

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESTUDIO PARA LA CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE
UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO, EN LA
PROVINCIA DE PICHINCHA, CÁNTON RUMIÑAHUI,
PARROQUIA DE SANGOLQUI.

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:
INGENIERÍA COMERCIAL

ELABORADO POR: EDISON VICENTE HERRERA DIAZ

DIRECTOR: ING. RICAR CHAMBA MBA
CODIRECTOR: ING. ALEXANDRA ESCOBAR

SANGOLQUÍ, MARZO 2009

Declaración de Responsabilidad

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERIA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

HERRERA DIAZ EDISON VICENTE

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado Estudio para la creación y el funcionamiento de una cooperativa de ahorro y crédito en la provincia de pichincha, cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 19 de Marzo 2009

Nombre del autor: Edison Vicente Herrera Díaz

Certificado de tutoría

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERIA COMERCIAL

CERTIFICADO

Ing. Richard Chamba. MBA e Ing. Alexandra Escobar

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “ESTUDIO PARA LA CREACIÓN Y EL FUNCIONAMIENTO DE UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN RUMIÑAHUI, PARROQUIA SANGOLQUI,” realizado por Edison Vicente Herrera Díaz, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que el tema está acorde a las necesidades del mercado y al desarrollo productivo del país si recomiendo su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y dos discos compactos el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Edison Vicente Herrera Díaz que lo entregue al Ing. Richard Chamba. MBA, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 19 de Marzo 2009

Ing. Richard Chamba. MBA

Ing. Alexandra Escobar

DIRECTOR

CODIRECTOR

Autorización de publicación

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERIA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Edison Vicente Herrera Díaz

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Estudio para la creación y el funcionamiento de una cooperativa de ahorro y crédito en la provincia de pichincha, cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 19 de Marzo 2009

Edison Vicente Herrera Díaz

DEDICATORIA

El desarrollo del presente proyecto es dedicado a aquellas personas que siempre confiaron en mí, y la capacidad de poder encaminarme a lograr mis objetivos cada vez más amplios.

A dios por darme el regalo de la vida

A mis padres **Miguel Ángel Herrera y Rosario Díaz**, por brindarme ese apoyo y amor incondicional en cada momento de mi vida.

A mis hermanos **Dolores y Ángel** por su comprensión y su guía en todas las decisiones que he tenido que tomar.

A mí sobrina **Joselyn Cevallos** por ser esa nueva esperanza de vida en mi corazón.

A mi esposa **Lady Onofa** por ser la persona que siempre esta conmigo ayudándome día a día.

Y en general a todas aquellas personas que directa o indirectamente colaboraron en la realización del presente proyecto.

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Objetivo del Estudio de Mercado	5
1.1.1 Objetivo General	7
1.1.1.1 Objetivos Específicos	7
1.2 Estructura de Mercado	8
1.2.1 Análisis Histórico del Mercado	9
1.2.2 Análisis Actual del Mercado	19
1.2.3 Tendencias del Mercado	23
1.3 Caracterización del Servicio	25
1.3.1 Características del Servicio	25
1.3.2 Clasificación por su uso.....	26
1.3.3 Productos sustitutos o complementarios	26
1.4 Investigación de Mercado	27
1.4.1 Segmentación del Mercado	27
1.4.2 Definición del Universo	30
1.4.3 Selección de la muestra	30
1.4.4 Prueba Piloto.....	32
1.4.5 Diseño de los instrumentos.....	33
1.4.6 Investigación de Campo	33
1.4.7 Procesamiento de la Información	36
1.4.8 Análisis de los Resultados	36
1.5 Análisis de la Demanda	52
1.5.1 Clasificación de la Demanda	52
1.5.2 Factores que Afectan a la Demanda	54
1.5.3 Comportamiento histórico de la demanda del servicio.....	55
1.5.4 Comportamiento actual de la demanda del servicio.....	57
1.5.5 Proyección de la demanda	57
1.6 Análisis de la Oferta	58
1.6.1 Clasificación de la Oferta.....	59
1.6.2 Factores que afectan la Oferta.....	59
1.6.3 Comportamiento Histórico de la Oferta	60
1.6.4 Comportamiento Actual de la Oferta	62
1.6.5 Proyección de la Oferta	63
1.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha	64
1.8 Análisis de Precios.....	66
1.8.1 Factores que influyen en el comportamiento de los precios	67
1.9 Mercadeo y Comercialización	68
1.9.1 Estrategia de Servicio.....	68
1.9.2 Estrategia de Precio	68
1.9.3 Estrategia de Publicidad	69

1.9.4 Estrategia de Promoción	70
-------------------------------------	----

CAPÍTULO II ESTUDIO TÉCNICO

2.1 Tamaño del Proyecto	71
2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto	71
2.1.1.1 Condicionantes del Mercado	71
2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros	72
2.1.1.3 Requerimiento de Mano de Obra	73
2.1.1.4 Requerimiento de Insumos y Materia Prima	74
2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología	79
2.1.2 Capacidad del servicio	80
2.1.2.1 Tamaño Óptimo	83
2.2 Localización del proyecto	84
2.2.1 Macrolocalización	84
2.2.1.1 Justificación	84
2.2.1.2 Mapa de la Macrolocalización	85
2.2.2 Microlocalización	86
2.2.2.1 Criterio de Selección de Alternativas	86
2.2.2.2 Matriz de Localización	88
2.2.2.3 Plano de Microlocalización	91
2.3 Ingeniería del Proyecto	93
2.3.1 Proceso de Producción	93
2.3.2 Diagrama de Flujo y Procesos	96
2.3.3 Programa de Producción del Servicio	100
2.3.4 Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo	101
2.3.5 Estudio de Insumos y Materiales Directos	102
2.3.5.2 Condiciones de Abastecimiento	104
2.3.6 Requerimiento de Maquinaria y Equipo	104
2.3.7 Calendario de Ejecución del Proyecto	114

CAPÍTULO III LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1 Base Legal	116
3.1.1 Nombre o Razón Social	118
3.1.2 Titularidad de Propiedad de la Empresa	119
3.1.3 Tipo de Empresa	120
3.2 Filosofía Empresarial	121
3.2.1 Misión	122
3.2.2 Visión	124
3.2.3 Logo y Lema de la Empresa	
3.2.4 Objetivos Estratégicos	126
3.2.5 Principios	128
3.2.6 Valores	129

3.3 Organización Administrativa	131
3.3.1 Estructura Orgánica	132
3.4 Organigrama Estructural	134
3.4.1 Sueldo y Beneficios de Ley	136
3.4.2 Uniformes	136

CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO

4.1. Presupuestos	138
4.1.1 Presupuestos de Inversión	138
4.1.1.1 Activos Fijos	140
4.1.1.2 Activos Intangibles.....	141
4.1.1.3 Amortización de los Activos Intangibles.....	142
4.1.1.4 Capital de Trabajo	143
4.1.2 Cronograma de Inversiones	145
4.1.3 Presupuesto de Operaciones	146
4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos	147
4.1.3.2 Presupuesto de Egresos.....	148
4.1.3.3 Depreciación	149
4.1.3.4 Estructura de Financiamiento	150
4.1.4 Punto de Equilibrio	151
4.2 Estados Financieros Proforma.....	154
4.2.1 Estado de Origen y Aplicación de Recursos	154
4.2.2 Estado de Pérdidas y Ganancias	154
4.2.3 Flujos Netos de Fondos	155
4.3 Evaluación Financiera.....	158
4.3.1 Determinación de la Tasa Mínima Aceptable de Retorno	159
4.3.2 Criterios de Evaluación.....	160
4.3.2.1 Valor Actual Neto	161
4.3.2.2 Tasa Interna de Retorno	163
4.3.2.3 Periodo de Recuperación de la Inversión	164
4.3.2.4 Relación Beneficio/ Costo.....	165
4.3.2.5 Análisis de Sensibilidad	166

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	168
5.2 Recomendaciones	170

BIBLIOGRAFÍA

6.1 Bibliografía Principal.....	170
6.2 Bibliografía de Apoyo.....	172

ANEXOS

Anexo A

Anexo B

Anexo C

Anexo D

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto consiste en el estudio de factibilidad para la creación de una Cooperativa de ahorro y crédito en la provincia de pichincha, cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí. Con el propósito de cubrir la demanda insatisfecha existente en la parroquia de Sangolquí. En el capítulo uno, que trata sobre el estudio de mercado, se pudo identificar una demanda insatisfecha la que mediante esta se podrá determinar las estrategias necesarias para cubrir un porcentaje del 9% de acuerdo a la capacidad instalada que la Cooperativa de Ahorro y Crédito posee. Además se pudo identificar los gustos, preferencias, hábitos, costumbres, entre otras características esenciales del mercado, competencia y el cliente.

en el capítulo dos se desarrollo el estudio técnico, se toma en cuenta la investigación realizada en el capítulo anterior, con el fin de encontrar el tamaño óptimo de la empresa que cubra con los recursos disponibles de la cooperativa. Por lo que en este capítulo se determina la cadena de valor de la empresa, la cual para el presente proyecto se encuentra distribuida en actividades primarias que son servicio al cliente, operación, finanzas, además tiene actividades secundarias que son recursos humanos. Utilizando la cadena de valor se pudo determinar el tamaño óptimo de la empresa, en este caso al tratarse de una empresa que brinda una gama de servicios amplia, se tomo en cuenta la demanda insatisfecha con el porcentaje óptimo que se pueda cubrir utilizando la capacidad de los recursos de la empresa. Además se determino la gama de servicios que la cooperativa dispone, la cual es brindar, apertura de cuentas, depósitos a plazo fijo, créditos, cuentas de ahorro.

El capítulo tres trata sobre la empresa y su organización, se determina la organización estructural que la empresa posee, añadiendo su base legal, base filosófica y sus funciones específicas como institución, se determinó que la empresa será constituida como cooperativa limitada debido a que cumple con las características necesarias y está acorde a los principios y valores que esta posee, se determinó el nombre de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Semilla de Oro” Se estructuró el organigrama de la cooperativa el cual se encuentra dirigido por un Gerente quien rige como mando principal al resto de unidades de la empresa, se cuenta con un contador, jefe de crédito, oficial de crédito, servicio al cliente, dos cajas.

El capítulo cuatro determina la factibilidad del proyecto mediante el análisis financiero del mismo, utilizando la creación de flujos de caja, proyecciones, estado de resultados, índices de medición como son el VAN, TIR y la relación Beneficio/Costo. Se determinó que la financiación será del 50% en el Banco Pichincha con una tasa de interés del 15,17 % a 5 años el monto de \$ 34.922,24 y un 50% de capital propio \$ 34.922,24 que será cubierto por los 11 socios fundadores. El capital inicial para empezar las actividades de la empresa es de **\$69.844,48**

el capítulo cinco se determina las conclusiones y recomendaciones necesarias para la ejecución del presente proyecto. Las cuales están acorde a cada uno de los capítulos anteriores mencionados.

THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

The present project consists on the study of feasibility for the creation of a saving Cooperative and credit in the Pichincha county, canton Rumiñahui, parish Sangolquí. With the purpose of covering the existent unsatisfied demand in the parish of Sangolquí. In the one that tries on the market study, surrender you could identify an unsatisfied demand the one that by means of this one will be able to determine the necessary strategies to cover a percentage of 9% according to the installed capacity that the Cooperative of Saving and Credit possesses.

You could also identify the likes, preferences, habits, customs, among other essential characteristics of the market, competition and the client

in the I surrender two you development the technical study, takes into account the investigation carried out in the I surrender previous, with the purpose of finding the good size of the company that covers with the available resources of the cooperative

For what in this chapter the chain of value of the company is determined, which is distributed in primary activities that are service to the client, operation for the present project, finances, also have secondary activities that are human resources

Using the chain of value you could determine the good size of the company, in this case when being a company that offers a wide range of services, take into account the unsatisfied demand with the good percentage that can cover using the capacity of the resources of the company. You also determines the range of services that the cooperative prepares, which is to toast, opening of bills, deposits to fixed term, credits, saving bills.

He surrenders three it tries on the company and their organization, the structural organization is determined that the company possesses, adding its legal base, base philosophical and its functions

specify as institution, you determines that the company will be constituted as limited cooperative because it fulfills the necessary characteristics and it is in agreement to the principles and values that this it possesses, you determines the name of the Cooperative of Saving and Credit Seed of Gold was structured the flowchart of the cooperative which is directed by a Manager who governs like main control to the rest of units of the company, is had an accountant, credit boss, official of credit, service to the client, two cashiers.

He surrenders four it determines the feasibility of the project by means of the financial analysis of the same one, using the creation of box flows, projections, state of results, mensuration indexes like they are the they GO, TIR and the relationship Beneficio/Costo. You determines that the financing will be of 50% in the Bank Pichincha with an interest rate of 15,17% to 5 years the I mount of \$34.922,24 and 50% of own capital \$34.922,24 that it will be covered by the 11 partners founders. The initial capital to begin the activities of the company is of \$69.844,48

the one surrenders five it is determined the conclusions and necessary recommendations for the execution of the present project. Which are in agreement to each one of the mentioned previous chapters.

CAPITULO I: Estudio de Mercado

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios¹

El estudio de mercado consta de:

- Oferta y Demanda
- Posicionamiento
- Necesidades de los clientes

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de investigación y Mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus implicaciones de un servicio dentro del mercado

El Presente proyecto busca lograr el desarrollo social y económico de los comerciantes minoristas y microempresarios. Con esta perspectiva ha conducido una serie de círculos que ha promovido iniciativas concretas, para destacar el extenso potencial de las cooperativas y otras organizaciones de apoyo solidario para el

¹ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

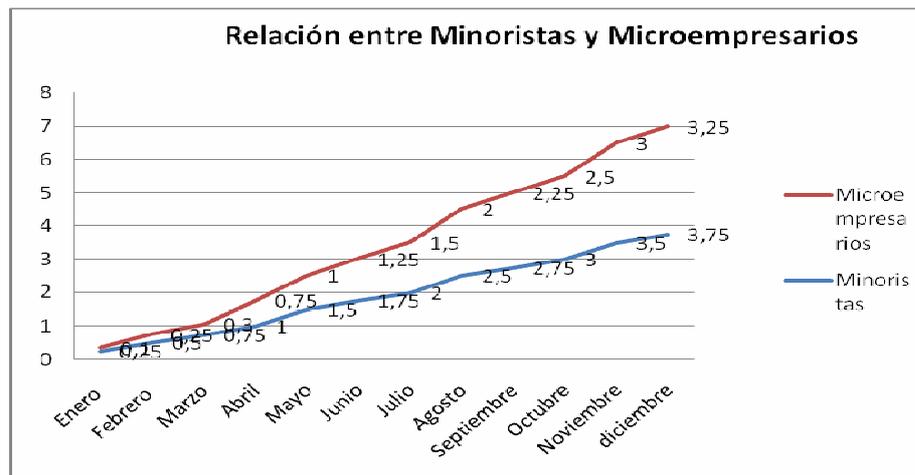
mejoramiento de las sociedades, y alcanzar así la justicia social en las diversas partes del país.

Tabla N° 1
Evolución de Minoristas y Microempresarios al año 2008

		Porcentaje%	Porcentajes %
	Meses	Minoristas	Microempresarios
1	Enero	0,25%	0,15%
2	Febrero	0,5%	0,25%
3	Marzo	0,75%	0,3%
4	Abril	1%	0,75%
5	Mayo	1,5%	1%
6	Junio	1,75%	1,25%
7	Julio	2%	1,5%
8	Agosto	2,5%	2%
9	Septiembre	2,75%	2,25%
10	Octubre	3%	2,5%
11	Noviembre	3,5%	3%
12	Diciembre	3,75%	3,25%

Fuente: www.microfinanzas.com
Elaborado por: Edison Herrera

Gráfico N° 1
Evolución de Minoristas y Microempresarios



Elaborado por: Edison Herrera

De acuerdo al Gráfico N° 1 y Tabla N°1 podemos establecer la tasa de la variación, entre minoristas y microempresarios al año 2008.

1.1. Objetivo del estudio de mercado

El presente estudio de mercado tiene como objetivos: tener una noción clara de la cantidad de consumidores potenciales que adquirirán el bien o servicio que se piensa comercializar.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.²

Objetivo General

- Realizar un Estudio de Mercado en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolquí, con el fin Determinar la demanda insatisfecha y la oferta existente de la cooperativa de ahorro y crédito.

² <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400989.html>

Objetivos Específicos

- ◆ Evaluar y diseñar una herramienta de investigación de campo que permita obtener información cualitativa y cuantitativa relevante sobre el desarrollo del presente proyecto de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.
- ◆ Realizar la investigación para establecer las necesidades, características, y comportamientos de los potenciales clientes que permitan definir el mercado meta al cual va a estar dirigido el servicio?
- ◆ Tabular y analizar los resultados obtenidos en la investigación de mercado mediante la utilización del software SPSS.
- ◆ Determinar las conclusiones con respecto al estudio de mercado del presente proyecto.

1.2. Estructura del mercado

La estructura del mercado describe el estado de un mercado con respecto a la competencia es decir el número de cooperativas que existen en el mercado.

Competencia perfecta, en la cual el mercado consiste en un número muy grande de firmas produciendo un servicio homogéneo.

Competencia monopólica, mercado competitivo, donde hay una gran cantidad que tienen una proporción muy pequeña de la cuota de mercado.

Oligopolio, un mercado es dominado por un número pequeño de las firmas que poseen más el de 40% de la cuota de mercado.

Luego de haber revisado y estudiado, se pudo determinar que el ambiente el cual se va a desarrollar el proyecto es de competencia **oligopólica**, ya que en la provincia de pichincha Cantón Rumiñahui, existen varias cooperativas.

1.2.1. Análisis histórico del mercado

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

DEL SISTEMA COOPERATIVO EN GENERAL

La historia del sistema cooperativo se remonta a la práctica de diferentes modalidades de asociación tradicional, especialmente en el ámbito rural y en actividades de carácter agropecuario, tal era el caso, por ejemplo en Latinoamérica, los ayllus de la cultura Inca que comprendió lo que ahora es Perú, Bolivia, Ecuador, parte de Chile y el norte argentino.

De igual modo, en las culturas del norte de América como la azteca en México y las juntas en Costa Rica. Estas manifestaciones tradicionales de la cooperación aún están vigentes en muchos países de América Latina y en el mundo, este sistema de cooperativismo en épocas pasadas, que se identificaba por la autoayuda, solidaridad y cooperación entre sus integrantes en las diferentes actividades fueron determinantes para iniciar lo que hoy se conoce como los principios del sistema cooperativo.

El cooperativismo, a lo largo de su historia ha sido considerado y definido de múltiples formas: como doctrina política, modo de producción, sin embargo, actualmente se puede afirmar que el

cooperativismo es un plan económico que forma parte importante de la vida de muchos Países, y su desarrollo y difusión indica que podría llegar a modificar hasta la estructura política de las sociedades que las han implantado.

Una de las características importantes de la teoría cooperativista es su sencillez, pues no surge como producto de sesudas reflexiones de filósofos o teóricos, sino del sentido común.

Dentro del movimiento cooperativo moderno mundial se afianza en el pueblo de Rochdale condado de Lancashire, Inglaterra, cerca de Manchester. Fue en 1844 un grupo de 28 trabajadores de la industria textil, que vivían en este pueblo, trataron de controlar su destino económico formando una cooperativa llamada la Rochdale Equitable Pioneers Society (la Sociedad Equitativa de Pioneros de Rochdale).

La idea tuvo su origen a fines del año 1843, en tal época la industria textil se encontraba en su apogeo y proporcionaba una gran actividad en las más importantes manufacturas de Rochdale. Frente al desamparo de la clase trabajadora algunos tejedores recordaron las ideas de Robert Owen considerado el padre del cooperativismo.

Tabla N°2

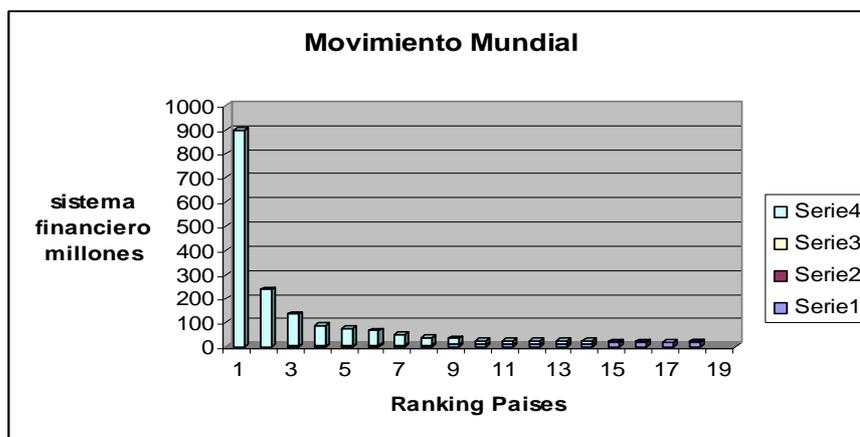
**Tamaño de los sistemas financieros a nivel de Latinoamérica
Activos Millones de USD y porcentajes
A diciembre 2008**

PAISES	Sistema, Finan	Porcentaje Sistema Financiero	RANK
BRASIL	898.479	54,06%	1
MEXICO	236.668	14,24%	2
CHILE	132.345	7,96%	3
ARGENTINA	85.164	5,12%	4
VENEZUELA	70.573	4,25%	5
COLOMBIA	62.041	3,73%	6
PANAMA	45.596	2,74%	7
PERU	29.031	1,75%	8
COSTA RICA	16.239	0,98%	9
URUGUAY	14.377	0,87%	10
GUATEMALA	13.579	83,00%	11
ECUADOR	12.892	0,78%	12
SALVADOR	11.762	0,71%	13
REPUBLICA DOMINICANA	10.822	0,65%	14
HONDURAS	8.851	0,53%	15
BOLIVIA	5.906	0,36%	16
NICARAGUA	3.021	0,18%	17
PARAGUAY	4.539	0,27%	18
TOTAL	1.662.086	100%	

Fuente: www.monografias.com
Elaborado por: Edison Herrera

Gráfico N° 2

Tamaño de los sistemas financieros nacionales



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

A continuación se detalla el número de instituciones de América latina y el Caribe 1998- 2008

TABLA N°3
Evolución histórica anual, de Las cooperativas de Ahorro y Crédito en América latina y el Caribe.

PAÍSES	NÚMERO DE INSTITUCIONES			
	1998	2006	2007	2008
ARGENTINA	78	82	112	127
BOLIVIA	80	93	97	103
BRASIL	198	199	200	205
CHILE	91	92	115	132
COLOMBIA	73	80	84	91
COSTA RICA	76	78	82	83
EL SALVADOR	55	58	63	67
GUATEMALA	52	57	63	64
HONDURAS	72	74	75	80
MEXICO	177	153	156	135
NICARAGUA	-	180	180	139
PANAMA	187	163	165	146
PARAGUAY	-	673	677	550
PERU	198	163	160	130
REPUBLICA DOMINICANA	71	74	75	83
URUGUAY	77	78	80	82
VENEZUELA	45	48	52	53

Fuente: www.superintendenciabancayseguros.com
 Elaborado por: Edison Herrera

DEL SISTEMA COOPERATIVO EN EL ECUADOR

La legislación Cooperativa data de 1937, pero fue en la década del cincuenta al sesenta que cobró verdadera presencia en el ámbito nacional cuando se da la creación de la mayor parte de las

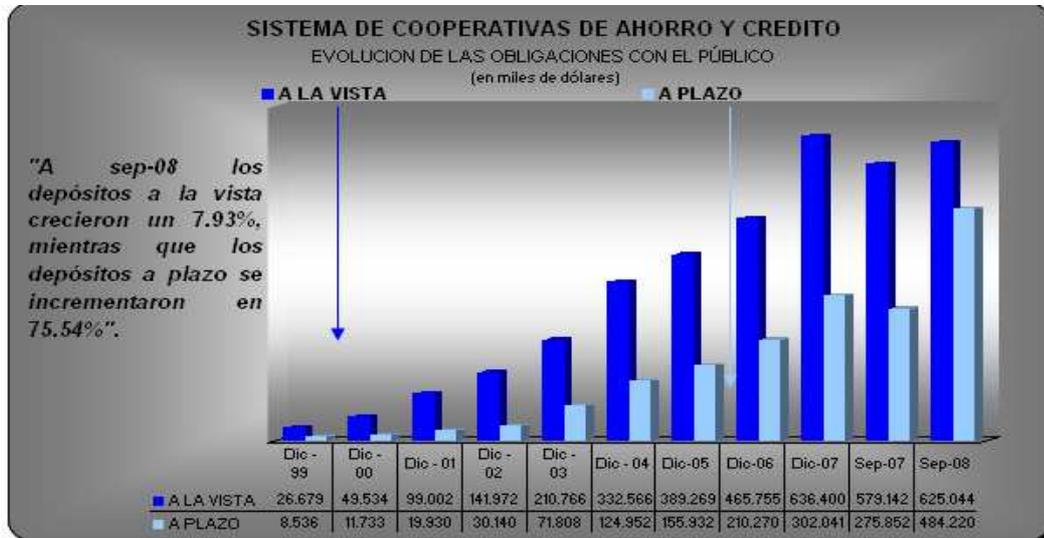
organizaciones Cooperativas de primer y segundo grado, en esto intervinieron directa o indirectamente agentes ajenos a los sectores involucrados, es decir, instituciones públicas, privadas y promotores; entre estos últimos se puede señalar a religiosos, voluntarios extranjeros y algunos profesionales, a título personal o encargados por alguna organización de carácter político o social. Cabe citar también la acción desarrollada por los gremios, sindicatos de trabajadores, organizaciones clasistas y personal de movimiento cooperativo sobre todo norteamericano.

La acción de las instituciones religiosas fue dirigida a crear y fomentar la organización de cooperativas de ahorro y crédito.

EVOLUCION DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 1999-2008

Durante los siete años de evolución, las Cooperativas han logrado un posicionamiento a nivel nacional muy importante. Las cooperativas han empezado a convertirse en una alternativa financiera válida en las finanzas lo que, ha demostrado que es posible una rentabilidad financiera eficiente. Durante estos diez años, se ha mantenido un proceso de crecimiento constante en sus indicadores financieros principales.

GRAFICA N°3



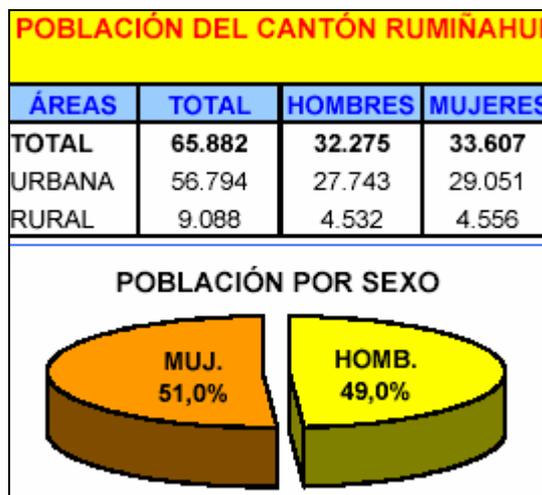
Fuente: Superintendencia de bancos
Elaborado por: Edison Herrera

De acuerdo a la gráfica la evolución de las obligaciones con el público, a septiembre del 2008 los depósitos a la vista crecieron en 7.93%, mientras que los depósitos a plazo se incrementaron en 75.54%. Con esto podemos ver que las Cooperativas de Ahorro y Crédito tienen mucha acogida por parte del público.

Población del Cantón Rumiñahui.

Tabla y Gráfico N°4

Según Censo: 2001



Fuente: Inec censo 2001
Elaborado por: Edison Herrera

Gráfico N° 5

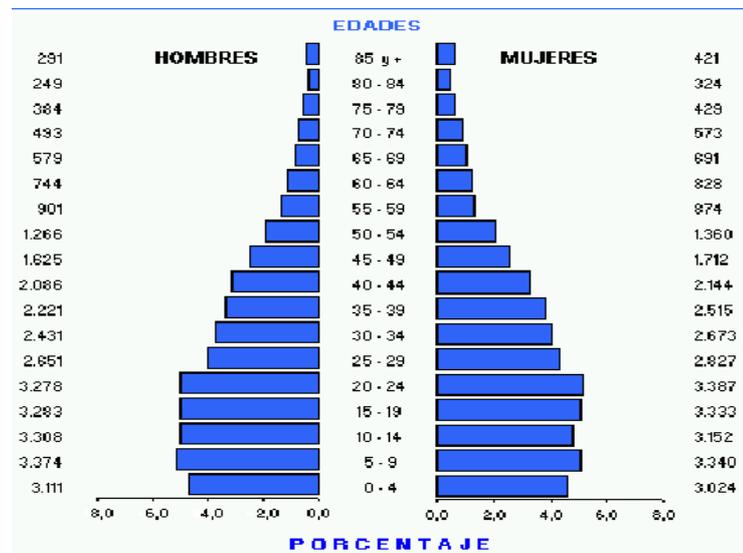


Fuente: Inec censo 2001
Elaborado por: Edison Herrera

La población del Cantón RUMIÑAHUI, según el Censo del 2001, representa el 2,8% del total de la Provincia de Pichincha; ha crecido en el último período inter censal 1990-2001, a un ritmo del 3,2% promedio anual. El 13,8% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 39,4% son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

Gráfico N° 6

Pirámide de la Población del Cantón Rumiñahui por edades



A continuación se detalla en la Tabla N° 6 la evolución de las entidades participes en el sistema de cooperativas de Ahorro y Crédito.

AÑO	Nº DE ESTABLECIMIENTOS
2004	31
2005	35
2006	38
2007	38
2008	41

Fuente: www.superintendenciadebancos.com

Elaborado por: Edison Herrera

Analizando el cuadro de las cooperativas se ve que en el año 2004 existen 31 cooperativas en el mercado mientras que el 2008 aumentado a 41 cooperativas, lo que puedo concluir q cada año va en aumento las cooperativas de ahorro y crédito

**EVOLUCIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN EL ECUADOR**



1999	2000	2001	2002	Sep-03	2003	2004	2005	2006	2007	2008
							9 DE OCTUBRE ²	9 DE OCTUBRE	9 DE OCTUBRE	9 DE OCTUBRE
11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO	11 DE JUNIO
15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL	15 DE ABRIL
23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO	23 DE JULIO
29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE	29 DE OCTUBRE
					ALIANZA DEL VALLE ²	ALIANZA DEL VALLE	ALIANZA DEL VALLE	ALIANZA DEL VALLE	ALIANZA DEL VALLE	ALIANZA DEL VALLE
ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA	ANDALUCIA
ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI	ATUNTAQUI
							CACPE BIBLIAN ²	CACPE BIBLIAN	CACPE BIBLIAN	CACPE BIBLIAN
CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO	CACPECO
CARCHI	CARCHI	CARCHI ¹								
							CALCETA ²	CALCETA	CALCETA	CALCETA
							CAMARA DE COMERCIO DE QUITO ²	CAMARA DE COMERCIO DE QUITO	CAMARA DE COMERCIO DE QUITO	CAMARA DE COMERCIO DE QUITO
CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA	CHONE LTDA
CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO	CODESARROLLO
COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.	COMERCIO LTDA.
COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO	COTOCOLLAO
		COOPAD ²	COOPAD	COOPAD	COOPAD	COOPAD	COOPAD	COOPAD	COOPAD	COOPAD
							EL PORVENIR ²	EL PORVENIR ¹		
EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO	EL SAGRARIO
GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA	GUARANDA
										JARDIN AZUAY ²
							JESUS DEL GRAN PODER ²	JESUS DEL GRAN PODER	JESUS DEL GRAN PODER	JESUS DEL GRAN PODER
							JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA ²	JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA
LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA	LA DOLOROSA
NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL	NACIONAL		NACIONAL
OSCUS	OSCUS	OSCUS	OSCUS	OSCUS	OSCUS	OSCUS	OSCUS	OSCUS		OSCUS
PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ	PABLO MUÑOZ		PABLO MUÑOZ

VEGA	VEGA	VEGA	VEGA	VEGA	VEGA	VEGA	VEGA	VEGA		VEGA
						PADRE JULIAN LORENTE ²	PADRE JULIAN LORENTE	PADRE JULIAN LORENTE		PADRE JULIAN LORENTE
PROGRESO	PROGRESO	PROGRESO	PROGRESO	PROGRESO	PROGRESO	PROGRESO	PROGRESO	PROGRESO		PROGRESO
RIOBAMBA	RIOBAMBA	RIOBAMBA	RIOBAMBA	RIOBAMBA	RIOBAMBA	RIOBAMBA	RIOBAMBA	RIOBAMBA		RIOBAMBA
SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO		SAN FRANCISCO
								SAN FRANCISCO DE ASIS ²		SAN FRANCISCO DE ASIS
SANTA ANA	SANTA ANA	SANTA ANA	SANTA ANA	SANTA ANA	SANTA ANA	SANTA ANA	SANTA ANA	SANTA ANA		SANTA ANA
							SAN JOSÉ ²	SAN JOSÉ		SAN JOSÉ
SANTA ROSA	SANTA ROSA	SANTA ROSA	SANTA ROSA	SANTA ROSA	SANTA ROSA	SANTA ROSA	SANTA ROSA	SANTA ROSA		SANTA ROSA
SERFIN	SERFIN	SERFIN	SERFIN	SERFIN	SERFIN	SERFIN	SERFIN	SERFIN ³		
TULCAN	TULCAN	TULCAN	TULCAN	TULCAN	TULCAN	TULCAN	TULCAN	TULCAN		TULCAN
UNIDAD FAMILIAR	UNIDAD FAMILIAR	UNIDAD FAMILIAR	UNIDAD FAMILIAR	UNIDAD FAMILIAR ³						
			DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA ²	DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA	DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA	DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA	DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA	DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA		DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA

Fuente: www.superintendenciadebancos.com

Elaborado por: Edison Herrera

1.2.2. Análisis actual del mercado

El análisis nos ayudará a determinar la existencia de un mercado, para el servicio que se brindará, y mediante la información que se obtenga se podrá diseñar la estrategia.

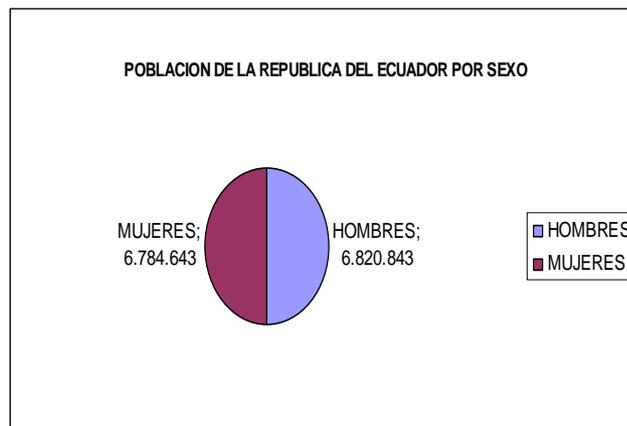
TABLA N° 7

Población del país al año 2008			
	Total	Hombres	Mujeres
Total República	3683272	6.820.843	13.805.095
Urbano	8.785.745	4.358.292	8.993.769
Rural	4.849.740	2.462.551	4.802.859

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

GRÁFICO N° 7

Población de la República del Ecuador por sexo



FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

De acuerdo con el Tabla y gráfica N° 8 de la población de la república del Ecuador, se concluye con los datos obtenidos que la mayor parte de la población, reside en el área Urbana con un 64% mientras que el área Rural con un 36%

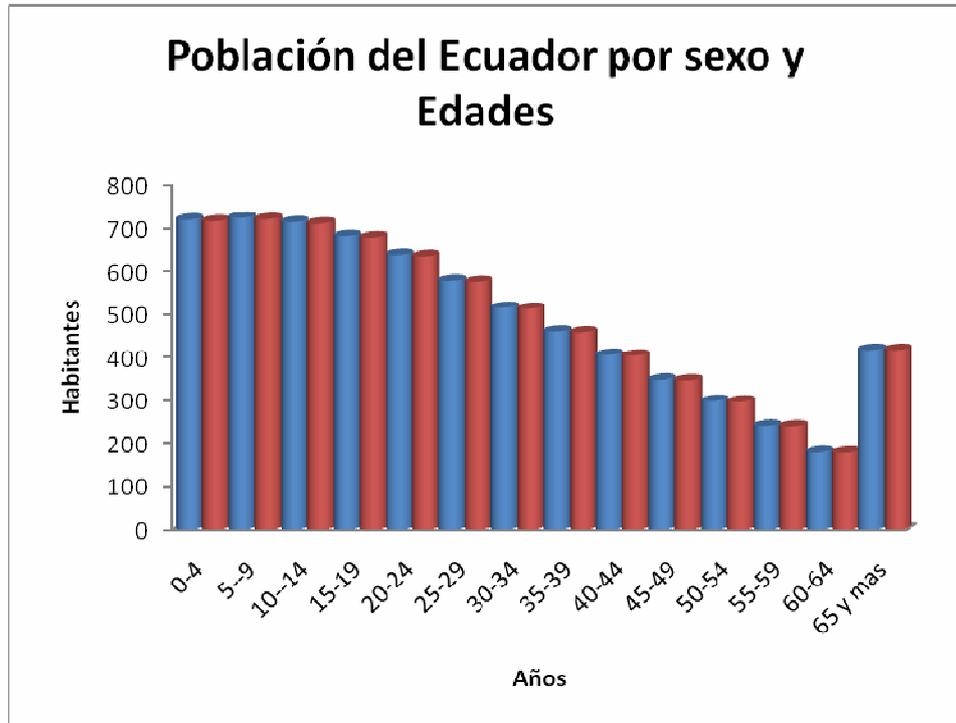
La población del Ecuador con respecto al sexo de las personas esta ha sido equilibrada ya que existe un pequeño porcentaje, superior con un total de 6.820.843 de hombres y mujeres 6.784.643 habitantes.

Tabla N°8
Total País 2008

EDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
0-4	1,435,198	719,329	715,869
5--9	1,443,690	723,585	720,105
10--14	1,423,941	713,687	710,254
15-19	1,359,167	681,222	677,945
20-24	1,274,103	638,587	635,516
25-29	1,151,705	577,241	574,464
30-34	1,027,428	514,952	512,476
35-39	917,22	459,715	457,505
40-44	809,019	405,485	403,534
45-49	694,858	348,266	346,592
50-54	594,434	298,435	296,999
55-59	480,398	240,778	239,62
60-64	356,763	178,811	177,952
65 y mas	636,564	417,078	417,078
TOTAL	13,605,485	6.820.843	6.784.643

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

GRÁFICO N° 8



Fuente: INEC
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

Con la investigación realizada de la Población de Ecuador, por sexo y edad del 2008 se puede observar en el Tabla y Gráfico N° 8 De acuerdo al proyecto en estudio se determina que la población que nos vamos a dirigir es muy extensa, que son los mayores de 18 años, esto provoca una buena acogida para el proyecto.

ENTIDADES PARTICIPES EN EL SISTEMA DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO A NIVEL NACIONAL AL AÑO 2008

Tabla N° 9

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO A NIVEL NACIONAL AÑO 2009	
9 DE OCTUBRE	JUVENTUD ECUAT. PROGRESISTA
11 DE JUNIO	LA DOLOROSA
15 DE ABRIL	METROPOLITANA
23 DE JULIO	NACIONAL
29 DE OCTUBRE	OSCUS
ALIANZA DEL VALLE	PABLO MUÑOZ VEGA
ANDALUCIA	PADRE JULIAN LORENTE
ATUNTAQUI	COOPAD
CALCETA	PROGRESO
CACPE BIBLIAN	RIOBAMBA
CACPECO	SAN FRANCISCO
CACPE PASTAZA LTDA	SAN FRANCISCO DE ASIS
CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO	SANTA ANA
CHONE	SAN JOSE
CODESARROLLO	SANTA ROSA
COMERCIO	SERFIN
COTOCOLLAO	TULCAN
EL PORVENIR	UNIDAD FAMILIAR
EL SAGRARIO	MEGO
GUARANDA	
JARDIN AZUAYO	
JESUS DEL GRAN PODER	

Fuente: www.sperintendenciaebancos.com

ELABORADO POR: EDISON HERRERA

Analizando las entidades participantes en el sistema de cooperativas de Ahorro y Crédito podemos ver que estas han ido aumentando durante los últimos años, en 1999 contábamos con 26 Cooperativas, mientras que el 2008 tenemos 41 Cooperativas en funcionamiento.

1.2.3. Tendencias del mercado

No se puede negar que la apertura económica, la Globalización le ha dado paso a que aparezca COOPERATIVAS nuevas, tendencias de los mercados que traten de satisfacer plenamente las necesidades de los consumidores, de exceder sus expectativas. De ahí, la importancia que las COOPERATIVAS no descuiden cuáles son esas nuevas tendencias, sus alcances, repercusiones, a fin de garantizar éxito a su organización³.

Es fundamental para la Cooperativa de Ahorro y Crédito analizar el Mercado Histórico y el Mercado Actual con la finalidad de visualizar la tendencia que puede existir hacia esta Cooperativa. “Este análisis es el más importante para evaluar el proyecto, sin embargo es de acotar que se basa en los estudios previos de los dos casos anteriores.

Esto obliga, entonces, a que en la situación proyectada se diferencie la situación futura sin el proyecto y luego con la participación de él, para concluir con la nueva definición del mercado”.⁴

La cartera de las Cooperativas de Ahorro y crédito asciende en el año 2007 a 4.8 millones de dólares, con un crecimiento promedio en el período 2000 – 2007 del 36.1%. La participación de la cartera de crédito respecto al activo total indica una tendencia permanente de mejora, alcanzando un indicador del 85,4% a junio del 2006.

³ www.gestiopolis.com

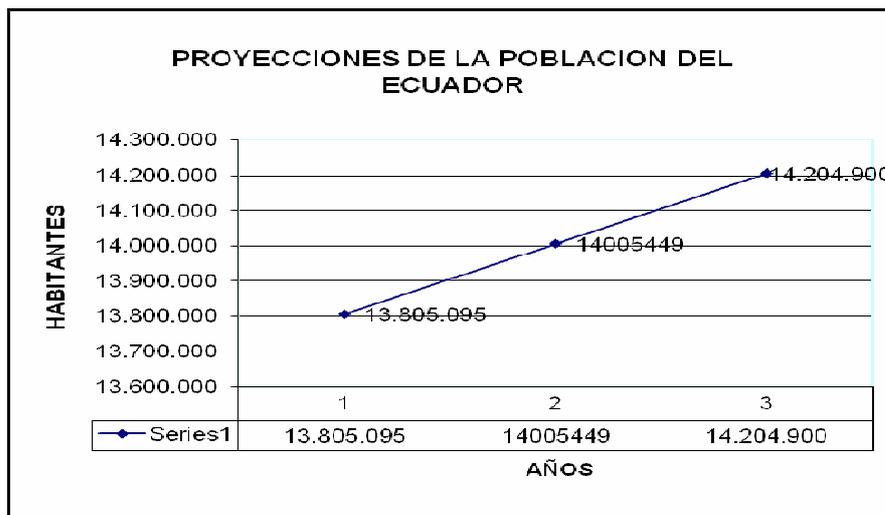
⁴ SAPAG Chain, Nassir Preparación y Evaluación De Proyectos.

Tabla N°10
Población 2008 y Proyecciones

	Población del año 2008			Proyecciones				
	Total	Hombres	Mujeres	2009	2010	2011	2012	2013
Total República	3683272	6.820.843	13.805.095	13.805.095	14.005.449	14.204.900	14.408.030	14.614.064

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

Gráfico N°9
Proyecciones de la Población del Ecuador



FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

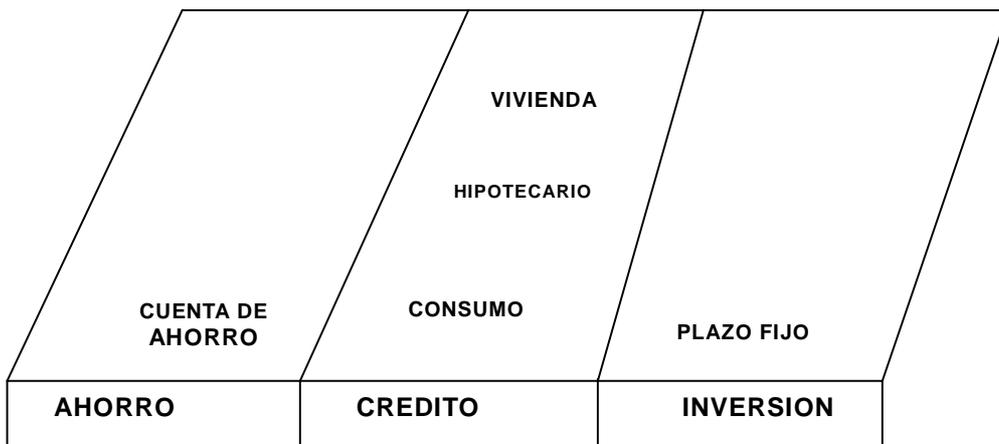
1.3.1 Caracterización del producto

Cuenta de ahorro 	Deposito a plazo Fijo 	Crédito para Microempresas 
Cero costos de mantenimiento	Monto mínimo de inversión: 100	No necesita encaje ni ahorro previo
Trámites sencillos y rápidos	Plazo mínimo de inversión: 31 días	Garantía flexible (en función al monto del préstamo)
Atención amable y personalizada	Tasa de interés atractiva	Plazos de hasta 18 meses para capital de trabajo y de hasta 3 años para activo fijo
Acreditación directa de préstamos	Trámites sencillos y rápidos	Cuotas de pago flexibles, según ingresos
Pago de cuotas a través de débitos automáticos		

Elaborado por: Edison Herrera

1.3.2 Clasificación por su uso.

La Cooperativa regula sus actividades, conforme de acuerdo a su gama esta compuesta de tres líneas de conformidad y de acuerdo con los principios:



1.3.3 PRODUCTOS SUSTITUTOS O COMPLEMENTARIOS

Productos Sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que el cliente puede consumir, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar o sube el precio por arriba de este límite. La cantidad de productos que el cliente consume se relaciona con la elasticidad de la demanda del producto, es decir, una demanda es mas elástica cuando ante un pequeño cambio en el precio del producto genera una modificación de gran magnitud en la cantidad

demandada del mismo y la demanda es inelástica cuando la cantidad demandada del producto varía poco ante un cambio en los precios

Los comercios que denominamos sustitutos son entidades que se dedican como actividad principal a la venta de productos de distinta índole y como actividad secundaria a financiar esas ventas a través de préstamos propios. Es decir, estos comercios no utilizan "las ventajas" de estar adheridos a una Entidad de Crédito para financiarle al cliente la venta del producto, sino que los comercios mismos ("sustitutos") son los que la financian:

- **Olla de oro**
- **Chulco**

1.4 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

1.4.1 Segmentación del Mercado

“Una de las herramientas de mercadotecnia que nos permite realizar un análisis de mercado, que permite definirse como la división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea”⁵

Variables de Segmentación de Mercados

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

⁵ Segmentación de Mercados; Ricardo Fernández Valiñas

“Para segmentar un mercado es necesario considerar una serie de variables que nos brindarán la posibilidad de hacerlo de manera clara y precisa”⁶

La segmentación del mercado se realizará para determinar a los clientes potenciales que tengan características comunes dentro de las diferentes variables, como son: variables demográficas, geográficas, socioeconómicas y conductuales.

Variables Demográficas.-

Estas variables se refieren al sexo, edad, estado civil, tamaño del hogar, el ciclo de vida de la familia, los ingresos, la ocupación, el grado de estudio, la religión, la raza etc.

Variables Geográficas

“Son las variables que dan origen a las diferencias en las personas de comunidades por su estructura geográfica”⁷.

Se busca con ello saber donde se encuentra la mayor cantidad de Población Económicamente Activa del Cantón Rumiñahui

Variables Socio-económicas.-

Se refieren a términos de ocupación, renta, nivel de estudios. Se pueden combinar estas variables con la clase social.

Variables Conductuales.-

Se refieren al comportamiento que adoptan los consumidores frente a algún tipo de producto o servicio, con base al conocimiento que tienen del mismo.

⁶ Segmentación de Mercados; Ricardo Fernández Valiñas

⁷ Segmentación de Mercados; Ricardo Fernández Valiñas

En la Tabla, se ha determinado criterios de segmentación y características del cliente con la finalidad de segmentar al mercado para lo cual se analizaron las variables demográficas, geográficas, socio-económicas y conductuales asignando los criterios de segmentación para caracterizar a los clientes logrando bajo la matriz de segmentación de mercado conocer y visualizar hacia qué mercado está dirigido la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Sexo	Masculino-Femenino
Edad	Mayores de 18 años
Ingresos	Población económicamente activa
Instrucción	Primaria, Secundaria, Superior
Ocupación	De toda profesión, oficio, clases de trabajo
Estado Civil	Sin restricción
VARIABLES GEOGRÁFICAS	
Procedencia local	Clientes de la Parroquia y sus alrededores
VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS	
Clase Social	Clases: media baja, media alta y alta
VARIABLES CONDUCTUALES	
Estilo de vida	Población que acude a las Cooperativas de Ahorro y Crédito.
Fuente: Investigación de Campo	
Elaborado por: Edison Herrera	

1.4.2 Definición del Universo

Definición del Universo

El tamaño del universo se refiere al valor económico existente en el mercado y que es posible explotar.

Para efecto de análisis se investigó la población actual a nivel país, para conocer la población actual de la Parroquia Sangolquí, determinando la población que pertenece al segmento Mayores de 18 años de edad dando un total de 27.706 habitantes sin distinción de sexo el cual sería el valor de **U** es decir el universo a ser analizado, como se aprecia en la siguiente **Tabla**

Tabla N° 11
DEFINICIÓN DEL UNIVERSO 2008

Población de Ecuador:	13802367 habitantes
Población de Sangolquí 2008:	72.916 habitantes
Mayores de 18 Años	27.706 habitantes

FUENTE: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
ELABORADO POR: Edison Herrera

1.4.3 Selección de la muestra

La muestra es una parte representativa de la población o un conjunto de unidades, con el objetivo de investigar las propiedades de la población o conjunto original.

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se necesita conocer el universo, las probabilidades “p” y “q”, el error de estimación que es un valor que tiene relación inversa con el tamaño de la muestra: si el error es más bajo, el tamaño de la muestra es más alto y viceversa y el nivel de confianza con el que vamos a trabajar.

Para determinar el número de personas que serán encuestados se trabajará con un nivel de confianza del 95%, lo cual proporciona en la Tabla z un valor de 1.96, y un margen de error que será del 0.1%; tomando en cuenta un p = 0.9 y q = 0.10. Con los datos anteriores se aplicará la fórmula del cálculo del tamaño de la muestra para poblaciones infinitas:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * n}{(e^2 * n) + (Z^2 * p * q)}$$

$$\frac{1.96^2 * 0.95 * 0.05 * 27706}{(0.05^2 * 27706) + (1.96^2 * 0.95 * 0.05)}$$

$$n = 72$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra	27.706
Z = Nivel de confianza	1,96
p = Probabilidad de ocurrencia	0.95
q = Probabilidad de no ocurrencia	0.5
e = Margen de error	0.05

Al aplicar la fórmula se obtuvo el valor de 72 encuestas, que representa el número total de individuos del sector de la parroquia de Sangolquí, y sus alrededores a los que se debe realizar la encuesta.

Se ha tomado en cuenta a las personas mayores de 18 años, ya que cumplen con los requisitos de ser mayor de edad.

1.4.4 Prueba Piloto

La prueba piloto fue realizada con el fin de determinar el nivel de aceptación de los posibles clientes del proyecto, se utilizó para ello un muestreo aleatorio simple.

ENCUESTA PILOTO ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO

INSTRUCCIONES:

- Señale con una X en el lugar que corresponda su respuesta
- Conteste las preguntas con sinceridad
- Esta información será de carácter confidencial

1. ¿Ahorra en Cooperativas de Ahorro y Crédito

SI

NO

2. Qué es lo que usted más toma en cuenta al preferir una Cooperativa de Ahorro y Crédito? Escoja una sola respuesta.

Buena Atención
Seguridad
Buen ambiente
Ubicación

3¿Qué tipo de servicio adicional considera más importante en una Cooperativa de Ahorro y Crédito?

.....

1.4.5 Diseño del Cuestionario

El Diseño del Cuestionario se encuentra dividido en dos partes que consta de datos de identificación de género, edad, ocupación, sector en donde vive y a continuación se elaboró Once preguntas, dirigidas a los residentes de la Parroquia de Sangolquí, Cantón Rumiñahui. Que ayudarán a la obtención de información relevante para verificar la aceptación de la Cooperativa de Ahorro y crédito.

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CUESTIONARIO

Objetivo: Analizar el impacto de aceptación de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la Parroquia de Sangolquí.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

GÉNERO:

Femenino

Masculino

EDAD:.....

OCUPACIÓN:.....
.....

SECTOR EN EL QUE

VIVE:.....

INSTRUCCIONES:

- ❖ Señale con una X en el lugar que corresponda su respuesta
- ❖ Conteste las preguntas con sinceridad

❖ Esta información será de carácter confidencial

1. ¿Considera usted necesario la existencia de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en la parroquia de Sangolquí?

SI

NO

2. ¿Ahorra usted su dinero en

- Cooperativa de ahorro y Crédito
- Bancos
- Mutualistas

Si la respuesta es en una Cooperativa?

3. ¿Porque razón Ahorra en una Cooperativa de Ahorro y Crédito?

.....

4. ¿Cuánto Ahorra Mensualmente?

.....

5. ¿Cuales son sus egresos? mensualmente

.....

6. ¿Con qué frecuencia asiste usted a las Cooperativas de Ahorro y Crédito? Escoja una sola respuesta

Tres veces al mes
Una vez al mes
Una vez a la Semana
Otra

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué tipo de servicio adicional considera más importante en una Cooperativa de Ahorro y Crédito?

.....

8. ¿Escoja el horario que le gustaría que trabaje la Cooperativa de Ahorro y Crédito? Escoja un solo un día

Domingo a domingo	8am A 16pm
Lunes a Viernes	9am A 17pm
Lunes a Sábado	8am A 13pm

9. ¿Qué es lo que usted más toma en cuenta al preferir una Cooperativa de Ahorro y Crédito? Escoja una sola respuesta.

Buena Atención
Seguridad
Buen ambiente
Ubicación

Otra (especifique).....

10. ¿Qué tipo de promoción motivaría a que asistencia, a la Cooperativa de Ahorro y Crédito?

.....

11. ¿En qué parte de la Parroquia de Sangolquí le gustaría que se encuentre ubicada la nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Norte	
Centro	
Sur	

1.4.7 Procesamiento de la Información y Análisis de los Resultados

Los resultados de la encuesta realizada son los siguientes:

Respuesta tabla N° 12

De acuerdo a la encuesta realizada podemos ver que el 54.2% son mujeres y un 45.8% son Hombres. Lo que indica que existe una participación tanto de hombres como de mujeres, y esto es fundamental para este tipo de proyectos ya que serian 39 Mujeres y 33 Hombres como se observa en el Gráfico.

Respuesta a la pregunta de la prueba piloto

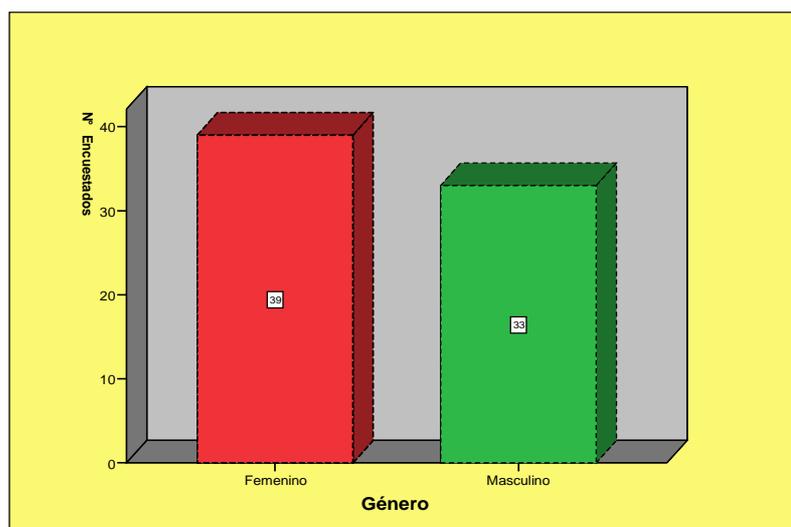
Tabla N° 12

Género

Descripción	Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Femenino	39	54,2	54,2	54,2
Masculino	33	45,8	45,8	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N° 10

Género



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

EDAD

De la población entrevistada se observa que el 12,5% corresponde a personas de 53 años, seguido con el 11.1% con personas que tienen 29 y 30 años.

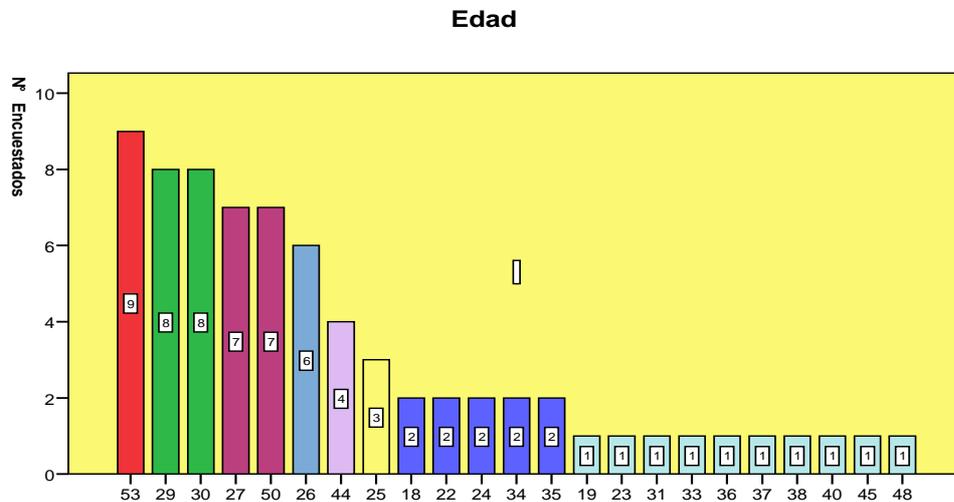
Tabla N° 14

Edad

Descripción	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
53	9	12,5	12,5	12,5
29	8	11,1	11,1	23,6
30	8	11,1	11,1	34,7
27	7	9,7	9,7	44,4
50	7	9,7	9,7	54,2
26	6	8,3	8,3	62,5
44	4	5,6	5,6	68,1
25	3	4,2	4,2	72,2
18	2	2,8	2,8	75,0
22	2	2,8	2,8	77,8
24	2	2,8	2,8	80,6
34	2	2,8	2,8	83,3
35	2	2,8	2,8	86,1
19	1	1,4	1,4	87,5
23	1	1,4	1,4	88,9
31	1	1,4	1,4	90,3
33	1	1,4	1,4	91,7
36	1	1,4	1,4	93,1
37	1	1,4	1,4	94,4
38	1	1,4	1,4	95,8
40	1	1,4	1,4	97,2
45	1	1,4	1,4	98,6
48	1	1,4	1,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Es importante para el proyecto esta pregunta, ya que vamos a saber cuantos clientes mayores de 18 años tendrá la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Gráfico N°11



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: Edison Herrera

OCUPACIÓN

Los resultados de la encuesta realizada nos indican que la mayor parte de Encuestados, son Personas que tienen Negocio Propio con un 44,4% seguido de empleados del Sector Privado con un 23,6% respectivamente, lo cual es favorable para la Cooperativa, es un gran mercado el cual hay que saberlo aprovecharlo.

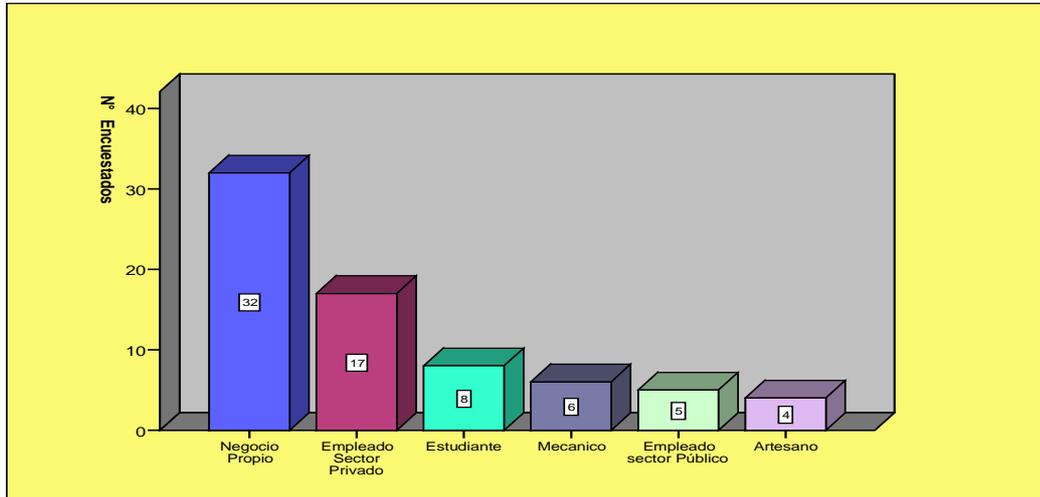
Tabla N°13

Ocupación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Negocio Propio	32	44,4	44,4
Empleado Sector Privado	17	23,6	68,1
Estudiante	8	11,1	79,2
Mecánico	6	8,3	87,5
Empleado sector Público	5	6,9	94,4
Artesano	4	5,6	100,0
Total	72	100,0	

Gráfico N°12

Ocupación



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: Edison Herrera

SECTOR

De acuerdo con la encuesta realizada el 36,1% son residentes de Sangolquí

lo cual es favorable ya que la Cooperativa de Ahorro estará ubicada en esta parroquia, seguidos con un 26,4% y 23,6% tanto de San Rafael como de San Sebastián respectivamente, a pesar de que las instalaciones se encontraran en Sangolquí, no hay que dejar de lado a futuros clientes que se encuentren en estos sectores ya que es un mercado en expansión.

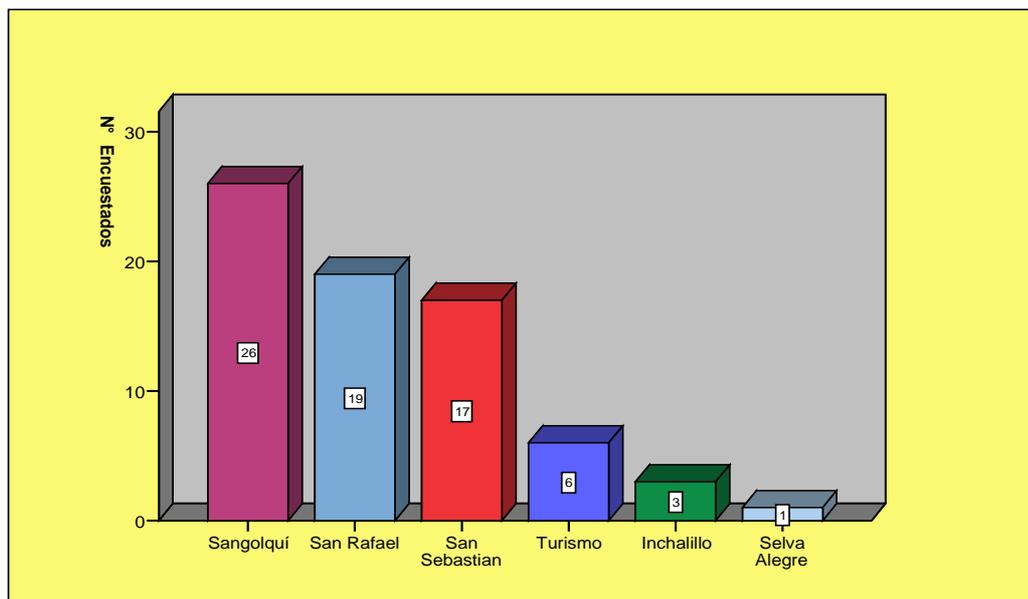
Tabla N° 14

Sector

Descripción	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Sangolquí	26	36,1	36,1	36,1
San Rafael	19	26,4	26,4	62,5
San Sebastián	17	23,6	23,6	86,1
Turismo	6	8,3	8,3	94,4
Inchalillo	3	4,2	4,2	98,6
Selva Alegre	1	1,4	1,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N° 13

Sector



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 2

Ahorra usted su dinero en

- **Cooperativa de ahorro y Crédito**
- **Bancos**
- **Mutualistas**

Los resultados de la encuesta realizada nos indican que la mayor parte de Encuestados, son Personas que Ahorran en las Cooperativas de Ahorro y Crédito, con un 75,0%, mientras que en los Bancos Ahorran un 25.0% respectivamente, lo cual es favorable para la Cooperativa,

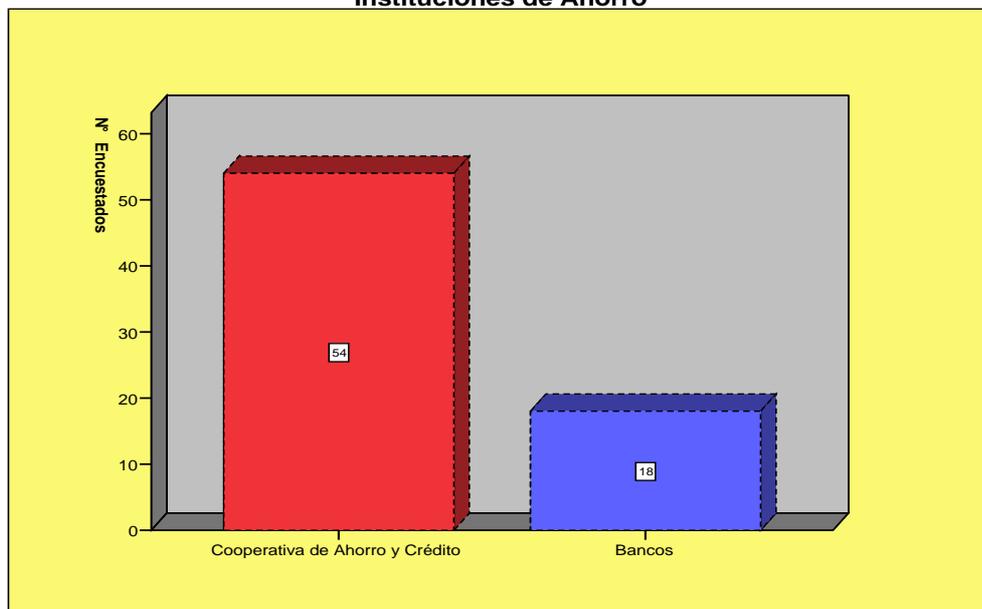
Tabla N° 15

Instituciones de Ahorro

Descripción	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Cooperativa de Ahorro y Crédito	54	75,0	75,0	75,0
Bancos	18	25,0	25,0	25,0
Total	72	100,0	100,0	100,0

Gráfico N° 13

Instituciones de Ahorro



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 3

Porque razón Ahorra en una Cooperativa de Ahorro y Crédito

De acuerdo con la encuesta realizada el 47,2% Ahorran en Cooperativas de Ahorro y Crédito, por las Posibilidades de Crédito que disponen, seguidos con un 22.2% que tienen mejores intereses lo cual es favorable para la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

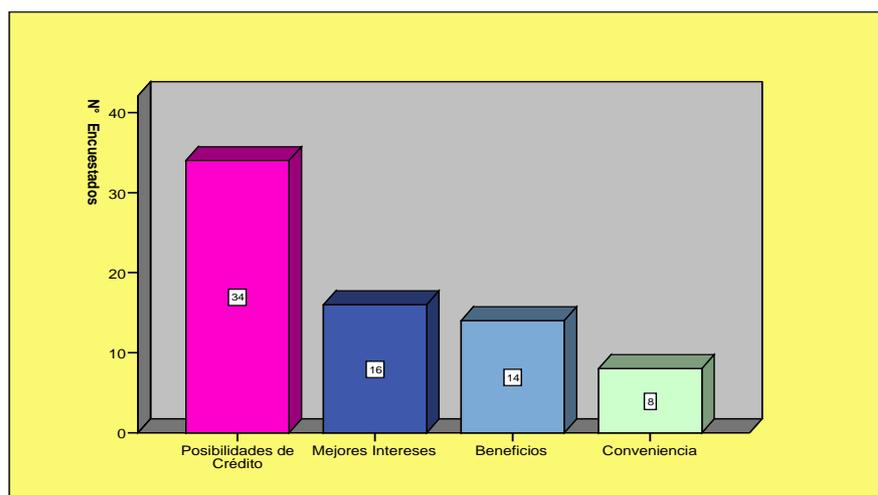
Tabla N° 16

Razón del Ahorro

Descripción	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Posibilidades de Crédito	34	47,2	47,2	47,2
Mejores Intereses	16	22,2	22,2	69,4
Beneficios	14	19,4	19,4	88,9
Conveniencia	8	11,1	11,1	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N° 14

Razón del Ahorro



Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 4

Cuanto Ahorra Mensualmente?

La mayor parte de personas encuestadas que son un 26.4% Ahorran mensualmente un promedio de 500 dólares mensuales, en cambio el 12,5%, y 8,3% Ahorran de 250 a 200 dólares mensuales.

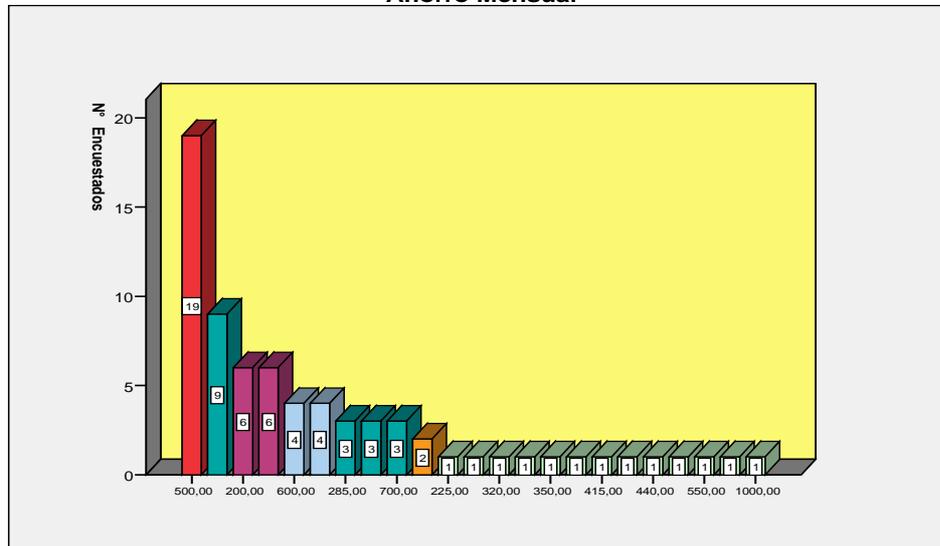
Tabla N° 17

Ahorro Mensual

Descripción	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
500,00	19	26,4	26,4	26,4
250,00	9	12,5	12,5	38,9
200,00	6	8,3	8,3	47,2
300,00	6	8,3	8,3	55,6
600,00	4	5,6	5,6	61,1
800,00	4	5,6	5,6	66,7
285,00	3	4,2	4,2	70,8
400,00	3	4,2	4,2	75,0
700,00	3	4,2	4,2	79,2
100,00	2	2,8	2,8	81,9
225,00	1	1,4	1,4	83,3
240,00	1	1,4	1,4	84,7
320,00	1	1,4	1,4	86,1
330,00	1	1,4	1,4	87,5
350,00	1	1,4	1,4	88,9
380,00	1	1,4	1,4	90,3
415,00	1	1,4	1,4	91,7
430,00	1	1,4	1,4	93,1
440,00	1	1,4	1,4	94,4
450,00	1	1,4	1,4	95,8
550,00	1	1,4	1,4	97,2
650,00	1	1,4	1,4	98,6
1000,00	1	1,4	1,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N° 15

Ahorro Mensual



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 5

¿Cuales son sus egresos mensualmente?

Analizando a las personas encuestadas, vemos que el 16.7% tiene un egreso de mil dólares mensuales, mientras que el 13.9% tiene un egreso de 3000 mil dólares mensuales.

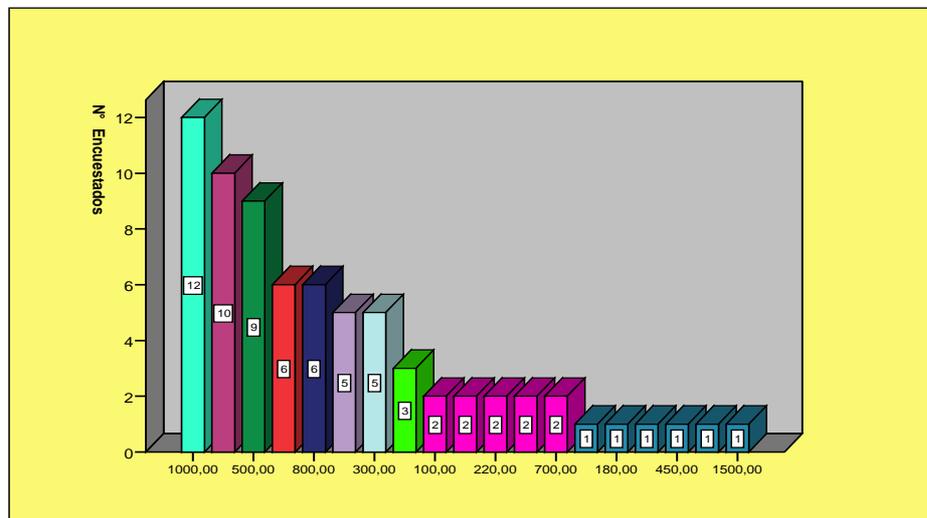
Tabla N° 18
Egresos Mensuales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1000,00	12	16,7	16,7	16,7
3000,00	10	13,9	13,9	30,6
500,00	9	12,5	12,5	43,1
400,00	6	8,3	8,3	51,4
800,00	6	8,3	8,3	59,7
250,00	5	6,9	6,9	66,7
300,00	5	6,9	6,9	73,6
200,00	3	4,2	4,2	77,8
100,00	2	2,8	2,8	80,6
150,00	2	2,8	2,8	83,3
220,00	2	2,8	2,8	86,1
600,00	2	2,8	2,8	88,9

700,00	2	2,8	2,8	91,7
170,00	1	1,4	1,4	93,1
180,00	1	1,4	1,4	94,4
285,00	1	1,4	1,4	95,8
450,00	1	1,4	1,4	97,2
750,00	1	1,4	1,4	98,6
1500,00	1	1,4	1,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N°16

Egresos Mensuales



Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 6

Con qué frecuencia asiste usted a las Cooperativas de Ahorro y Crédito? Escoja una sola respuesta

Los resultados que se obtuvo en la encuesta es que el 48.6% prefieren asistir

Una vez al mes, siguiendo el 31.9% asiste 3 veces, con el 19.4% asiste una vez a la semana, Como podemos ver, los encuestados prefieren asistir una vez al mes.

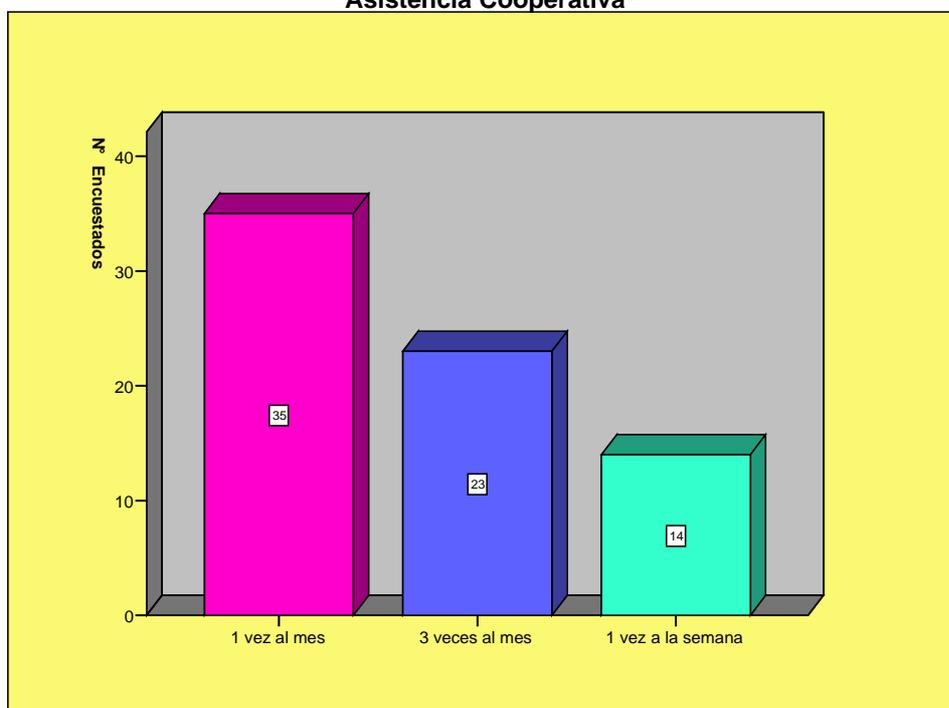
Tabla N° 19

Asistencia Cooperativas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1 vez al mes	35	48,6	48,6	48,6
3 veces al mes	23	31,9	31,9	80,6
1 vez a la semana	14	19,4	19,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N° 17

Asistencia Cooperativa



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 7

¿Qué tipo de servicio adicional considera más importante en una Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Esta pregunta de elección múltiple sirvió para determinar qué servicios Adicionales desea la población, tomando en consideración los resultados

Obtenidos en la encuesta el servicio que la Cooperativa de Ahorro y Crédito pondrá a disposición de sus clientes será: Pagos Varios obtuvo un porcentaje del 33.3%, con lo cual los clientes podrán tener una diversidad de servicios y productos en un solo lugar.

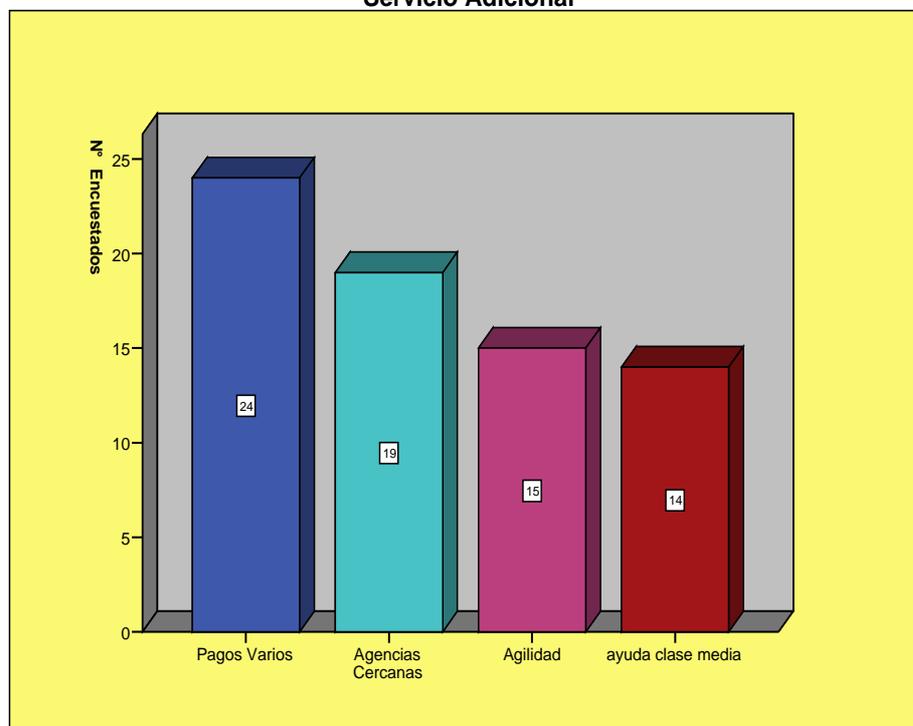
Tabla N°20

Servicio Adicional

Descripción	Frecuencias	%	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado %
Pagos Varios	24	33,3	33,3	33,3
Agencias Cercanas	19	26,4	26,4	59,7
Agilidad	15	20,8	20,8	80,6
ayuda clase media	14	19,4	19,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N°18

Servicio Adicional



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 8

¿Qué día, y el horario que le gustaría que trabaje la Cooperativa de Ahorro y Crédito? Escoja una sola opción.

Los resultados que se obtuvo en la encuesta es que el 59.7% prefiere un horario de atención de domingo a domingo mientras que el 23.6% prefiere un horario de lunes a viernes, por último el 16.7% desea un horario de lunes a sábado.

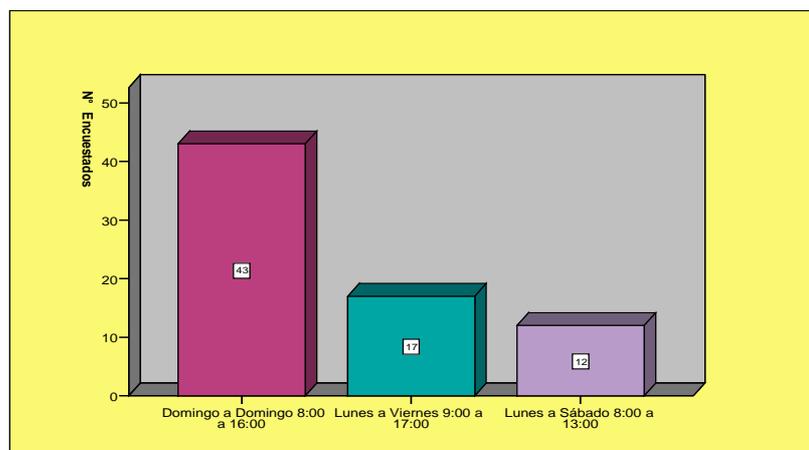
Tabla N°21

Horario Atención

Descripción	Frecuencias	Porcentajes %	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Domingo a Domingo 8:00 a 16:00	43	59,7	59,7	59,7
Lunes a Viernes 9:00 a 17:00	17	23,6	23,6	83,3
Lunes a Sábado 8:00 a 13:00	12	16,7	16,7	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N°19

Horario Atención



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: Edison Herrera

Pregunta 9

Qué es lo que usted más toma en cuenta al preferir una Cooperativa de Ahorro y Crédito? Escoja una sola respuesta

La mayor parte de las personas encuestadas que representa el 56.9% le gustaría que existiera Buena atención, el 41,7% prefiere seguridad.

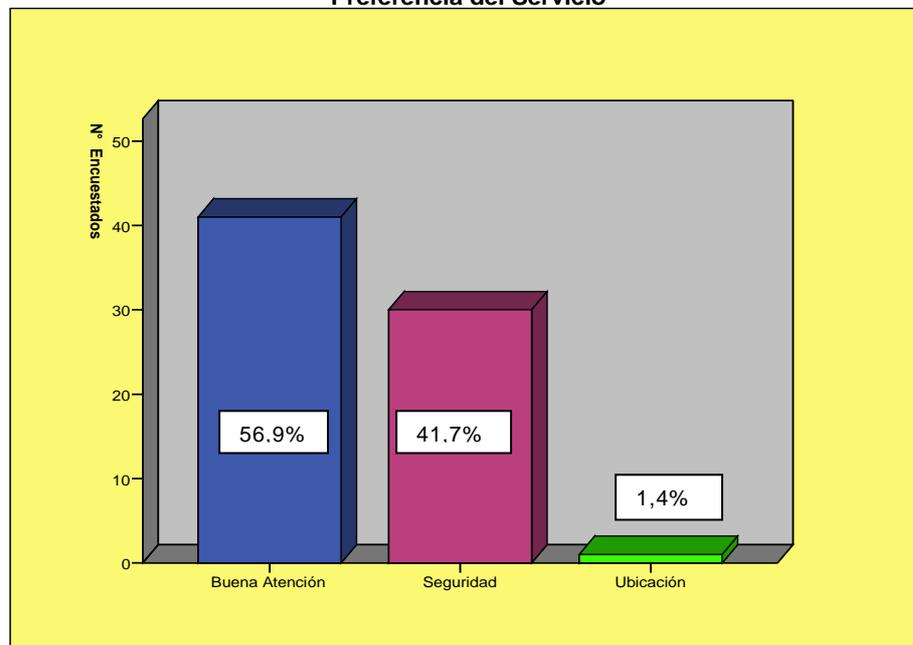
Tabla N° 22

Preferencia Servicio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Buena Atención	41	56,9	56,9	56,9
Seguridad	30	41,7	41,7	98,6
Ubicación	1	1,4	1,4	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N° 20

Preferencia del Servicio



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por Edison Herrera

Pregunta 10

Qué tipo de promoción motivaría a que asistencia, a la Cooperativa de Ahorro y Crédito?

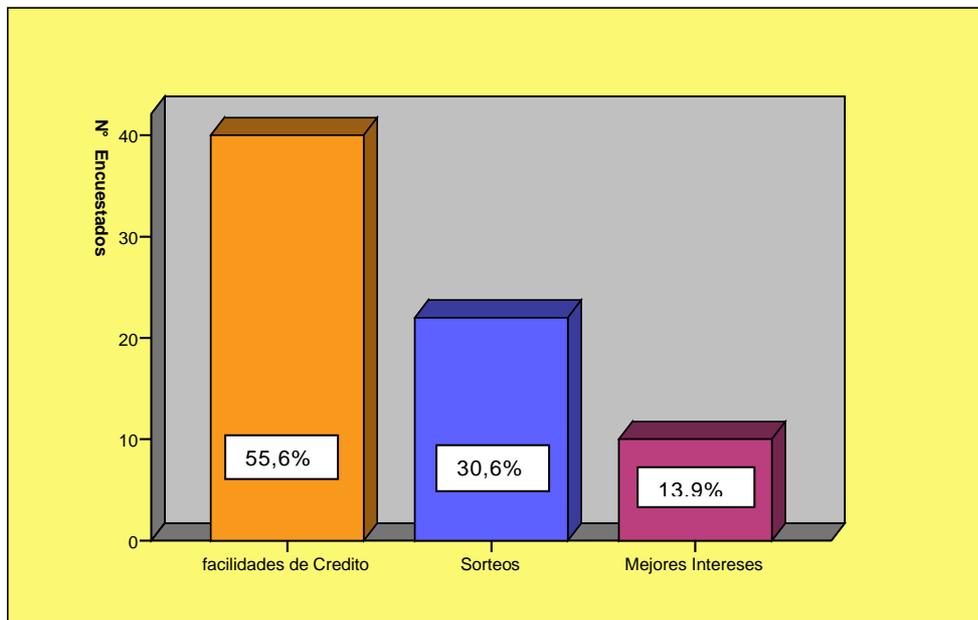
Las personas encuestadas con el 55.6% les motiva las facilidades de crédito gustarían que exista en la Cooperativa, con un 30.6% les motivan los sorteos, el 13,9% se inclinan por mejores intereses.

Tabla N° 23
Promociones

Descripción	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
facilidades de Crédito	40	55,6	55,6	55,6
Sorteos	22	30,6	30,6	86,1
Mejores Intereses	10	13,9	13,9	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N° 21

Promociones



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edison Herrera

Pregunta 11

¿En qué parte de la Parroquia de Sangolquí le gustaría que se encuentre ubicada la nueva Cooperativa de Ahorro y Crédito?

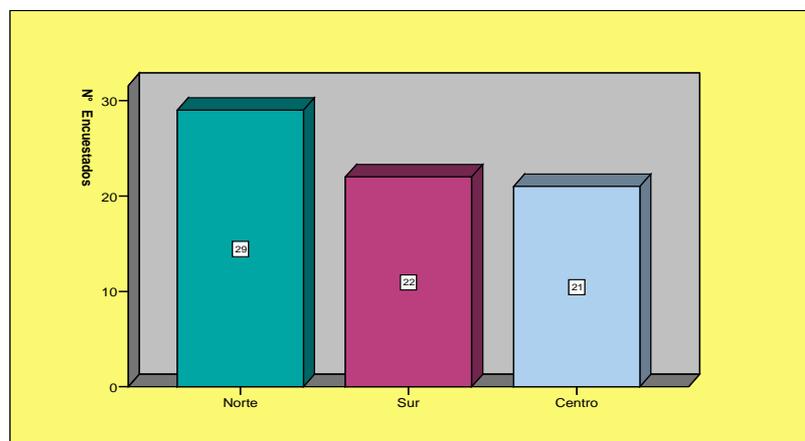
Se observa que el 40.3% de los encuestados prefieren que la Cooperativa de Ahorro y Crédito se encuentre al norte de la Parroquia de Sangolquí, el 30.6% en el sur y el 29.2 respectivamente al centro de Sangolquí lo cual es una gran Oportunidad de negocio ya que es un mercado al cual se lo puede explotar.

Tabla N°24
Ubicación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Norte	29	40,3	40,3	40,3
Sur	22	30,6	30,6	70,8
Centro	21	29,2	29,2	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Gráfico N°22

Ubicación



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado Por: Edison Herrera

1.5. Análisis de la Demanda

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.”⁸

“El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto”.⁹

El análisis de la demanda pretende determinar los factores que influyen en el comportamiento del mercado, así como también determinar si el proyecto en estudio tiene posibilidades de participar efectivamente en el mercado.

1.5.1. Clasificación de la Demanda

La demanda se puede clasificar desde distintos puntos de vista, de acuerdo al texto de Nassir Sapag para efectos de recolección de información del proyecto, se puede clasificar en relación con su oportunidad, con su necesidad, con su temporalidad, con su destino y con su permanencia.

Por su Oportunidad.-

La demanda se clasifica en satisfecha e insatisfecha, y a su vez la satisfecha se subdivide en saturada, cuando no se la puede hacer crecer

⁸MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos
⁹ <http://www.lafacu.com/apuntes/marketing/demanda/default.htm>

de ninguna forma y la no saturada, cuando a pesar de ser satisfecha se la puede crecer utilizando alguna forma de publicidad o marketing.

Por su Necesidad.-

La demanda se clasifica en básica o suntuaria.

Demanda Básica.-

Se refiere a aquella que la comunidad requiere para mantenerse y desarrollarse.

Demanda Suntuaria.-

Es cuando no se trata de satisfacer una necesidad esencial sino un gusto o deseo.

Por su Temporalidad.-

Se clasifica en demanda cíclica y demanda continua.

Demanda Cíclica.-

Se refiere a la que se da solo en temporadas, como vacaciones o Navidad.

Demanda Continua.-

Es la que se da siempre de carácter permanente.

Por su Destino.-

La demanda se clasifica como de bienes finales o de bienes intermedios.

Demanda de Bienes Finales.-

Son bienes que se consumen directamente.

Demanda de Bienes Intermedios.-

Son los bienes que son adquiridos para utilizarlos en la elaboración de otros bienes.

Por su Permanencia.-

La demanda puede ser de flujo o de stock.

Demanda de Flujo.-

Se da cuando una nueva innovación aparece, y se crea la demanda de nuevos clientes para dicho producto.

Demanda de Stock.-

Es cuando los clientes ya están en el mercado y desean reemplazar sus productos con la nueva innovación.

De acuerdo a esta clasificación la Cooperativa de Ahorro y Crédito se clasifica según la demanda Básica ya que esta clasificación es la de mantenerse y superarse.

1.5.2. Factores que Afectan la Demanda

En la demanda de un bien o servicio pueden influir muchos factores, los cuales al analizarlos nos permite comprender la demanda histórica, la demanda actual y la demanda futuro de nuestro servicio.

Temporalidad.-

El servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, se ve afectado en cuanto a su demanda por el factor temporalidad, este factor hace que se incremente la demanda en fechas que representan feriados, y disminuye en periodos de ingreso a clases Navidad y fin de Año.

Tamaño y Crecimiento de la Población.

La población del Cantón RUMIÑAHUI, según el Censo del 2001, representa el 2,8% del total de la Provincia de Pichincha; ha crecido en el último período inter censal 1990-2001, a un ritmo del 3,2% promedio anual. El 13,8% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 39,4% son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo, por ende las necesidades de las personas aumenta, razón por la cual es necesario satisfacerlas ofreciendo servicios de calidad.

TAMAÑO Y CRECIMIENTO DE LA POBLACION

TABLA N° 25

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
SANGOLQUI	56.794	27.743	29.051
ÁREA RURAL	9.088	4.532	4.556
PERIFERIA	5.768	2.868	2.900
COTOGCHOA	2.843	1.422	1.421
RUMIPAMBA	477	242	235
TOTAL	65.882	32.275	33.607

Fuente: Instituto de estadísticas y Censos
 Elaborado por: Edison Herrera

1.5.3. Comportamiento Histórico de la Demanda del Servicio

El porcentaje que se refiere a la demanda del grupo objetivo se obtuvo de la variable demográfica que se refiere a la ocupación, de la encuesta realizada, ya que nuestro grupo objetivo serán las personas Mayores de 18 años en adelante, De igual manera para obtener el porcentaje de la población que visitará la Cooperativa de Ahorro y Crédito. Esta variable es de la encuesta.

TABLA N° 26

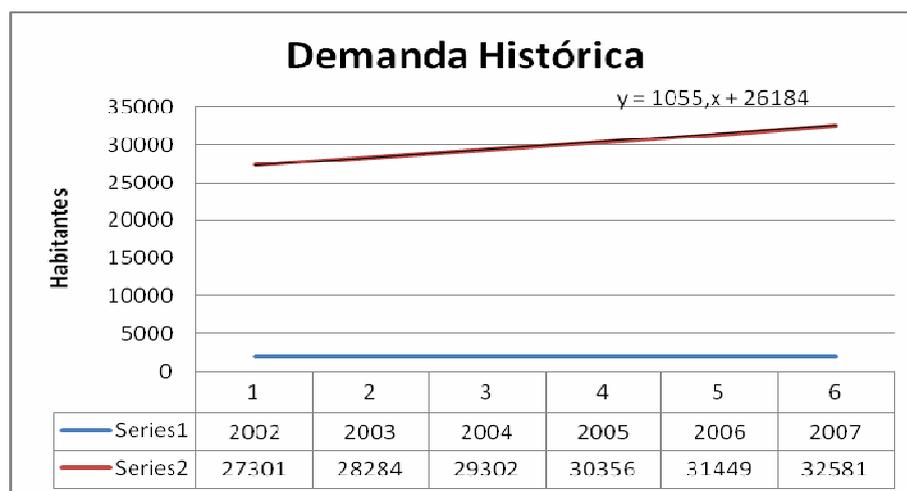
DEMANDA HISTÓRICA			
	40%	Demanda del Grupo Objetivo	Población que visitaría la Cooperativa
Año	18 años en adelante	44,00%	48,60%
2002	27301	12012,44	5838,05
2003	28284	12444,96	6048,25
2004	29302	12892,88	6265,94
2005	30356	13356,64	6491,33
2006	31449	13837,56	6725,05
2007	32581	14335,64	6967,12

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

Análisis Tabla N° 26

Representa el 40% los habitantes mayores de 18 años, nuestro grupo objetivo esta en el 44%, el dato es tomado de la prueba piloto la variable ocupación, y la población que visitara es del 48,60% el dato es tomado de la encuesta pregunta N° 6

Gráfico N° 23



FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

$$Y = 1055x + 26184$$

A continuación se presenta los cálculos para el año en curso

1.5.4 Comportamiento actual de la demanda del servicio TABLAN° 27

DEMANDA ACTUAL	
Año	Población que visitaría la Cooperativa
2008	33.569

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

1.5.5 Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda también se utilizó la ecuación de la regresión lineal, simplemente reemplazando en dicha ecuación el número del año al que corresponde el respectivo dato.

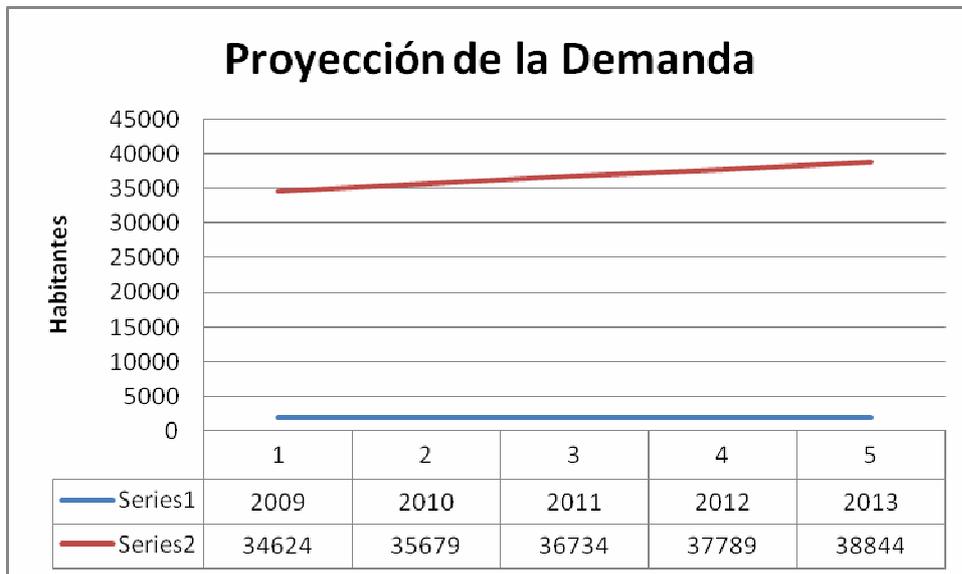
Se utilizó la ecuación de la regresión lineal simple ya que indica que la variable dependiente se predice sobre la base de una variable independiente.

TABLA N° 28

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA (Personas)
2009	34624
2010	35679
2011	36734
2012	37789
2013	38844

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
ELABORADO POR: Edison Herrera

GRÁFICO N° 24



FUENTE: I INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
 ELABORADO POR: Edison Herrera

1.6. Análisis de la Oferta

Para efecto de análisis de la Oferta se analizará su clasificación con la finalidad de determinar cuál será la participación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito en el mercado.

“La oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios”.¹⁰

Para cuantificar la oferta es preciso determinar las principales Cooperativas de Ahorro y Crédito que ofrecen el servicio.

¹⁰ MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos.

1.6.1. Clasificación de la Oferta

El mercado de acuerdo a su estructura se puede clasificar en monopolio, **oligopolica** y competencia monopolística.

Monopolio.-

En este tipo de oferta existe un solo productor del bien, el cual impone la calidad, el precio y cantidad de su producto. No existen productos o servicios sustitutos y es muy difícil entrar a competir con este monopolio.

Oligopolio.-

Está se da cuando existen muy pocos productores de un bien o servicio, estos tienen dominado el mercado y controlan el precio, calidad y cantidad de su oferta. Es posible entrar a competir con ellos pero con dificultad.

1.6.2. Factores que Afectan la Oferta

Existen factores que pueden afectar la oferta, estos pueden ser:

Número de los Competidores.

El número de la competencia que existe actualmente ofreciendo el servicio de Créditos en el sector es considerada normal ya que la mayoría de la población necesita un crédito o abrir una cuenta.

Productos Relacionados o Sustitutos.-

Los productos relacionados o sustitutos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito son: la olla de oro, el chulco, las pirámides, si existiera

una disminución de estos servicios sustitutos obviamente aumentaría la demanda.

Capacidad de inversión fija.

Con relación al mercado se puede decir que la inversión en una Cooperativa de Ahorro y Crédito es mediana, implicando una infraestructura mediana que cumpla con las expectativas y exigencias, la mayor inversión se demuestra en la obtención de los equipos de oficina, programas, que permita brindar un servicio adecuado al cliente.

1.6.3. Comportamiento Histórico de la Oferta

No existen datos históricos en el lugar debido a la falta de estudio sobre el tema por lo que se trabaja con la capacidad actual instalada en las Cooperativas y con el número de Cooperativas de los años 2004 y 2008 a nivel provincial obtenido del INEC.

TABLA N° 29
COMPORTAMIENTO HISTORICO DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y
CRÉDITO

AÑO	Nº DE COOPERATIVAS
2004	31
2005	35
2006	38
2007	38
2008	41

FUENTE: Superintendencia de bancos y cooperativas
ELABORADO POR: Edison Herrera

Análisis: En la tabla 29 podemos apreciar que el crecimiento de la demanda en Rumiñahui aumenta en 1 a 3 establecimientos

anualmente, por lo que se puede concluir que hay un porcentaje de crecimiento del 6% en promedio.

$$i = \left(\frac{P_1}{P_0} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

i = 7.3%

Donde:

- i** = Tasa de crecimiento
- P₀** = 33 establecimientos en el año 2004
- P₁** = 38 establecimientos en el año 2007
- n** = N° de años para el cálculo

TABLA N° 30

Población que asiste a la Cooperativa de Ahorro y Crédito 48,60%

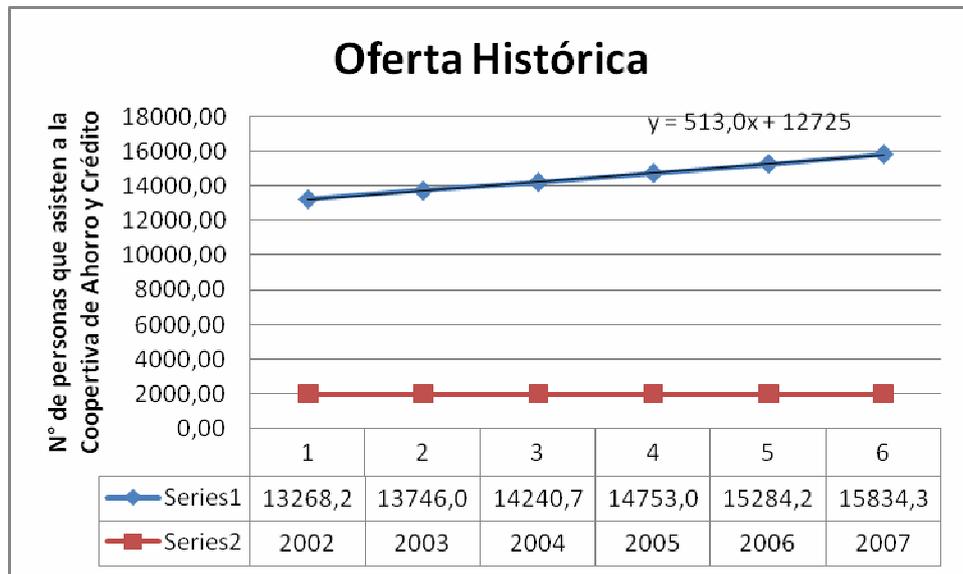
Años	Población	población que asiste a la Cooperativa de Ahorro y Crédito 48,60%
2002	27301	13268,29
2003	28284	13746,02
2004	29302	14240,77
2005	30356	14753,02
2006	31449	15284,21
2007	32581	15834,37

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

Análisis:

Tomando el dato de la población de los años del 2002 hasta el 2007
Con el porcentaje del 48,60% que corresponde al población que, que asistirá a la cooperativas de ahorro y crédito Semilla de Oro en la parroquia de Sangolquí.

GRÁFICO N° 25



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

1.6.4. Comportamiento Actual de la Oferta

Es indispensable conocer la competencia para de esta manera establecer la cantidad de ofertantes en el mercado, y su incidencia en los últimos años para determinar el comportamiento a futuro y conocer la demanda insatisfecha de residentes en relación al servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

$$Y=513,0x+12725$$

A continuación se presenta los cálculos para el año en curso

**TABLA N° 35
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO “COMPETIDORES”**

Cooperativas de Ahorro y Crédito	Servicio	interés tasa activa	interés tasa pasiva	Crédito Consumo	Crédito Vivienda	Microcrédito
		% anual	% anual	Tasas	Tasas	Tasas
Luz del Valle	aperturas de cuentas, Crédito, depósitos a plazo fijo	9,24	5,31	20,42	10,86	23,08
San Pedro de Taboada	aperturas de cuentas, Crédito, depósitos a plazo fijo	9,24	5,31	20,12	10,86	22,58
Alianza del valle	aperturas de cuentas, Crédito, consumo, depósitos a plazo fijo	9,24	5,31	20,52	10,86	23
Chibuleo	aperturas de cuentas, Crédito, depósitos a plazo fijo	9,24	5,31	19,42	10,86	22,58
Juan de Salinas	aperturas de cuentas, Crédito, depósitos a plazo fijo	9,24	5,31	22	10,86	23,58
Cotogchoa	aperturas de cuentas, Crédito, depósitos a plazo fijo	9,24	5,31	20,33	10,86	22,58

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

TABLA N° 31

AÑO	OFERTA ACTUAL
2008	16.316 Personas

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

Análisis: Al realizar el análisis de las personas que ingresan a las cooperativas y la proyección para el 2008 se pudo concluir que para el año 2008 se atiende a 16.316 personas.

1.6.5. Proyección de la Oferta

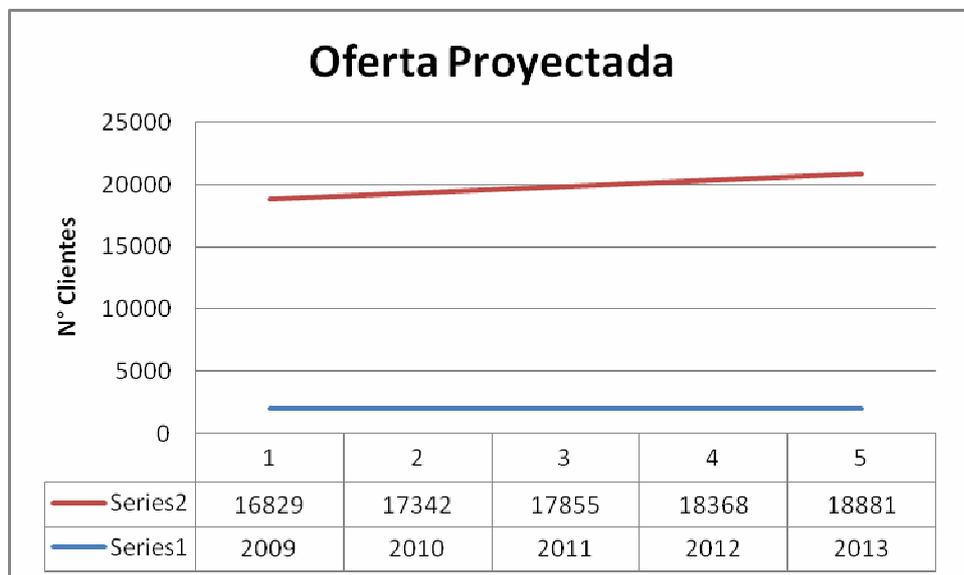
Para la proyección se utilizó la ecuación de la regresión lineal, simplemente reemplazando en dicha ecuación el número del año al que corresponde el respectivo dato.

TABLA N° 32

Años	Oferta Proyectada personas
2009	16829
2010	17342
2011	17855
2012	18368
2013	18881

FUENTE: Investigación de Campo
 ELABORADO POR: Edison Herrera

GRÁFICO N°26



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
 ELABORADO POR: Edison Herrera

1.7. Determinación de la Demanda Insatisfecha

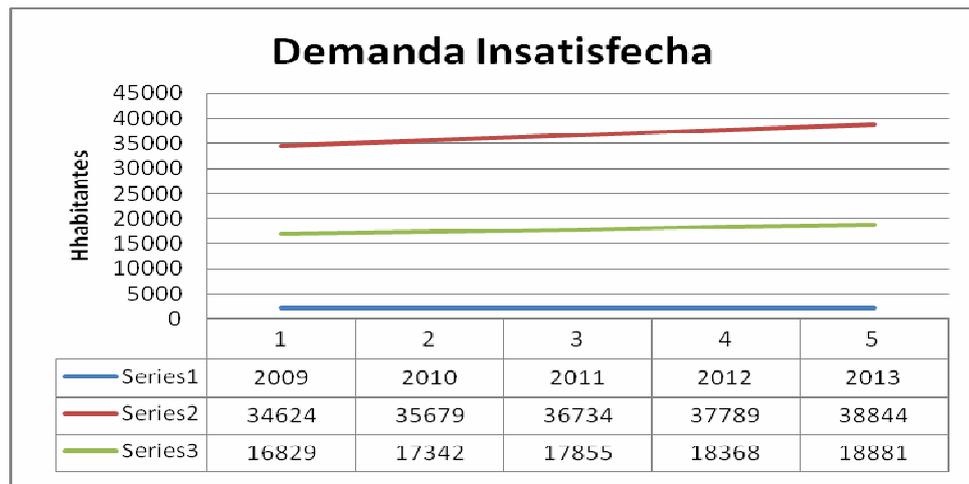
Para determinar la demanda insatisfecha se restan a los datos de la demanda proyectada los valores de la oferta proyectada de acuerdo al siguiente Tabla.

TABLA N° 33

DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda Proyectada personas	Oferta Proyectada Personas	Demanda Insatisfecha Potenciales clientes
2009	34624	16829	17795
2010	35679	17342	18337
2011	36734	17855	18879
2012	37789	18368	19421
2013	38844	18881	19963

FUENTE: Tabla demanda proyectada, Tabla oferta proyectada.
ELABORADO POR: Edison Herrera

GRÁFICO N°27



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

Análisis:

Como se observa en el **Tabla** y el **Gráfico**, la demanda insatisfecha a captarse de este proyecto es creciente, por lo tanto permite determinar la viabilidad del mismo, ya que existen grandes oportunidades para lanzar la Cooperativa de Ahorro y crédito al mercado.

1.8. Análisis de Precios

Para el análisis de porcentaje que se debe manejar en las Cooperativas de Ahorro y Crédito el Banco Central del Ecuador emite una Tabla con el porcentaje establecido 16,80% para consumo como máximo, el 22,40% para micro créditos como máximo¹¹.

“Los porcentajes de aceptación constituyen para las empresas uno de los factores más críticos para lograr un adecuado retorno del capital invertido. El buen éxito de las operaciones de una Cooperativa depende en gran parte del conocimiento y empleo correcto de las técnicas de fijación de precios.”¹²

Tabla N° 34
Clientes que visitan las Cooperativas de Ahorro y Crédito en la Parroquia de Sangolquí

Cooperativas de Ahorro y Crédito	# socios atendidos diariamente	Depósitos Retiros	apertura de cuentas	Créditos Mensual	plazo fijo mensual	Consumo	Consumo Minorista	Vivienda	Microcrédito Acumulación Ampliada
Luz del Valle	320	232	30	30	28	15,71	18,42	10,86	22,58
San Pedro de Taboada	200	145	20	25	10	15,71	18,42	10,86	22,58
Alianza del valle	400	315	20	40	25	15,71	18,42	10,86	22,58
Chibuleo	350	280	15	35	20	15,71	18,42	10,86	22,58
Juan de Salinas	230	185	10	20	15	15,71	18,42	10,86	22,58
Cotogchoa	220	155	25	30	10	15,71	18,42	10,86	22,58

Fuente: banco central del Ecuador
Elaborado por: Edison herrera

Para definir el porcentaje de servicio se deben analizar algunas variables que influyen en el comportamiento del mercado, entre ellas

¹¹ www.bancocentral.com

¹² STANTON, William. Fundamentos de Mercadotecnia.

se tiene: la demanda asociada a distintos niveles de porcentajes, de la competencia y los costos.

1.8.1. Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios

El precio del servicio influye en los sueldos, ingresos, intereses y utilidades.

Es decir, el precio de un producto o servicio incide en las cantidades pagadas por los factores de producción, mano de obra, terrenos, capital y empresarios, es decir, el precio es un regulador básico del sistema económico porque repercute en la asignación de los factores de la producción. Como un asignado de recursos el precio determina lo que se producirá (oferta) y quien obtendrá los bienes y servicios producidos (demanda).

1.8.2. Precios de la Competencia.

En el mercado las tasas de interés están reguladas por la Superintendencia de Bancos, cada Cooperativa deberá manejar esta tasa como bien convenga pero no podrá excederse del 16,80% para consumo, el 22,40% para micro créditos, vivienda 10.86% ya dependerá de la Cooperativa en reducir el interés mediante las políticas que se maneje.

Analizando la tabla N° 35 de los competidores puedo concluir, que cada una de las cooperativas modifica los porcentajes a trabajar, emitidos por la superintendencia de bancos, por políticas de cada cooperativa, la competencia tienen una variación del 1% en consumo y microcrédito.

1.9. Mercadeo y Comercialización

La comercialización se refiere al conjunto de acciones que se deben realizar para hacer llegar un producto o servicio a los consumidores; por lo tanto se deberán establecer los mecanismos e instrumentos que hagan posible la realización de este objetivo.

“La elaboración de un servicio de calidad no es suficiente para llegar a los consumidores, sino que se necesita el diseño y puesta en práctica de una estrategia de comunicación con los clientes, de tal manera que permita hacer conocer las bondades del servicio o producto, lugares donde puede adquirirse y la atención responsable por parte de la organización”.¹³

1.9.1. Estrategias de Servicio

Una empresa que ofrece una garantía del servicio produce un doble efecto: por una parte, fidelidad a sus clientes y, por otra, lanzar un mensaje interno de eficacia enfocando a toda la organización hacia un objetivo claro y definido. A partir de aquí, el resto todo son ventajas.

Todas las estrategias de servicio del presente proyecto se basarán principalmente en la calidad total, siempre tratando al cliente como el ente más importante del negocio.

Atender al público, de domingo a domingo, en el horario de 8:00 am hasta las 16:00 pm, con la mejor cordialidad, haciendo sentir importante a cada uno de los clientes.

¹³ MENESES, Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Edición 2001, Pag. 32

Contar con personal capacitado y responsable, ya que se dictaran cursos permanentes para el buen funcionamiento de la Cooperativa de Ahorro y crédito Semilla de Oro.

Se realizaran encuestas periódicas para ver si los clientes se sienten a gusto y ver cuáles son sus sugerencias y requerimientos.

1.9.2. Estrategias de Publicidad

Al ser un proyecto nuevo la promoción será uno de los aspectos importantes, donde se determinará la campaña de publicidad mediante anuncios de prensa, carteles.

La publicidad constituirá un aspecto de interés en el desarrollo de la vida del proyecto, por lo que se destinara un porcentaje de las utilidades del proyecto para este fin.

Prensa.-

Realizar a través de prensa escrita, por medio de éste se podrá llegar de cierta forma al mercado meta de la empresa.

Vallas.-

Las vallas hoy en día juegan un papel importante dentro de la publicidad, pues mediante ella el consumidor mientras transita por su lugar de visita podrá observar la valla, ya sea por su tamaño, su movimientos o características innovadoras, es decir de una u otra forma llaman la atención del cliente por lo que es importante estar presente mediante este sistema de publicidad.

Diseñar una valla publicitaria donde se promocióne todos los servicios y ubicada en la entrada de la Parroquia de Sangolquí, con el fin de atraer la atención de los consumidores y brindarles información acerca de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Promociones.-

Finalmente la promoción de ventas es un elemento de la combinación de promoción en una organización de servicios. Los programas promocionales más efectivos son aquellos que se ajustan a toda la estrategia promocional y se consideran a su vez como un elemento en la estrategia general de marketing.

Dentro de la cooperativa de ahorro y crédito semilla de oro, las personas encuestadas les motiva las facilidades de crédito que otorguen.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende el análisis de los factores que determinan tanto la producción óptima de un bien o servicio como la utilización eficaz y eficiente de los recursos disponibles.

2.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto está determinado por su capacidad física o real de producción de servicios. Existen factores que contribuyen con la capacidad productiva, como diseño del producto o servicio, las habilidades del personal, la distribución de planta, el flujo del proceso.

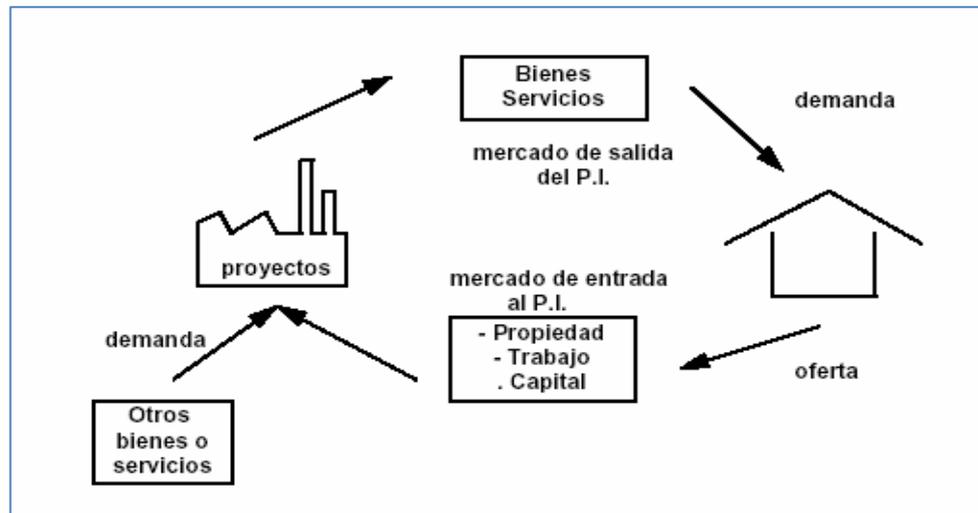
2.1.1. Factores Determinantes del Proyecto

La determinación del tamaño del proyecto depende de algunos factores, los principales son: los recursos financieros disponibles, la magnitud de la demanda real y potencial, las incidencias tecnológicas y su localización, la disponibilidad de insumos, entre otros.

2.1.1.1. Condicionantes del Mercado

Es el lugar donde confluyen tanto el comprador como el vendedor. Es aquella área donde se desenvuelven los compradores y vendedores de mercancías y servicios, en función de los precios y otros factores.

GRÁFICO 2 .1
CONDICIONANTES DEL MERCADO



FUENTE: www.gestiopolis.com
ELABORADO POR: Edison Herrera

Analizando, se considera que este aspecto es de vital importancia dentro del presente proyecto en estudio que se está realizando, ya que se debe tomar en cuenta que la demanda insatisfecha debe ser superior a la capacidad de producción que tendrá la empresa.

La cooperativa considera captar un 24% de la demanda insatisfecha en su fecha de inicio, para ir incrementando hasta un 48,6% de la misma ya que cubre la capacidad del servicio que se ofrece.

2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

La disponibilidad de recursos económicos tiene influencia en el tamaño del proyecto ya que estos podrían no estar disponibles a pesar de contar con el resto de requerimientos necesarios para la implementación del proyecto.

La cooperativa de Ahorro y Crédito, esta conformada con 11 socios fundadores, los cuales tendrán que disponer de \$ 31.893,21 Recursos financieros para la puesta en marcha de la misma.

2.1.1.3. Requerimiento de Mano de Obra

En Ecuador existe mucha gente capacitada que puede realizar el trabajo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito eficientemente. El personal capacitado que se requiere para brindar este servicio se puede encontrar fácilmente en el mercado laboral, además en la ciudad de Quito existen varios establecimientos que capacitan a las personas para trabajar en este tipo de Cooperativas.

Por lo tanto, se presentará un balance de personal que sintetice la información concerniente a la mano de obra requerida y al cálculo del monto por su remuneración. Se ha detallado el personal necesario y basándose según la ley el sueldo que percibe más los beneficios de ley se obtuvo el sueldo mensual por trabajador.

TABLA N° 36
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Puesto	Número	Sueldo	Sueldo	Décimo	Décimo	IESS	Total
		Mensual	Anual	Tercero	Cuarto		
Gerente	1	350	4.200,00	700,00	218,00	393,12	5.511,12
Contador	1	313,62	3.763,44	250,00	218,00	352,26	4.935,96
Jefe de Crédito	1	252,67	3.032,04	240,00	218,00	283,80	3.773,84
Servicio al Cliente	1	233,23	2.798,76	220,00	218,00	261,96	3.498,72
Cajera	2	463,26	5.559,12	220,00	218,00	520,33	6.517,45
Guardia	2	460	5.520,00	220,00	218,00	516,67	6.474,67
Total	9	2.072,78	24.873,36	1.850,00	1.308,00	2.328,15	30.711,76

FUENTE: www.ministeriodetrabajo.com
 ELABORADO POR: Edison Herrera

La contratación del personal se realizará bajo un estricto proceso de selección y tendrá que cumplir requisitos para ocupar el puesto.

- Título de bachiller y/o universitario dependiendo del cargo
- Experiencia laboral para todo el personal.
- Tener experiencia al cargo que aplica.

2.1.1.4. Requerimientos de Insumos y Materia Prima

Se analizará todas las materias primas que ayudarán a la producción de los diferentes productos a ofrecer a los clientes.

“Como se sabe las materias primas son elementos básicos que se requieren para obtener productos terminados”¹⁴, en el Caso de la Cooperativa de Ahorro y Crédito la materia prima no es problema ya que se la puede encontrar con facilidad en una gran cantidad de establecimientos.

Las materias primas no sólo determinan la calidad del producto a obtener, sino que influye además en la selección de la tecnología a utilizar en el proceso de producción, las materias primas que la empresa requiere se encuentran con facilidad y no requieren de tecnología sofisticada para procesarla.

Como se observa en el **Tabla 37** se describe los Muebles y enseres necesarios para la adecuación de la Cooperativa de Ahorro.

¹⁴ LARA, Administración de la Producción.

Tabla N° 37
MUEBLES Y ENSERES

ARTÍCULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL(\$)
Mesas	5	380	1900
Escritorios	6	550	3300
Archivadores	6	220	1320
Modulares	6	250	1500
Sillas	24	48	1152
TOTAL			9172

ELABORADO POR: Edison Herrera

Tabla N° 38
EQUIPOS DE OFICINA

EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Computadora Laptop	1	1500	1500
Televisor	1	1500	1500
Impresoras	3	115	345
Computador	6	800	4800
Fax	2	110	220
TOTAL			8365

ELABORADO POR: Edison Herrera

Tabla N° 39
SUMINISTROS DE OFICINA

Suministros de oficina				
EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)	VALOR ANUAL
Carpetas	100	0,35	35	420
Bolígrafos	24	0,24	5,76	69,12
Cuadernos	12	0,90	10,8	129,6
Grapadoras	5	1,25	6,25	75
Perforadora	5	2,5	5	60
Fechador	4	0,5	12,5	150
Hojas resmas	10	3,5	35	420
Porta libretas	100	0,75	75	900
TOTAL			185,31	2223,72

En el **Tabla 39** se describe los suministros necesarios para poder adecuar la Cooperativa de Ahorro y Crédito, la cantidad, precio unitario, y precio total.

TABLA N° 40
MUEBLES Y ENSERES, EQUIPOS Y SUMINISTROS DE OFICINA

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO PROMEDIO/ UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	5	550	2750
Archivadores	6	220	1320
Mesas	6	380	2280
Sillas	24	48	1152
Modulares	6	250	1500
EQUIPOS DE OFICINA			
Computadoras	6	800	4800
Impresoras	3	115	345
Teléfonos	6	45	270
Fax	2	110	220
Laptop	1	1500	1500
Calculadoras	3	110	330
Televisor	1	1500	1500
Internet	1	35	35
SUMINISTROS DE OFICINA			
Carpetas	100	0,35	35
Bolígrafos	24	0,24	5,76
Cuadernos	12	0,90	10,8
Grapadoras	5	1,25	6,25
Perforadora	5	2,50	5
Fechador	4	0,50	12,50
Hojas resmas	4	3,50	14
Porta libretas	100	0,75	75
TOTAL			18155,51

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

En el **Tabla 41** se describe los proveedores potenciales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, se ha buscado que los mismos cumplan estándares elevados de calidad y sobre todo nos ofrezcan precios competitivos con el fin de que nos ayuden a mantener la calidad del servicio.

TABLA N° 41

LISTA DE PROVEEDORES

Empresas	Líneas de Producto
MUEBLES EL CIPRÉS	Mesas, escritorios, archivadores
EQUIPAR	Muebles de Oficina
INTCOMEX	Equipos de Computación
OFIPRACTICO	Equipos de Computación
INTEGRA	Suministros de Computación
COMPUTRON	Equipos de Oficina.
JUAN MARCET	Suministros de Oficina.
INMACOR	Muebles de Oficina
AMERICA OFFICE	Suministros y papelería

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

TABLA N° 42
ANÁLISIS DE PROVEEDORES TIEMPO, CALIDAD, PRECIOS

Empresas	Líneas de Producto	CALIDAD	TIEMPO DE ENTREGA	PRECIO \$
MUEBLES EL CIPRÉS	Mesas, escritorios, archivadores	BUENA	15 DIAS	BAJO
EQUIPAR	Muebles de Oficina	EXCELENTE	8 DIAS	ALTO
INTCOMEX	Equipos de Computación	BUENA	5 DIAS	BAJO
OFIPRACTICO	Equipos de Computación	EXCELENTE	8 DIAS	ALTO
INTEGRA	Suministros de Computación	EXCELENTE	15 DIAS	ALTO
COMPUTRON	Equipos de Oficina.	BUENA	8 DIAS	BAJO
JUAN MARCET	Suministros de Oficina.	BUENA	8 DIAS	BAJO
INMACOR	Muebles de Oficina	EXCELENTE	5 DIAS	ALTO
AMERICA OFFICE	Suministros y papelería	EXCELENTE	5 DIAS	ALTO

2.1.1.5. Disponibilidad de Tecnología

La tecnología es el conjunto sistematizado de conocimientos aplicables a una actividad.

Para la implementación del proyecto se utilizará la tecnología desarrollada por lo que, se adquirirá un software contables por el valor de \$5000, que permita una eficiente coordinación, para la administración de la Cooperativa. Toda esta tecnología se encuentra disponible en el mercado por lo que no constituye un factor determinante del tamaño del proyecto.

2.1.2 Capacidad de Atención

En este proceso se pueden determinar tres capacidades de producción:

Capacidad Normal Viable

Nos referimos a la capacidad que se logra en condiciones normales de trabajo, tomando en cuenta, además del equipo instalado y condiciones técnicas de la planta, otros aspectos tales como mantenimiento, cambio de herramienta, y demoras.

Capacidad Nominal

Esta es la capacidad teórica y a menudo corresponde a la capacidad instalada según las garantías proporcionadas por el abastecedor de la maquinaria.

Capacidad Real

Constituyen las producciones obtenidas sobre la base de un programa de producción pueden ser mayores o menores que los programas en un periodo y se utiliza para determinar la eficiencia del proceso o de la operación.

“La capacidad o tamaño de la unidad productiva es la tasa de producción que puede obtenerse, medida en unidades de salida por unidades de tiempo¹⁵.”

¹⁵ MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos.

“La Capacidad diseñada en una instalación es la capacidad máxima que se puede lograr bajo condiciones ideales”¹⁶.

La capacidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito es de 250 personas; según los datos obtenidos en la observación las personas ingresan 9 personas cada hora, considerando que la Cooperativa de Ahorro y Crédito semilla de Oro, atenderá 8 horas diarias y 7 días a la semana.

La capacidad efectiva de la Cooperativa de ahorro y Crédito se obtiene tomando en cuenta los siguientes aspectos.

DIAS DE ATENCIÓN						
LUNES	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	domingo

Tomando en consideración que de lunes a sábados, se podrá atender todos los requerimientos de los clientes. Mientras que el domingo solo se atenderá depósito y retiros.

HORARIO DE ATENCIÓN
8 am Hasta 4 pm

Ingreso:

Ingresarán un promedio de 9 personas cada hora.

$$\text{Personas por semana} = 8 \frac{h}{d} * 7 \frac{d}{s} * 9 \frac{p}{h}$$

$$\text{Personas por semana} = 504$$

¹⁶ LARA, CD. Administración de la Producción.

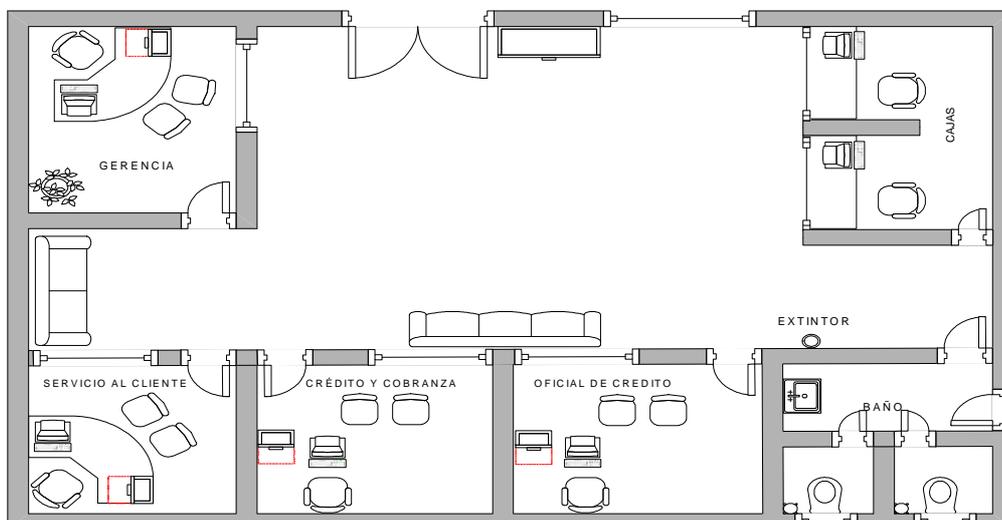
El **Tabla 43** describe la capacidad o la afluencia ya que por cada hora ingresarían 9 personas ,por lo que si se atendería 8 horas y 7 días a la semana existiría una afluencia por semana de 504 personas, ingresando al mes un total de 2016 personas y por ende al año se tendría un total de 24192 personas.

TABLA N° 43
CAPACIDAD DEL SERVICIO

CONCEPTO	CANTIDAD
Se estima que cada hora entrarían	9
Las horas que se atenderán	8
Los días que se atenderán	7
Personas por semanas	504
Personas por mes	2016
Personas por año	24.192

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL



Análisis de la distribución del local.

La cooperativa de ahorro y Crédito semilla de oro, esta distribuida por 5 oficinas: gerencia, crédito y cobranza, servicio al cliente, oficial de crédito y cajas.

2.1.2.1 Tamaño Óptimo

Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales.

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, en valorar peso, valor o número de unidades de producción, elaboradas por año, ciclo de operación, mes, día, hora.

De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio del mismo, se determina la cantidad de servicios a producir y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura.

Para el proyecto la capacidad de servicio está dada por el número de cajas.

De acuerdo a la **Tabla 43** Se pretende atender a 24192 personas para el primer año ya que la capacidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito se ha analizado la afluencia ya que por cada hora ingresarían 9 personas, por lo que si se atendería 8 horas y 7 días a la semana existiría una afluencia

por semana de 504 personas, ingresando al mes un total de 2016 personas.

2.2. Localización del proyecto

La localización de un proyecto puede determinar su éxito o fracaso en el negocio. “Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e, incluso de preferencias emocionales. Con todos ellos sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.”

17

El presente estudio para determinar la ubicación del proyecto se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización.

2.2.1. Macrolocalización

La Macrolocalización se refiere a la ubicación del proyecto a nivel macro, la provincia, cantón y zona en donde estará ubicado. Se ha considerado la macrolocalización del proyecto en la provincia de Pichincha, área urbana de la ciudad de Quito, zona Valle de los Chillos.

2.2.1.1. Justificación

Es importante hacer notar que se escogió a la ciudad de Quito debido a que constituye la ciudad de mayor crecimiento económico del país, además se seleccionó la zona Valle de los Chillos porque es un área formada en gran parte de población económicamente activa y con un mayor nivel socioeconómico.

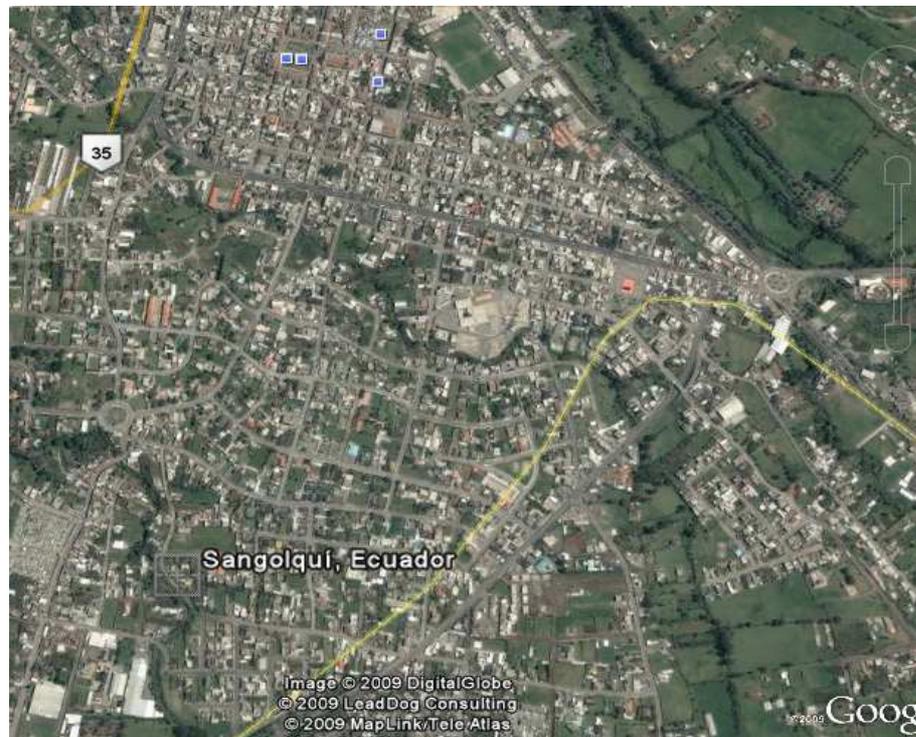
¹⁷ SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos , Mc.Graw Hill 4 Edición, pag 189

Adicional, de acuerdo al estudio de mercado existe un porcentaje muy grande de demanda insatisfecha.

2.2.1.2. Mapa de la Macrolocalización

Como mapa de la macrolocalización hemos tomado toda la parroquia de Sangolquí como se lo ve en el **Gráfico 28**

GRÁFICO N° 28 PARROQUIA DE SANGOLQUI



FUENTE: Municipio de Quito
ELABORADO POR: Edison Herrera

2.2.2. Microlocalización

La microlocalización busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, tomando en cuenta una serie de factores importantes para el normal desenvolvimiento del proyecto.

2.2.2.1 Criterio de Selección de Alternativas

Los factores que influyen en la localización del proyecto son los siguientes:

Ambiente de Seguridad

Al elegir una alternativa de localización es importante tomar en cuenta el factor seguridad, ya que los clientes de la Cooperativa acudirán con mayor confianza a un local que se encuentre ubicado en una zona que no represente riesgos daño, robo o agresión y que en caso de requerir ayuda de la fuerza pública esta se encuentre cerca y sea oportuna.

Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento de Materias Primas.

Las fuentes de abastecimiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito lo constituyen principalmente los proveedores. Estos productos se los puede obtener directamente de varios distribuidores al por mayor que existen en el Valle de los Chillos.

Cercanía al Mercado

La localización planificada se presume que es favorable, debido a que se encuentra dentro del área en donde se ubica el mercado meta siendo la parroquia de Sangolquí, cantón Rumiñahui.

Disponibilidad de Parqueadero.

Este es un factor muy importante en la selección de la localización del proyecto, ya que de acuerdo a los gustos y preferencias de la encuesta realizada en el estudio de mercado, el parqueadero es el servicio más importante que desearían tener los clientes. Además las calles de la parroquia no poseen un amplio espacio para facilitar el tráfico ni tampoco el parqueo de vehículos, por lo que el seleccionar un local con parqueadero constituye un factor de decisión.

Vías de Acceso y Transporte.

Es muy importante que el local que se seleccione tenga vías de acceso que se encuentren en buenas condiciones, facilitando la movilización de los clientes tomando en cuenta el transporte existente.

Disponibilidad de Servicios Básicos.

La parroquia de Sangolquí es una zona urbanizada y que en la actualidad cuenta con todos los servicios básicos ya que estos son necesarios para la implementación y funcionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito:

- Alcantarillado
- Luz eléctrica
- Agua Potable

- Teléfono
- Transporte

Todos estos son necesarios para satisfacer las necesidades de los consumidores y alcanzar los objetivos deseados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Visibilidad del Negocio.

Es muy importante resaltar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito funcionara en un lugar de gran afluencia y de fácil acceso como por ejemplo:

- Cercanía del mercado
- Ambiente de seguridad
- Vías de acceso y transporte
- Disponibilidad de servicios básicos

2.2.2.1. Matriz de Localización

Para la elección de la mejor alternativa se utilizará el método cualitativo por puntos.

Los lugares a evaluar de la parroquia de Sangolquí se detallan en la

TABLA N° 44
UBICACIÓN

SECTOR	UBICACIÓN
NORTE	Barrio San Sebastián
CENTRO	Avenida Luis Cordero
SUR	La ESPE

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

Para determinar el sitio definitivo donde se llevará a cabo el proyecto se evaluarán siete factores como: Ambiente de Seguridad, Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento de Materia Prima, Cercanía al Mercado, Disponibilidad de Parqueadero, Vías de Acceso y Transporte, Disponibilidad de Servicios Básicos, Visibilidad del Negocio, cuya información se manejará a través de una matriz de localización.

El **Tabla 38** se indica la calificación y ponderación en base a los criterios de selección que se asignaron a las opciones de ubicación del proyecto.

TABLA N° 45
MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

CRITERIOS DE SELECCIÓN	P.A	PARROQUIA DE SANGOLQUI					
		NORTE		CENTRO		SUR	
		C	C.P	C	C.P	C	C.P
Ambiente de Seguridad	0,25	3	0,75	5	1,25	2	0,5
Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Cercanía al Mercado	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Disponibilidad de Parqueadero	0,05	3	0,15	4	0,2	2	0,1
Vías de Acceso y Transporte	0,1	4	0,4	5	0,5	3	0,3

Disponibilidad de Servicios Básicos	0,15	4	0,6	5	0,75	4	0,6
Visibilidad del Negocio	0,2	3	0,6	5	1	3	0,6
TOTAL	1		3,4		4,7		3

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

TABLA N° 46
NOMENCLATURA

Peso asignado	P.A
Calificación Ponderada	C.P
Calificación	C.
Rango de Calificación:	1 _ 5

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

Según la puntuación obtenida en el **Tabla 46** la mejor alternativa es en el Centro, es decir, ubicar a cooperativa en el centro de la parroquia de Sangolquí en la Av. Luis Cordero ya que este es el mejor sitio para instalar la Cooperativa, porque ofrece mejores ventajas en cuanto a la Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento de Materias Primas, Dispone de un Sistema de Transporte y Comunicación Adecuado.

Considerando la infraestructura se puede decir que es un sitio privilegiado, ya que posee un buen sistema de alcantarillado, se dispone de los servicios básicos, el camión recolector de basura llega al sector pasando un día, es decir, que se puede eliminar los desechos fácilmente. En cuanto a la seguridad en el sector existen algunos retenes policiales, a pesar de que la población es tranquila.

Las mejoras viales realizadas en el sector disminuyen el tráfico y la ornamentación de la parroquia. Además, en el estudio de mercado se

determinó que en el lugar seleccionado no existe competencia, por lo que la empresa sería la única con las características que se mencionaron anteriormente.

2.2.2.2. Plano de Microlocalización

En el plano de la microlocalización que se encuentra en el **Gráfico 27** se observa la ubicación exacta de la Parroquia de Sangolquí en la Av. Luis Cordero donde estará ubicada la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

GRÁFICO N° 29 EL SECTOR SUR DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUI



FUENTE: Municipio de Quito
ELABORADO POR: Edison Herrera

GRÁFICO N° 30
EL SECTOR CENTRO DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUI



FUENTE: Municipio de Quito
ELABORADO POR: Edison Herrera

GRÁFICO N° 31
EL SECTOR NORTE DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUI



FUENTE: Municipio de Quito
ELABORADO POR: Edison Herrera

2.3. Ingeniería del Proyecto

En la ingeniería del proyecto se realizará un análisis de las compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos, que permitan la operación de la empresa para brindar un servicio.

Las etapas que se tomarán en cuenta son: Selección del proceso productivo y de la maquinaria y equipos, infraestructura, abastecimiento de materias primas, materiales y mano de obra.

2.3.1. Proceso de Producción

Se analizará cada uno de las materias primas e insumos necesarios para establecer el proceso de producción.

“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos, mediante la participación de una determinada tecnología, es decir, la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación”¹⁸.

**GRÁFICO 31
PROCESO**



¹⁸ MENESES, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos

El proceso que se sigue para brindar el servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito es el siguiente:

Según la **Tabla 47** el proceso de producción de la Cooperativa de Ahorro y Crédito se encuentra integrado, por la obtención de insumos, seguido de la transformación de los mismos, para obtener el Servicio a ofrecer.

TABLA N° 47
PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO INTEGRADO

<i>INSUMOS – INGRESO</i>	<i>PROCESO TRANSFORMADOR</i>	<i>PRODUCTO FINAL</i>
		
<p>A los clientes de Sangolquí requieren de un servicio diferenciado.</p>	<p>Ofertar a los clientes de Rumiñahui la gama de Servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito como: cuentas de ahorro, depósitos a plazo fijo, créditos personales, créditos hipotecarios,</p>	<p>Cubrir todas las necesidades y expectativas de los consumidores de la parroquia de Sangolquí, como Prestamos, Hipotecas,</p>

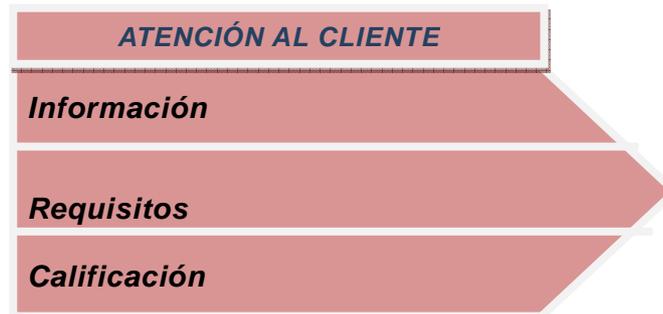
FUENTE: I Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

Según el Gráfico 31. Que es la cadena de valor, la misma que esta conformada por procesos básicos como: Atención al cliente, Operación, Marketing.

GRÁFICO N° 32
CADENA DE VALOR DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO



DESPLIEGUE DE LA CADENA DE VALOR





2.3.2. Diagrama de Flujo y Procesos

El diagrama de proceso es una forma gráfica de presentar las actividades involucradas en la elaboración de un bien y/o servicio terminado.

En la práctica, cuando se tiene un proceso productivo y se busca obtener mayor productividad, se estudian las diversas operaciones para encontrar potenciales o reales “cuellos de botella” y dar soluciones utilizando técnicas de ingeniería de métodos.

Se tomará en cuenta la simbología internacional aceptada que consta en la **Tabla 48** con la finalidad de elaborar un manual de procesos para evitar pérdida de tiempo en caso de contratación de personal nuevo.

TABLA N° 48
SIMBOLOGÍA

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	<p>ALMACENAMIENTO.-</p> <p>De materias primas, materiales, productos en proceso o productos terminados</p>
	<p>OPERACIÓN.-</p> <p>Las materias primas experimentan un cambio o transformación por medios físicos, mecánicos o químicos o alguna combinación de ellos.</p>
	<p>INSPECCIÓN O REVISIÓN.-</p> <p>Es una acción de controlar una operación o verificar la calidad del Servicio</p>
	<p>TRANSPORTE.-</p> <p>Es la acción de movilizar las materias primas, los productos en proceso o productos terminados.</p>
	<p>DEMORA.-</p> <p>Cuando existe un "cuello de botella" hay que esperar turno o se está realizando.</p>

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Edison Herrera

El proceso de producción y servicio de atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito, se presenta mediante la utilización de la simbología internacionalmente aceptada, la misma que muestra los pasos lógicos que se llevarán a cabo en la descripción de la producción y servicio que se ofertará al cliente.

Como se observa en el **Tabla 49** se encuentran detalladas todas las actividades necesarias para el proceso de adquisición de Materiales para la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

TABLA N° 49
PROCESO DEL SERVICIO

N°	Descripción	Actividad					Responsable
1	El cliente ingresa a la Cooperativa						Cajera
2	Se dirige a las cajas						Cajera
3	la cajera recibe el pedido						Cajera
4	la cajera realiza el trámite solicitado recibe el pedido						Cliente
5	la cajera entrega el trámite al cliente						Cajera
6	la cajera emite un documento para contabilidad						Cajera
7	el cliente sale de la cooperativa						Cajera

TABLA N° 50

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

N°	Descripción	Actividad				Responsable
1	Leer detenidamente la solicitud presentada por el cliente.					Oficial de crédito
2	Comprobar la existencia de todos los documentos					Oficial de crédito
3	Verificación mediante llamadas y personalmente en los lugares indicados en la solicitud.					Oficial de crédito
4	Emitir un informe de la solicitud y todo lo investigado acerca del cliente.					Oficial de crédito
5	Receptar la carpeta de información del cliente, y estudiarla para ver si cumple con los requisitos.					Jefe de Crédito
6	Emitir el informe final.					Jefe de Crédito
7	Llamar al cliente e indicarle que su crédito ha sido aprobado.					Oficial de crédito

TABLA N° 51
PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIALES, PROCESO FINANCIERO.

Nº	Descripción	Actividad					Responsable
1	Presupuesto para compra				D		Contador
2	Lista de productos requeridos	■					Gerente
3	Elegir el mercado para la compra	■					Gerente
4	Llegada al mercado		→				Gerente
5	Adquirir los productos			●			Gerente
6	Terminar la adquisición			●			Gerente
7	Verificar todas las adquisiciones	■					Gerente
8	Empacar	■					Gerente
9	Pago de factura				D		Gerente

FUENTE: Investigación de Campo
 ELABORADO POR: Edison Herrera

2.3.3. Programa de Producción

El programa de producción empieza con el horario de trabajo que va a tener la Cooperativa de ahorro y Crédito es 8:00 am A 16:00 pm para conocer las horas laborales, después conocer la disponibilidad financiera que se tiene para realizar el servicio.

2.3.4. Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo

Un diseño de distribución de planta consiste en la disposición o configuración de los departamentos, estaciones de trabajo y equipos que conforman el proceso de producción. "Es la distribución especial de los recursos físicos prevista para fabricar el producto."¹⁹

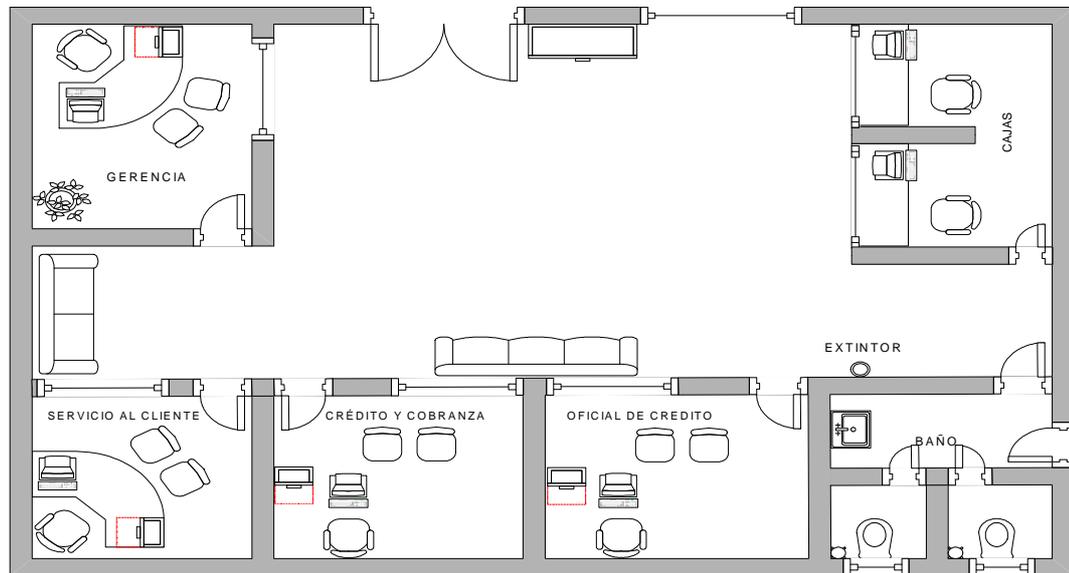
La distribución del local es importante, ya que este debe contar con las prestaciones y comodidades necesarias para que el personal pueda realizar sus actividades eficientemente. La distribución realizada en la empresa está encaminada a:

Encontrar una distribución de las áreas de trabajo y del equipo, de tal manera que sea más económica.

- 🌐 Facilitar el proceso de manufactura.
- 🌐 Facilitar y minimizar el movimiento y manejo de materiales entre operaciones.
- 🌐 Optimizar la mano de obra.
- 🌐 Minimizar la inversión en equipos.
- 🌐 Optimizar el espacio disponible.

¹⁹ CD, Ing. Lara. Administración de la Producción

Gráfico N° 34
DISTRIBUCION DEL LOCAL



2.3.5 Estudio de Bienes y Materiales.

Nos permite determinar cuáles van hacer y en qué cantidad se requiere los materiales e insumos para la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

2.3.5.1 Clasificación de Bienes y Materiales.

Como se observa en el **Tabla 46** se encuentra detallado las unidades, cantidad, costo promedio unitario, costo total y anual.

TABLA N° 52

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO PROMEDIO/ UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	5	550	2750
Archivadores	6	220	1320
Mesas	6	380	2280
Sillas	24	48	1152
Modulares	6	250	1500
EQUIPOS DE OFICINA			
Computadoras	6	800	4800
Impresoras	3	115	345
Teléfonos	6	45	270
Fax	2	110	220
Laptop	1	1500	1500
Calculadoras	3	110	330
Televisor	1	1500	1500
Internet	1	35	35
SUMINISTROS DE OFICINA			
Carpetas	100	0,35	35
Bolígrafos	24	0,24	5,76
Cuadernos	12	0,90	10,8
Grapadoras	5	1,25	6,25
Perforadora	5	2,50	5
Fechador	4	0,50	12,50
Hojas resmas	4	3,50	14
Porta libretas	100	0,75	75
TOTAL			18155,51

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Edison Herrera

En el **Tabla 53** se encuentra detallado los requerimientos de servicios e insumos que LA Cooperativa de Ahorro y Crédito necesita para su funcionamiento.

TABLA N° 53

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BASICOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		VALOR UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	5	m3	1,7	8,50	102
Energía Eléctrica	400	kw/h	0,15	60	720
Teléfono	400	Min	0,1	40	480
TOTAL				108,5	1302

FUENTE: www.google.com

ELABORADO POR: Edison Herrera

2.3.5.2. Condiciones de Abastecimiento

La empresa tiene una gran ventaja con respecto al abastecimiento de las materias primas, ya que esta busca; mayor calidad y mejores precios que requiere para entrar en funcionamiento la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En el **Tabla 47** se puede observar los proveedores que abastecerán las materias primas que la Cooperativa, utilizará quienes son los proveedores potenciales ya que otorgan precios y productos de calidad, para que la Cooperativa de Ahorro y Crédito mantenga su calidad total.

TABLA N° 54
LISTA DE PROVEEDORES

Empresas	Líneas de Producto
MUEBLES EL CIPRÉS	Mesas, escritorios, archivadores
EQUIPAR	Muebles de Oficina
INTCOMEX	Equipos de Computación
OFIPRACTICO	Equipos de Computación
INTEGRA	Suministros de Computación
COMPUTRON	Equipos de Oficina.
JUAN MARCET	Suministros de Oficina.
INMACOR	Muebles de Oficina
AMERICA OFFICE	Suministros y papelería

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

TABLA N° 55
ANALISIS DE PROVEEDORES

Empresas	Líneas de Producto	CALIDAD	TIEMPO DE ENTREGA	PRECIO \$
MUEBLES EL CIPRÉS	Mesas, escritorios, archivadores	BUENA	15 DIAS	BAJO
EQUIPAR	Muebles de Oficina	EXCELENTE	8 DIAS	ALTO
INTCOMEX	Equipos de Computación	BUENA	5 DIAS	BAJO
OFIPRACTICO	Equipos de Computación	EXCELENTE	8 DIAS	ALTO
INTEGRA	Suministros de Computación	EXCELENTE	15 DIAS	ALTO
COMPUTRON	Equipos de Oficina.	BUENA	8 DIAS	BAJO
JUAN MARCET	Suministros de Oficina.	BUENA	8 DIAS	BAJO
INMACOR	Muebles de Oficina	EXCELENTE	5 DIAS	ALTO
AMERICA OFFICE	Suministros y papelería	EXCELENTE	5 DIAS	ALTO

2.3.5.3. Requerimiento de Mano de Obra

A continuación se menciona el requerimiento de Mano de Obra Directa que se encuentra en el **Tabla 56** y Mano de Obra Indirecta que se encuentra en el **Tabla 57** para la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Se requiere del siguiente personal en el área operativa y administrativa ya que la capacidad instalada la Cooperativa de Ahorro y Crédito tiene este requerimiento específico.

AREA OPERATIVA

TABLA N° 56
REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

Puesto	Número	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IESS	Total anual
Gerente	1	350,00	4.200,00	700,00	218,00	393,12	5.511,12
Contador	1	313,62	3.763,44	250,00	218,00	352,26	4.935,96
Jefe de Crédito	1	252,67	3.032,04	240,00	218,00	283,80	3.773,84
Servicio al Cliente	1	233,23	2.798,76	220,00	218,00	261,96	3.498,72
Cajera	2	463,26	5.559,12	220,00	218,00	520,33	6.517,45
Guardia	2	460	5.520,00	220,00	218,00	516,67	6.474,67
Total	9	2.072,78	24.873,36	1.850,00	1.308,00	2.328,15	30.711,76

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

AREA ADMINISTRATIVA

TABLA N° 57
MANO DE OBRA INDIRECTA

N°	Descripción	Cantidad	Salario Mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte al IESS	SUELDO anual	SUELDO ANUAL
1	Gerente	1	350	700	218	393,12	4200	5.511,12
TOTAL							4200	5.511,12

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

2.3.5.4. Requerimiento de Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipo que se necesita para brindar el servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, obedece principalmente a Equipos, muebles y Suministros de oficina.

COMPUTADORA

PRODUCTO	CARACTERISTICAS
	Hp deskpro evo d220
	Intel pentium iv 2.6 ghz
	128mb cd-rom dd 40gb
	Win xp pro monitor 15"
	Precio \$ 800

LAPTOP



CARACTERISTICAS

Tamaño. El tamaño más común de pantalla de Laptop es de 12.1, 14.1, y 15 pulgadas, sin embargo, existen más pequeñas, y mucho más grandes!!. Las pequeñas pueden llegar a 8,4 pulgadas, este tipo de Laptop son muy buenas para viajeros, pero no funcionan mucho para visualizar grandes hojas de Excel por ejemplo. El tamaño es bueno por el lado de la portabilidad pero es perjudicial al momento de ver el contenido en pantalla; se debe buscar un equilibrio.

Precio: \$1500

Impresora



Cada vez mas vemos como las impresoras se van independizando de la PC, este modelo permite trabajar sin la PC conectada y esto gracias a las opciones de software incluidas dentro de la impresora así como la pantalla visor de 2" móvil. A su vez incluye un lector de memorias flash desde donde se cargan las fotos o documentos a imprimir.

La resolución de la Stylus CX8300 es de 5760 x 1440 dpi y la velocidad de impresión de texto es de 32 ppm (paginas por minuto) en negro o color.

La resolución del escáner es de 1200 x 2400 dpi La comunicación con la computadora se realiza por puerto USB 2.0 high speed aunque también es compatible con USB 1.0

PRECIO: 114,99

Archivadores



CARACTERÍSTICAS;

Archivador clásico de madera de haya:

- Cajones metálicos dotados de guías equipadas con rodamientos a bolas.
- Se fabrica formato A0 y A1.

Precio \$ 220

Ref.	Características	MED	IDAS en cm. (AxBxC)
HH-100	Horizontal Haya 10 cajones A0		139 x 98 x 95 cm.
HH-100	Módulo ampliación 5 cajones A0		139 x 98 x 42 cm.
HH-101	Horizontal Haya 10 cajones A1		111 x 82 x 95 cm.
HH-101	Módulo ampliación 5 cajones A1		111 x 82 x 42 cm.
	* Medidas útiles cajones A0 "Plus"		131 x 93,5 x 5 cm.
	* Medidas útiles cajones A1 "Plus"		103 x 72,5 x 5 cm.



Mesa de Juntas Gerencial Mod. 118

Características: Mesa de juntas con regatones para ajuste de altura. Capacidad para 6 personas. No incluye sillas. Cubierta de melamina resistente a rayones y quemaduras, con estructura metálica. Empaque: Frente: 1.55, fondo: 1.04, alto: 0.17 mts, Volumen: 0.27 mts³,
Peso: 34.06 kgs.
Medidas: Frente: 1.50, fondo: 1.00, alto: 0.75 mts.

Precio: \$ 380

Opciones de Color:



Sillas



- Silla de estudio elevable a gas con brazos.
- Respaldo de contacto permanente reclinable.
- Color poli piel negro
- Medidas: 48cm de ancho de asiento x 46 de profundidad de asiento x 70 de alto de respaldo.
- **Precio: \$ 48**

Escritorio Ejecutivo



Características: Escritorio ejecutivo de moderno diseño con regatones para ajuste de altura. Opcionalmente se puede agregar el retorno H165. Cubierta de melanina resistente a rayones y quemaduras, con estructura metálica. Exclusivo color chocolate. Empaque: Caja Uno: Frente: 0.98, fondo: 1.905 alto: 0.10 mts, Caja Dos: Frente: 0.765, fondo: 0.93 alto: 0.16 mts, Volumen: 0.30 mts³, Peso: 76.5 kgs.

▪ **Televisor**

<i>PRODUCTO</i>	<i>CARACTERÍSTICAS</i>
	Televisor Sony
	modelo kv 29 fs13
	Tv 29"
	Sonido estereofónico
	Pantalla plana
	Potencia audio de 10w x 2
	Precio \$ 1500

Los servicios necesarios en la empresa se dividen en:

Servicios Primarios.-

Estos son agua, electricidad, línea telefónica, almacenamiento y movimiento de materias primas y productos;

Servicios Secundarios.-

Constituidos por servicios de mantenimiento, servicios a edificios y calzadas, protección contra incendios, sistemas de drenaje y de eliminación de desechos de la empresa, Ventilación adecuada para el local y seguridad.

En el **Tabla 58** se describe los suministros de oficina necesarios en los que incurre la empresa mensualmente.

TABLA N°58 Suministros de oficina				
EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)	VALOR ANUAL
Carpetas	100	0,35	35	420
Bolígrafos	24	0,24	5,76	69,12
Cuadernos	12	0.90	10,8	129,6
Grapadoras	5	1,25	6,25	75
Perforadora	5	2,5	5	60
Fechador	4	0,5	12,5	150
Hojas resmas	10	3,5	35	420
Porta libretas	100	0,75	75	900
TOTAL			185,31	2223,72

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

En el **Tabla 59** se describen los equipos de computación necesarios para llevar un control específico de los movimientos de la empresa.

TABLA N° 59
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

EQUIPOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Computadora Laptop	1	1500	1500
Televisor	1	1500	1500
Impresoras	3	115	345
Computador	6	800	4800
Fax	2	110	220
TOTAL			8365

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

En el **Tabla 60** se describen los requerimientos de servicios para lograr el buen funcionamiento de la Cooperativa

TABLA N°60
REQUERIMIENTO DE SERVICIOS E INSUMOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	5 m	1,7	8,5	102
Energía Eléctrica	400 Kw/h	0,15	60	720
Teléfono	400 min	0,1	40	480
TOTAL			108,5	1302

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

Muebles y Enseres

Los muebles y enseres que la empresa necesita son los siguientes:

- Mesas
- Escritorios
- Archivadores
- Modulares
- Sillas

En el **Tabla 61** se describen los muebles y enseres que necesitará la empresa para otorgar comodidad a su clientela y proyecte una buena imagen.

TABLA N° 61
MUEBLES Y ENSERES

ARTÍCULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL(\$)
Mesas	5	380	1900
Escritorios	6	550	3300
Archivadores	6	220	1320
Modulares	6	250	1500
Sillas	24	48	1152
TOTAL			9172

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

2.3.6. Calendario de Ejecución del Proyecto.

En el **Tabla 62** esta detallado todas las actividades que se van a realizar desde el día que se empieza a realizar los trámites hasta el día de la inauguración.

TABLA N° 62
CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

No.	Actividad	Seis Meses	Meses											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Elaboración del Proyecto													
2	Contacto con personal de Asociación de Cooperativas													
3	Trámites en la Asociación													
4	Aprobación													
5	Adecuación del local													
6	Compra de Maquinaria y Equipo													
7	Adquisición de muebles y enseres.													
8	Tramites Legales													
9	Selección del Personal													
10	Capacitación													
11	Inicio de las Actividades													

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

CAPÍTULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

El tercer capítulo se desarrolla como un complemento del estudio técnico, en el se determina la base legal de la empresa, su estructura, su misión visión, objetivos, así como su nombre y razón social.

“El estudio de organización es aquel que permite a las empresas definir el manejo y administración de los recursos empleados en el proyecto, especialmente de los recursos humanos”.²⁰

3.1. Base Legal

Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 212 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, la constitución, organización, funcionamiento y liquidación, así como las facultades de competencia y control de la Superintendencia de Bancos y Seguros respecto de las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público en general serán reglamentadas mediante decreto ejecutivo y la personería jurídica de estas instituciones financieras será conferida por la Superintendencia;

Que el artículo 1 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero dispone que es deber de la Superintendencia de Bancos y Seguros proteger los intereses del público;

²⁰ CORTAZAR, Alfonso. Introducción al análisis de proyectos de inversión.

Que el artículo 2 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero establece que las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público son instituciones financieras;

Que mediante Decreto Ejecutivo 2132, publicado en el Registro Oficial No. 467 de 4 de diciembre del 2001 se expidió el Reglamento Sustitutivo al Reglamento expedido mediante Decreto Ejecutivo 1227 del 19 de marzo de 1998, promulgado en el Registro oficial No. 282 del 24 de marzo de 1998 que rige la constitución, organización, funcionamiento y liquidación de las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público en general, sujetas al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros;

Que mediante Decreto Ejecutivo No. 3050, publicado en el Registro Oficial No. 656 de 5 de septiembre del 2002, se introdujeron reformas al reglamento mencionado en el considerando anterior;

Que las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público en general están expuestas a una serie de riesgos, lo que determina la necesidad de identificar, medir, controlar y monitorear los mismos, en función de la naturaleza y complejidad de sus operaciones;

Que las prácticas modernas de supervisión han demostrado que es necesario que las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público, cuenten con una adecuada disciplina financiera en concordancia con los principios de prudencia y solvencia financiera a fin de ser viables y sostenibles, que facilite el desarrollo de la supervisión por riesgos, tomando en consideración el mercado actual en que esas entidades desenvuelven sus

actividades y la dinámica del sistema financiero ecuatoriano, en todo lo cual se tendrá presente los principios del cooperativismo;

Que el reglamento vigente no contempla disposiciones para regular el funcionamiento de las cooperativas de ahorro y crédito de segundo piso;

Que se debe promover una mayor eficiencia y competitividad en las cooperativas de ahorro y crédito controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que redunde en beneficio de los socios de esas entidades;

Que la Superintendencia de Bancos y Seguros, mediante oficio No. SBS-2005-0384 del 24 de mayo del 2005, como organismo de control del sistema financiero ecuatoriano ha solicitado la expedición de un nuevo reglamento de constitución, organización, funcionamiento y liquidación de las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera, sujetas a su control, a fin de dotar a este sector de un instrumento jurídico adecuado que propicie su fortalecimiento y garantice la protección de los intereses del público a través de una supervisión oportuna y adecuada; y,

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 5) del artículo 171 de la Constitución Política de la República,

3.1.1. Nombre o Razón Social

Es importante determinar un buen nombre para el proyecto ya que esto facilitará no solo la publicidad del negocio sino también dará al cliente una idea clara del tipo de servicio ofrecido. El nombre escogido para la Cooperativa de Ahorro y Crédito es **“SEMILLA DE ORO”**

Se tomo el nombre de SEMILLA DE ORO porque se encontrara ubicado en la parroquia de Sangolqui, donde este lugar por tradición es agrícola, y una forma de representarlo es con la palabra semilla, mientras que con la palabra oro, representa la riqueza del cantón Rumiñahui, otorgando así ambiente diferente a lo cotidiano sin descuidar la buena presencia, excelencia, calidad y buen gusto.

3.1.2. Titularidad de Propiedad de la Empresa

La Cooperativa de Ahorro y Crédito es de propiedad de los Once socios fundadores. Esta es una Cooperativa Colectiva, ya que estará formada por once personas que, profesionalmente y en su propio nombre, realizará una actividad de servicio, es decir, organiza los elementos, para servir a la Parroquia de Sangolquí y sus alrededores.

Para la conformación de la Cooperativa se debe acudir a la Asociación de Cooperativas y cumplir con el siguiente procedimiento:

Certificados del proyecto de estatuto aprobado en la asamblea de fundadores, el que contendrá, por lo menos, las siguientes especificaciones:

1. El nombre o razón social, responsabilidad y domicilio de la cooperativa;
2. El objeto social, debidamente concretado a las actividades previstas en el artículo 2 de este reglamento;
3. El importe del capital social inicial en certificados de aportación, con la determinación del valor de los mismos;
4. Los requisitos para ser socios, así como sus derechos y obligaciones;

5. La forma en que se organizarán los organismos de gobierno y administración de la cooperativa;
6. La forma de constituir, pagar e incrementar los certificados de aportación;
7. La forma de constituir reservas y distribuir excedentes;
8. La forma de tomar decisiones en la asamblea general, su convocatoria, funcionamiento e instalación;
9. Las causas de disolución y liquidación voluntaria de la cooperativa;
- 10.El procedimiento para reformar el estatuto social;
- 11.Los requisitos de designación así como las causales de inhabilidad y remoción de los representantes, miembros del consejo de administración, del gerente general y del funcionario que le subroga, quienes deberán ser calificados por la Superintendencia;
- 12.Las infracciones y sanciones aplicables a los socios, así como las causales de expulsión y el procedimiento para su aplicación; y,
- 13.Las demás disposiciones que considere la cooperativa, en cuanto no se opongan a la Ley, al presente reglamento y a las normas que expida la Junta Bancaria.

3.1.3. Tipo de Empresa

La empresa de acuerdo a la actividad que cumple se encuentra clasificada en el sector servicios, de acuerdo al sector que pertenece se encuentra clasificada en el sector privado, y por la forma de organización del capital se encuentra clasificada como microempresa.

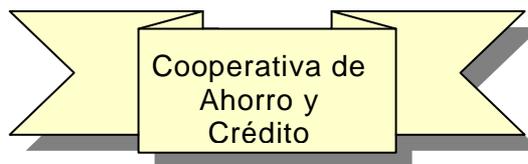
3.2. Filosofía Empresarial

Veremos dentro de este todo lo relacionado a la misión, visión, estrategias empresariales, principios y valores.

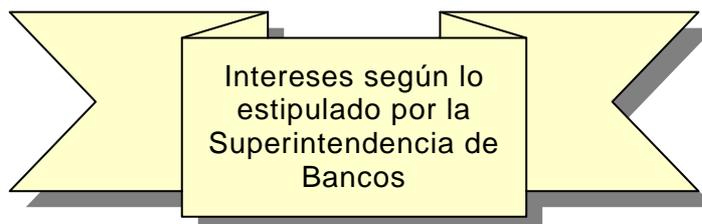
3.2.1. Misión

“Lo que la compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir”²¹

Naturaleza del Negocio



Razón para Existir

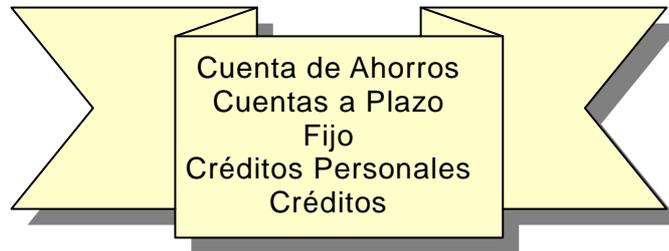


Mercado al que Sirve



²¹ Administración Estratégica, Conceptos y Casos; Thompson Strickland; Onceava Edición; McGrawHill

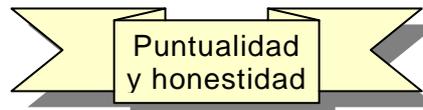
Características Generales de Productos y Servicios.



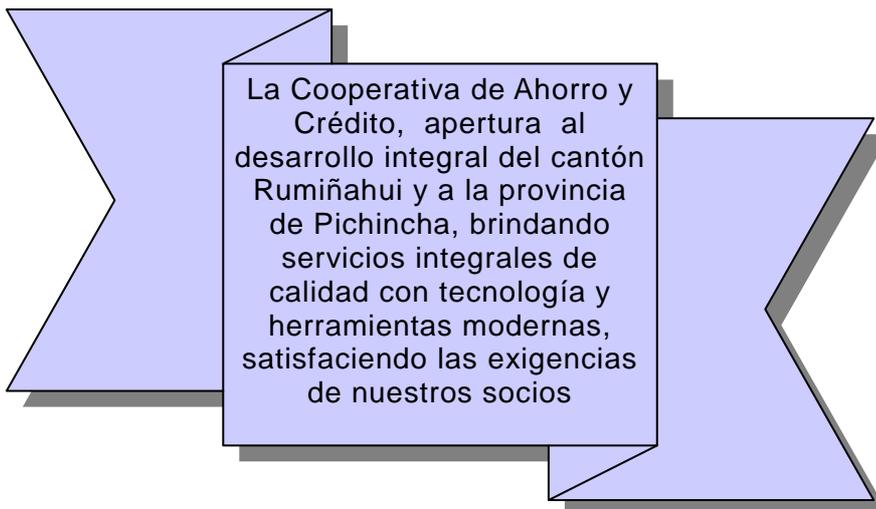
Posición deseada en el Mercado



Principios y Valores



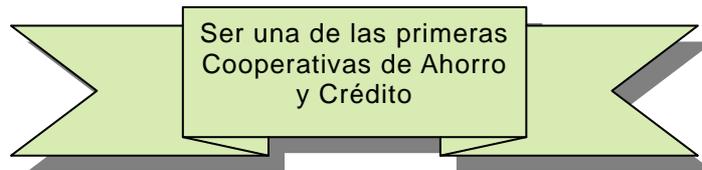
MISIÓN



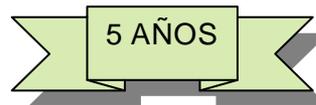
3.2.2. Visión

“Una visión es un mapa de rutas del futuro de una compañía, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades que planea desarrollar”²²

Posición del mercado



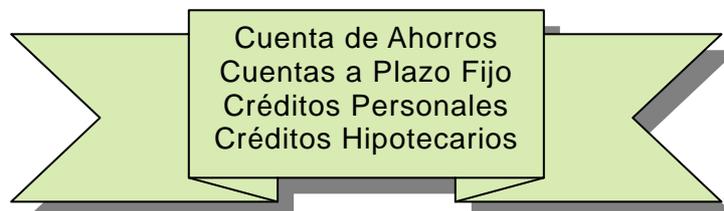
Tiempo



Ámbito del Mercado

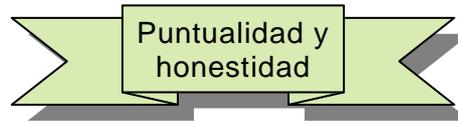


Productos o Servicios.



²² Administración Estratégica, Conceptos y Casos; Thompson Strickland; Onceava Edición; McGrawHill

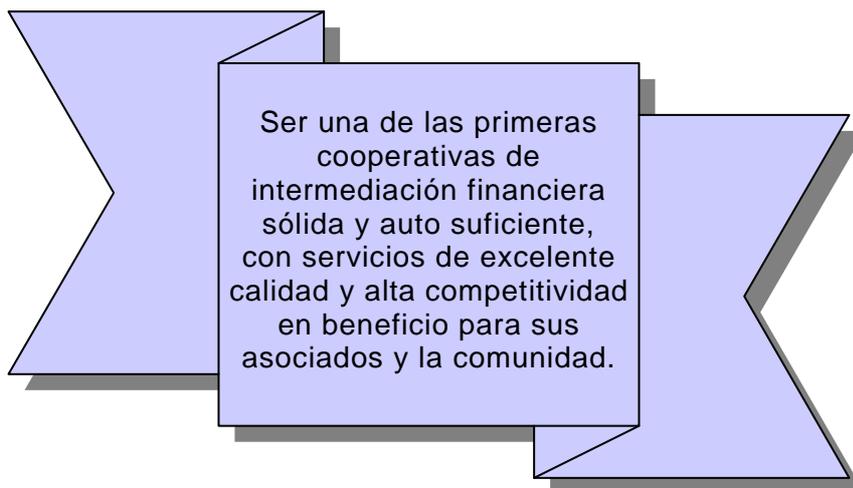
Valores



Principio Organizacional



VISION 2014



3.2.3 Objetivos Estratégicos

Dentro de los objetivos estratégicos veremos, Penetración del Mercado, Posicionamiento del Mercado, y Liderazgo.

Penetración del Mercado

En la penetración del mercado buscamos quitar clientes a la competencia mediante una mejor publicidad, mayor distribución, reducciones de porcentajes.

En el desarrollo del mercado tratamos de captar nuevos clientes sin modificar el servicio, por ejemplo abrir agencias en nuevas zonas, buscando nuevos clientes.

Posicionamiento del Mercado

El posicionamiento se refiere a las estrategias orientadas a crear y mantener en la mente de los clientes un determinado concepto del servicio de la Cooperativa en relación con la competencia.

El posicionar correctamente un servicio en el mercado consiste en hacerlo más deseable, compatible, aceptable y relevante para el segmento meta, diferenciándolo del ofrecido por la competencia; es decir, ofrecer un servicio que sea efectivamente percibido como "único" por los clientes

Liderazgo

Afianzar el liderazgo de la institución dentro del ámbito nacional de cooperativas de ahorro y crédito, con la eficiencia como nuestro referente de trabajo y la satisfacción de socios y clientes como nuestra finalidad de servicio

Fomentar el cambio de mentalidad y de comportamiento de la gente para afrontar desafíos, asumir transformaciones y vencer resistencias al cambio

3.2.4 Estrategia Empresarial

TABLA N° 63

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

CLASIFICACIÓN	SUB – CLASIFICACIÓN	APLICACIÓN
DESARROLLO	<i>Penetración al Mercado</i>	<i>Cubrir las necesidades de la demanda Insatisfecha.</i>
CRECIMIENTO	<i>Posicionamiento del Mercado</i>	<i>Posicionarse en el Mercado con la difusión del servicio.</i>
COMPETITIVA	<i>Liderazgo.</i>	<i>Ser la principal cooperativa en el cantón Rumiñahui.</i>

FUENTE: I Investigación de Campo
ELABORADO POR: Edison Herrera

3.2.4.1 Estrategias

Las estrategias que se adoptaran es la participación en el mercado, capacitación del personal, posicionamiento del mercado y estrategia de marketing.

Posicionamiento del Mercado

Es un hecho que el servicios debe convencer a su mercado objetivo de que, su servicio va a satisfacer su necesidad, mejor que el de la competencia, y para hacerlo éste trata de desarrollar una imagen especial de servicio en la mente del cliente, creando un posicionamiento para ubicar a la Cooperativa de Ahorro y Crédito en la mente de los clientes.

3.2.4.2 Estrategia de Marketing

Las estrategias de marketing implican que los diferentes elementos de la mezcla de marketing se formulen y ejecuten con los objetivos de esas estrategias muy claras en la mente. Las decisiones sobre precios no son ninguna excepción a este principio. Al fijar los objetivos de porcentajes para servicios deben tenerse en cuenta varios factores. Los más importantes son: producto, precio, plaza, promoción.

Producto

El servicio como producto y la comprensión de las dimensiones de las cuales está compuesto es fundamental para el éxito de cualquier organización.

Precio

Las decisiones sobre precio son de una importancia capital en la estrategia de marketing tanto para las de consumo como para servicios

Promoción

La promoción en los servicios puede ser realizada formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos.

Plaza

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura

Capacitación del Personal

Con la finalidad de contribuir al desarrollo de la cooperativa de ahorro y crédito se ha diseñado Talleres de Capacitación sistemáticos de mediano plazo, dirigido a los Funcionarios y Directivos, esto permitirán el impulso, del nivel de desempeño y la gobernabilidad institucional, a través del fortalecimiento de sus conocimientos y experiencias.

Contribuir al crecimiento y desarrollo de la cooperativa de ahorro y crédito, fortaleciendo sus conocimientos y experiencias en temas contables, financieros y de dirección.

3.2.4.3. Principios

De Adhesión Voluntaria y Abierta

Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar, y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo.

De Gestión Democrática por Parte de los Socios.

Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios, los cuales participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones.

“Son leyes fundamentales, universales, implícitas en el hombre y auto evidentes que gobiernan la efectividad, el crecimiento y la felicidad.”²³

²³ CARRILLO Galo, Desarrollo Humano y Ética Profesional, pág. 72.

Los principales principios que regirán en la Cooperativa de Ahorro y Crédito serán:

Disciplina:

Los empleados deberán acatar las reglas y normas, que dispongan la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Responsabilidad social:

El gerente como los empleados, debe actuar con ética moral, además de participar y ayudar en las iniciativas sociales que ayuden al desarrollo de la comunidad donde están prestando el servicio, la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Honradez:

Nuestros actos se fundamentarán en la rectitud y la integridad, dispensando a nuestros semejantes el mismo trato que esperamos para nosotros y comprometiéndonos a practicar los valores éticos-morales que nos proyecten como modelo a la comunidad

3.2.4.4. Valores

Las cooperativas están basadas en los valores de la autoayuda, la auto responsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad. En la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social.

Los valores son los cimientos de la cultura organizacional que proporcionan las directrices del compromiso de los miembros con la Institución.

Los principales valores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito serán:

Respeto: Daremos a nuestros colaboradores, asociados(as) y público en general un trato cortés, justo y equitativo, reconociendo sus aptitudes y contribuciones, mostrando el desacuerdo con ideas y no con personas y absteniéndonos de buscar culpas, sino más bien identificar causas y formular soluciones.

Solidaridad: Reconocemos que el bien individual está supeditado al bien colectivo, por lo que la ayuda mutua será el fundamento de la generación y prestación de servicios. Para ello es importante entender el punto de vista de los demás y comunicarse con ellos teniendo en cuenta sus necesidades y respondiendo con prontitud a sus solicitudes.

Responsabilidad: Nos comprometemos a dar lo mejor de nuestras capacidades y a entender que toda acción humana es capaz de ser mejorada. Consideramos que la calidad y la excelencia sólo se lograrán en la medida en que anticipemos y cumplamos con los requisitos de nuestros asociados(as) y clientes, a través de procesos evolutivos.

Credibilidad: Nuestras acciones deberán ser ejecutadas con sinceridad de manera que generen la confianza de propios y extraños. Para tal efecto, daremos a los asociados(as) y colaboradores información completa y veraz sobre todos los eventos que tengan impacto en nuestro desarrollo como empresa cooperativa.

Equidad: Creemos que cada persona merece ser tratada con respeto y dignidad, sin hacer caso de la raza, religión, sexo, origen,

o puesto dentro de la empresa o fuera de ella. La imparcialidad y trato igualitario será la medida crítica a través de la cual juzgaremos nuestras acciones.

Trabajo en Equipo: Creemos que el trabajo en equipo entre los directivos y colaboradores es fundamental para alcanzar los objetivos y proyecciones de la cooperativa, porque involucra a cada individuo aprovechando su talento personal y comprometiéndolo a realizar las tareas conducentes al bien común.

Cooperación: En nuestro carácter de empresa fundamentada en la solidaridad y ayuda mutua, nuestras acciones se sustentarán en la participación de varias personas, respetando la voluntariedad, el control democrático, el afán de servicio, la capacitación constante, la colaboración con organizaciones similares y la distribución de beneficios en proporción a las operaciones que se hagan con la cooperativa.

Lealtad: Nuestro compromiso con la cooperativa se pondrá en práctica manteniéndonos informados y participando en todas las actividades que esta realice, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de nuestra empresa, capacitándonos e involucrándonos en el movimiento cooperativo y cumpliendo puntualmente los compromisos adquiridos.

3.3. Organización Administrativa

Para definir la organización se debe plantear la administración de los recursos humanos, los recursos financieros y la estructura organizacional

“La empresa es una unidad económica que, mediante la combinación de los factores de la producción, actúa como un elemento dinámico en la fabricación, rotación (compra-venta) o prestación de servicios con el objeto de obtener un beneficio económico o social”.²⁴

La administración de los recursos humanos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito estará definida principalmente por los requerimientos de personal, la identificación de los puestos, y la descripción de funciones de los mismos.

3.3.1. Estructura Orgánica.

La estructura organizacional de una cooperativa está compuesta por los socios, su junta de directores, el comité de supervisión, el comité educativo, el administrador y los empleados. Además, un comité de crédito en el caso estricto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Socios - Es la base de la cooperativa, su estructura básica. Deben estar conscientes de la importancia de su rol. Además, deben patrocinar y participar en las actividades de su cooperativa y estar atentos a todo lo correspondiente a su funcionamiento.

Directores - Representan a los socios y son los responsables de las políticas que se implanten. Su función fundamental es realizar las genuinas disposiciones de la Asamblea.

²⁴ MENESES, Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Edición 2001, Pag. 63

Comités - Estos son elegidos o seleccionados para garantizar la educación y la calidad y supervisión de los servicios.

Administrador - Seleccionado por la Junta de Directores. Está a cargo de la acción gerencial de la institución que incluye implantación de las políticas que defina la Junta de Directores.
Empleados - Personal que rinde sus servicios y permite el funcionamiento de la cooperativa. Son reclutados por el administrador, con el visto bueno de la Junta de Directores.

Estos son los roles básicos de una institución cooperativa. El poder que surge de la Asamblea de Socios es delegado en la Junta de Directores y el Comité de Supervisión. Ellos delegan en el administrador, quien a su vez delega en los empleados. Esta relación también conlleva una comunicación y responsabilidad a la inversa.

La estructura orgánica estará definida por el organigrama estructural y la descripción de funciones de los puestos.

- Gerente
- Administración Financiera
- Servicio al Cliente
- Operación y/o Producción
- Marketing

3.3.2. Organigrama Funcional

En esta sección se describe de una manera detallada cada una de las actividades, y tareas asignadas a los trabajadores de la Cooperativa.

Gerente

Se encargara de la administración general de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Supervisará el desempeño de los trabajadores.

Controlara y dará el ejemplo de disciplina.

Estará a cargo de solucionar cualquier tipo de problema que se suscitase en la administración y funcionamiento del local.

Será encargado de llevar a cabo proyectos de mejoramiento del lugar.

Cumplirá con todos los procedimientos legales que demande el funcionamiento de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Ser proactivo, es decir, armonizar en todas las decisiones y todos los actos los requerimientos del futuro inmediato y a largo plazo.

Ejecutar seis tareas básicas: fijar objetivos; derivar metas en cada área de objetivos; organizar tareas, actividades y personas; motivar y comunicar, controlar y evaluar; y, desarrollar a la gente y a sí mismo.

CONTADOR

Llevar la contabilidad y dar los respectivos informes de la cooperativa de ahorro y crédito.

JEFE DE CRÉDITO.

Es la persona que estará encargada del análisis y estudio del cliente, para cualquier tipo de Crédito.

SERVICIO AL CLIENTE.

En esta área el cliente será guiado, por la persona capacitada como es el funcionamiento de la Cooperativa, para cualquier tipo de crédito, o apertura de cuentas de ahorro o plazo fijo.

CAJERA.

Tiene que cumplir con la función, receptor los dineros de los depositantes o entregar dinero cuando el cliente haya hecho una transacción de retiro.

GUARDIA.

Serán encargados del controlar que no ingresen al local, personas sospechosas de causar escándalos, personal portando armas o portando bebidas alcohólicas.

Dentro del local velaran por la tranquilidad y seguridad de los clientes, evitando situaciones molestosas o escándalos que pudiere suscitarse.

GRÁFICO 35

Organigrama Estructural de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Semilla de Oro

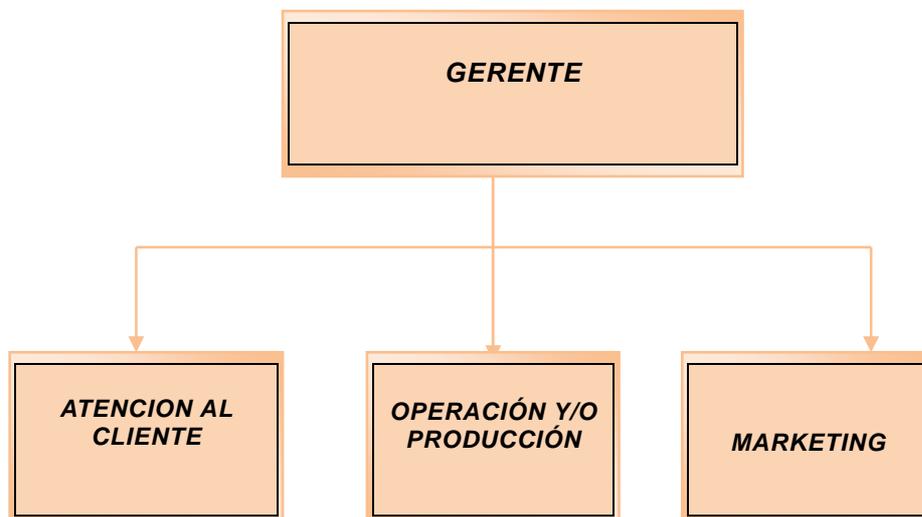


TABLA N° 64
PERSONAL MANO DE OBRA DIRECTA

Puesto	Número	Sueldo	Sueldo	Décimo	Décimo	IESS	Total
		Mensual	Anual	Tercero	Cuarto		
Gerente	1	350,00	4200,00	700,00	218,00	393,12	5511,12
Contador	1	313,62	3763,44	250,00	218,00	352,26	4935,96
Jefe de Crédito	1	252,67	3032,04	240,00	218,00	283,80	3773,84
Servicio al Cliente	1	233,23	2798,76	220,00	218,00	261,96	3498,72
Cajera	2	463,26	5559,12	220,00	218,00	520,33	6517,45
Guardia	2	460,00	5520,00	220,00	218,00	516,67	6474,67
Total	9	2072,78	24873,36	1850,00	1308,00	2328,15	30711,76

3.3.3. Requerimiento de Uniformes

La empresa proveerá a todos sus empleados con uniformes, como se detalla en el **Tabla 65** los cuales se proveerá una vez cada año.

TABLA N° 65

UNIFORMES MANO DE OBRA INDIRECTA					
N°	Personal	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
1	Gerente	Terno	2	180	360
1	Contador	Terno	2	180	360
1	Jefe de Crédito	Terno	2	180	360
1	Servicio al Cliente	Terno/Mujer	2	140	280
2	Cajera	Terno/Mujer	2	140	280
				TOTAL	1640

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

TABLA N° 66

UNIFORMES MANO DE OBRA DIRECTA				
Personal	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL
GUARDIA	Botas	4	18	72
	Camuflas	4	35	140
	Gorra	4	6	24
	Chompa	4	15	60
	Linterna	2	5	10
	Cinturón	4	4,5	18
	Tolete	2	15	30
				TOTAL

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: EDISON HERRERA

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

La financiación constituye un aspecto muy importante para el desarrollo del proyecto es así que en el cuarto capítulo se realiza el estudio de varios factores como, determinación total de la inversión, fuentes de financiamiento, flujos de fondos, entre otros para finalmente desarrollar criterios de evaluación de proyectos que permitan determinar si una inversión es o no factible.

“El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto”²⁵; es decir, que el presente estudio consiste en elaborar proyecciones económicas que permitan medir la viabilidad del proyecto, en este caso la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

4.1. Presupuestos

Los presupuestos se relacionan con el control financiero de la organización, en donde se estiman los ingresos y egresos que va a tener la empresa en un periodo determinado.

4.1.1. Presupuestos de Inversión

Este presupuesto será elaborado en base a los datos obtenidos en el estudio técnico, “está compuesto por todo lo que se tiene que desembolsar para dar inicio al proyecto y cuyos rubros más importantes son casi siempre la planta física y la maquinaria”.²⁶

²⁵ MENESES Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos

²⁶ www.geocitie.com/proyectoags/guiaf.pdf

En la **Tabla 60** se desarrolla el presupuesto de inversión considerando todos los activos fijos necesarios para el desarrollo de la empresa; incluyendo los activos nominales y capital de trabajo para llevar a cabo las actividades necesarias de la Cooperativa.

Además se describe las inversiones futuras o nuevas inversiones para conocer de manera clara cuál sería nuestro presupuesto de inversión futuro.

TABLA N° 67
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	
INVERSIONES FIJAS	INVERSIONES REALIZADAS
ACTIVOS FIJOS	17.807,00
Equipo de Computación	8.635,00
Muebles y Enseres	9.172,00
ACTIVOS INTANGIBLES	10.000,00
Estudio de Factibilidad	1.500,00
Gasto de Organización Y Constitución	1.500,00
Permiso, tramites y Patentes	1.000,00
Software	5.000,00
Publicidad Inicial	1.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	42.037,48
TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAP. DE TRABAJO	69.844,48

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

Como vemos en la Tabla 60. El total de la inversión inicial para este proyecto es de \$ **69.844,48** valor que está conformado por los Activos Fijos que son de \$ **17.807** por los Activos Intangibles que son de \$ **10.000,00**, por el Capital de Trabajo para un año **\$42.037,48**

4.1.1.1. Activos Fijos

Son todas aquellas inversiones de bienes permanentes o de derecho exclusivo que la empresa utiliza sin restricciones, en el desarrollo de sus actividades productivas. Para el presente estudio se requerirá de los siguientes activos fijos:

En los siguientes Tablas se detalla todos los activos fijos necesarios para que la Cooperativa de Ahorro y Crédito empiece sus actividades y funcionamiento.

TABLA N° 68
MAQUINARIA Y EQUIPO (En Dólares)

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora Laptop	1500	1500
1	Televisor	1500	1500
3	Impresoras	115	345
6	Computador	800	4800
2	Fax	110	220
6	Teléfonos	45	270
TOTAL			8635

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

TABLA N° 69
MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Mesas	380	1900
6	Escritorios	550	3300
6	Archivadores	220	1320
6	Modulares	250	1500
24	Sillas	48	1152
TOTAL			9172

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

4.1.1.2. Activos Intangibles

Los activos intangibles son todas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Se constituyen en inversiones intangibles susceptibles de amortizar.

A diferencia de los activos fijos, los activos intangibles no se deprecian sino que se amortizan, es decir que estos gastos son susceptibles de recuperación una vez puesta en marcha las actividades de la nueva empresa. Estas amortizaciones, al igual que las depreciaciones, van afectar en forma directa al flujo de caja, disminuyendo la utilidad y consecuentemente los impuestos.

El siguiente Tabla detalla los rubros intangibles necesarios para la elaboración del presente proyecto.

TABLA N° 70
ACTIVOS INTANGIBLES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudio de Factibilidad	1	1.500,00	1.500,00
Permisos de funcionamiento	1	1.000,00	1.000,00
Escritura de constitución	1	1.500,00	1.500,00
publicidad	1	1.000,00	1.000,00
Software	1	5000	5000
TOTAL		10.000,00	10.000,00

El **Tabla 70** explica que para el presente estudio se requerirá de los siguientes gastos para su puesta en marcha, los Activos Intangibles del Proyecto son el estudio de factibilidad, los respectivos permisos de funcionamiento, las adecuaciones y la publicidad con la que se va iniciar la empresa eso da un valor total de \$10.000

4.1.1.3. Amortización de activos diferidos

La amortización de los activos diferidos se debe reconocer desde la fecha en que se originen ingresos, teniendo en cuenta que los correspondientes a organización, pre-operativos y puesta en marcha se deben amortizar en el menor tiempo entre el estimado y la duración del proyecto.

Los activos diferidos según ley se amortizan en un plazo de 5 años como se demuestra a continuación:

TABLA N° 71
TABLA DE AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Cálculo Amortización Activos Diferidos							
Nombre	Valor Total	% de Amortización	Años				
			1	2	3	4	5
Estudio de Factibilidad	1.500,00	20%	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Gastos de Organización y Constitución	1.500,00	20%	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Permiso de tramites y Patentes	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Software	5.000,00	20%	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Publicidad inicial	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Total Amortización			2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edison Herrera

En el Tabla 71 se describe las amortizaciones de los activos nominales con un porcentaje del 20% por lo que el valor total de las amortizaciones es de \$ 2000

4.1.1.4. Capital de Trabajo

El capital de trabajo constituye el monto de inversión necesario para cumplir un ciclo productivo del proyecto.

Existen tres métodos para el cálculo de la inversión en capital de trabajo:

- ✓ Método contable
- ✓ Método del déficit acumulado máximo
- ✓ Método del periodo de desfase

Para el presente proyecto se consideró el método del período de desfase, debido a que este método se lo aplica generalmente en etapas de pre factibilidad, donde se calcula la inversión en capital de trabajo que requiere para cubrir los costos de operación desde el

momento que se adquieren los insumos hasta que se perciben ingresos por venta, y que constituye el capital necesario para financiar el período de desfase.

Considerando que el ciclo productivo del proyecto no debe ser demasiado grande que signifique tener recursos ociosos, ni demasiado pequeño que cree obstáculos en la actividad del negocio, se ha considerado el ciclo productivo de la Cooperativa De Ahorro y Crédito, en un mes de acuerdo al detalle del **Tabla 72** que a continuación se encuentra desarrollado.

El costo anual es la sumatoria de los gastos administrativos, costo de insumos y mano de obra que se deben desembolsar para la operación dentro de un año.

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$ICT = \frac{Ca}{12} * \text{número del período de desfase}$$

Donde:

ICT = índice de capital de trabajo

Ca = Costo anual

TABLA N° 72
PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO

PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO para 1 año	
CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Caja y Bancos	3000
Suministros de Oficina	2.223,72
Sueldos	30.711,76
Servicios Básicos	1.302,00
Arriendo	4.800,00
CAPITAL DE TRABAJO	42037,48

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

El capital de trabajo esta calculado anualmente.

4.1.2. Cronograma de Inversión

El cronograma de inversiones permite elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto. Con la finalidad de mantener un control de las operaciones iniciales es necesario realizar un cronograma de inversiones para un período de 5 años.

En el **Tabla 73** se describe todas las inversiones necesarias tanto en los activos fijos requeridos como los activos nominales que es la capacitación del personal para LA Cooperativa de Ahorro y Crédito, pueda seguir con su funcionamiento sin tener necesidad de desconocer la reinversión futura.

TABLA N° 73
CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Inversiones	Años
	0
Maquinaria y Equipo	
Computadora Laptop	1500
Televisor	1500
Impresoras	345
Computador	4800
Fax	220
Teléfonos	270
Mesas	1900
Escritorios	3300
Archivadores	1320
Modulares	1500
Sillas	1152
Total	17.807

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

Por medio del Tabla 73 podemos observar que se describen todas las inversiones necesarias para los activos fijos requeridos, y así pueda seguir con su funcionamiento.

4.1.3. Presupuesto de Operación

El presupuesto de operación abarca la planificación de egresos destinados a la producción del servicio y la estimación de ingresos que se obtendrán con la operación del proyecto. Incluyen el presupuestario de todas las actividades para el período siguiente al cual se labora y cuyo contenido se resume generalmente en un estado de pérdidas y ganancias proyectadas. Entre éstos podríamos incluir: - Ventas. - Producción. - Compras. - Uso de Materiales. - Mano de Obra y - Gastos Operacionales

4.1.3.1. Presupuestos de Ingresos

El presupuesto de ingresos está basado en el tamaño óptimo de la red de locales y por cada línea de productos y, considerando el precio del mercado, además de esto, es necesario mencionar que este presupuesto está constituido por los ingresos corrientes, recursos provenientes de operaciones de crédito y recursos ordinarios.

Para el presupuesto de ingresos se aplicó los datos de la demanda insatisfecha y se obtuvo el índice de la demanda insatisfecha para calcular el número de clientes que por año tendrá la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Semilla de Oro”

TABLA N° 74

Presupuesto de ingresos					
Concepto	Años				
	2009	2010	2011	2012	2013
Demanda	1.602	1.650	1.699	1.748	1.797
Ingresos	80.078	82.517	84.956	87.395	89.834

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edison Herrera

Los ingresos están dados por la demanda insatisfecha multiplicado por el 9 % de mi capacidad instalada, a esto le multiplicamos \$ 50 que vienen hacer intereses y emisión cuenta

TABLA N° 75

Años	demanda insatisfecha personas	capacidad instalada	demanda insatisfecha	apertura cuenta	Ingresos \$
2009	17795	9%	1601,55	50	80077,5
2010	18337	9%	1650,33	50	82516,5
2011	18879	9%	1699,11	50	84955,5
2012	19421	9%	1747,89	50	87394,5
2013	19963	9%	1796,67	50	89833,5

4.1.3.2. Presupuestos de Egresos

El presupuesto de egresos se refiere a los costos y gastos del proyecto durante la vida útil del mismo, clasificados en costos fijos, costos variables, y gastos de ventas.

Es de vital importancia estimar los costos que genera el proyecto durante su ciclo de vida, ya que constituye uno de los aspectos centrales para la determinación de la rentabilidad con el objeto de tomar decisión acertada acerca en la decisión de implantar el proyecto.

En el **Tabla 76** se desarrolla en detalle los egresos requeridos por la empresa.

TABLA N° 76
PRESUPUESTO DE GASTOS

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Costos Fijos						
Sueldos y Salarios	30.711,76	15.355,88	15.355,88	15.355,88	15.355,88	15.355,88
Servicios Básicos	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00	1.302,00
Permisos de funcionamiento	1.000,00					
Arriendo	4.800,00	28.800,00	28.800,00	28.800,00	28.800,00	28.800,00
Mantenimiento		456,14	456,14	456,14	456,14	456,14
Total Costos Fijos	37.813,76	45.914,02	45.914,02	45.914,02	45.914,02	45.914,02
Costos Variables						
Muebles y enseres	9.172,00					
Equipos de computación	8.635,00					
Suministros de Oficina	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72
Estudio de Factibilidad	1.500,00					
Gastos de Organización y Constitución	1.500,00					
Publicidad inicial	1.000,00					
Total Costos Variables	24.030,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72
Gastos Financieros						
Interés		5.297,70	4.238,16	3.178,62	2.119,08	1.059,54
Total Gastos Financieros		5.297,70	4.238,16	3.178,62	2.119,08	1.059,54
Egresos	61.844,48	53.435,45	52.375,91	51.316,36	50.256,82	49.197,28

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

En el presupuesto de egresos están calculados todos los costos fijos con los que va a trabajar la Cooperativa de Ahorro y Crédito, y cada uno de sus costos variables de esta manera se puede determinar los egresos totales anuales.

4.1.3.3. Estados de Origen y Aplicación de Recursos

Este instrumento financiero identifica el origen de los recursos y su forma de aplicación, esta compuesto por dos elementos: el primero constituido por la corriente de fondos que genera el Proyecto y el segundo representado por los Usos que identifican a las Inversiones realizadas en activos fijos, diferidos, capital de trabajo del servicio. Además muestra como ha financiado los recursos.

4.1.3.4. Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento permite identificar el origen de los recursos del proyecto, es decir si se va a financiar con recursos propio, recursos de financiamiento.

La aportación propia de los inversionistas equivale al 50% de la inversión y el financiamiento corresponde al 50% el cual será cubierto con cuotas mensuales distribuidas a 5 años plazo:

TABLA N° 77

Estructura de Financiamiento		
Concepto	Valor	Porcentaje
Recursos propios	34.922,24	50%
Crédito	34.922,24	50%
Total	69.844,48	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

Con una inversión inicial de **\$69.844,48** la estructura del financiamiento está compuesta , con un 50% de capital propio, y el

50% restante estará dado por un crédito que se solicitará a una Institución Financiera, que en este caso será el Banco de Pichincha

A continuación se presenta la Tabla de amortización del préstamo de \$ 34.922,24 establecida por el Banco de Pichincha.

TABLA DE AMORTIZACIÓN
TABLA N° 78 DATOS DE FINANCIAMIENTO

MONTO		34.922,24	
INTERES ANUAL		15,17%	Tasa Activa del Banco del Pichincha
Tabla de amortización			
Años	Capital	Interés	Cuota
0	34.922,24		
1	6.984,45	5.297,70	27.937,79
2	6.984,45	4.238,16	20.953,35
3	6.984,45	3.178,62	13.968,90
4	6.984,45	2.119,08	6.984,45
5	6.984,45	1.059,54	-

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

ANALISIS

El monto del crédito es de \$34.922,24 el tiempo establecido es de 5 años con la cantidad de \$6984,45 con un interés del 15,17%.

4.1.4. Punto de Equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa; entendiendo por costos variables aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas.

Además es el nivel en el cual los ingresos "son iguales a los costos y gastos, y por ende no existe utilidad", también podemos decir que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa. La fórmula que se van a utilizar expresara el punto de equilibrio tanto en unidades como también en dólares:

Punto de Equilibrio en dólares (**PE**):

$$Pe = \frac{CF}{PV - CVu}$$

TABLA N°79 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio Económico	
Costos Fijos	45.914
Total Costos Variables	2.224
Total Costos Totales	48.138
Número de Préstamos	1.602
Ingresos	80.078
Punto de Equilibrio	47.225

ELABORADO POR: Edison Herrera

En la tabla N.- 79 podemos observar que Semilla de Oro tiene costos fijos de 45.914 USD, al otorgar préstamos a 1.602 socios sus costos variables son de 2.224 USD, y genera 80.078 USD por ingresos.

$$Pe = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

$$Pe = \frac{45.914,00}{49,9863 - 1,3883}$$

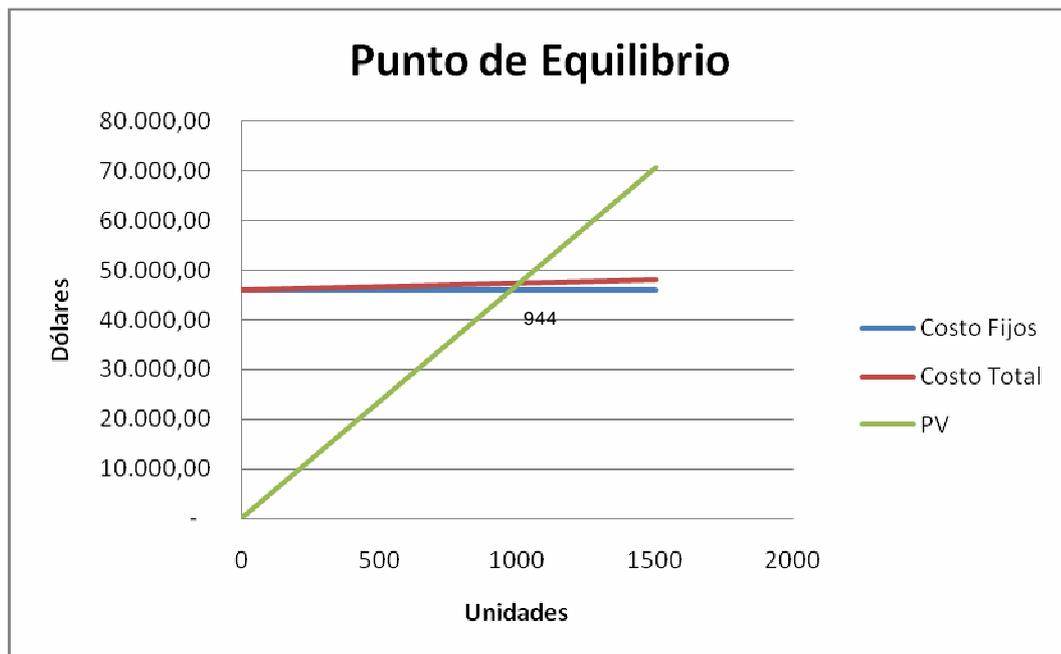
$$Pe = \frac{45.914,00}{48,598}$$

$$Pe = 944$$

Para obtener el precio de venta unitario se dividió los ingresos del año de cálculo; 80.078,00 USD, para el número de préstamos que se atenderá en el mismo; 1.602 obteniendo de esta manera un ingreso de 49,99USD por cada préstamo.

El costo Variable total 2.224,00 USD se dividió para el número de préstamos emitidos en el año 1.602 obteniendo un valor de 1,39USD por cada préstamo.

Gráfico N° 36 PUNTO DE EQUILIBRIO



Análisis del Punto de Equilibrio

Se ha podido notar mediante este gráfico que el punto de equilibrio es de 944, lo que significa que en el año debemos emitir 944 préstamos para cubrir nuestros gastos y costos, es decir logrará cubrir los Costos Fijos y Variables de la cooperativa, por lo tanto a

partir del préstamo número 945, Semilla de Oro comenzara a tener utilidades.

4.2. Estados Financieros Proyectados

Una vez elaborados los presupuestos, se procede a la formulación de los Estados financieros pro forma, los que mostrarán la empresa, de acuerdo al desarrollo operativo que se planea realizar.

Los estados pro-forma son estados financieros esperados en el futuro, basados en las condiciones que los directores esperan encontrar y las acciones que planean emprender.

4.2.1. Estado de Resultados

El estado de resultados presenta el resultado de las operaciones provenientes del uso de los recursos en un período determinado (un año), para que una empresa pueda continuar en operación debe ser capaz de generar resultados positivos.

Cuando se trata del Estado de Resultados Proyectados, este se sustenta en estimaciones de ingresos, costos y gastos, que elaborados objetivamente, permitirán definir la utilidad, la relación costo de venta/ ventas totales, rentabilidad y sobre sus resultados se puede calcular el Flujo Neto de Caja, que servirá para aplicar los diversos criterios de evaluación de proyectos, que a su vez explicarán la viabilidad o no del proyecto.

TABLA N° 80
ESTADO DE RESULTADOS

Estado de pérdidas y ganancias						
Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		80.077,50	82.516,50	84.955,50	87.394,50	89.833,50
(-) Costos Variables	24.030,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72
(-) Costos Fijos	37.813,76	45.914,02	45.914,02	45.914,02	45.914,02	45.914,02
(-) Depreciación		2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67
(-) Amortización intang.		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Utilidad antes imp. y útil		27.260,09	29.699,09	32.138,09	34.577,09	37.016,09
15% utilidad		4.089,01	4.454,86	4.820,71	5.186,56	5.552,41
Utilidad antes imp. Renta		23.171,07	25.244,22	27.317,37	29.390,52	31.463,67
Impuesto 25%		5.792,77	6.311,06	6.829,34	7.347,63	7.865,92
Utilidad Neta		17.378,31	18.933,17	20.488,03	22.042,89	23.597,76

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edison Herrera

Como se puede observar en el Tabla 81, el proyecto generará utilidades a partir del primer año cumpliendo con todos los impuestos de ley.

4.2.2. Flujos Netos de Fondos

Es uno de los estados financieros pro forma más importantes des estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determina.

El flujo de fondos mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima que tendrá una empresa en un período determinado,

permitiendo observar si realmente necesita financiamiento va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

4.2.2.1. Proyecto sin financiamiento

TABLA N° 81

FLUJO NETO DE FONDOS DEL PROYECTO

Flujo neto de fondos sin financiamiento						
Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		80.077,50	82.516,50	84.955,50	87.394,50	89.833,50
(-) Costos Variables		2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72
(-) Costos Fijos		45.914	45.914	45.914	45.914	45.914
(-) Depreciación		2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67
(-) Amortización intang.		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Utilidad antes imp.		27.260,09	29.699,09	32.138,09	34.577,09	37.016,09
15% utilidad		4.089,01	4.454,86	4.820,71	5.186,56	5.552,41
Utilidad antes imp. Renta		23.171,07	25.244,22	27.317,37	29.390,52	31.463,67
Impuesto 25%		5.792,77	6.311,06	6.829,34	7.347,63	7.865,92
Utilidad Neta		17.378,31	18.933,17	20.488,03	22.042,89	23.597,76
Depreciación		2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67
Amortización intang.		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Inversión inicial						
Flujo de caja	69.844	22.057,98	23.612,84	25.167,70	26.722,56	28.277,43

Proyecto con financiamiento

TABLA N° 82

Flujo neto de fondos con financiamiento						
Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		80.077,50	92.512,00	94.836,00	97.216,00	99.652,00
(-) Costos Variables		2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72	2.223,72
(-) Costos Fijos		45.914,02	45.914,02	45.914,02	45.914,02	45.914,02
(-) Depreciación		2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67	2.679,67
(-) Amortización intang.		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
(-) Intereses préstamo		5.297,70	4.238,16	3.178,62	2.119,08	1.059,54
Utilidad antes imp.		21.962,38	35.456,42	38.839,96	42.279,51	46.767,59
15% utilidad		3.294,36	5.318,46	5.825,99	6.341,93	7.015,14
Utilidad antes imp. renta		18.668,03	30.137,96	33.013,97	35.937,58	39.752,45
Impuesto 25%		4.667,01	7.534,49	8.253,49	8.984,39	9.938,11
Utilidad Neta		14.001,02	22.603,47	24.760,48	26.953,18	29.814,34
Depreciación		4.131,87	4.131,87	4.131,87	4.131,87	4.131,87
Amortización intang.		1.304,00	1.304,00	1.304,00	1.304,00	1.304,00
Inversión inicial	69.844					
Préstamo	34.922					
Amortización de la deuda		6.984,45	6.984,45	6.984,45	6.984,45	6.984,45
Flujo de caja	104.766,73	12.452,44	21.054,89	23.211,90	25.404,60	28.265,76

Según el Tabla No 81 y 82 los flujos de fondos demuestran que el proyecto sin financiamiento y con financiamiento sigue siendo viable, ya que tiene flujos de caja positivos a partir del primer año.

4.3. Evaluación Financiera

La evaluación es un balance de la ventajas y desventajas que se originarían en el caso de asignarse recursos para poner en ejecución un proyecto; es decir, la tarea de evaluar consiste en comparar los beneficios y los costos del proyecto, con el fin de determinar si se presentan ventajas mayores que las que se obtendrían con otros proyectos igualmente viables.

En este apartado, se presentarán los criterios y técnicas de evaluación para mostrar que tan atractivo es el proyecto presentado. La evaluación económica, tiene como objetivo el lucro de tipo empresarial y su propósito consiste en medir la eficiencia de la inversión involucrada en un proyecto. Es decir, incluye tanto la eficiencia de los recursos propios (capital social) como los recursos obtenidos de créditos y préstamos. A esta evaluación, se le denominará indistintamente evaluación económica, sin financiamiento ó evaluación para el proyecto en si.

La evaluación financiera, es con fines de lucro o de tipo empresarial, y tiene como objetivo medir la eficiencia del capital social aportado para financiar un proyecto. A esta evaluación se le denominará indistintamente como evaluación financiera, con financiamiento ó evaluación para el empresario.

4.3.1. Determinación de la tasa mínima aceptable de retorno

Se define como la menor cantidad de dinero que se espera obtener como rendimiento de un capital puesto a trabajar de manera que pueda cubrir los compromisos de costos de capital.

La tasa mínima de rendimiento (T.M.R.) también suele expresarse en forma porcentual anual. Este porcentaje expresa el excedente mínimo de los ingresos sobre los costos de cada año en relación con la inversión, necesario para cubrir los compromisos derivados del uso de capital.

Usualmente, dentro de la tasa mínima de rendimiento se incluye, además del costo capital, el efecto de otros elementos, tales como: el riesgo de las inversiones, la disponibilidad de capital de inversión, etc., que hacen que su valor sea mayor que el costo de capital.

Para la determinación de la tasa de descuento del presente caso se han tomado en consideración los siguientes aspectos:

- Se tomará en cuenta la tasa de los Bonos actual, es el 9%
- La tasa de riesgo que incluye el riesgo país y el premio al riesgo se ha considerado en el 3%.
- La tasa activa del Banco de Pichincha se encuentra al 16,50%.

TMAR DEL PROYECTO
COSTO DE CAPITAL + TASA DE RIESGO

TABLA N° 83
DETERMINACIÓN DEL TMAR DEL PROYECTO

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
TMAR =	Tasa Pasiva a Largo Plazo, Bonos o % de Inflación	+	Premio al riesgo
TMAR =	9,00%	+	3%
TMAR =	12,00%		

ELABORADO POR: Edison Herrera

TABLA N° 84
DETERMINACIÓN DEL TMAR DEL INVERSIONISTA

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (Global o Ponderada)			
Aporte	%	TMAR	TMAR GLOBAL
Capital propio	50%	12,00%	6,00%
Crédito	50%	15,20%	7,60%
TMAR PONDERADA			13,60%

ELABORADO POR: Edison Herrera

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento se cálculo en base a la TMAR y a la Tasa del préstamo que es del 15.17 * 0.6375 del Escudo Fiscal, el capital propio será del 50% y el crédito será de 50%, realizando los respectivos cálculos se llevo a determinar que la TMAR ponderada es del 13,60

4.3.2. Criterios de evaluación

Para una correcta Evaluación del Proyecto, es necesario considerar criterios de evaluación, mediante lo cual se conocerá la viabilidad de este, de ser aceptado o rechazado.

4.3.2.1. Valor actual neto

El valor Presente Neto (VPN) es el valor monetario de hoy que resulta de una inversión actual y sus flujos netos a futuro, tomando en cuenta la tasa de interés pasiva del mercado como un costo de oportunidad del capital a invertir.

El criterio de evaluación de una inversión con este indicador se considera aceptable:

- ❖ Si el VPN es mayor o igual a cero, es decir, que la inversión rinde un beneficio superior al considerado como mínimo atractivo.
- ❖ Si el valor presente neto es positivo, el valor financiero del activo del inversionista podrá aumentar: la inversión es financieramente atractiva, se acepta.
- ❖ Si el valor presente neto es cero, el valor financiero del activo del inversionista podrá permanecer inalterado: la inversión es indiferente delante de la inversión.
- ❖ Si el valor presente neto es negativo, el valor financiero del activo del inversionista podrá disminuir: la inversión no es atractiva financieramente atractiva, no se acepta.

La comparación entre el VPN y las posibilidades de inversión indica cual de ellas es la más deseable:

Mientras mayor sea el VPN mayor será el aumento del valor financiero del activo del inversionista.

$$VPN = \sum_{n=1}^t \frac{\text{Flujo Neto de Efectivo}}{(1 + I)^n} - \text{Inversión}$$

TABLA N°85
VAN DEL PROYECTO

Actualizaciones TMAR GLOBAL (13,60%)						
Año	Ingresos	Egresos	Beneficio Neto	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados	Beneficios Netos Actualizados
0	0	69.844,48	-69.844,48	0	69.844	-69.844,48
1	80.077,50	53.435,45	26.642,05	70.490,76	47.038,25	23.452,51
2	82.516,50	52.375,91	30.140,59	63.941,69	40.585,87	23.355,82
3	84.955,50	51.316,36	33.639,14	57.950,41	35.004,26	22.946,15
4	87.394,50	50.256,82	37.137,68	52.477,21	30.177,39	22.299,82
5	89.833,50	49.197,28	40.636,22	47.483,93	26.004,56	21.479,37
Total				292.344,01	248.654,81	43.689,19

ELABORADO POR: Edison Herrera

$$FSA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$FSA = \frac{1}{(1 + 0,1360)^5}$$

TABLA N°86

Factor Simple de Actualización	
Año	Valor
1	0,88028169
2	0,77489585
3	0,68212663
4	0,60046358
5	0,5285771
VAN	43.689,19

El VAN para el presente proyecto, luego de recuperar las inversiones será de \$ 43.689,19 con un espacio de 5 años.

4.3.2.2. Tasa interna de retorno

TABLA N° 87

Concepto	0	1	2	3	4	5
Ingresos		80.078	82.517	84.956	87.395	89.834
Egresos	61.844,48	53.435,45	52.375,91	51.316,36	50.256,82	49.197,28
Beneficio Neto	-61.844	26.642	30.141	33.639	37.138	40.636

TIR	41,8%
------------	--------------

De igual manera se realizó el cálculo del TIR aplicando el siguiente criterio:

$$TIR = TDi + (TDsTDi) * \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

para llegar a determinar la tasa de descuento inicial, así como la superior, el valor actual inicial y superior, se procedió hacer el cálculo mediante aproximaciones basadas en los beneficios Netos del siguiente estudio, continuación se detallan los respectivos cálculos, donde se llegara a determinar la TIR que es igual a 102,38%; entendiendo que la tasa de descuento hace que el VAN=0 Para llegar a igualar estos valores se utilizó como apoyo una calculadora científica.

$$TIR = TDi + (TDsTDi) * \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

Donde:

TDi = Tasa de descuento inicial

TDs = Tasa de descuento superior

VAi = Valor actual inicial

Vas = Valor actual superior

TABLA N° 88

TIR con fórmula del VAN

TIR con fórmula del VAN			
Año	FSA TIR=	Beneficios Netos	VAN = 0
0		-69.844	-69.844
1	0,88028169	26.642	23.453
2	0,77489585	30.141	23.356
3	0,68212663	33.639	22.946
4	0,60046358	37.138	22.300
5	0,52857710	40.636	21.479
Total			43.689

ELABORADO POR: Edison Herrera

TABLA N° 89

Actualizaciones TMAR GLOBAL

Actualizaciones TMAR GLOBAL (13,600%)						
Año	Ingresos	Egresos	Beneficio Neto	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados	Beneficios Netos Actualizados
0		69.844,48	-69.844		69.844	-69.844,48
1	80.077,50	53.435,45	26.642	70.490,76	47.038,245	23.452,51
2	82.516,50	52.375,91	30.141	63.941,69	40.585,872	23.355,82
3	84.955,50	51.316,36	33.639	57.950,41	35.004,259	22.946,15
4	87.394,50	50.256,82	37.138	52.477,21	30.177,393	22.299,82
5	89.833,50	49.197,28	40.636	47.483,93	26.004,557	21.479,37
Total				292.344	248.655	43.689

ELABORADO POR: Edison Herrera

4.3.2.3. Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión a valor presente es aquel indicador que nos permite ver, a través de los Flujos Netos de

Efectivo Actualizados acumulados en que año cambia de signo de negativo a positivo, y es en ese año donde el proyecto generará un flujo neto de efectivo actualizado equivalente al monto de la inversión total inicial.

TABLA N° 90
Período de Recuperación de la Inversión

Período de Recuperación de la Inversión				
Año	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados	Beneficios netos Actualizados	Acumulado
0		69.844	-69.844	
1	70.490,76	47.038	23.453	23.453
2	63.941,69	40.586	23.356	46.808
3	57.950,41	35.004	22.946	69.754
4	52.477,21	30.177	22.300	92.054
5	47.483,93	26.005	21.479	113.534

ELABORADO POR: Edison Herrera

1,98631301	23,8357561
------------	------------

La recuperación de la inversión del proyecto será en: 1 año 9 meses

4.3.2.4. Relación Beneficio / Costo

La relación Beneficio-Costo (B/C), consiste en dividir los beneficios actuales entre el valor actualizado de la inversión a una tasa de actualización o de descuento.

B/C = Valor de los beneficios/valor actual de la inversión

$$R B / C = \frac{\text{ingresos actualizados}}{\text{egresos actualizados}}$$

Los criterios de decisión de la relación beneficio-costo son los siguientes:

- Si el B/C Mayor al 1 se acepta el proyecto
- Si el B/C Igual a 1 es indiferente el proyecto
- Si el B/C Menor a 1 se rechaza el proyecto

TABLA N° 91
Relación Beneficio – Costo

Año	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados	Relación B/C
0		63.085,38	0,00
1	322.315,14	43.765,50	7,36
2	315.227,63	37.784,39	8,34
3	308.321,24	32.608,11	9,46
4	298.550,49	28.129,67	10,61
5	286.700,22	24.256,18	11,82
Total	348.307,71	260.551	1,34

ELABORADO POR: Edison Herrera

La relación entre el beneficio y Costo, se puede ver que por cada dólar que se invierta, se obtendrá \$0.0134 de beneficio.

4.3.2.5. Análisis de sensibilidad

Es una evaluación que nos indica como se modifica los resultados de un proyecto, al alterarse subjetivamente algunas de las variables. La importancia de la sensibilización está en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto puedan tener desviaciones con efectos considerables en el flujo de caja del mismo, realizándose estos efectos al momento de alterar subjetivamente alguna de las variables.

TABLA N° 92
Análisis de Sensibilidad

Variables	TIR	VAN	PRI	Relación B/C	Resultado
Actual	595,5864%	1.301.485,49	9 meses y 31 días	1,15	Viable
Precio de venta (-10%)	21,0000%	8.608,62	3 años 11 meses	1,04	Viable
Sueldos (+25%)	30,0000%	18.727,24	3 años 2 meses	1,07	Viable
Costos Fijos (+22%)	19,0000%	4.266,94	4 años 3 meses	1,02	Viable

La investigación de campo permitió determinar los diferentes escenarios para el análisis de sensibilidad.

El primer escenario que se plantea es la disminución del 10% de los precios de venta obteniendo una TIR de 21%, un VAN de \$8.608,62 un período de recuperación de 3 años 11 mes y una relación beneficio-costo de \$1.04

El segundo escenario que se plantea es el aumento del 25% de los sueldos obteniendo una TIR de 30%, un VAN de \$18727,24 un período de recuperación de 3 años 2 meses y una relación beneficio-costo de \$1.07

El tercer escenario que se plantea es aumento del 22% en los costos fijos obteniendo una TIR de 19%, un VAN de \$4266,94 un período de recuperación de 4 años y tres meses una relación beneficio-costo de \$1.02

Como se puede ver en todos los escenarios planteados en el análisis de sensibilidad el proyecto sigue siendo viable.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

ESTUDIO DE MERCADO:

- ✓ El nivel de demanda insatisfecha cubre las expectativas del estudio, para que tenga un crecimiento sustentable en el tiempo.
- ✓ Las estrategias de comercialización que utilizará la nueva empresa, son estrategias de Penetración al Mercado, Posicionamiento del Mercado, Liderazgo. constituyendo como las más relevantes las estrategias de Penetración al Mercado.

✓ **ESTUDIO TÉCNICO:**

- El tamaño de un proyecto está determinado por su capacidad física o real de producción de servicios. Existen factores que contribuyen con la capacidad productiva, como diseño del producto o servicio, las habilidades del personal, la distribución de planta, el flujo del proceso.

- El tamaño del presente proyecto esta basado en función de la Demanda Insatisfecha; se espera captar al inicio un 486%
- La nueva empresa estará ubicado en un sitio estratégico dentro del Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolqui, las razones por las cuales fue elegido el estudio en este sector son: la disponibilidad del espacio físico, las vías de acceso a los clientes y la cercanía al mercado objetivo.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL:

- La estructura orgánica de la nueva empresa se adecua eficientemente a las necesidades reales de gestión y manejo en la toma de decisiones.

ESTUDIO FINANCIERO:

La inversión inicial necesaria para dar inicio al funcionamiento del negocio es de \$ **69.844,48** dólares que se encuentra conformada por activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo

- ✓ El presente estudio, cuenta con una fuente de financiamiento conformada por recursos propios en un porcentaje del 50% y el 50% restante corresponde a recursos externos o crédito.
- ✓ El proyecto plantea resultados positivos, ya que la composición de los criterios de evaluación están dados por un TIR de 41,8% y una relación beneficio costo de \$1.34; resultados que determinan la viabilidad del presente estudio.

- ✓ A través del análisis de sensibilidad con un escenario optimista revela que el proyecto es poco sensible ya que el flujo de caja, así como su análisis financiero son positivos y viables.
- ✓ Por otro lado el escenario pesimista, indica una alta sensibilidad ya que el flujo de caja disminuye considerablemente, causando que el análisis financiero arroje resultados bajos en comparación al actual.

5.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Promover la difusión de la Cooperativa, mediante servicio de publicidad, como estrategia de promoción a fin de incentivar el crecimiento del mercado.
- ✓ Realizar un continuo estudio de mercado, con la finalidad de detectar aumentos o disminuciones en la demanda del servicio.
- ✓ Otorgar un servicio de calidad que este orientado hacia la satisfacción y necesidad de los clientes.
- ✓ Establecer un porcentaje razonable de intereses, como la fijación de un porcentaje debajo de la competencia.
- ✓ Mantener cursos de capacitación para el personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Semilla de Oro”

BIBLIOGRAFÍA

6.1 Bibliografía Principal

- ✓ BACA URBINA Gabriel / Evaluación de proyectos / Mc Graw Hill/ 4ta. Edición
- ✓ BENJAMÍN Enrique, Organización de empresas, Editorial McGraw Hill.
- ✓ BOLAÑOS, Gastón, La didáctica de los costos, Primera edición, 1989, Pág. 34
- ✓ CALDA MOLINA Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quito - Ecuador, 1995
- ✓ GARCIA Gary Flor, Guía para crear y desarrollar su propia empresa, Quito – Ecuador, 2001
- ✓ GUTIÉRREZ, Abraham; *Métodos de investigación*; Ed. Don Bosco; 7ma. Ed.; 2002.
- ✓ HEIZER-RENDER; *Dirección de la Producción*; Ed. Prentice Hall; 4ta. ed.; 1997.
- ✓ JENNER F. Alegre / Formulación y Evaluación de proyectos de inversión
- ✓ LEIVA, francisco; *Investigación Científica*; Ed. G. Moderna; 3ra. Ed.; 1988.
- ✓ LE ROY MILLER, Roger; *Microeconomía*; Ed. Mc Graw Hill; 2da. ed.; 1990.
- ✓ LOVELOCK, Christopher; *Mercadotecnia de servicios*; Ed. Prentice Hall; 3ra. ed.; 1997.
- ✓ MENESES, Edilberto; *Preparación y evaluación de proyectos*; 2da. Ed.; 2001.
- ✓ NARRES K.MALHOTRA, Investigación de mercados un enfoque aplicado, 4ta. Edición McHill
- ✓ NICKO GOMERO, Formulación y Evaluación de Proyectos
- ✓ NÚÑEZ, Planificación estratégica, Universidad Técnica de Ambato, Primera edición, 2001, Pág. 66

- ✓ PHILIP KOTLER, Gary Armstrong, Fundamentos de Mercadotecnia, 4ta. Edición, McHil
- ✓ PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente, Ecoe Ediciones
- ✓ Revista Super Campo, Fascículo No. 5
- ✓ REYES PONCE, Administración de Empresas, Noriega Limusa, Primera edición, 1990, Pág. 136
- ✓ RODRÍGUEZ, Nelson; *Teoría y práctica de la Investigación Científica*; Ed. Universitaria; 4ta. Ed; 1998.
- ✓ SALAZAR, Francis; *Administración Estratégica*; 2002.
- ✓ SAPAG, Nassir; *Preparación y Evaluación de Proyectos*; Ed. Mc Graw Hill; 3ra. ed.; 1997.
- ✓ STANTON; *Fundamentos de Marketing*; Ed. Mc Graw Hill; 11 ed.; 1999.
- ✓ VILLAMARIN, Marcelo; *Elementos de economía*; Ed. La Huella; 3ra. Ed.; 1990.
- ✓ VILLASEÑOR Eduardo, Salguero Mario, Banco Interamericano de Desarrollo, "El Ciclo del Producto"
- ✓ ZAPATA PEDRO; *Contabilidad General*; Ed. Mc Graw Hill; 3ra. ed.; 1999.

6.2 Bibliografía de Apoyo

- www.bce.fin.ec
- www.bce.gov.ec
- www.ccq.org.ec
- www.inec.com
- www.quito.gov.ec
- www.wipimedia.com
- www.ecuaventura.com
- www.conocototieso.com
- www.monografías.com

- [ttp://es.mimi.hu/economia/tasa_de_descuento.html](http://es.mimi.hu/economia/tasa_de_descuento.html)
- http://www.eco-finanzas.com/diccionario/R/RELACION_BENEFICIO-COSTO.htm