



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA OFICINA DE ASESORAMIENTO EN CRÉDITOS,
EN EL SECTOR URBANO DEL CANTÓN IBARRA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:
INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C. P. A.

AUTORAS:

BELTRÁN FLORES SONIA MARÍA
ANDRADE RUANO MARIANELA DEL CARMEN

ASESOR:

ING. FERNANDO VALENZUELA

IBARRA, MAYO 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido elaborado con la finalidad de determinar la factibilidad para la creación de una Oficina de Asesoramiento en Créditos en el Sector Urbano del Cantón Ibarra, en el cual se busca conocer los puntos fuertes y débiles para su correcta aplicación. Para ello se elaboró un diagnóstico situacional que permita conocer las oportunidades y riesgos del proyecto. Posteriormente, con el estudio de mercado, se encontró que no existe un servicio de asesoría en créditos en el Cantón, mismo que al implantarse, ayudaría a la comunidad de todos los estratos sociales, a tomar decisiones, con un mayor conocimiento de las condiciones de crédito actuales. Con el estudio técnico se determinó el tamaño, localización e ingeniería del proyecto indispensables para que entre en funcionamiento. En la evaluación financiera se calculó que la inversión inicial del proyecto es de 27.035,93 USD, constituidos por el 70% de capital propio y 30% como préstamo; también en este punto se presentan todos los presupuestos de operación para su posterior análisis, utilizando los indicadores financieros, mismos que revelan la factibilidad en la aplicación práctica. Se realiza la propuesta estratégica que contiene el proceso de prestación del servicio de la oficina y como se posicionará en el mercado local. Con todo lo aquí descrito, se demuestra la factibilidad para la creación de una oficina de asesoramiento en créditos y los impactos positivos para la comunidad.

EXECUTIVE SUMMARY

This work has been done in order to determine the feasibility of creating an Office of Credit Counseling on Urban Sector Ibarra, which seeks to understand the strengths and weak for proper implementation. To do this, a diagnosis enabling situational awareness of the opportunities and risks of the project. Subsequently, the market study found that there is no service credit counseling in country, same as when implemented, would help the community of all social strata, to make decisions, more knowledge of current credit conditions. With the technical study determined the size, location and project engineering necessary to operational. The financial evaluation in estimated that investing initial project is \$ 27.035,93, consisting of 70% equity and 30% as a loan, also at this point have all budgets operation for later analysis using financial indicators revealing their feasibility in practical application. Is performed strategic proposal that contains the process of providing the service office and as positioned in the local market. With everything here described, demonstrates the feasibility of creating an advisory office credit and the positive impacts to the community.

AUTORÍA

Nosotras, Sonia María Beltrán Flores y Marianela del Carmen Andrade Ruano, con cédulas de ciudadanía Nro. 100238852-6 y 100244887-4 respectivamente, declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORAMIENTO EN CRÉDITOS, EN EL SECTOR URBANO DEL CANTÓN IBARRA” y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además que no han sido presentados previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que hemos respetado las diferentes fuentes de información.

Sonia Beltrán Flores

100238852-6

Marianela Andrade Ruano

100244887-4

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas SONIA MARÍA BELTRÁN FLORES y MARIANELA DEL CARMEN ANDRADE RUANO, para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORAMIENTO EN CRÉDITOS, EN EL SECTOR URBANO DEL CANTÓN IBARRA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 19 días del mes de octubre del 2010.

Firma

Ing. Fernando Valenzuela
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR
DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotras, Sonia María Beltrán Flores y Marianela del Carmen Andrade Ruano, con cédulas de ciudadanía Nro. 100238852-6 y 100244887-4 respectivamente, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORAMIENTO EN CRÉDITOS, EN EL SECTOR URBANO DEL CANTÓN IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento, en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Sonia Beltrán Flores
100238852-6

Marianela Andrade Ruano
100244887-4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.

1.- Identificación de la obra

La Universidad Técnica del Norte, dentro del proyecto Repositorio Distrital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital, con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:			100238852-6
APELLIDOS Y NOMBRES:			Beltrán Flores Sonia María
DIRECCIÓN:			Ibarra, Calle Atuntaqui 1-26 y José M. Vaca
EMAIL:			sonia.mbf@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062 643 620	TELÉFONO MÓVIL:	090 930 471

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:			100244887-4
APELLIDOS Y NOMBRES:			Andrade Ruano Marianela del Carmen
DIRECCIÓN:			Cantón Mira
EMAIL:			joelitos08@yahoo.com
TELÉFONO FIJO:	062 280 930	TELÉFONO MÓVIL:	085 141 056

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de Factibilidad para la creación de una oficina de asesoramiento en créditos en el sector urbano del Cantón Ibarra".
AUTORAS:	Beltrán Flores Sonia María Andrade Ruano Marianela del Carmen
FECHA:	2011 - Mayo - 15
SÓLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
ASESOR / DIRECTOR:	Ing. Fernando Valenzuela

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Sonia María Beltrán Flores y Marianela del Carmen Andrade Ruano, con cédulas de ciudadanía Nro. 100238852-6 y 100244887-4 respectivamente, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3.- Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo que la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de mayo del 2011

Las Autoras

Sonia Beltrán Flores

100238852-6

Marianela Andrade Ruano

100244887-4

ACEPTACIÓN

Lic. Ximena Vallejos

JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación, va dedicado a mi familia, porque en cada momento de mi vida, ellos han sido quienes me han dado fortaleza para seguir adelante.

A mi Madre por ser tan trabajadora y por haberme dado la educación, gracias a ella estoy dando un gran paso en mi vida, como es la obtención de mi título profesional.

A mi Hermana, por ser un apoyo en momentos difíciles y por creer en mí sin dudarlo.

A mi Padre porque siempre me brindó su guía y cariño, para ser una persona de bien.

A mis hijos, porque ellos son la razón que me impulsa a seguir adelante, sin importar cuántos obstáculos encuentre en el camino.

Sonia María Beltrán Flores

DEDICATORIA

Quiero darle gracias a Dios por darme vida para realizar este trabajo de investigación que lo dedico, a toda mi familia, quienes con su apoyo constante me impulsaron a buscar la culminación de mis estudios, para formarme como una profesional provechosa ante la sociedad. De manera muy especial a:

Mis adorados Hijos Kerly y Joel quienes ahora son la razón de mi vida y mi inspiración para cumplir las metas propuestas que por alguna razón quedaron inconclusas, para ser ejemplo y guía como lo fueron mis padres.

Mis Padres, quienes con su sencillez, su carácter formado, serio y responsable me enseñaron a luchar por las cosas que quiero, no dejarme doblegar por las dificultades, levantarme ante las adversidades y seguir siempre hacia adelante.

Mis Hermanas que han sido mi constante apoyo siempre y en todo momento.

Y como olvidar a mi Esposo quien a pesar de su carácter, me brindó seguridad, apoyo, confianza y valor para seguir.

Marianela del Carmen Andrade Ruano

AGRADECIMIENTO

Al Director de Tesis por su guía y profesionalismo durante la realización de la presente investigación.

Un agradecimiento muy especial a todos los catedráticos, de la Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, de la Universidad Técnica del Norte, quienes han impartido año tras año sus conocimientos en las aulas universitarias.

Y el reconocimiento profundo a las autoridades de la Universidad Técnica del Norte, que promovieron e hicieron posible el Curso de Actualización del año 2010; mismo que nos ha dado a muchos egresados, la oportunidad de obtener nuestro título profesional.

PRESENTACIÓN

En nuestro país existe una gran cantidad de instituciones financieras que realizan intermediación directa con el público; todas ellas proporcionan información sobre los productos financieros (créditos) que ofrecen, pero al no haber un sistema de información sobre todas en su conjunto, no se puede establecer cuáles prestan los mejores servicios y a los costos más bajos. Esta clase de información sólo será medible si se realizan comparaciones entre productos financieros de distintas instituciones, con la finalidad de poner estos conocimientos a consideración de las personas que realizan créditos y de este modo puedan elegir las mejores alternativas y las más económicas. A continuación se expone en forma sintética, los capítulos que forman parte del presente trabajo de investigación:

Capítulo I.- Diagnóstico Situacional. Es la parte inicial de este proyecto y contiene aspectos específicos que sustentarán esta investigación, como son: Antecedentes; Objetivos diagnósticos; Variables diagnósticas; Indicadores o sub – aspectos; Matriz de relación diagnóstica; mecánica operativa; Tabulación, análisis e interpretación de datos; determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos; determinación del problema diagnóstico.

Capítulo II.- Marco Teórico. Describe conceptos básicos que guiarán este estudio, tales como: conceptos de crédito; instituciones del sistema financiero entre las que se destacan las instituciones financieras privadas, instituciones financieras públicas, instituciones del servicio financiero, instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero, compañías de seguros, instituciones que controlan el sistema financiero Nacional; operaciones de las instituciones financieras; funciones de las instituciones financieras, leyes y reglamentos que regulan el sistema financiero y código de derechos del usuario financiero; estudio de mercado; estudio técnico y evaluación financiera.

Capítulo III.- Estudio de Mercado. Es la parte medular del proyecto, porque en torno a él se realizan todos los análisis necesarios para poner en marcha este trabajo, se conforma por: estudio de mercado para la apertura de una oficina de asesoramiento en créditos, objetivos de la investigación, identificación del servicio, clientes del servicio, investigación, análisis de la demanda, análisis de la oferta, balance entre oferta y demanda, conclusión.

Capítulo IV.- Estudio Técnico. Aportará con los análisis indispensables para establecer la factibilidad de esta propuesta, permitirá también, establecer los aspectos técnicos básicos para la prestación del servicio planteado. Sus componentes son: tamaño del proyecto, localización del proyecto e ingeniería del proyecto.

Capítulo V.- Evaluación Financiera.- Se establece la inversión del proyecto, presupuestos, ingresos, costos y los diversos flujos e indicadores básicos con los que se concluye si es viable la implantación de la oficina de asesoramiento en créditos en el Cantón Ibarra.

Capítulo VI.- Propuesta Estratégica. Es el fruto del presente estudio, y permite plasmar la creación de la oficina de asesoramiento en créditos. Sus componentes son: denominación de la oficina, sector de actividad, base filosófica, organización y estrategias empresariales.

Capítulo VII.- Impactos. Determinan la importancia que tiene la aplicación práctica de la propuesta, los impactos que se consideran más relevantes son: Social, Económico, Tecnológico, Educativo, Comercial e Impacto del Proyecto.

Consideramos que la presente investigación, fue efectuada con dedicación y esmero persistentes, con un planteamiento ordenado, donde se expone en forma clara y sencilla su contenido; servirá de punto de partida para la apertura de una oficina de asesoramiento en créditos, que beneficiará a la comunidad del Cantón Ibarra.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
LISTA DE TABLAS	xxi
LISTA DE GRÁFICOS	xxiv
SIGLAS UTILIZADAS	xxv
INTRODUCCIÓN	26
Antecedentes	26
Justificación	27
Objetivos del proyecto	29
Objetivo general	29
Objetivos específicos	29
CAPÍTULO I	
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
ANTECEDENTES	30
OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	30
General	30
Específicos	31
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	31

INDICADORES O SUB – ASPECTOS	31
Normativa legal	31
Situación socio – económica	32
Calidad de vida	32
Capacidad de endeudamiento	32
Calidad del servicio de las instituciones financieras	32
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
MECÁNICA OPERATIVA	34
Población o universo	34
Tamaño de la muestra	34
Información primaria	35
Información secundaria	36
TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	37
Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Ibarra	37
Datos técnicos	56
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES Y RIESGOS.	61
Aliados	61
Oponentes	61
Oportunidades	62
Riesgos	62
DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	63
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	64
CONCEPTOS DE CRÉDITO	64
INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO	65
Instituciones financiera privadas	65
Bancos privados	65
Sociedades financieras	66
Asociaciones Mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda	66
Cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público	66

Instituciones Financieras Públicas	67
Banco Central del Ecuador	67
Banco del Estado	67
Banco Nacional de Fomento	67
Banco Ecuatoriano de la Vivienda	68
Corporación Financiera Nacional	68
Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas	68
Instituciones del Sistema Financiero	68
Compañías de arrendamiento mercantil	68
Casas de cambio	69
Almacenes generales de depósito	69
Compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito	69
Instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero	70
Cajeros automáticos	70
Servicios de cobranza	70
Transporte de especies monetarias y valores	71
Compañías de seguros	71
Instituciones que controlan el sistema financiero nacional	71
Superintendencia de Bancos y Seguros	71
Banco Central del Ecuador	72
OPERACIONES DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	73
Operaciones activas	73
Operaciones pasivas	73
FUNCIONES DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	74
LEYES Y REGLAMENTOS QUE REGULAN EL SISTEMA FINANCIERO Y CÓDIGO DE DERECHOS DEL USUARIO FINANCIERO.	75
Codificación de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero	75
Reglamento a la ley General de Instituciones del Sistema Financiero	78
Código de derechos del usuario financiero	81

ESTUDIO DE MERCADO	89
Identificación del servicio	90
La demanda	90
Demanda potencial insatisfecha	91
La Oferta	91
Producto o servicio	92
Mercado	92
Precio	93
Promoción	93
ESTUDIO TÉCNICO	93
Factores determinantes	94
Localización del proyecto	95
Macro localización	96
Micro localización	96
Ingeniería del proyecto	96
EVALUACIÓN FINANCIERA	97
Presupuestos	98
Clasificación de Costos y gastos	98
Estado de resultados	100
Flujo de caja	100
Punto de equilibrio	101
Valor actual neto (VAN)	101
Tasa interna de retorno (TIR)	103
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	105
ESTUDIO DE MERCADO PARA LA APERTURA DE UNA OFICINA DE ASESORAMIENTO EN CRÉDITOS	105
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	106
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	106
Características	107
Servicios sustitutos	108
CLIENTES DEL SERVICIO	108

INVESTIGACIÓN	109
Segmentación	109
Metodología de la investigación de campo	109
Diseño de instrumentos de investigación	109
Prueba piloto	109
Levantamiento de la investigación	110
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	110
Factores que la afectan	111
Comportamiento histórico	111
Demanda actual	111
Proyección de la demanda	113
Demanda potencial insatisfecha	114
ANÁLISIS DE LA OFERTA	114
BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA	115
CONCLUSIÓN	115
CAPÍTULO IV	
ESTUDIO TÉCNICO	116
TAMAÑO DEL PROYECTO	116
Factores determinantes	116
El mercado	116
Disponibilidad de recursos financieros	117
Economías de escala	117
Disponibilidad tecnológica	118
Optimización del tamaño del proyecto	118
Determinación del servicio	119
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	119
Macro localización	119
Micro localización	121
Plano de micro localización	122
INGENIERÍA DEL PROYECTO	122
Procesos de prestación del servicio	122
Diagrama de flujo	123

Formularios	123
Requerimientos de personal	125
Gastos administrativos	125
Gastos sueldos	126
Gastos sueldos y salarios proyectados	126
Requerimientos de equipos de oficina	127
Requerimientos de muebles y enseres de oficina	128
Requerimientos de materiales de oficina	129
Requerimientos financieros para gastos	130
Requerimientos financieros para publicidad	131
Depreciaciones	132
Gastos operacionales	134
CAPÍTULO V	
EVALUACIÓN FINANCIERA	135
INVERSIÓN DEL PROYECTO	136
Datos de entrada	137
Cálculo del costo de capital	137
Inversión total	138
PRESUPUESTOS	139
Clasificación de costos y gastos	139
Análisis de ingresos proyectados, apertura del mercado.	141
Ingresos por prestación de servicios, proyectados	144
Estado de resultados proyectado	144
FLUJO DE CAJA	145
PUNTO DE EQUILIBRIO	146
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	148
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	149
RELACIÓN BENEFICIO – COSTO (B/C)	150
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	151
RESULTADOS OPERACIONALES	152
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO	152
ANÁLISIS DEL RIESGO DEL PROYECTO	154

Financiamiento	155
CAPÍTULO VI	
PROPUESTA ESTRATÉGICA	157
DENOMINACIÓN	157
SECTOR DE ACTIVIDAD	158
BASE FILOSÓFICA	158
Misión	158
Visión	158
Principios y valores	159
LA ORGANIZACIÓN	159
Organigrama estructural	160
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	161
Estrategias mercadológicas de posicionamiento	162
Estrategias operativas	163
Estrategias financieras	164
CAPÍTULO VII	
IMPACTOS	166
IMPACTO SOCIAL	166
IMPACTO ECONÓMICO	166
IMPACTO TECNOLÓGICO	167
IMPACTO EDUCATIVO	167
IMPACTO COMERCIAL	167
IMPACTO DEL PROYECTO	168
CONCLUSIONES	169
RECOMENDACIONES	171
FUENTES DE INFORMACIÓN	173
Bibliografía	173
Lincografía	174
ANEXOS	176

LISTA DE TABLAS

<u>Nº.</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>Pág.</u>
1	Marco muestral o universo	34
2	Parroquias rurales y urbanas	35
3	Distributivo del registro electoral, Ciudadanos de Ibarra	36
4	Utilización de créditos	37
5	Instituciones financieras con mayor demanda	40
6	Motivos para elegir una institución financiera	42
7	Razón para realizar el crédito	43
8	Características que desagradan al público, sobre las entidades del sistema financiero	44
9	Conocimiento de entidades con créditos bajos	45
10	Instituciones financieras con costos bajos	46
11	Características de la información crediticia	47
12	Frecuencia para realizar créditos	48
13	Grado de aceptación del asesoramiento (público)	49
14	Grado de aceptación para la apertura de una oficina de asesoramiento en créditos	50
15	Utilización de los servicios de la oficina de asesoramiento	51
16	Frecuencia para la utilización de nuestro servicio	52
17	Tarifa por el servicio	53
18	Ubicación de la oficina	54
19	Medios publicitarios	55
20	Género	56
21	Edad	57
22	Nivel de instrucción	58
23	Ocupación	59
24	Nivel de ingresos	60
25	Requerimientos para créditos, más comunes	107
26	Frecuencia para el servicio	112
27	Frecuencia anual para el servicio	112
28	Censo de crecimiento poblacional año 2001	113
29	Proyección de la demanda	114

30	Balance entre oferta y demanda	115
31	Sueldos administrativos	125
32	Gastos sueldos	126
33	Gastos sueldos y salarios 2011	126
34	Gastos sueldos y salarios 2012	127
35	Gastos sueldos y salarios proyectados	127
36	Equipo de cómputo	128
37	Equipo, muebles y enseres de oficina	128
38	Materiales y suministros de oficina	129
39	Materiales y suministros de oficina proyectados	130
40	Servicios básicos	130
41	Servicios básicos proyectados	131
42	Gastos publicidad 2011	131
43	Gastos publicidad 2012	131
44	Servicios de publicidad proyectados	132
45	Depreciación de activos	132
46	Depreciación equipos de computación	133
47	Depreciación muebles y enseres de oficina	133
48	Total depreciaciones	133
49	Depreciación de equipos y muebles proyectados	133
50	Gastos operacionales	134
51	Estado de situación inicial	135
52	Cuadro de inversión	136
53	Datos de entrada	137
54	Cálculo del costo de capital	138
55	Inversión total	139
56	Clasificación de costos y gastos	140
57	Ingresos por servicios prestados, año 2011	141
58	Ingresos por servicios prestados, año 2012	142
59	Ingresos por servicios prestados, año 2013	142
60	Ingresos por servicios prestados, año 2014	143
61	Ingresos por servicios prestados, año 2015	143
62	Ingresos por prestación de servicios, proyectados	144
63	Estado de resultados proyectado	144

64	Flujo de caja proyectado	145
65	Punto de equilibrio	147
66	Relación Beneficio - Costo	150
67	Margen operacional de utilidad	152
68	Análisis de sensibilidad	153
69	Financiamiento	155
70	Modelo para el cálculo de tablas de pago anuales	155
71	Amortización del crédito bancario	156

LISTA DE GRÁFICOS

<u>Nº.</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>Pág.</u>
1	Utilización de créditos	37
2	Instituciones financieras con mayor demanda	40
3	Motivos para elegir una institución financiera	41
4	Razón para realizar el crédito	42
5	Características que desagradan al público, sobre las entidades del sistema financiero	43
6	Conocimiento de entidades con créditos bajos	44
7	Instituciones financieras con costos bajos	45
8	Características de la información crediticia	46
9	Frecuencia para realizar créditos	47
10	Grado de aceptación del asesoramiento (público)	48
11	Grado de aceptación para la apertura de una oficina de asesoramiento en créditos	49
12	Utilización de los servicios de la oficina de asesoramiento	50
13	Frecuencia para la utilización de nuestro servicio	51
14	Tarifa por el servicio	52
15	Ubicación de la oficina	53
16	Medios publicitarios	54
17	Género	55
18	Edad	56
19	Nivel de instrucción	57
20	Ocupación	58
21	Nivel de ingresos	59

SIGLAS UTILIZADAS

<u>Nº.</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>SIGLA</u>
1	Corporación Financiera Nacional	CFN
2	Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas	IECE
3	Valor Actual Neto	VAN
4	Valor presente neto	VPN
5	Flujo neto de efectivo	FNE
6	Tasa Interna de Retorno	TIR
7	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos	INEC
8	Consejo Nacional Electoral	CNE
9	Banco Ecuatoriano de la Vivienda	BEV
10	Coop. Ahorro y Crédito Mujeres Unidas	CACMU
11	Corporación de Fomento del Norte	CORFONOR
12	Fondo de Desarrollo Microempresarial	FODEMI
13	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	IESS
14	Valor actual de flujos de efectivo	VAFE
15	Punto de equilibrio	PE
16	Costos fijos	CF
17	Costos variables	CV
18	Ingresos	Y
19	Relación Beneficio – Costo	RBC
20	Tiempo de recuperación de la inversión	TRI
21	Banco de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	BIESS
22	Universidad Técnica del Norte	UTN
23	Banco Central del Ecuador	BCE
24	Costo de capital	CK
25	Ley de Régimen Tributario Interno	LRTI

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

El desarrollo económico de los pueblos ha sido posible gracias a la actividad de las instituciones financieras, mismas que en el transcurso de los años, han agilizado el movimiento económico, mediante la utilización de los créditos que a muchas personas les ha permitido acceder a un bien o servicio que normalmente les sería muy difícil obtener con dinero propio.

El crédito en sí, es un servicio prestado por las instituciones financieras, destinado a satisfacer necesidades de sus clientes; por este servicio cobra un valor llamado interés, mismo que en ocasiones es moderado y fácil de pagar, pero en otras las instituciones financieras no sólo cobran el interés, sino también comisiones, gastos administrativos, seguros, entre otros, que en suma pueden hasta duplicar el valor recibido por los clientes.

Según datos registrados por el Consejo Nacional Electoral, en el Cantón Ibarra existen 130.548 habitantes que se encuentran entre los 18 y 66 años, quienes pueden realizar contratos con instituciones financieras. Por obvias razones muchas personas prefieren evitar el endeudarse, pero las necesidades los van a llevar a hacerlo en algún momento de sus vidas. En este trabajo se plantea la creación de una oficina de asesoramiento en créditos, cuya función principal será informar a las personas que requieran créditos, sobre las condiciones que manejan las instituciones del mercado local, para que puedan tomar una decisión acertada.

Continuando con este estudio se describe la forma como surgieron las instituciones financieras, y como se fueron posicionando en el tiempo moderno.

“Los bancos surgieron en la edad media, cuando familias e instituciones bancarias comenzaron a proporcionar préstamos y transferencias de fondos sobre la base del oro y objetos de valor depositados en ellos. La familia Médici, una de las más importantes familias medievales, creó su inmensa fortuna, poder y prestigio sobre sus actividades bancarias y prestamistas.

Muchas de las funciones de los bancos, como la de custodiar fondos, prestar dinero y garantizar préstamos, así como el cambio de monedas, pueden rastrearse hasta la antigüedad. Durante la edad media, los caballeros templarios, miembros de una orden militar y religiosa, no sólo almacenaban bienes de gran valor sino que también se encargaban de transportar dinero de un país a otro. Las grandes familias de banqueros del renacimiento, como los Médici de Florencia prestaban dinero y financiaban parte del comercio internacional. Microsoft Encarta 2009 Biblioteca Premium

A partir de esta época, las operaciones de crédito han ido creciendo y desarrollando de forma más ágil, debido a las oportunidades que prestan actualmente los equipos de cómputo que permiten almacenar una gran cantidad de información en forma inmediata y al internet que nos permite realizar operaciones con personas que se encuentran en cualquier lugar del mundo. Las instituciones financieras se han beneficiado inmensamente de esta tecnología para crecer, algunas proporcionando un servicio óptimo al Cliente, y otras buscando mayores réditos para seguir creciendo.

Justificación

La sociedad se mueve en torno al crecimiento económico, como se señaló anteriormente, los banqueros son un grupo privilegiado que, por el hecho de conceder créditos obtienen unos réditos significativos, mismos que les permiten llevar un nivel de vida muy elevado. Mientras la

población que solicita un crédito para cubrir una necesidad, tendrá que pagar dicho crédito, más los intereses, comisiones y varios cargos más que aparecen al momento de cancelar los mismos. Si bien es cierto, hay instituciones que cobran sólo lo que el cliente firma; hay otras que trabajan de manera diferente, por eso se ha creado últimamente el Código de Derechos del Usuario Financiero, al cual pueden acudir las personas que se consideren perjudicadas por el sistema financiero.

La importancia del crédito ha aumentado en los últimos años, a medida que se van realizando más transacciones mediante operaciones de crédito y cada vez menos con dinero en efectivo. Los adelantos en las técnicas informáticas han favorecido la utilización de tarjetas de crédito y de débito, al mismo tiempo que crecen las operaciones comerciales entre empresas utilizando instrumentos crediticios.

Si los créditos crecen y se modernizan, se convierten en una actividad que mueve a un país, entonces es importante su estudio y análisis que permita saber cuáles son las mejores oportunidades de crédito a las que una persona puede acceder, en las condiciones más favorables y que le permitan un crecimiento económico y no un endeudamiento continuo.

Cuando una persona requiere dinero acude a una institución financiera para solicitar un crédito, el mismo que cubrirá una necesidad a cambio de un interés; esta persona, en ciertos casos no es bien informada sobre las condiciones del crédito, y puede terminar pagando cantidades elevadas por la utilización de ese dinero.

Si se pone a consideración del Público una Oficina de Asesoramiento en Créditos con información actual sobre el sistema financiero de la Ciudad de Ibarra, se prestará un servicio útil para la economía de las familias.

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Oficina de Asesoramiento en Créditos, en el sector urbano del Cantón Ibarra.

Objetivos específicos

- Establecer un Diagnóstico Situacional sobre la realidad económica y social de los ciudadanos del Cantón Ibarra.
- Estructurar el marco teórico mediante la investigación documental del tema, que permita conocer al ámbito de aplicación de este estudio.
- Realizar un Estudio de Mercado, que permita minimizar el riesgo al momento de realizar una inversión y a la vez posibilite contar con información apropiada para tomar decisiones importantes.
- Elaborar el Estudio Técnico sobre las características que deberá reunir el proyecto, para que entre en funcionamiento.
- Realizar la Evaluación Financiera que muestre los indicadores financieros útiles para medir la creación y el desarrollo del proyecto.
- Determinar la Propuesta Estratégica, que permita el posicionamiento en el mercado del Cantón Ibarra.
- Establecer los principales impactos sociales, económicos, tecnológicos, educativos y comerciales de esta investigación y su posterior utilización.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El diagnóstico situacional, está dirigido a reunir información, con la finalidad de conocer la realidad económica y social de los ciudadanos del Cantón Ibarra; para lo cual se utilizarán datos obtenidos en censos, encuestas, libros, revistas, catálogos, internet, instituciones públicas, instituciones privadas, entre otros. Con el objetivo de verificar si el proyecto planteado es viable y factible de realizar.

Se procedió a recopilar información, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos; para el efecto, se levantaron 383 encuestas a los habitantes que fluctúan entre los 18 y 66 años de edad, en todos los sectores del Cantón Ibarra, de acuerdo al número de pobladores en los mismos. Luego, se realizó la tabulación para obtener los resultados, que permitan efectuar un análisis; donde, se precisó la necesidad, de que exista una oficina de asesoramiento en créditos *independiente* de las instituciones financieras.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 General

Realizar un diagnóstico situacional externo, para establecer posibles Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del entorno.

1.2.2 Específicos

- Determinar la Normativa Legal vigente que rige a las instituciones del sistema financiero, así como a sus usuarios.
- Entender la situación económica y social del Cantón Ibarra.
- Conocer sobre la calidad de vida de los ciudadanos del sector.
- Establecer la capacidad de endeudamiento de la población.
- Investigar sobre la calidad del servicio que prestan las instituciones del sistema financiero.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Normativa Legal
- Situación socio – económica
- Calidad de vida
- Capacidad de endeudamiento
- Calidad del servicio de las instituciones financieras

1.4 INDICADORES O SUB – ASPECTOS

1.4.1 Normativa Legal

- Codificación de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero
- Reglamento a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero

- Código de Derechos del usuario financiero

1.4.2 Situación socio – económica

- Ingresos económicos
- Egresos económicos
- Situación laboral

1.4.3 Calidad de vida

- Salud
- Educación
- Ocupación

1.4.4 Capacidad de endeudamiento

- Alta
- Mediana
- Baja

1.4.5 Calidad del servicio de las instituciones financieras

- Eficiente
- Regular
- Deficiente

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la Normativa Legal vigente que rige a las instituciones del sistema financiero, así como a sus usuarios.	Normativa Legal	Codificación de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero. Reglamento a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. Código de Derechos del usuario financiero.	documental documental documental	Superintendencia de Bancos y Seguros. Superintendencia de Bancos y Seguros.
Entender la situación económica y social del Cantón Ibarra.	Situación socio – económica	Ingresos económicos Egresos económicos Situación laboral	encuesta encuesta encuesta	Público Público Público
Conocer sobre la calidad de vida de los ciudadanos del sector.	Calidad de vida	Salud Educación Ocupación	encuesta encuesta encuesta	Público Público Público
Establecer la capacidad de endeudamiento de la población	Capacidad de endeudamiento	Alta Mediana Baja	encuesta encuesta encuesta	Público Público Público
Investigar sobre la calidad del servicio que prestan las instituciones del sistema financiero.	Calidad del servicio de las instituciones financieras	Eficiente Regular Deficiente	encuesta encuesta encuesta	Público Público Público

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1 Población o universo

Para calcular el Universo del presente estudio, se toma en cuenta el número de ciudadanos que se encuentran registrados como votantes en el Consejo Nacional Electoral del 5 de Febrero del 2.009 que es de 135.409 habitantes del Cantón Ibarra. A este grupo le restamos el 3.59 % de individuos que hasta la fecha no han cumplido 18 años según una proyección basada en información estadística del INEC censo de población por grandes grupos de edad del año 2.001.

Tabla Nº. 1

MARCO MUESTRAL O UNIVERSO		
Habitantes	Porcentaje	Observación
135.409	100,00%	Datos Según CNE
-4.861	-3,59%	Habitantes de 17 años
130.548	96,41%	Habitantes de 18 a 66 años

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Elaborado por: Autoras

Por lo tanto para este trabajo, el universo a utilizar será de **130.548** habitantes.

1.6.2 Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra, se utiliza la siguiente fórmula estadística, que aplicada a la población de 130.548 habitantes, da como resultado un total de 383 encuestas a ser levantadas en el Cantón Ibarra.

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{(e)^2 (N-1) + z^2 \delta^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25) 130.548}{(0.05)^2 (130.548-1) + (1.96)^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{3,8416 (0.25) 130.548}{326,37 + 0,9604}$$

$$n = \frac{125.378,30}{327,33}$$

$$n = \boxed{383}$$

De donde:

N = Población	130.548 Habitantes
e = error	5 %
z = nivel de confianza	95%
δ^2 = varianza	0.25
n = muestra	383 Habitantes

1.6.3 Información Primaria

La recolección de la información primaria se realizó a través de las encuestas, mismas que permitieron identificar el número de encuestas que deberán ser levantadas en el sector rural como son: 88 equivalentes a un 22.98%; y en el sector urbano 295 encuestas equivalentes a un 77.02% del total de las encuestas indispensables para el estudio de factibilidad.

Tabla Nº. 2

PARROQUIAS RURALES Y URBANAS			
PARROQUIA	No. Encuestas a aplicar	ZONA	
Ambuqui/Chota	12	R	Nº. 88 22.98% Zona Rural
Angochagua	10	R	
Carolina/Guallupi	7	R	
La Esperanza	16	R	
Lita	6	R	
Salinas	4	R	
San Antonio	33	R	

Caranqui	30	U	Nº. 295 77.02% Zona Urbana
Guayaquil de Alpachaca	19	U	
Sagrario	124	U	
San Francisco	118	U	
La Dolorosa del Priorato	4	U	
TOTAL	383		383

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Elaborado por: Autoras

1.6.4 Información Secundaria

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa del Priorato; y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, con una superficie total de 1.162,22 km².

Tabla Nº. 3

DISTRIBUTIVO DEL REGISTRO ELECTORAL ACTUALIZADO AL 5 DE FEBRERO 2009 CIUDADANOS DEL CANTÓN IBARRA							
Incluye: Ciudadanos que cumplen 16 años al 26 de abril del 2.009							
PARROQUIA	U/R	ZONA	TOTAL	Hombres	Mujeres	% de la Poblac.	No. Enc.
Ambuqui/Chota	R	Ambuqui/Chota	2834	1505	1329	2.09%	8
Ambuqui/Chota	R	Juncal	397	169	228	0.29%	1
Ambuqui/Chota	R	Chota	251	103	148	0.19%	1
Ambuqui/Chota	R	Carpuela	466	213	253	0.34%	1
Ambuqui/Chota	R	Chaupi Guarangui	150	65	85	0.11%	0
Ambuqui/Chota	R	San Clemente	96	47	49	0.07%	0
Angochagua	R	Angochagua	2825	1382	1443	2.09%	8
Angochagua	R	Zuleta	524	242	282	0.39%	1
Angochagua	R	La Merced	296	133	163	0.22%	1
Carolina/Guallupi	R	Carolina/Guallupi	2264	1260	1004	1.67%	6
Carolina/Guallupi	R	Cuajara	188	92	96	0.14%	1
La Esperanza	R		5729	2766	2963	4.23%	16
Lita	R		2238	1262	976	1.65%	6
Salinas	R		1337	669	668	0.99%	4

San Antonio	R	San Antonio	10011	4866	5145	7.39%	28
San Antonio	R	Tanguarín	827	394	433	0.61%	2
San Antonio	R	Santo Domingo	515	221	294	0.38%	1
San Antonio	R	La Compañía	149	70	79	0.11%	0
San Antonio	R	Los Soles	298	134	164	0.22%	1
Caranqui	U		10582	5063	5519	7.81%	30
Guayaquil Alpachaca	U		6803	3174	3629	5.02%	19
Sagrario	U	Sagrario	43361	20867	22494	32.02%	123
Sagrario	U	Manzano Guarangui	127	58	69	0.09%	0
San Francisco	U		41855	19988	21867	30.91%	118
La Dolorosa Priorato	U		1286	628	658	0.95%	4
TOTALES			135409	65371	70038	100%	383
			100.00%	48.28%	51.72%		

Fuente: Consejo Nacional Electoral

Elaborado por: Autoras

1.7 TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En este punto, se utilizó un programa conocido, con el que se ha trabajado durante años; este programa es Microsoft Excel. Una vez elaborada la Hoja de cálculo para esta tabulación, el ingreso de información fue ordenado y rápido. Es más difícil y lleva más tiempo levantar las encuestas, que ingresarlas en un programa en el que ya se ha trabajado. Con los resultados de la información ya ordenados, se realizaron los gráficos que permitieron un análisis concreto.

1.7.1 Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Ibarra

Pregunta N°. 1.- Ha realizado Ud. un crédito?

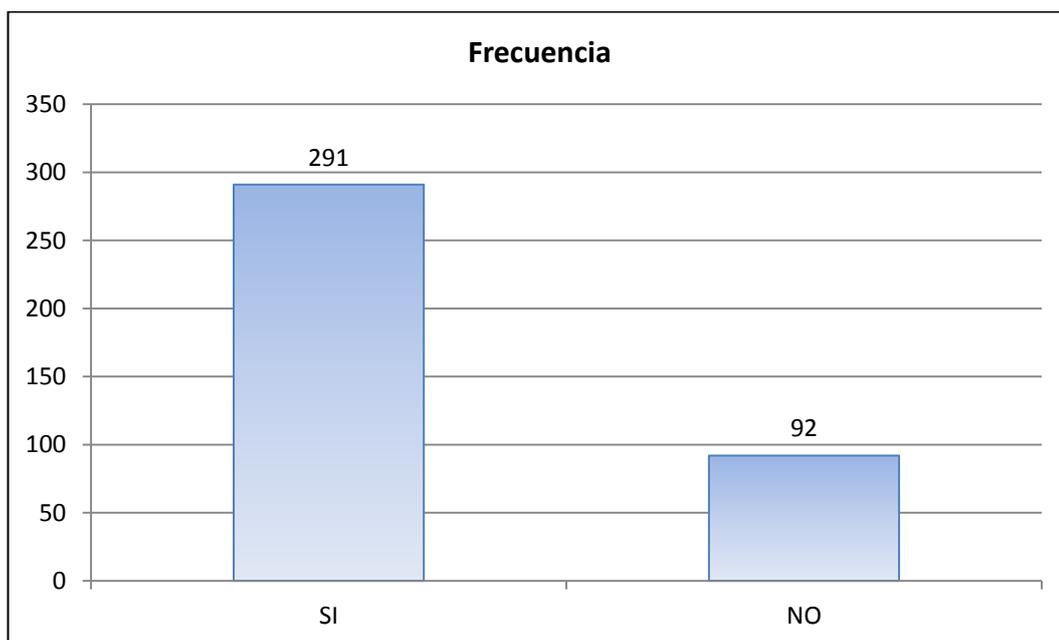
Tabla N°. 4

UTILIZACIÓN DE CRÉDITOS		
Variable	Frecuencia	%
SI	291	75,98%
NO	92	24,02%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 1.- Utilización de créditos



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: Esta información muestra que el 75,98% de los encuestados si han realizado un crédito. Dándole a este proyecto un marco muy amplio de trabajo; debido a que la población que está en la posibilidad de realizar créditos en nuestro Cantón es de 130.548 habitantes, es decir son personas que se encuentran entre 18 a 65 años de edad según el distributivo del Registro Electoral actualizado al 5 de Febrero del 2.009.

Pregunta N°. 2.- En qué institución financiera?

Antes de indicar los resultados de esta pregunta, se muestra un listado de las Instituciones del Sistema Financiero que prestan sus servicios en el Cantón Ibarra:

Listado de Instituciones Financieras del Cantón Ibarra e Institutos

- 1 Banco Bolivariano
- 2 Banco Capital
- 3 Banco Central del Ecuador

- 4 Banco Centromundo
- 5 Banco de Guayaquil S.A.
- 6 Banco del Austro S. A.
- 7 Banco del Pacífico
- 8 Banco FINCA
- 9 Banco Internacional S. A.
- 10 Banco MM Jaramillo Arteaga S. A.
- 11 Banco Nacional de Fomento
- 12 Banco Pichincha C. A.
- 13 Banco Procredit S. A.
- 14 Banco Produbanco
- 15 Banco Promérica S. A.
- 16 Banco Solidario
- 17 Banco Sudamericano S. A.
- 18 Banco Universal S. A. Unibanco
- 19 Banco Ecuatoriano de la Vivienda
- 20 Coop. A. y C. 3 de Junio del Col. Fiscal José María Velasco Ibarra
- 21 Coop. A. y C. Desarrollo de los Pueblos CODESARROLLO
- 22 Cooperativa de Ahorro y Crédito Artesanos Ltda.
- 23 Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui Ltda.
- 24 Cooperativa de Ahorro y Crédito Bola Amarilla
- 25 Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio de Ibarra
- 26 Cooperativa de Ahorro y Crédito Chirihuasi Ltda.
- 27 Cooperativa de Ahorro y Crédito Ciudad de Ibarra
- 28 Cooperativa de Ahorro y Crédito Cofem Ltda.
- 29 Coop. A. y C. Comerciantes Minoristas Amazonas Ltda.
- 30 Coop. A. y C. de Maestros Asociados de Imbabura Ltda.
- 31 Cooperativa de Ahorro y Crédito Escencia Indígena
- 32 Cooperativa de Ahorro y Crédito Mujeres Unidas CACMU
- 33 Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega Ltda.
- 34 Cooperativa de Ahorro y Crédito Pilahuín Tio Ltda.
- 35 Cooperativa de Ahorro y Crédito Policía Nacional Ltda.
- 36 Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinerita
- 37 Cooperativa de Ahorro y Crédito Sn. Antonio Ltda.
- 38 Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Yuyay Ltda.
- 39 Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda.

- 40 Cooperativa de Ahorro y Crédito Unión Cochapamba Ltda.
- 41 Cooperativa de Ahorro y Crédito Unión y Progreso
- 42 Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de octubre Ltda.
- 43 Cooperativa de Ahorro y Crédito Zuleta Ltda.
- 44 Corporación de Fomento del Norte CORFONOR
- 45 Corporación Financiera Nacional CFN
- 46 Fondo de Desarrollo Microempresarial FODEMI
- 47 Mutualista Imbabura
- 48 Mutualista Pichincha
- 49 Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas IECE
- 50 Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social BIESS
- 50 PROINCO Sociedad Financiera S. A.

Para responder a la pregunta: En qué Institución Financiera realizó el crédito?, utilizamos la información de las instituciones que han obtenido mayor acogida en el mercado.

Tabla Nº. 5

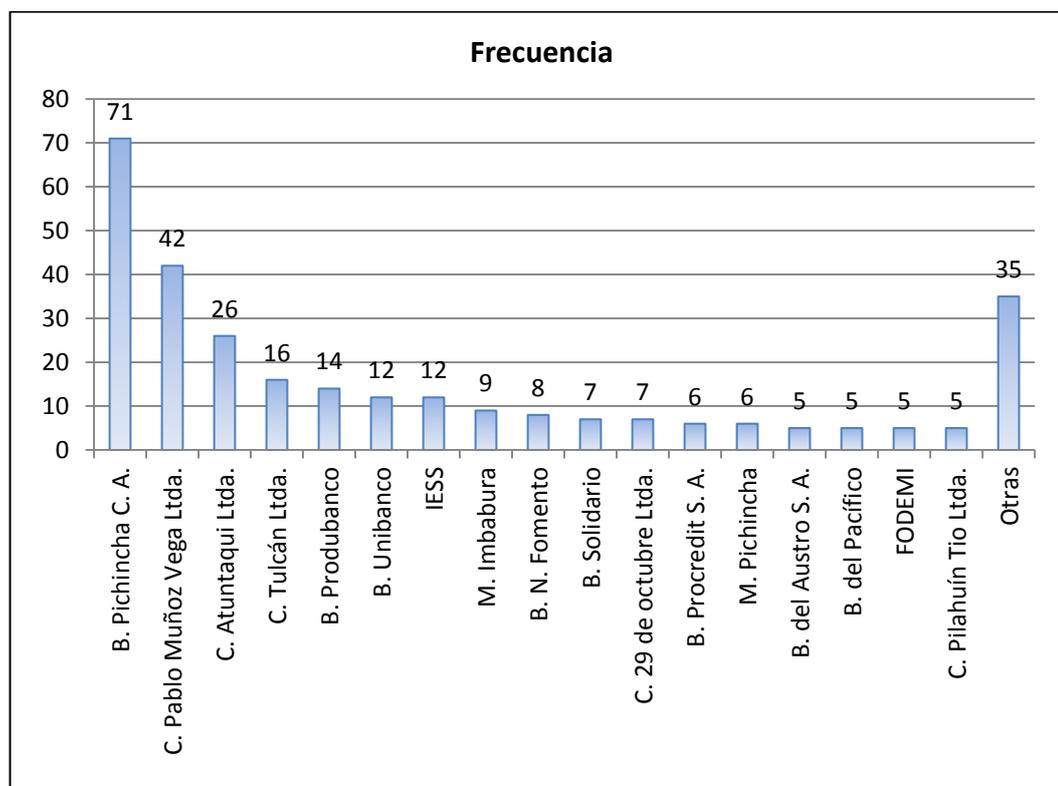
INSTITUCIONES FINANCIERAS CON MAYOR DEMANDA		
Variable	Frecuencia	%
B. Pichincha C. A.	71	24,40%
C. Pablo Muñoz Vega Ltda.	42	14,43%
C. Atuntaqui Ltda.	26	8,93%
C. Tulcán Ltda.	16	5,50%
B. Produbanco	14	4,81%
B. Unibanco	12	4,12%
IESS	12	4,12%
M. Imbabura	9	3,09%
B. N. Fomento	8	2,75%
B. Solidario	7	2,41%
C. 29 de octubre Ltda.	7	2,41%
B. Procredit S. A.	6	2,06%
M. Pichincha	6	2,06%
B. del Austro S. A.	5	1,72%

B. del Pacífico	5	1,72%
FODEMI	5	1,72%
C. Pilahuín Tio Ltda.	5	1,72%
Otras	35	12,03%
Total	291	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 2.- Instituciones financieras con mayor demanda.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: Por la información recopilada, se puede dar cuenta que hay una gran cantidad de instituciones financieras en el Cantón Ibarra, de ellas, las que mayor clientela tienen son: Banco Pichincha con un 24,40%, Cooperativa Pablo Muñoz Vega con un 14,43% y Cooperativa Atuntaqui con un 8,43%; el resto de clientes crediticios se distribuyen entre cerca de 48 instituciones restantes que prestan servicios financieros en el Cantón Ibarra.

Pregunta N°. 3.- Por qué se decidió en realizar el crédito en esa institución?

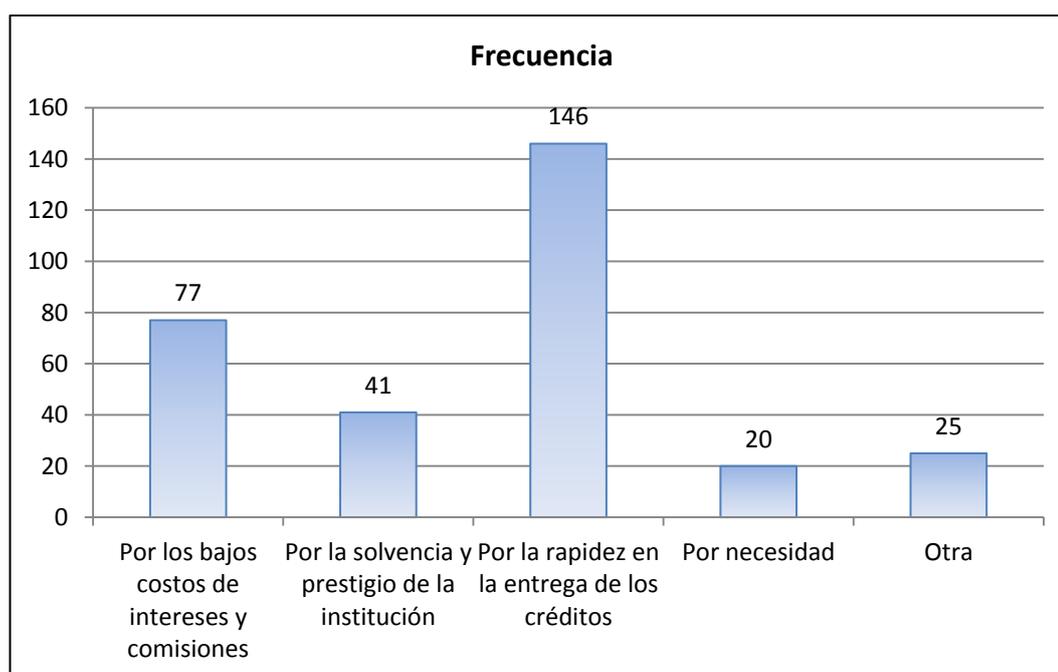
Tabla N°. 6

MOTIVOS PARA ELEGIR UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA		
Variable	Frecuencia	%
Por los bajos costos de intereses y comisiones	77	24,92%
Por la solvencia y prestigio de la institución	41	13,27%
Por la rapidez en la entrega de los créditos	146	47,25%
Por necesidad	20	6,47%
Otra	25	8,09%
Total	309	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 3.- Motivos para elegir una institución financiera.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: En este punto se observa, que la principal causa por la cual las personas deciden realizar un crédito en determinada institución, es por la rapidez en la entrega de los créditos. Sin tomar en cuenta que en la mayoría de las situaciones, esa rapidez conlleva a un costo más alto por la obtención de los mismos; ya que no se preocupan por averiguar cuánto es lo que van a tener que pagar al final de cuentas.

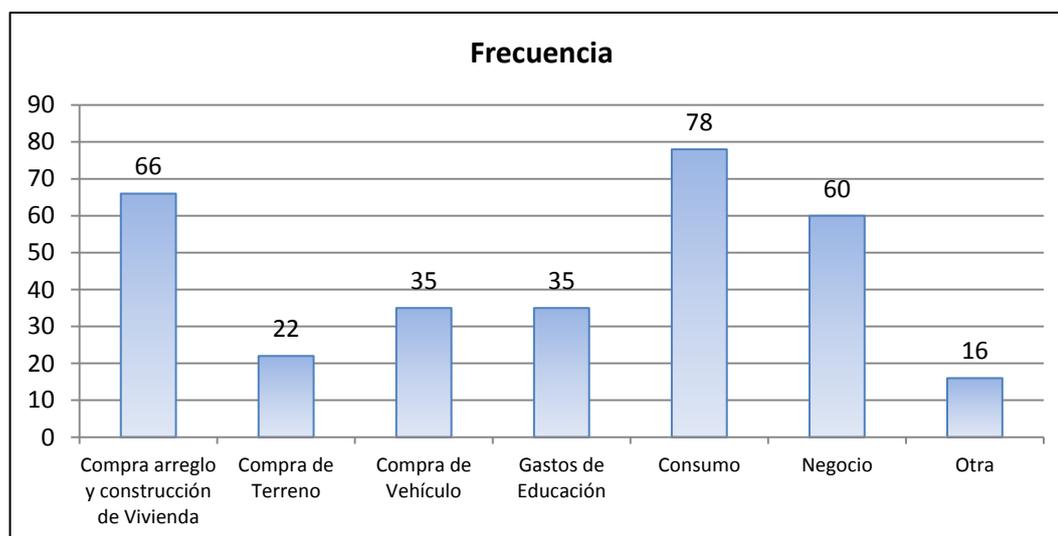
Pregunta N°. 4.- Usted realizó el crédito para:

Tabla N°. 7

RAZÓN PARA REALIZAR EL CRÉDITO		
Variable	Frecuencia	%
Compra arreglo y construcción de Vivienda	66	21,15%
Compra de Terreno	22	7,05%
Compra de Vehículo	35	11,22%
Gastos de Educación	35	11,22%
Consumo	78	25,00%
Negocio	60	19,23%
Otra	16	5,13%
Total	312	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 4.- Razón para realizar el crédito



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Análisis: Los rubros más importantes que se observa son: consumo 25%; compra, arreglo y construcción de vivienda 21,15%; negocio 19,23%. Con esta información se determina que el consumo, se ha vuelto una manera de crédito muy frecuente; y la gente se ha acostumbrado a endeudarse para cubrir necesidades cotidianas, por ello las instituciones financieras van ganando terreno y van creciendo más y más. Mientras que hay familias que viven endeudadas todo el tiempo, y que para cualquier compra utilizan el crédito como medio de pago, produciendo un encarecimiento de los bienes y servicios que requieren.

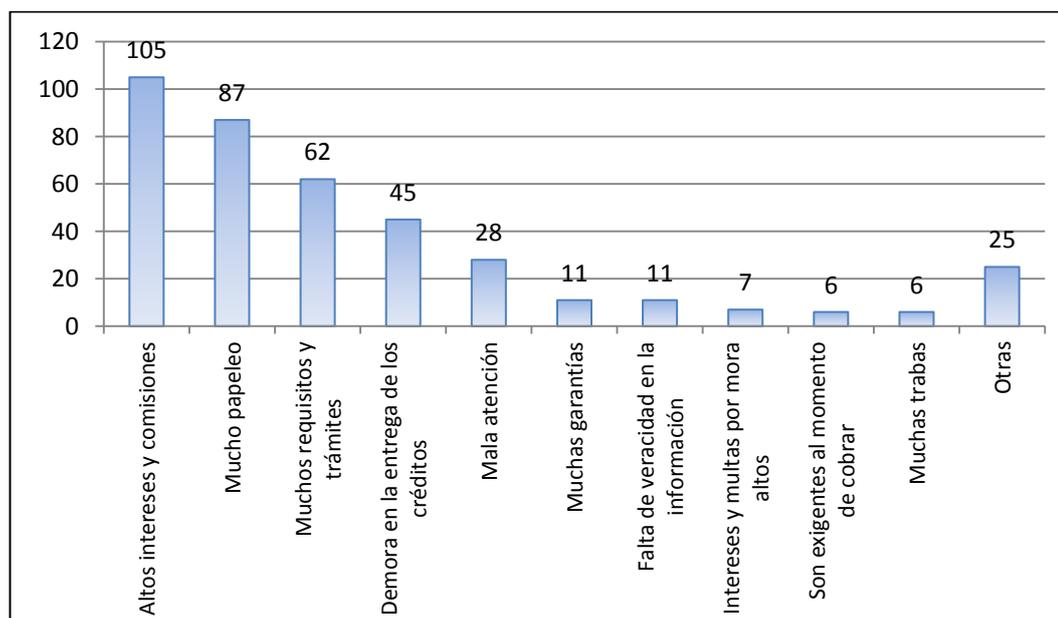
Pregunta N°. 5.- Qué le desagrada de las instituciones financieras?

Tabla N°. 8

CARACTERÍSTICAS QUE DESAGRADAN AL PÚBLICO, SOBRE LAS ENTIDADES DEL SISTEMA FINANCIERO.		
Variable	Frecuencia	%
Altos intereses y comisiones	105	26,72%
Mucho papeleo	87	22,14%
Muchos requisitos y trámites	62	15,78%
Demora en la entrega de los créditos	45	11,45%
Mala atención	28	7,12%
Muchas garantías	11	2,80%
Falta de veracidad en la información	11	2,80%
Intereses y multas por mora altos	7	1,78%
Son exigentes al momento de cobrar	6	1,53%
Muchas trabas	6	1,53%
Otras	25	6,36%
Total	393	100,00%

Fuente: Encuestas

Gráfico N°. 5.- Características



Análisis: A los clientes de créditos lo que mayormente les desagrada de las instituciones financieras son los altos intereses y las comisiones que cobran, sin embargo, al momento que necesitan dinero no están preocupados por los intereses altos, sino más bien están pendientes de que se les entregue el dinero con la mayor prontitud, sin tomar en cuenta cuánto van a tener que pagar en total por dicho crédito.

Pregunta N°. 6.- Sabe dónde obtener, los costos más bajos en los créditos?

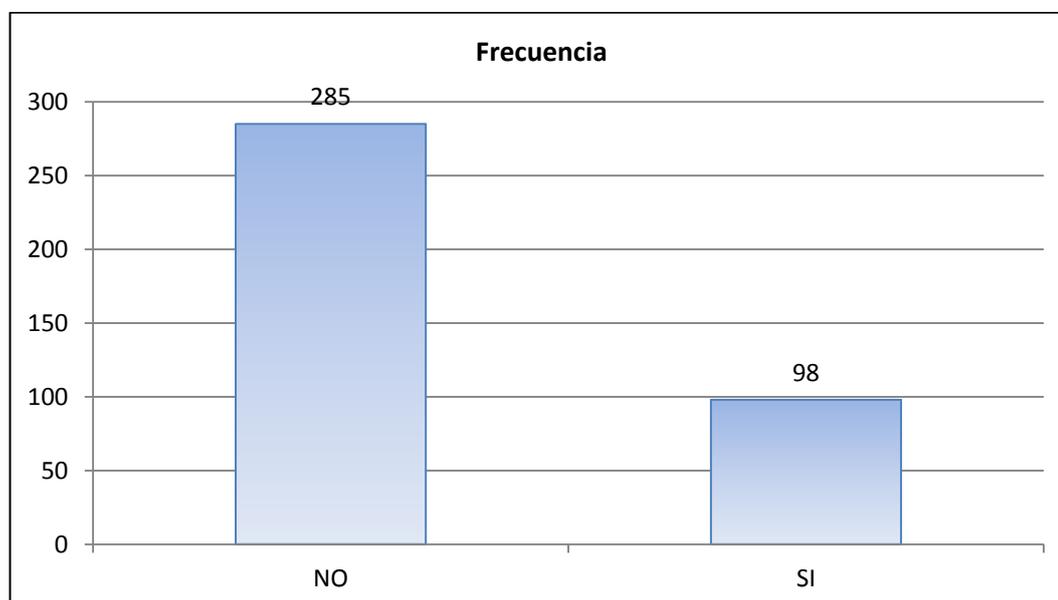
Tabla N°. 9

CONOCIMIENTO DE ENTIDADES CON CRÉDITOS BAJOS		
Variable	Frecuencia	%
NO	285	74,41%
SI	98	25,59%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 6.- Conocimiento de entidades con créditos bajos.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: Al no existir una entidad pública o privada, que realice un análisis comparativo sobre los costos que implica realizar un crédito en una u otra institución financiera, no hay un conocimiento veraz sobre cuáles son las instituciones que prestan un servicio de crédito a costos más bajos y que sean accesibles para el consumidor.

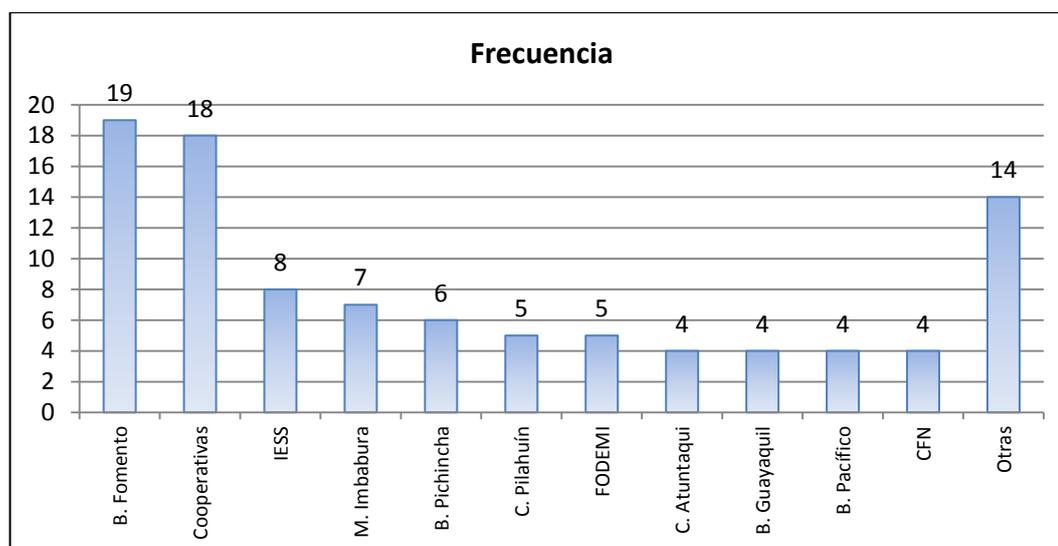
A criterio del público, se recopiló la información sobre las instituciones que prestan servicios financieros a costos más bajos en el Cantón Ibarra y se expone a continuación:

Tabla Nº. 10

INSTITUCIONES FINANCIERAS CON COSTOS BAJOS		
Variable	Frecuencia	%
B. Fomento	19	19,39%
Cooperativas	18	18,37%
IESS	8	8,16%
M. Imbabura	7	7,14%
B. Pichincha	6	6,12%
C. Pilahuín	5	5,10%
FODEMI	5	5,10%
C. Atuntaqui	4	4,08%
B. Guayaquil	4	4,08%
B. Pacífico	4	4,08%
CFN	4	4,08%
Otras	14	14,29%
Total	98	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Gráfico Nº. 7.- Instituciones Financieras con costos bajos



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Análisis: El Banco Nacional de Fomento encabeza la lista según el criterio de los usuarios de créditos como la institución financiera que brinda préstamos a costos bajos, pero lastimosamente, estos créditos requieren de mucho tiempo, demasiados trámites y los créditos no son entregados, para todo lo que la gente necesita, por lo tanto no es una opción para todos.

Pregunta N°. 7.- La información que le brindaron en la institución donde solicitó el crédito fue:

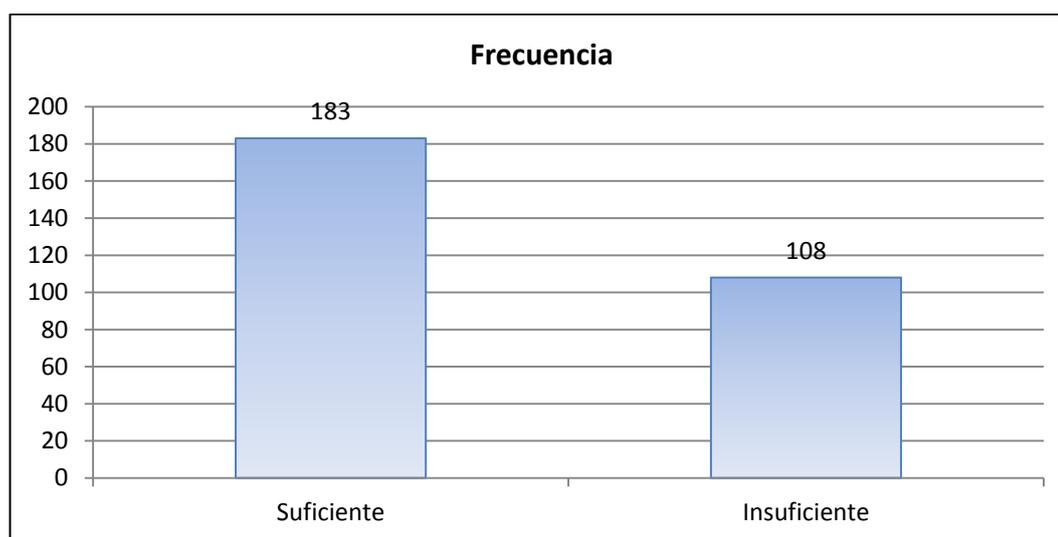
Tabla N°. 11

CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN CREDITICIA		
Variable	Frecuencia	%
Suficiente	183	62,89%
Insuficiente	108	37,11%
Total	291	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 8.- Características de la información crediticia.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: El Cantón Ibarra cuenta con una población que tiene la facultad de realizar créditos de 130.548 habitantes. De este grupo, el 75,98% **SI** realizan créditos, obtenemos un número de 99.190 habitantes; si a ellos les aplicamos el 37,11% (porcentaje de habitantes que consideran insuficiente la información) se estima que 36.809 personas del Cantón Ibarra consideran que la información proporcionada por las instituciones financieras es insuficiente.

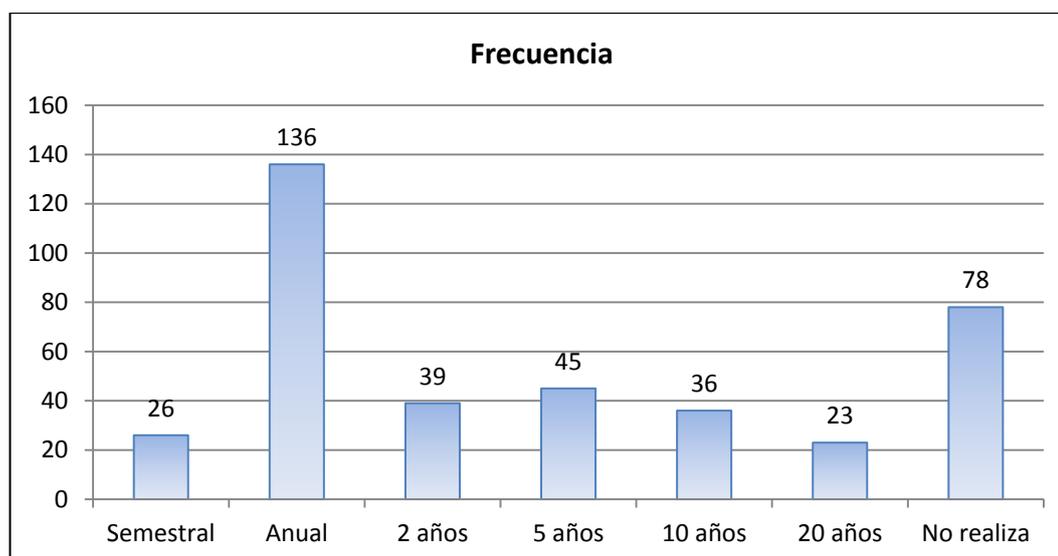
Pregunta N°. 8.- Con qué frecuencia requiere créditos?

Tabla N°. 12

FRECUENCIA PARA REALIZAR CRÉDITOS		
Variable	Frecuencia	%
Semestral	26	6,79%
Anual	136	35,51%
2 años	39	10,18%
5 años	45	11,75%
10 años	36	9,40%
20 años	23	6,01%
No realiza	78	20,37%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 9.- Frecuencia para realizar créditos



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Análisis: Un 35,51% de la población realiza créditos anualmente, son personas económicamente activas, que necesitan información crediticia veraz, para que puedan crecer económicamente y que no vayan a caer en un endeudamiento continuo por hacer malas elecciones en cuanto a las instituciones en las que solicitan los créditos. Es necesario medir la frecuencia con que las personas contraen obligaciones con instituciones del sistema financiero, para hacer proyecciones sobre cuándo podrían o no, utilizar el servicio de asesoría en créditos.

Pregunta N°. 9.- Se asesoraría antes de contraer una obligación importante con un Banco, Cooperativa, Mutualista o con el IESS?

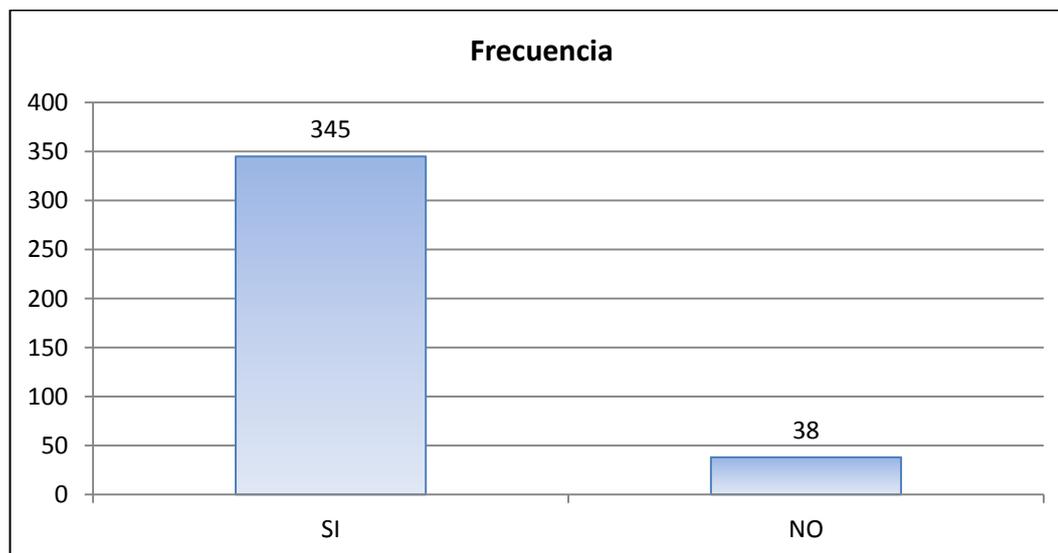
Tabla N°. 13

GRADO DE ACEPTACIÓN DEL ASESORAMIENTO (PÚBLICO)		
Variable	Frecuencia	%
SI	345	90,08%
NO	38	9,92%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 10.- Grado de aceptación del asesoramiento (público)



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: De la población encuestada se determina que la gran mayoría de las personas consideran muy importante asesorarse, antes de contraer una obligación importante.

Pero deben tener en cuenta, que la asesoría de los agentes de crédito de las instituciones financieras, va dirigida únicamente a obtener créditos para la institución donde ellos trabajan; por tanto una asesoría independiente de todas las instituciones financieras es más creíble que aquella que pertenece a fines institucionales.

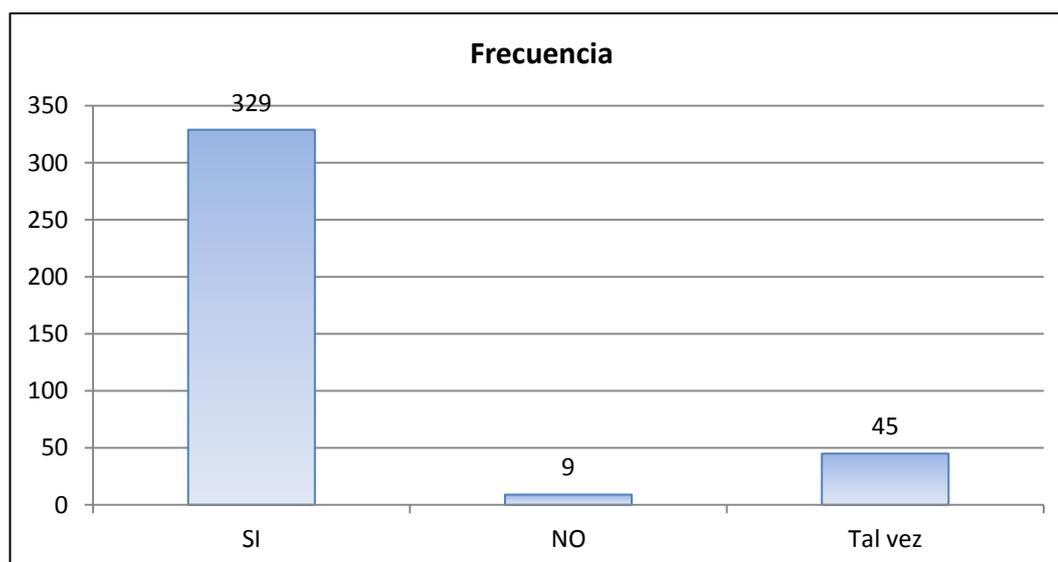
Pregunta N°. 10.- Estaría Usted de acuerdo con la creación de una oficina de asesoramiento en créditos?

Tabla N°. 14

GRADO DE ACEPTACIÓN PARA LA APERTURA DE UNA OFICINA DE ASESORAMIENTO EN CRÉDITOS		
Variable	Frecuencia	%
SI	329	85,90%
NO	9	2,35%
Tal vez	45	11,75%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 11.- Grado de aceptación para la apertura de una oficina de asesoramiento en créditos.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Análisis: Se puede determinar que el grado de aceptación por parte del público para que se abra una oficina de asesoramiento en créditos corresponde a un 85,9 % de los encuestados que están de acuerdo con esta iniciativa, y se debe, a la inconformidad que existe en el medio, sobre las condiciones de crédito que adoptan las diferentes instituciones financieras. Es un alto porcentaje de aceptación, que permitirá tomar decisiones sobre la apertura oportuna de esta oficina.

Pregunta N°. 11.- Utilizaría los servicios de esa oficina?

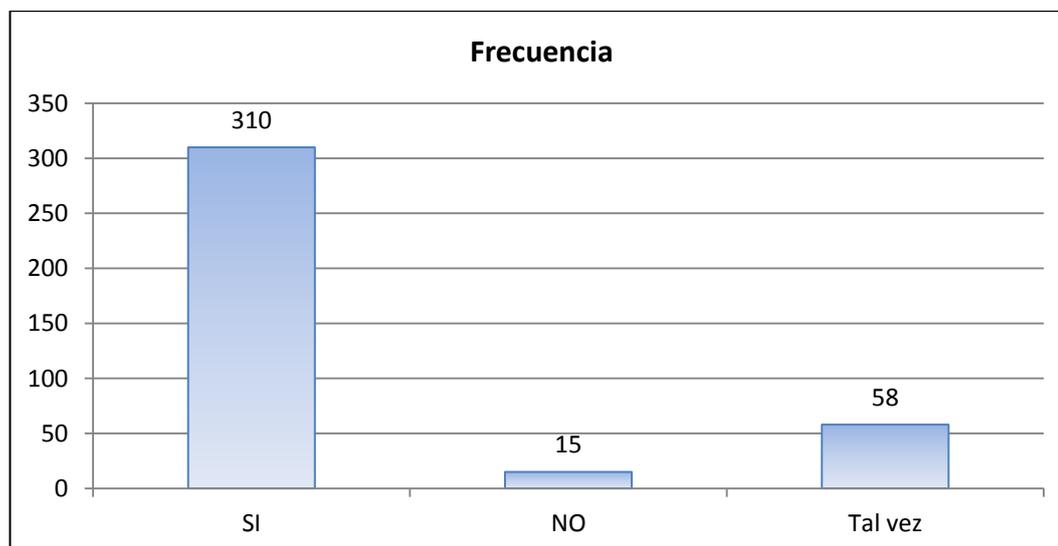
Tabla N°. 15

UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA OFICINA		
Variable	Frecuencia	%
SI	310	80,94%
NO	15	3,92%
Tal vez	58	15,14%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 12.- Utilización de los servicios de la oficina



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: Para medir el grado de aceptación del servicio que se va a brindar al público, se determina que, de el total de la población investigada, sea que hayan realizado un crédito o no, se obtuvo un 80,94% de respuestas positivas, que aplicado al grupo de personas que si realizan créditos actualmente en el Cantón (99.190), tendremos un total de 80.284 personas que serían clientes potenciales de nuestra oficina, en algún momento.

Pregunta N°. 12.- Con qué frecuencia utilizaría nuestro servicio?

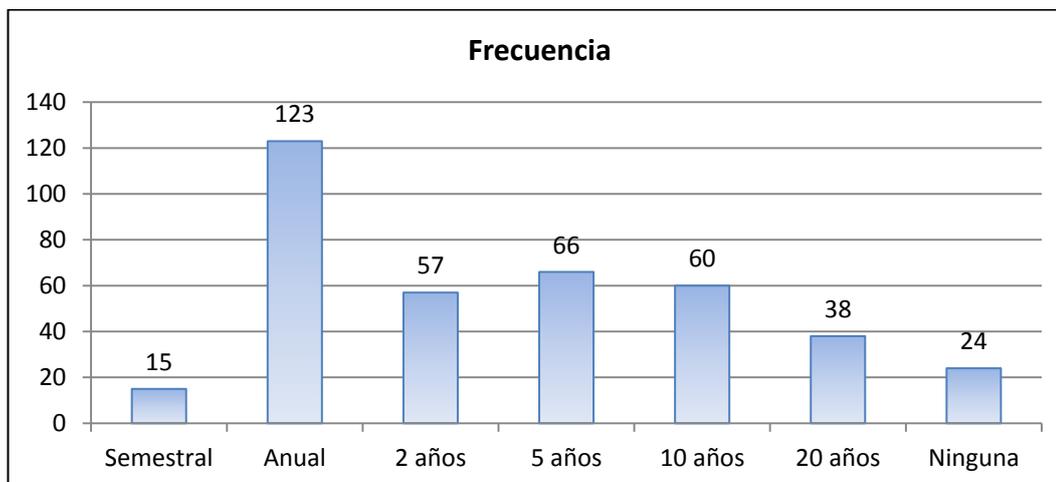
Tabla N°. 16

FRECUENCIA PARA LA UTILIZACIÓN DE NUESTRO SERVICIO		
Variable	Frecuencia	%
Semestral	15	3,92%
Anual	123	32,11%
2 años	57	14,88%
5 años	66	17,23%
10 años	60	15,67%
20 años	38	9,92%
Ninguna	24	6,27%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 13.- Frecuencia para la utilización de nuestro servicio.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: En referencia a la frecuencia con que las personas utilicen este servicio, se necesita analizar en conjunto todos los grupos, para obtener cuántos clientes se atenderán en un período determinado ya sea anual, trimestral o mensual según la necesidad de las mismas, es decir se realizan proyecciones de la clientela de acuerdo a los resultados de la investigación.

Pregunta N°. 13.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio?

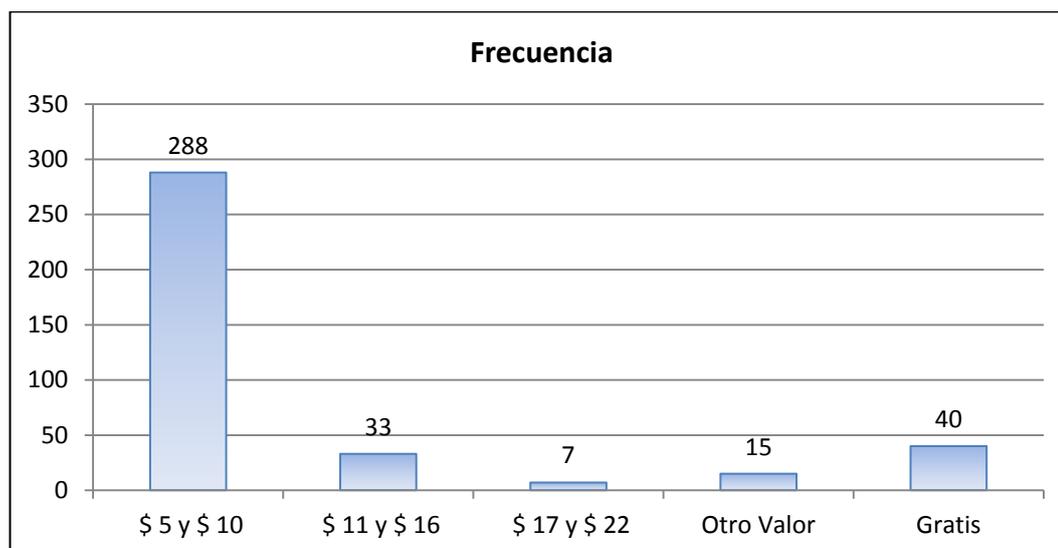
Tabla N°. 17

TARIFA POR EL SERVICIO		
Variable	Frecuencia	%
\$ 5 y \$ 10	288	75,20%
\$ 11 y \$ 16	33	8,62%
\$ 17 y \$ 22	7	1,83%
Otro Valor	15	3,92%
Gratis	40	10,44%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 14.- Tarifa por el servicio.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: El 75,20% de población investigada se inclinan por los valores más económicos; pero de eso mismo se trata el proyecto: de la economía de los hogares Ibarreños, así que acogeremos las respuestas de las personas encuestadas y aplicaremos una tarifa por el servicio de asesoría brindado a la colectividad de entre \$ 5 y \$ 10.

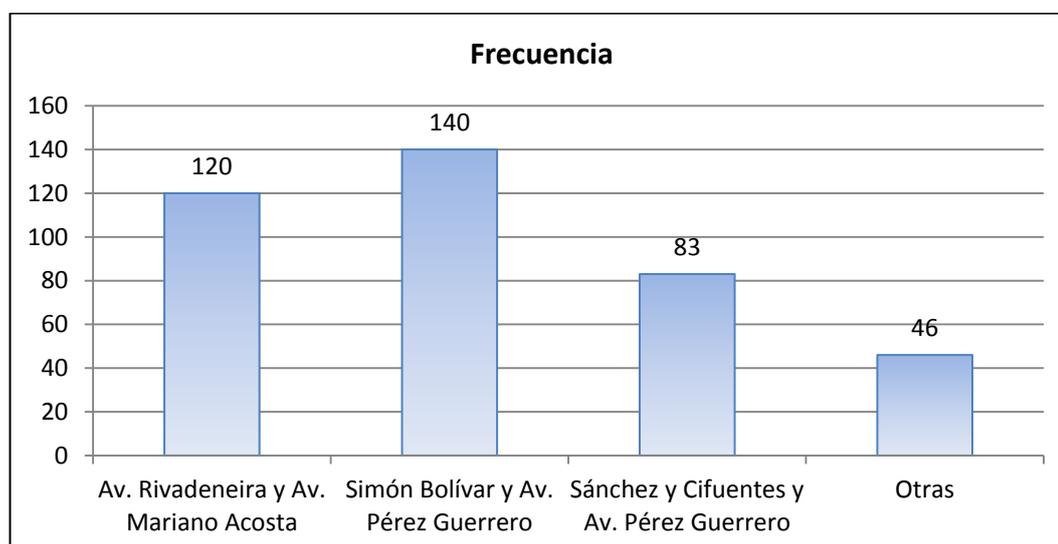
Pregunta N°. 14.- Dónde debería estar ubicada la oficina de asesoramiento?

Tabla N°. 18

UBICACIÓN DE LA OFICINA		
Variable	Frecuencia	%
Av. Rivadeneira y Av. Mariano Acosta	120	30,85%
Simón Bolívar y Av. Pérez Guerrero	140	35,99%
Sánchez y Cifuentes y Av. Pérez Guerrero	83	21,34%
Otras	46	11,83%
Total	389	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 15.- Ubicación de la oficina



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Análisis: El 35,99% de las personas investigadas coinciden que la ubicación que mayor acogida tiene es: Simón Bolívar y Av. Pérez Guerrero, la mayoría de personas estaban de acuerdo con la creación de esta oficina en el Centro de la Ciudad, lugar donde existe mayor cantidad de instituciones financieras y donde acuden, ciudadanos del Cantón Ibarra e incluso de la Provincia del Carchi para solicitar créditos. Ibarra se ha convertido en una Capital Financiera debido a la alta concentración de instituciones financieras que encontramos en ella.

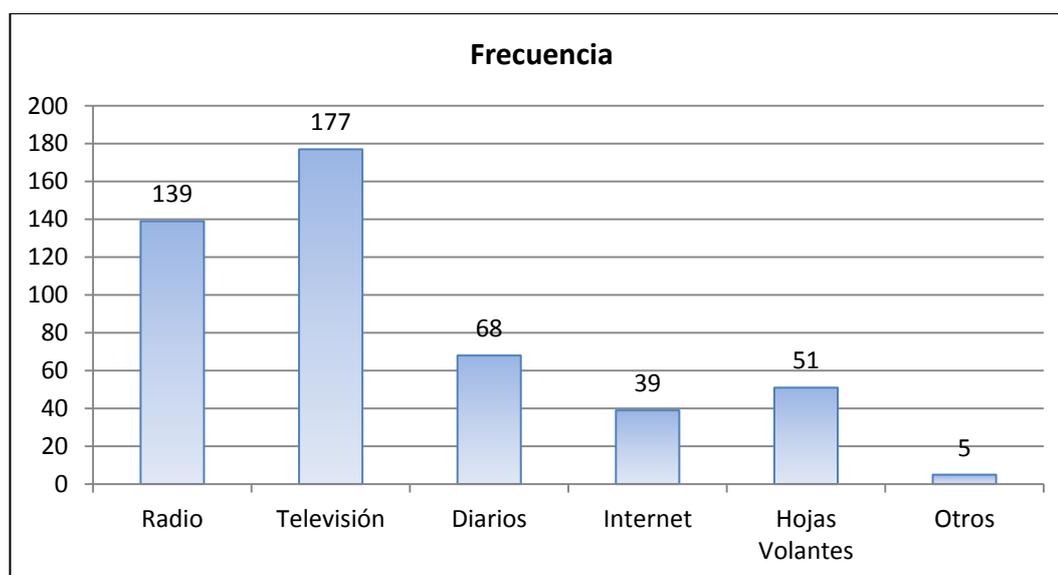
Pregunta N°. 15.- De los medios publicitarios, cuál considera usted, es el más influyente?

Tabla N°. 19

MEDIOS PUBLICITARIOS		
Variable	Frecuencia	%
Radio	139	29,02%
Televisión	177	36,95%
Diarios	68	14,20%
Internet	39	8,14%
Hojas Volantes	51	10,65%
Otros	5	1,04%
Total	479	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 16.- Medios publicitarios



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autoras

Análisis: Los medios publicitarios más aceptados por el público son la televisión y la radio, por lo tanto planificaremos una campaña publicitaria que priorice estos medios, que son muy importantes para la apertura de la oficina de asesoramiento en créditos. Pero, para llegar a todos los estratos sociales, se incluirá en la campaña a los diarios y a las hojas volantes, con el fin de llegar a toda la comunidad.

1.7.2 Datos técnicos

Dato técnico N°. 1.- Género

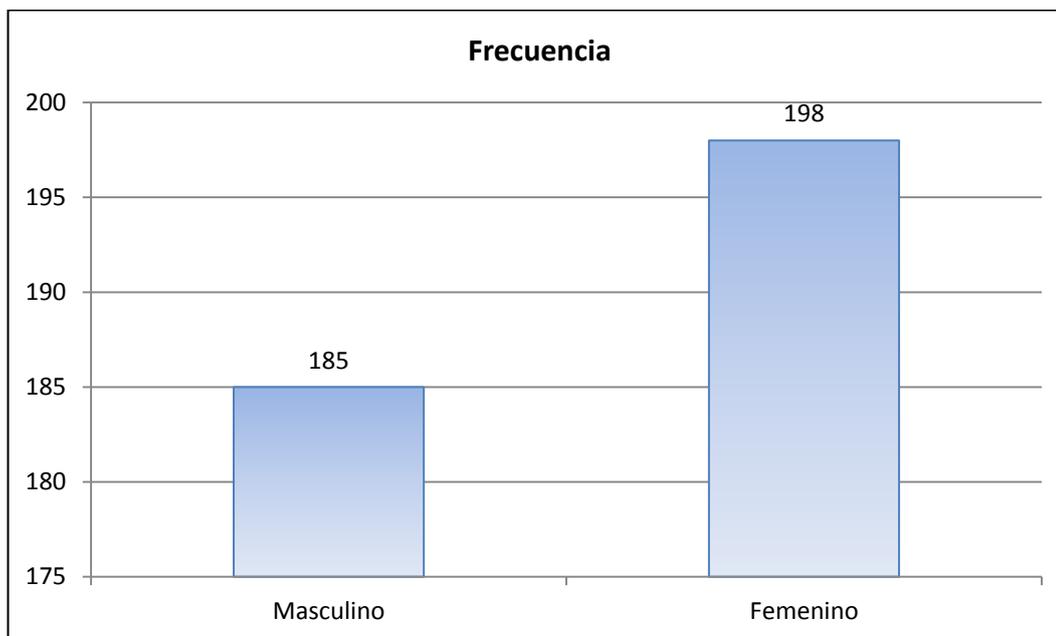
Tabla N°. 20

GÉNERO		
Variable	Frecuencia	%
Masculino	185	48,30%
Femenino	198	51,70%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 17.- Género



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: Según Información del distributivo del Registro Electoral actualizado al 5 de Febrero del 2.009, mismo que incluye ciudadanos que cumplen 16 años al 26 de Abril del 2.009. La distribución entre hombres y mujeres en el Cantón Ibarra es, en la relación de 48,3 % y 51,7% respectivamente. Se realizaron las encuestas tanto para hombres como para mujeres, de acuerdo a las cifras facilitadas por el Consejo Nacional Electoral.

Dato técnico N°. 2.- Edad

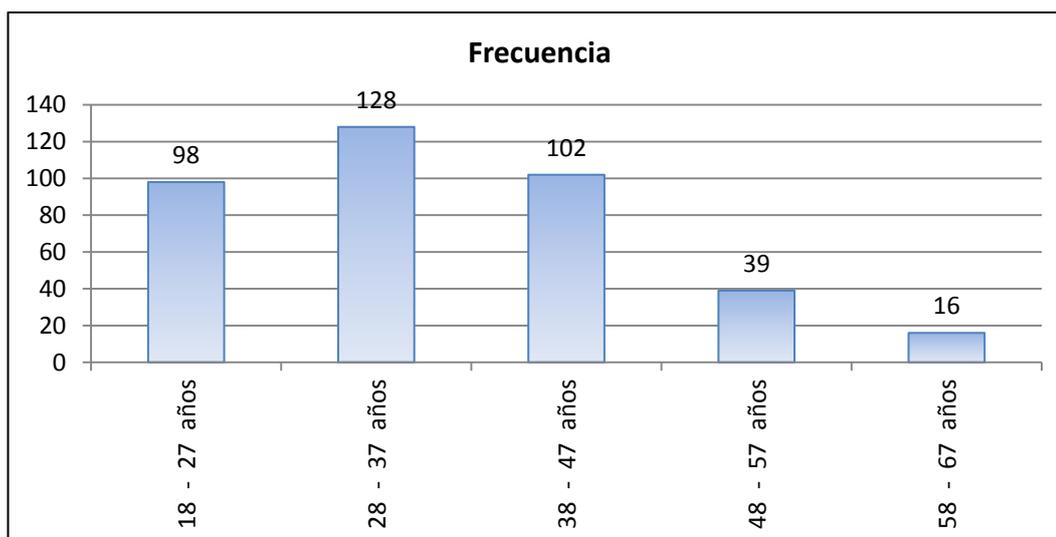
Tabla N°. 21

EDAD		
Variable	Frecuencia	%
18 - 27 años	98	25,59%
28 - 37 años	128	33,42%
38 - 47 años	102	26,63%
48 - 57 años	39	10,18%
58 - 67 años	16	4,18%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 18.- Edad



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: Las encuestas han sido aplicadas a todos los grupos de edades, especialmente, a los grupos económicamente más activos como son las personas que se encuentran entre las edades de 28 a 37 años.

La aceptación del proyecto ha sido definitiva, en todos los grupos de edades, así que la información levantada por las encuestas se puede proyectar para toda la población del Cantón.

Dato técnico N°. 3.- Nivel de Instrucción

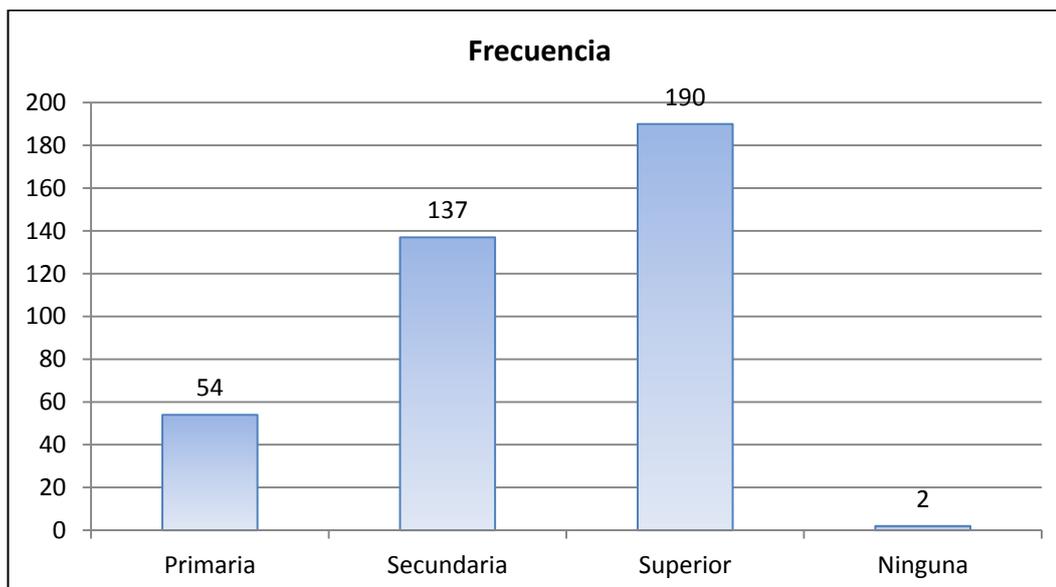
Tabla N°. 22

NIVEL DE INSTRUCCIÓN		
Variable	Frecuencia	%
Primaria	54	14,10%
Secundaria	137	35,77%
Superior	190	49,61%
Ninguna	2	0,52%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Tabla N°. 19.- Nivel de Instrucción



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: Los niveles de instrucción más significativos en esta investigación han sido: Secundaria y Superior; dando un indicativo, que en el Cantón Ibarra existe un nivel de instrucción considerable, por lo tanto las personas hacia las cuales se dirigieron las encuestas comprendieron el objetivo del presente proyecto, no con ello se dice que las personas que tienen un nivel de instrucción primaria o ninguno no comprendan.

Dato técnico N°. 4.- Ocupación

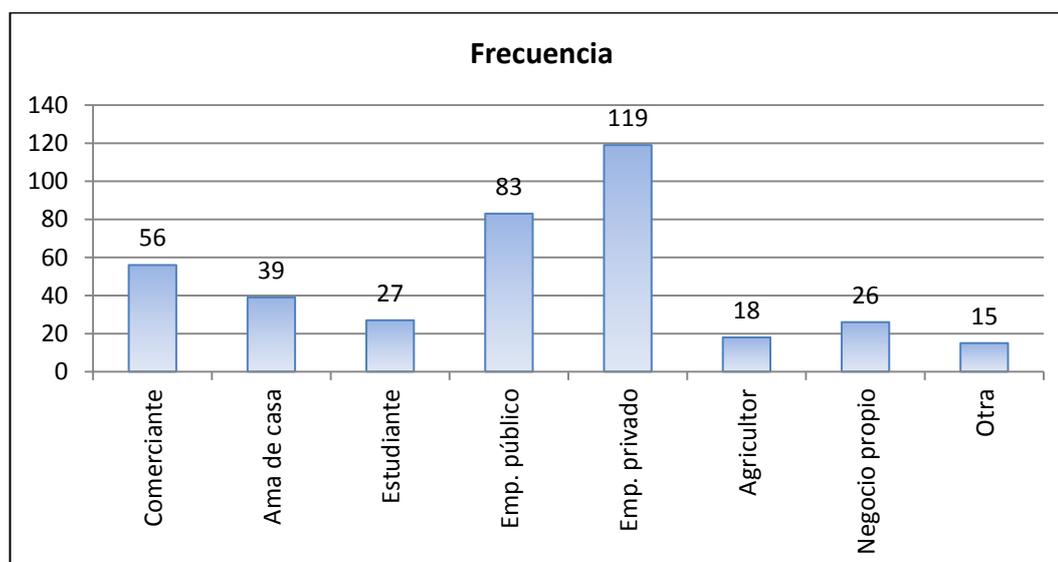
Tabla N°. 23

OCUPACIÓN		
Variable	Frecuencia	%
Comerciante	56	14,62%
Ama de casa	39	10,18%
Estudiante	27	7,05%
Empleado público	83	21,67%
Empleado privado	119	31,07%
Agricultor	18	4,70%
Negocio propio	26	6,79%
Otra	15	3,92%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 20.- Ocupación



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: La información recopilada muestra que el grupo más grande en el ámbito laboral pertenece al sector privado. Indicando que este sector es una fuente de empleo, más importante que los otros sectores. Además, del total de personas, la gran mayoría si tiene una actividad económica y por lo tanto pueden acceder al crédito cuando así lo requieran.

Dato técnico N°. 5.- Nivel de ingresos

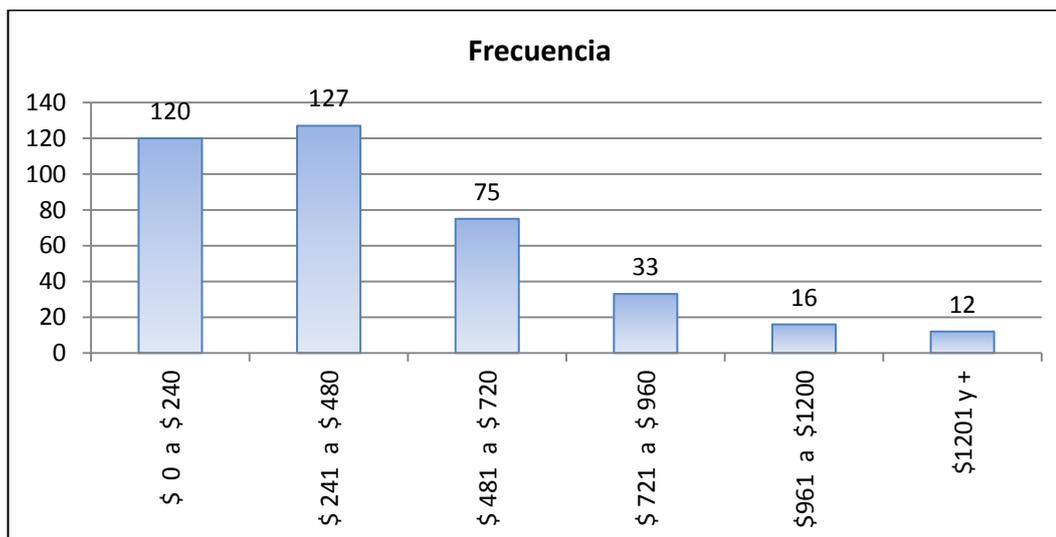
Tabla N°. 24

NIVEL DE INGRESOS		
Variable	Frecuencia	%
\$ 0 a \$ 240	120	31,33%
\$ 241 a \$ 480	127	33,16%
\$ 481 a \$ 720	75	19,58%
\$ 721 a \$ 960	33	8,62%
\$961 a \$1200	16	4,18%
\$1201 y +	12	3,13%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Gráfico N°. 21.- Nivel de ingresos



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Análisis: A pesar de que muchas personas trabajan, la mayoría perciben ingresos entre \$0 y \$480, lo cual indica que tienen ingresos bajos que no les permite un crecimiento económico adecuado y en muchos de los casos escasamente cubren sus necesidades básicas. Muchas de estas personas tienen poca capacidad de pago para realizar créditos, sin embargo lo hacen y esto produce un endeudamiento continuo, especialmente si realizan créditos en instituciones donde los costos por los mismos son elevados.

1.8 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES Y RIESGOS

Una vez analizadas las variables planteadas en los objetivos del diagnóstico, relacionadas a la situación económica y social de los ciudadanos del Cantón Ibarra, se estudia la información obtenida en la investigación de campo, para sintetizarla en las siguientes variables:

1.8.1 Aliados

- Se encuentra a la predisposición de la ciudadanía, para utilizar el servicio de asesoría en créditos.
- La creación de un Código de Derechos de Usuario Financiero, mismo que faculta la libertad de información.
- La inconformidad y la inseguridad por parte de la ciudadanía, para solicitar un crédito en una u otra institución financiera.
- La información parcial que entregan las instituciones financieras a sus clientes.

1.8.2 Oponentes

- La información que brindan los asesores de créditos de las instituciones financieras. Este servicio, actualmente, cubre toda la demanda de información, pero poco a poco pierde credibilidad.
- La cultura de la comunidad, que, aunque consideren que los valores cobrados por las instituciones financieras son altos, no hacen nada por cambiar de institución, o por informarse sobre una mejor alternativa de crédito.

1.8.3 Oportunidades

- La necesidad constante de acceder a créditos para cubrir múltiples necesidades, da como resultado un campo muy amplio de trabajo.
- La tecnología hace posible la obtención de información, que se pondrá en manos de los clientes de créditos, para que puedan elegir la mejor opción.
- Acceder a un mercado que actualmente no ha sido atendido por una entidad independiente.
- Mejoramiento de la calidad de vida de las personas que recurren frecuentemente a los créditos.
- Crear una cultura de información, que permita un crecimiento económico para la comunidad, lo cual garantizará prestigio para la oficina de asesoramiento.

1.8.4 Riesgos

- El desconocimiento de un servicio nuevo, que muchas veces no suele ser utilizado.
- La no utilización del servicio de asesoría en el momento indicado, sino más bien cuando ya es tarde.
- La gran cantidad de instituciones financieras que se encuentran laborando en el Cantón, harán del análisis financiero de los créditos una tarea monumental.
- Los continuos cambios, en las políticas internas de cada institución financiera, en cuanto a los créditos.

1.9 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Durante la historia, la falta de un servicio de asesoramiento en créditos ha sumido a gran parte de la población en la ignorancia, y derivado de ésta, se han aprovechado las instituciones financieras, para obtener mayores réditos.

Al no existir una entidad pública o privada que realice mediciones de los valores cobrados a los usuarios, por los créditos que han solicitado, no se puede saber a ciencia cierta, si dichos valores son justos, o si al final de cuentas van a beneficiar, o a perjudicar a los clientes de créditos.

El recurso **crédito**, es muy importante dentro de la sociedad y no se puede prescindir de él; y para valorarlo mejor, se plantea la factibilidad para la creación de una “Oficina de Asesoramiento en Créditos en el Sector Urbano del Cantón Ibarra”.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 CONCEPTOS DE CRÉDITO

Crédito es un término que describe la transferencia de dinero que debe devolverse transcurrido cierto tiempo. Convirtiéndose quien entrega el dinero en acreedor y quien recibe en deudor.

“Crédito: Mediante esta operación el banco coloca parte de su liquidez a los prestatarios que cumplan con las condiciones respectivas, esto le permitirá al banco como prestamista cobrar la respectiva tasa de interés activa, ésta puede variar dependiendo del tipo de deudor. El préstamo puede ser comercial, hipotecario, de consumo, o para la pequeña y micro empresa. Interés es el precio que se paga por utilizar recursos monetarios pertenecientes a otras personas”. Página web: www.wikipedia.com

En un crédito, el deudor administra el dinero luego de haber realizado el retiro y se procederá al pago de acuerdo a las condiciones del contrato. Teniendo la opción de cancelar una parte o la totalidad de la deuda cuando el deudor crea conveniente, con la consiguiente deducción en el pago de intereses.

Además, por disponer de ese dinero se debe pagar a la entidad financiera comisiones, intereses, entre otros, de acuerdo a las condiciones pactadas. Llegado el plazo del vencimiento del crédito se puede volver a negociar su renovación o ampliación. El propósito del crédito es cubrir los gastos corrientes o extraordinarios, en momentos de falta de liquidez.

2.2 INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO

El Sistema Financiero Nacional, está compuesto por instituciones financieras como: bancos, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y sociedades financieras que realizan transacciones financieras con el público.

“Los bancos y las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en el cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los recursos así obtenidos, total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión.” Página Web www.buenastareas.com

2.2.1 Instituciones Financieras Privadas

Instituciones de carácter privado que realizan intermediación financiera, recibiendo dinero de unos agentes económicos (depósitos), para darlo en préstamo a otros agentes económicos (créditos).

2.2.1.1 Bancos Privados

Los bancos son empresas que comercian con el capital, y concentran en su poder grandes cantidades de dinero, con la finalidad de otorgar créditos y por ello obtener beneficio.

Un banco es una institución financiera que se encarga de custodiar y administrar el dinero de los depositantes. Actúa como intermediario en el mercado monetario, a través de la captación de dinero del público en depósitos y utiliza ese dinero y su capital propio en conceder créditos.

2.2.1.2 Sociedades Financieras

“Las sociedades financieras privadas son instituciones bancarias que promueven la creación de empresas productivas mediante la captación y canalización de recursos internos y externos de mediano y largo plazos; Estas instituciones invierten de forma directa e indirecta.”

Directa: *Adquiriendo acciones o participaciones.*

Indirecta: *Otorgándoles créditos para su organización y desarrollo”*

Página web www.wikipedia.com.

El objetivo de las sociedades financieras es intervenir en el mercado de capitales y otorgar créditos para financiar la producción, compra y venta de bienes a mediano y largo plazo, es un intermediario financiero entre ahorrantes e inversionistas.

2.2.1.3 Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda.

Son instituciones financieras privadas, con finalidad social, cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de vivienda, construcción y bienestar familiar de sus asociados. Están sometidas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Bancos y normas de solvencia y prudencia financiera y de contabilidad, que dispongan la Ley y la Superintendencia.

2.2.1.4 Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan Intermediación Financiera con el Público.

Una cooperativa es una asociación autónoma, de personas que se reúnen voluntariamente para formar una organización democrática, donde participaran los socios en la toma de decisiones. Su creación está dirigida a hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y

culturales mediante una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática, sin fines de lucro.

2.2.2 Instituciones Financieras Públicas

2.2.2.1 Banco Central del Ecuador

Bancos Centrales.- Son las casas bancarias de categoría superior que autorizan el funcionamiento de entidades crediticias, las supervisan y controlan.

El Banco Central del Ecuador tiene como objetivo principal la emisión y estabilidad de la moneda; establece, controla y aplica políticas monetarias, financieras, crediticias y cambiarias del estado.

2.2.2.2 Banco del Estado

“Banco del Estado es el banco público del Ecuador encargado de financiar los servicios públicos, proyectos de inversión, infraestructura, a través de préstamos a los diversos gobiernos seccionales. Tiene su sede en la ciudad de Quito, el banco tiene personería jurídica y autonomía”. Página web www.wikipedia.com

El Banco del Estado financia los estudios, proyectos, programas, obras, servicios y bienes del sector público ecuatoriano.

2.2.2.3 Banco Nacional de Fomento

“El Banco tiene por objeto principal el desarrollo intensivo de la economía, cuyo efecto promueve y financia programas generales y proyectos específicos de fomento a la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la industria y el comercio de materias y productos originarios del país”. Página web www.wikipedia.com

Actualmente el Banco Nacional de Fomento es la institución que cobra las tasas de interés más bajas del mercado, pero sólo financia proyectos productivos.

2.2.2.4 Banco Ecuatoriano de la Vivienda

Se encarga de atender el mercado hipotecario y financiero que cubre las demandas de vivienda de interés social para esto cuenta con recursos de las instituciones financieras.

2.2.2.5 Corporación Financiera Nacional

“La Corporación Financiera Nacional es una institución financiera pública, autónoma, con personería jurídica, técnica, moderna, ágil y eficiente que, estimula la modernización y el crecimiento de todos los sectores productivos y de servicios, apoyando una nueva cultura empresarial, orientada a lograr mejores niveles de eficiencia y competitividad”. Página Web: www.cfn.fin.ec Corporación Financiera Nacional

2.2.2.6 Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas

Es un organismo del sector Público que tiene la finalidad de conceder créditos educativos a los estudiantes más destacados a nivel nacional, para que puedan culminar sus estudios. También fomenta la educación para todos e impulsa el programa nacional de becas que consiste en: becas culturales, nacionales e institucionales.

2.2.3 Instituciones del servicio financiero

2.2.3.1 Compañías de arrendamiento mercantil

El arrendamiento mercantil financiero, es la operación por la cual el arrendador, persona jurídica legalmente autorizada, arrienda un bien de

su propiedad, por un plazo determinado y forzoso, y el arrendatario reconoce el pago de una renta.

2.2.3.2 Casas de cambio

“Son las organizaciones privadas que la ley faculta como las únicas responsables de la actividad auxiliar del crédito. Su objeto social es la realización de compra, venta y cambio de divisas; billetes y piezas metálicas nacionales o extranjeras, que no tengan curso legal en el país de emisión.” Página web
www.wikipedia.com

Las casas de cambio permiten contar con el tipo de moneda que los usuarios necesiten, ya sea para realizar transacciones internacionales, o para viajar fuera del país.

2.2.3.3 Almacenes generales de depósito

Son organizaciones auxiliares de crédito, cuyo objetivo principal es el almacenamiento, guarda, conservación, manejo, control distribución o comercialización de los bienes o mercancías que se encomiendan a su custodia.

2.2.3.4 Compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito.

Las Compañías emisoras o administradoras, son aquellas que proporcionan crédito a un consumidor a través de una tarjeta de crédito. Estas pueden ser bancos, uniones de crédito o asociaciones de ahorros y préstamos, y tiendas como almacenes de departamentos o compañías de gasolina.

La tarjeta involucra un crédito rotativo, otorgado al tarjeta habiente. Permite pagar los consumos por completo, mientras se adquiere un compromiso con el banco. Toda tarjeta tiene un límite de crédito, fijado de acuerdo a la capacidad de pago de los clientes.

La tarjeta de crédito es un instrumento empleado como medio de pago. Una de sus principales ventajas es que reemplaza el uso de efectivo. El acuerdo entre el emisor de la tarjeta y el usuario es que, el banco se compromete a pagar el consumo, mientras que el usuario se compromete a pagar mensualmente valores fijados por el banco, hasta cubrir el valor del consumo, más otros valores que adiciona el mismo por concepto del servicio prestado.

2.2.4 Instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero.

2.2.4.1 Cajeros automáticos

Les permite a los clientes realizar transacciones bancarias en cualquier lugar y en cualquier momento. Al usar una tarjeta de débito en un Cajero Automático, los individuos pueden retirar fondos de sus cuentas de cheques o ahorros, hacer un depósito o transferir dinero de una cuenta a otra. También pueden obtener anticipos de efectivo utilizando una tarjeta de crédito en un Cajero Automático.

2.2.4.2 Servicios de cobranza

El servicio de cobranza es prestado por el Recuperador Crediticio, que es un profesional que se dedica al recupero de créditos de toda índole. Trabaja con herramientas jurídicas, económicas, matemáticas, sociológicas, psicológicas, lingüísticas y tecnológicas, y a todas ellas las integra con una sola finalidad, el recupero crediticio.

2.2.4.3 Transporte de especies monetarias y valores.

“El transporte de Especies Monetarias y Valores es un servicio prestado por Compañías Legalmente Constituidas, las cuales reciben en custodia bienes de valores significativos para transportarlos a su lugar de destino; a cambio de un valor establecido entre la Compañía de Transporte y la Institución que requiera el servicio”. Página web www.buenastareas.com

2.2.5 Compañías de seguros

“Son aquellas instituciones que tienen por objeto celebrar contratos, con personas naturales o jurídicas mediante los cuales la empresa se obliga dentro de ciertos límites y condiciones y a cambio de un pago o prima a indemnizar un determinado daño, o a otorgar una renta u otras prestaciones pactadas, en el caso de que ocurra el evento asegurado”. Página web www.wikipedia.com

Los seguros tienen la finalidad de indemnizar los daños causados o sufridos por bienes y personas, mediante la aceptación de un conjunto de riesgos y su posterior compensación.

Las compañías de seguros están cubiertas por otras, denominadas compañías reaseguradoras, cuyo objeto es otorgar coberturas a una o más empresas de seguros, por los riesgos que éstas hayan asumido.

2.2.6 Instituciones que controlan el sistema financiero nacional.

2.2.6.1 Superintendencia de Bancos y Seguros

“Institución de personería jurídica de derecho público, con características de organismo técnico y autónomo, dirigido por el Superintendente de Bancos. Tiene la función de supervisar y

controlar a todas las instituciones del sistema financiero ecuatoriano, incluido las compañías de seguros y reaseguros con el único fin de precautelar los intereses del público que confían con sus dineros en cualquiera de estas instituciones.

La Superintendencia de Bancos y Seguros busca:

- *Consolidar un sistema financiero solvente, confiable, eficiente y competitivo, con elevado grado de profundización, que promueva de forma efectiva el crecimiento económico del país;*
- *Consolidar un sistema de seguros privados eficiente y sólido; que en un marco de transparencia y equidad que garantice los intereses de los asegurados;*
- *Consolidar un sistema de seguridad social y de ahorro provisional que garantice el bienestar futuro de los asegurados;*
- *Evidenciar la capacidad de la Superintendencia de Bancos y Seguros, para cumplir de forma efectiva la función constitucional y legalmente asignada; y,*
- *Lograr que el mercado financiero ecuatoriano sea un factor clave para el incremento del ahorro doméstico y el ingreso de capitales extranjeros y su canalización hacia los sectores productivos”.*

Contabilidad de Costos, Bancaria y Gubernamental – Hnos. Naranjo Salguero

2.2.6.2 Banco Central del Ecuador

El Banco Central del Ecuador anteriormente estaba a cargo de la emisión de la moneda nacional. Como en este país se adoptó la dolarización, el Banco Central habrá de continuar, con sus relaciones entre el sector público y el sistema financiero privado, y deberá promover y mantener la estabilidad económica del país.

“Misión:

- *Realizar el seguimiento del programa macroeconómico;*
- *Contribuir en el diseño de políticas y estrategias para el desarrollo de la nación;*
- *Ejecutar el régimen monetario de la República, que involucre administrar el sistema de pagos, invertir la reserva de libre disponibilidad y, actuar como depositario de los fondos públicos y como agente fiscal y financiero del Estado”.* Contabilidad de Costos, Bancaria y Gubernamental – Hnos. Naranjo Salguero

2.3 OPERACIONES DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

2.3.1 Operaciones activas

Las operaciones activas son aquellas en las que, las instituciones financieras ponen a circular dinero en la economía de un país. Es decir, las instituciones captan recursos de sus clientes o utilizan sus propios recursos para otorgar créditos a las personas, empresas y organizaciones que los soliciten. Por dar éstos préstamos, la institución cobra unos valores por concepto de intereses y comisiones, mismos que le permitirán conceder créditos a más clientes.

2.3.2 Operaciones pasivas

Son las operaciones en las que, las instituciones financieras captan, reciben o recolectan dinero de las personas. Son operaciones de carácter pasivo, donde se recibe dinero de los depositantes.

Los depósitos pueden efectuarse en: cuentas corrientes, cuenta de ahorro o libreta de ahorros y depósito a plazo fijo.

Las cuentas corrientes pueden ser movilizadas mediante cheque y pagaré, mientras que en los depósitos a la vista es necesario efectuar el retiro en ventanilla o a través de los cajeros electrónicos.

Los depósitos a plazo pueden ser utilizados por el cliente, antes del vencimiento del plazo, a cambio de un valor, que no puede superar el monto de los intereses devengados.

2.4 FUNCIONES DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS.

- *“Recibir recursos del público en depósitos a la vista*
- *Recibir depósitos a largo plazo*
- *Asumir obligaciones por cuentas de terceros*
- *Emitir obligaciones y cédulas garantizadas*
- *Recibir préstamos y aceptar créditos de instituciones financieras*
- *Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios*
- *Conceder créditos en cuentas corrientes*
- *Negociar documentos que representen obligaciones*
- *Negociar títulos valores*
- *Constituir depósitos en instituciones financieras*
- *Efectuar operaciones con divisas*
- *Efectuar servicios de caja y tesorería*
- *Efectuar cobranzas, pagos y transferencias*
- *Emitir giros*
- *Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósitos*
- *Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, debito o tarjetas de pago.*
- *Efectuar operaciones de arrendamiento mercantil*
- *Comprar, edificar, conservar bienes raíces*
- *Comprar o Vender minerales preciosos*
- *Garantizar la colocación de acciones u obligaciones*
- *Efectuar inversiones de capital social*

- *Efectuar inversiones en el Capital de otras instituciones financieras”.*

Contabilidad de Costos, Bancaria y Gubernamental – Hnos. Naranjo Salguero

2.5 LEYES Y REGLAMENTOS QUE REGULAN EL SISTEMA FINANCIERO Y CÓDIGO DE DERECHOS DEL USUARIO FINANCIERO.

2.5.1 Codificación de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero

TÍTULO I

DEL ÁMBITO DE LA LEY

*“ARTÍCULO 1.- Esta Ley regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público. En el texto de esta Ley la Superintendencia de Bancos se llamará abreviadamente **la Superintendencia**.*

Las instituciones financieras públicas, las compañías de seguros y de reaseguros se rigen por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización. Se someterán a esta Ley en lo relacionado a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control y vigilancia que realizará la Superintendencia dentro del marco legal que regula a estas instituciones en todo cuanto fuere aplicable según su naturaleza jurídica. La Superintendencia aplicará las normas que esta Ley contiene sobre liquidación forzosa, cuando existan causales que así lo ameriten.

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, así como las instituciones de servicios financieros, entendiéndose por éstas a los almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía y retrogarantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas, que deberán tener como objeto social exclusivo la realización de esas actividades, quedarán sometidas a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control que realizará la Superintendencia dentro del marco legal que regula a dichas instituciones, en base a las normas que expida para el efecto.

Las instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y, otras que fuesen calificadas por la Superintendencia de Bancos, sin perjuicio del control que corresponde a la Superintendencia de Compañías, serán vigiladas por la Superintendencia de Bancos y ésta dictará normas de carácter general aplicables a este tipo de instituciones.

La sociedad controladora y las instituciones financieras integrantes de un grupo financiero serán controladas por la Superintendencia de Bancos. Formarán parte de un grupo financiero únicamente las instituciones financieras privadas, incluyendo las subsidiarias o afiliadas del exterior, las de servicios financieros, de servicios auxiliares del sistema financiero que regula esta Ley, así como las compañías de seguros y

reaseguros, las casas de valores y las compañías administradoras de fondos.

La sociedad controladora de un grupo financiero y las instituciones financieras se someterán al cumplimiento de las normas de la Ley de Mercado de Valores, en lo referente al registro y a la oferta pública de valores, pero su control y supervisión será ejercido exclusivamente por la Superintendencia de Bancos.

ARTÍCULO 2.- *Para los propósitos de esta Ley, son instituciones financieras privadas los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público. Los bancos y las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en el cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los recursos así obtenidos, total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión.*

Las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda son instituciones cuya actividad principal es la captación de recursos del público para destinarlos al financiamiento de la vivienda, la construcción y al bienestar familiar de sus asociados, que deberá evidenciarse en la composición de sus activos". Página web: www.superban.gov.ec/practg/sbs_index. Superintendencia de Bancos y Seguros.

2.5.2 Reglamento a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

Ámbito De La Ley General De Instituciones Financieras

ARTÍCULO 1.- La Ley regula la creación, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado, así como la organización y funcionamiento de la Superintendencia de Bancos, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público.

ARTÍCULO 2.- Son instituciones financieras privadas:

- a. Bancos;*
- b. Sociedades Financieras;*
- c. Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda; y,*
- d. Cooperativas de Ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.*

ARTÍCULO 3.- Las instituciones financieras privadas podrán realizar las siguientes operaciones en moneda nacional, extranjera o en unidades de cuenta establecidas por Ley:

- a. Los bancos podrán efectuar todas las operaciones previstas en los artículos 51 de la Ley.*
- b. Las sociedades Financieras podrán efectuar todas las operaciones previstas en los artículos 51 y 53 de la Ley, excepto recibir recursos del público en depósitos a la vista en los términos de la letra a) del Artículo 51 de la Ley y conceder créditos en cuenta corriente, contratados o no.*
- c. Las Asociaciones Mutualistas de Ahorro y Crédito para la Vivienda y las Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación financiera con el público podrán efectuar las operaciones previstas en el artículo 51 de la Ley, excepto:*

1. *Negociar títulos valores y descontar letras documentarias sobre el exterior, o hacer adelantos sobre ellas;*
2. *Efectuar por cuenta propia o de terceros operaciones con divisas, contratar reportos y arbitrajes sobre éstas y emitir o negociar cheques de viajeros;*
3. *Comprar o vender minerales preciosos acuñados o en barra; y,*
4. *Garantizar la colocación de acciones y obligaciones.*

Además las Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación financiera con el público no podrán:

- a. *Negociar documentos resultantes de operaciones de comercio exterior; y*
- b. *Efectuar operaciones de arrendamiento mercantil de acuerdo a las normas previstas en la Ley.*

Con relación a las operaciones de moneda extranjera o en unidades de cuenta, las instituciones financieras se someterán a lo que dispone la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado y las normas que expida la Junta Monetaria y la Superintendencia de Bancos.

En los préstamos en que las instituciones financieras privadas hayan convenido su pago por amortización gradual a través de dividendos periódicos, en cualquiera de las formas establecidas en el artículo 205 de la Ley, el dividendo se considerará como una unidad que comprende el interés, el tramo de amortización de capital y la comisión por administración o garantía.

ARTÍCULO 4.- *Son instituciones de servicios financieros:*

- a. *Almacenes Generales de Depósito;*
- b. *Compañías de Arrendamiento Mercantil;*
- c. *Compañías Emisoras o Administradoras de Tarjetas de Crédito;*

- d. Casas de Cambio;
- e. Corporaciones de Garantía y Retrogarantía; y,
- f. Compañías de Titularización.

Estas instituciones deberán tener como objeto social exclusivo la realización de las actividades propias de su razón social, no podrán captar recursos monetarios del público, excepto cuando se trate de la emisión de obligaciones en los términos de la Ley de Mercado de Valores y se someterán a las normas que prevé la Ley sobre creación, organización, funcionamiento y extinción de las instituciones del sistema financiero privado.

ARTÍCULO 5.- Son instituciones de Servicios Auxiliares del Sistema Financiero, entre otras, las siguientes:

- a. Transporte de especies monetarias y de valores;
- b. Servicios de cobranza;
- c. Cajeros automáticos;
- d. Servicios contables;
- e. Servicios de computación;
- f. De fomento a las exportaciones;
- g. Inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y,
- h. Otras que fuesen calificadas por la Superintendencia de Bancos.

Para que se las considere como instituciones de servicios auxiliares del sistema financiero, el capital deberá ser al menos en el veinte por ciento (20%) de una sociedad controladora o de una institución financiera y de servicios financieros.

La Superintendencia de Compañías autorizará su constitución y las controlará, sin perjuicio de que la Superintendencia de Bancos las vigile y dicte las normas de carácter general aplicables a este tipo de instituciones.

ARTÍCULO 6.- Las instituciones financieras públicas se rigen por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización.

Para que estas instituciones puedan realizar las operaciones permitidas a las instituciones financieras privadas en el artículo 51 de la Ley, deberán obtener la autorización de la Junta Bancaria, previo informe de la Junta Monetaria.

ARTÍCULO 7.- Las instituciones financieras privadas, públicas y de servicios financieros y la sociedad controladora se someterán a las normas de prudencia y solvencia financiera previstas en la Ley y al control de la Superintendencia de Bancos dentro del marco legal que las regula.

La sociedad controladora y las instituciones financieras integrantes de un grupo serán controladas por la Superintendencia de Bancos en forma individual y consolidada.

Página web: www.superban.gov.ec/practg/sbs_index. Superintendencia de Bancos y Seguros.

2.5.3 Código de Derechos del Usuario Financiero

LA JUNTA BANCARIA, CONSIDERANDO:

Que el artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador establece que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características;

Que el artículo 4 de la citada ley, establece, entre otros derechos fundamentales del consumidor, la seguridad en el consumo de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad; el

derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa; a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva; a la educación del consumidor; a la reparación e indemnización por daños y perjuicios; y, a la tutela administrativa y judicial;

Que el artículo 1 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública garantiza y norma el ejercicio del derecho fundamental de las personas a la información;

Que el artículo 180, la letra e) de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero establece como funciones y atribuciones del Superintendente de Bancos y Seguros el vigilar que los programas publicitarios de las instituciones controladas se ajusten a las normas vigentes y a la realidad jurídica y económica del producto o servicio que se promueve para evitar la competencia desleal; controlar la aplicación de programas de mercadeo, a través de la expedición de una resolución que regule y controle las prácticas publicitarias, a la cual deberán someterse todas las instituciones del sistema; determinando además las sanciones que correspondan, de acuerdo a los incumplimientos dados a la normativa vigente;

Que el Código de Derechos es un instrumento de protección y defensa de los usuarios del sistema financiero, que permitirá la inclusión y profundización de productos y servicios financieros;

RESUELVE: En el título XX “De la Superintendencia de Bancos y Seguros”, Incluir como capítulo V el siguiente:

“CAPÍTULO V.- CÓDIGO DE DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO

SECCIÓN I.- PRINCIPIOS GENERALES

PARÁGRAFO I.- OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

ARTÍCULO 1.- *El presente Código tiene por objeto establecer los principios y reglas que rigen el ejercicio y protección de los derechos del usuario del sistema financiero, considerando que las actividades financieras son de orden público y deben sujetarse, en particular, a principios de sanas prácticas aplicadas por el gobierno corporativo de las instituciones que conforman el sistema financiero. Su ámbito de aplicación involucra las relaciones entre los usuarios y las instituciones financieras controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, sin perjuicio de otras disposiciones legales que contemplen medidas e instrumentos de protección al usuario del sistema financiero.*

PARÁGRAFO II.- LIBERTAD E IGUALDAD DE ACCESO A PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 2.- *Se consagra la libertad e igualdad de acceso del usuario a los productos y servicios financieros, de conformidad con la ley y más normas pertinentes.*

PARÁGRAFO III.- PROHIBICIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

ARTÍCULO 3.- *La prestación de servicios financieros debe ajustarse a los principios de la buena fe, confianza, transparencia, seguridad y sanas prácticas, a fin de garantizar una competencia leal, en el marco de la legislación nacional. Están prohibidos todos los acuerdos o convenios entre instituciones financieras, y las prácticas concertadas que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear la competencia leal.*

PARÁGRAFO IV.- IRRENUNCIABILIDAD

ARTÍCULO 4.- *Los derechos del usuario del sistema financiero contenidos en este Código son irrenunciables al ser considerados los servicios financieros de orden público, interés social y de observancia en todo el país. Toda estipulación en contrario se considerará nula.*

PARÁGRAFO V.- TUTELA DE LOS DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO

ARTICULO 5.- *Los derechos del usuario del sistema financiero sobre los productos y servicios financieros que oferten las instituciones del sistema financiero, de conformidad con la ley y las sanas prácticas, serán tutelados, en primera instancia, por el defensor del cliente de las instituciones financieras, y por la Superintendencia de Bancos y Seguros, y para ello podrá actuar de oficio o a petición de parte de acuerdo a lo mandado expresamente por la Constitución y las leyes aplicables, sin perjuicio de las competencias que otras autoridades ejerzan de acuerdo con la ley.*

No obstante, toda autoridad pública en aplicación de sus competencias y de conformidad con la ley, protegerá los derechos del usuario del sistema financiero.

PARÁGRAFO VI.- PRINCIPIO DE LA BUENA FE

ARTÍCULO 6.- *Los usuarios de productos y servicios financieros ejercerán sus derechos en el marco del principio universal de la buena fe.*

SECCIÓN II.- DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO

ARTÍCULO 7.- *De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución de la República y otras disposiciones legales vigentes, y sin perjuicio de otros derechos que consten en otros instrumentos nacionales e internacionales, los usuarios del sistema financiero tendrán los derechos que se señalan en los artículos siguientes.*

PARÁGRAFO I.- DERECHO A LA EDUCACIÓN FINANCIERA

ARTÍCULO 8.- *Acceder a través de las instituciones y entidades afines, de acuerdo con la normativa vigente, a los distintos niveles de educación financiera que le permita al usuario comprender sus derechos y obligaciones en el ámbito financiero; el rol de la Superintendencia de Bancos y Seguros, rol del sistema financiero, la base legal pertinente; el alcance y efectos de los productos y servicios del sistema financiero, que le permita tomar decisiones informadas, y defender sus derechos de tal manera que facilite su participación social activa y responsable.*

PARÁGRAFO II.- DERECHO A LA INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 9.- *Acceder y recibir directamente información clara, precisa, oportuna, razonable, adecuada, validada, veraz y completa, relacionada con los productos y servicios ofertados por las instituciones del sistema financiero, especialmente en los aspectos financiero, legal, jurídico, operativo, fiscal y comercial, entre otras, incluyendo sus riesgos asociados:*

9.1 *La información, sobre los productos y servicios financieros, deberán estar al alcance del usuario del sistema financiero antes,*

durante y después de las respectivas prestaciones y deberá ser elaborada considerando el grado de educación financiera, sea este, usuario directo o indirecto de la institución financiera;

9.2 *Recibir una exposición clara de las condiciones y procedimientos establecidos en el contrato y otros instrumentos a fin de evitar errores de interpretación. Los términos deberán expresarse con claridad y en idioma castellano. En caso de duda se aplicarán a favor del usuario;*

9.3 *Conocer en forma expresa, oportuna y suficiente cualquier modificación de los plazos, tasas de interés pactadas, gastos y demás condiciones del contrato, así como la forma de su aplicación, y los efectos de dichos cambios cuando éstos afecten sus derechos;*

9.4 *Conocer, por cualquier medio accesible de manera previa a la ejecución y en el lugar en el cual se adquirió la obligación, la identificación de la institución a la cual se transferirían los documentos y la transferencia que respalda la operación de la cual el usuario es garante directo o indirecto;*

9.5 *Conocer oportunamente y de forma detallada todos los costos financieros y gastos asociados al producto o servicio ofertado, de conformidad con la ley y normativa pertinente, información que deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al usuario ejercer su derecho a elegir antes de formalizar o perfeccionar la prestación del mismo;*

9.6 *Ser informado sobre los costos fiscales reales de los productos y servicios financieros;*

9.7 *Recibir publicidad clara, no engañosa y que no induzca a*

error, que recoja las condiciones necesarias, completas y adecuadas del producto o servicio publicitado. La publicidad tendrá fuerza vinculante cuando los contratos o los acuerdos, se pacten con base en la oferta publicitaria; y,

9.8 *Conocer el tipo de cambio de la moneda en la cual se contrate y las condiciones de su fijación posterior.*

PARÁGRAFO III.- DERECHO A ELEGIR CON LIBERTAD LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 10.- *Elegir con plena libertad productos y servicios financieros ofertados por las instituciones del sistema financiero legalmente reconocidas en función de los precios, tarifas, gastos, costos, así como los beneficios existentes, y/o a suscribir instrumentos, sin ser presionado, coaccionado o inducido mediante prácticas prohibidas por parte de las instituciones del sistema financiero, en transgresión de los principios de competencia leal y sanas prácticas.*

PARÁGRAFO IV.- DERECHO A ACCEDER A PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 11.- *El usuario tendrá derecho a acceder a los productos y servicios financieros, en las siguientes condiciones:*

11.1 *Suscribir contratos y recibir servicios electrónicos cuya validez será igual a la de los contratos celebrados de manera escrita o verbal;*

11.2 *Acceder a los sistemas de ahorro ofertados por las instituciones financieras, respetando los requisitos legales, las políticas de la institución financiera y acorde con las sanas prácticas;*

11.3 Obtener créditos de las instituciones financieras siempre que se cumplan los requisitos legales, las políticas de la institución financiera y acorde con las sanas prácticas; y,

11.4 Disponer de su dinero entregado a las instituciones financieras de forma oportuna de acuerdo con las condiciones pactadas para su colocación.

PARÁGRAFO V.- DERECHO A OBTENER PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS DE CALIDAD

ARTÍCULO 12.- *El usuario tendrá derecho a recibir productos y servicios financieros de calidad en las siguientes condiciones:*

12.1 Recibir productos y servicios financieros de forma oportuna, eficaz, eficiente y buen trato;

12.2 Rechazar y no pagar los productos que no hayan sido expresamente solicitados por el usuario del sistema financiero, salvo que hayan sido utilizados;

12.3 Rechazar y no pagar tarifas por servicios financieros que no han sido expresamente solicitados por el usuario financiero;

12.4 Obtener oportunamente de las instituciones financieras, los documentos que respalden la negociación y celebración de contratos; así como la ejecución o prestación directa de servicios financieros;

12.5 Exigir un trato no discriminatorio, transparente, equitativo y adecuado de las instituciones financieras, que considere la dignidad personal del usuario, el respeto de sus derechos, y que evite vulnerar su intimidad y descanso; y,

12.6 *Prepagar las obligaciones contraídas sin que se le pueda exigir el pago de comisiones, intereses no devengados, penalización y/o sanción alguna para el usuario.*

COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE EN EL REGISTRO OFICIAL.-
Dada en la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la ciudad de Guayaquil, el diecinueve de agosto del dos mil diez". Página web: www.superban.gov.ec/practg/sbs_index. Superintendencia de Bancos y Seguros.

2.6 ESTUDIO DE MERCADO

“Es un método para recopilar, analizar e informar los hallazgos relacionados con una situación específica en el mercado. Se utiliza para poder tomar decisiones sobre:

- *La introducción al mercado de un nuevo producto o servicio*
- *Los canales de distribución más apropiados para el producto*
- *Cambios en las estrategias de promoción y publicidad*

Una investigación de mercado refleja:

- *Cambios en la conducta del consumidor*
- *Cambios en los hábitos de compra*
- *La opinión de los consumidores”*

Página web www.buenastareas.com

El objetivo de toda investigación es obtener datos importantes sobre nuestro mercado y la competencia, los cuales servirán de guía para la toma de decisiones.

No se debe limitar el proceso de investigación únicamente al momento en que se inicia un nuevo negocio. Por el contrario, debe convertirse en una actividad continua.

La investigación de mercado involucra el uso de varios instrumentos para analizar las tendencias del consumidor. Algunos de estos instrumentos incluyen: encuestas, estudios estadísticos, observación y entrevistas. La investigación provee información sobre el perfil de los posibles clientes, incluyendo sus datos demográficos y psicológicos. Estos datos son características específicas del grupo objeto de investigación, necesarias para desarrollar un buen plan de mercadeo dirigido a un público primario.

2.6.1 Identificación del servicio

Sirve para conocer las características del servicio que se pretende introducir al mercado. Para que pueda mantenerse, tomando en cuenta las especificaciones que se obtuvieran del estudio de mercado que permita determinar qué factores motivan al cliente a utilizar el servicio, identificar cualquier predisposición por parte del usuario por razones culturales o ambientales y conocer las preferencias del consumidor.

2.6.1.1 La demanda

“Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, y averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores”. Microsoft Encarta 2009 Biblioteca Premium

La demanda es la expresión de la forma en la cual los consumidores o compradores están dispuestos a utilizar o adquirir un producto o servicio para satisfacer necesidades y deseos, y tienen la capacidad de pago para realizar dicha transacción.

2.6.1.2 Demanda potencial 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 la cual se ha determinado que ningún producto actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. Baca Gabriel (2006) en su obra Evaluación de Proyectos. Pág. 51.

La demanda insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que la demanda no alcanza a consumir. Cuando existe una demanda insatisfecha en cualquier producto o servicio es oportunidad de inicial un negocio. Para este proyecto, existe una demanda potencial insatisfecha muy alta, debido a que plantea la prestación de un servicio que no existe en el mercado.

2.6.1.3 La oferta

“Se denomina Oferta a un conjunto de bienes, mercancías o servicios que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

La Oferta se debe al comportamiento de los agentes económicos que actúan como productores, especialmente las empresas. Para determinar la Oferta de un producto o servicio a corto plazo, dada la capacidad de producción, el supuesto de maximización de beneficios permite formular una serie de previsiones sobre la cantidad producida por la empresa y su demanda de factores productivos, al menos en condiciones de competencia perfecta”.

Microsoft Encarta 2009 Biblioteca Premium

“La oferta constituye un conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y que constituye

competencia para el producto". Jácome, Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión.

Los precios de los bienes y servicios en el mercado se determinan por la intersección de la oferta y la demanda. Si la oferta supera la demanda, los productores deben reducir los precios para estimular las ventas; cuando la demanda es superior a la oferta, los compradores presionan subir el precio de los bienes.

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado para ser consumidos a un precio específico; es la cantidad de instituciones que prestan un servicio, durante un período de tiempo determinado.

La oferta indica la relación entre el precio de un bien o servicio y la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer.

2.6.1.4 Producto o servicio

"Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, con el fin de alcanzar a satisfacer las necesidades del consumidor".

Santesmases Miguel (2001). Marketing Conceptos y Estrategias. Pág. 94.

El autor muestra que el bien o servicio tiene la finalidad de proporcionar un beneficio a quien lo consume o utiliza, permitiendo satisfacer una necesidad.

2.6.1.5 Mercado

"Es el conjunto de compradores y potenciales clientes de un producto o servicio". Kotler Philip (2008) en su obra Principios de Marketing. Pág. 9.

Es el lugar donde se encuentran vendedores y compradores de productos, los cuales tienen un valor para la transacción económica, el mercado está manejado por la oferta y la demanda para la determinación

del valor económico de las mercancías, cuando existe mucha oferta de productos y poca demanda del mismo el precio baja y cuando existe poca oferta de productos y mayor demanda de consumidores, el precio alza.

2.6.1.6 Precio

“El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”. Arboleda Germán (2001) Formulación, Evaluación y Control de Proyectos. Pág. 55.

2.6.1.7 Promoción

“La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización. Que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”. Staton William (2002). Fundamentos de Marketing. Pág. 482.

Con el fin de dar a conocer o la de ofrecer el producto o servicio en un segmento del mercado en el cual queremos posicionarnos. Esta actividad permite que los clientes consumidores conozcan y demanden nuestros productos o servicios, generando un impacto directo sobre nuestras ventas.

2.7 ESTUDIO TÉCNICO

“En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el

tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo”.

Página Web www.buenastareas.com

El estudio técnico de un proyecto se asocia al análisis de la localización, tamaño e ingeniería. La pregunta básica para describir este aspecto es: ¿En dónde debe ubicarse este proyecto para que produzca los mejores beneficios?

Consiste en diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

Los principales objetivos que se buscan con este aspecto son: Verificar la posibilidad técnica de prestación del servicio que se pretende analizar, y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la operación.

2.7.1 Factores determinantes

“El tamaño de un proyecto es uno de los factores más importantes para la creación de un proyecto y está conformado por su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto, se determina en buena parte al analizar en forma determinada la tecnología y el estudio de mercado del proyecto”. Página Web www.buenastareas.com

Se define el tamaño óptimo con “la capacidad de producción o prestación de servicios que se obtiene con el mínimo costo unitario” (máximo de las utilidades).

En un proyecto el tamaño óptimo es su capacidad instalada se expresa por unidades de producción por año se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad.

El tamaño del proyecto es determinado por un conjunto de variables que en un momento determinado limitan su realización, las cuales se explicarán a continuación:

- Tamaño del proyecto y la demanda
- Tamaño del proyecto y localización
- Tamaño del proyecto, tecnología y los equipos
- Tamaño del proyecto y el financiamiento.
- Tamaño del proyecto y la organización.

Tamaño del mercado: los autores Rafael Méndez y Gabriel Vaca coinciden en afirmar que la demanda es uno de los factores más importantes para determinar el tamaño de un proyecto.

2.7.2 Localización del proyecto

El análisis de la localización debe conducir a determinar el lugar en donde se llevará a cabo el proyecto tanto a nivel general como específico.

Corresponde al ámbito espacial o regional, que en función de la variable distancia y el análisis de factores que condicionan la distribución espacial de la respectiva actividad económica permite la toma de decisiones. El fin básico y primordial de la localización es lograr precios mínimos de bienes o servicios al consumidor, usuario o cliente después de evaluar diversos factores condicionantes.

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social) y el objetivo que el solo apunta es: llegar a determinar el sitio donde se instala la planta”. Evaluación de Proyectos, Gabriel Vaca Urbina

2.7.2.1 Macro localización

Jácome Walter (2005) en su obra Evaluación de Proyectos Productivos. Pág. 133. Considera que *“La macro localización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”.*

2.7.2.2 Micro localización

“Micro localización de un proyecto consiste en determinar las condiciones específicas que influyan con éxito en la implantación del proyecto, tomando en cuenta factores determinantes como son: transporte, dirección, costo de terrenos, cercanía a carreteras, materia prima, disponibilidad de servicios, entre las más importantes”. Jácome Walter (2006) Evaluación de Proyectos Productivos. Pág. 86.

2.7.3 Ingeniería del proyecto

“En este componente del proyecto, se establecen las bases técnicas sobre las cuales se llevará a cabo el mismo y comprende:

¿Cómo se elaboran los productos o se prestan los servicios?

Proceso por utilizar.

¿Con qué se hacen esos productos o se prestan los servicios?

Tecnología requerida.

¿Qué resulta?

Calidad del producto o servicio”

Página Web www.buenastareas.com

Un insumo fundamental para determinar las cualidades que debe tener la ingeniería del proyecto es el conocimiento obtenido del estudio de mercado sobre lo que el consumidor o usuario de un bien o servicio desea al adquirirlo. Por lo tanto, el problema no es producir para luego buscar quien va a comprar, sino indagar qué es lo que necesita el cliente, para determinar qué es lo que se debe producir u ofrecer.

En un estudio de ingeniería se cubren los siguientes aspectos:

- Caracterización del producto, subproductos y evaluación técnica del producto o servicio.
- Selección y descripción del proceso productivo (diagramas de proceso).
- Programa de producción o de prestación de servicios (para el periodo operativo del proyecto).
- Selección de maquinaria, equipos, herramientas.
- Selección y especificación de requerimientos de materia prima, insumos, mano de obra y servicios auxiliares.
- Distribución física del proyecto.
- Cronograma de ejecución de obras e instalaciones.

2.7.4 Evaluación Financiera

“El estudio financiero de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa de Estudio Técnico.

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

La estimación de los costos del proyecto son parte importante en el desarrollo de los proyectos de inversión, tanto por su efecto en la determinación de la rentabilidad del mismo como por su variedad de elementos que condicionan el estudio financiero”.

Página Web www.buenastareas.com

La evaluación financiera de un proyecto se fundamenta en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero, tiene como fin definir la mejor opción de inversión, a través de la aplicación de criterios de evaluación.

2.7.4.1 Presupuestos

“Es una herramienta de gran ayuda para programar los recursos necesarios para iniciar una actividad económica. Con el presupuesto se puede determinar las inversiones necesarias en: equipos, materias primas e insumos, gastos pre – operacionales, entre otros”. Miranda Juan (2006) Pág. 86.

2.7.5 Clasificación de costos y gastos

- **Los Costos de Producción o Variables** para lo cual se consideran los tres elementos del costo: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y los Costos Indirectos de Fabricación.

- **Los Gastos de Administración** dentro de los cuales se encuentran los Sueldos y Salarios, Beneficios Sociales y de Ley, los Gastos de Operación (servicios básicos, suministros, depreciaciones de los

equipos sistemáticos, de oficina y muebles y enseres, amortizaciones, entre otros); para un adecuado funcionamiento del proyecto es necesario disponer de un equipo administrativo profesional en las diferentes áreas, dotarles de materiales indispensables para una buena gestión administrativa.

- **Los Gastos de Venta** conformados por: Sueldos y Salarios, Beneficios de Ley, Publicidad, Promoción; es importante utilizar estrategias adecuadas de venta del servicio, manejar la publicidad y promoción de tal manera que podamos mantener la demanda del mercado, la excelencia en el servicio para lo cual será necesario contratar personal que nos ayude en la venta del servicio, por ejemplo las secretarias.

- **Los Gastos Financieros** que surgen de los préstamos a las instituciones financieras, es necesario inyectar recursos para el capital de trabajo, se cancelarán en tres años plazo con una tasa de interés del 14% y pagos anuales, el crédito es empresarial, para invertir.

En conclusión los costos constituyen egresos necesarios de dinero para mantener funcionando al proyecto durante su vida útil y son de cuatro categorías:

- **Costo de capital** (Inversión)

- **Costos operativos:** Se relacionan con la operación y eficiencia del proyecto, se clasifican en: Directos e Indirectos.

- **Costos de mantenimiento:** Aseguran la entrega del producto o servicio en condiciones óptimas

- **Costos adicionales:** Aquellos que coadyuvan a mantener en forma adecuada al proyecto, por ejemplo: tiempo que dedican los involucrados al proyecto

2.7.5.1 Estado de resultados

“El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante el período determinado”. Zapata Pedro, Contabilidad General (2002). Pág. 71.

El estado de resultados es una estructura financiera donde se resumen ingresos, egresos, como también se determina la utilidad o pérdida en un período económico dado.

2.7.5.2 Flujo de caja

“El flujo de caja es la herramienta más utilizada y de mayor importancia en la evaluación de proyectos de inversión. A partir de este cuadro de resultados, se inicia la evaluación económico – financiera de un proyecto y constituye la base para calcular indicadores financieros que complementarán el análisis.

El flujo de caja es un estado financiero que presenta los ingresos y egresos que se generan y se requieren en el transcurso del proyecto. El flujo de caja comprende los siguientes elementos:

- *La inversión inicial o los egresos necesarios para iniciar las actividades.*
- *Los ingresos y egresos generados durante el funcionamiento del proyecto, tanto operacionales, cuanto no operacionales.*

- *El valor de salvamento de las inversiones, que representa el monto de recuperación o venta de las inversiones realizadas.*

Si no se dispone formalmente de un flujo de caja para evaluar un proyecto se debe estructurarlo, sobre todo para empresas en marcha que tengan la intención de ampliar, crecer o diversificarse, de esta manera se puede contar con el insumo para efectuar el análisis del proyecto". Paúl Noboa, Gestión de Instituciones Financieras no Bancarias.

2.7.5.3 Punto de Equilibrio

"Es el nivel de producción donde se igualan los ingresos por ventas y los costos totales (fijos y variables). Es el punto mínimo de producción que se debe tener para no incurrir en pérdidas.

Es muy útil para calcular la rentabilidad por productos y para administrar una cartera de productos. Entre las desventajas de este indicador se puede citar el cálculo anual que no considera la inversión inicial, en algunos proyectos es difícil definir costos variables de fijos y como se calcula a través de costos, si estos son cambiantes como en muchas economías, este pierde relevancia". Paúl Noboa, Gestión de Instituciones Financieras no Bancarias.

2.7.5.4 Valor Actual Neto (VAN)

"La importancia de conocer la forma de cálculo de los indicadores financieros radica en la necesidad de manejar de manera práctica los conceptos relacionados con el análisis y evaluación de proyectos a través de los mismos.

Concepto.- Una variable importante que afecta al valor del dinero es el tiempo. No se puede comparar dos flujos de recursos si estos se encuentran en diferentes períodos, es necesario

introducir el concepto de VALOR ACTUAL, que permite “descontar” los flujos generados a una tasa que reconozca el costo de oportunidad del dinero, de tal forma que se genera una equivalencia de los flujos futuros a valor presente, que luego pueden compararse con el monto de la inversión inicial, la que se efectuó al inicio de las operaciones de la empresa.

Para calcular el VAN debemos:

- a. Determinar el monto de las inversiones.
- b. Determinar el flujo operacional en base al procedimiento mencionado en la estructuración de un flujo de caja.
- c. Determinar la tasa de descuento en base al costo del dinero o del capital y de las perspectivas de riesgo-rentabilidad propuestas para el proyecto en particular.
- d. Determinar el valor de salvamento en base al número de años de vida útil de las inversiones y su respectiva depreciación.
- e. Aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n} + \text{VS}$$

Donde:

I_0 = inversión inicial

F_1 = flujo del primer período

F_2 = flujo del segundo período

F_n = flujo del último período

VS = valor de salvamento de los activos.

i = tasa de descuento

Al obtener el resultado, el parámetro de análisis es compararlo con cero, así:

- Si el VAN es mayor a cero, acepto el proyecto, los flujos descontados son superiores al monto de la inversión realizada.

- *Si el VAN es menor a cero, rechazo el proyecto, los flujos de recursos a valor actual son inferiores al monto de la inversión realizada.*
- *Si el VAN es igual a cero, acepto, pero es necesario un análisis más profundo de la sensibilidad del proyecto, considerando que las expectativas de riesgo-rentabilidad están en el límite previsto”. Paúl Noboa, Gestión de Instituciones Financieras no Bancarias.*

2.7.5.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Antecedentes.- En la Ficha del cálculo del Valor Actual Neto se determinó que el VAN como indicador presenta dos dificultades que podrían conllevar al evaluador a tomar decisiones incorrectas, por lo que era necesario considerar un valor relativo que permita comparar porcentualmente dos parámetros del desempeño del proyecto, en este caso el monto de inversión y los flujos futuros descontados (valor actual de los flujos), para lo cual es necesario obtener la TASA INTERNA DE RETORNO.

En la fórmula de cálculo del VAN, la TIR es la tasa de descuento a la cual el Valor Actual Neto es cero.

En términos más sencillos, representa el RETORNO porcentual con respecto a la inversión que el proyecto arroja, sobre la base conceptual de valor actual de los flujos operacionales, en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión realizada.

Cálculo de la TIR.- La tasa interna de retorno se calcula de la siguiente manera:

- a) *Siga los pasos a), b) y d) mencionados en la ficha de cálculo del valor actual neto.*

- b) *En la fórmula del VAN, igualándola a cero, calcule el valor de i , que será la tasa interna de retorno.*
- c) *El procedimiento que se aplica para el cálculo es el de aproximaciones sucesivas, ello significa ir modificando la tasa de descuento del VAN hasta que éste sea igual a cero, mediante cálculos sucesivos. Cabe destacar que mientras mayor sea la tasa de descuento, menor es el VAN, ya que los flujos futuros se “actualizan” a un mayor factor que se encuentra dividiendo. En sentido contrario, a menor tasa de descuento, el VAN es superior.*

La mejor forma de calcular la TIR es a través de la computadora mediante una fórmula del Excel. Donde, los rango de valores corresponden a las celdas en las que se encuentran los flujos generados del proyecto, destacando siempre en la primera celda el valor de la inversión inicial con signo negativo”. Paúl Noboa, Gestión de Instituciones Financieras no Bancarias.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado trata de determinar las necesidades que tienen los consumidores actuales potenciales del servicio. La finalidad del presente estudio es la de efectuar un proceso de planificación, recopilación y análisis de datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra del servicio, y perfiles de los usuarios; con la finalidad de tomar decisiones acertadas, y determinar la oferta, demanda y precios del servicio.

3.1 ESTUDIO DE MERCADO PARA LA APERTURA DE UNA OFICINA DE ASESORAMIENTO EN CRÉDITOS.

El mercado crediticio del Cantón Ibarra es creciente y cambiante, que mueve a gran parte de las actividades económicas, dentro del sector. En este mercado existen muchas instituciones financieras que prestan el servicio de crédito, mismas que para concederlos utilizan toda la información sobre sus clientes, para conocer sobre su fiabilidad; si las instituciones financieras hacen uso de la información a su favor, es hora de que la información sea utilizada por el público para que pueda elegir con seguridad una institución financiera que preste las mejores garantías para sus clientes.

Existen condiciones que intervienen en el mercado de créditos como son:

- Tasas de interés
- Comisiones
- Gastos
- Seguros

- Retenciones
- Plazos de los préstamos
- Garantías
- Papeleo
- Tiempo en el que se entregan los créditos
- La atención al cliente
- El prestigio de la institución financiera
- Nivel de ingresos de los ciudadanos
- La necesidad que les conduce a solicitar un crédito
- Empleo
- Entre otras.

Todas estas condiciones permiten dar forma a este estudio; y han abierto una puerta hacia la prestación de un servicio que actualmente no se encuentra en el mercado, pero que tiene aceptación; debido a que la información es en la actualidad, la mejor forma de combatir el abuso, en cualquier actividad realizada.

3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo primordial de este proyecto, es establecer la aceptación del servicio de asesoramiento, por parte del público. Una vez definido este objetivo, se puede asociar todos los componentes que servirán para la apertura de una Oficina de Asesoramiento en Créditos en el Sector Urbano del Cantón Ibarra, determinado las estrategias más adecuadas para conseguir la diferencia en el servicio prestado a los clientes.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

En el Cantón Ibarra, es importante resaltar el desarrollo económico existente, resultante de varias fuentes de ingresos tales como el comercio, la producción de varios productos, el turismo, las remesas de divisas que envían los emigrantes, la agricultura. Estas fuentes de ingreso

dinamizan la sociedad, generan nuevas plazas de empleo, mejoran la capacidad adquisitiva de los habitantes y aumentan su capacidad de endeudamiento con las instituciones financieras.

Si para la población económicamente activa del Cantón, los créditos son una parte esencial para su desarrollo, también es importante saber dónde y cuándo solicitar un crédito para determinada actividad. Si el asesoramiento sirve para que exista un mejor conocimiento de los servicios financieros y a la vez permita tomar una decisión acertada, entonces el servicio de asesoramiento en créditos tendrá un objetivo social y económico que irá en beneficio de la comunidad.

3.3.1 Características

El servicio de asesoramiento que se pretende introducir al mercado, servirá para tomar decisiones, las personas que hagan uso de dineros de las instituciones financieras deben saber cuál es la alternativa de crédito más conveniente, de acuerdo a sus diferentes necesidades.

A continuación se indica en orden de recurrencia, los créditos más solicitados en el sistema financiero:

Tabla Nº. 25

REQUERIMIENTOS PARA CRÉDITOS, MÁS COMUNES	
PORCENTAJE	DESCRIPCIÓN
25,00%	Consumo
21,15%	Compra arreglo y construcción de Vivienda
19,23%	Negocio
11,22%	Compra de Vehículo
11,22%	Gastos de Educación
7,05%	Compra de Terreno
5,13%	Otras

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Para la prestación del servicio de asesoramiento, se debe conocer el mercado financiero de Ibarra, levantando información de las principales entidades financieras que mayor acogida tienen por parte del público. Con esta información, se puede llegar a los consumidores con transparencia, oportunidad y eficiencia.

3.3.2 Servicios sustitutos

El servicio que actualmente cubre las necesidades de información del mercado crediticio, es el servicio al cliente, que prestan todas las instituciones financieras de Ibarra. Es un servicio que tiene por finalidad informar sobre las características de los créditos de la propia institución que los realiza.

En la actualidad no existe una entidad pública o privada que proporcione información de todas las instituciones financieras en su conjunto, para que la gente pueda elegir entre las opciones de crédito, la que más le convenga de acuerdo a su requerimiento.

El servicio de asesoría en créditos es prácticamente nuevo, e involucraría que la gente tenga que cambiar sus hábitos de información; pues si siempre se asesoraban en las propias instituciones financieras, ahora podrán hacerlo en una oficina independiente, cuya finalidad es proporcionar información real a sus clientes.

3.4 CLIENTES DEL SERVICIO

El servicio de asesoría va dirigido a todo el público que está en capacidad de contraer una obligación con una institución financiera. Según datos proporcionados por el Consejo Nacional Electoral y por el INEC se ha calculado que 130.548 personas se encuentran entre los 18 y 66 años de edad, y que por lo tanto pueden ser clientes de las instituciones financieras. Al ser clientes de éstas instituciones, pueden también acudir a la oficina por asesoramiento en créditos según sea su necesidad.

3.5 INVESTIGACIÓN

3.5.1 Segmentación

Para realizar la segmentación del mercado, se toma como base la información proporcionada por el Consejo Nacional Electoral, que se indica en las Tablas Nos. 2 y 3 de las páginas 34 y 35. En dicha página se calcula en número de encuestas, que se levantarán en las diferentes parroquias y zonas del Cantón Ibarra. Tomando en consideración los porcentajes de encuestas que se deberán aplicar a hombres y a mujeres que se encuentran en las edades idóneas para este estudio.

3.5.2 Metodología de la investigación de campo

Antes de levantar la investigación, se recopiló toda clase de información que posibilite un mejor entendimiento del fenómeno que se quiere analizar; con esta información previa, se diseñó un instrumento que permita levantar la investigación, en este caso: la encuesta. A continuación se procedió a su aplicación en los lugares y a las personas que formarían parte del estudio.

3.5.3 Diseño de instrumentos de investigación

El principal instrumento que permitirá recopilar la información necesaria para el estudio es la encuesta; para elaborarla se realizaron varios borradores, con el fin de establecer el número de preguntas clave, para que el cuestionario no sea ni muy extenso, ni demasiado corto e incompleto.

3.5.4 Prueba piloto

Una vez elaborado el primer borrador, que contenía todas las preguntas necesarias para levantar la información, se procedió a aplicarlas en el sector centro de Ibarra.

Al realizar estas pruebas, se determina que la encuesta era extensa, y que las personas no tenían mucho tiempo para contestar todas las preguntas de la encuesta. Por lo tanto, fue preciso seleccionar sólo las preguntas indispensables que nos brinden la información necesaria y de esta manera se realizó una encuesta amigable con el público, procurando que fuera precisa, con preguntas claras y fáciles de contestar.

3.5.5 Levantamiento de la investigación

Para recoger la información fue necesario trasladarse a los lugares indicados en el cuadro del Distributivo del Registro Electoral, con el fin de levantar las encuestas tanto en los sectores rurales como en sectores urbanos del Cantón Ibarra, de esta manera se determina que, las parroquias donde se concentra mayormente la población son: El Sagrario y San Francisco.

3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Tomando en cuenta que, el mercado meta a quien va dirigido el servicio de una oficina de asesoramiento en créditos que se pretende brindar, no es un servicio que se encuentre en el mercado, pero de acuerdo a la información y estudio realizado ha tenido una gran aceptación. Por esta razón, se afirma que el proyecto si es factible de realizar debido a que se cuenta con una **Demanda objetivo** en el Cantón Ibarra del 48,56%, equivalente a 63399 personas que **si realizan créditos y si están de acuerdo en utilizar el servicio.**

Demanda	Oferta	Análisis
63399	0	Se tiene una demanda insatisfecha del 100% debido a que es un servicio nuevo que se pretende introducir al mercado.

3.6.1 Factores que la afectan

Los principales factores que afectan la demanda son:

- El nivel de ingresos de la población
- La capacidad de endeudamiento de la población
- El precio del servicio
- La calidad del servicio
- La Necesidad real del servicio

3.6.2 Comportamiento histórico

Las personas acuden directamente a las instituciones financieras cuando requieren un crédito, y han adquirido cierto conocimiento sobre las condiciones de éstos, porque en algún momento han requerido un dinero que no tienen. Por ello, ya existe en el medio, cierta inseguridad sobre la institución en la que solicitan el crédito. Es bien sabido que en toda ciudad, existen instituciones que prestan un buen servicio de crédito y que no es muy costoso; también existen instituciones que cobran por todo, incluso por cosas que el cliente no ha firmado, tal es el caso de las tarjetas de crédito.

3.6.3 Demanda actual

Para determinar una demanda confiable, se toma a los grupos de personas, que contestaron de la siguiente manera en las encuestas:

- Si realizan créditos,
- Si se asesorarían antes de contraer una obligación importante,
- Si están de acuerdo con la creación de una oficina de asesoramiento en créditos,
- Si utilizarían el servicio ofertado
- Si están de acuerdo, con pagar una tarifa por el servicio de asesoramiento,

- La frecuencia con la requieren el servicio va de seis meses a 20 años.
- Tienen empleo y cuentan con un nivel de ingresos de un salario básico o más.

Tabla Nº. 26

FRECUENCIA PARA EL SERVICIO			
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porc. Utilizado
Semestral	6	1.57%	1.57%
Anual	48	12.53%	12.53%
2 años	40	10.44%	10.44%
5 años	37	9.66%	9.66%
10 años	31	8.09%	8.09%
20 años	24	6.27%	6.27%
Ninguna	197	51.44%	-----
Total	383	100.00%	48.56%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

En este cuadro se muestra como se obtiene la demanda global para el servicio de asesoría, equivalente al 48.56% del total de la población comprendida entre 18 y 65 años del Cantón Ibarra.

Luego de realizar esta selección, se aplicó las respectivas fórmulas, para obtener una frecuencia anual para el servicio.

Tabla Nº. 27

FRECUENCIA ANUAL PARA EL SERVICIO				
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Fr. Anual	%
Semestral	6	1.57%	12.0	13.09%
Anual	48	12.53%	48.0	52.34%
2 años	40	10.44%	20.0	21.81%
5 años	37	9.66%	7.4	8.07%
10 años	31	8.09%	3.1	3.38%
20 años	24	6.27%	1.2	1.31%
Ninguna	197	51.44%	0.0	0.00%
Total	383	100.00%	91.7	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Con esta información, se establece una **demanda depurada** de 107 por cada 383 ciudadanos, equivalente al 28.02%.

Muestra:	n	=	383	100.00%
Demanda Anual		=	92	23.94%
Población:	N	=	130.548	Ciudadanos

130.548 x 23.94% = 31257 demanda anual para el servicio

Si se calcula el 23.94 % obtenido de este análisis, a la población del Cantón Ibarra, obtenemos una **demanda real anual** de **31257 Clientes**.

3.6.4 Proyección de la demanda

Se utiliza la tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el INEC, para proyectar la demanda para los próximos años.

Tabla N°. 28

CENSO DE CRECIMIENTO POBLACIONAL AÑO 2.001		
Cantones	Población	
	Total	TCP %
Total	344.044	2.4
Ibarra	153.256	2.3
Antonio Ante	36.053	2.5
Cotacachi	37.215	1.0
Otavalo	90.188	4.3
Pimampiro	12.951	-1.6
Urcuquí	14.381	0.4

Fuente: INEC, Censo 2001

Elaborado por: Autoras

Según la tabla anterior, Ibarra ha tenido un crecimiento poblacional de 2.3% según el último censo poblacional realizado por el INEC. Lastimosamente es el único dato obtenido sobre la población, y aunque sea del año 2001, será utilizado para este proyecto.

Tabla N°. 29

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA		
Año	% de Aplicación	Demanda Proyectada
2.010	0	31.257
2.011	2,3	31.975
2.012	2,3	32.711
2.013	2,3	33.463
2.014	2,3	34.233
2.015	2,3	35.020

Fuente: INEC, Censo 2001

Elaborado por: Autoras

La demanda proyectada resulta ser muy buena para el proyecto en estudio, es bastante significativa en el año 2011; la demanda para el año 2015 de 35020 clientes, es mucho más prometedora; pero es preciso considerar, que muchos de los clientes, una vez que hayan conseguido la mejor oferta de mercado en créditos, ya no tendrán la necesidad de asesorarse nuevamente. Por ello las proyecciones a futuro podrían fallar, y será preciso reajustarlas año por año.

3.7 Demanda potencial insatisfecha

De acuerdo a los datos revelados en el cuadro anterior, determinamos una demanda potencial insatisfecha en el primer año de 31257 clientes. Este es un número muy alto, al cual no se podrá llegar de un día para otro, pero utilizando los medios de comunicación como aliados, será posible comunicar a la población, sobre el servicio de asesoría en créditos.

3.8 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la actualidad no existen instituciones de carácter público o privado que presten el servicio de asesoramiento en créditos. Más bien lo que existe en el mercado, es una gran cantidad de instituciones

financieras que luchan por posicionarse en el medio, para seguir creciendo. Es poco lo que se hace por los derechos que tienen los ciudadanos, especialmente el derecho a la información sobre aspectos de créditos.

Por estas razones, la oferta actual en el mercado, sobre el servicio de asesoramiento en créditos, es **CERO**.

3.9 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Tabla N°. 30

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA			
Años	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha
2.010	0	31.257	-31.257
2.011	0	31.975	-31.975
2.012	0	32.711	-32.711
2.013	0	33.463	-33.463
2.014	0	34.233	-34.233
2.015	0	35.020	-35.020

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Al no existir oferta, se cuenta con toda la demanda existente en el Cantón y no sólo eso, sino también de todo el sector norte del país. Este es un punto fuerte, que demuestra una alta factibilidad para este proyecto.

3.10 CONCLUSIÓN

En todos los puntos analizados en el Estudio de Mercado, tanto de la demanda como de la oferta del servicio, se concluye que el servicio que se pretende ofrecer, si es bien visto y aceptado por la comunidad, es decir existe un mercado potencial a satisfacer, por tal motivo **SI** es factible la creación de una Oficina de Asesoramiento en Créditos, en el Sector Urbano del Cantón Ibarra.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende, el análisis de infraestructura y de aspectos técnicos que permitan la prestación del servicio, determinando los componentes para la implementación de la oficina, señalando básicamente cuales son los factores referentes a ubicación, tamaño y equipamiento de la misma.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño óptimo de la oficina de asesoramiento de créditos, dependerá de indicadores como el volumen de la demanda insatisfecha, la ubicación de acuerdo a los servicios que se brindará al mercado de clientes, inversiones, entre otros.

4.1.1 Factores determinantes

Los principales factores que van a incidir en el desarrollo del proyecto en estudio son: el mercado, los recursos financieros propios o de terceros, la disponibilidad tecnológica, entre otras. Todos estos factores van a ser la base, que permitirá la creación de una oficina de asesoramiento en créditos en el Cantón Ibarra.

4.1.1.1 El mercado

El tamaño según el mercado, irá en función de la demanda insatisfecha que se ha calculado.

Demanda Insatisfecha 2.011 = 31257 Clientes

De acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se establece que un buen porcentaje de la población en estudio están de acuerdo y dispuestas a recibir el servicio propuesto. El mercado a satisfacer con el servicio es muy amplio y será una de las fortalezas de este proyecto.

4.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

Para iniciar con este proyecto, se cuenta con un capital propio de 18925.15 dólares americanos; mismos que serán cubiertos por una inversión de capital propio. Si este proyecto necesita de una mayor inversión, se solicitará un crédito en una institución del sistema financiero, que se ajuste a los requerimientos de la oficina.

4.1.1.3 Economías de escala

Economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de prestación de servicios, para ir creciendo más a menor costo, es decir, a medida que la prestación del servicio crece, los costos por cada cliente atendido se reducirán. Cuantos más clientes se atiende, serán menores los costos por esa atención.

La economía de escala se utiliza especialmente en empresas productoras, donde aplican costos de producción fijos y variables, en donde si aumentan los niveles de producción de una planta, los costos variables también aumentarán, pero los costos fijos se mantendrán para todas las unidades adicionales, haciendo que disminuya el costo por cada unidad producida.

En el proyecto en estudio, se puede aumentar el número de personas que se encargan de la atención al cliente, esto en caso de que la demanda así lo amerite. Mientras los costos fijos se mantienen, la utilidad por un

aumento en los clientes atendidos brindará un beneficio y se podrá establecer un menor costo por cada cliente atendido.

4.1.1.4 Disponibilidad tecnológica

En la actualidad es importante disponer de equipos informáticos que permitan procesar los datos y obtener información adecuada y oportuna para una acertada toma de decisiones.

También estos equipos servirán para procesar la información del sistema financiero y ponerla al servicio de sus clientes. No hay que olvidar que el cliente es la razón de ser de toda empresa, por lo tanto deberán ser registrados, utilizando el software más adecuado, incluso para que permita realizar proyecciones a futuro.

Los programas más utilizados actualmente, para registrar grandes cantidades de información son los programas de contabilidad y los programas de Microsoft Office, mismos que nos serán de gran utilidad; de ello se deduce que, se deberá adquirir equipos de cómputo de última generación.

4.1.2 Optimización del tamaño del proyecto

El tamaño es la capacidad de servicio que tiene el proyecto, durante el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de servicio al número de clientes que se pueden atender en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

El tamaño óptimo de nuestra oficina es de 74 m², espacio físico en el cuál trabajarán las personas encargadas del desenvolvimiento de la misma; también habrá un espacio destinado a clientes en espera. Prácticamente, la oficina deberá tener una apariencia similar a la que presentan las instituciones financieras; ésta será una tarjeta de presentación.

4.1.3 Determinación del servicio

Para la prestación del servicio, se debe contar con información actualizada sobre:

- Instituciones financieras
- Políticas de Créditos
- Tasas de Interés y comisiones
- Gastos administrativos
- Trámites y papeleo
- Garantías
- Requisitos
- Encajes
- Tiempo de espera en la entrega de los créditos
- Intereses y multas por mora

Una vez obtenida esta información, se puede realizar un análisis, sobre cuáles son las instituciones financieras que prestan el mejor servicio crediticio y al menor costo. Toda esta información se pondrá en manos de los clientes, para que puedan elegir las mejores alternativas de crédito, según sea el caso.

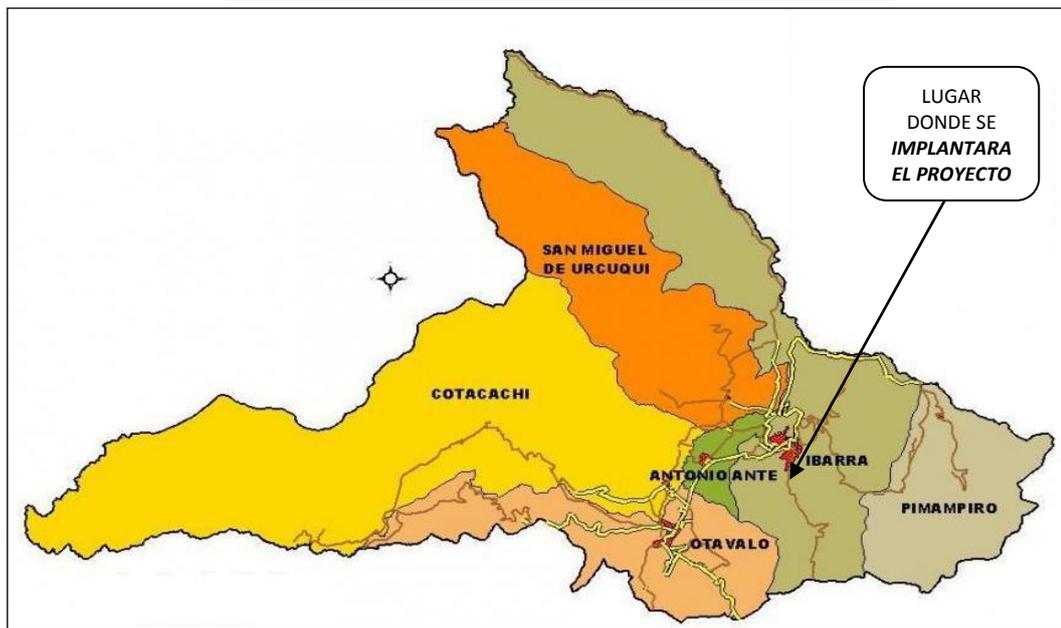
4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Una de las decisiones más importantes para que un proyecto funcione, es la ubicación; si en este punto se decide por una mala alternativa, todo el proyecto podría venirse abajo, por lo tanto la ubicación más idónea para esta oficina es la que obtuvo mayor aceptación en las encuestas realizadas: Simón Bolívar y Av. Pérez Guerrero.

4.2.1 Macro localización

La implantación de la oficina del proyecto estará ubicada en: Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, conocido también como Ibarra Ciudad Blanca.

MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Ibarra
Elaborado por: Las Autoras

MAPA DEL ECUADOR



Fuente: Página web: www.ibarra.gov.ec/web/index.php

PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Página web: www.ibarra.gov.ec/web/index.php

Elaborado por: Las Autoras

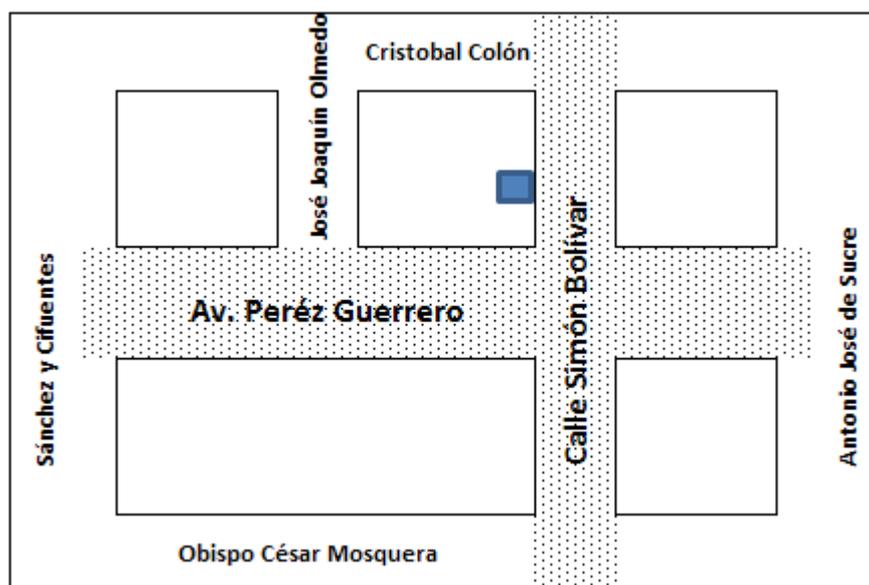
El Cantón Ibarra se encuentra al Norte del País Junto a la hermana Provincia del Carchi.

4.2.2 Micro localización

Según las encuestas realizadas, la mejor ubicación para la oficina es: Simón Bolívar y Av. Pérez Guerrero, con una aceptación del 35.99% de la población; superando por varios puntos a otras alternativas indicadas en dichas encuestas.

Lo importante es asegurar la comodidad para el cliente, lo cual permite optimizar recursos y brindar un servicio con calidad, considerando que la mayoría de instituciones financieras se encuentran cercanas al lugar referido.

4.2.2.1 Plano de micro localización



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto, tiene como finalidad principal seleccionar el proceso de prestación del servicio, especificaciones de actividades y subactividades, distribución de espacios físicos y rendimientos técnicos esperados.

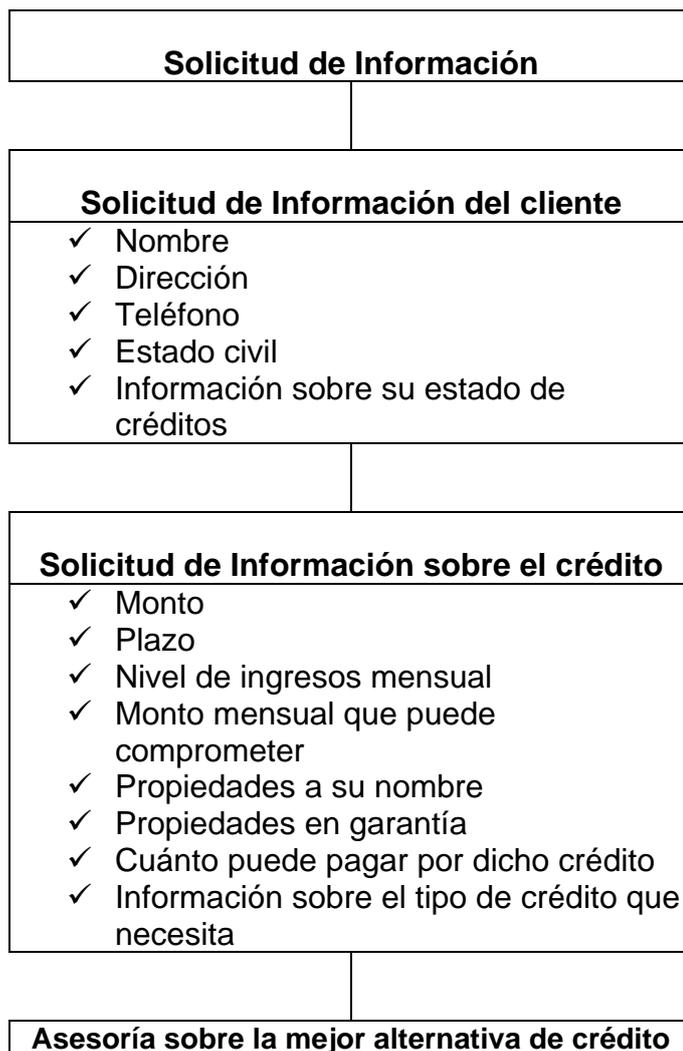
4.3.1 Procesos de prestación del servicio

Para realizar la prestación de servicio se definirán cuáles son los procesos a seguir cuando asesoremos a los clientes. También en este punto se mostrará: todos los requerimientos de personal, financieros y de materiales, que permitirán crear la oficina.

4.3.1.1 Diagrama de flujo

Este servicio, no deberá convertirse en todo un trámite, igual como sucede en las instituciones financieras; por el contrario el servicio de asesoría deberá ser ágil, rápido y oportuno.

DIAGRAMA DE FLUJO



Fuente Investigación directa
Elaborado por: Autoras

4.3.1.2 Formularios

Los siguientes formularios van a permitir conocer la situación de las personas que acuden a la oficina. Con esta información se procederá a

asesorarles, sobre la mejor alternativa de crédito que sea factible en cada caso.

" I N F O C R E D " SOLICITUD DE INFORMACIÓN DEL CLIENTE
<i>DATOS INFORMATIVOS</i>
Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____
Estado Civil: _____
 <i>INFORMACIÓN SOBRE SU ESTADO DE CRÉDITOS</i>
Cuántos créditos tiene vigentes _____
En qué instituciones financieras _____

Montos totales por pagar _____

Su clasificación en la central de riesgos _____
 Firma del Cliente: _____
C.C

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

" I N F O C R E D " SOLICITUD DE INFORMACIÓN SOBRE EL CRÉDITO
Monto requerido: _____
Plazo: _____
Nivel de Ingresos mensual: _____
Monto mensual que puede comprometer: _____
Propiedades a su nombre: _____
Propiedad a hipotecar, si fuese el caso _____
Información de garantes: _____

Información sobre el tipo de crédito que necesita _____

Institución Financiera de su preferencia: _____

 Firma del Cliente: _____
C.C

Fuente: Investigación directa

4.3.1.3 Requerimientos de personal

Para cubrir con la demanda esperada, se trabajará: las personas que realizan este estudio, como administradora y contadora, y a la vez como asesoras en créditos cuando así sea necesario; adicionalmente se contratará una secretaria, y a una persona que atenderán al Público que requiera el servicio de asesoría. Con cuatro personas atendiendo a los clientes, de lunes a sábado, se cubrirá la demanda esperada. También está programado contratar más personal, a medida que sea necesario.

Se considera que el elemento humano es el recurso más valioso, en la ejecución de un proyecto de prestación de servicios; las acciones de este recurso pueden conllevar a la consecución de los objetivos y metas establecidas, para ello es necesario determinar los gastos de personal en los que se incurrirá, según la proyección de atención al cliente:

4.3.1.3.1 Gastos administrativos

Tabla Nº. 31

SUELDOS ADMINISTRATIVOS								
Expresado en dólares americanos								
Detalle	Cant.	Mens.	Anual	IESS	13º	14º	Fdo/R.	Total
ADMINISTRADOR	1	264	3.168.00	353.23	264	264	264	4.313.23
CONTADOR	1	264	3.168.00	353.23	264	264	264	4.313.23
TOTAL		528	6.336.00	706.464	528	528	528	8.626.46

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

En los gastos administrativos se encuentran los sueldos del personal, quienes laborarán durante la primera fase de ejecución del proyecto con un sueldo básico y todos los beneficios sociales y de ley. En este caso, las personas encargadas de la Administración y de la Contabilidad, estarán también, a cargo de la Atención al Cliente, hasta lograr

posicionamiento en el mercado; para luego contratar a personas que tengan un buen perfil profesional, que quieran y puedan atender al público en el tema de asesoramiento en créditos.

4.3.1.3.2 Gastos sueldos

Tabla Nº. 32

GASTOS SUELDOS								
Expresado en dólares americanos								
Detalle	Cant.	Mens.	Anual	IESS	13º	14º	Fdo/R.	Total
ASESOR	1	264	3.168.00	353.23	264	264	264	4.313.23
TOTAL		264	3.168.00	353.232	264	264	264	4.313.23

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Es necesario también, la ayuda de una, dos y en el mejor de los casos más asesoras, para atender a los clientes, razón por la cual será imprescindible contratar más personal, una vez que vaya creciendo el mercado al cual se quiere llegar.

4.3.1.3.3 Gastos sueldos y salarios proyectados

Tabla Nº. 33

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS 2011								
Expresado en dólares americanos								
Detalle	Cant.	Mens.	Anual	IESS	13º	14º	Fdo/R.	Total
ADMINISTRADOR	1	264	3.168.00	353.232	264	264	264	4.313.23
CONTADOR	1	264	3.168.00	353.232	264	264	264	4.313.23
ASESOR	1	264	3.168.00	353.232	264	264	264	4.313.23
ASESOR		0	0.00	0	0	0	0	0.00
TOTAL		792	9.504.00	1059.7	792	792	792	12.939.70

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 34

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS 2012								
Expresado en dólares americanos								
Detalle	Cant.	Mens.	Anual	IESS	13º	14º	Fdo/R.	Total
ADMINISTRADOR	1	290	3.480.00	388.02	290	290	290	4.738.02
CONTADOR	1	290	3.480.00	388.02	290	290	290	4.738.02
ASESOR	1	290	3.480.00	388.02	290	290	290	4.738.02
ASESOR	1	290	3.480.00	388.02	290	290	290	4.738.02
TOTAL		1160	10.440.00	1164.06	870	870	870	18.952.08

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

En las tablas anteriores se presentan las proyecciones de sueldos y salarios, para los años 2011 y 2012 debido al número de personas que laborarán en la oficina. A partir del año 2013, se proyecta un aumento del 10% en las remuneraciones calculadas para el año 2012.

Tabla Nº. 35

GASTO SUELDOS Y SALARIOS PROYECTADOS					
Expresado en dólares americanos					
DETALLE	AÑO 2.011	AÑO 2.012	AÑO 2.013	AÑO 2.014	AÑO 2.015
Remuneraciones	8.626.46	9.476.04	10.423.64	11.466.01	12.612.61
Salarios	4.313.23	9.476.04	10.423.64	11.466.01	12.612.61
TOTAL	12.939.70	18.952.08	20.847.29	22.932.02	25.225.22

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

La proyección de salarios se la realiza en función de las últimas tasas salariales que ha incrementado el gobierno nacional y que es de aproximadamente el 10% anual.

4.3.1.4 Requerimientos de Equipos de Oficina

Es importante disponer de equipos informáticos que permitan procesar datos y obtener información confiable, adecuada y oportuna para tomar decisiones.

Tabla Nº. 36

EQUIPO DE CÓMPUTO				
Expresado en dólares americanos				
No	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	4	Computadores de escritorio	683,00	2.732,00
2	1	Impresoras Láser	250,00	250,00
3	1	Impresoras Matricial	360,00	360,00
			SUBTOTAL	3.342,00
			12% IVA	401,04
			0% IVA	-
			TOTAL	3.743,04

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

4.3.1.5 Requerimientos de Muebles y Enseres de Oficina

Para prestar un adecuado servicio al cliente de acuerdo al espacio físico y al personal que laborará en la oficina de asesoramiento de créditos, es imprescindible la adquisición de equipos, muebles y enseres que permitirán realizar las actividades diarias. A continuación se detalla un listado de los mismos, según la investigación realizada sobre los precios del mercado:

Tabla Nº. 37

EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA				
Expresado en dólares americanos				
No.	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	2	Modulares	200,00	400,00
2	4	Escritorios	185,00	740,00
3	2	Sillas tipo Gerente	120,00	240,00
4	2	Sillas tipo Secretaria	50,00	100,00
5	2	Archivadores Biblioteca	240,00	480,00
6	2	Archivadores Aéreos	140,00	280,00
7	1	Teléfono Fax	66,00	66,00
8	8	Sillas fijas	38,00	304,00
9	2	Sillones	135,00	270,00
10	1	Mesa Central	100,00	100,00
			SUBTOTAL	2.980,00
			12% IVA	357,60
			0% IVA	-
			TOTAL	3.337,60

Entre los equipos, muebles y enseres, da un total de \$ 7.080,64 para el inicio del proyecto.

4.3.1.6 Requerimientos de Materiales de Oficina

En este cuadro se indican todos los materiales y suministros de oficina más utilizados y que no podrán faltar en la oficina. También existen otros rubros, pero de valores poco significativos, que no afectarán mayormente el flujo de efectivo.

Tabla Nº. 38

MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA				
Expresado en dólares americanos				
No.	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	5	Resmas de papel	3,50	17,50
2	10	Carpetas de cartón	0,19	1,90
3	10	Carpetas de plástico	0,30	3,00
4	20	Separadores de carpetas	0,40	8,00
5	2	Folders T/O grandes	3,25	6,50
6	2	Folders pequeños	2,25	4,50
7	2	Cartuchos de impresoras	31,40	62,80
8	3	Cintas para impresoras	13,15	39,45
9	1	Caja de lápices	2,50	2,50
10	1	Caja de esferos	2,50	2,50
11	2	Grapadora	6,00	12,00
12	2	Perforadora	7,00	14,00
13	1	Caja CDs	2,50	2,50
14	2	Flash memories 2GB	12,00	24,00
15	1	Tinta para impresora	15,00	15,00
			SUBTOTAL	198,65
			12%IVA	23,84
			0% IVA	17,50
			TOTAL	239,99

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 39

MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINAS PROYECTADOS						
Expresado en dólares americanos						
DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SUMINISTROS	239.99	249.16	258.67	268.55	278.81	289.46
TOTAL	239.99	249.16	258.67	268.55	278.81	289.46

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Para la proyección de los suministros y materiales de oficina se considera la tasa inflacionaria que oscila en el 3.82% anual.

4.3.1.7 Requerimientos financieros para gastos

Tabla Nº. 40

SERVICIOS BÁSICOS			
Expresado en dólares americanos			
No.	DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
1	Energía Eléctrica	25,00	300,00
2	Servicio Telefónico e Internet	24,90	298,80
3	Agua Potable	5,00	60,00
4	Arriendos	450,00	5.400,00
	TOTAL	504.90	6.058,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

En este cuadro se indica todos los gastos de los servicios básicos más importantes, que se cubrirán mensualmente y que son ineludibles para la apertura de cualquier oficina, ejemplo: teléfono, internet, el pago del arriendo del lugar donde va a funcionar la oficina, energía eléctrica para el funcionamiento de todos los equipos de computación que permanentemente serán utilizados para cumplir los objetivos, como brindar información al público asesorándolos de la manera más óptima y confiable.

Tabla Nº. 41

SERVICIOS BÁSICOS PROYECTADAS						
Expresado en dólares americanos						
DETALLE	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015
SERVICIOS	6.058.80	6.290.25	6.530.53	6.780.00	7.039.00	7.307.89
TOTAL	6.058.80	6.290.25	6.530.53	6.780.00	7.039.00	7.307.89

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

También se considera la tasa inflacionaria del 3,82% anual para realizar la proyección de los mismos para los siguientes períodos del proyecto.

4.3.1.8 Requerimientos financieros para publicidad

Tabla Nº. 42

GASTOS PUBLICIDAD 2011				
Expresado en dólares americanos				
No.	CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	1	Televisión	250.00	250.00
2	1	Radio	120.00	120.00
3	4	Diarios	25.00	100.00
4	500	Hojas volantes	0.04	20.00
5	1	Letrero	150.00	150.00
		SUBTOTAL		640.00
		12% IVA		76.80
		0% IVA		-
TOTAL				716.80

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 43

GASTOS PUBLICIDAD 2012				
Expresado en dólares americanos				
No.	CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	1	Televisión	250.00	250.00
2	1	Radio	120.00	120.00
3	4	Diarios	25.00	100.00
4	500	Hojas volantes	0.04	20.00
		SUBTOTAL		490.00
		12% IVA		58.80
		0% IVA		-
TOTAL				548.80

Tabla Nº. 44

SERVICIOS DE PUBLICIDAD PROYECTADOS						
Expresado en dólares americanos						
DETALLE	AÑO 2.010	AÑO 2.011	AÑO 2.012	AÑO 2.013	AÑO 2.014	AÑO 2.015
PUBLICIDAD	716.80	744.18	569.76	591.53	614.13	637.59
TOTAL	716.80	744.18	569.76	591.53	614.13	637.59

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Para la proyección de los gastos publicitarios, se consideran los gastos que se realizarán en los años 2011 y 2012. Luego se utilizará la tasa inflacionaria que oscila en el 3.82% para calcular las proyecciones de los años 2013, 2014 y 2015.

La mejor manera de informar y dar a conocer a la comunidad sobre la apertura de la oficina y los servicios de asesoramiento en créditos que ofrece, es mediante los medios de comunicación más importantes y que tienen mayor aceptación en el mercado según las encuestas realizadas, con el propósito de llegar a toda la población del Cantón Ibarra.

4.3.1.9 Depreciaciones

Para conocer un estado de resultados, lo más cercano posible a la realidad, es imprescindible realizar las depreciaciones de los activos que se utilizarán en el desarrollo del trabajo. Y posteriormente proyectar estas depreciaciones para los 5 años de vida útil, calculados para este proyecto.

Tabla Nº. 45

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS				
Expresado en dólares americanos				
Cuenta	Costo	% Depr.	Vida Útil años	Salvamento
Equipos de Computación	3.743.04	33.33%	3	0.00
Muebles y Enseres de Oficina	3.337.60	5.00%	-	2503.20

Fuente: LRTI

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 46

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Expresado en dólares americanos				
Cuenta	Costo	% Depr.	Depreciación	Saldo
Primer año	3.743.04	33.33%	1.247.68	2.495.36
Segundo año	2.495.36	33.33%	1.247.68	1.247.68
Tercer año	1.247.68	33.33%	1.247.68	-
TOTALES		100.00%	3.743.04	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 47

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA				
Expresado en dólares americanos				
Cuenta	Costo	% Depr.	Depreciación	Saldo
Primer año	3.337.60	5.00%	166.88	3.170.72
Segundo año	3.170.72	5.00%	166.88	3.003.84
Tercer año	3.003.84	5.00%	166.88	2.836.96
Cuarto año	2.836.96	5.00%	166.88	2.670.08
Quinto año	2.670.08	5.00%	166.88	2.503.20
TOTALES		25.00%	500.64	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 48

TOTAL DEPRECIACIONES	
Expresado en dólares americanos	
DEPRECIACIÓN	TOTAL
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.247.68
MUEBLES Y ENSERES	166.88
GASTOS CONSTITUCIÓN	-
TOTAL	1.414.56

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 49

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS Y MUEBLES PROYECTADOS					
Expresado en dólares americanos					
DETALLE	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015
DEPREC. ACTIVOS	1.414.56	1.414.56	1.414.56	166.88	166.88
TOTAL	1.414.56	1.414.56	1.414.56	166.88	166.88

4.3.1.10 Gastos operacionales

En la siguiente tabla se presentan, los gastos operacionales que se realizarán en los cinco años de funcionamiento de la oficina de asesoramiento en créditos.

Tabla Nº. 50

GASTOS OPERACIONALES						
Expresado en dólares americanos						
GASTOS DE OPERACIÓN	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
REMUNERACIONES	12939.70	18952.08	20847.29	22932.02	25225.22	100896.30
SERVICIOS BÁSICOS	6058.80	6290.25	6530.53	6780.00	7039.00	32698.58
SUMINISTROS DE OFICINA	239.99	249.16	258.67	268.55	278.81	1295.18
DEPRECIACIÓN ACTIVOS	1414.56	1414.56	1414.56	166.88	166.88	4577.44
SERVICIOS DE PUBLICIDAD	716.80	744.18	569.76	591.53	614.13	3236.40
TOTAL	20653.04	26906.04	29051.05	30147.45	32709.91	142703.90

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

CAPÍTULO V

5 EVALUACIÓN FINANCIERA

Contempla todos los flujos financieros del proyecto, distinguiendo entre capital “propio” y “prestado”. Permite determinar la “capacidad financiera” del proyecto, mide la rentabilidad del capital “propio” invertido.

Tabla Nº. 51

“ I N F O C R E D ”			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
Al 1 de enero del 2011			
Expresado en dólares americanos			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	19955.29	PASIVOS CORRIENTES	8110.78
Capital de Trabajo	19955.29	Obligación Financiera	8110.78
		Deudas por Pagar	0,00
ACTIVOS FIJOS	7080.64	PATRIMONIO	18925.15
Equipos de Computación	3743.04	Inversión Propia	18925.15
Muebles y Enseres	3337.60		
TOTAL ACTIVOS	<u>27035.93</u>	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>27035.93</u>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

El Estado de Situación Financiera muestra la posición financiera a una fecha determinada, es decir indica los recursos económicos que posee el proyecto y la forma del financiamiento con recursos propios o provenientes de terceros.

5.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO

Tabla Nº. 52

CUADRO DE INVERSIÓN					
Expresado en dólares americanos					
Detalle	Cant.	Valor U.	Valor T.	Subtotal	Inversión
INVERSIONES FIJAS					7080.64
Equipo de Computación				3743.04	
Computadores	4	764.96	3059.84		
Impresora Láser	1	280.00	280.00		
Impresora Matricial	1	403.20	403.20		
Muebles y Enseres				3337.60	
Modulares	2	224.00	448.00		
Escritorio	4	207.20	828.80		
Sillas tipo Gerente	2	151.20	302.40		
Sillas tipo Secretaria	2	56.00	112.00		
Archivadores Biblioteca	2	268.80	537.60		
Archivadores Aéreos	2	156.80	313.60		
Teléfono Fax	1	73.92	73.92		
	8	42.56	340.48		
Sillones	2	134.40	268.80		
Mesa Central	1	112.00	112.00		
Instalaciones				0.00	0.00
Instalaciones	0.00	0.00	0.00		
Inversiones diferidas				0.00	0.00
Estudio de Mercado	0.00	0.00	0.00		
Gastos de Constitución	0.00	0.00	0.00		
Adecuaciones del Local	0.00	0.00	0.00		
CAPITAL DE TRABAJO				19955.29	19955.29
Suministros de oficina	1	239.99	239.99		
Arriendo	12	450.00	5400.00		
Publicidad	1	716.80	716.80		
Remuneraciones	1	12939.70	12939.70		
Servicios Básicos	12	54.90	658.80		
Costo de mercadería	0	0.00	0.00		
TOTAL INVERSIÓN				27035.93	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

El Proyecto de Creación de una Oficina de Asesoramiento de Créditos en la Ciudad de Ibarra "INFOCRED" cuenta con una inversión total de \$27035.93 distribuida en los rubros antes señalados.

La estructura de la inversión realizada es: el 70% de inversión propia y el 30% son recursos financiados por instituciones del sistema financiero que nos permita cubrir todos los requerimientos de implantación del proyecto.

5.1.1 Datos de entrada

Tabla Nº. 53

DATOS DE ENTRADA	
INVERSIÓN INICIAL	27035.93
APORTE PROPIO	18925.15
PRÉSTAMO	8110.78
TASA INTERÉS	14,00%
TASA DE REDESCUENTO	15,24%
PREMIO AL RIESGO	10,32%
PLAZO CRÉDITO	3
PERIODO DE GRACIA	0
PLAZO DE PAGO	3

FINANCIAMIENTO	
% APORTE PROPIO	70%
	18925.15
% PRÉSTAMO	30%
	8110.78

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

El presente cuadro indica el aporte propio y el crédito que se adquirirá, con la tasa de interés y el tiempo, el premio al riesgo por la inversión propia y una tasa de descuento calculada en función de la ponderación entre el capital propio y ajeno.

5.1.2 Cálculo del costo de capital

El Costo de Capital corresponde al costo de la inversión del proyecto y permite establecer el costo de oportunidad de la misma en base a su estructura o composición.

Tabla Nº. 54

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL				
Expresado en dólares americanos				
DESCRIPCIÓN	Valor Nominal	%Tasa de Oportunidad	Tasa de Ponderación	Tasa/ Oport. x Tasa Ponderada
INVERSIÓN FINANCIERA	8110.78	30%	14.00%	4.20%
INVERSIÓN PROPIA	18925.15	70%	10.32%	7.22%
INVERSIÓN TOTAL	27035.93	100%		11.42%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Datos:

CK = COSTO DE CAPITAL

CK = 11.42%

El costo de oportunidad es el valor que el inversionista renuncia cuando tomamos decisiones en relación a la inversión realizada.

Datos:

3,82% Tasa anual de inflación según el Banco Central del Ecuador

11,42% Costo de Capital

Tasa de Redescuento = 11,42 + 3,82% = 15,24%

Los inversionistas esperan obtener una tasa de rendimiento ajustado con la inflación, estas tasas son ponderadas de acuerdo a los valores invertidos, muestra la rentabilidad mínima esperada de acuerdo a las condiciones actuales del mercado, país y estructura de capital.

5.1.3 Inversión total

La inversión variable está determinada por el capital de trabajo que se requiere para la ejecución del proyecto en el primer año y la inversión fija está conformada por los activos fijos y activos diferidos que en este caso no tenemos.

Tabla Nº. 55

INVERSIÓN TOTAL	
Expresado en dólares americanos	
INVERSIÓN	VALOR EN USD
INVERSIÓN VARIABLE	19955.29
INVERSIÓN FIJA	7080.64
TOTAL	27035.93

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

5.2 PRESUPUESTOS

Para tomar cualquier decisión, que involucre cantidades de dinero significativas, es necesario establecer un presupuesto de operación, mismo que permitirá saber cuánto dinero se utilizará para emprender una actividad.

En este tema se involucran costos, gastos, leyes laborales, leyes tributarias, normas y regulaciones que se deben tomar en cuenta antes de iniciar la actividad programada, para poder establecer de antemano las posibles ventajas o desventajas de dicha actividad.

Para definir un presupuesto, es necesario calcular en detalle todos los componentes que pondrán en marcha la oficina, como son:

5.1.1 Clasificación de costos y gastos

Todos los costos y gastos se encuentran determinados para el período económico del año 2011.

Tabla Nº. 56

CLASIFICACIÓN DE COSTOS Y GASTOS			
Expresado en dólares americanos			
No.	DETALLE	VALOR	TOTAL
	GASTOS ADMINISTRATIVOS		16339.81
1	Sueldos y Salarios	6336.00	
2	Aporte Patronal	706.46	
3	Décimo Tercer Sueldo	528.00	
4	Décimo Cuarto Sueldo	528.00	
5	Fondos de Reserva	528.00	
6	Servicios Básicos	6058.80	
7	Suministros de oficina	239.99	
8	Depreciación del Equipo de Computación	1247.68	
9	Depreciación de Muebles y Enseres	166.88	
10	Amortizaciones	0.00	
11	Gastos Varios	0.00	
	GASTOS DE VENTA		5030.03
12	Sueldos y Salarios	3168.00	
13	Aporte Patronal	353.23	
14	Décimo Tercer Sueldo	264.00	
15	Décimo Cuarto Sueldo	264.00	
16	Fondos de Reserva	264.00	
17	Suministros de oficina	0.00	
18	Publicidad	716.80	
	GASTOS FINANCIEROS		1750.58
19	Intereses Bancarios	1750.58	
	TOTAL COSTOS Y GASTOS		23120.42

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Considerando una vida útil de 5 años para este proyecto, tomando en cuenta los costos y gastos referenciales del mercado nacional en el año 2010 se realiza una proyección para los años 2011, 2012, 2013 2014 y 2015 según la oferta y la demanda analizada en el estudio de mercado.

La proyección de algunos costos y gastos se realiza con un incremento en base a la tasa inflacionaria vigente 3,82%, los sueldos y salarios se proyectan según los últimos incrementos que ha realizado el gobierno nacional.

5.2.1 Análisis de ingresos proyectados, Apertura del mercado

Para la apertura de la oficina esperamos contar con una demanda que año tras año se incrementará. De acuerdo a un sondeo realizado a oficinas o negocios, que ofrecen un servicio completamente nuevo para el mercado, se proyecta que, se requiera al menos 5 años para captar el 100% de una demanda que, aún no ha sido atendida. En las tablas siguientes se presentan los incrementos en los ingresos, en base al aumento de la demanda, utilizando la tasa de crecimiento poblacional del INEC 2001. También se plantea la fase de apertura del mercado, que en un primer año cubre estrechamente los costos operativos, más no la inversión; en un segundo año ya se cubre la inversión y se obtiene beneficio y en el último año se cubre totalmente la demanda esperada.

En este proyecto no se tomó en cuenta la tasa de crecimiento crediticio por ser muy elevada. Según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador, el Sistema Financiero Privado tuvo un crecimiento en los créditos del 27.4%, registrado en los períodos comprendidos de enero a mayo 2010 y enero a mayo 2011.

Tabla Nº. 57

INGRESOS POR SERVICIOS PRESTADOS, AÑO 2.011						
Expresado en dólares americanos						
MESES	Clientes Proy.	Costo \$	%	Clientes	Totales \$	Ingr. Acum.
I	2.665	5.00	5.00%	133	666.15	666.15
II	2.665	5.00	6.67%	178	888.19	1554.34
III	2.665	5.00	8.33%	222	1110.24	2664.58
IV	2.665	5.00	10.00%	266	1332.29	3996.88
V	2.665	5.00	11.67%	311	1554.34	5551.22
VI	2.665	5.00	13.33%	355	1776.39	7327.60
VII	2.665	5.00	15.00%	400	1998.44	9326.04
VIII	2.665	5.00	16.67%	444	2220.49	11546.53
IX	2.665	5.00	18.33%	489	2442.53	13989.06
X	2.665	5.00	20.00%	533	2664.58	16653.65
XI	2.665	5.00	21.67%	577	2886.63	19540.28
XII	2.665	5.00	23.33%	622	3108.68	22648.96
TOTAL	31.975			4.530	22648.96	

Fuente: Encuestas

Tabla Nº. 58

INGRESOS POR SERVICIOS PRESTADOS, AÑO 2.012						
Expresado en dólares americanos						
MESES	Clientes Proy.	Costo \$	%	Clientes	Totales \$	Ingr. Acum.
I	2.726	5.00	21.67%	591	2953.08	25602.03
II	2.726	5.00	23.33%	636	3180.24	28782.27
III	2.726	5.00	25.00%	681	3407.40	32189.67
IV	2.726	5.00	26.67%	727	3634.56	35824.22
V	2.726	5.00	28.33%	772	3861.72	39685.94
VI	2.726	5.00	30.00%	818	4088.88	43774.81
VII	2.726	5.00	31.67%	863	4316.03	48090.85
VIII	2.726	5.00	33.33%	909	4543.19	52634.04
IX	2.726	5.00	35.00%	954	4770.35	57404.40
X	2.726	5.00	36.67%	1000	4997.51	62401.91
XI	2.726	5.00	38.33%	1045	5224.67	67626.58
XII	2.726	5.00	40.00%	1090	5451.83	73078.42
TOTAL	32.711			10.086	50429.46	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 59

INGRESOS POR SERVICIOS PRESTADOS, AÑO 2.013						
Expresado en dólares americanos						
MESES	Clientes Proy.	Costo \$	%	Clientes	Totales \$	Ingr. Acum.
I	2.789	5.00	41.67%	1162	5809.55	78887.97
II	2.789	5.00	43.33%	1208	6041.93	84929.90
III	2.789	5.00	45.00%	1255	6274.31	91204.21
IV	2.789	5.00	46.67%	1301	6506.69	97710.90
V	2.789	5.00	48.33%	1348	6739.08	104449.98
VI	2.789	5.00	50.00%	1394	6971.46	111421.44
VII	2.789	5.00	51.67%	1441	7203.84	118625.28
VIII	2.789	5.00	53.33%	1487	7436.22	126061.50
IX	2.789	5.00	55.00%	1534	7668.60	133730.10
X	2.789	5.00	56.67%	1580	7900.99	141631.09
XI	2.789	5.00	58.33%	1627	8133.37	149764.46
XII	2.789	5.00	60.00%	1673	8365.75	158130.21
TOTAL	33.463			17.010	85051.79	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 60

INGRESOS POR SERVICIOS PRESTADOS, AÑO 2.014						
Expresado en dólares americanos						
MESES	Clientes Proy.	Costo \$	%	Clientes	Totales \$	Ingr. Acum.
I	2.853	5.00	61.67%	1759	8795.98	166926.19
II	2.853	5.00	63.33%	1807	9033.71	175959.90
III	2.853	5.00	65.00%	1854	9271.44	185231.33
IV	2.853	5.00	66.67%	1902	9509.17	194740.50
V	2.853	5.00	68.33%	1949	9746.90	204487.40
VI	2.853	5.00	70.00%	1997	9984.63	214472.02
VII	2.853	5.00	71.67%	2044	10222.35	224694.38
VIII	2.853	5.00	73.33%	2092	10460.08	235154.46
IX	2.853	5.00	75.00%	2140	10697.81	245852.27
X	2.853	5.00	76.67%	2187	10935.54	256787.81
XI	2.853	5.00	78.33%	2235	11173.27	267961.08
XII	2.853	5.00	80.00%	2282	11411.00	279372.08
TOTAL	34.233			24.248	121241.88	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 61

INGRESOS POR SERVICIOS PRESTADOS, AÑO 2.015						
Expresado en dólares americanos						
MESES	Clientes Proy.	Costo \$	%	Clientes	Totales \$	Ingr. Acum.
I	2.918	5.00	81.67%	2383	11916.53	291288.61
II	2.918	5.00	83.33%	2432	12159.72	303448.33
III	2.918	5.00	85.00%	2481	12402.92	315851.25
IV	2.918	5.00	86.67%	2529	12646.11	328497.36
V	2.918	5.00	88.33%	2578	12889.31	341386.67
VI	2.918	5.00	90.00%	2627	13132.50	354519.17
VII	2.918	5.00	91.67%	2675	13375.69	367894.86
VIII	2.918	5.00	93.33%	2724	13618.89	381513.75
IX	2.918	5.00	95.00%	2772	13862.08	395375.83
X	2.918	5.00	96.67%	2821	14105.28	409481.11
XI	2.918	5.00	98.33%	2870	14348.47	423829.58
XII	2.918	5.00	100.00%	2918	14591.67	438421.25
TOTAL	35.020			31.810	159049.17	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

5.2.2 Ingresos por prestación de servicios, proyectados.- Los ingresos por servicios prestados, son los recursos económicos que se aspiran percibir durante la vida útil del negocio, afectando los resultados del servicio sea aumentando utilidades o disminuyendo pérdidas.

Tabla N°. 62

INGRESOS POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS		
PERÍODO	AÑOS	VENTAS
2.011	1	22648.96
2.012	2	50429.46
2.013	3	85051.79
2.014	4	121241.88
2.015	5	159049.17
TOTALES		438421.25

Fuente: Investigación directa

5.2.3 Estado de resultados proyectado

Tabla N°. 63

“ I N F O C R E D ”						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
Expresado en dólares americanos						
AÑOS/DESCRIPCIÓN	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
INGRESOS	22648.96	50429.46	85051.79	121241.88	159049.17	438421.25
Costo de mercadería	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS OPERACIONALES	21369.84	27650.22	29620.82	30738.98	33324.03	142703.90
Gastos Administrativos	16339.81	17430.00	18627.41	18681.44	20097.30	91175.97
(-) Remuneraciones	8626.46	9476.04	10423.64	11466.01	12612.61	52604.77
(-) Gasto Servicios Básicos	6058.80	6290.25	6530.53	6780.00	7039.00	32698.58
(-) Suministros de oficina	239.99	249.16	258.67	268.55	278.81	1295.18
(-) Depr. Equipo de computación	1247.68	1247.68	1247.68	0.00	0.00	3743.04
(-) Depr. Muebles y Enseres	166.88	166.88	166.88	166.88	166.88	834.40
Gastos de Ventas	5030.03	10220.22	10993.41	12057.54	13226.73	51527.93
(-) Remuneraciones	4313.23	9476.04	10423.64	11466.01	12612.61	48291.53
(-) Gasto Publicidad	716.80	744.18	569.76	591.53	614.13	3236.40
Útil. o pérd. antes Interés	1279.11	22779.23	55430.97	90502.89	125725.13	295717.35
(-) Gastos Financieros	962.03	583.53	205.02	0,00	0,00	1750.58
(=) Utilidad o pérd. Contable	317.09	22195.71	55225.95	90502.89	125725.13	293966.77
15% Part. trabajadores	47.56	3329.36	8283.89	13575.43	18858.77	44095.02
(=) Ut. Antes de Impuestos	269.52	18866.35	46942.06	76927.46	106866.36	249871.76
25% de Impuesto a la Renta	0.00	4716.59	11735.51	19231.87	26716.59	62400.56
Útil. Ejercicio, Beneficio Neto	269.52	14149.76	35206.54	57695.60	80149.77	187471.20

5.3 FLUJO DE CAJA

Se lo obtiene comparando ingresos con egresos y permite determinar la rentabilidad de un proyecto se lo diseña para la vida útil del proyecto y su capacidad para generar renta económica.

Es una herramienta administrativa que permite estimar las entradas y salidas del efectivo, con la finalidad de buscar fuentes de financiamiento o de inversión dependiendo, si el flujo de caja es positivo o negativo.

Existen dos tipos básicos: Económico y financiero. El económico corresponde a un proyecto sin deuda inicial o con financiamiento propio, mientras que el financiero es con deuda o financiamiento. En este proyecto, la inversión es con capital propio y financiado.

Tabla Nº. 64

" I N F O C R E D "						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Expresado en dólares americanos						
DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ENTRADAS DE EFECTIVO						
Ingresos por servicios		22648.96	50429.46	85051.79	121241.88	159049.17
Total entradas de efectivo		22648.96	50429.46	85051.79	121241.88	159049.17
EGRESOS DE EFECTIVO						
Gastos de Administración		16339.81	17430.00	18627.41	18681.44	20097.30
Gastos de Venta		5030.03	10220.22	10993.41	12057.54	13226.73
Gastos Financieros		962.03	583.53	205.02	0.00	0.00
Pago de Capital		2703.59	2703.59	2703.59	0.00	0.00
Total egresos de efectivo		25035.47	30937.34	32529.43	30738.98	33324.03
SALDO EQUIVALENTE		-2386.51	19492.12	52522.36	90502.89	125725.13
(+) Depreciaciones		1414.56	1414.56	1414.56	166.88	166.88
(+) Amortización		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SALDO DE CAJA		-971.95	20906.68	53936.92	90669.77	125892.01
INVERSIÓN INICIAL						
Activos fijos	7080.64					
Activos diferidos	0.00					
Otras inversiones	19955.29					
FLUJO NETO	-27035.93	-971.95	20906.68	53936.92	90669.77	125892.01
FLUJOS DE EFECTIVO	-27035.93	-971.95	20906.68	53936.92	90669.77	125892.01
VAFE	263397.50					

VAFE = Valor Actual de Flujos de efectivo

El flujo de caja resultó ser positivo, considerando que en el mismo se encuentra el pago de capital e interés del préstamo realizado para el inicio de la inversión en el proyecto.

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio resulta de la relación entre gastos e ingresos con la finalidad de determinar, en qué nivel de ingresos llega a equilibrar con sus costos y gastos.

Es el nivel de producción donde se igualan los ingresos por ventas y los costos totales (fijos y variables). Es el punto mínimo de producción que se debe tener para no incurrir en pérdidas.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Y}}$$

Datos:

$$PE = \frac{17.056,61}{1 - \frac{4.313,23}{22.648,96}}$$

$$PE = \frac{17.056,61}{1 - 0,19043832}$$

$$PE = \frac{17.056,61}{0,8095617}$$

$$PE = \$ 21.068,94$$

Donde:

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

Y = Ingresos (Ventas Totales)

Tabla Nº. 65

" I N F O C R E D "					
PUNTO DE EQUILIBRIO					
Expresado en dólares americanos					
DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
COSTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	8866.45	9725.20	10682.32	11734.56	12891.42
GASTOS DE VENTA	716.80	744.18	569.76	591.53	614.13
SERVICIOS BÁSICOS	6058.80	6290.25	6530.53	6780.00	7039.00
DEPRECIACIONES	1414.56	1414.56	1414.56	166.88	166.88
OTROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL COSTOS FIJOS	17056.61	18174.18	19197.18	19272.97	20711.42
COSTOS VARIABLES					
MANO OBRA DIRECTA	4313.23	9476.04	10423.64	11466.01	12612.61
MATERIALES DIRECTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MATERIALES INDIRECTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
AGUA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	4313.23	9476.04	10423.64	11466.01	12612.61
TOTAL COSTOS	21369.84	27650.22	29620.82	30738.98	33324.03
VENTAS	22648.96	50429.46	85051.79	121241.88	159049.17
PUNTO DE EQUILIBRIO %	0.9302392	0.4437770	0.2572377	0.175567	0.141436
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	21068.95	22379.43	21878.53	21286.02	22495.30
CAPACIDAD DE EQUILIBRIO	0.80956	0.81209	0.87744	0.90543	0.92070

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

La capacidad de equilibrio para el primer año oscila en el 81% y luego va subiendo hasta obtener un 92% en el último año, en relación del costo variable sobre las ventas totales, lo que se debe al incremento de cada uno de estos rubros. Se logran ventas superiores a las mínimas requeridas en cada uno de los años, puesto que cada año el porcentaje de equilibrio disminuye del 93,02,00% el primer año al 14,14% en el último año, lo que significa que de las ventas totales, el 93,02% es empleado para el pago de Costos Fijos y Costos Variables y el 6,98% es utilidad, en cuanto al último año es importante observar que el 14,14% de las ventas totales cubren los costos fijos y variables mientras que el 85,86% son utilidades.

Reemplazando en la fórmula el resultado, tenemos:

COSTOS FIJOS	=	17056.61
COSTOS VARIABLES	=	4313.23
INGRESOS	=	22648.96
TOTAL COSTOS FIJOS	=	17.056.61
CAPACIDAD DE EQUILIBRIO	=	0.80956
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	21068.95

5.5 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor actual neto (VAN) conocido también como Valor Presente Neto (VPN), se obtiene de restar la inversión inicial del valor presente de los Flujos Netos de Efectivo (FNE).

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n} + VS$$

Donde:

I_0 = inversión inicial

F_1 = flujo del primer período

F2= flujo del segundo período
 Fn= flujo del último período
 VS= valor de salvamento de los activos.
 i= tasa de descuento

Cálculo del VAN

VAN =	-27035.93	-	$\frac{971.95}{(1+0,1524)^1}$	+	$\frac{20906.68}{(1+0,1524)^2}$	+	$\frac{53936.92}{(1+0,1524)^3}$	+	$\frac{90669.77}{(1+0,1524)^4}$	+	$\frac{125892.01}{(1+0,1524)^5}$
VAN =	-27035.93	-	971.95	+	20906.68	+	53936.92	+	90669.77	+	125892.01
			1.1524		1.3280		1.5304		1.7637		2.0324
VAN =	-27035.93	-	843.41	+	15742.67	+	35243.28	+	51410.23	+	61941.53
VAN =	-27035.93	-	843.41	+	164337.72						
VAN =	136458.38										

Considerando que el análisis del Valor Actual Neto es \$ 136.458,38 es positivo y mayor que cero, el proyecto es rentable.

5.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en el proyecto, cuánto entrega a sus inversionistas y financistas con respecto a la inversión realizada; es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero

Su valor no depende del tiempo, representa el máximo costo que el inversionista podría pagar por el capital prestado

Cálculo del TIR

VAN =	-27035.93	-	$\frac{971.95}{(1+0,8619)^1}$	+	$\frac{20906.68}{(1+0,8619)^2}$	+	$\frac{53936.92}{(1+0,8619)^3}$	+	$\frac{90669.77}{(1+0,8619)^4}$	+	$\frac{125892.01}{(1+0,8619)^5}$
VAN =	-27035.93	-	1.8619	+	3.4667	+	6.4546	+	12.0178	+	22.3760
VAN =	-27035.93	-	522.02	+	6030.76	+	8356.36	+	7544.62	+	5626.22
VAN =	-27035.93	-	522.02	+	27557.95						
VAN =	0.00										
TIR =	86.19%										

La Tasa Interna de Retorno (TIR) para el presente proyecto es 86,19%; por disponer de una Tasa Interna de Retorno mayor a la tasa Mínima de Rendimiento la ejecución del proyecto si es viable.

5.7 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO (B/C)

La Relación Beneficio – Costo (B/C) es el cociente entre el valor absoluto de los costos y los beneficios, actualizados al valor presente.

Ambos (costos y beneficios) se actualizan con la misma tasa de descuento.

Tabla Nº. 66

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO					
Expresado en dólares americanos					
AÑOS	Inversión	Ingresos	Costos	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
				15,24%	15,24%
0	-27035.93				
2.011		22648.96	21369.84	19197.26	18113.08
2.012		50429.46	27650.22	42744.01	23436.33
2.013		85051.79	29620.82	72089.90	25106.61
2.014		121241.88	30738.98	102764.61	26054.36
2.015		159049.17	33324.03	134810.07	28245.45
TOTALES	-27035.93	438421.25	142703.90	371605.85	120955.83

$$\text{RBC} = \frac{\text{Sumatoria Ingresos Actualizados}}{\text{Sumatoria Costos Actualizados}}$$

$$\text{RBC} = \frac{371.605,85}{120.955,83}$$

$$\text{RBC} = 3,0722$$

$$\text{RBC} = 3,0722$$

$$\text{RBC} = 3,0722 \times 100$$

$$\text{RBC} = 307,22\%$$

Existe una relación Costo-Beneficio del 307,2%, este indicador muestra que existe un beneficio muy alto en la vida útil del proyecto. De acuerdo a este indicador este proyecto rentable.

5.8 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este indicador muestra el tiempo en el cual se podría recuperar la inversión inicial del proyecto.

Su fórmula es:

$$\text{TRI} = \frac{\text{INVERSIÓN}}{\text{SUMATORIA FLUJOS NETOS DE EFECTIVO}}$$

$$\text{TRI} = \frac{27.035,93}{263.397,50}$$

$$\text{TRI} = 1,0264308$$

$$\text{TRI} = 1,0264308 \times 365 \text{ días}$$

$$\text{TRI} = 375 \text{ días}$$

$$\text{TRI} = 1 \text{ año y } 10 \text{ días}$$

El tiempo de recuperación de la inversión es de 1 año y 10 días, por lo tanto la inversión realizada se recuperaría en un corto plazo.

5.9 RESULTADOS OPERACIONALES

Estos resultados permiten medir la rentabilidad que dispondrá la empresa en los años de ejecución. Para dicho análisis consideramos los valores proyectados para los cinco ejercicios económicos.

Tabla N°. 67

MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD		
DESCRIPCIÓN	VALORES	INDICADOR
UTILIDAD OPERACIONAL	293966.77	0.6705
INGRESOS	438421.25	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

EL Margen Operacional de utilidad es equivalente al 67,05 %, lo que significa que por cada dólar que ingresa a la oficina, existe 67 centavos de dólar de utilidad operacional luego de cubrir gastos administrativos, costos y gastos de venta.

5.10 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

El análisis de sensibilidad es una herramienta básica para determinar el nivel de riesgo del proyecto, a mayor sensibilidad (variación) de la variable independiente (sensibilizada) por cambios en otra variable (dependiente), sobre todo cuando son negativos, el proyecto es más sensible y puede soportar con mayor dificultad impactos externos.

Este análisis se refiere a contrastar los datos proyectados y los reales. Usualmente los costos reales suelen ser más altos que los proyectados, por falta de eficiencia en el rendimiento del proceso.

Por ello es indispensable sustentar todos los datos que se utilizan en el análisis, desde los precios de los insumos hasta los gastos de operación, de una manera detallada y clara.

Tabla Nº. 68

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD " I N F O C R E D " ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO Del 01 de enero del 2.011 al 31 de diciembre del 2.015 Expresado en dólares americanos					
DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
ENTRADAS DE EFECTIVO					
INGRESOS VENTA DE SERVICIOS	22648.96	50429.46	85051.79	121241.88	159049.17
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	22648.96	50429.46	85051.79	121241.88	159049.17
EGRESOS DE EFECTIVO					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	16339.81	17430.00	18627.41	18681.44	20097.30
GASTOS DE VENTA	5030.03	10220.22	10993.41	12057.54	13226.73
PAGO DE CAPITAL	2703.59	2703.59	2703.59	0.00	0.00
INCREMENTO EN GASTOS 10%	2407.34	3035.38	3232.44	3073.90	3332.40
TOTAL GASTOS	26480.78	33389.20	35556.85	33812.88	36656.44
UTILIDAD O PÉRDIDA OPERATIVA	-3831.82	17040.26	49494.94	87429.00	122392.73
PAGO DE INTERESES	962.03	583.53	205.02	0.00	0.00
UTILIDAD O PÉRDIDA CONTABLE	-4793.85	16456.73	49289.92	87429.00	122392.73
15% PART. TRABAJADORES		2468.51	7393.49	13114.35	18358.91
UTILIDAD ANTES DE IMP.		13988.22	41896.43	74314.65	104033.82
IMPUESTO A LA RENTA		3497.06	10474.11	18578.66	26008.46
UTILIDAD NETA	-4793.85	10491.17	31422.32	55735.99	78025.37
UTILIDAD GLOBAL	170880.99				
Incremento del 10% en todos los períodos					

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Si los gastos proyectados se incrementan en un 10% en todos los años, disminuye la utilidad; pero aún así obtenemos una utilidad global en los cinco años de \$170881, presentándose una pérdida en el primer año y a partir del segundo año se consigue utilidad para la oficina.

5.11 ANÁLISIS DEL RIESGO DEL PROYECTO

Es el riesgo que presenta el proyecto frente a cambios de ciertas variables críticas. Usualmente estas variables son:

- Precios de Productos
- Precios de insumos
- Fenómenos naturales que modifiquen el cronograma
- Variables técnicas

La CAPACIDAD del proyecto para mantener un nivel aceptable de flujo de servicios, a través de su vida económica, que asegure aporte al bienestar de la sociedad.

Uno de los aspectos importantes, que pueden afectar la demanda para nuestra oficina es la apertura del Banco del IESS (BIESS), que ha ofrecido a sus afiliados otorgar créditos con las tasas más bajas del mercado, para las diferentes necesidades que éstos puedan tener.

“La sede del BIESS será en Quito, se abrirán sucursales en las principales ciudades, y paulatinamente se implementarán en el resto del País. Las actividades que realice el Banco se las continuará haciendo técnica y eficientemente, apegados a Ley y al control de la Superintendencia de Bancos para generar rentabilidad en beneficio de todas y todos los afiliados y jubilados. El Banco iniciará con \$ 6.300 millones más las inversiones que ha realizado la Institución. Toda la parte financiera pasa al Banco, tanto las inversiones privativas como no privativas”. Página Web: www.iess.gov.ec.

Si el BIESS presta sus servicios financieros con las tasas más bajas del mercado, será un competidor muy fuerte en el sistema financiero nacional, y muchas instituciones podrían perder parte de su mercado. Obviamente, para mantenerse en funcionamiento, tendrán que prestar un mejor servicio al público y a costos más accesibles.

Para los afiliados y jubilados del IESS, será de gran beneficio, la apertura de este banco; pero para nuestros fines, podría traslucirse en una disminución de la necesidad de nuestro servicio.

El análisis del riesgo de un proyecto, se realiza de forma cualitativa y cuantitativa, y se hace necesario incluir la estructura del financiamiento.

5.11.1 Financiamiento

El financiamiento para la creación de una oficina de asesoramiento de créditos en la ciudad de Ibarra está constituido por fondos propios el equivalente al 70 % de la inversión inicial aportado por las dos personas que decidimos iniciar la inversión en el proyecto y el 30% financiado con fondos de terceros específicamente por Instituciones Financieras.

Tabla Nº. 69

FINANCIAMIENTO				
Expresado en dólares americanos				
No.	CONCEPTO	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS	TOTAL
1	Capital de Trabajo	11844.51	8110.78	19955.29
2	Activos Fijos	7080.64	0.00	7080.64
3	Activos Diferidos	0.00	0.00	0.00
	TOTAL	18925.15	8110.78	27035.93

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 70

MODELO PARA EL CÁLCULO DE TABLAS DE PAGO ANUALES				
MÉTODO: PAGO TOTAL DE CUOTA CONSTANTE				
DATOS BÁSICOS DEL CRÉDITO:				
MONTO DEL CRÉDITO	\$8110,78	USA \$	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO	
TASA DE INTERÉS	14%	ANUAL	<----- DIGITE DATO CON %	
PLAZO DEL CRÉDITO	3	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO	
PERIODO DE GRACIA	0	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO	
PLAZO PARA PAGAR	3	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Tabla Nº. 71

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO BANCARIO					
Expresado en dólares americanos					
PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO DE INTERESES	PAGO DE CAPITAL	PAGO TOTAL	SALDO FINAL
1	8110.78	962.03	2703.59	3665.62	6195.73
2	6195.73	583.53	2703.59	3287.12	2908.62
3	2908.62	205.02	2703.59	2908.62	0.00
TOTAL		1750.58	8110.78	9861.36	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

Mediante la utilización de un capital propio del 70% de la inversión requerida, se puede minimizar el riesgo del proyecto, puesto que así se reducirán los costos financieros.

CAPÍTULO VI

6 PROPUESTA ESTRATÉGICA

Luego de realizar el estudio de mercado, el estudio técnico y el análisis financiero, se presenta el resultado del trabajo con seguridad y confianza; debido a que se ha analizado todos los aspectos relevantes, que serán las bases para poner en marcha el proyecto.

El funcionamiento de la oficina de asesoramiento está encaminada a brindar a sus clientes un servicio de calidad, contando con talento humano debidamente capacitado, con experiencia y formación profesional necesaria para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.

Dentro de las estrategias adecuadas que se pretende implantar para poder entrar y permanecer en el mercado, brindado un excelente servicio; adicionando un valor agregado para hacer la diferencia con la información que hasta el momento se ha proporcionado a los usuarios de los créditos por parte de ciertas instituciones financieras, que sean de fácil aplicación a las diversas necesidades de los usuarios.

6.1 DENOMINACIÓN

Para este efecto, se optó por un nombre comercial que identifique la actividad principal a la que se va a dedicar la oficina, tomando en cuenta un lenguaje claro, no complicado, de fácil comprensión, sencillo y atractivo.

“ I N F O C R E D “
Oficina de Asesoramiento en Créditos

6.2 SECTOR DE ACTIVIDAD

La oficina se va a financiar con recursos propios y financiamiento externo mediante un crédito. Va a pertenecer al sector privado, y la actividad primordial será la atención al público, sin importar estado social, cultura, religión o raza; la meta planteada es prestar un servicio útil a la comunidad.

INFOCRED es una oficina del sector de servicios de asesoría, con sede en el Cantón Ibarra, el cual, en pro de su crecimiento económico, ha permitido la realización de este proyecto enfocando la investigación en el proceso de prestación de servicios de asesoramiento en créditos.

6.3 BASE FILOSÓFICA

La filosofía de la oficina será aplicar los resultados de la investigación, en el campo financiero, para ponerlos al servicio del público; utilizando los mejores y más modernos sistemas de información, que en un mundo globalizado, permitirá desarrollarnos, y desenvolvemos con profesionalismo.

6.3.1 Misión

Contribuir al desarrollo socioeconómico del Cantón, a través de la prestación del servicio de información crediticia a los sectores productivos y comunidad en general, de manera eficiente competitiva y con credibilidad para mantenernos en el mercado captando clientes.

6.3.2 Visión

Constituirnos en una oficina con alto prestigio regional, que cubra la demanda de información actual y futura, que gane terreno y que pueda

crear en la comunidad la necesidad de estar bien informados, antes de realizar cualquier contrato de crédito.

6.3.3 Principios y valores

Los principios y valores, como personas formadas profesionalmente en una institución de renombre como es la Universidad Técnica del Norte, nos guiarán para crear una oficina, que preste un servicio independiente de cualquier interés externo que pueda perjudicar a los clientes.

Trabajar con responsabilidad para mantener siempre en alto la imagen de los servicios que preste la oficina, manteniendo una buena imagen y ética profesional ante los clientes.

Los valores que definen el compromiso profesional y social, y el código de ética son:

- Honestidad y ética con los clientes
- Responsabilidad social
- Independencia
- Equidad
- Solidaridad
- Profesionalismo
- Honradez
- Sencillez

6.4 LA ORGANIZACIÓN

Las principales tareas que se deben cumplir para la apertura de una oficina de asesoramiento, son la planificación y la organización.

Una vez terminada la primera tarea de planificación, se prosigue con la organización, que es el diseño y mantenimiento de un sistema de

funcionamiento, basado en la determinación de los roles que deben cumplir cada persona que integra la oficina, así como de las relaciones que se establecen entre ellas.

El objetivo de la organización es maximizar los resultados que se obtienen de la colaboración, trabajo y relación de todos los integrantes de una oficina.

La función de organización consiste en establecer los diferentes roles organizacionales de forma lógica y eficaz y en crear una estructura que constituya un medio eficaz para alinear las diferentes actividades a llevar a cabo para conseguir los objetivos propuestos.

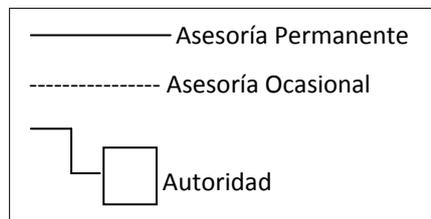
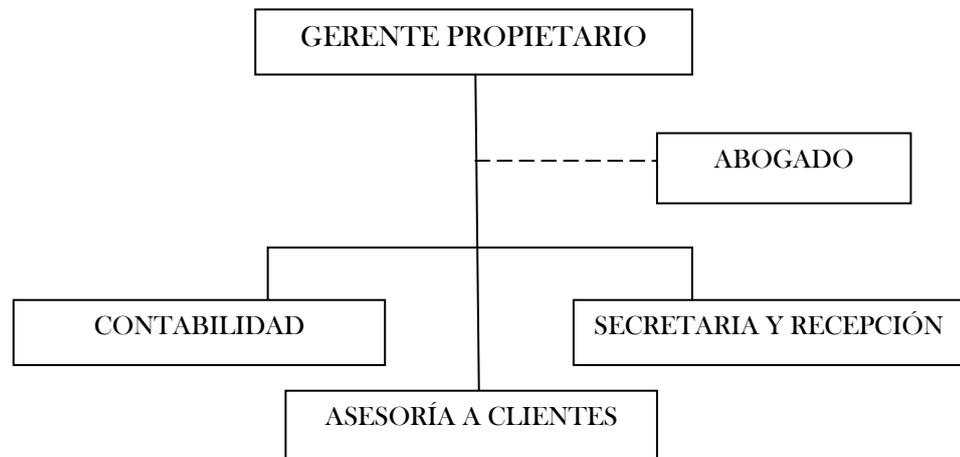
Roles organizacionales

- Las funciones asignadas a cada persona deben cumplir todas las características de los objetivos (coherentes, medibles en el tiempo, alcanzables, aceptados por todos los implicados, flexibles a cambios del entorno, jerarquizados y fáciles de comprender).
- Las actividades a realizar por cada persona deben estar perfectamente delimitadas y claras para quien las ejecute.
- La determinación de áreas y niveles de autoridad de cada persona.

6.4.1 Organigrama estructural

La estructura organizacional de la oficina de asesoramiento en créditos será sencilla, debido a que está en un período de inicio; si a futuro crece y se convierte en una empresa solvente, habrá que cambiar el organigrama de acuerdo a la situación en que se encuentre.

“ I N F O C R E D ”
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Autoras

Los integrantes de este equipo de trabajo, deberán dedicarse como actividad principal al asesoramiento de los clientes. Adicionalmente la administradora, contadora (actividades del SRI) y la secretaria tendrán otras funciones, de acuerdo a las necesidades que se presenten en la oficina.

Para iniciar legalmente en la actividad laboral, es necesario que la persona encargada de la administración obtenga el Registro Único de Contribuyentes, y a continuación se deberá pagar impuestos de acuerdo a la tabla de Impuesto a la Renta de Personas Naturales.

6.5 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

A continuación se definan las estrategias empresariales que van a permitir abarcar un mercado nuevo y permanecer en él:

6.5.1 Estrategias mercadológicas de posicionamiento

La Mercadotecnia es el proceso de planeación y ejecución de actividades tales como la promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y las de la institución.

La estrategia de mercadotecnia, se refiere a las actividades de seleccionar y describir uno o más mercados meta, desarrollar y mantener una mezcla de mercadotecnia que produzcan intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados objetivo.

Para que la estrategia mercadológica de posicionamiento funcione, se ha decidido implementar criterios importantes como el servicio, plaza promoción y precio.

Estrategias de servicio.- El servicio prestado por la oficina debe ser ágil, preciso, oportuno y garantizado, de modo que, los clientes satisfechos serán la mejor publicidad que se pueda tener. Y para que el servicio sea aceptado por el público deberá:

- Satisfacer necesidades
- Tener un precio justo
- Estar siempre a tiempo

Estrategia ubicación (plaza).- Para que este servicio esté al alcance del público, se debe poner a su disposición, en el momento y en el lugar seleccionado por el mismo público. La plaza, es muy importante porque permitirá llegar a las personas, en el momento en que realmente necesiten el servicio, y si se elige una ubicación ideal, se atenderá al mercado objetivo en el lugar correcto y sin pérdida de tiempo.

Estrategias de promoción.- La promoción está enfocada en la publicidad. El papel de la promoción consiste en fomentar intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados meta mediante la información, educación, persuasión y recuerdo de los beneficios de un servicio. Una buena estrategia de promoción incrementa la cantidad de clientes de manera radical.

Estrategia de precios.- El precio es la tarifa por el servicio que se va a brindar a la colectividad; un valor que el cliente está dispuesto a pagar al momento de utilizar el servicio de asesoría. El precio representa una importante arma que nos permitirá abrir mercado. La tarifa más aceptada según encuestas realizadas, es la comprendida entre \$ 5 y \$ 10, misma que, es accesible para todos los bolsillos, y permitirá llegar a más individuos.

6.5.2 Estrategias operativas

El administrador será el responsable de la prestación del servicio a la comunidad. Y será quien establezca y realice, las operaciones necesarias para tal efecto, Tales como:

- Se relaciona con la prestación de servicios.
- Los servicios resultan de procesos de mejoramiento continuo.
- El administrador trabaja sobre el proceso de prestación de servicios, tomando decisiones sobre eficiencia y efectividad.
- Las operaciones deben ayudar a que la oficina sea más competitiva.
- Las decisiones de operaciones deben ser consistentes en todas las áreas.

Para establecer unas estrategias operativas acertadas, hay que tener en cuenta los siguientes factores:

- Ambiente externo
 - Competencia
 - Clientes
 - Economía
 - Tecnología
 - Sociedad
- Ambiente interno (fortalezas y debilidades)
 - Cultura
 - Recursos disponibles
 - Características de las instalaciones

Las operaciones, son las precursoras que guían la prestación de servicio de la oficina, tomando en cuenta tanto los ambientes externos como: la competencia, la economía, la tecnología y la sociedad, y los ambientes internos es decir todos sus recursos disponibles, para lograr mayor eficiencia y eficacia en la toma de decisiones.

6.5.3 Estrategias financieras

El diseño de estrategias tiene una gran importancia, ya que ayuda a mejorar la situación económica - financiera de una institución. Para conducir de forma acertada una empresa se necesita, en el dinámico y cambiante mundo de los negocios, de información financiera oportuna y precisa, o sea, cuantitativa, confiable y accesible para que le sirva a la administración, de fortalecimiento en su juicio o decisión sobre un tema determinado.

Los principales objetivos de las estrategias financieras, es un ahorro en los gastos financieros y una inversión buena para la oficina, para que de esta manera pueda haber más capital activo para la misma y a la vez tenga un buen rendimiento como tal.

La estrategia financiera principal, consiste en trabajar con capital propio del 70% de la inversión total del primer año de funcionamiento, y un 30% será financiamiento de una institución crediticia; este bajo endeudamiento permitirá ahorrar en cuanto a costos financieros. Con este financiamiento, se cubre el primer año de funcionamiento de la oficina, tiempo en el cual se espera cumplir varios de los objetivos, como llegar al público, hacer que conozcan y confíen en el servicio. Si todo funciona según el estudio de mercado realizado, se podrá cubrir los gastos de la oficina en el primer año de operaciones.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS

7.1 IMPACTO SOCIAL

Con este trabajo se busca un beneficio social para la comunidad, al enfocarlo en la entrega de información oportuna y real al cliente de créditos, para que conozca todos los aspectos del crédito, antes de que contraiga la obligación.

Si se logra crear una conciencia de información, se ayudará a que los ciudadanos manejen en mejor forma sus recursos, y que sólo utilicen el **Crédito** cuando sea realmente necesario y que el pago del mismo no vaya a afectar su estilo de vida.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

La prestación del servicio de asesoramiento tiene como propósito comunicar a los ciudadanos cuáles son las condiciones de crédito que manejan las instituciones financieras de la ciudad; para que ellos con conocimiento previo puedan elegir una opción que les convenga, teniendo en cuenta factores como: tasa de interés, tiempo del crédito, tiempo de demora en la entrega del dinero, seguros, requisitos solicitados por las instituciones financieras, entre otros.

Con el asesoramiento, se pretende participar en una adecuada toma de decisiones al momento de utilizar un servicio financiero, precautelando la economía de las familias Ibarreñas.

7.3 IMPACTO TECNOLÓGICO

La tecnología avanza día con día y las instituciones financieras cuentan con toda la tecnología disponible para la realización de sus actividades; mientras tanto la tecnología con la que cuentan los Clientes va de acuerdo a su capacidad de compra, habiendo quienes tienen muy poca.

Esta propuesta, plantea utilizar los medios tecnológicos necesarios para ponerlos al Servicio del Cliente, valiéndose de algo tan importante como es la Información.

7.4 IMPACTO EDUCATIVO

Cuando se hace una investigación en cualquier campo es por sí, un trabajo educativo, que va a permitir al estudiante desarrollar sus aptitudes y destrezas en el tema seleccionado. Todo estudio que se realiza tiene la finalidad de divulgar conocimientos, para ello, se recogen los datos necesarios para luego impartirlos a las personas que lo requieran, dándole de esta forma una aplicación práctica al trabajo de investigación planteado.

7.5 IMPACTO COMERCIAL

Gran cantidad de los créditos son utilizados para el consumo, ya sea para comprar un electrodoméstico, vestuario, equipo para el trabajo, por gastos de alimentación, salud, educación, entre otros; en todos los casos la utilización de créditos para gastos, provoca el encarecimiento del producto o servicio; sin embargo sin el endeudamiento muchas de las necesidades de las personas no serían satisfechas, y a la vez el limitado endeudamiento produciría un estancamiento en el desarrollo económico del sector.

Con este trabajo se busca concientizar al público sobre la importancia del crédito y el momento para utilizarlo, y si es posible crear conciencia de que el ahorro es un importante recurso, que les permitirá comprar o utilizar su dinero en el momento y en las condiciones adecuadas, sin tener la necesidad de cubrir tantos gastos con dinero ajeno, que al final siempre es más costoso.

7.6 IMPACTO DEL PROYECTO

Con este proyecto se contribuye a la generación de nuevos conocimientos, debido a que el tema que escogido es resultado de una iniciativa propia, que anteriormente no se había puesto en práctica.

Si bien es cierto los asesores de créditos existen, y en todas las instituciones financieras, pero estos asesores vinculan sus conocimientos exclusivamente a la institución donde prestan sus servicios. Los intereses de estos asesores estarán siempre guiados a que las instituciones financieras ganen más, para ellos también obtener mejores sueldos; entonces como confiar plenamente, en un asesor que está sujeto a una remuneración fijada por una institución financiera.

Nuestros intereses, por el contrario, no se prestan a ninguna institución, sino más bien al público que lo necesite. Al no tener dependencia alguna de las instituciones del sistema financiero, se puede informar a los consumidores sobre las verdaderas estrategias mercadológicas, que utilizan estas entidades para conseguir más clientes del mercado crediticio.

CONCLUSIONES

Según los análisis realizados y resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, se destacan las siguientes conclusiones:

Las necesidades de la comunidad, han producido una alta tasa de endeudamiento en el Cantón Ibarra, de ello constatamos que en la ciudad se encuentran laborando cerca de 50 instituciones que prestan servicios financieros. Es un número elevado, pero todas tienen su mercado, que les permite seguir funcionando; mientras la gente trabaje mes a mes para pagar los créditos que han solicitado, las instituciones financieras tendrán su parte asegurada de ese trabajo.

La falta de información, es un problema grave, especialmente para la gente que no se informa debidamente o que no tiene tiempo para hacerlo; esa falta de información les hace caer en préstamos que son difíciles de pagar y que realmente afectan su bolsillo y en muchas ocasiones por varios años.

El análisis del Estudio de Mercado realizado en el Cantón Ibarra muestra claramente que en la actualidad existe una demanda insatisfecha de 63.399 clientes, quienes tendrán acceso a la oficina de asesoría, donde se les impartirá un conocimiento imparcial, claro, preciso y oportuno, que les permita tomar decisiones acertadas.

El proyecto demandó una extensa recopilación de información; sin embargo presenta resultados simples y de fácil interpretación, como Punto de Equilibrio, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo Beneficio (B/C), Período de Recuperación de la Inversión y otros indicadores adicionales como Resultados Operacionales, Análisis de Sensibilidad del Proyecto, Análisis de Riesgo del Proyecto y

Financiamiento, los cuales han permitido presentar la factibilidad de creación de este proyecto.

Como se puede observar en el Análisis Financiero, el proyecto propuesto obtuvo en dichos indicadores resultados favorables, por un lado el VAN de \$136.458,38, lo cual muestra que el proyecto puede dar una rentabilidad mayor a la esperada inicialmente.

La Tasa Interna de Retorno indica que el proyecto es capaz de ofrecer una tasa del 86,19% superior a la Tasa Mínima Aceptable equivalente a 15,24%.

De acuerdo con el análisis de la información, la inversión se recupera en un corto plazo, esto es 1 año y 10 días. Tomando en cuenta que los costos por iniciar el proyecto no son muy elevados, y que se cuenta con un 100% de la demanda existente en el mercado, si es posible recuperar la inversión en un corto plazo.

Existe una relación Costo-Beneficio del 307,22%, este indicador muestra que existe un beneficio muy alto en la vida útil del proyecto y a la vez ratifica la ejecución del mismo.

En el análisis de sensibilidad del proyecto, se consideran factores como el incremento en los gastos del 10%; dicho incremento no pone en riesgo la ejecución del proyecto, porque aún así se obtienen utilidades, a partir del segundo año de funcionamiento de la oficina de asesoramiento.

No sólo es un proyecto evidentemente lucrativo, sino también es un proyecto que permitirá ayudar a las personas, quienes serán la base para la creación de esta oficina.

RECOMENDACIONES

Luego de analizar toda la información obtenida en el proceso de investigación, se detallan las siguientes recomendaciones:

Crear una Oficina de Asesoramiento en Créditos en el Cantón Ibarra, provincia de Imbabura, que se encuentre orientada hacia la población económicamente activa, con el fin de proporcionarles una herramienta eficaz como es la información, que les permitirá administrar mejor sus ingresos.

Mediante la educación del cliente, se busca disminuir el riesgo de la incertidumbre en las tasas de interés y comisiones bancarias de las instituciones que pertenecen al sistema financiero formal. En un mundo de información, hay que utilizar ésta, para nuestro beneficio, e impedir que otros se aprovechen de nuestra falta de conocimientos sobre aspectos financieros.

Para poder llegar a la demanda establecida por el Estudio de Mercado, se debe utilizar los medios publicitarios, que permitan dar a conocer al público sobre el servicio de asesoramiento, y las ventajas que este representa en el sector económico.

Los gobiernos de turno, se preocupan de los créditos informales, pero no se preocupan por vigilar a las instituciones financieras y a la vez controlar los valores totales que cobran por los préstamos que entregan. Se ha podido constatar, que ciertas tarjetas de crédito terminan cobrando más por créditos pequeños, que el valor que cobraría un prestamista informal; por tal motivo mucha gente prefiere pedir prestado a uno de estos prestamistas, antes que acudir a una institución financiera, donde, encima de que le cobran por el servicio, buscan garantizarse de todas las formas posibles, para no perder el dinero entregado.

Se debería realizar un seguimiento a los créditos, que verifique todos los costos que pagan los usuarios, por estos conceptos. Ya se ha determinado por la Superintendencia de Bancos, que hay instituciones financieras que han cometido abusos con los clientes, y se empieza a emitir leyes o códigos que regulan las operaciones de éstas instituciones, pero falta mucho por hacer.

Es importante, que las personas, que acudan a solicitar el servicio de asesoría, sean personas de limitados recursos económicos, quienes trabajan duro para cubrir sus necesidades básicas; y éstas personas realizan créditos en instituciones donde no les interesa el cliente, sino más bien, sólo les interesa que puedan pagar los créditos. Si se logra llegar a este grupo, habrá que guiarlos hacia un endeudamiento que no les empobrezca, más aún, de lo que ya están.

Como sugerencia del Dr. César Cervantes, miembro del tribunal calificador de este trabajo de grado, se considera necesario hacer una aclaración, de que la oficina en cuestión puede ampliar su servicio, o más bien diversificar su servicio para captar más mercado; pretendiendo, no sólo prestar el servicio de asesoría al público, sino también un servicio de asistencia en los trámites necesarios, para que las personas puedan obtener sus créditos de las instituciones financieras. Este servicio adicional permitirá tener una alternativa de funcionamiento para la oficina, en caso de que la idea principal del servicio de asesoría, no tenga la acogida esperada por parte de la comunidad.

Esta propuesta, busca combatir el abuso de ciertas instituciones, mediante una herramienta muy eficaz como es la **Información**.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

- C. SELLTIZ, M. Jahoda y otros “Métodos de investigación en las relaciones sociales” 4ª edición pp 67-70 Edit. Rialp Madrid 2002.
- CHIRIBOGA, Vásquez Enma Rocío. Estudio de Factibilidad para la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito para los Servidores Municipales de Antonio Ante, 2010.
- Código de Comercio
- Constitución de la República del Ecuador
- Decreto 194 – Cooperativas.
- Decreto 3270 – Mutualistas.
- HNOS. NARANJO, Salguero. Contabilidad de Costos, Bancaria y Gubernamental, 2006.
- LARA, Osvaldo. Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa Inmobiliaria en la Ciudad de Otavalo, 2008.
- Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.
- Ley General de Seguros Privados – Codificación.
- Ley General del Sistema de Seguridad Social.
- Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera.
- Ley del Banco del IESS.
- Ley Orgánica de Administración Financiera y Control. Ecuador, Congreso Nacional, 2008, Edit. Corporación de Estudios y Publicaciones.
- MICROSOFT ENCARTA 2009 Biblioteca Premium.
- MOLINA, Rocío. Manual de Control Interno para las Cooperativas de Ahorro y Crédito regulados por la Superintendencia de Bancos en la Provincia de Imbabura, caso: Cooperativa de Ahorro y Crédito “Fortaleza Ltda.” Cantón Urcuquí, 2007.
- NOBOA, Paúl. Gestión de Instituciones financieras no Bancarias, 2002.

- NÚÑEZ, Zúñiga Rafael. Manual para la evaluación de proyectos de inversión, 2007.
- PADÚA, Jorge. “Técnicas de Investigación aplicada a las Ciencias Sociales”. Fondo de Cultura Económica. México 1993.
- VACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos, Quinta Edición 2006.
- VAN, Horne Janos C. Administración Financiera, Edit. Prentice Hill 2004.
- VANKLAY Frank, Asociación Internacional de Evaluación del Impacto.- Principios Internacionales de la evaluación del Impacto. 2002-2003.
- VILLALOBOS, José Luis. Matemáticas Financieras, Villalobos José Luis, 2009, Edit. Pearson Educación.

LINCOGRAFÍA

- Página Web: bve.bce.ec/?q=node/7 Biblioteca Económica, Banco Central del Ecuador.
- Página Web: es.wikipedia.org/wiki/Investigaci3n (wikipedia la enciclopedia libre).
- Página Web: <http://ecuadory.com/ecuador-ecuador/> Ministerio-de-finanzas-delEdjcuador.Html.
- Página Web: html.rincondelvago.com
- Página Web: www.aumed.net/libros/2006c/203/2e.htm
- Página Web: www.ame.gov.ec/directori/frontEnd/main.
- Página Web: www.buenastareas.com/ensayos
- Página Web: www.cfn.fin.ec Corporación Financiera Nacional.
- Página Web: www.ccp.org.ec Cámara de Comercio de Quito.
- Página Web: www.economia48.com/spa/d/credito/credito.htm. Enciclopedia de Economía.
- Página Web: Ibarra.gov.ec/web/index.php, Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra.

- Página Web: www.iaia.org Asociación Internacional De Evaluación de Impacto.
- Página Web: <http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio>.
- Página Web: www.iess.gov.ec
- Página Web: www.iece.fin.ec/Becas.aspx
- Página Web: www.superban.gov.ec/practg/p_index.
- Página Web: www.superban.gov.ec/practg/sbs_index Up-art_id
Superintendencia de Bancos y Seguros.
- Página Web: www.utn.edu.ec

ANEXOS

Encuesta:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN IBARRA

OBJETIVO.- Determinar la factibilidad para la creación de una **oficina de asesoramiento en créditos** en el sector urbano del Cantón Ibarra.

INSTRUCCIONES.- Marque con una "x" la respuesta que usted crea más conveniente o exprese su opinión personal en los casos indicados. Conteste únicamente las preguntas que se ajusten a su caso.

CUESTIONARIO:

1. Ha realizado Ud. un crédito?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

2. En qué institución financiera?

3. Por qué se decidió en realizar el crédito en esa institución?

<input type="checkbox"/>	Por los bajos costos de intereses y comisiones
<input type="checkbox"/>	Por la solvencia y prestigio de la institución
<input type="checkbox"/>	Por la rapidez en la entrega de los créditos
<input type="checkbox"/>	Por necesidad
<input type="checkbox"/>	Otra _____

4. Usted realizó el crédito para:

<input type="checkbox"/>	Compra arreglo y construcción de Vivienda
<input type="checkbox"/>	Compra de Terreno
<input type="checkbox"/>	Compra de Vehículo
<input type="checkbox"/>	Gastos de Educación
<input type="checkbox"/>	Consumo
<input type="checkbox"/>	Negocio
<input type="checkbox"/>	Otra _____

5. Qué le desagrada de las instituciones financieras?

6. Sabe dónde obtener, los costos más bajos en los créditos?

NO
 SI _____

7. La información que le brindaron en la institución donde solicitó el crédito fue:

Suficiente
 Insuficiente

8. Con qué frecuencia requiere créditos?

Semestral
 Anual
 2 años
 5 años
 10 años
 20 años
 Ninguna

9. Se asesoraría antes de contraer una obligación importante con un Banco, Cooperativa, Mutualista o con el IESS?

SI
 NO

10. Estaría Usted de acuerdo con la creación de una oficina de asesoramiento en créditos?

SI
 NO
 Tal vez

11. Utilizaría los servicios de esa oficina?

SI
 NO
 Tal vez

12. Con qué frecuencia utilizaría este servicio?

- Semestral
- Anual
- 2 años
- 5 años
- 10 años
- 20 años
- Ninguna

13. Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio?

Entre:

- \$ 5 y \$ 10
- \$ 11 y \$ 16
- \$ 17 y \$ 22
- Gratis
- Otro Valor _____

14. Dónde debería estar ubicada la oficina de asesoramiento?

- Av. Rivadeneira y Av. Mariano Acosta
- Simón Bolívar y Av. Pérez Guerrero
- Sánchez y Cifuentes y Av. Pérez Guerrero
- Otras _____

15. De los medios publicitarios, cuál considera usted, es el más influyente?

- Radio
- Televisión
- Diarios
- Internet
- Hojas Volantes
- Otros _____

DATOS TÉCNICOS

Género

- Masculino
- Femenino

Edad

- 18-27 años
- 28-37 años
- 38-47 años
- 48-57 años
- 58-67 años

Nivel de Instrucción

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Ninguna

Ocupación

- Comerciante
- Ama de casa
- Estudiante
- Empleado público
- Empleado privado
- Agricultor
- Negocio propio
- Otra _____

Nivel de Ingresos

- \$ 0 a \$ 240
- \$ 241 a \$ 480
- \$ 481 a \$ 720
- \$ 721 a \$ 960
- \$ 961 a \$1200
- \$ 1201 en adelante

DATOS INFORMATIVOS

Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____
Parroquia: _____
Ciudad: _____

Firma del encuestador _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN