la adquisición, construcción, remodelación y mejoramiento de la vivienda, son otorgados directamente al usuario final del inmueble.

- **CRÉDITOS MICRO EMPRESARIALES O MICRO CRÉDITOS**

Es todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados.

Los créditos están dirigidos al fortalecimiento de una actividad productiva en pequeña escala de las personas naturales del sector, como requerimientos para adquisición de materia prima, productos para la comercialización, insumos, mantenimiento de compra de equipos y maquinaria, en fin orientados a solventar las diversas necesidades financieras que tiene el socio o posible cliente.

3.2.3. SERVICIOS ADICIONALES

Recaudación de ahorros y pagos de obligaciones, pago de bonos de Desarrollo Humano, remesas; seguro de desgravamen cuando fallece el socio, la deuda automáticamente queda liquidada; servicio social como fondo de vida y accidentes personales que cubre el fondo mortuario; bono de maternidad, médico odontológico; cobro de planillas es el pago de servicios básicos (agua, luz teléfono), beca estudiantil para hijos menores de 18 años en caso de fallecimiento del socio, además mantiene una educación cooperativa, es decir existe una capacitación permanente a nivel de directivos, empleados y socios.

3.3. MERCADO META

Como mercado meta para la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel se ha tomado en cuenta los ciudadanos de la ciudad de Ibarra de entre los 18 a 65 años considerados como población económicamente activa, por lo que para el mercado meta se considera a 132752 habitantes del cantón Ibarra.

Es importante considerar para la fijación cuantitativa la tasa de crecimiento de la PEA que para el cantón Ibarra es de 2.4% para lo cual se cuentan con la siguiente información:

CUADRO Nº 26 TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

	Tasa de Crecimiento Poblacional	Año							
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ibarra	2,40%	112445	115144	117907	120737	123635	126602	129641	132752

Fuente: INEC

Autora: Tania Bastidas

CUADRO Nº27 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL 2,4%							
	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PARROQUIA								
AMBUQUI	3712	3801	3892	3986	4081	4179	4280	4382
ANGOCHAGUA	3424	3506	3590	3676	3765	3855	3948	4042
LA CAROLINA	2276	2331	2387	2444	2502	2563	2624	2687
LA ESPERANZA	4861	4978	5097	5219	5345	5473	5604	5739
LITA	1602	1640	1680	1720	1761	1804	1847	1891
SALINAS	1164	1192	1221	1250	1280	1311	1342	1374
SAN ANTONIO	9485	9713	9946	10184	10429	10679	10935	11198
TOTAL RURAL	26524	27161	27812	28480	29163	29863	30580	31314
CARANQUI	8802	9013	9230	9451	9678	9910	10148	10392
GUIL. ALPACHACA	5770	5908	6050	6195	6344	6496	6652	6812
SAGRARIO	36220	37089	37979	38891	39824	40780	41759	42761
SAN FRANCISCO	34322	35146	35989	36853	37737	38643	39571	40520
LA DOLOROSA DE PRIORATO	807	826	846	867	887	909	930	953
TOTAL URBANO	85921	87983	90095	92257	94471	96738	99060	101438
TOTAL IBARRA	112445	115144	117907	120737	123635	126602	129641	132752

Fuente: INEC

Autora: Tania Bastidas

3.4. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

3.4.1. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para la realización del estudio de mercado se consideró un total de 132752 habitantes que representan al total de la ciudad de Ibarra en el área urbana y rural en un rango de edad desde los 18 años hasta los 65 años, quienes son considerados como población económicamente activa.

n = ?

N = 132752 (Tamaño de la población)

Z = 1.96 (Nivel de confianza)

d² = 0.25 (Varianza)

e = 0.05 (Margen de error)

Aplicada la formula, quedo determinada su muestra así:

$$\mathbf{n} = \frac{N * d^2 * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$
$$\mathbf{n} = \frac{(132752)(0.25)(1.96)^2}{(0.05)^2 (132752 - 1) + (0.25)(1.96)^2}$$
$$\mathbf{n} = \frac{127495.0208}{331.8775 + 0.9604}$$
$$\mathbf{n} = \frac{127495.0208}{332.8379}$$

n = 383 encuestas que serán aplicadas

**CUADRO N° 28 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
PARROQUIAS RURALES Y URBANAS**

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	NÚMERO DE HABITANTES		TCP 2,4%
	AÑO 2011	%	N°
PARROQUIAS RURALES			
AMBUQUI	3801	2,86%	11
ANGOCHAGUA	3506	2,64%	10
LA CAROLINA	2331	1,76%	7
LA ESPERANZA	4978	3,75%	14
LITA	1640	1,24%	5
SALINAS	1192	0,90%	3
SAN ANTONIO	9713	7,32%	28
TOTAL RURAL	27161	20,46%	
PARROQUIAS URBANAS			
CARANQUI	9013	6,79%	26
GUIL. ALPACHACA	5908	4,45%	17
SAGRARIO	37089	27,94%	107
SAN FRANCISCO	35146	26,47%	101
LA DOLOROSA DE PRIORATO	826	0,62%	2
TOTAL URBANO	87983	66,28%	
TOTAL IBARRA	132752	100,00%	383

Fuente: INEC

Autora: Tania Bastidas

3.5. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS POSIBLES SOCIOS DE LA CIUDAD DE IBARRA

Tabulación, análisis e interpretación de la información:

1. ¿Es socio usted de alguna entidad financiera?

CUADRO N° 29 SOCIO DE ALGUNA ENTIDAD FINANCIERA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	204	53%
NO	179	47%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 24



ANÁLISIS:

La mayor parte de la población encuestada manifestó formar parte de instituciones financieras, ya que necesitan trabajar con financiamiento externo para sus actividades, existe un número significativo que no son socios de entidades financieras, esto se debe a la falta de cultura de ahorro, y las condiciones económicas del país.

2. ¿A qué institución financiera pertenece?

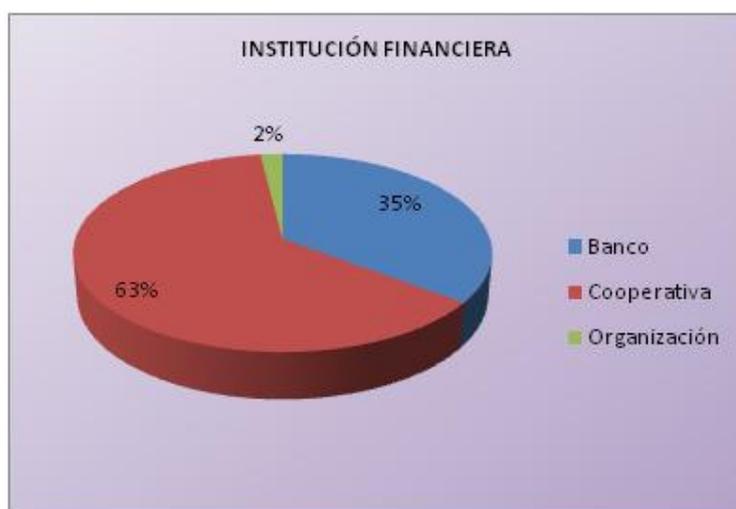
CUADRO N° 30 INSTITUCIÓN FINANCIERA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Banco	72	35%
Cooperativa	128	63%
Organización	4	2%
TOTAL	204	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 25



ANÁLISIS:

Según la información recopilada 44544 personas señalan que la institución financiera a la que pertenecen es una cooperativa, ya que estas entidades prestan facilidades en los tramites financieros ya sea para: ahorro, crédito servicios cooperativos como educación, salud entre los más importantes, cabe señalar que existe segmentos de mercados de clase media alta y alta la cual posee una cultura financiera es por ello que

pertenece a bancos. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 1 del estudio de mercado.

CUAL:

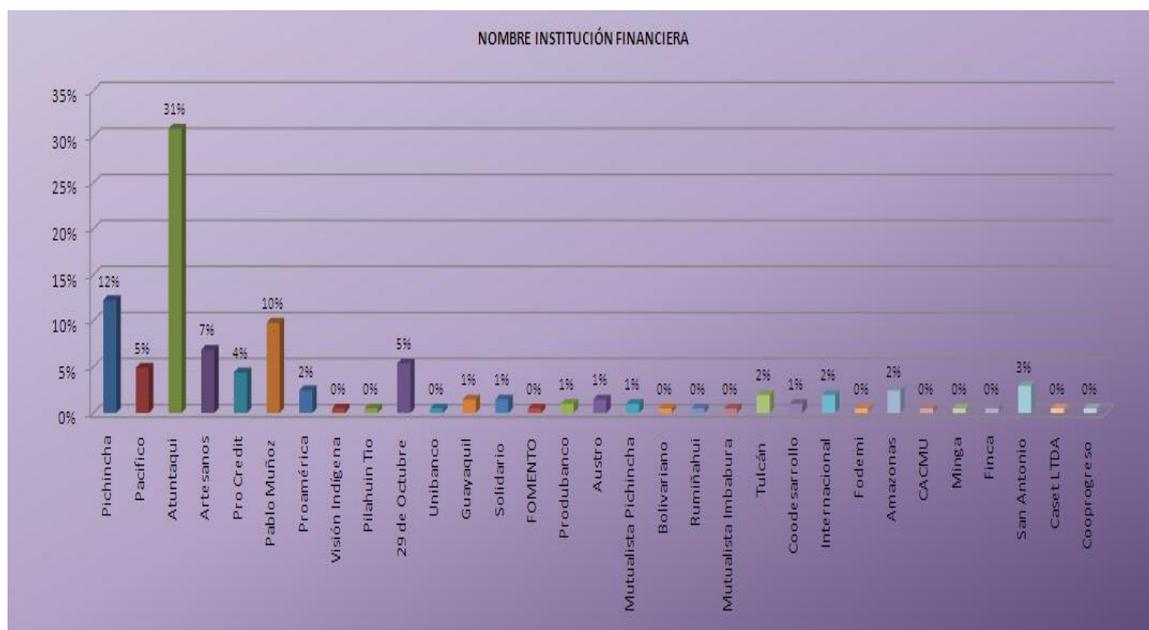
CUADRO Nº 31 TIPO DE INSTITUCIÓN FINANCIERA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Pichincha	25	12%
Pacífico	10	5%
Atuntaqui	63	31%
Artesanos	14	7%
Pro Credit	9	4%
Pablo Muñoz	20	10%
Proamérica	5	2%
Visión Indígena	1	0%
Pilahuin Tio	1	0%
29 de Octubre	11	5%
Unibanco	1	0%
Guayaquil	3	1%
Solidario	3	1%
FOMENTO	1	0%
Produbanco	2	1%
Austro	3	1%
Mutualista Pichincha	2	1%
Bolivariano	1	0%
Rumiñahui	1	0%
Mutualista Imbabura	1	0%
Tulcán	4	2%
Coodesarrollo	2	1%
Internacional	4	2%
Fodemi	1	0%
Amazonas	5	2%
CACMU	1	0%
Minga	1	0%
Finca	1	0%
San Antonio	6	3%
Caset	1	0%
Cooprogreso	1	0%
TOTAL	204	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRAFICO N° 26



ANÁLISIS:

En la ciudad de Ibarra según la información recopilada se puede apreciar que la cooperativa Atuntaqui es la de mayor aceptación el medio, como también el banco del Pichincha, esto se debe al posicionamiento de varios años a nivel local, es importante mencionar que las demás instituciones financieras crecen cada día ya que la población exige nuevos portafolios de servicios. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 1 del estudio de mercado.

- 3. ¿Qué tipo de servicios le ofrece la entidad financiera a la que Ud. Es socio o cliente?**

CUADRO N° 32 SERVICIOS QUE OFRECE LA COOPERATIVA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cuenta de ahorros	208	50%
Cuenta corriente	25	6%

Tarjeta de crédito	19	5%
Tarjeta de débito	34	8%
Crédito	132	31%
Plazo fijo	2	0%
Otro	0	0%
TOTAL	420	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 27



ANÁLISIS:

Los servicios financieros que predominan en la Ciudad de Ibarra son cuenta de ahorros y créditos, ya que la población necesita trabajar con estas entidades para futuros financiamiento de sus actividades productivas, las mismas que dinamizan la economía familiar y local, claro está que existe servicios complementarios como tarjetas de crédito, débito y cuentas corrientes. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 1 del estudio de mercado, además es una pregunta de selección múltiple.

4. ¿Con qué frecuencia acude a realizar transacciones en una entidad financiera?

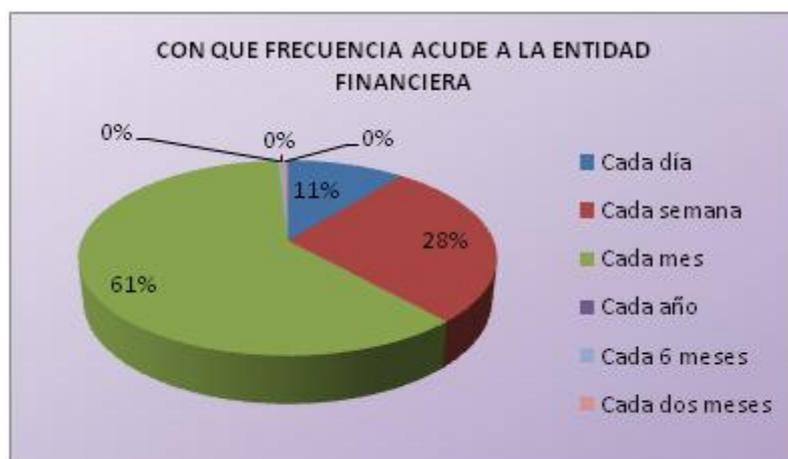
CUADRO N° 33 FRECUENCIA QUE ACUDE A LA COOPERATIVA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cada día	25	11%
Cada semana	64	28%
Cada mes	141	61%
Cada año	0	0%
Otro		
Cual:		
Cada 6 meses	1	0,0%
Cada dos meses	1	0%
TOTAL	232	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 28



ANÁLISIS:

42998 Personas señalan que asisten a la institución financiera cada mes, esto equivale al 61% de una de un población económicamente activa, esta frecuencia mínima se debe a la actual economía del país y no existe dinero para generar movimiento productivo y por ende financiero, un

número reducido de la población asiste con más frecuencia a las entidades financieras por trámites de servicios que ofertan las instituciones. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 1 del estudio de mercado, además es una pregunta de selección múltiple.

5. ¿Cuál es su promedio mensual de ahorro?

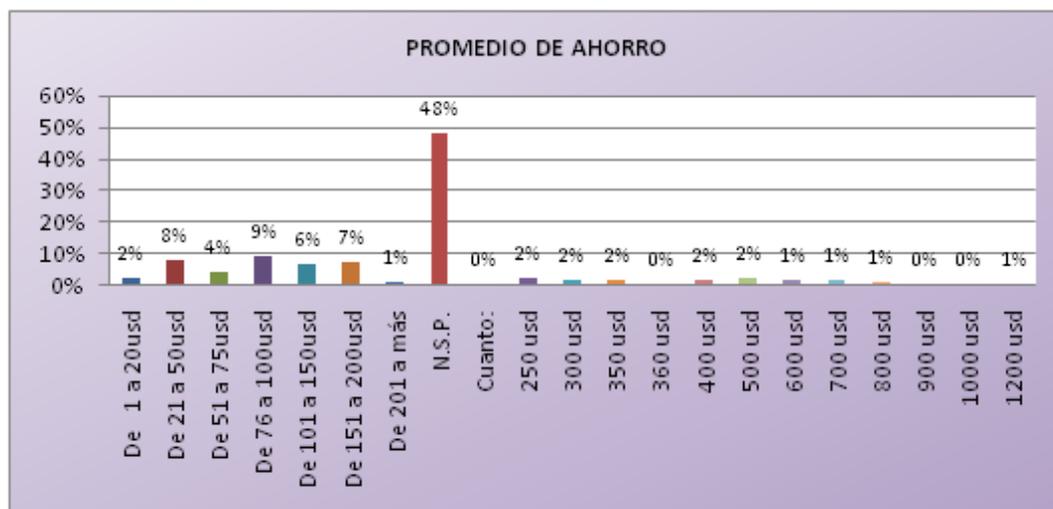
CUADRO Nº 34 PROMEDIO DE AHORRO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
De 1 a 20usd	9	2%
De 21 a 50usd	31	8%
De 51 a 75usd	16	4%
De 76 a 100usd	35	9%
De 101 a 150usd	24	6%
De 151 a 200usd	28	7%
De 201 a más	4	1%
N.S.P.	184	48%
Cuanto:		0%
250 usd	8	2%
300 usd	6	2%
350 usd	6	2%
360 usd	1	0%
400 usd	7	2%
500 usd	8	2%
600 usd	5	1%
700 usd	5	1%
800 usd	3	1%
900 usd	1	0%
1000 usd	0	0%
1200 usd	2	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 29



ANÁLISIS:

Y por último con valores inferiores al 6% se encuentran el resto de opciones de ahorro mensual de cada uno de los habitantes de la ciudad de Ibarra. Cabe recalcar que la población total investigada es de 7965 habitantes económicamente activos.

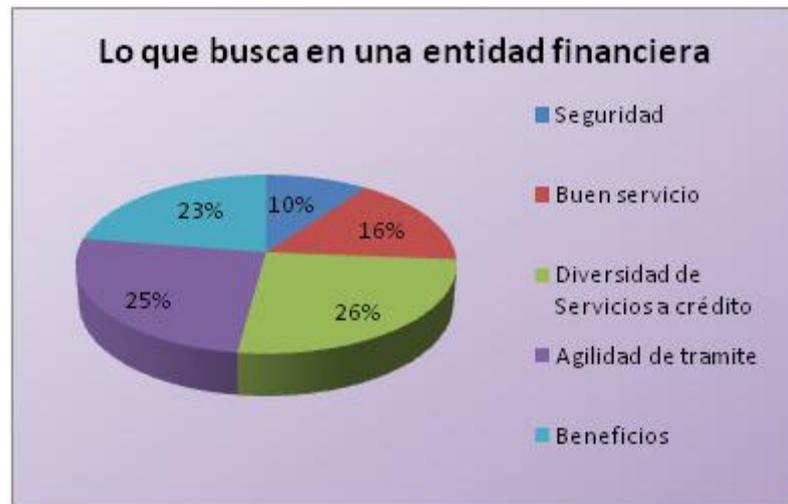
6. Califique en orden de importancia lo que usted busca en una entidad financiera en un rango del 1 al 5

CUADRO N° 35 LO QUE SE BUSCA EN UNA ENTIDAD FINANCIERA

VARIABLE	TOTAL
Seguridad	1,48
Buen servicio	2,45
Diversidad de Servicios a crédito	3,86
Agilidad de tramite	3,80
Beneficios	3,36

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes
Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 30



ANÁLISIS:

De un total de 132752 considerado como población económicamente activa, califican según su orden de importancia, lo que buscan en una institución financiera en primer lugar es la seguridad financiera de la entidad, seguido de que brinden un buen servicio a sus clientes, en tercer lugar se encuentra los beneficios que la entidad financiera ofrecer, en cuarto lugar los clientes buscan una agilidad en los trámites que se realizan dentro de la institución financiera, y por último manifiestan la diversidad de servicios a crédito que brinda la entidad financiera para satisfacer las necesidades del cliente.

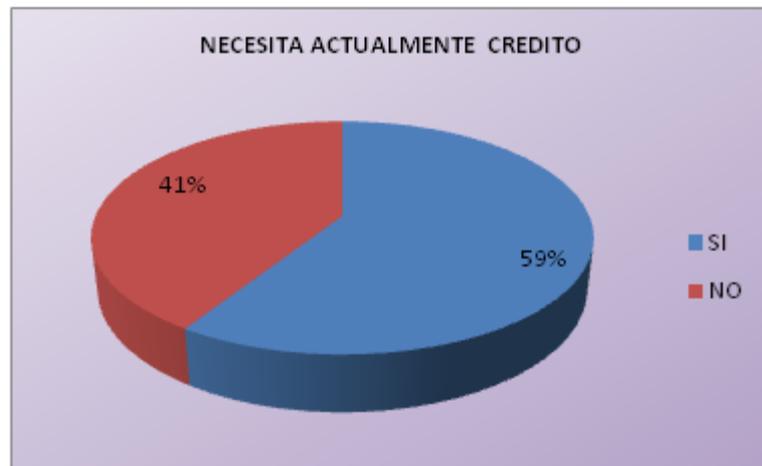
7. ¿Necesita actualmente usted un crédito?

CUADRO N° 36 NECESITA CRÉDITO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	226	59%
NO	157	41%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes
Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 31



ANÁLISIS:

78324 Personas señalan que necesitan actualmente un crédito otorgado por las instituciones financieras, esto equivale al 59% del total de la población investigada que es de 132752 habitantes económicamente activos, seguido de 54428 personas que actualmente no necesitan un crédito y corresponden a un 41%.

8. ¿Cuál sería el monto crediticio que usted solicitaría?

CUADRO N° 37 MONTO DEL CRÉDITO

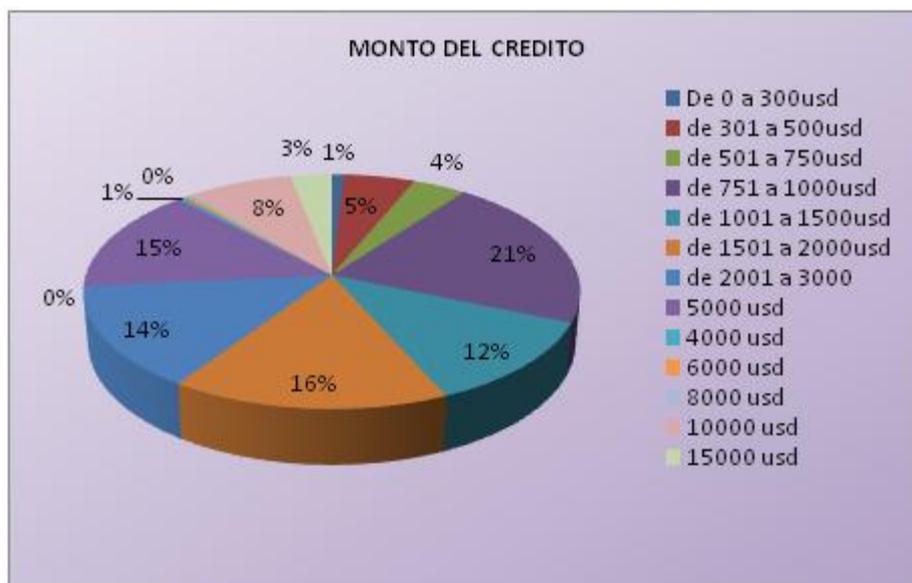
VARIABLE	FRECUENCIA	%
De 0 a 300usd	2	1%
de 301 a 500usd	12	5%
de 501 a 750usd	9	4%
de 751 a 1000usd	48	21%
de 1001 a 1500usd	27	12%
de 1501 a 2000usd	36	16%
de 2001 a 3000	32	14%
de 3001 a mas		
Cuánto:		
5000 usd	33	15%
4000 usd	1	0%
6000 usd	1	0%

8000 usd	1	0%
10000 usd	17	8%
15000 usd	7	3%
TOTAL	226	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N°32



ANÁLISIS:

Con el 21% que equivale a habitantes se encuentran los clientes que solicitan créditos de 5000usd, en segundo lugar existe un empate técnico entre los valores de solicitud de crédito de 751 a 1000 usd, 1501 a 2000 usd y 2001 a 3000 usd, esto representa a 16% que representa a 12187 habitantes por cada variable, y por último con valores inferiores al 8% se encuentran el resto de opciones señaladas en el cuadro anterior. Cabe recalcar que la población total investigada es de 78324 habitantes económicamente activos que actualmente necesitan un crédito. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 7 del estudio de mercado.

9. ¿A qué tiempo le gustaría cancelar el valor del crédito?

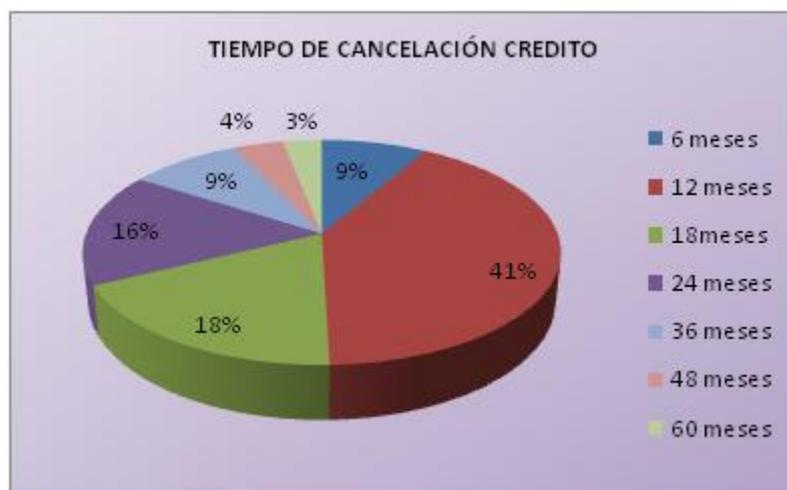
CUADRO N° 38 TIEMPO DE CANCELACIÓN CRÉDITO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
6 meses	19	8%
12 meses	93	41%
18 meses	41	18%
24 meses	37	16%
más tiempo cuanto		
36 meses	20	9%
48 meses	9	4%
60 meses	7	3%
TOTAL	226	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 33



ANÁLISIS:

32113 Personas señalan que el tiempo en el cual les gustaría cancelar su crédito será de 12 meses, esto equivale al 41% de una de un población económicamente activa que actualmente necesitan crédito 78324 habitantes seguido de 14098 habitantes que solicitaría su crédito a un tiempo máximo de 18 meses, correspondiente a un 18%, 14558 personas indican que su periodo para cancelar un crédito será de 24 meses y por

último entre los valores más sobresalientes 12532 personas indican que el tiempo de cancelación del crédito será hasta 36 meses, lo cual representa al 16%. . Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 7 del estudio de mercado.

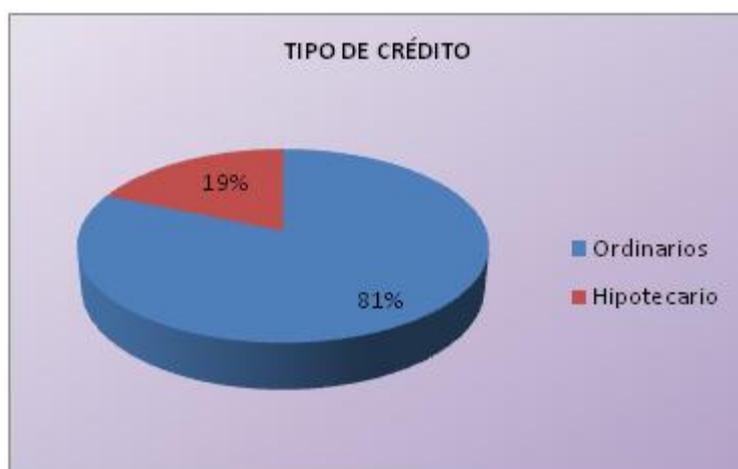
10. ¿Qué tipo de crédito necesitaría?

CUADRO N° 39 TIPO DE CRÉDITO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ordinarios	184	81%
Hipotecario	42	19%
TOTAL	226	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes
Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 34



ANÁLISIS:

De un total de 78324 considerado como población económicamente activa que actualmente necesitan un crédito, el 81% que representa a 63442 habitantes manifiestan que el tipo de crédito a solicitar será de tipo ordinario, seguido de un 19% que equivale a 14882 habitantes expresan que el crédito a solicitar sería de tipo Hipotecario. . Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 7 del estudio de mercado.

11. ¿Para qué destinaría Usted el crédito?

CUADRO N° 40 USO DE CRÉDITO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Consumo	28	12%
Vivienda	49	22%
Microempresa	28	12%
Comercio	93	41%
Agropecuario	14	6%
Educación	14	6%
Otro		
TOTAL	226	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 35



ANÁLISIS:

El 41% que representa a 32113 habitantes manifiestan que el monto de crédito lo destinarían principalmente para el comercio, seguido de un 22% que equivale a 17231 indican que el valor del crédito a solicitar lo destinarían para acabados de vivienda, con el 13% de personas encuetadas entre los montos a solicitar ya que serán destinados tanto

para consumo como para microempresas, representados en 10182 habitantes, y por último con valores inferiores al 12% se encuentran el resto de opciones señaladas en el cuadro anterior. Cabe recalcar que la población total investigada es de 78324 habitantes económicamente activos que actualmente necesitan un crédito. . Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 7 del estudio de mercado.

12. ¿Cuál sería su capacidad de pago?

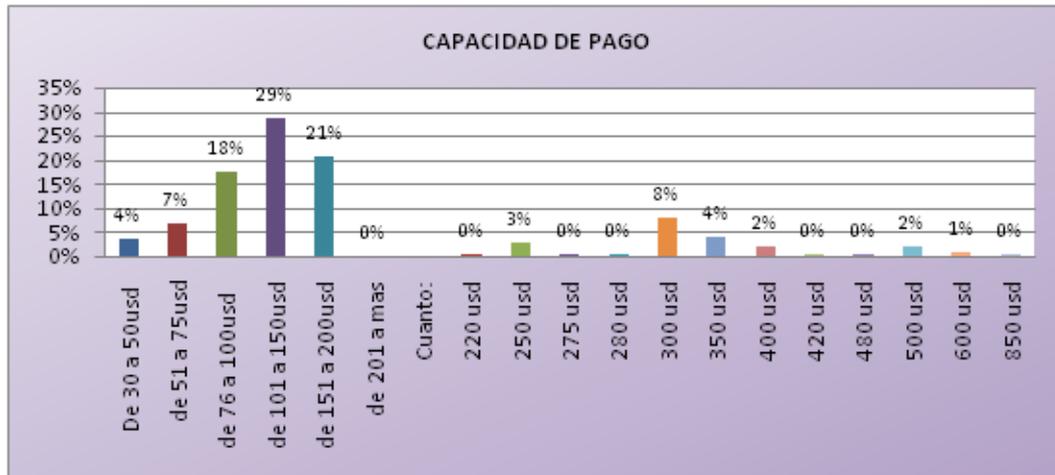
CUADRO Nº 41 CAPACIDAD DE PAGO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
De 30 a 50usd	8	4%
de 51 a 75usd	15	7%
de 76 a 100usd	40	18%
de 101 a 150usd	65	29%
de 151 a 200usd	47	21%
de 201 a mas		
Cuánto:		
220 usd	1	0%
250 usd	6	3%
275 usd	1	0%
280 usd	1	0%
300 usd	18	8%
350 usd	9	4%
400 usd	5	2%
420 usd	1	0%
480 usd	1	0%
500 usd	5	2%
600 usd	2	1%
850 usd	1	0%
TOTAL	226	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 36



ANÁLISIS:

22714 personas señalan que su capacidad máxima de pago mensual es entre los 101 a 150 usd, esto equivale al 29% de una de un población económicamente activa que actualmente necesitan crédito de 78324 habitantes, seguido de 16448 habitantes que el valor que pagarían mensualmente por su crédito sería de 151 a 200 usd, correspondiente a un 21%, y por último el 18% equivalente a 14098 personas indican que el valor de cancelación mensual por el crédito será entre 76 a 100 usd. . Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 7 del estudio de mercado.

13. ¿Conoce usted o ha oído hablar de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel Ltda. ?

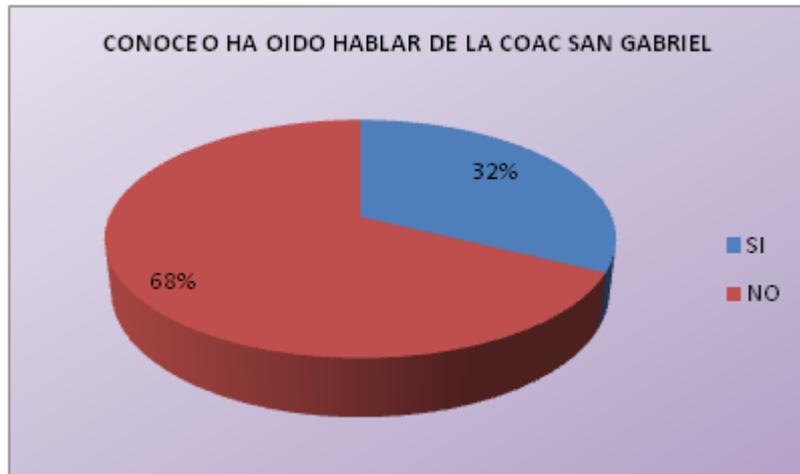
**CUADRO N° 42 CONOCE O HA OIDO HABLAR DE LA
COAC SAN GABRIEL**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	124	32%
NO	259	68%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 37



ANÁLISIS:

De un total de 132752 considerado como población económicamente activa, el 68% que representa a 90271 habitantes manifiestan no conocen o no han oído hablar de la COAC San Gabriel Ltda., mientras el 32% que equivale a 42481 habitantes conoce y han oído hablar de dicha institución financiera. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 13 del estudio de mercado.

14. En caso de Si ¿Sabe usted cuales son los servicios que brinda la Cooperativa San Gabriel Ltda.?

CUADRO N° 43 SERVICIOS DE LA COOPERATIVA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	28	23%
NO	96	77%
TOTAL	124	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes
Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 38



ANÁLISIS:

El 77% que representa a 32710 habitantes manifiestan que no conocen los servicios que brinda la COAC San Gabriel Ltda., seguido de un 23% que argumentan conocer los servicios que ofrece la institución financiera. Cabe recalcar que la población total investigada es de 9771 habitantes económicamente activos que conocen o han oído hablar de la COAC San Gabriel Ltda. financieras por trámites de servicios que ofertan las instituciones. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 13 del estudio de mercado

15. En caso de no conocer ¿Le gustaría obtener información acerca de los servicios que brinda la Cooperativa San Gabriel Ltda. ?

CUADRO N° 44 INFORMACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE BRINDA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	359	94%
NO	24	6%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 39



ANÁLISIS:

124787 personas señalan que les gustaría obtener información acerca de los servicios que brinda la COAC San Gabriel Ltda., esto equivale al 94% de una de un población económicamente activa de 132752 habitantes, seguido de 7965 habitantes que no les gustaría recibir información de los servicios que presta la institución.

16. Qué tipo de servicios espera recibir si ingresara como socio a la a Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel Ltda. ?

CUADRO N°45 SERVICIOS QUE ESPERA RECIBIR

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ahorro a la vista	122	22%
Inversiones	35	6%
Ahorro programado	74	13%
Créditos	317	57%
Otro		
Cual:		
Bajo interés	8	1%
Seguro Vida	1	0%
TOTAL	557	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 40



ANÁLISIS:

De un total de 124787 habitantes considerados como población económicamente activa que les gustaría conocer acerca de los servicios que presta la COAC San Gabriel Ltda., el 57% manifiesta que esperarían recibir créditos por parte de la institución, que representa a 71129 habitantes, un 22% que equivale a 27453 habitantes argumentan que accederían al servicio de ahorro a la vista, con un 13% señalan que estarían interesados en el ahorro programado, esto equivale a 16222 personas, y por último con valores inferiores al 6% se encuentran el resto de opciones señaladas en el cuadro anterior. financieras por trámites de servicios que ofertan las instituciones. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 15 del estudio de mercado, además es una pregunta de selección múltiple.

17. ¿Estaría de acuerdo que en la Ciudad de Ibarra haya la apertura de una agencia de la COAC San Gabriel Ltda. ?

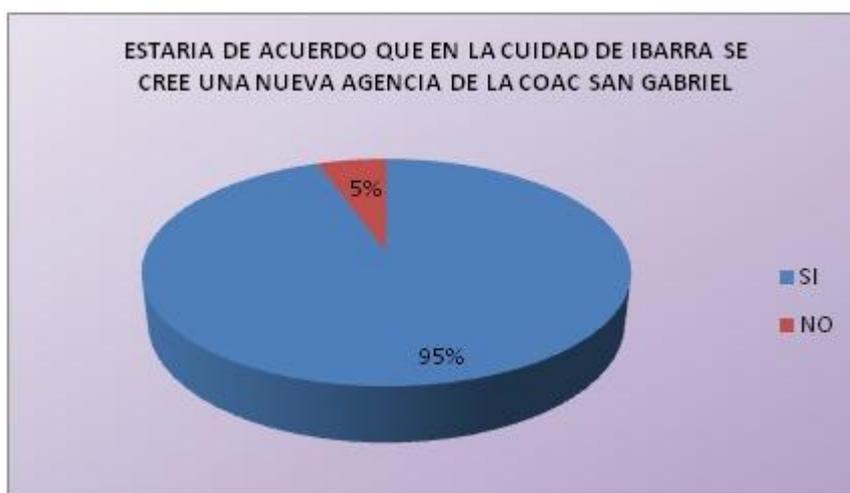
CUADRO N° 46 NUEVA AGENCIA EN LA CIUDAD DE IBARRA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	362	95%
NO	21	5%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 41



ANÁLISIS:

El 95% que representa a 126114 habitantes manifiestan que si estarían de acuerdo que en la ciudad de Ibarra haya la apertura de una Agencia de la COAC San Gabriel Ltda., mientras que el 5% señalan que no están de acuerdo con la apertura de una nueva agencia, esto es equivalente a 9638 habitantes. Cabe indicar que la población total es de 132752 habitantes considerados económicamente activos.

18. ¿Si está de acuerdo con la apertura de la nueva agencia donde cree Ud. q sería factible ubicar dicha agencia?

CUADRO N°47 POSIBLE LUGAR DE APERTURA

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Simón Bolívar y Colón (Comisariato Municipal)	174	48%
Olmedo y Juan de Velasco (Registro Civil)	136	38%
Simón Bolívar y Pedro Moncayo (GPI)	52	14%
TOTAL	362	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 42



ANÁLISIS:

60534 Personas señalan que la ubicación más factible para la apertura de la nueva agencia es entre las calles Simón Bolívar y Colón sector del Comisariato Municipal, esto equivale al 48% de una de un población económicamente activa que están de acuerdo con la apertura de una nueva agencia de la COAC San Gabriel en la ciudad de Ibarra de 126114 habitantes, seguido de 47923 habitantes que prefieren que la nueva agencia este ubicada en la Olmedo y Juan de Velasco sector del Registro

Civil, con un porcentaje correspondiente al 38%, y por último el 14% señala que la agencia debería estar ubicada en la Simón Bolívar y Pedro Moncayo sector del Gobierno Provincial de Imbabura, esto corresponde a 17656 personas. Esta pregunta va en función del resultado positivo de la pregunta 17 del estudio de mercado.

DATOS TÉCNICOS:

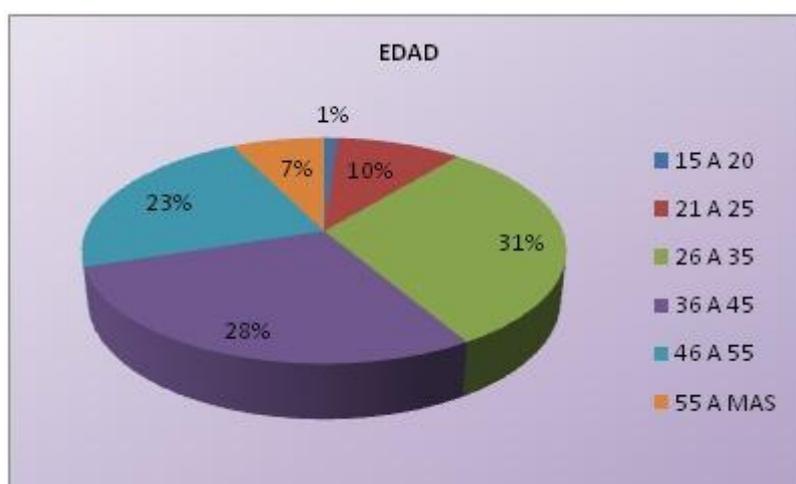
19. EDAD

CUADRO N°48 EDAD

VARIABLE	FRECUENCIA	%
15 A 20	4	1%
21 A 25	38	10%
26 A 35	117	31%
36 A 45	109	28%
46 A 55	87	23%
55 A MAS	28	7%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes
Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 43



ANÁLISIS:

De un total de 132752 habitantes considerados como población económicamente activa, el 31% de la población equivalente a 41153 habitantes se ubican en un rango de edad de entre 26 a 35 años, seguido de un 28% de habitantes correspondientes a 37171 personas que están en rangos de edad de 36 a 45 años, el 23% pertenecen a un rango de edad de entre 46 a 55 años, esto es equivalente a 30533 personas, y por último con valores inferiores al 10% se encuentran los diferentes rangos de edad señalados en el cuadro anterior.

20. GÉNERO

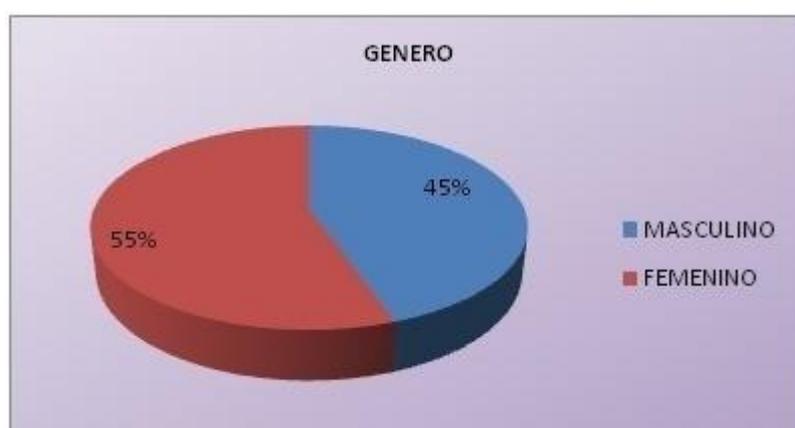
CUADRO Nº49 GÉNERO

VARIABLE	FRECUENCIA	%
MASCULINO	171	45%
FEMENINO	212	55%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO Nº 44



ANÁLISIS:

El 55% que representa a 73014 habitantes son de género femenino, y con un 45% pertenecen al género masculino equivalente a 59738. Cabe indicar que la población total es de 132752 habitantes considerados económicamente activos.

21. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

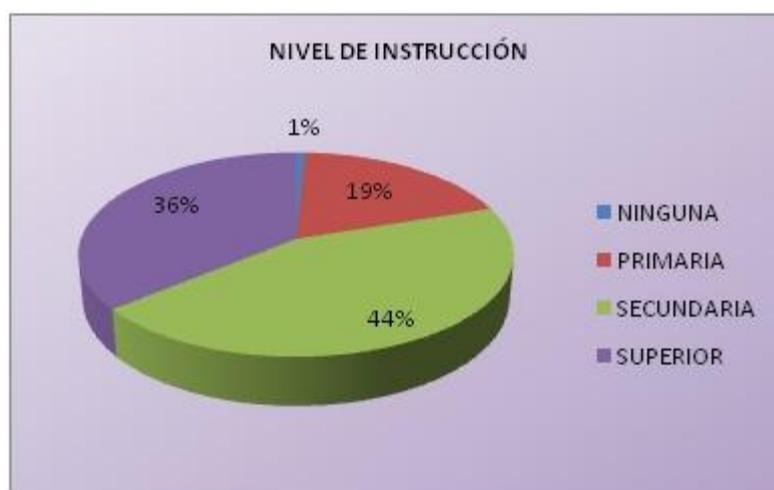
CUADRO N° 50 NIVEL DE INSTRUCCIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	%
NINGUNA	3	1%
PRIMARIA	73	19%
SECUNDARIA	169	44%
SUPERIOR	138	36%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO N° 45



ANÁLISIS:

58411 Personas señalan que tiene un nivel de educación secundaria, esto equivale al 44% de una de un población económicamente activa de 132752 habitantes, seguido de 47791 habitantes que poseen un nivel de instrucción superior, correspondiente a 36%, mientras que 25223 personas tienen un nivel académico de educación primaria, equivalente a 19% y por último con el 1% se encuentran las personas que no tienen ninguna preparación académica, esto corresponde a 1328 habitantes.

22. OCUPACIÓN

CUADRO Nº 51 OCUPACIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	%
ESTUDIANTE	13	3%
PROFESIONAL	65	17%
COMERCIANTE	208	54%
AGRICULTOR	22	6%
AMA DE CASA	30	8%
CHOFER	11	3%
OTRO	34	9%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado – Posibles Clientes

Autora: Tania Bastidas

GRÁFICO Nº 46



ANÁLISIS:

De un total de 132752 habitantes considerados como población económicamente activa, el 54% de la población equivalente a 71686 habitantes se dedican al comercio, seguido de un 17% de habitantes correspondientes a 22568 personas que ejercen su profesión, el 9% se dedican a otras ocupaciones entre las cuales se identifica a los artesanos, jubilados entre otros, esto es equivalente a 11948 personas, el 8% correspondiente a 10620 habitantes que son amas de casa y por último con valores inferiores al 6% se encuentran en las diferentes ocupaciones señaladas en el cuadro anterior.

3.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda corresponde a identificar a los consumidores de productos o servicios, para el caso de estudio significa cuantificar el número de clientes que demandan servicios financieros.

3.6.1. DEMANDA HISTÓRICA

Para establecer la demanda histórica se ha tomado la población económicamente activa del cantón Ibarra, de los últimos 5 años donde se puede evidenciar un crecimiento significativo anual, esta población está considerada como demanda potencial ya que requiere de servicios financieros para realizar sus actividades productivas.

CUADRO Nº 52 DEMANDA HISTÓRICA

AÑO	DEMANDA HISTÓRICA
2006	117907
2007	120737
2008	123635
2009	126602
2010	129641

Fuente: Investigación de Campo
Autora: Tania Bastidas

3.6.2. DEMANDA POTENCIAL ACTUAL

Se puede apreciar que en el año 2011 la PEA es de 132752 personas a los que se les llamará demanda potencial.

CUADRO N° 53 DEMANDA POTENCIAL ACTUAL

AÑO	CLIENTES POTENCIALES
2011	132752

Fuente: Investigación de Campo
Autora: Tania Bastidas

3.6.3. DEMANDA POTENCIAL POSIBLE

Para determinar la demanda potencial posible se ha tomado como base la investigación de campo a través de encuestas, donde el 53% del total de la demanda potencial, afirma pertenecer a una entidad financiera, los mismos que en el futuro pueden acceder a servicios de diferentes instituciones, como la propuesta por el proyecto. A continuación los resultados:

CUADRO N° 54 DEMANDA POTENCIAL POSIBLE

AÑO	DEMANDA POTENCIAL POSIBLE
2011	70359

Fuente: Investigación de campo
Autora: Tania Bastidas

3.6.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda se ha aplicado el índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra del 2,4% según el INEC, ya que si crece la población aumenta la necesidad de formar parte de una entidad financiera para poder acceder a financiamientos para su actividades productivas y así dinamizar la economía local y por ende la de sus familias.

CUADRO Nº 55 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA POSIBLE
2012	72047
2013	73776
2014	75547
2015	77360
2016	79217

Factor de crecimiento exponencial (1,024)

Fuente: Investigación de campo

Autora: Tania Bastidas

Como se puede apreciar para el año 2012 existirán 72047 personas que demandan servicios financieros con un crecimiento significativo para el año 2016 de 79217 personas.

3.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta corresponde al a competencia de la futura agencia a crearse en la ciudad de Ibarra tanto en número de clientes como en el portafolio de servicios que existe actualmente en el mercado financiero.

3.7.1. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA ACTUAL

Para cuantificar la oferta relacionado al número de clientes que actualmente tiene captado las instituciones similares al a propuesta por el proyecto se tomo como base las encuestas realizadas al pea donde al

indagar acerca de pertenecer o formar parte de una institución financiera, el 66% de las personas que actualmente forman parte de una institución financiera son socios de cooperativas con este antecedente se ha cuantificado la oferta.

CUADRO N°56 OFERTA ACTUAL

AÑO	OFERTA ACTUAL
2011	44326

Fuente: Investigación de campo
Autora: Tania Bastidas

Donde, en el año 2011, 44326 personas forman parte de las cooperativas en la ciudad de Ibarra.

3.7.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se utilizó un crecimiento paralelo a la demanda ya que si existe aceptación de los servicios financieros aumenta la oferta, a continuación los resultados.

CUADRO N° 57 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA FUTURA
2012	45390
2013	46479
2014	47595
2015	48737
2016	49907

Factor de crecimiento exponencial (1,024)

Fuente: Investigación de campo
Autora: Tania Bastidas

3.8. BALANCE DEMANDA – OFERTA

En esta parte se ha realizado un contraste entre la demanda y la oferta para establecer si existe mercado o no, para la gestión de la nueva agencia.

CUADRO Nº 58 BALANCE DEMANDA - OFERTA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2012	72047	45390	26657
2013	73776	46479	27297
2014	75547	47595	27952
2015	77360	48737	28623
2016	79217	49907	29310

Fuente: Investigación de campo

Autora: Tania Bastidas

3.9. DEMANDA INSATISFECHA

Después de realizar el cálculo matemático de resta entre la demanda y oferta se puede afirmar que existe una demanda insatisfecha significativa en la ciudad de Ibarra que requiere de diferentes servicios financieros para realizar sus operaciones.

CUADRO Nº 59 DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA
2012	26657
2013	27297
2014	27952
2015	28623
2016	29310

Fuente: Investigación de campo

Autora: Tania Bastidas

De ahí, se puede decir que para el año 2012 existen 26657 personas que pueden ser captadas por instituciones dedicadas a brindar servicios financieros.

3.10. CAPTACIÓN DE CLIENTES (pronóstico de ventas)

Con el análisis de las variables más importantes del estudio de mercado como es la demanda y la oferta se determina que existe suficiente población que a futuro accedería a servicios financieros.

Con esta preliminar se ha formulado un plan de ventas o plan de captación de clientes para la futura agencia tomando en cuenta aspectos muy importantes como; los administrativos y operacionales.

El talento humano y el capital de operación definirán a futuro el dinamismo de las operaciones financieras en la ciudad de Ibarra

Con este análisis se ha determinado que para el año 2012 la agencia está en condiciones de captar el 2% aproximadamente, de la demanda insatisfecha con un crecimiento anual del 15% basado en la aplicación de un adecuado plan de mercadeo de servicios financieros, este porcentaje se considera como conservador, ya que existe mucha expectativa y suficiente mercado a captar.

CUADRO Nº 60 PLAN DE CAPTACIÓN CLIENTES

AÑOS	PLAN DE CAPTACIÓN DE CLIENTES
1	500
2	575
3	661
4	760
5	875

Fuente: Investigación de campo

Autora: Tania Bastidas

El cuadro anterior indica que la agencia en el año 2012 tendrá 500 socios o posibles clientes con un incremento de 875 para el quinto año de funcionamiento.

3.11. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Para la realización de este estudio de mercado se tomaron en cuenta variables que influyen en el sector financiero como son: la población económicamente activa, estado competitivo de la ciudad de Ibarra, capacidad de ahorro de la población, identificación de necesidades económicas y financieras, entre otros, variables que son de vital importancia, ya que de esto depende el buen funcionamiento de una institución especialmente financiera.
- A pesar de la competencia y en algunos casos de pertenecer a otras entidades financieras, se puede observar que de la población piensa en acceder a una cooperativa, con el fin de encontrar créditos, a cómodas cuotas y con una tasa de interés estable, en la que puedan pagar los diferentes tipos de crédito.
- Los resultados que se obtuvo mediante el estudio de mercado arroja información de vital importancia, una de ellas es la aceptación de apertura de una agencia de la COAC San Gabriel en la ciudad de Ibarra, además de identificar la población que actualmente necesita un crédito.
- Algunas de las principales variables a tener en cuenta para definir las estrategias de mercado han sido la caracterización de la población de la ciudad de Ibarra, la mayor proporción de la población han sido realizadas a estudiantes, profesionales, comerciantes, agricultores, amas de casa, entre otros, refiriéndose en su mayoría a estudiantes, seguido por profesionales y comerciantes quienes fueron los que aportaron con su

información, sin embargo la capacidad de ahorro entre \$ 21 a 50 dólares mensuales, o realizan el pago de crédito.

- De esta manera la COAC San Gabriel que es una institución financiera solida y solvente, permitirá brindarles un servicio de calidad y excelencia, además de poder satisfacer una necesidad las necesidades de sus clientes y posibles clientes, de manera que a futuro esta institución se convierta en una de las principales en el norte de país.

- Aunque existe un alto grado de competitividad en la ciudad de Ibarra en el sector financiero la COAC San Gabriel tiene aceptación por parte de la ciudadanía según reflejan los resultados del estudio de mercado, además por apertura de esta agencia se la contara con apoyo y soporte publicitario que permita atraer a nuevos clientes y expandirse en el mercado financiero.