



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL “FUNDEI”
EN LA PARROQUIA DE CUTUGLAGUA CANTÓN MEJÍA”**

AUTOR: ABANTO FABIÁN NAVIA CEDEÑO

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERO COMERCIAL

Año 2012



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

ABANTO FABIÁN NAVIA CEDEÑO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado: **“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL “FUNDEI” EN LA PARROQUIA DE CUTUGLAGUA CANTÓN MEJÍA”** ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, 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.

Sangolquí, 05 de enero del 2012.

Abanto Fabián Navia Cedeño



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA COMERCIAL
CERTIFICADO

ING. EDISON SOSA ING. VÍCTOR CUENCA

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado: **“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL “FUNDEI” EN LA PARROQUIA DE CUTUGLAGUA CANTÓN MEJÍA”** realizado por el Sr. Abanto Fabián Navia Cedeño 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 ser una información que servirá como una adecuada guía para el público interesado se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Abanto Fabián Navia Cedeño que lo entregue al Ing. Edison Sosa en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 05 de enero del 2012.

Ing. Edison Sosa
DIRECTOR

Ing. Víctor Cuenca
CODIRECTOR



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Abanto Fabián Navia Cedeño

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo: **“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL “FUNDEI” EN LA PARROQUIA DE CUTUGLAGUA CANTÓN MEJÍA”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 05 de enero del 2012.

Abanto Fabián Navia Cedeño

DEDICATORIA

“Agradezco a Dios por la esperanza que me mueve y el amor que me da felicidad,
A mis padres, Benjamín y Monserrate por su amor,
A mi esposa, por sus ánimos, comprensión y paciencia,
A la Espe, por su apoyo,
A mis Profesores por su enseñanza.”

AGRADECIMIENTO

Esta tesis es el resultado de un exhaustivo trabajo de investigación e interacción entre mi persona como alumno y el Director Ing. Edison Sosa y Codirector Ing. Víctor Cuenca, a ellos mi agradecimiento. A mis padres, quienes me han apoyado y motivado en mi formación académica. A mis profesores, a quienes les debo la mayor parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad, la cual abrió sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PRESENTACIÓN.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
RESÚMEN EJECUTIVO.....	xviii
EXECUTIVE SUMMARY.....	xxi
CAPITULO I.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	1
1.1 MACRO-AMBIENTE.....	1
1.1.1 POLÍTICO.....	1
1.1.2 ECONÓMICO.....	11
1.1.3 SECTOR FINANCIERO.....	18
1.1.4 SOCIAL.....	22
1.1.5 AMBIENTAL.....	24
1.2 MICRO-AMBIENTE.....	28
1.2.1 CLIENTES.....	28
1.2.2 PROVEEDORES.....	36
1.2.3 COMPETENCIA.....	38
CAPÍTULO II.- ESTUDIO DE MERCADO.....	42
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	42
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	43
2.2.1 ANÁLISIS HISTÓRICO GENERAL.....	43
2.2.2 ANÁLISIS HISTÓRICO ESPECÍFICO.....	45
2.2.3 ANÁLISIS GENERAL DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO.....	46
2.2.4 ANÁLISIS ACTUAL ESPECÍFICO FUNDEI.....	48

2.2.5	ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO	51
2.2.6	ANÁLISIS DE TENDENCIAS ESPECÍFICAS FUNDEI.....	53
2.3	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	55
2.3.1	CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PRODUCTO.....	55
2.3.2	CLASIFICACIÓN POR SU USO –EFECTO	64
2.3.3	PRODUCTOS O SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y/O SUSTITUTOS	64
2.3.4	NORMATIVIDAD SANITARIA, TÉCNICA, AMBIENTAL, OTROS	64
2.4	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	67
2.4.1	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	67
2.4.2	DEFINICIÓN DEL UNIVERSO.....	69
2.4.3	SELECCIÓN DE LA MUESTRA	71
2.4.4	DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	72
2.4.5	INVESTIGACIÓN DE CAMPO	76
2.5	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	83
2.5.1	CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA	83
2.5.2	FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA	84
2.5.3	COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA	86
2.5.4	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	87
2.6	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	88
2.6.1	CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA	88
2.6.2	FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA.....	89
2.6.3	COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA	89
2.6.4	OFERTA ACTUAL Y PROYECTADA	90
2.7	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	90
2.8	ANÁLISIS DEL PRECIO EN EL MERCADO DEL PRODUCTO.....	91
2.8.1	FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS.....	91
2.8.2	COMPORTAMIENTO HISTÓRICO Y TENDENCIAS DE PRECIOS.....	92
2.9	MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	92
2.9.1	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	93
2.9.2	ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	97

2.9.3	ESTRATEGIAS DE PLAZA	97
2.9.4	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	98
CAPÍTULO III.- ESTUDIO TÉCNICO.....		99
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	99
3.1.1	FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO	99
3.1.2	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	103
3.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	104
3.2.1	MACRO LOCALIZACIÓN	104
3.2.2	MICRO LOCALIZACIÓN.....	105
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	108
3.3.1	PROCESO DE CRÉDITO	108
3.3.2	PROCESO DE SERVICIO DE CAPACITACIÓN.....	119
3.3.3	DISTRIBUCIÓN EN PLANTA Y EQUIPO (PLANO).....	125
3.3.4	REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA.....	126
3.3.5	REQUERIMIENTO DE EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES, OTROS.....	127
3.3.6	REQUERIMIENTO PARA FINANCIAMIENTO Y SERVICIOS DE CAPACITACIÓN.....	129
3.3.7	REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	130
3.3.8	CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	131
3.4	ASPECTOS AMBIENTALES	131
3.5	MONITOREO DE LA EJECUCIÓN	131
CAPÍTULO IV.- LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN		132
4.1	BASE LEGAL	132
4.2	MAPA ESTRATÉGICO	134
4.3	BASE FILOSÓFICA	135
4.3.1	MISIÓN.....	135
4.3.2	VISIÓN	135

4.3.3	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	135
4.3.4	VALORES	136
4.3.5	CREDO	136
4.3.6	OBJETIVOS	137
4.4	ESTRATEGIA EMPRESARIAL	138
4.4.1	ESTRATEGIAS DEL SERVICIO	138
4.4.2	CADENA DE VALOR DE LA FUNDACIÓN	141
4.4.3	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	142
4.4.4	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.....	145
4.5	POLÍTICAS INSTITUCIONALES.....	146
4.6	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	149
4.6.1	ESTRUCTURA ORGÁNICA	149
4.6.2	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	150
4.7	NORMATIVIDAD A LA QUE SE RIGE FUNDEI	154
4.7.1	ESTATUTOS	154
4.7.2	LEGALIDAD.....	156
	CAPÍTULO V.- ESTUDIO FINANCIERO.....	157
5.1	PRESUPUESTOS	157
5.1.1	PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN.....	157
5.1.2	PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN.....	159
5.1.3	PUNTO DE EQUILIBRIO	161
5.2	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	161
5.2.1	ESTADO DE RESULTADOS (PÉRDIDAS Y GANANCIAS)	162
5.2.2	FLUJOS NETOS DE FONDOS	163
5.3	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	164
5.3.1	DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO.....	164
5.3.2	CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	165

CAPÍTULO VI.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	171
6.1 CONCLUSIONES	171
6.2. RECOMENDACIONES.....	172
7. BIBLIOGRAFÍA.....	173
8. ANEXOS	175

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1.1-1 REMESAS	13
ILUSTRACIÓN 1.1-2 INFLACIÓN AMÉRICA LATINA	14
ILUSTRACIÓN 1.1-3 INFLACIÓN DEL ECUADOR.....	15
ILUSTRACIÓN 1.1-4 CANASTA E INGRESO FAMILIAR.....	17
ILUSTRACIÓN 1.1-5 SOSTENIBILIDAD OPERACIONAL Y FINANCIERA.....	19
ILUSTRACIÓN 2.3-1 TASAS DE INTERÉS	57
ILUSTRACIÓN 2.3-2 COMPLEMENTARIOS Y SUSTITUTOS.....	64
ILUSTRACIÓN 2.4-1 TABLA DE EDAD DE MICROEMPRESARIOS.....	67
ILUSTRACIÓN 2.4-2 DATOS REFERENCIALES CUTUGLAGUA	69
ILUSTRACIÓN 2.4-3 PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN ENCUESTAS	76
ILUSTRACIÓN 2.9-1 TASAS DE INTERÉS FUNDEI.....	93
ILUSTRACIÓN 2.9-2 PRODUCTO CENTRAL, REAL Y AUMENTADO	95
ILUSTRACIÓN 3.3-1 FLUJOGRAMA PROCESO DE CRÉDITO	111
ILUSTRACIÓN 3.3-2 FLUJOGRAMA PROCESO DE CAPACITACIÓN	122
ILUSTRACIÓN 3.3-3 REGISTROS PROCESO DE CAPACITACIÓN	123

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.1-1 COMPORTAMIENTO ONG.....	1
TABLA 1.1-2 PRODUCTO INTERNO BRUTO	11
TABLA 1.1-3 BALANZA COMERCIAL	12
TABLA 1.1-4 CANASTA FAMILIAR.....	16
TABLA 1.1-5 CANASTA ANALÍTICA.....	17
TABLA 1.1-6 PRINCIPALES CUENTAS IFIS	18
TABLA 1.1-7 TASAS DE INTERÉS	21
TABLA 1.1-8 TASA DE DESEMPLEO, EMPLEO Y OCUPACIÓN.....	23
TABLA 1.2-1 IDENTIFICACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS URBANOS.....	29
TABLA 1.2-2 IDENTIFICACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS RURALES.....	30
TABLA 1.2-3 DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA MICROEMPRESARIOS URBANOS Y RURALES	31
TABLA 1.2-4 EDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS.....	32
TABLA 1.2-5 NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS	33
TABLA 1.2-6 PROBLEMAS DE LOS MICROEMPRESARIOS.....	34
TABLA 1.2-7 FUENTES DE FINANCIAMIENTO MICROEMPRESA	38
TABLA 1.2-8 INSTITUCIONES Y FINANCIAMIENTO.....	40
TABLA 2.2-1 DISTRIBUCIÓN MICROEMPRESA Y SU ANTIGÜEDAD	43
TABLA 2.3-2 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN FUNDEI	63
TABLA 2.4-1 DISTRIBUCIÓN CUOTAS CUTUGLAGUA.....	70
TABLA 2.4-2 SELECCIÓN DE MUESTRA	72
TABLA 2.4-3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	72
TABLA 2.4-4 ANÁLISIS DE RESULTADOS	82
TABLA 2.5-1 CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA	83
TABLA 2.5-2 FACTORES DE EDUCACIÓN.....	84
TABLA 2.5-3 NIVELES DE EDUCACIÓN MICROEMPRESARIOS	85
TABLA 2.5-4 DEMANDA PROYECTADA.....	87
TABLA 2.6-1 FACTORES OFERTA	89
TABLA 2.6-2 OFERTA HISTÓRICA.....	89
TABLA 2.6-3 OFERTA ACTUAL Y PROYECTADA	90

TABLA 2.7-1 DEMANDA INSATISFECHA	90
TABLA 2.8-1 FACTORES DEL PRECIO	91
TABLA 3.1-1 BARRIOS PARROQUIA DE CUTUGLAGUA	99
TABLA 3.1-2 FACTOR DE MERCADO	100
TABLA 3.1-3 INFORMACIÓN DE PROVEEDORES.....	102
TABLA 3.2-1 CRITERIOS DE SELECCIÓN MICRO LOCALIZACIÓN	105
TABLA 3.2-2 MATRIZ MICRO LOCALIZACIÓN.....	106
TABLA 3.3-1 DESCRIPCIÓN PROCESO CREDITICIO.....	110
TABLA 3.3-2 REGISTROS PROCESO CREDITICIO	112
TABLA 3.3-3 RIESGO Y CONTROL PROCESO DE CRÉDITO	112
TABLA 3.3-4 SOLICITUD DE CRÉDITO	116
TABLA 3.3-5 DESCRIPCIÓN PROCESO DE CAPACITACIÓN	121
TABLA 3.3-6 RIESGOS Y CONTROLES PROCESO DE CAPACITACIÓN	123
TABLA 3.3-7 REQUERIMIENTOS	127
TABLA 5.1-1 PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS	157
TABLA 5.1-2 PRESUPUESTO ACTIVOS DIFERIDOS	158
TABLA 5.1-3 CAPITAL DE TRABAJO.....	158
TABLA 5.1-4 CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	159
TABLA 5.1-5 PRESUPUESTO DE INGRESOS	160
TABLA 5.1-6 PRESUPUESTO DE EGRESOS	160
TABLA 5.1-7 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	161
TABLA 5.2-1 ESTADO DE RESULTADOS	162
TABLA 5.2-2 FLUJO DE EFECTIVO.....	163
TABLA 5.3-1 TASA DE DESCUENTO.....	164
TABLA 5.3-2 VALOR ACTUAL NETO	165
TABLA 5.3-3 TASA INTERNA DE RETORNO.....	167
TABLA 5.3-4 PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	168
TABLA 5.3-5 COEFICIENTE DE COSTO BENEFICIO	169
TABLA 5.3-6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	170

PRESENTACIÓN

El presente trabajo se realiza con la intención de implementar una sucursal de la fundación para el desarrollo microempresarial “FUNDEI” en la parroquia de Cutuglagua, cantón Mejía enfocados en dos líneas de producto:

- Financiamiento
- Microcrédito

Los diversos estudios enmarcados en el tema se volverán una herramienta fundamental para la implementación de la Fundación bajo análisis, reflejando su grado de factibilidad en el segmento de mercado establecido.

Además servirá como guía fundamental para la toma de decisiones, y poseer una misión concreta al giro del negocio, con expectativas a largo plazo, tratando de cumplir parámetros establecidos dentro del estudio en mención.

Es importante dar a conocer el apoyo de la fundación “FUNDEI” para el desarrollo microempresarial, y su comprometimiento con el desarrollo productivo del País.

El motivo para realizar el presente estudio es reflejar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante el periodo de aprendizaje universitario, incorporando bases sólidas, cuyo resultado generará un valor agregado colectivo e individual, con la posibilidad de crear fuentes de trabajo, ayudar a la economía del país entre otros aspectos macro, bajo parámetros de calidad.

INTRODUCCIÓN

FUNDEI es una organización no gubernamental de cooperación profesional y voluntaria, sin fines de lucro, creada para llevar a cabo la capacitación y colocación de microcréditos a personas naturales o jurídicas, para contribuir al desarrollo del Ecuador.

Esta Institución de derecho privado se registró bajo leyes, estatutos y demás normativa legal para este tipo de organizaciones. Su sede está ubicada en la calle Tarqui N15-62 y Av. 10 de agosto, edificio Pierrottet, Mezanine Of. 102 y 107, en la ciudad de Quito con sucursales en:

- N°1 Parroquia Gonzalo Días de Pineda, cantón el Chaco, provincia del Napo
- N°2 Barrio Cosa Cola, Cantón Loja Provincia de Loja.
- N°3 Barrio Brisas del Mar Cantón Machala Provincia del Oro.

FUNDEI desde la aprobación del acta constitutiva, estatuto y razón social, el 15 de Octubre del 2003 mediante acuerdo N° 000221 emitido por la Ab. Martha Vallejo Luzuriaga Ministra De Trabajo Y Recursos Humano, ha venido desarrollando varios programas que demuestran su comprometimiento para el crecimiento microempresarial en nuestro país en los que se destaca:

- Capacitación para 228 micros empresarios en la Agencia Gonzalo Días de Pineda, Cantón el Chaco año 2010.
- Capacitación para 380 micros empresario en la agencia de la ciudad de Loja año 2010.
- Capacitación para 450 microempresario en la agencia de la ciudad de Quito en convenio con la Cooperativa De Ahorro y Crédito 18 De Noviembre.

- El programa de microcréditos está orientado a microempresarios solo con fines productivos, donde se han atendido en el año 2010 un total de 120 microcréditos con montos promedio de \$500 por cada emprendedor en la agencia del Chaco y, 380 microcréditos con montos hasta \$800 por emprendedor en Loja.

Por la experiencia antes señalada nace la idea brillante de la creación de una sucursal de La Fundación Para El Desarrollo Microempresarial “FUNDEI” en la Parroquia De Cutuglagua Cantón Mejía para promover el apoyo micro-empresarial al sector, en la implementación y desarrollo de empresas para el beneficio económico e intelectual de sus miembros a fin de mover el motor económico de la zona de mediante la asesoría, un fuente de financiamiento a un menor costo de la línea de crédito para microempresas y dar seguimiento a cada proyecto social o productivo en el ámbito de planificación, ejecución y control.

La parroquia de Cutuglagua se encuentra ubicada en el Cantón Mejía, Provincia de Pichincha, al Sur de Quito y a una hora de distancia con relación a la capital Ecuatoriana, tiene una superficie total de 32.26 km², posee alrededor de 15.000 habitantes; sus actividades económicas se encuentran enfocadas en la agricultura y ganadería con un bajo nivel de apoyo en materia de crecimiento económico.

Entre los fines y objetivos que desea implementar “FUNDEI” en la parroquia de Cutuglagua están:

- Capacitación en proyectos de interés social.
- Colocación de créditos al segmento micro-empresarial a una tasa de interés que beneficie al sector en general.
- Formular, diseñar, desarrollar, ejecutar, evaluar y difundir proyectos de interés social.

- Asesorar, en proyectos de interés social. Así como ejecutar trabajos de consultoría.
- Fortalecer a la Fundación mediante convenios con Instituciones nacionales e internacionales y personas naturales a fin de incrementar el fondo común en beneficio de los sectores más desposeídos de nuestro país, a través del desarrollo de la microempresa.

Para medir la factibilidad de los fines y objetivos es importante realizar una investigación de mercado a la zona de acción de la nueva sucursal de “FUNDEI”; analizar su desenvolvimiento histórico, actual y proyectado en materia microempresarial. Se identificará los beneficios a ser ofertados, sus características, la demanda que estos poseen, entre otros aspectos.

La realización de un estudio técnico nos dará a conocer el área de cobertura de la Sede que se desea abarcar basados en factores determinantes en el mismo entre disponibilidades y condicionantes del mercado; se analizará la capacidad para cumplir los objetivos propuestos, como la localización, se establecerán los respectivos procesos enmarcados en un panorama de calidad, así también como los requerimientos de implementación.

El estudio organizacional estará regido bajo legislación emitida por el Ministerio de Relaciones Laborales, normas y reglamentos establecidos por “FUNDEI” entre otros.

La conciliación de todos estos aspectos permitirá realizar un adecuado estudio financiero encaminado a fomentar el desarrollo microempresarial del Sector.

RESUMEN EJECUTIVO

Diagnóstico situacional

El presente estudio permitió conocer ciertos factores macro que afectan directamente al proyecto donde es importante tomar en cuenta las ONG registradas y que bordean las veinte mil, las ONG con registro único de organizaciones que bordean las siete mil que da un escenario no tan favorable debido a que no existe una estandarización institucional como tal.

Además es importante analizar otros indicadores económicos como son:

- El PIB, que manifiesta un incremento económico favorable, alcanzando en el 2010 un valor de 56.996 millones de dólares, esta perspectiva indica un panorama aceptable para el emprendimiento y el aporte a este tipo de instituciones.
- La inflación, canasta familiar, las remesas de emigrantes, la balanza comercial, tasa ocupacional reflejan un avance a nivel país, que incentivan al entorno económico.
- En un ambiente micro, se estudió a los posibles miembros beneficiarios, localizándolos exclusivamente en ciertos barrios de la Parroquia, donde se busca establecer alianzas estratégicas con la comunidad para una facilidad en el otorgamiento de microcréditos como también un sistema de capacitación y asesoramiento microempresarial.

Estudio de mercado

Existe la pre disponibilidad de las personas para acudir a un organismo que le otorgue capacitación y financiamiento, por tanto el proyecto de implantación de una sucursal es viable.

Hay que implementar canales dirigidos a promover el acceso al financiamiento mediante programas de capacitación para el manejar de riesgo de las microempresas, reforzar los panoramas de capacitación de la fundación con el objetivo de enfocar un plan de negocios con fortalecimiento en las áreas financieras y de mercado, los indicadores de situación de compra son muy similares, por lo que se deben destinar programas de capacitación a domicilio como en instituciones designadas para brindar un servicio acorde a las expectativas de las personas beneficiarias.

Estudio técnico

Se realizó un estudio interno de procesos de la Fundación, agregando mayor eficiencia en “cuello de botellas” encontrados, como es el caso en el estudio para el otorgamiento de microcréditos, FUNDEI cuenta con políticas internas que permite la ejecución, mediante este estudio se determinó la ingeniería del proyecto, con una localización apropiada en Barrio Lourdes, por el target que representa.

Estudio Organizacional

FUNDEI posee un organigrama estructural, donde la máxima autoridad es la Asamblea General, estableciendo tres agencias en Loja, Machala y Napo, con su respectiva distribución organizativa, donde el proyecto en ejecución tomará estos lineamientos para estandarizar los procesos y adaptarse al entorno, con las sugerencias planteadas.

Estudio Financiero

Se realizó la evaluación financiera que reflejaron los siguientes indicadores:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ESCENARIOS						PONDERACIÓN
	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA (EP*0,45)	BASE (EB*0,45)	OPTIMISTA (EO*0,45)	
VAN DE PROYECTO	-\$ 395,22	-\$ 9.782,07	\$ 5.035,05	-\$ 177,85	-\$ 4.401,93	\$ 2.265,77	-\$ 2.314,01
TIR DEL PROYECTO	18,61%	10,75%	21,66%	8,38%	4,84%	9,74%	22,96%
PERIODO RECUP. PROYECTO	3,54	3,69	3,49	1,59	1,66	1,57	4,82
RELACIÓN B/C PROYECTO	-0,01	-0,21	\$ 0,11	0,00	-0,10	0,05	-0,05
Peso de Ponderación	45%	45%	45%				

EXECUTIVE SUMMARY

Situational Diagnosis

This study reported macro factors that directly affect the project where it is important to take into account the registered NGOs that line the twenty thousand NGOs organizations unique record of the seven thousand that line which gives a less favorable scenario because there is no institutional standardization as such.

It is also important to analyze other economic indicators such as: GDP, which shows a favorable increase in 2010 reaching a value of \$ 56.996 million showing a growth, which shows a panorama acceptable to entrepreneurship and contribution to such institutions, Inflation basket, emigrants' remittances, trade balance, reflecting a rate occupational advancement at the country level, thus encouraging the economic environment.

In a micro environment, we studied the potential beneficiary Member localized exclusively in certain quarters of the parish, which seeks to establish strategic partnerships with the community to a facility in microcredit lending as well as a system of micro-enterprise training and advice.

Market research

There is a pre availability of people to go to an agency to submit to training and funding so the project to implement a branch is viable, channels must be implemented aimed at promoting access to finance through training to handle risk of micro-scenarios reinforce the foundation training in order to focus on a business plan to strengthen the areas of financial and market indicators buying situation are very similar, so it must allocate programs training at home or in institutions designed to provide a service that meets the expectations of the beneficiaries.

Technical Study

We performed an internal review process of the Foundation, adding greater efficiency "bottleneck" encountered, as is the case in the study for microlending, FUNDEI account has internal policies that allow the execution through this study determined project engineering, with an appropriate location in Barrio Lourdes, the target represents.

Organizational Study

Has a structural organization FUNDEI, where the highest authority is the General Assembly, establishing two agencies in Loja and Machala with their respective organizational distribution, where the execution will take this project on guidelines for standardizing processes and adapt to the environment, with the suggestions made.

Financial Study

Financial evaluation was performed which reflected the following indicators:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ESCENARIOS						PONDERACIÓN
	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA (EP*0,45)	BASE (EB*0,45)	OPTIMISTA (EO*0,45)	
VAN DE PROYECTO	-\$ 395,22	-\$ 9.782,07	\$ 5.035,05	-\$ 177,85	-\$ 4.401,93	\$ 2.265,77	-\$ 2.314,01
TIR DEL PROYECTO	18,61%	10,75%	21,66%	8,38%	4,84%	9,74%	22,96%
PERIODO RECUP. PROYECTO	3,54	3,69	3,49	1,59	1,66	1,57	4,82
RELACIÓN B/C PROYECTO	-0,01	-0,21	\$ 0,11	0,00	-0,10	0,05	-0,05
Peso de Ponderación	45%	45%	45%				

CAPITULO 1

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Macro-Ambiente

1.1.1 Político

1.1.1.1 Regulaciones gubernamentales

Comportamiento

Tabla 1.1-1 Comportamiento ONG

CRITERIOS DE SENSIBILIDAD	ANÁLISIS DE ESCENARIOS		
	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA
Talento humano	2%	0%	-2%
Tasa Pasiva	3%	0%	-3%
Inflación	2%	0%	-2%
Riesgo País	3%	0%	-3%
Total	10%	0%	-10%

Fuente: El Telégrafo

Elaborado por: Navia Fabián

Con el fin de identificar cuál es su verdadero accionar en el país, la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana emprendió un proceso de regulación y reglamentación de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG).

El registro se lo trabaja a partir del 2009, pero sin ningún reglamento. Ahora se pretende establecer los lineamientos que permitirán encasillar a las agrupaciones, fundaciones y asociaciones de acuerdo a su trabajo.

La secretaria de Pueblos y Movimientos Sociales, Alexandra Ocles, indicó que continúa el proceso de construcción y debate del reglamento para regularizar a todas las ONG. El objetivo es normar sus actividades y que las entidades que hayan recibido fondos públicos rindan cuentas y, aquellas que no hayan cumplido con esa obligación, inicien el proceso para transparentar su trabajo.

Organizaciones con fines proselitistas

Una de las propuestas que se pretende poner a consideración es que las organizaciones que realicen proselitismo político cambien sus estatutos y se inscriban en el Consejo Nacional Electoral, para que ejerzan sus derechos libremente. La iniciativa precisa que las organizaciones que no cumplan con los fines para los que fueron creadas no mantendrán su naturaleza de ONG. Esto debido a que, bajo esa condición, reciben fondos que al final los destinan a otros objetivos.

Normativa

En el país no existe una ley que regule el funcionamiento de las ONG, sin embargo, han estado regidas por el Código Civil de 1960. Por tales circunstancias es indispensable una propuesta de regulación, además, las organizaciones no gubernamentales están controladas a través de las leyes tributarias y bajo la personería jurídica de cada entidad.

La secretaria de Pueblos, manifestó la necesidad de actualizar el Código Civil para que se complemente con la Constitución vigente y con la Ley de Participación Ciudadana.

En el Código Civil no existe una clasificación por separado de las pequeñas asociaciones y fundaciones.

1.1.1.2 Rol de las Instituciones, Actividades de Cooperación y Coordinación para el Apoyo a la Microempresa sector público¹.

La Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS)².

Regula las microfinanzas, es la responsable de vigilar el sistema financiero y dictar su marco regulatorio, controlar el manejo integral del riesgo y estimular la profundización del sistema. En la actualidad, la SBS mantiene una amplia gama de información financiera sobre el sector de microfinanzas regulado.

En general, hay un buen diálogo entre las instituciones de microfinanzas y la SBS. A su vez, la SBS siempre está abierta a recibir el apoyo y recomendaciones de la cooperación internacional, estimula el desarrollo de foros de discusión sobre microfinanzas y participa en las diversas conferencias sobre el sector.

El Banco Central de Ecuador (BCE)³.

Es el responsable de analizar y monitorear la evolución de la economía ecuatoriana, con el propósito de recomendar políticas y estrategias para el crecimiento del país. Se dedica a elaborar las estadísticas y encuestas de coyuntura, a difundir y publicar documentos de análisis e investigación económica. Además, el BCE define las tasas de interés activas y pasivas referenciales, y analiza los riesgos inherentes al sistema financiero nacional. Específicamente en lo que se refiere a la microempresa, el BCE se dedica a estudiar el sector debido su importancia en la generación de empleo.

¹La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo, 2006

²www.superban.gob.ec

³www.bce.fin.ec

Desde el 2001 el BCE ha publicado varios estudios sobre las microfinanzas.⁴ El BCE en su base estadística maneja un destacado flujo de información de microcréditos que debería ser publicada en un boletín específico de microfinanzas.

En general, el BCE no cuenta con los medios para impulsar políticas económicas, sino que se dedica a realizar estudios de los que pueden surgir algunas propuestas como la “Nueva Arquitectura Financiera”.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)⁵.

Tiene la facultad de ejecutar políticas, por ser el Ministerio que administra el presupuesto nacional. Su misión es alcanzar la estabilidad general de la economía nacional y crear condiciones para el desarrollo económico y social del país. A principios del 2006, el MEF impulsó el Sistema Nacional de Microcrédito (SNM)⁶, el cual forma parte de la propuesta de la “Nueva Arquitectura Financiera” del BCE.

Este SNM tiene como objetivo “democratizar el acceso al crédito para microempresarios, con incentivos de mercado, aumentando y diversificando la oferta de este tipo de préstamos”. La idea es facilitar la disponibilidad de fondos reembolsables de microcréditos a las operadoras de primer piso; se espera aumentar el mercado de microcréditos de las operadoras, generar competencia y que esto resulte en una reducción de las tasas de interés.

⁴Apuntes de Economía N. 19, “El microcrédito, una alternativa por explorar. Propuesta para la participación del Banco Central del Ecuador” Octubre, 2001, BCE. Apuntes de Economía N. 37, “Diálogo nacional y la Nueva Arquitectura Financiera y Microfinanzas” Nov., 2003, BCE

⁵www.mef.gov.ec

⁶Creado a través del Decreto Ejecutivo No. 1126, emitido el 27 de Enero del 2006, publicado en el Registro Oficial No205 del 8 de Febrero del 2006.

El directorio del SNM estará conformado por 4 representantes de la sociedad civil y sector privado (Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito, Conferencia Episcopal, ONG y organismos internacionales que trabajan en microfinanzas) y tres del sector público (MEF, Secretaría Técnica del Frente Social y BCE). El SNM tiene tres componentes:

El Fondo Nacional de Microcrédito

Recursos concursables, orientados hacia el microcrédito a través de las operadoras; este fondo arranca con un fideicomiso inicial de US\$ 15 millones destinados a préstamos que irán de los US\$ 300 a los US\$ 5.000.

El Fondo de Fortalecimiento, Regulación y Capacitación

El mismo fideicomiso controlará estos recursos concursables (reembolsables y no-reembolsables) para fortalecer la capacitación y asistencia técnica de las operadoras y microempresas.

La Red Nacional de Operadores de Microcrédito

Busca aumentar la cobertura de los servicios microfinancieros hacia áreas rurales y urbano-marginales. Su columna vertebral será la extensión del Sistema de Pagos Interbancarios del BCE. Aunque el SNM ya fue creado, aún se encuentra en discusión el funcionamiento de los fondos, tanto el crediticio como el de asistencia técnica y los criterios de acreditación y calificación para acceder a los mismos. Esta iniciativa ha sido aprobada a pesar de que existen mecanismos similares de segundo piso que ofrecen recursos estatales para crédito a nivel nacional. La creación del SNM despierta grandes inquietudes en el mercado en cuanto a las distorsiones que podría generar a pesar del reducido monto de su operación inicial y por el clientelismo político que generalmente afecta a este tipo de programas.

La Corporación Financiera Nacional (CFN)⁷

Busca incrementar la cobertura geográfica y el volumen de operaciones dirigidas a solventar las necesidades de financiamiento de la microempresa.

Actualmente, la CFN está autorizada a brindar créditos como banca de primer piso, en esta área tiene un programa de crédito para la microempresa (CREDIMICRO) que otorga créditos hasta los US\$ 25.000, hasta 6 años de plazo, éstos créditos han acumulado desde 1998 un volumen de US\$ 82 millones repartidos a 38.325 beneficiarios finales.

Bajo un esquema fiduciario la CFN administra 5 fideicomisos orientados a las microfinanzas, estos son:

- a) Fonlocal y Microempresas rurales a nivel nacional;
- b) Fonlocal para jóvenes empresarios entre 18 y 29 años a nivel nacional;
- c) Crédito Productivo Solidario del PPS para personas bajo la línea de la pobreza;
- d) Proquito para microempresarios del Distrito Metropolitano de Quito; y
- e) Produjeres para microempresarias mujeres. En total se han desembolsado más de US\$ 26 millones, de los cuales más de la mitad pertenecen al programa Crédito Productivo Solidario del MBS.

⁷www.cfn.fin.ec

El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP)⁸

Tiene a su cargo la Subsecretaría de Micro, Pequeña y Mediana Empresa y Artesanías cuya misión es promover y apoyar el desarrollo de este sector productivo.

Su objetivo es mejorar la productividad y competitividad de las micro y pequeñas empresas, y asimismo mejorar su acceso a los mercados nacionales e internacionales.

El MICIP impulsó la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía en 1973, la misma ha sido reformada varias veces y en la actualidad sólo otorga algunas exoneraciones impositivas disminuyendo los costos de constitución de la empresa y algunos derechos de exportación. Además, cuenta con varios programas que brindan SDE a microempresarios.

Por otra parte, el MICIP también elabora una agenda de proyectos con oportunidades de inversión por provincias, para estimular el desarrollo regional.

Sin bien, el MICIP trabaja en conjunto con algunas instituciones que conforman el FOME y con la cooperación internacional, no se observa coordinación del MICIP con otros ministerios del Gobierno Ecuatoriano ni con una visión que incorpore al total de los actores que trabajan en el sector.

⁸www.micip.gov.ec

El Ministerio de Relaciones Laborales (MRL)⁹

Es el responsable de “diseñar y ejecutar políticas de mantenimiento y generación de empleo con énfasis en los sectores vulnerables”, así como impulsar la formación y capacitación profesional. Tiene a su cargo el SECAP y la Dirección Nacional de Empleo. El MRL realiza algunas actividades que favorecen a la microempresa; por ejemplo, destina algunos fondos para capacitación a través del SECAP y unos talleres de confección que están a su cargo. No se ha evidenciado coordinación entre el MEF y MRL para realizar programas de apoyo a la microempresa.

El Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional (INECI)

Depende del Ministerio de Relaciones Exteriores, y es el “responsable de orientar y utilizar de manera eficiente y productiva los recursos de cooperación técnica y asistencia económica no reembolsable”. El INECI coordina y supervisa los proyectos de la cooperación internacional en Ecuador. En el 2002 se formaron siete mesas de coordinación con la cooperación internacional, para fomentar el intercambio de información, evitar duplicidad del trabajo y focalizar las prioridades de desarrollo del país. Una de las mesas, la de Concertación del Tejido Económico tiene el propósito de mejorar la calidad de vida de la población más pobre a través del apoyo a la microempresa.

Esta Mesa inició sus actividades en el 2002 con cuatro cooperantes internacionales y a principios del 2006 sumaba once instituciones internacionales, dos asociaciones locales (FOME, RFR), la SB y el INECI. Se realizaron estudios sobre los actores que intervienen en el sector de la microempresa y sobre las normas de supervisión necesarias para las microfinanzas.

⁹www.mintrab.gov.ec

Por intermedio de la mesa de Concertación del Tejido Económico el INECI, junto con la cooperación internacional y las instituciones locales, han logrado coordinar su labor e influir en las políticas nacionales que afectan a la microempresa.

Sin embargo, la coordinación de la mesa con el MEF, MRL, BCE y MBS es prácticamente nula.

Recién a principios del 2006, se ha iniciado un acercamiento al MEF para dialogar y fijar una agenda futura entre los organismos del sector público y la cooperación internacional.

El Consejo Nacional de la Microempresa (CONMICRO)

Fue creado por Decreto Ejecutivo N.2461 el 13 de marzo del 2002 R.O. 538, como ente responsable de generar políticas, armonizar y coordinar actividades y programas de las entidades públicas para fortalecer a la microempresa.

De acuerdo al último decreto N.2086 del 2004 el CONMICRO está integrado por los ministros (o sus representantes) del MEF, MRL, MICIP, el presidente del Consejo Nacional de Juntas Parroquiales del Ecuador (CONAJUPARE), el gerente de la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el presidente del Consejo Nacional de Cámaras de Microempresas del Ecuador (CM).

El CONMICRO debe establecer el Plan Nacional de Desarrollo de la Microempresa y el Sistema de Abastecimiento a la Microempresa Ecuatoriana que brinde SDE para las microempresas.

Además se deberían formar los comités técnicos para desarrollar las actividades que permitan el desarrollo y fortalecimiento de la microempresa.

Lamentablemente, el CONMICRO “es una buena idea en papeles, pero en la práctica no ejerce su influencia”. No tienen un espacio designado para su funcionamiento, tampoco cuenta con presupuesto propio ni con personal específico. Las reuniones del CONMICRO son esporádicas y solo la CM participa activamente impulsando su propia agenda.

No existe coordinación con el MEF ni con el MICIP, como ejemplo, el Sistema Nacional de Microcrédito fue diseñado en el BCE e impulsado por el MEF, pero no fue discutido con el CONMICRO.

Para el desarrollo coordinado del sector, sería sumamente útil que el CONMICRO funcionara efectivamente en un rol orientado a la formulación de la política pública para fortalecer a la microempresa y a la coordinación de acciones y actividades que potencien y vinculen al sector público y al privado.

Para ello debería promover la participación activa del sector público (MEF, MTE, MICIP, MBS, CFN, SB), del sector privado y sus asociaciones (FOME, RFR, FECOAC, CNCM, Gremio de Artesanos) y la Mesa de Concertación del Tejido Económico, creando espacios de discusión, concertación y búsqueda de consensos de los temas relevantes del sector, con una visión de cobertura nacional, incluyendo a los gobiernos seccionales, universidades y empresarios.

1.1.2 Económico

1.1.2.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 1.1-2 Producto Interno Bruto

Años - PIB	PIB (en millones dólares)	PIB REAL (En millones de dólares de 2000)	PIB per cápita real 2000 (dólares)	PIB per cápita en dólares	Población miles de habitantes
1997	23,635	16,199	1,376	2,008	11,773
1998	23,255	16,541	1,384	1,946	11,948
1999	16,674	15,499	1,279	1,376	12,121
2000	15,934	15,934	1,296	1,296	12,299
2001	21,250	16,784	1,345	1,703	12,480
2002	24,899	17,497	1,382	1,967	12,661
2003	28,636	18,122	1,411	2,230	12,843
2004	32,642	19,572	1,502	2,506	13,027
2005	37,187	20,747	1,570	2,814	13,215
2006	41,763	21,553	1,607	3,115	13,408
2007	45,789	22,090	1,624	3,366	13,955
2008	52,572	23,264	1,685	3,808	13,805
2009	51,106	23,998	1,713	3,649	14,005
2010	56,998	25,019	1,761	4,013	14,205

* Los datos al 2010 son una previsión en base a expectativas empresariales y a modelos econométricos presentados por el BCE e INEC a Noviembre del mismo año

Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Estadísticas y Estudios – RFR

La información presentada demuestra una tendencia creciente del PIB desde el año 1997 de \$23.635 millones a \$56.998, debido a varios factores como: el boom petrolero en los últimos años, el precio que se cotiza en los mercados internacionales, el ingreso de remesas al mercado Ecuatoriano por extranjeros en algunos ciclos económicos, el incremento y conciencia tributaria en recaudaciones de impuestos, tasas, contribuciones y, otros.

A su vez no demuestra una realidad ajustada a la situación económica actual, debido que la distribución del PIB se concentra básicamente en el petróleo y recaudaciones, dejando la productividad con un porcentaje menor, lo que perjudica notablemente a la generación de empleo a mediano y largo plazo.

1.1.2.2 Balanza Comercial y Remesas

Balanza Comercial

“La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período.

El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es la diferencia entre los bienes que un país vende al exterior y los que compra a otros países.”¹⁰

Tabla 1.1-3 Balanza Comercial.

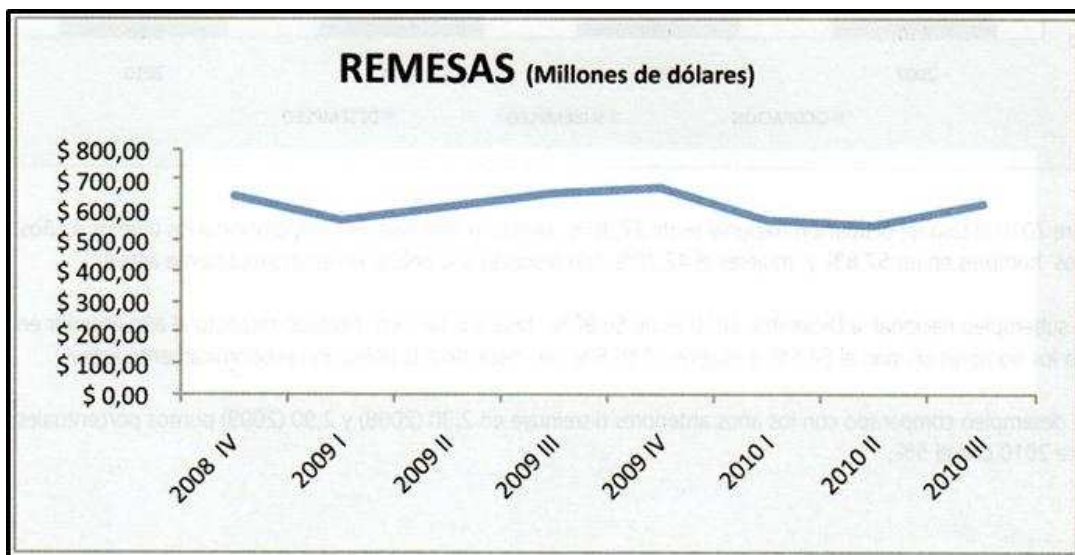
BALANZA COMERCIAL, PRECIOS DE PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACION Y REMESAS.												
EN MILLONES DE DÓLARES	dic-09	ene-10	feb-10	mar-10	abr-10	may-10	jun-10	jul-10	ago-10	sep-10	oct-10	Comportamiento mensual
BALANZA COMERCIAL	-299	75	130	144	166	48	-43	-303	-463	-1132	-981	BAJA
EXPORTACIONES ACUMULADAS FO	13.779	1.327	2.597	4.088	5.607	7.012	8.443	9.838	11.129	12.552	12.573	SUBE
IMPORTACIONES ACUMULADAS FO	14.098	1.252	2.467	3.944	5.441	6.964	8.486	10.141	11.992	13.684	13.554	BAJA
DEUDA EXTERNA	13.425	13.052	13.220	13.518	13.570	13.757	13.615	13.585	13.431	14.216	13.974	BAJA
DEUDA PÚBLICA	7.393	7.374	7.326	7.658	7.651	7.657	7.862	7.903	7.878	8.702	8.500	BAJA
DEUDA PRIVADA	6.032	5.678	5.854	5.860	5.927	6.100	5.753	5.682	55.553	5.514	5.364	BAJA

Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Estadísticas y Estudios - RFR

¹⁰Wikipedia

Ilustración 1.1-1 Remesas.



Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Estadísticas y Estudios - RFR

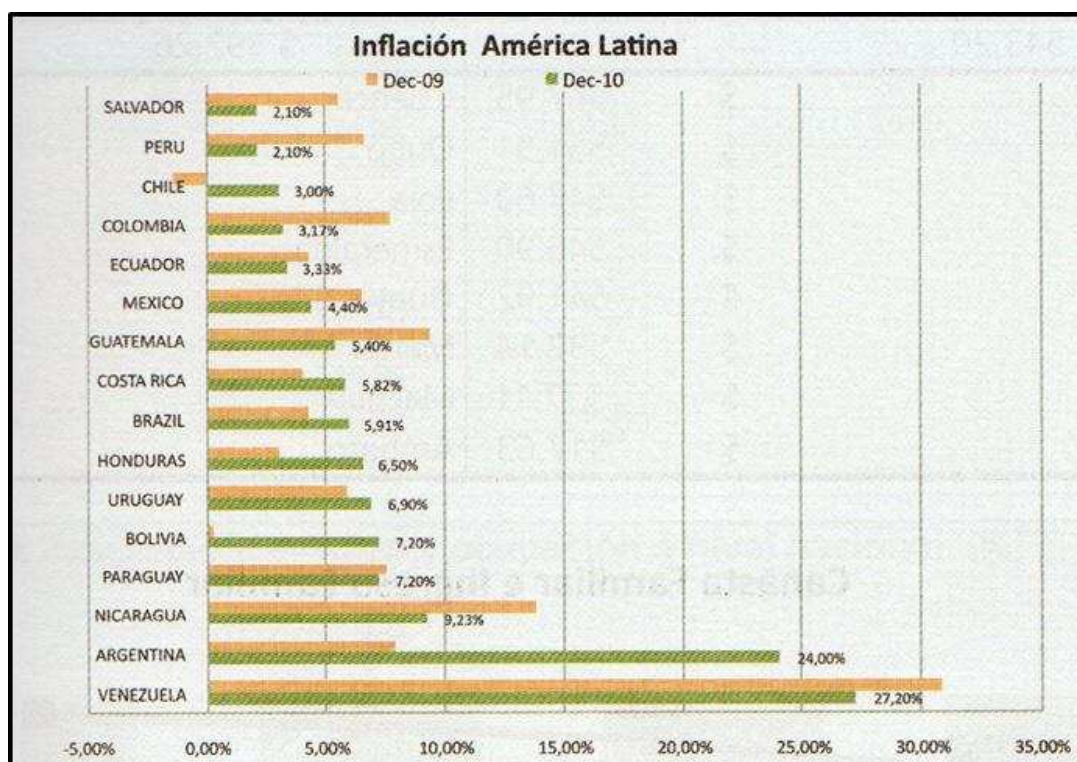
A finales del 2010 la balanza comercial se encuentra con una tendencia negativa, lo que quiere decir que ha existido un mayor número de importaciones con respecto a las exportaciones, lo que genera un déficit en Oct. del 2010 de -981 millones de dólares.

Por su parte, las remesas también poseen una tendencia decreciente, lo que indica que en nuestro país está ingresando cada día menos dinero de los emigrantes, debido a diferentes causas, como por ejemplo la crisis económica mundial, familias emigrantes consolidadas en el exterior, otros.

1.1.2.3 Inflación

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.”¹¹

Ilustración 1.1-2 Inflación América Latina.



Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Estadísticas y Estudios - RFR

¹¹BCE

Ilustración 1.1-3 Inflación del Ecuador.



Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Estadísticas y Estudios - RFR

Analizando la inflación en América Latina a diciembre del 2010, Ecuador demuestra una tasa equilibrada del 3,33% que le ubica en una situación favorable comparado con los demás países.

Además la tendencia inflacionaria desde el segundo semestre del 2010 es creciente como lo demuestra la Ilustración 1.1-4, debido a una pérdida del valor adquisitivo de la moneda, traducida en un incremento en precios reflejados en productos de la Canasta Básica.

1.1.2.4 Canasta e ingreso familiar

Canasta familiar básica

“Esta canasta se refiere a un hogar tipo de 4 miembros, con 1,60 perceptores que ganan exclusivamente la Remuneración básica unificada, están constituidas por alrededor de 75 artículos de los 299 que conforman la Canasta de artículos (Bienes y servicios), del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Los artículos que conforman estas canastas analíticas, se considera que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar considerado en: alimentos y bebidas; vivienda; indumentaria; y, misceláneos”¹²

Tabla 1.1-4 Canasta Familiar.

CANASTA FAMILIAR (en dólares)			
Canasta familiar básica	\$ 544.71	Ingreso familiar mensual	\$ 448.00
Ingreso familiar mensual	\$ 448.00	Canasta familiar vital	\$ 390.10
Déficit (17,75% de CFB)	\$ 96.71	Superávit (14,84% de CFV)	\$ 57.90

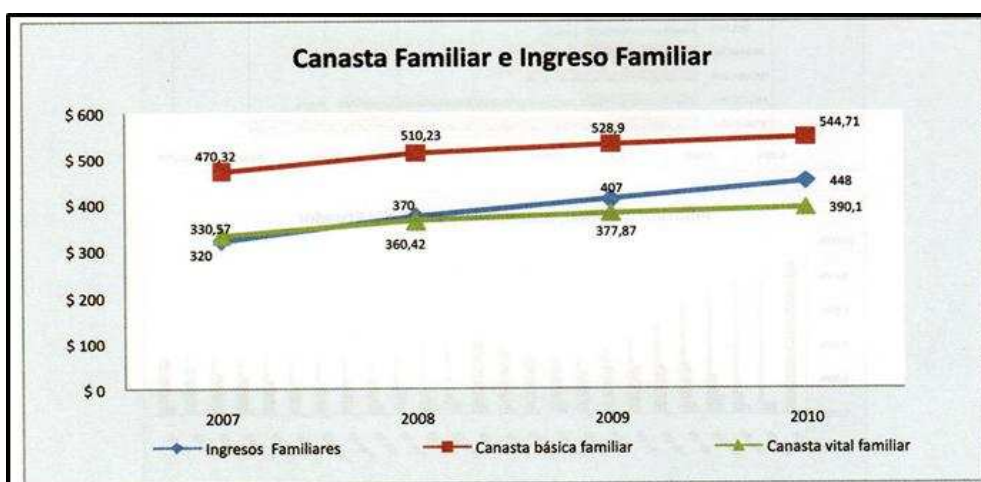
El ingreso mínimo mensual de un hogar a Dic/10 considera a cuatro miembros con 1,6 perceptores de remuneración.

¹²BCE

Tabla 1.1-5 Canasta Analítica.

CANASTA ANALITICA: NACIONAL, POR REGIONES Y CIUDADES (en dólares)			
CANASTA BASICA NACIONAL \$544,71 D		CANASTA VITAL NACIONAL \$390,10	
Básica Costa	Básica Sierra	Vital Costa	Vital Sierra
\$ 543.20	\$ 548.18	\$ 392.26	\$ 390.74
Cuenca	\$ 567.95	Cuenca	\$ 395.26
Quito	\$ 551.91	Quito	\$ 393.54
Loja	\$ 547.63	Loja	\$ 388.57
Esmeraldas	\$ 546.90	Esmeraldas	\$ 389.92
Guayaquil	\$ 541.92	Guayaquil	\$ 388.27
Manta	\$ 532.14	Manta	\$ 532.14
Machala	\$ 527.11	Machala	\$ 391.46
Ambato	\$ 517.63	Ambato	\$ 374.86

Ilustración 1.1-4 Canasta e Ingreso Familiar.



Fuente: INEC, BCE

Elaborado por: Estadísticas y Estudios - RFR

A diciembre del 2010 la canasta familiar básica se ubicó en \$544,71, y un ingreso familiar mensual de \$448 lo que representa un déficit de \$96,71 esto se refleja en los niveles de consumo habitual en las despensas, supermercados entre otros sitios de acopio de productos; además la tendencia del costo de la canasta familiar vs los ingresos son crecientes debido al incremento salarial en varios segmentos de mercado establecidos por órdenes gubernamentales entre otros aspectos.

1.1.3 Sector Financiero

1.1.3.1 Principales cuentas reguladas sector financiero

Tabla 1.1-6 Principales cuentas IFIS.

PRINCIPALES CUENTAS DEL SECTOR REGULADO SBS Y REGULADO MIES (Monitoreo RFR)				
(USD Dólares)				
ACTIVOS	Dic-08	Dic-09	Dic-10	Comportamiento
BANCOS	16,414,920,706.26	17,525,589,565.34	20,595,283,535.35	SUBE
BANCA PÚBLICA	2,189,020,587.67	3,383,179,629.72	2,761,144,182.57	BAJA
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO REGULADAS SBS	1,688,394,594.08	2,045,172,570.74	2,612,416,335.57	SUBE
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO REGULADAS MIES	96,992,926.70	119,414,504.20	151,017,842.10	BAJA
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES (PROG.CRÉDITO)	80,305,416.94	84,706,880.24	123,048,531.80	SUBE
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO 2DO.PISO	22,409,896.64	33,888,504.11	37,238,361.38	BAJA
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES (PROG.CRÉDITO 2DO. PISO)	2,272,930.50	2,172,466.49	2,689,061.56	SUBE
MUTUALISTAS	396,669,123.21	385,586,150.44	456,328,834.06	SUBE
SOCIEDADES FINANCIERAS	945,052,446.38	963,596,327.46	1,185,421,326.14	SUBE
SISTEMA FINANCIERO TOTAL	21,836,038,628.38	24,543,306,598.74	27,944,588,010.53	SUBE

PASIVOS	Dic-08	Dic-09	Dic-10	Comportamiento
BANCOS	14,716,199,039	15,655,921,835	18,511,141,955	SUBE
BANCA PÚBLICA	1,091,240,806	2,227,006,357	1,905,102,904	BAJA
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO REGULADAS SBS	1,393,313,764	1,694,033,306	2,203,973,788	SUBE
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO REGULADAS MIES	81,210,162	99,511,342	127,799,695	SUBE
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES (PROG.CRÉDITO)	55,796,301	59,401,274	88,736,679	SUBE
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO 2DO.PISO	19,503,684	30,717,711	33,509,408	SUBE
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES (PROG.CRÉDITO 2DO. PISO)	1,064,140	926,135	1,370,658	SUBE
MUTUALISTAS	360,203,289	347,354,312	415,441,858	SUBE
SOCIEDADES FINANCIERAS	789,288,048	786,791,073	981,274,258	SUBE
SISTEMA FINANCIERO TOTAL	18,507,819,233	20,901,663,345	24,268,351,203	SUBE

PATRIMONIO	Dec-08	Dec-09	Dec-10	Comportamiento
BANCOS	1,699,146,666	1,869,669,034	2,084,141,581	SUBE
BANCA PÚBLICA	1,097,779,782	1,156,173,273	876,041,279	BAJA
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO REGULADAS SBS	296,188,323	351,229,200	408,442,548	SUBE
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO REGULADAS MIES	15,782,767	19,903,162	23,218,147	SUBE
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES (PROG.CRÉDITO)	24,509,120	25,305,606	34,311,852	SUBE
COOPERATIVAS AHORRO Y CRÉDITO 2DO.PISO	2,906,213	3,170,793	3,728,954	SUBE
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES (PROG.CRÉDITO 2DO. PISO)	1,208,790	1,246,331	1,318,404	SUBE
MUTUALISTAS	36,525,470	38,250,082	40,886,976	SUBE
SOCIEDADES FINANCIERAS	159,425,087	179,867,936	204,147,068	SUBE
SISTEMA FINANCIERO TOTAL	3,333,472,219	3,644,815,418	3,676,236,808	SUBE



Fuente: SBS, IMF

Elaborado por: Estadísticas y Estudios – RFR

Mediante una ponderación del sistema financiero en el año 2010, las principales cuentas, tanto como del activo, pasivo y patrimonio han sufrido un incremento; con respecto al ámbito cooperativo poseen una tendencia creciente, lo que demuestra el impacto que realizan estas a sus socios y en si al sistema cooperativo.

1.1.3.2 Sostenibilidad operacional y financiera

Ilustración 1.1-5 Sostenibilidad Operacional y Financiera.

Indicadores	Sostenibilidad Operacional		Sostenibilidad Financiera		Variación	
	Dec-09	Dec-10	Dec-09	Dec-10	Sosten. Operac.	Sosten. Financiera
BANCOS	105.11%	109.89%	102.23%	107.15%	4.55%	4.82%
BANCA PUBLICA	128.87%	113.38%	94.29%	79.53%	-12.02%	-15.65%
COAC NO REGULADAS	100.46%	93.59%	96.91%	91.22%	-6.84%	-5.88%
COAC REGULADAS	113.97%	116.53%	100.08%	107.53%	2.24%	7.45%
ONG	131.74%	130.62%	111.40%	116.23%	-0.85%	4.33%
COAC SEGUNDO PISO	110.16%	110.05%	102.28%	105.08%	-0.10%	2.73%
MUTUALISTAS	101.92%	100.34%	88.28%	90.71%	-1.54%	2.76%
SOCIEDADES FINANCIERAS	112.90%	113.09%	106.23%	107.27%	0.17%	0.98%



Fuente: SBS, IMF

Elaborado por: Estadísticas y Estudios – RFR

Para el 2010 los bancos demuestran el porcentaje más elevado correspondiente a sostenibilidad operacional, pasando del 105,11% del 2009 al 109,89% del 2010, esto se refleja en el mercado financiero actual debido a diversas regulaciones, tanto de políticas internas como externas referentes a la seguridad que deben brindar estas instituciones a la colectividad.

Refiriéndonos al ámbito microempresarial, donde la participación predominante se encuentra reflejada en las COAC y ciertas ONG, su sostenibilidad en algunos casos se ha debilitado, por diversas causas, entre las principales la regulación, ya que muchas de estas organizaciones brindaban sus servicios sin tomar en cuenta algunas medidas impuestas por el régimen actual.

En el campo de sostenibilidad financiera, las COAC reguladas demuestran un alto crecimiento del 100,08% en el 2009 al 107,53% del 2010 debido a su desenvolvimiento en el mercado, la apertura a nuevas líneas de crédito y los bajos niveles de morosidad que estas poseen entre otros aspectos.

1.1.3.3 Tasas de interés

Tabla 1.1-7 Tasas de Interés.

TASAS DE INTERÉS	Dec-09	Dec-10	Comportamiento a Dic/10
PASIVA REFERENCIAL	5.24%	4.28%	BAJA
ACTIVA REFERENCIAL	9.19%	8.68%	BAJA
LEGAL	9.19%	8.68%	BAJA
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO EMPRESARIAL	9.90%	9.54%	BAJA
EFFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVA EMPRESARIAL	10.21%	10.21%	SE MANTIENE
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO CORPORATIVO	9.19%	8.68%	BAJA
EFFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVA CORPORATIVO	9.33%	9.33%	SE MANTIENE
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES	11.28%	11.30%	SE MANTIENE
EFFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVA PYMES	11.83%	11.83%	SE MANTIENE
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL CONSUMO	17.94%	15.94%	SUBE
EFFECTIVA MÁXIMA CONSUMO	18.92%	16.30%	SE MANTIENE
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL VIVIENDA	11.15%	10.38%	BAJA
EFFECTIVA MÁXIMA VIVIENDA	11.33%	11.33%	SE MANTIENE
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROCRÉDITO MINORISTA	30.54%	29.04%	SUBE
EFFECTIVA MÁXIMA MICROCRÉDITO MINORISTA	33.90%	30.50%	SE MANTIENE
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROCRÉDITO ACUM.SIMPLE	27.78%	25.37%	SUBE
EFFECTIVA MÁXIMA MICROCRÉDITO ACUM.SIMPLE	33.30%	27.50%	SE MANTIENE
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROCRÉDITO ACUM.AMPLIADA	23.29%	23.11%	SUBE
EFFECTIVA MÁXIMA MICROCRÉDITO ACUM.AMPLIADA	25.50%	25.50%	SE MANTIENE

Fuente: SBS, IMF

Elaborado por: Estadísticas y Estudios – RFR

La variación de tasas de interés entre el 2009 y 2010 en algunos segmentos de crédito demuestran la preocupación macro en ayudar a ciertos segmentos poco favorecidos, a pesar que el porcentaje de variación es mínimo referente al monto solicitado por el segmento trae ciertas ventajas; en el segmento de microcréditos minoristas una tasa del 30,5% en el 2010 frente al 33,9% en el 2009, refleja una variación global de 3,4 puntos porcentuales que beneficia en sí al segmento en general.

1.1.4 Social

1.1.4.1 Tasa Ocupacional y Salario Unificado Nominal

Tasa de ocupación bruta

“Es el porcentaje que resulta del cociente entre el total de ocupados y la población en edad de trabajar (PET)”¹³

Tasa de subempleo bruto

“Es el porcentaje que resulta del cociente entre la suma de los subempleados visibles y de otras formas de subempleo para la población económicamente activa (PEA)”¹⁴

Tasa de desempleo

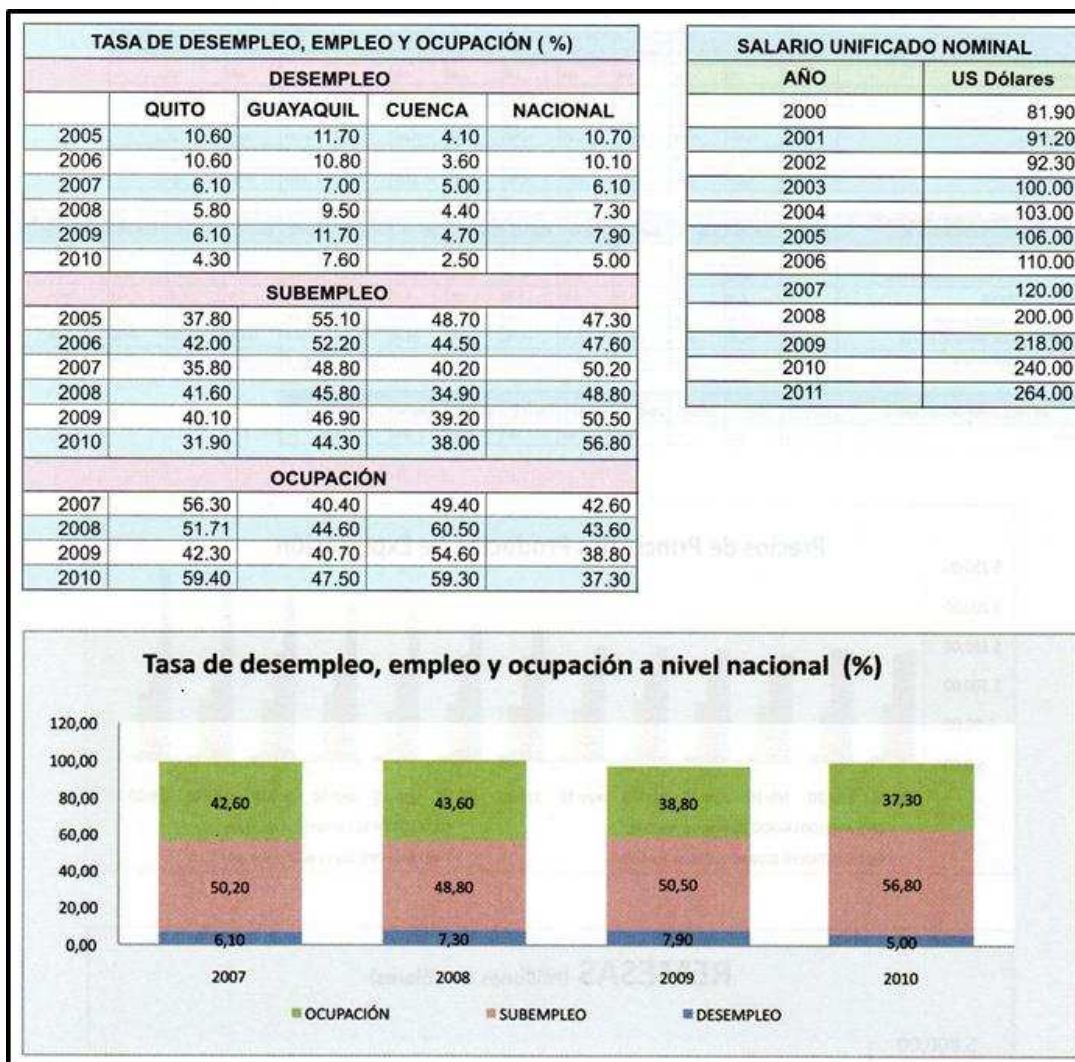
“Es el porcentaje que resulta del cociente entre el número de desocupados y la población económicamente activa (PEA)”¹⁵

¹³INEC

¹⁴INEC

¹⁵INEC

Tabla 1.1-8 Tasa de desempleo, empleo y ocupación.



Fuente: BCE

Elaborado por: Estadísticas y Estudios – RFR

A Diciembre del 2010 los indicadores de ocupación, sub empleo y desempleo representan una tendencia global negativa, con un incremento del subempleo del 50,5% a 56,8%, una ocupación del 38,8% al 37,3% lo que demuestra un aumento en personas dentro del ámbito laboral capacitadas para una determinada ocupación, cargo o puesto de trabajo y no está ocupado plenamente, por lo que opta por tomar trabajos no competentes a su especialización.

1.1.5 Ambiental

1.1.5.1 Asuntos y Mejores Prácticas Ambientales

Las actividades de las Pymes van desde el comercio informal, como vender alimentos o artesanías en la calle, hasta la producción de bienes con calidad de exportación, tales como ropa, alimentos y bebidas procesados. La organización de la producción abarca desde empresarios simples que trabajan con sus familias desde su hogar, a instalaciones más grandes, establecidas en sitios independientes, con docenas de obreros permanentes.

Muchas Pymes tienen un impacto ambiental adverso directo relativamente pequeño, y algunas inclusive pueden tener un impacto beneficioso. Sin embargo, muchas pueden tener consecuencias ambientales adversas importantes que varían de manera tan amplia como los tipos de empresas.

Más allá de los fabricantes o los explotadores de recursos (como los mineros), incluso los mercados informales a pequeña escala generalmente crean preocupación en cuanto a la salud y al medio ambiente, debido a la falta de higiene y de medios de disposición de los desechos.

Estas preocupaciones ambientales crean cargas sociales y económicas profundas en las comunidades de Pymes degradando el ecosistema y las fuentes alimenticias, minando la salud de vecinos y obreros, y consumiendo combustible y recursos más allá del punto de renovación.

Estas cargas a su vez fijan costos importantes no sólo a las Pymes culpables sino también a otras empresas— el costo de obtener combustible, costos de productividad perdida del obrero debido a enfermedad o lesiones, costos de obtención de agua limpia (como para procesadores de textiles o granjeros), etc.

1.1.5.2 Cooperación financiera

Son Instituciones Financieras Intermediarias y prestamistas directos que trabajan para brindarle crédito a las Pymes.

La guía le proporciona herramientas a las organizaciones mencionadas para identificar rápidamente los impactos ambientales críticos y considerar las opciones más rentables para su mitigación.

La aplicación de estas pautas debe complementar la misión primaria de estas organizaciones: facilitar el éxito económico y financiero de las Pymes a corto y largo plazo. Se espera que estas organizaciones refuercen su propio entendimiento de los impactos ambientales importantes (y oportunidades de mitigación), y modifiquen las pautas para ajustarlas a sus propios contextos.

Las empresas y las plantas pequeñas son a menudo más intensas en cuanto a contaminación que las empresas más grandes (por unidad de producción), y su prominencia y concentración en economías o sectores industriales específicos pueden crear problemas ambientales de proporciones alarmantes.

Por ejemplo, aunque las empresas pequeñas sólo son responsables del 40% de toda la producción industrial en India, liberan entre 40-60% de la contaminación industrial del país. Sin embargo, estos impactos adversos pueden estar más que relacionados con la contaminación. (USAID, 2010)

1.1.5.3 Impactos Ambientales y Decisiones Tomadas por las Pymes

- a) **Decisiones de ubicación.** Las decisiones de ubicación de las Pymes pueden tener un profundo impacto en el medio ambiente. Por ejemplo, los impactos de contaminación y recursos de una Pyme, aún cuando sea pequeña, se ampliarán si opera en un área ecológicamente sensible, en un área que carece de la infraestructura de tratamiento/disposición de desechos apropiada o adecuada, o en un lugar donde otras industrias ya están contaminando.

Además, el establecerse en un área subdesarrollada puede requerir de la construcción de vías y de otra infraestructura que puede tener impactos ambientales secundarios adversos.

- b) **Decisiones de compras.** Las Pymes pueden desconocer la disponibilidad y las ventajas financieras potenciales de insumos y equipo de producción más eficaces y más verdes. Por ejemplo, las Pymes que fabrican ladrillo pueden usar desechos biológicos como combustible en lugar de productos de madera.
- c) **Decisiones de Procesamiento/Fabricación:** Por ejemplo, un problema común entre las Pymes es la falta de conocimiento sobre la cantidad apropiada de insumos químicos a utilizar en sus procesos (como tintes para los textiles, fertilizantes o pesticidas). El conocimiento insuficiente frecuentemente da como resultado que las Pymes, que usan de manera considerable más insumos de lo necesario, incrementen tanto sus propios costos como los riesgos ambientales.
- d) **Prácticas de orden y limpieza:** Donde el orden y la limpieza son débiles, en una Pyme se puede presentar un aumento en el desperdicio/derrame de insumos, haciendo que la contaminación ambiental ocurra innecesariamente.

- e) **Decisiones de Seguridad Industrial/Salud de los empleados:** “La mayoría de los impactos ambientales adversos causados por las micro empresas se relacionan a la salud, la higiene, y la seguridad en las empresas industriales y agrícolas.

Estos impactos afectan a los dueños, sus familias, empleados, y vecinos, y para evitarlos es suficiente aplicar normas básicas de seguridad industrial o prácticas simples de higiene.

Las actividades que son más perjudiciales para la salud de los trabajadores involucran el contacto con sustancias tóxicas o corrosivas, tales como metales pesados, ácidos, y solventes orgánicos.

Los efectos no se notan a menudo de inmediato, y sólo se hacen evidentes a mediano y largo plazo.” (Consultores de Tecnología Intermedia 1997d).

- f) **Decisiones de Disposición de los desechos:** La disposición inadecuada de subproductos desechados puede llevar al contacto involuntario del tóxico con los miembros de la comunidad y/o a la contaminación del agua y el aire.

1.2 Micro-Ambiente

1.2.1 Clientes

1.2.1.1 Miembros Beneficiarios

“Son miembros beneficiarios los que en forma directa e indirecta reciben los servicios de capacitación y crédito para la creación y desarrollo microempresarial.”¹⁶

1.2.1.1.1 Panorama Global

Distribución geográfica de las microempresas urbanas y rurales

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) no incluye a la microempresa rural en sus estadísticas; la Encuesta de Actividad Industrial considera a establecimientos de 10 o más trabajadores, la Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo cubre únicamente el nivel urbano, el Censo de Población y Vivienda del 2001 no presenta variables de tamaño de la empresa. Sin embargo, se pueden realizar algunas estimaciones basándose en los datos del Censo de Población y Vivienda del 2001, utilizando las categorías ocupacionales y grupos de ocupación. Cruzando estas variables se considerará como microempresarios o trabajadores de la microempresa, a aquellas personas cuya categoría ocupacional sea: patrono o socio, trabajador por cuenta propia, y trabajador familiar; y al mismo tiempo, su grupo de ocupación sea: trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados, agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros, oficiales operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios, operadores de instalaciones y máquinas y montadores, y trabajadores no calificados. Según esta estimación en el 2001 existían 1.027.299 (50,7%) microempresarios urbanos y 997.953 (49,3%) microempresarios rurales.

¹⁶Estatuto FUNDEI

Tabla 1.2-1 Identificación de los Microempresarios Urbanos.

ÁREA URBANA	CATEGORIA EN LA OCUPACION									
	GRUPOS DE OCUPACION	Patrono o socio	Cuenta propia	Emp. del Municipio	Emp. del Estado	Emp. del Sector Privado	Trab. familiar	Se ignora	Trab. nuevo	Total
	Miembros del poder ejecutivo y personal directivo de la administración pública y de empresas	17.502	13.554	2.292	7.954	43.582	1.209	2.106	-	88.199
	Profesionales científicos e intelectuales	20.182	32.504	6.375	89.643	80.598	1.380	6.339	-	237.021
	Técnicos y profesionales del nivel medio	8.743	13.188	2.617	21.202	48.636	1.122	3.333	-	98.841
	Empleados de oficina	11.872	12.099	16.657	44.302	118.329	2.054	6.554	-	211.867
	Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	69.144	250.716	5.778	23.536	153.168	18.917	27.047	-	548.306
	Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	18.514	52.278	1.000	1.326	24.567	7.311	8.373	-	113.369
	Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios	66.938	207.055	9.373	17.999	211.477	21.421	25.738	-	560.001
	Operadores de instalaciones y maquinas y montadores	24.348	61.487	5.947	7.493	85.677	5.034	9.806	-	199.792
	Trabajadores no calificados	34.631	166.266	8.770	15.937	221.717	23.239	25.822	-	496.382
	Fuerzas armadas	-	-	-	20.020	-	-	-	-	20.020
	No declarado	12.247	29.043	1.872	5.054	40.732	5.309	157.757	-	252.014
	Trabajador nuevo	-	-	-	-	-	-	-	20.192	20.192
	Total	284.121	838.190	60.681	254.466	1.028.483	86.996	272.875	20.192	2.846.004

Fuente: INEC, Sistema integrado de consultas a los censos nacionales
 Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC.

Tabla 1.2-2 Identificación de los Microempresarios Rurales.

ÁREA RURAL	CATEGORIA EN LA OCUPACION									
	GRUPOS DE OCUPACION	Patrono o socio	Cuenta propia	Emp. del Municipio	Emp. del Estado	Emp. del Sector Privado	Trab. familiar	Se ignora	Trab. nuevo	Total
	Miembros del poder ejecutivo y personal directivo de la administración pública y de empresas	2.920	2.857	302	1.290	6.718	471	468	-	15.026
	Profesionales científicos e intelectuales	2.832	4.086	784	14.432	9.607	260	1.031	-	33.032
	Técnicos y profesionales del nivel medio	1.331	1.729	473	6.397	5.176	179	595	-	15.880
	Empleados de oficina	2.222	2.104	3.112	7.533	17.528	379	1.020	-	33.898
	Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	9.886	49.200	707	5.468	27.173	4.087	4.769	-	101.290
	Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	38.138	306.209	939	1.086	61.769	58.782	46.032	-	512.955
	Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios	23.112	77.975	2.302	4.743	87.379	7.692	8.859	-	212.062
	Operadores de instalaciones y máquinas y montadores	7.365	22.025	1.268	1.911	30.341	1.901	2.790	-	67.601
	Trabajadores no calificados	37.468	257.589	3.068	5.388	246.989	96.524	23.343	-	670.369
	Fuerzas armadas	-	-	-	8.971	-	-	-	-	8.971
	No declarado	3.002	9.750	338	887	8.463	2.485	37.151	-	62.076
	Trabajador nuevo	-	-	-	-	-	-	-	6.411	6.411
	Total	128.276	733.524	13.293	58.106	501.143	172.760	126.058	6.411	1.739.571

Fuente: INEC, Sistema integrado de consultas a los censos nacionales
Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC.

De acuerdo a estas estimaciones, en las diferentes regiones del Ecuador y al año 2001, la distribución sería la siguiente: la Sierra concentraba al mayor grupo de microempresarios rurales, en total sumaba el 48,3% de los microempresarios (20,3% urbanos y 28% rurales), la Costa reunía al 45% de los microempresarios (28,9% urbanos y 16,2% rurales), y finalmente el Oriente agrupaba al 6,4% (1,4% urbanos y 5% rurales).

Tabla 1.2-3 Distribución geográfica de microempresarios urbanos y rurales.

Provincia/ Región	Personas			Porcentajes		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
El Oro	63.421	19.784	83.205	3,1%	1,0%	4,1%
Esmeraldas	22.292	45.561	67.853	1,1%	2,2%	3,4%
Guayas	362.803	102.224	465.027	17,9%	5,0%	23,0%
Los Ríos	49.497	55.863	105.360	2,4%	2,8%	5,2%
Manabí	84.817	103.521	188.338	4,2%	5,1%	9,3%
Galápagos	2.543	524	3.067	0,1%	0,0%	0,2%
Costa	585.373	327.477	912.850	28,9%	16,2%	45,1%
Azuay	42.810	63.130	105.940	2,1%	3,1%	5,2%
Bolívar	7.152	37.668	44.820	0,4%	1,9%	2,2%
Cañar	10.610	31.124	41.734	0,5%	1,5%	2,1%
Carchi	13.011	17.875	30.886	0,6%	0,9%	1,5%
Cotopaxi	16.304	69.622	85.926	0,8%	3,4%	4,2%
Chimborazo	25.937	82.667	108.604	1,3%	4,1%	5,4%
Imbabura	29.254	36.387	65.641	1,4%	1,8%	3,2%
Loja	23.815	56.606	80.421	1,2%	2,8%	4,0%
Pichincha	207.560	96.330	303.890	10,2%	4,8%	15,0%
Tungurahua	35.115	75.765	110.880	1,7%	3,7%	5,5%
Sierra	411.568	567.174	978.742	20,3%	28,0%	48,3%
Morona Santiago	6.181	20.133	26.314	0,3%	1,0%	1,3%
Napo	3.648	14.971	18.619	0,2%	0,7%	0,9%
Pastaza	4.015	8.724	12.739	0,2%	0,4%	0,6%
Zamora Chinchipe	3.883	12.249	16.132	0,2%	0,6%	0,8%
Sucumbios	7.727	17.396	25.123	0,4%	0,9%	1,2%
Orellana	3.652	15.934	19.586	0,2%	0,8%	1,0%
Zonas no Delimitadas	1.252	13.895	15.147	0,1%	0,7%	0,7%
Oriente o Amazonía	29.106	101.422	130.528	1,4%	5,0%	6,4%
Total	1.027.299	997.953	2.025.252	50,7%	49,3%	100,0%

Fuente: INEC, Sistema integrado de consultas a los censos nacionales
Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC.

Datos más recientes, basados en la encuesta a microempresarios que realizó el Proyecto SALTO de USAID, muestran la distribución de las microempresas urbanas en Ecuador en el año 2004. La mayor parte están ubicadas en la región de la Costa (66,8%), principalmente en el área de Guayaquil. La Sierra reúne al 31,5% de las microempresas urbanas, con más de la mitad concentradas en Quito y Santo Domingo de los Colorados. Mientras que el Oriente sólo cuenta con el 1,7% del total de microempresas.

Edad de los microempresarios

Al analizar las características de los microempresarios comenzaremos con su división por grupos de edad. La mayoría de los microempresarios (55%) son adultos entre 31 y 50 años; los jóvenes entre 18 y 30 años, alcanzan sólo el 20%; y, los mayores de 51 años, representan al 25% de los microempresarios.

Tabla 1.2-4 Edad de los microempresarios.

Grupos de Edad	Adultos en la Muestra	Microempresarios
12 a 17	16,9	1,1
18 a 25	21,9	8,8
26 a 30	11,3	11,1
31 a 35	9,6	13,8
36 a 40	10,1	16,1
41 a 45	7,6	13,4
46 a 50	6,0	11,6
51 a 55	4,6	8,7
56 a 60	3,4	6,0
Mayor a 60	8,6	9,5
Total	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC.

Nivel educativo de los microempresarios

En cuanto a la educación formal, los microempresarios tienen un nivel educativo superior al promedio ecuatoriano.

Si bien la mayoría de los microempresarios cuenta con una educación básica, una importante proporción, el 11,6 % alcanzó estudios a nivel superior o universitario. El

46,5% tiene como máximo estudios primarios completos y el 42% accedió a la secundaria.

Las diferencias por género son ínfimas, contrario a lo que podría esperarse, idéntico porcentaje de microempresarios hombres y mujeres alcanzaron algún estudio superior o universitario. Se destaca una mayor proporción de mujeres que no recibieron educación formal, 4,1% versus el 2,9% en los hombres. Sin embargo, también es mayor el porcentaje de mujeres microempresarias que cursaron y hasta completaron el nivel secundario, un 43,5% versus el 40,5% de los hombres.

Tabla 1.2-5 Nivel de Educación de los Microempresarios.

Máximo nivel alcanzado	Hombres	Mujeres	Total
Ninguno	2,9	4,1	3,5
Centro de Alfabetización	0,2	0,3	0,3
Primaria Incompleta	8,3	9,0	8,6
Primaria Completa	36,5	31,3	34,1
Secundaria Incompleta	20,4	21,8	21,1
Secundaria Completa	20,1	21,7	20,9
Superior No-universitario Incompleto	0,1	0,1	0,1
Superior No-universitario Completo	0,3	0,4	0,3
Universitaria Incompleta	8,0	8,7	8,3
Graduado en Universidad	3,0	2,4	2,7
Postgraduado	0,2	0,2	0,2
Total	100%	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC.

La microempresa es una importante fuente de empleo y se convierte en una red de protección social puesto que muchas mujeres cabezas de familia se dedican a la microempresa, “Las mujeres comprenden solamente el 30,7% de la población económicamente activa, pero constituyen el 46,7% de la población de microempresarios” (USAID, 2005).

Distribución de las microempresas por sector económico

La mayoría de las microempresas ecuatorianas se dedica al comercio (55%), tal como era de esperarse, ya que el comercio presenta menores barreras de entrada.

Los servicios y la producción requieren mayores destrezas y más capital de trabajo.

Al analizar la distribución sectorial de las microempresas, sea por género o por región geográfica, el comercio agrupa al mayor número de microempresas.

Las mujeres presentan una mayor concentración en el comercio, un 65% versus el 46,4% en los hombres.

A nivel regional, la Sierra presenta un porcentaje más alto de microempresas productoras y el Oriente en servicios.

Principales problemas que debe enfrentar la microempresa

Al ser consultados sobre los problemas que enfrentaban las microempresas, en cuanto a las condiciones del mercado, un 37,8% aparecían como las más perjudiciales y luego el problema financiero, junto con acceso a financiamiento, en un 20,6%.

El resto de los obstáculos mencionados no alcanzaban al 5%. Al comparar por género, los hombres señalaban más problemas con el mercado y la competencia, mientras que las mujeres presentaban más inconvenientes financieros.

Tabla 1.2-6 Problemas de los Microempresarios.

Problema	Hombres	Mujeres	Costa	Sierra	Oriente	Servicios	Prod	Comercio	Total
Ninguno	21,8	23,4	26,7	14,1	16,0	24,3	20,0	22,6	22,5
Mercados y competencia	39,8	35,4	30,7	52,4	44,5	40,8	39,2	35,9	37,8
Financiero	18,3	23,2	24,0	13,8	11,8	12,7	18,9	24,8	20,6
Ubicación y servicios	4,0	5,0	4,3	4,9	4,3	6,4	4,6	3,5	4,5
Insumos y suministros	3,0	2,8	2,4	3,9	4,8	1,8	3,6	3,2	2,9
Maquinaria y herramientas	2,3	1,3	2,0	1,6	1,6	3,0	4,3	0,5	1,9
Autoridades y regulaciones	2,5	1,1	2,1	1,4	1,4	2,4	1,0	1,9	1,9
Transporte	1,3	0,5	1,0	0,8	0,6	1,4	0,7	0,8	0,9
Infraestructura urbana	0,5	0,4	0,5	0,3	1,7	0,5	0,6	0,3	0,4
Técnicos y dirección	0,2	0,2	0,2	0,3	0,5	0,3	0,3	0,1	0,2
Personal	0,2	0,3	0,1	0,5	0,5	0,3	0,7	0,1	0,2
Otros	6,1	6,3	6,1	6,0	12,4	6,0	6,2	6,3	6,2
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC

“Los problemas principales mencionados por los microempresarios ecuatorianos sugieren que muchas, si no la mayoría, operan en un ambiente altamente competitivo con un potencial de crecimiento relativamente pequeño. La mayoría de los microempresarios enfrentan un ambiente con numerosos vendedores y demanda relativamente baja” (USAID, 2005).

1.2.2 Proveedores

Miembros Activos

Son miembros activos, los profesionales o personas jurídicas que voluntariamente deseen ingresar previa calificación del Directorio y su Registro en el Ministerio de Trabajo.¹⁷

1.2.2.1 Capacitación

Existen diversas alternativas de organizaciones privadas como públicas dispuestas a colaborar en la capacitación microempresarial en el país, con las que se puede realizar convenios conjuntamente con FUNDEI para brindar un programa integral de capacitación en la Parroquia de Cutuglagua, cantón Mejía.

1.2.2.2 Recursos

Miembros Honorarios

Son miembros Honorarios (donantes) aquellas personas naturales o Instituciones que ayudan a la fundación mediante cuotas, otorgamiento de donaciones, servicios calificados y otros beneficios¹⁸

¹⁷Estatuto FUNDEI, art.6

¹⁸Estatuto FUNDEI, art. 6

Antecedentes Microcrédito

Panorama nacional de microcrédito

SALTO-USAID, en una encuesta preguntó a los microempresarios si estarían dispuestos a adquirir un préstamo al 20% de interés anual: el 47,5% respondió negativamente. Las tres principales razones para rechazar ese crédito, más de la mitad dijo que la tasa de interés era muy alta, 34% no quería endeudarse y 9% dijo no necesitar un crédito. Sólo un 5% señaló que los procedimientos eran demasiados complicados. Los microempresarios son reacios a endeudarse, pero también reclaman menores tasas de interés y mayor transparencia en el mercado en cuanto a la difusión de tasas efectivas y costos adicionales incluidos en los préstamos.

Evolución del microcrédito

Estadísticas anteriores de la SBS muestran más claramente el dinamismo del sector del microcrédito. En diciembre del 2000, sólo había 26 COAC reguladas; sin embargo, las modificaciones al marco legal impulsaron un proceso de regulación que resultó en el ingreso de catorce nuevas COAC reguladas, también se realizaron dos fusiones y una liquidación. En junio del 2006 había 36 COAC reguladas, y unas 20 COAC en proceso de regulación con la SB. Tomando en cuenta estas instituciones, la cartera bruta de microcrédito presentó tasas de crecimiento anual superiores al 100%, las COAC reguladas fueron las que mayor crecimiento experimentaron, durante el período entre diciembre 2002 y junio 2006 su cartera bruta se expandió unas 55 veces, a una tasa de crecimiento acumulado anual de 215%. En segundo lugar, se ubicaron los bancos privados que multiplicaron su cartera de microcrédito unas siete veces, a una tasa acumulada anual del 75%. Las sociedades financieras triplicaron su cartera con un crecimiento del 40% acumulado anual, que se explica por la salida de SF Ecuatorial en su conversión a Banco Procredit y la regulación de FINCA durante el 2004.

1.2.3 Competencia

1.2.3.1 Instituciones financieras, ONG'S, otros al servicio microempresarial

Fuentes de financiamiento para la microempresa

El limitado acceso a financiamiento fue señalado por los microempresarios como el segundo problema más importante. Indagando sobre las fuentes de financiamiento para iniciar la microempresa se descubre un panorama interesante. La mayoría de microempresarios inicia su empresa gracias a sus ahorros personales (67,1%). La segunda fuente de financiamiento son los préstamos de familiares y amigos, con un 12,6% en promedio. En total las fuentes informales de financiamiento (ahorros, regalos, préstamos familiares, herencia y agiotista) llegan al 90%, mientras que las fuentes de financiamiento formal (bancos, financieras, cooperativas de ahorro y crédito (COAC), otras cooperativas, ONG y fundaciones) apenas alcanzan al 5%.

Tabla 1.2-7 Fuentes de financiamiento microempresa.

Fuentes para capital de inicio	Hombres	Mujeres	Costa	Sierra	Oriente	Servicios	Prod	Comercio	Total
Ahorros personales	68,5	65,6	67,1	67,4	66,0	65,4	70,3	66,8	67,1
Regalos familiares o amigos	4,2	10,5	8,2	5,0	4,8	5,6	8,5	7,3	7,1
Préstamos de familiares o amigos	12,3	13,0	13,2	11,5	10,2	13,1	9,3	13,6	12,6
Herencia	2,6	2,1	2,5	2,2	1,0	2,3	3,1	2,1	2,4
Agiotista	1,6	1,6	1,6	1,5	2,2	1,8	0,9	1,8	1,6
Banco o Financiera	3,0	2,0	1,3	5,0	6,4	3,8	2,3	2,0	2,5
COAC	2,1	1,5	0,7	3,9	5,7	2,8	1,4	1,5	1,8
Otra cooperativa	0,0	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
ONG, fundación	0,2	1,3	0,7	0,7	0,6	0,4	0,2	1,0	0,7
Remesas	0,1	0,2	0,2	0,0	0,2	0,2	0,0	0,2	0,1
Liquidación por terminación de empleo asalariado	5,3	2,0	4,3	2,7	2,9	4,3	3,8	3,5	3,8
Lotería o premio	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC

Al realizar comparaciones por género, las mujeres financian su microempresa con una mayor proporción de regalos de familiares y amigos (10,5%) que los hombres (4,2%).

Los hombres logran un mayor financiamiento a través de la liquidación por terminación de empleo (5,3%, frente a un 2% en las mujeres).

En cuanto a las fuentes formales, los hombres financian su microempresa con mayor participación de préstamos a través de bancos, financieras y COAC, mientras que las mujeres tienen mayor acceso a fondos de ONG y fundaciones.

Son notables las diferencias regionales respecto a la fuente de financiamiento para el inicio de la microempresa. La Costa utiliza un alto financiamiento del sector informal (92,6%) en comparación con la Sierra (87,6%) y el Oriente (84,2%).

En cuanto al sector económico, las microempresas proveedoras de servicios son las que acceden a un mayor financiamiento formal (7,1%), frente al comercio (4,6%) y la producción (4%).

Instituciones que financian a la microempresa

Dado el bajo financiamiento a través de fuentes formales, resulta interesante indagar qué tipo de instituciones financieras son reconocidas por los microempresarios.

Las COAC fueron las más mencionadas por los microempresarios (32,9%), seguidas por las ONG y fundaciones (22,3%), luego los bancos privados (20,2%), y por último los bancos públicos (12,2%).

Tabla 1.2-8 Instituciones y Financiamiento.

Institución	Hombres	Mujeres	Costa	Sierra	Oriente	Servicios	Prod	Comercio	Total
Bancos Públicos	14,7	9,2	12,7	10,4	27,4	10,5	19,6	10,3	12,2
Bancos Privados	21,9	18,3	15,5	29,2	13,5	21,1	19,3	20,2	20,2
Financieras	4,0	3,9	1,0	9,5	1,8	3,9	4,7	3,7	3,9
Mutualistas	0,1	0,3	0,1	0,4	0,0	0,3	0,1	0,2	0,3
COAC	35,4	30,1	36,5	25,8	44,6	40,7	30,7	30,2	32,9
ONG y fundaciones	16,1	29,6	26,1	16,2	5,6	15,8	18,0	26,9	22,3
Programas Gubernamentales	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,1	0,0	0,2	0,1
Otras cooperativas	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
No sabe / NR	7,6	8,5	7,9	8,2	6,7	7,5	7,6	8,3	8,0
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC

Se destacan algunas diferencias por género; los hombres fueron mucho más propensos a señalar a COAC, bancos privados y públicos en comparación con las mujeres; mientras que éstas se inclinaron más a reconocer las ONG y fundaciones, de las cuales anteriormente reportaron recibir mayor financiamiento que los hombres.

En cuanto a la distribución regional, el Oriente identificó mayoritariamente a las COAC y bancos públicos como la Corporación Financiera Nacional (CFN) o el Banco Nacional de Fomento (BNF); mientras que en la Sierra se destacaron los bancos privados y las financieras, y en la Costa las ONG y fundaciones. El sector de servicios mencionó a las COAC prioritariamente, el comercio identificó a las ONG y fundaciones en una mayor proporción, y los microempresarios de la producción señalaron con mayor énfasis a los bancos públicos.

En general, los distintos microempresarios reconocen a las instituciones financieras que atienden directamente a su nicho de mercado. Así las COAC son reconocidas en el Oriente y dan financiamiento principalmente al sector servicios. Los bancos privados muestran una gran concentración en la Sierra y prestan en mayor proporción a los hombres. Los bancos públicos son más reconocidos por el sector productivo,

quizás por la mayor antigüedad de las microempresas productivas y los programas históricos que se dedicaban a financiar actividades productivas. Las financieras son más fuertes en la Sierra. Mientras que las ONG y fundaciones son más reconocidas en la Costa, especialmente por las mujeres y las microempresas comerciales.

Tendencias en el endeudamiento

Sólo el 8 % de los microempresarios indicaron no conocer alguna institución financiera. Sin embargo, es muy bajo el nivel de financiamiento de la microempresa a través del sector formal de instituciones financieras. Sólo el 15,7 % de los microempresarios encuestados en el estudio SALTO-USAID había solicitado un préstamo en los últimos 12 meses. Otro estudio realizado por FLACSO a través de las encuestas de hogares en Quito, Guayaquil y Cuenca indica que en promedio el 12,5% de los hogares encuestados tuvo acceso al crédito durante el año 2003. “Los hogares obtuvieron algún tipo de crédito ese año, representaban el 14,6% en Quito, el 13,6% en Cuenca y sólo el 9,8% en Guayaquil” (Jácome, 2005). Los resultados de la encuesta de SALTO indican que entre los microempresarios que solicitaron un crédito, 90% lo hicieron a una sola institución, 9% a dos instituciones diferentes y 1% a tres. Cabe destacar la alta tasa de éxito, más del 97% de quienes solicitaron un préstamo lo obtuvieron; aún más importante es el hecho que esta tasa de éxito se mantuvo en promedio para hombres y mujeres, así como también para los más pobres. Otro aspecto relevante, es que el 80% de los solicitantes recibieron un préstamo a nivel del monto requerido. El mayor racionamiento lo realizaron los bancos públicos al otorgar el total del monto requerido al 65% de sus clientes, mientras que el resto de las instituciones financieras cumplieron con las demandas de más del 80% de sus clientes.

Si bien, en general, los microempresarios son reacios a endeudarse, también reclaman menores tasas de interés y mayor transparencia en el mercado en cuanto a la difusión de tasas efectivas y costos adicionales incluidos en los préstamos.

CAPÍTULO 2

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo General

- Realizar un estudio de mercado en el Cantón Mejía, Parroquia Cutuglagua, atreves de instrumentos y herramientas de investigación para determinar variables para la toma de decisión en el proceso de creación de FUNDEI.

Objetivos Específicos

- Realizar un análisis histórico, actual y proyectado, para establecer la estructura del mercado dentro del sector del apoyo microempresarial en la Parroquia de Cutuglagua, a través de una investigación del mercado
- Clasificar los productos financieros y de capacitación brindados por FUNDEI y organizaciones con el mismo direccionamiento de acuerdo a su caracterización mediante un análisis de variables macro y micro del entrono.
- Determinar el universo y muestra representativa del mercado, dentro de la parroquia de Cutuglagua, a través de una metodología estadística dependiendo de las características a analizar
- Realizar un estudio de la oferta y demanda y la demanda insatisfecha.
- Establecer estrategias de marketing mix dentro del panorama de capacitación y financiamiento microempresario.

2.2 Estructura del Mercado

2.2.1 Análisis Histórico General

Microempresas

El 52% de las microempresas comenzaron a funcionar en los últimos 5 años (desde 1999). Resulta consistente la hipótesis según la cual muchos trabajadores se volcaron hacia la microempresa luego de perder sus empleos debido a la crisis del '99.

También hay que considerar la alta rotación de las microempresas, muchas abren y funcionan un par de años y luego cierran, en algunos casos para cambiar de actividad.

Las microempresas dirigidas por mujeres suelen ser más recientes que aquellas de propietarios hombres, 63,1% de las microempresas bajo dirección femenina tienen como máximo 5 años versus el 42,6% en el caso de los hombres, mientras que el 35,8% de las microempresas dirigidas por hombres tienen más de 11 años en funcionamiento, en el caso de las microempresas de mujeres llegan a esta antigüedad el 20,3%.

Tabla 2.2-1 Distribución Microempresa y su Antigüedad.

Distribución de las microempresas según su antigüedad									
Años de operación	Hombres	Mujeres	Costa	Sierra	Oriente	Servicios	Prod	Comercio	Total
Menos de 1 año	6,5	14,1	9,7	10,4	15,8	9,6	6,7	11,4	10,0
1 año	8,5	14,3	10,9	11,6	12,4	11,0	7,3	12,6	11,2
2 – 5 años	27,6	34,7	30,9	30,9	34,4	27,7	24,3	34,8	30,9
6 – 10 años	21,6	16,6	19,4	19,2	16,7	20,3	20,1	18,5	19,3
11 – 15 años	11,9	7,5	10,0	9,7	8,2	11,4	11,7	8,5	9,9
Más de 15 años	23,9	12,8	19,1	18,3	12,4	20,0	29,8	14,3	18,7
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

Elaborado por: Edgar Carvajal, COF/CEC; y Paula Auerbach, Consultora COF/CEC

Al analizar la composición regional se observa que en el Oriente las microempresas son más jóvenes, un 62,6% tienen menos de 5 años.

“El promedio de años de operación de las microempresas del Oriente es de 6,5 años, comparado con 8,49 años de la Sierra y 8,66 de la Costa” (USAID, 2005).

En la Costa casi el 30% de las microempresas tiene más de 11 años, mientras que en ese rango están sólo el 20% de las microempresas del Oriente.

Los sectores de actividad también presentan un claro patrón en cuanto a su antigüedad.

Las microempresas del comercio son más jóvenes, en una posición intermedia las de servicios y finalmente las más antiguas son las microempresas dedicadas a la producción.

En el comercio 58,8% de las microempresas tienen 5 años o menos, éstas son 38,3% en los servicios y 38,3% en la producción.

Un 41,5% de las microempresas de producción tienen 11 años o más (31% en servicios y 22% en comercio). Ver Tabla 1.10 en el Anexo.

La antigüedad de las microempresas es utilizada muchas veces como indicador de estabilidad y solidez, por lo que las empresas más jóvenes encuentran mayores problemas para acceder a financiamiento formal.

2.2.2 Análisis Histórico Específico

FUNDEI Loja Año 2006

Los inicios de la fundación en la ciudad de Loja, tuvo algunas debilidades, porque disponía de un reducido capital para el financiamiento de los microcréditos, por ello empezó entregando créditos en pequeñas cantidades, que en todo caso se identificaban con el objetivo de la fundación.

El total de activos era de \$17532.12, de los cuales:

- El 6% representaba el activo corriente
- El 86.7% de activo exigible
- El 6.8 % de activos fijos

La cartera representa alta proporción del activo porque son los microcréditos colocados en el mercado de ese tiempo y esto se relaciona con el activo corriente que es caja/bancos, este porcentaje es mínimo porque todo el capital se invirtió en créditos, teniendo un saldo de caja menor solo para situaciones imprevistas.

En relación a los pasivos y el patrimonio se obtuvo:

- El 31.60% representaba pasivos que eran los encajes por pagar y el seguro de desgravamen.
- El 67.08% era de capital socios.
- El 1.31% representaba la reserva que analizando desde un punto de vista de crecimiento esto no significa nada para el tamaño de la fundación.

Analizando el pasivo, vemos que los encajes crecieron en un 31.60% anual, lo que significa automáticamente la emisión de microcréditos y esto a su vez detalla en

parte el movimiento crediticio en ese año 2006. Con respecto al patrimonio, que es el aporte de socios, notamos un porcentaje equilibrado para ejercer las operaciones.

En conclusión el capital de trabajo de la Fundei era aceptable por las condiciones propias de las operaciones y su inicio es con 0% endeudamiento financiero, logrando omitir costos por intereses.

Análisis histórico de capacitación

FUNDEI LOJA

Al iniciar sus operaciones miro a las capacitaciones como medio de comunicación para que formen parte del plan crediticio ya que el objetivo era fomentar la productividad y el emprendimiento con la emisión del microcrédito.

Realmente durante todos los años de operación han realizado muy pocos cursos de capacitación, por diferentes factores como el financiamiento y el cliente, ya que su propósito era realizar cursos prácticos y no teóricos lo cual dificultaba la realización.

2.2.3 Análisis General de la Situación Actual del Mercado

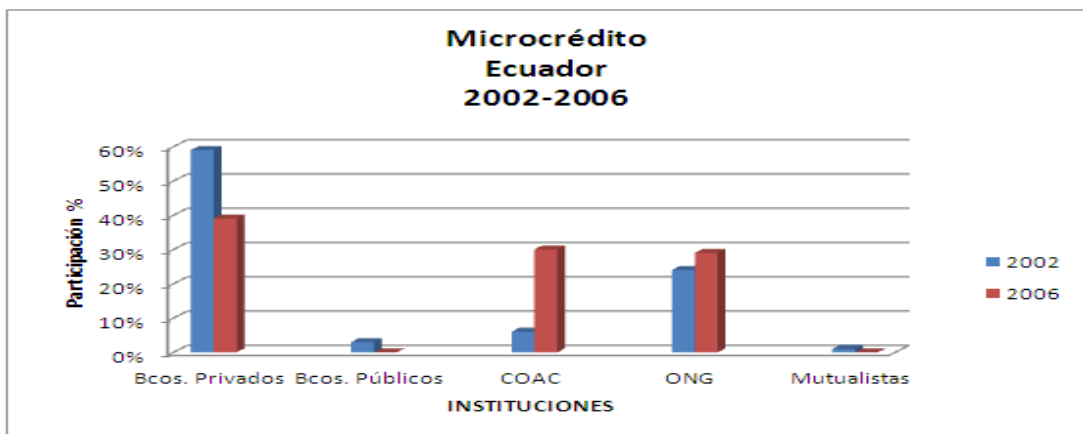
Existen en Ecuador, más de 500 Instituciones Microfinancieras (IMF) las cuales pueden ser clasificadas en dos grupos según estén o no bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS). El primer grupo está formado por 61 IMF y está conformado por 16 bancos privados, 36 cooperativas de ahorro y crédito (COAC), 6 sociedades financieras, 2 mutualistas y un banco público. Durante el año 2005 estas IMF otorgaron más de mil millones de dólares en microcréditos, específicamente el monto total de microcréditos fue de US\$ 1.180.609.848; y en los primeros cinco meses del 2006 acumulan US\$ 515.267.691.

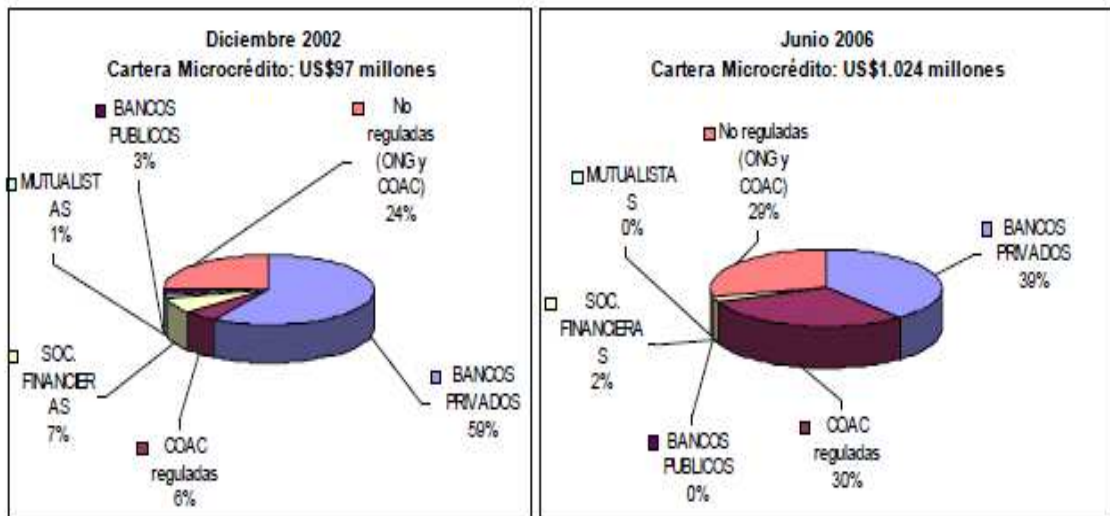
En junio del 2006, estas IMF reunían US\$ 729 millones de cartera bruta, en unas 550 mil operaciones de microcrédito con lo cual alcanza el 55% del total de los clientes de microcrédito.

El segundo grupo que incluye a las IMF no reguladas por la SBS, está conformado por unas 170 organizaciones no gubernamentales (ONG) y más de 330 COAC.

La cartera estimada se ubica en alrededor de US\$ 295 millones, atienden al 45% de los clientes de microcrédito y sobretodo tienen una importante cobertura regional en áreas rurales.

Con el propósito de cuantificar el mercado de las microcréditos en Ecuador, se ha recopilado información publicada por la SBS y datos proporcionados por redes de instituciones micro financieras, que incluyen entre sus afiliados a algunas IMF reguladas por la SBS y en su gran mayoría ONG y COAC no reguladas. Cabe aclarar que esta información no es exhaustiva, aún existe un amplio grupo de IMF no reguladas.





Fuente: Elaboración propia en base a datos de Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador, Red Financiera Rural y redes regionales.

2.2.4 Análisis Actual Específico FUNDEI

El mercado financiero es cambiante pero seguro porque tiene diferentes instituciones controladoras para garantizar los recursos del cliente, y por tal motivo la Fundei tiene también reglamento a los cuales se rige y asegura el adecuado desarrollo de las operaciones financieras por medio de sus productos y servicios financieros.

Análisis actual crediticio

La situación más real y actual es la del periodo del 2010.

Dentro del activo total tenemos el valor de \$55883.19 distribuido así:

- activo corriente el 4.21% representa la caja
- activo exigible el 94.11% representa cuentas por cobrar y cartera
- activo fijo el 1.68%.

El pasivo representa el 46.31% expresado en encajes, créditos y cuentas por pagar a otros.

El pasivo está formado por encajes de socios \$15430.54 y por los créditos pendientes de pago que se los realizaron con fines de inversión.

El patrimonio de 53.69% representa el aporte de los socios, las reservas y utilidades.

Como podemos ver el patrimonio se incrementó totalmente porque parte de las utilidades obtenidas en cada periodo se realizaba la respectiva capitalización, pero a pesar de este crecimiento requerimos de recursos para abrir un poco nuestro mercado a otros sectores considerando siempre las garantías respectivas.

Análisis de crecimiento de periodos

El crecimiento es de 6.34% y esto se debe principalmente a los ingresos de la fundación y también por la cartera.

Año 2009 52.552,91

Año 2010 55.883,19

En base a nuestra proyección estimamos que para el año 2011 la tasa de crecimiento sea del 8.19%.

Año 2010 55.883,19

Año 2011 60.459,60

Estado de flujo de efectivo

Este estado de flujo de efectivo de la Fundei ha permitido realizar una evaluación sobre la habilidad que tiene para generar flujos netos positivos a futuro.

METODO UTILIZADO: Método directo

DETALLE:

1. El flujo neto provisto por actividades de operación es: \$ 2365,38.

Este flujo operativo es netamente para actividades de operación que la fundación obtiene para llevar a cabo sus operaciones.

2. El flujo neto usado por actividades de inversión: \$ 260.00.

Este salida de dinero se origino por la compra de un mueble archivador (\$140.00) y por la compra de un televisor marca LG.

3. El flujo neto usado por actividades de financiamiento: \$ 3242.87. Esta salida de dinero fue para los pagos de los préstamos de la cooperativa 18 de noviembre y de Credife.

En conclusión:

- El flujo neto provisto es un valor considerable y a la vez demuestra que la fundación tiene un nivel medio de liquidez y a pesar de esta situación, Fundei, tiene la capacidad para cumplir con los clientes, con las obligaciones financieras, con los proveedores, entre otros.

- La fuente de fondos debe crecer para mejorar el nivel de liquidez a corto y largo plazo.
- El nivel de endeudamiento o apalancamiento es razonable y en este año 2010 notamos que las deudas financieras disminuyeron en un alto porcentaje.
- Se proyecta que para el año 2012 la deuda financiera disminuirá porque se cancela gran parte del crédito a la cooperativa de ahorro y crédito “18 de noviembre” y credife, por tanto los pagos de interés serán bajos y así la utilidad se incrementará ya que no debemos destinar valores para los intereses financieros.

FUNDEI Loja, Análisis actual de capacitación

La capacitación actualmente sigue siendo breve en forma generalizada, pero se la está impartiendo con el fin de que los clientes no pierdan el interés para emprender. Para mejorar esto pongo a su disposición un plan de comunicación a nivel interno y externo y dentro de ello está la capacitación.

2.2.5 Análisis de las Tendencias Generales del Mercado

2.2.5.1 Tendencias en el endeudamiento

Sólo el 8 % de los microempresarios indicaron no conocer alguna institución financiera. Sin embargo, es muy bajo el nivel de financiamiento de la microempresa a través del sector formal de instituciones financieras.

Sólo el 15,7 % de los microempresarios encuestados en el estudio SALTO-USAID había solicitado un préstamo en los últimos 12 meses.

Otro estudio realizado por FLACSO a través de las encuestas de hogares en Quito, Guayaquil y Cuenca indica que en promedio el 12,5% de los hogares encuestados tuvo acceso al crédito durante el año 2003.

“Los hogares obtuvieron algún tipo de crédito ese año, representaban el 14,6% en Quito, el 13,6% en Cuenca y sólo el 9,8% en Guayaquil” (Jácome, 2005).

Los resultados de la encuesta de SALTO indican que entre los microempresarios que solicitaron un crédito, 90% lo hicieron a una sola institución, 9% a dos instituciones diferentes y 1% a tres. Cabe destacar la alta tasa de éxito, más del 97% de quienes solicitaron un préstamo lo obtuvieron; aún más importante es el hecho que esta tasa de éxito se mantuvo en promedio para hombres y mujeres, así como también para los más pobres.

Otro aspecto relevante, es que el 80% de los solicitantes recibieron un préstamo a nivel del monto requerido. El mayor racionamiento lo realizaron los bancos públicos al otorgar el total del monto requerido al 65% de sus clientes, mientras que el resto de las instituciones financieras cumplieron con las demandas de más del 80% de sus clientes.

Otro ejercicio interesante, realizado en la encuesta del estudio SALTO-USAID, fue preguntarles a los microempresarios si estarían dispuestos a adquirir un préstamo al 20% de interés anual: el 47,5% respondió negativamente.

Al tener que identificar las tres principales razones para rechazar ese crédito, más de la mitad dijo que la tasa de interés era muy alta, 34% no quería endeudarse y 9% dijo no necesitar un crédito.

Sólo un 5% se justificó señalando que los procedimientos eran demasiados complicados.

Si bien, en general, los microempresarios son reacios a endeudarse, también reclaman menores tasas de interés y mayor transparencia en el mercado en cuanto a la difusión de tasas efectivas y costos adicionales incluidos en los préstamos.

2.2.6 Análisis de Tendencias específicas FUNDEI

LOJA: En el año 2009 colocamos en el mercado \$4,443.53 en términos de microcréditos entregados (hecho histórico).

En una proyección de 5 años la tendencia a alcanzar:

2010	2011	2012	2013	2014
3015	4522,5	6030	7537,5	9045

Fuente: Análisis estratégico FUNDEI

Elaborado por: Fabián Cedeño, 2011

En el año 2010 Fundei colocó en el mercado \$ 3,015.00 en microcréditos empresariales, es notable la disminución porque existieron cambios financieros que de una forma indirecta afectó a la fundación, puesto que algunos clientes por su situación optaron por otras financieras, esto origino la disminución de cartera.

Respecto a la tendencia, se considera el estudio de mercado realizado al sector microfinanciero, donde la tendencia de crecimiento 2010-2011 es de 0,5%, 2011-2012 es de 0,33%, 2012-2013 es de 0,25% y 2013-2014 es de 0,2%. Tomando en consideración el balance general del 2010 como base para proyectar los valores, podemos acotar una tasa de crecimiento aproximado del 3% anual.

En el 2010 el balance general indica el valor de \$55883.19 proyectado para 5 años y se espera obtener \$64700.00 aproximadamente. Esta evolución tendrá lugar por el incremento de los activos corrientes y el exigible y por las inversiones que se realizarán para cumplir ciertas operaciones propias de la fundación. No se debe dejar de considerar que el pasivo debe ser menor al activo para tener una diferencia de liquidez y eso es un objetivo financiero, la disminución de los pasivos a corto y largo plazo.

MACHALA: Es la segunda agencia de la matriz de Quito, con un tiempo corto de operación porque sus actividades las inició el 3 de abril de 2011, por tanto se espera ver en este año el movimiento de crecimiento para poder definir parámetros estadísticos y financieros con el fin de determinar las proyecciones e inversiones para la aplicación de acuerdo a los requerimientos. La fundación ha colocado en el mercado aproximadamente \$3000 en este corto tiempo en cartera, ya que contó con 30 socios y esto genera una excelente expectativa para el futuro porque el movimiento económico en la ciudad de Machala es alto por el mismo hecho que el factor de vida para las personas es el comercio, de ahí la necesidad de los microcréditos empresariales.

2.2.6.1 Análisis proyectado de capacitación FUNDEI

Para la agencia de Loja y de Machala es de radical importancia la capacitación directa e indirecta para el cliente, actualmente maneja capacitaciones muy superficiales enfocado a aspectos generales de mercado, ámbito del ambiente y de la microempresa. Pero por medio de la observación tiene una visión más profunda porque siente la necesidad de hacer de estas capacitaciones una forma de incentivo para que el cliente pueda ser emprendedor, por tanto la visión es contratar a personas especializadas en las diferentes ramas para poder entregar una mejor calidad de capacitación y así mismo lograr que estos clientes sean los posteriores capacitadores debido a su experiencia.

Además tiene como visión la creación de las instalaciones de Fundei Loja, con el fin de adecuarlo para los adiestramientos, conforme los requerimientos asignados y así preparar un plan de la elaboración de proyectos que beneficiará a las dos partes: Fundei y cliente.

2.3 Caracterización del Producto

2.3.1 Características generales del Producto

2.3.1.1 Microcrédito

“Los Microcréditos son programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que puedan poner en marcha pequeños negocios que vayan a generar ingresos y con ellos mejorar su nivel de vida y el de sus familias”.¹⁹

Características

Las principales características de los microcréditos provienen de su propio nombre y son las siguientes:

- La reducida cuantía de los préstamos. Se trata de pequeñísimas cantidades de dinero. Varios cientos de dólares.
- Se conceden a muy corto plazo, normalmente por un periodo de un año o inferior a un año.
- Los periodos de reposición son muy pequeños y las cantidades devueltas en cada reembolso son, asimismo, muy reducidas. Lo más frecuente es que la devolución del principal más los intereses sea semanal o mensual.
- La prestación se invierte en actividades pre escogidas por los propios prestatarios.

El resultado de la prestación de estos servicios financieros es el incremento de los ingresos y los ahorros. Pero además, estimula la autoestima y confianza de los prestatarios en sí mismos, cuando descubren que pueden adquirir, invertir y devolver un préstamo.

¹⁹ Conferencia Internacional sobre Microcréditos, Washington D.C., del 2-4 de febrero de 1997

Características microcrédito en el Ecuador

Microcrédito

El Microcrédito es todo crédito no superior a USD 20,000 concedido a un prestatario, sea una empresa constituida como persona natural o jurídica con un nivel de ventas inferior a USD 100.000, un trabajador por cuenta propia, o un grupo de prestatarios con garantía solidaria destinados a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero.

En el caso de que los sujetos de crédito, que cumpliendo las condiciones económicas descritas anteriormente, reciban un crédito superior a USD 20,000 destinado a financiar actividades productivas, este se entenderá como **crédito productivo**.

Cuando se trate de personas naturales no asalariadas, usualmente informales cuya principal fuente de repago constituyan las ventas o ingresos generados por las actividades que empresa, indiferentemente del destino del crédito sea para financiar actividades productivas o para adquisición de bienes de consumo o pago de servicios de uso personal, se entenderá a esta operación como **microcrédito**.

Para el caso de Microcrédito, la tasa de interés que se deberá aplicar será la de cualquiera de los tres segmentos de microcrédito que existe.

Se entiende por trabajador por cuenta propia a los trabajadores que desarrollan su actividad utilizando para ello, solo su trabajo personal, es decir no dependen de un patrono ni hacen uso de personal asalariado, aunque pueden estar auxiliados por trabajadores familiares no remunerados.

Microcrédito Minorista: Son aquellas operaciones de crédito cuyo monto por operación y saldo adeudado en microcréditos a la institución financiera sea menor o igual a USD 3,000 otorgados a microempresarios que registran un nivel de ventas anuales inferior a USD 100.000 a trabajadores por cuenta propia, o aún grupo de prestatarios con garantía solidaria.

Microcrédito de acumulación simple: Son aquellas operaciones de crédito, cuyo monto por operación y saldo adeudado en micro crédito a la institución financiera sea superior a USD 3.000 y hasta USD 10.000, otorgadas a microempresarios que registran un nivel de ventas o ingresos anuales inferiores a USD 100.000.00 a trabajadores por cuenta propia, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria.

Microcrédito de acumulación ampliada: Son aquellas operaciones de crédito superiores a USD 10.000 otorgadas a microempresarios y que registran un nivel de ventas anuales inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o un grupo de prestatarios con garantía Solidaria. Cuando el saldo adeudado en microcréditos con la institución financiera supere los USD 10.000 indiferentemente del monto, la operación pertenecerá al segmento de microcrédito de acumulación ampliada.

Ilustración 2.3-1 Tasas de interés

Tasas de Interés			
JUNIO 2011			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.37	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.54	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.27	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.99	Consumo	16.30
Vivienda	10.38	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.97	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.24	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.97	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: BCE, 2011

Microcrédito FUNDEI

- El programa de microcréditos, está orientado a microempresarios solo con fines productivos, donde se han atendido en el año 2010 un total de 120 microcréditos con montos promedio de \$500 por cada emprendedor en la agencia del Chaco, 380 microcréditos con montos hasta \$800 por emprendedor en Loja.

Tasas de interés:

Matriz Quito	Tasa activa actual 24% anual sobresaldos
En la Agencia Nro.1 FUNDEI Loja:	Tasa activa actual 24% anual sobresaldos
En la Agencia Nro.2 FUNDEI MACHALA	Tasa activa actual 24% anual sobresaldos

2.3.1.2 Capacitación

“El punto clave de esta idea de negocio es concebir la capacitación como una herramienta para la mejora de las actividades diarias del microempresario, lo que se logra a través de un programa eminentemente práctico y una metodología participativa, los cuales buscan que el microempresario vaya hilvanando conceptos a partir de sus propias experiencias.”²⁰

FUNDEI desde la aprobación del acta constitutiva, estatuto y razón social, el 15 de Octubre del 2003 mediante acuerdo N° 000221 emitido por la Ab. Martha Vallejo Luzuriaga Ministra De Trabajo Y Recursos Humano, ha venido desarrollando varios programas que demuestran su comprometimiento para el crecimiento microempresarial en nuestro país en los que se destaca:

²⁰http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/Planes_De_Negocio/2007/centro_de_capacitacion_microempresarial.pdf

- Capacitación para 228 micro-empresarios en la Agencia Gonzalo Días de Pineda Cantón el Chaco año 2010.
- Capacitación para 380 micro-empresarios; en la agencia de la ciudad de Loja año 2010.
- Capacitación para 450 micro-empresarios; en la agencia de la ciudad de Quito en convenio con la Cooperativa De Ahorro Y Crédito 18 De Noviembre.

Estructura líneas de Capacitación FUNDEI

- I. RESUMEN EJECUTIVO

- II. INCLUSIVIDAD DEL NEGOCIO

- III. CONCEPTO DE NEGOCIO
 - a. Misión
 - b. Visión
 - c. F.O.D.A.
 - d. Objetivos
 - e. Nombre y tipo de empresa
 - f. Producto o servicio a ofrecer

- IV. MERCADO OBJETIVO
 - a. Calculo de mercado potencial por capacidad de compra
 - b. Investigación de mercado
 - i. Tamaño de la muestra
 - ii. Diseño de la encuesta
 - iii. Resultados de las encuestas

- V. PRODUCTO Y PROPUESTA DE VALOR
 - a. Elementos del producto
 - i. Descripción del Producto o servicio
 - ii. Diseño del producto, Componentes y líneas del producto
 - iii. Empaque
 - iv. Marca
 - v. Diferenciación y ventaja competitiva
 - vi. Impacto Social y Ambiental

1. Relación entre impacto social y/o ambiental con la misión de la organización
2. Beneficio generado para la comunidad
3. Valor percibido por el cliente

VI. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

- a. Tamaño de la Industria y distribución
- b. Crecimiento de la Industria
- c. Oportunidades y Amenazas

VII. COMPETENCIA

- a. Descripción de la competencia
- b. Análisis Porter

VIII. MERCADEO Y VENTAS

- a. Plan de mercadeo
- b. Canales de distribución y venta
- c. Estrategias y proyecciones de ventas

IX. OPERACIONES

- a. Etapas del desarrollo de su producto o servicio

Compras de Materia Prima

Producción

Entrega

Manejo de Inventarios

Control de calidad

Investigación y desarrollo

- b. Producción eficiente y calidad

Eficiencia y eficacia.

Indicadores

- X. ORGANIZACIÓN Y GERENCIA
 - a. Estructura organizacional
 - b. Equipo: perfiles y descripción de cargos.
 - c. Gobierno corporativo
 - d. Esquema de monitoreo
 - e. Indicadores de desempeño

- XI ESTUDIO FINANCIERO
 - a Presupuestos
 - i Presupuestos de Inversión
 - b Capital de Trabajo
 - c Cronograma de Inversiones
 - d Presupuestos de Operación
 - i Presupuestos de Ingresos
 - ii Presupuestos de Egresos
 - iii Estructura de Financiamiento
 - e Punto de Equilibrio
 - f Estados Financieros Proforma
 - g Evaluación Financiera

Tabla 2.3-2 Programa de capacitación FUNDEI.

PROGRAMA	MÓDULOS
Programa de capacitación nivel microempresarial desarrollado por FUNDEI	<ul style="list-style-type: none">• Diseño, Investigación y evaluación de mercados.• Determinación de tamaño, requerimientos, ingeniería de proyectos micro empresariales• Organización microempresarial• Estructura y operatividad financiera para microempresas

Fuente: Fundación para el Desarrollo Microempresarial

Elaborado por: Fundación para el Desarrollo Microempresarial, 2011

2.3.2 Clasificación por su Uso –Efecto

- Uso: Financiamiento y Capacitación

Financiamiento

“Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico.”²¹

Capacitación

- Efecto: Operatividad y conocimiento microempresarial

2.3.3 Productos o Servicios Complementarios y/o Sustitutos

Ilustración 2.3-1 Complementarios y sustitutos.

Servicios/productos	Complementarios	Sustitutos
Microcrédito	Capacitación microempresarial	Créditos producto de Usura Prestamos Familiares
Capacitación microempresarial	Microcrédito	Auto-capacitación

Fuente: Investigación
Elaborado por Fabián Navia Cedeño

²¹<http://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php>

2.3.4 Normatividad Sanitaria, Técnica, Ambiental, Otros

Requisitos normativos para establecer Fundaciones:

- Acuerdo Ministerial de Concesión de Personería Jurídica a las Cooperativas, Asociaciones, Fundaciones, Comités, Barrios entre otras organizaciones

Procedimiento:

1. Solicitud dirigida al Director Nacional de Cooperativas adjuntando los requisitos.
2. Revisión y análisis de la documentación.
3. Acuerdo Ministerial.

- Registro de directivas de Fundaciones, Corporaciones y Asociaciones de carácter Ambiental.

Descripción:

Las corporaciones y fundaciones deberán solicitar a los correspondientes ministerios el registro de la inclusión o exclusión de miembros, así como los cambios de directiva.

- Reinscripción de Fundaciones, Corporaciones y Asociaciones de carácter Ambiental

Procedimiento:

1. Oficio solicitando la reinscripción de la fundación o corporación
2. Recepción de requisitos
3. Aprobación

- Aprobación de estatutos de Fundaciones, Corporaciones y Asociaciones de carácter Ambiental.

Procedimiento:

1. Solicitud de certificación de disponibilidad del Nombre de la Fundación o Corporación.
2. Acreditación por cualquier medio, que al tiempo de la aprobación del estatuto cuentan con un patrimonio mínimo de USD 400 dólares.
3. Verificación de cumplimiento de requisitos.
4. Revisión en el área técnica para el informe técnico.
5. Entrega de observaciones para la respectiva corrección en el caso que existieran, y de ser mínimas las observaciones se incluyen dentro del acuerdo ministerial.
6. Inscripción en el registro regional dependiendo de la jurisdicción donde va a trabajar la fundación o corporación.

2.4 Investigación de Mercado

“La investigación de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: Clientes, Competidores y el Mercado.

La investigación de mercados puede ayudar a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto o soportar el desarrollo de los productos lanzados dependiendo del ciclo de vida.

Con la investigación de mercados, las compañías pueden aprender más sobre los clientes en curso y potenciales.”²²

2.4.1. Segmentación del Mercado

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.”²³

²²http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados

²³<http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml>

Bases de segmentación: Zonal por edades

Ilustración 2.4-1 Tabla de edad de microempresarios.

Grupos de Edad	Adultos en la Muestra	Microempresarios
12 a 17	16,9	1,1
18 a 25	21,9	8,8
26 a 30	11,3	11,1
31 a 35	9,6	13,8
36 a 40	10,1	16,1
41 a 45	7,6	13,4
46 a 50	6,0	11,6
51 a 55	4,6	8,7
56 a 60	3,4	6,0
Mayor a 60	8,6	9,5
Total	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

Figura 2.4-1 Modelo de selección Cuotas.

GRUPOS DE EDAD	CUOTAS
De 20 a 24 años	cuota 1
De 25 a 29 años	cuota 2
De 30 a 34 años	cuota 3
De 35 a 39 años	cuota 4
De 39 a 44 años	cuota 5
De 45 a 49 años	cuota 6
De 50 a 54 años	cuota 7
De 55 a 59 años	cuota 8

Fuente: Investigación
Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

Tipo de estudio: Estudio de demanda del mercado de organizaciones dedicadas a brindar servicios de capacitación y microcréditos.

Figura 2.4-2 Pirámide de Maslow.



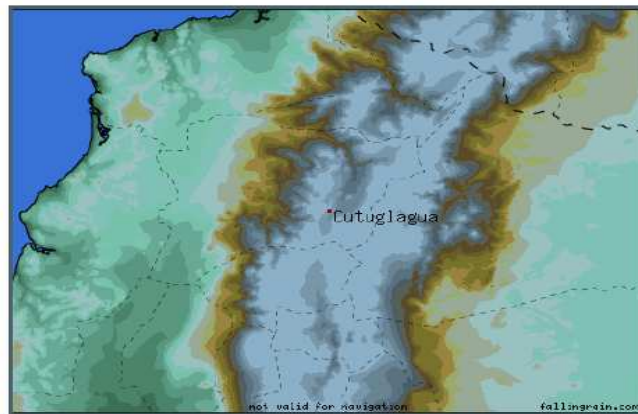
Fuente: Abraham *Maslow*

Nivel de interacción de FUNDEI: Fisiológicas y seguridad

2.4.2 Definición del Universo

Ilustración 2.4-2 Datos referenciales Cutuglagua.

Place	Latitude	Longitude	Altitude (m)
Cutuglagua	0° 22' 0S	78° 32' 60W	2989



Fuente: “Diseño, dimensionamiento y solución técnica para la Red telefónica en la parroquia de Cutuglagua, Provincia de pichincha”

Elaborado por: Laureano Eduardo Castro Dorado Y Danilo Xavier Pazmiño Valladares, 2005.

Tabla 2.4-1 Distribución cuotas Cutuglagua.

CUTUGLAGUA				
POBLACIÓN DE 20 A 59 AÑOS (PEA):				
CANTÓN:		MEJÍA		
PARROQUIA:		CUTUGLAGUA		
MODELO:		NO PROBABILISTICO - SELECCIÓN DE CUOTAS		
CUOTAS	GRUPOS DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1	De 20 a 24 años	451	499	950
2	De 25 a 29 años	353	410	763
3	De 30 a 34 años	293	365	658
4	De 35 a 39 años	307	298	605
5	De 39 a 44 años	241	294	535
6	De 45 a 49 años	213	229	442
7	De 50 a 54 años	175	162	337
8	De 55 a 59 años	127	115	242
	TOTAL			4532

Fuente: Saltos USAID

2.4.3 Selección de la Muestra

Prueba Piloto.

Para determinar p y q se encuestó a 10 personas (PEA) con la siguiente pregunta:

¿Tiene Ud. Capacidad de pago al acceder a un crédito micro empresarial?

ANÁLISIS ENCUESTA PILOTO				
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Probabilidad	
Si	9	90	0,9	p
No	1	10	0,1	q
Total	10	100	1	
Fuente: Fabián Navia C. (2011)				

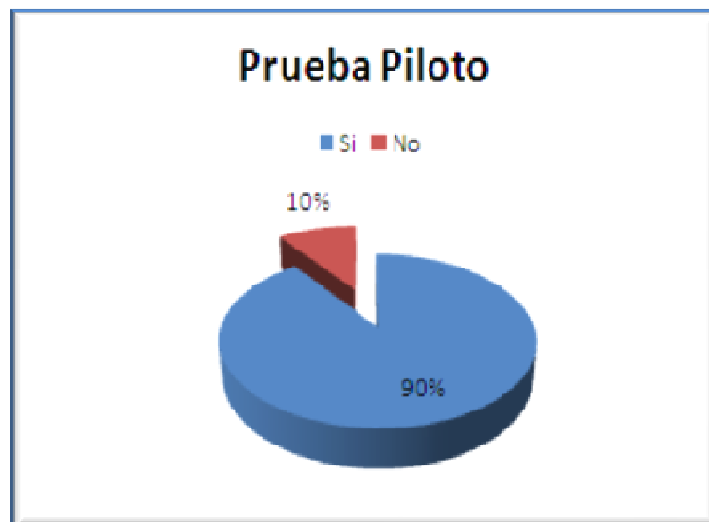


Tabla 2.4-2 Selección de muestra.

DATOS	
Z = 1,96	Nivel de confianza deseado (95%) z= 1.96
E = 0,05	Margen de Error máximo admisible (±5)
N = 4532	Tamaño de la población
p = 0,9	Probabilidad de éxito (Si)
q = 0,1	Probabilidad de fracaso (1-p) (No)
li = 1,1	Indice de incidencia: li = q + 1

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.9) (0.01) (4532)}{(0.05)^2(4532-1) + (1.96)^2(0.9)(0.1)} = 139$$

Tamaño de la muestra final

$$n = n \cdot li$$

$$n = 139 (1.1)$$

$$n = 153$$

2.4.4 Diseño de los Instrumentos de Investigación

Tabla 2.4-3 Instrumentos de investigación.

TEMA	TÉCNICA (Metodología)	HERRAMIENTA (Instrumento)
Estudio de demanda	Encuesta	Cuestionario

Fuente: Investigación
Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

ESTUDIO DE 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.”²⁴

Propósito: Estudio de demanda al mercado de Fundaciones dedicadas a ofrecer servicios de capacitación y productos financieros con la línea de microcréditos, mediante una encuesta utilizando como herramienta un cuestionario aplicando a las cuotas seleccionadas bajo los parámetros de segmentación zonal por edades, localizadas en el Cantón Mejía, Parroquia Cutuglagua.

Descripción de variables:

- Productos y Servicios: Servicios de Capacitación y Productos Financieros (microcrédito).
- Caracterización del producto y servicios:
Físico: Guías de capacitación y microcréditos.
Ampliado: Presentación e información de productos.
- Frecuencia de compra del servicio dentro del panorama de capacitación y microcrédito.
- Cantidad de compra dentro del panorama de capacitación y microcrédito
- Situación de compra dentro del panorama de capacitación y microcrédito
- Pre-disponibilidad de compra dentro del panorama de capacitación y microcrédito.
- Precios dentro del panorama de capacitación y microcrédito.

²⁴<http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400991.html>

Objetivos del estudio

- Determinar el consumo de Servicios de Capacitación y Productos Financieros (microcrédito).
- Determinar las características del producto Servicios de Capacitación y Productos Financieros (microcrédito), tomando en cuenta: Módulos a capacitar, seguimiento y aplicación, tasas de interés, accesibilidad al microcrédito.
- Determinar frecuencia, cantidad, pre-disponibilidad y precios de compra del producto “Servicios de Capacitación y Productos Financieros (microcrédito)”

Preguntas por variables:

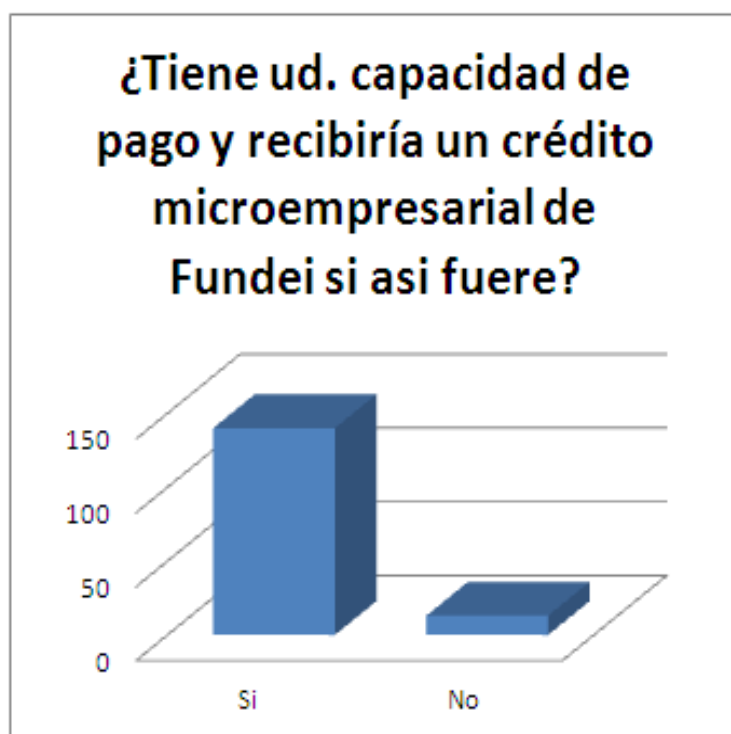
ENCUESTA	
No.	PREGUNTAS
1	Consumo de los productos (Pregunta psicográfica o filtro)
	A.- CRÉDITO ¿Tiene Ud. Capacidad de pago y recibiría un crédito Microempresarial de Fundei si así fuere? Si () No ()
	B.- CAPACITACION ¿Tomaría una capacitación sobre Microempresas? Si () No ()
2	Características de los productos
	A.- CRÉDITO MONTO ¿Qué monto de dinero solicitaría a Fundei? () De 100 a 300 () De 300 a 500 () De 700 a 900 () + De 900
	PLAZO () 12 MESES () 24 MESES
	PERIODICIDAD DE PAGOS Semanal Mensual Otros
	GARANTIAS ¿Qué tipo de garantías escogería? Tradicionales () Personales ()
	B.- CAPACITACION ¿En qué tipo de tema de estudio se capacitaría? Mercado () Técnico () Organizacional () Financiero () Microempresarial ()
3	Frecuencia o Cantidad de compra
	¿Cuántas veces ha recibido servicios de capacitación dirigidos a microempresas? _____
	¿Cuántas veces ha acudido a una institución financiera para solicitar un crédito para su microempresa o ideas de negocio? _____
4	Uso de los productos
	A.- CRÉDITO Ud. utilizaría un microcrédito para: Solventar deudas () Iniciar o fortalecer una microempresa ()
	B.- CAPACITACION ¿Para qué recibiría Ud. capacitación en el área microempresarial? Cultura general () Fortalecer o crear una microempresa ()
	¿Dónde le gustaría recibir los servicios de capacitación? Hogar () Instituciones designadas por la organización ()
5	Precios de capacitación
	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de capacitación dirigido a microempresarios?: _____

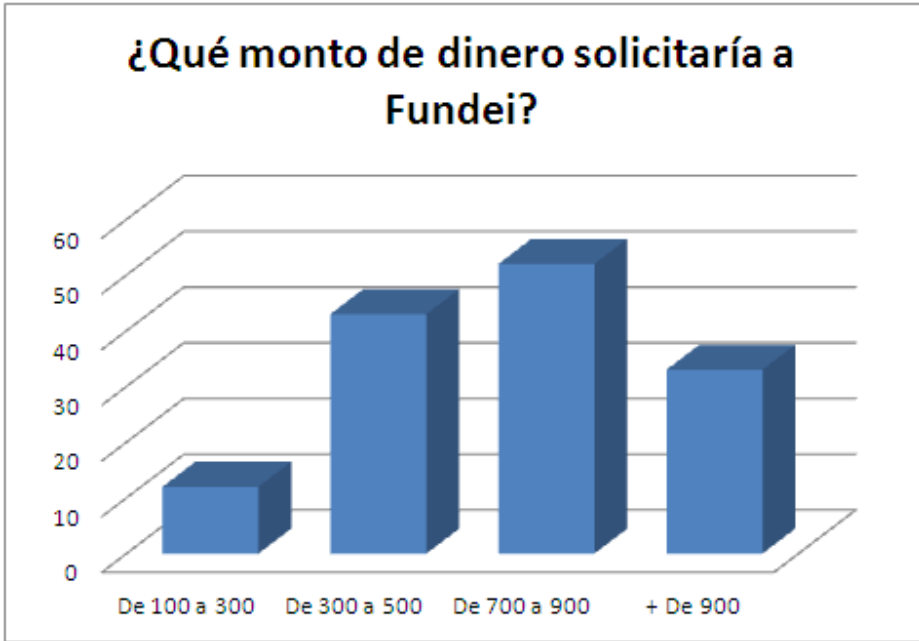
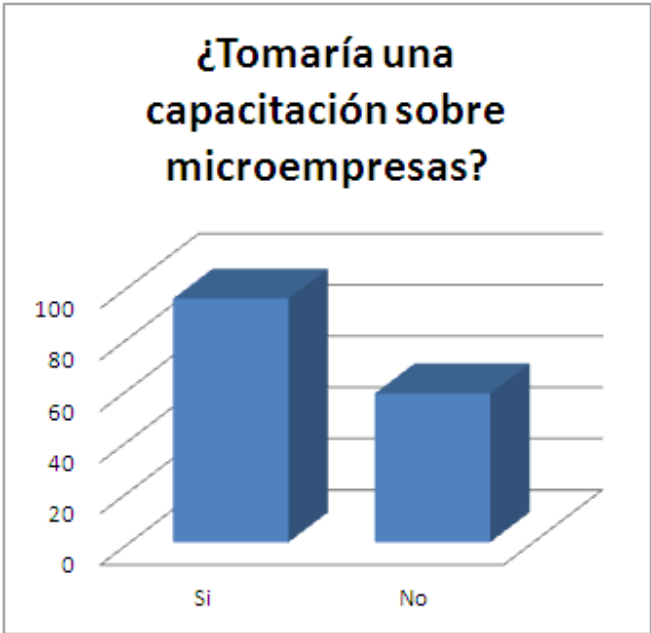
2.4.5 Investigación de Campo

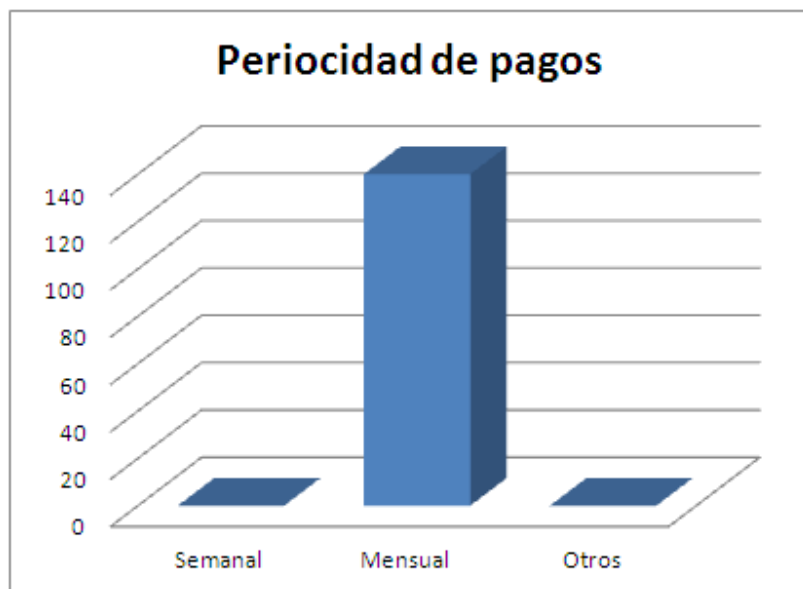
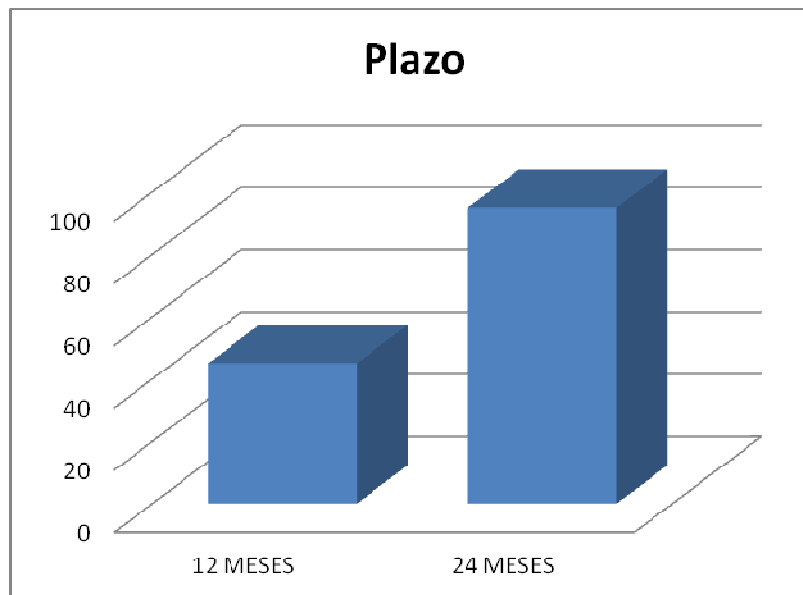
2.4.5.1 Procesamiento de la Información

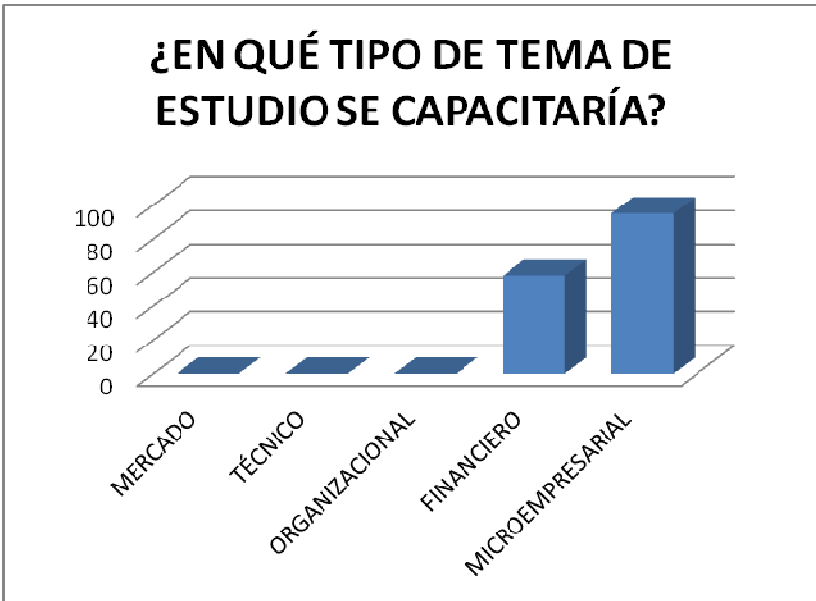
Procesamiento por variables

Ilustración 2.4-3 Procesamiento de información encuestas.

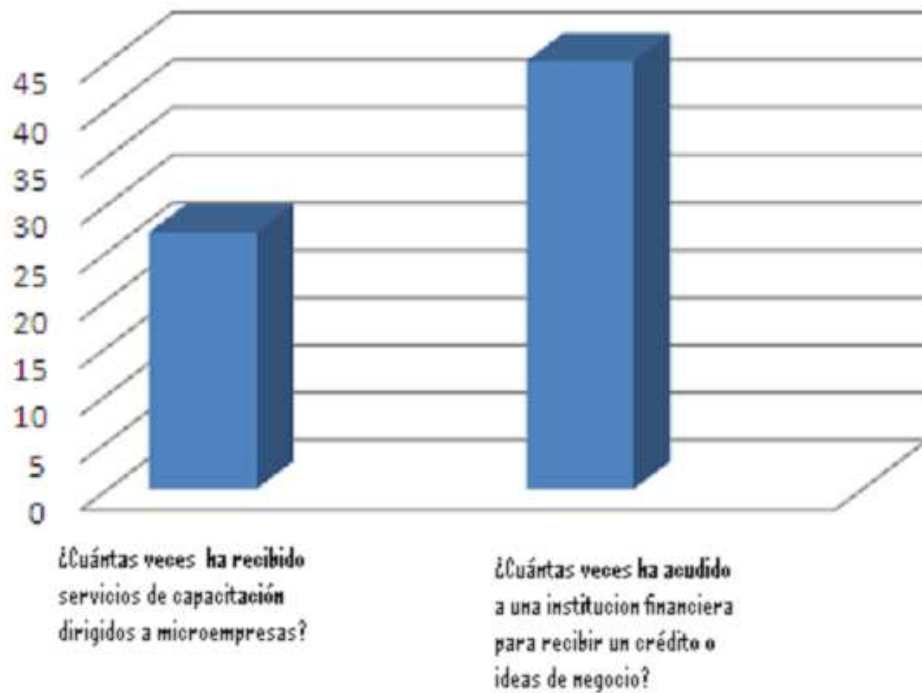




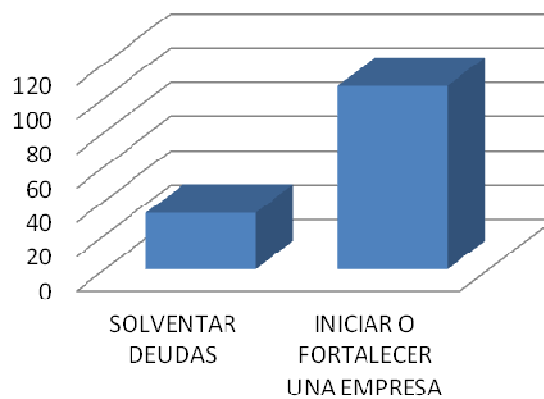




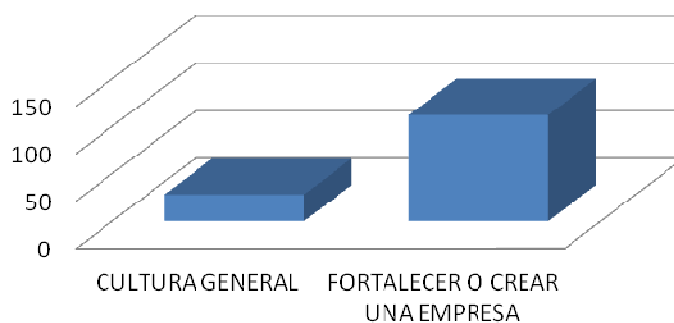
FRECUENCIA



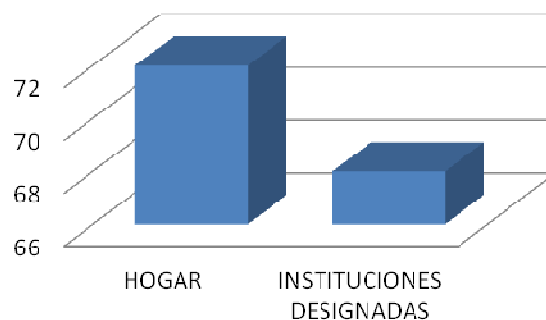
¿UTILIZARIA UN MICROCRÉDITO PARA?



¿PARA QUÉ RECIBIRÍA UD. CAPACITACIÓN EN EL AREA MICROEMPRESARIAL?



¿DONDE LE GUSTARÍA RECIBIR LOS SERVICIOS DE CAPACITACIÓN?



2.4.5.2 Análisis de los Resultados

Tabla 2.4-4 Análisis de resultados.

ENCUESTA					
No.	PREGUNTAS	RESULTADOS		OBJETIVO	CONCLUSIÓN
		CANT.	%		
1	Consumo de los productos (Pregunta psicográfica o filtro)				
	A.- CRÉDITO ¿Tiene Ud. Capacidad de pago y recibiría un crédito Microempresarial de Fundei si así fuere? Si () No ()	140 13	92 8	Saber cuántos microempresarios harían un préstamo a Fundei	Como 92% de personas si acudirían a la sucursal de Fundei para solicitar un crédito, entonces el proyecto es viable
	B.- CAPACITACIÓN ¿Tomaría una capacitación sobre Microempresas? Si () No ()	95 58	62 38	Saber cuántos microempresarios tomarían una capacitación de Fundei	Como un 62% de personas si tomarían una capacitación en Fundei se planificarán instalaciones, contenido y talento humano
2	Características de los productos				
	A.- CRÉDITO MONTO ¿Qué monto de dinero solicitaría a Fundei? () De 100 a 300 () De 300 a 500 () De 700 a 900 () + De 900	12 43 52 33	8,6 30,7 37,1 23,6	Saber el monto máximo y mínimo para hacer la proyección de la inversión	Se emitirán créditos desde 100 hasta mas de 900, conservando los límites máximos del BCE
	PLAZO () 12 MESES () 24 MESES	45 95	32,1 67,9	Saber el plazo de pagos para determinar los flujos	Se establece un plazo máximo de 24 meses para la cancelación total de los créditos adeudados.
	PERIODICIDAD DE PAGOS Semanal Mensual Otros	0 140 0	0,0 100,0 0,0	Saber el plazo de pagos para garantizar los cobros	El 100% prefiere cancelar los créditos de manera mensual
	GARANTÍAS ¿Qué tipo de garantías escogería? Tradicional () Personales ()	46 94	32,9 67,1	Determinar el tipo de garantía a utilizar en la emisión de créditos	La gente prefiere adquirir garantías de tipo personal en la emisión de créditos
	B.- CAPACITACIÓN ¿En qué tipo de tema de estudio se capacitaría? Mercado () Técnico () Organizacional () Financiero () Microempresarial ()	0 0 0 58 95	0 0 0 38 62	Planificar el contenido de los cursos y la contratación de talento humano	Se capacitó al 62% de Microempresarios en temas Microempresarial y al 38% Financiero
3	Frecuencia o Cantidad de compra				
	¿Cuántas veces ha recibido servicios de capacitación dirigidos a microempresas? _____	27	100,0	Planificar la cantidad anual de la emisión de cursos por parte de Fundei	Los microempresarios han recibido un máximo de 27 cursos por año
	¿Cuántas veces ha acudido a una institución financiera para solicitar un crédito para su microempresa o ideas de negocio? _____	45	100,0	Saber la frecuencia anual en la adquisición de préstamos	Se emitieron créditos a un promedio mínimo de 45 personas al año
4	Uso de los productos				
	A.- CRÉDITO Ud. utilizaría un microcrédito para: Solventar deudas () Iniciar o fortalecer una microempresa ()	33 107	23,6 76,4	Saber el destino final del crédito para tomar correctivos y provisiones	Un 76,4% de personas necesitan dinero para iniciar o fortalecer la microempresa mientras que un 23,6% utilizarán el dinero para pagar deudas
	B.- CAPACITACIÓN ¿Para qué recibiría Ud. capacitación en el área microempresarial? Cultura general () Fortalecer o crear una microempresa ()	28 112	20,0 80,0	Controlar el ingreso a la capacitación solo a personas interesadas	El 80% de personas desearían recibir capacitación solo a personas interesadas
	¿Dónde le gustaría recibir los servicios de capacitación? Hogar Instituciones designadas por la organización ()	72 68	51,4 48,6	Planificar el lugar de la emisión de la capacitación	La mayoría de personas desean recibir capacitación en su hogar, mientras un 48% quieren asistir a una institución a recibir una capacitación
5	Precios de capacitación				
	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de capacitación dirigido a microempresarios? _____	\$17	100,0	Saber cuánto se deberá cobrar por la emisión de una capacitación	Existe un promedio de pago de \$17 por recibir una capacitación.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

2.5 Análisis de la Demanda

El propósito fundamental que se persigue al realizar el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación con un bien o servicio, así como precisar la posibilidad de que el producto del proyecto participe en la satisfacción de dicha demanda.

2.5.1 Clasificación de la Demanda

Tabla 2.5-1 Clasificación de la demanda.

CLASIFICACIÓN	CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Por tipo de producto y servicio	Servicio de capacitación Microcréditos	Capacitación conforme al giro del negocio y financiamiento de acorde al segmento de microcrédito
Por demanda	4%	Del segmento del mercado
Por Consumidor	Final	Mayores de edad para microcréditos y capacitación para microempresarios

Fuente: Investigación
Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

2.5.2 Factores que Afectan a la Demanda

Factor educativo

Tabla 2.5-2 Factores de educación.

NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	56,319	11,241	45,078	27,909	5,418	22,491	28,410	5,823	22,587
NINGUNO	4,038	365	3,673	1,374	119	1,255	2,664	246	2,418
CENTRO ALFAB.	184	24	160	97	15	82	87	9	78
PRIMARIO	28,029	4,792	23,237	14,246	2,376	11,870	13,783	2,416	11,367
SECUNDARIO	16,158	3,831	12,327	8,036	1,749	6,287	8,122	2,082	6,040
POST BACHILLERATO	278	91	187	135	41	94	143	50	93
SUPERIOR	4,062	1,476	2,586	2,117	787	1,330	1,945	689	1,256
POSTGRADO	51	20	31	32	11	21	19	9	10
NO DECLARADO	3,519	642	2,877	1,872	320	1,552	1,647	322	1,325



Índice de analfabetismo de la población de 10 años y más según área y sexo.



Índice de educación total, por área urbana y área rural

Fuente: INEC

Elaborado por: Laureano Eduardo Castro Dorado, Danilo Xavier Pazmiño Valladares

Tabla 2.5-3 Niveles de educación microempresarios.

Máximo nivel alcanzado	Hombres	Mujeres	Total
Ninguno	2,9	4,1	3,5
Centro de Alfabetización	0,2	0,3	0,3
Primaria Incompleta	8,3	9,0	8,6
Primaria Completa	36,5	31,3	34,1
Secundaria Incompleta	20,4	21,8	21,1
Secundaria Completa	20,1	21,7	20,9
Superior No-universitario Incompleto	0,1	0,1	0,1
Superior No-universitario Completo	0,3	0,4	0,3
Universitaria Incompleta	8,0	8,7	8,3
Graduado en Universidad	3,0	2,4	2,7
Postgraduado	0,2	0,2	0,2
Total	100%	100%	100%

Fuente: USAID, 2005

“En la sociedad moderna y abierta en que vivimos y en el entorno cambiante y dinámico de los procesos productivos, los sistemas de la educación y de formación profesional están sujetos a permanentes cambios para ofrecer productos y servicios según las reales necesidades del mercado de trabajo.”²⁵

El indicador de analfabetismo en el cantón Mejía en las zonas rurales es elevado con el 13,2%, lo que da una perspectiva de necesidad de capacitación por lo que el proyecto e implementación de una Sucursal de Fundei tendrá un impacto positivo en materia de educación.

²⁵Centro Internacional De Formación De La OIT

Factor Ingreso de los beneficiarios

Actividades económicas: agricultura y ganadería, parte de la población se dirige a la ciudad a cumplir con sus labores. Tomando en cuenta este antecedente y comparando con el entorno económico de la zona de estudio, los indicadores económicos de la parroquia demuestran un elevado índice de subempleo, por lo que se espera que Fundei halle puntos estratégicos para los beneficiarios y mejorar el nivel socioeconómico.

Factor expectativas del consumidor

Mediante un sondeo de mercado se aprecia diversos puntos críticos que la comunidad espera de una Fundación para el desarrollo micro-empresarial, incluye capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo, asesoramiento empresarial, tutorías en preparación de proyectos, planes de negocios, entre otros. Con el fin incrementar las capacidades de los microempresarios y de los trabajadores.

2.5.3 Comportamiento Histórico de la Demanda

Figura 2.5-1 Comportamiento Histórico de la Demanda.

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO		
Año	Microcrédito Empresarial FUNDEI	Crecimiento
2007	\$ 27.768,39	
2008	\$ 36.226,22	30,46%
2009	\$ 40.669,75	12,27%

DEMANDA HISTÓRICA			
TIPO	2008	2009	2010
Demanda financiamiento	166	150	140
Demanda capacitación	102	92	86
Demanda total	268	242	226

Fuente: Investigación
Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

2.5.4 Proyección de la Demanda

Método de proyección: Medida ponderada

Justificación del método: Dispersión representativa de datos, debido al reducido nivel de información secundaria encontrada acerca del mercado. Utilización del índice de crecimiento poblacional para estipular una proyección más cercana a la realidad basada en una media ponderada para los años siguientes.

Tabla 2.5-4 Demanda proyectada.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA					
FUNDEI					
Parroquia	Habitantes (de 20 a 59 años)	Índice de microempresarios (zonas rurales/Pichincha)	DEMANDA POTENCIAL		
			Financiamiento 62%	Capacitación 38%	Total
Cutuglagua	4532	4,80%	135	83	218

Referencia: demanda total año 2011

DEMANDA				
TIPO	ACTUAL	PROYECTADA		
	2011	2012	2013	2014
Demanda financiamiento	135	140	146	152
Demanda capacitación	83	86	90	93
Demanda total	218	226	236	245

Fuente: Investigación

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

2.6 Análisis de la Oferta

“En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado.”²⁶

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

2.6.1 Clasificación de la Oferta

OFERTA ACTUAL		
EMPRESAS OFERENTES-CUTUGLAGUA Y SECTOR ALEDAÑO		
1.- Capacitación (organizaciones del sector)		
1	Juntas Parroquiales del Sector	
2	Gobierno de la Provincia de Pichincha Proyecto:	
	"Formación de Capacitadores en Metodologías de	
	Creación y Fortalecimiento de Empresas"	
2.- Microcréditos (Bancos, COAC, Coop.)		
1	Banco Del Pichincha,	Machachi
2	Banco Solidario,	Machachi,
3	Coac "San Juan De Cotogchoa" Ltda.,	Cutuglagua
4	Coop. De Ahorro y Credito Chibuleo Ltda.,	Machachi
5	Cooperativa Alianza Del Valle,	Machachi
6	Cooperativa De Ahorro y Credito Chibuleo Ltda,	Machachi
7	Cooperativa De Ahorro y Credito Yuyak Runa,	Machachi
8	Cooperativa "Textil 14 De Marzo",	Machachi
9	Coorambato Ltda,	Machachi
10	Credife Desarrollo Microempresarial,	Machachi
11	Cooperativas de Ahorro y Credito. Cooperativa 29 de Octubre	
12	Cooperativa de Ahorro y Crédito MAQUITA CUSHUNCHIC	

²⁶<http://riie.com.pe/?a=31105>

2.6.2 Factores que Afectan a la Oferta

Tabla 2.6-1 Factores Oferta.

FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA
Capacitación
Costo Lugar Canales de comunicación
Microcréditos
Tasas de interés Segmento de mercado Tasas de morosidad de sector Planes estratégicos adecuados

Fuente: Investigación
Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

2.6.3 Comportamiento Histórico de la Oferta

Tabla 2.6-2 Oferta Histórica.

OFERTA HISTÓRICA			
TIPO	2008	2009	2010
Oferta financiamiento	86	78	73
Oferta capacitación	52	47	44
Oferta total	138	125	117

Fuente: Investigación
Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

2.6.4 Oferta actual y proyectada

Tabla 2.6-3 Oferta actual y proyectada.

OFERTA				
TIPO	ACTUAL	PROYECTADA		
	2011	2012	2013	2014
Oferta financiamiento	70	73	76	79
Oferta capacitación	42	44	45	47
Oferta total	112	117	121	126

Fuente: Investigación

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

2.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Para calcular la demanda insatisfecha, se restan los datos proyectados de la demanda y la oferta.

Tabla 2.7-1 Demanda Insatisfecha.

TIPO	PROYECCIONES		DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL 2011
	DEMANDA	OFERTA	
Financiamiento	135	70	65
Capacitación	83	42	41
Total			106

Fuente: Investigación

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

De acuerdo a las proyecciones se determina que existe una demanda insatisfecha de Microcréditos de 65 a nivel local y de 41 en Capacitación, es decir, un total de 106 demandas insatisfechas. Por tanto Fundei tiene como meta inicial emitir 65 microcréditos y 41 de capacitación por año, sin considerar el creciente mercado local que demandará de acuerdo a las proyecciones.

2.8 Análisis del Precio en el Mercado del Producto

“Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.”²⁷

2.8.1 Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios

Tabla 2.8-1 Factores del precio.

FACTOR INFLUYENTE	DESCRIPCIÓN
Naturaleza del mercado	Oligopolio Bilateral: Tipo de mercado en el que hay pocos productores u oferentes y pocos consumidores o demandantes.
Factores económicos a nivel nacional	Las microempresas ecuatorianas emplean a más de un millón trabajadores de ingresos medios o bajos, lo que representa alrededor del 25% de la mano de obra urbana y un aporte al Producto Interno Bruto entre el 10 y 15% (USAID, 2005).
Políticas de gobierno	El término fundación proviene en colaboración, coordinación y mejora social sin ánimos de lucro, por lo que están exentos de algunos tributos para cumplir con objetivo estipulado en la normativa internacional y nacional.

Fuente: Investigación
Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

²⁷<http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml>

2.8.2 Comportamiento Histórico y Tendencias de precios.

Capacitación y microcrédito microempresarial.

Según sondeo realizado el 20 de junio de 2011 a los habitantes de la parroquia de Cutuglagua, la capacitación en materia microempresarial es baja, y se oferta en su mayoría en Machachi, el precio bordea los \$20, 00 por persona pero afirman que la mayoría son talleres que no poseen continuidad y por lo general no tienen ningún costo. Referente a los microcréditos las tasas de interés bordean el 22% según el segmento de microcrédito que pertenezca, y el monto de crédito bordea entre los \$400, 00 y \$1000, 00.

Tendencias de precios.

“La microempresa, el mercado microfinanciero y la provisión de servicios empresariales evidencian en el Ecuador un desarrollo y crecimiento explosivo en los últimos 5 años.... (USAID, 2005).”

2.9 Mercadeo y Comercialización

“Mercadeo: consiste en actividades, tanto de individuos como organizaciones, encaminadas a facilitar y estimular intercambios dentro de un grupo de fuerzas externas dinámicas. De esta forma se interrelacionan productores, intermediarios consumidores en su capacidad de intercambiar bienes y servicios que satisfagan necesidades específicas. Mercadeo es el proceso de planeación y ejecución de conceptos, precios, promociones y distribución de ideas, bienes, servicios para crear un intercambio que satisfaga necesidades y los objetivos de la organización.”²⁸

²⁸<http://www.monografias.com/trabajos13/mepla/mepla.shtml>

2.9.1 Estrategias de Producto

2.9.1.1 Nivel de Producto

- **Producto Aumentado**

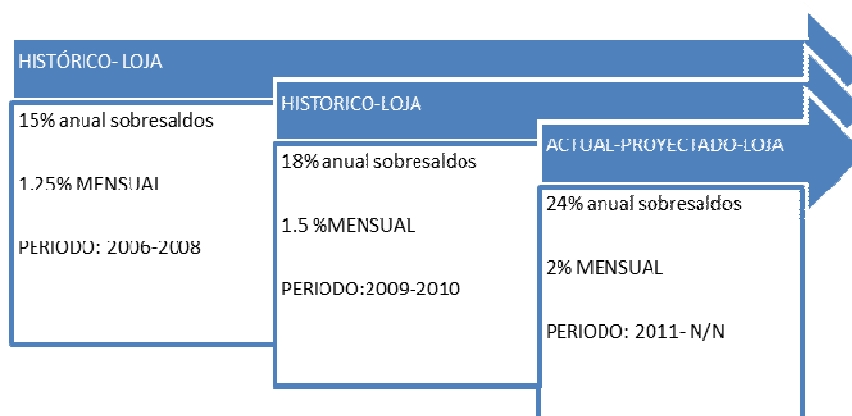
Garantía de producto: En los servicios de capacitación, contar con un cronograma adecuado acorde a las necesidades del sector, según establece Fundei, además tomar en cuenta personal capacitador competente y adecuado para la difusión de conocimiento, mediante planteamientos, revisión y aprobación de syllabus dirigidos al sector microempresarial, seguimiento continuo.

En el otorgamiento de microcréditos, cumplir con la normativa establecida por Fundei, y mejoramiento en procesos que se puedan y permitan realizar

- **Producto real**

Las tasas de interés colocados:

Ilustración 2.9-1 Tasas de interés FUNDEI.



Fuente: FUNDEI

Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

“En la Agencia Nro.1 FUNDEI Loja se operó con el 15%, el 18% y actualmente el 24% anual sobresaldos.

En la Agencia Nro.2 Fundei MACHALA a partir del 3 de abril se opera con el 24% anual sobre saldos, para esta agencia no podríamos proyectar porque recién está inmersa en el mercado de esta localidad y por ende primero debe ganar mercado para luego dar lugar al incremento de la tasa de interés.”²⁹

Análisis general

Productos:

1. Microcrédito; Financiamiento de su capital semilla para su microempresa

Servicios:

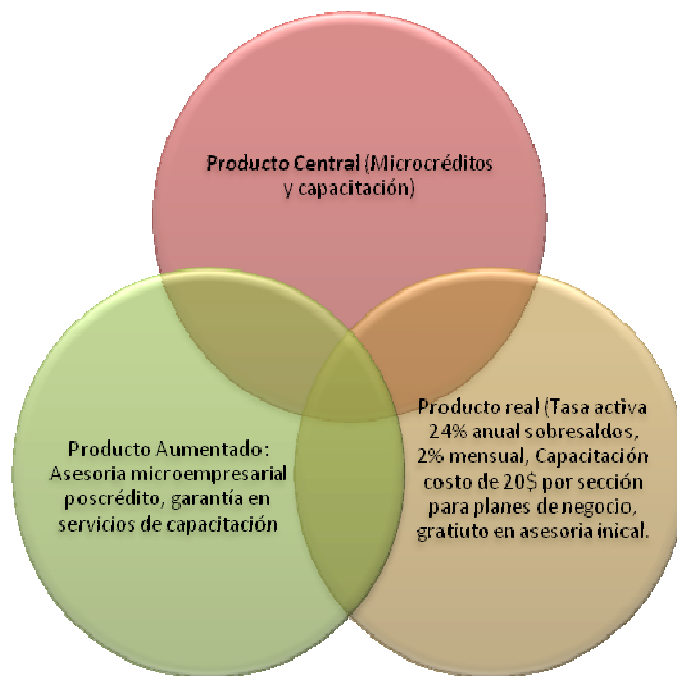
1. Capacitación para emprendedores
2. Fondo mortuario
3. Banda ancha
4. Asesoría empresarial
5. Fortalecimiento del negocio a través de microcréditos
6. Compartir la inversión para la microempresa

²⁹FUNDEI

- **Producto central**

Beneficio: Tomando en cuenta el aporte al sector socioeconómico del país, en la generación de empleo mediante capacitación y otorgamiento de financiamiento para creación o fortalecimiento de proyectos micro empresariales.

Ilustración 2.9-2 Producto central, real y aumentado.



Fuente: FUNDEI
Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

Análisis específico según encuesta

Capacitación

Se capacitará a microempresarios, mediante un programa de capacitación, con un precio de \$20, oo por persona en temas según “Estructura líneas de Capacitación Fundei”, en la casa comunal ubicada en el Barrio Lourdes, Parroquia Cutuglagua con capacidad para 41 personas.

Microcrédito

Se planificará el otorgamiento de cartera para microcrédito conforme a la demanda insatisfecha calculada, para aproximadamente 65 personas, conforme a las políticas internas de FUNDEI.

2.9.1.2 Línea de producto

Línea de producto: Línea crediticia y de capacitación microempresarial.

Direccionamiento del cliente: Microempresarios mayores de edad para financiamiento.

Microempresarios: con objetivos de mejoramiento o generación de microempresas para capacitación o asesoramiento.

2.9.2 Estrategias de Precios

2.9.2.1 Factores para fijar precios

Se ha analizado las tasas del Banco Central del Ecuador, por eso la fundación ha previsto establecer una tasa aceptable del 2% mensual sobresaldos, es una estrategia de amortización sobresaldos porque al cliente le satisface pagar cada mes un valor menor.

2.9.3 Estrategias de Plaza:

Canal de distribución: Canal de marketing directo, no posee intermediarios tanto para la asesoría como para la otorgación de microcréditos.

Responsabilidad de los medios del canal:

Canal de distribución: Otorgar servicios de capacitación y microcréditos con calidad, con eficiencia, eficacia y efectividad en cada proceso.

Eficiencia: Servicios de capacitación y microcréditos con optimización de recursos, en las etapas de planificación, ejecución y control de la microempresa en formación.

Eficacia: Mediante indicadores de resultado contemplados en el plan de negocios, que permitan medir objetivos alcanzados.

Efectividad: Optimización de recursos en micro empresas fortalecidas o en creación, congruente con los resultados esperados y alcanzados.

Evaluación del canal: Capacitaciones realizadas y microcréditos otorgados.

2.9.4 Estrategia de Promoción

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL



"Porque juntos podemos crecer y hacer un mundo mejor"

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL
ACUERDO MINISTERIAL No. 221, 15 DE OCTUBRE DEL 2003
"FUNDEI"

Figura 2.9-1 Mezcla de comunicación.

MEZCLA DE COMUNICACIONES DE MARKETING	
Publicidad	Uso de la Web de internet como redes sociales para promocionar la línea de producto.
Promociones	Servicios de capacitación y Asesoramiento inicial gratuito
Relaciones Públicas	Creación de una excelente imagen organizacional.
Ventas personales	Imagen personal, que denote credibilidad para el entorno de microempresarial
Marketing directo	Servicio de post-venta, uso de teléfono, catálogo de sugerencias mediante páginas web, correo electrónico, etc.

Fuente: FUNDEI

Elaborado por Fabián Navia Cedeño, 2011

Segmento de la población: microempresarios.

Enfoque : Estilo de vida

Eslogan : "Porque juntos podemos crecer y hacer un mundo mejor"

CAPÍTULO 3

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Tamaño del Proyecto

3.1.1 Factores Determinantes del Proyecto

3.1.1.1 Condicionantes del Mercado

Factor Geográfico

La parroquia de Cutuglagua está situada al norte del cantón Mejía. Cutuglagua se enmarca entre el frío de páramo, las lluvias de temporada y la calidez del mediodía, paisajes de neblina, la mezcla entre campo y pequeña ciudad y un vistoso paisaje natural.

Tabla 3.1-1 Barrios Parroquia de Cutuglagua.

POBLACIÓN DE CUTUGLAGUA		
	BARRIOS	HABITANTES
1	LA UNION	338
2	SANTA CATALINA	340
3	SAN MIGUEL	476
4	BARRIO CENTRAL	465
5	ALISUCO	434
6	SAN JOSE	486
7	SAN IGNACIO	356
8	EL MANZANO	440
9	LOURDES	412
10	SAN ALFONSO NO NO	432
11	STO.DMGO. DE CUTUGLAGUA	338
12	LA ISLA	340
13	EL BELEN	379
14	EL TAMBO	357
15	FLORENCIA DE CARAPUNGO	350
16	LA JOYA	379
17	SAN FRANCISCO	365
18	SANTA ROSA	456
19	SANTA ISABEL	432
20	SAN FRANCISCO 1	367
21	SAN FRANCISCO 2	346
22	AYMESA	386
23	ROSARIO 1	332
24	ROSARIO 2	313
25	ROSARIO 3	333
26	EL TEJAR ALTO	335
	TOTAL	9987

Fuente: INEC, 2011

Mercado FUNDEI

Tabla 3.1-2 Factor de mercado.

TIPO	D.I. ACTUAL
	2011
Financiamiento	65
Capacitación	41
Total	106

Fuente: Investigación

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

Conclusión: Según el estudio de mercado realizado; 65 personas optarían por la línea de financiamiento y 41 personas por capacitación, tomando en cuenta la situación de mercado y las actividades económicas a que se dedica la población los servicios de capacitación estaría dirigido al área agroindustrial.

3.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

Tomando en cuenta el tema del proyecto “ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL “FUNDEI” EN LA PARROQUIA DE CUTUGLAGUA CANTÓN MEJÍA”, la disponibilidad de recursos financieros se direccionará bajo capital aportado según decisión por parte de la asamblea general de Fundei presidida por su Director Ejecutivo, Ing. Víctor Emilio Cuenca Caraguay.

Además bajo autorización de la asamblea, se optaría por el financiamiento a través de:

“Miembros Honorarios (donantes) aquellas personas naturales o Instituciones que ayuden a la Fundación por medio de cuotas, otorgamiento de donaciones, servicios calificados, otros beneficios. Son miembros beneficiarios los que en forma directa e indirecta reciben los servicios de: capacitación y crédito para la creación y desarrollo microempresarial.”³⁰

3.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra

En el mercado laboral ecuatoriano existe el talento humano adecuado para la planificación y ejecución del proyecto para las diferentes etapas dentro del proceso de otorgamiento de microcrédito y los servicios de capacitación.

Actualmente existen diversas plataformas virtuales que sirven como herramienta para el reclutamiento de personal como www.multitabajos.com, www.porfinempleo.com, entre otras.

Además es necesario tomar en cuenta la trayectoria de la fundación y sus directrices para el talento humano, que se considerará mediante perfiles profesionales, bajo competencias laborales direccionadas a servicios de capacitación y otorgamiento de financiamiento.

³⁰Estatutos FUNDEI

3.1.1.4 Disponibilidad de servicios de capacitación y recursos financieros

Tabla 3.1-3 Información de proveedores.

PROVEEDORES	INFORMACIÓN
Recursos Financieros	FUNDEI, Miembros Honorarios
Servicios de capacitación	de -“Empresa Servicios de Capacitación”, Miembros Honorarios). Para capacitación específica. -Programa anual de capacitación. Para capacitación General,

Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

Microcréditos

Software financiero provisto por Fundei para análisis crediticio, módulo asociado con buros de crédito como instrumento de mejora al desarrollo actual.

Capacitación

Acceso a internet para implementaciones de herramientas web, sincronizadas con los miembros beneficiarios.

3.1.1.6 Economías de Escala

Bajo el concepto de ofrecer más a un menor costo, mediante un aumento de la productividad y reducción del costo medio, se tomará en cuenta estos parámetros para establecer en sí la economía de escala a nivel de otorgamiento de financiamiento y servicios de capacitación mediante estrategias de alianzas que permitan cubrir un mayor porcentaje de demanda con créditos a una baja tasa de interés y capacitación a un número mayor de personas reduciendo el costo de capacitación.

3.1.2 Capacidad de Producción

3.1.1.1 Tamaño Óptimo

Conforme a la demanda insatisfecha, el porcentaje deseado de esa demanda, las disponibilidades de recursos y el tamaño óptimo de producción para Fundación tenemos la siguiente figura:

Figura 3.1-1 Tamaño óptimo de producción.

TIPO	D.I. ACTUAL
	2011
Financiamiento	65
Capacitación	41
Total (PERSONAS)	106

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.2 Localización del Proyecto

3.2.1 Macro Localización

3.2.1.1 Justificación

Continente: Sur América

País : Ecuador

Región : 19 perteneciente a Pichincha-Quito

Catón : Mejía

3.2.1.2 Mapa de Macro Localización

Figura 3.2-1 Macro localización.



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.2.2 Micro Localización

3.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas

Distrito Metropolitano de Quito

Parroquia : Cutuglagua

Barrios de Selección: San José, La Joya, Lourdes

Tabla 3.2-1 Criterios de selección Micro localización.

SELECCIÓN	PONDERACIÓN
Mercado	<ul style="list-style-type: none">• 10Pts: Creciente• 5Pts: Estable• 2Pts: Decreciente
Disponibilidad de materia Prima	<ul style="list-style-type: none">• 10Pts, Permanentemente.• 5Pts, Estacionalmente.• 0Pts, No existe por el sector básicos.
Disponibilidad de Mano de obra	<ul style="list-style-type: none">• 10Pts, la mano de obra se encuentra permanentemente.• 5Pts, la mano de obra solo se encuentra de forma
Existencia de Infraestructura Básica	<ul style="list-style-type: none">• 10Pts, la totalidad de esta se encuentre en la zona de la planta.• 5Pts, los requerimientos son parciales.• 0Pts, No existe infraestructura.
Seguridad	<ul style="list-style-type: none">• 10Pts, la vigilancia pública es buena por la zona industrial de su• 5Pts, regular por baja vigilancia y zona mixta industrial-residencial.• 0Pts, vigilancia pública nula, zona residencial en su totalidad.
Servicios Básicos	<ul style="list-style-type: none">• 10Pts, Consta de Agua, luz, teléfono, internet.• 5Pts, Carece de algún servicio básico.• 0Pts, No existe servicios básicos.
Tráfico	<ul style="list-style-type: none">• 10Pts, Liviano.• 5Pts, Eventual• 0Pts, Pesado.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.2.2.2 Matriz de Micro Localización

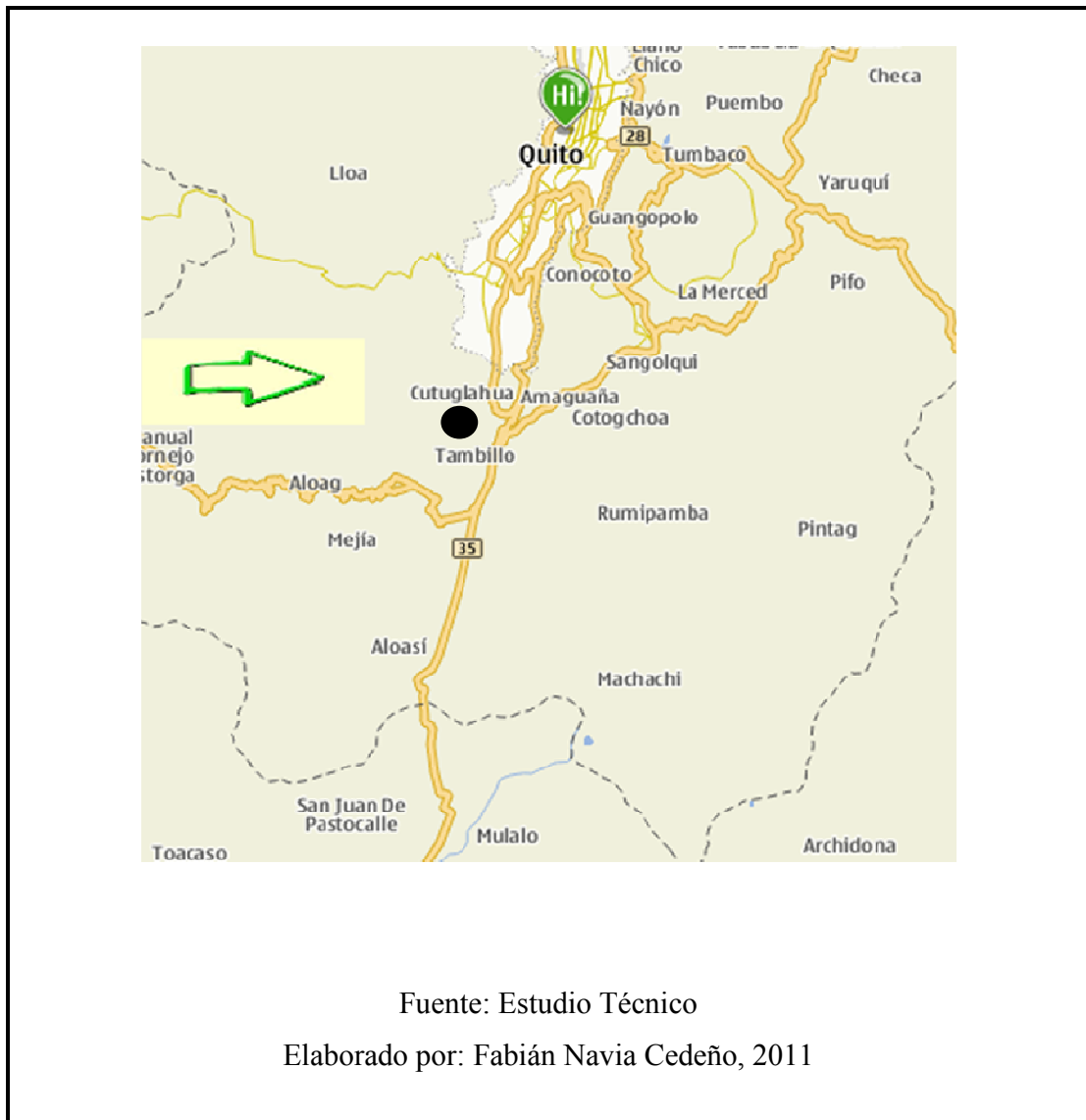
Tabla 3.2-2 Matriz Micro localización.

Barrios	
A	Lourdes
B	San José
C	La Joya
Nivel de importancia mayor	20pts
Nivel de importancia mediano	15pts
Nivel de importancia bajo	10pts

FUERZA	PONDERACIÓN	CONDICIONES	PUNTAJE	A	B	C	A	B	C
Mercado	15	Creciente	10						
		Estable	5	X		X	75		75
		Decreciente	2		X			30	
Disponibilidad de materia prima	20	Creciente	10	X	X	X	200	200	200
		Estable	5						
		Decreciente	0						
Disponibilidad de mano de obra	20	Permanente	10	X	X	X	200	200	200
		Estacional	5						
		No existe	0						
Existencia de infraestructura básica	15	Total	10	X			150		
		Parcial	5		X	X		75	75
		No existe	0						
Seguridad	5	Buena	10						
		Regular	5	X			25		
		Mala	0		X	X		0	0
Servicios básicos	15	Total	10	X	X	X	150	150	150
		Parcial	2						
		No existe	0						
Tráfico	10	Liviano	10		X	X		100	100
		Eventual	5	X			50		
		Pesado	0						
TOTAL							850	755	800

3.2.2.3 Plano de la Micro Localización

Figura 3.2-2 Plano Micro localización.



3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 PROCESO DE CRÉDITO

3.3.1.1 DEFINICIÓN

Otorgar microcréditos en la parroquia de Cutuglagua a una tasa del 24% sobre saldos, en mostos desde \$300 a \$1500 dólares americanos, en un plazo no mayor a un año; esta información crediticia tendrá excepciones de monto y plazo según direccionamiento del financiamiento que se evaluará tomando en cuenta el análisis crediticio y procesos internos de FUNDEI y aprobado por la asamblea general.

3.3.1.2 OBJETIVO

GENERALES.

Establecer las disposiciones de carácter general que regirán el proceso de otorgamiento de micro créditos que realice FUNDEI a sus miembros beneficiarios, en cumplimiento de sus objetivos organizacionales.

ESPECÍFICOS.

- Regular, controlar y supervisar la actividad crediticia de FUNDEI a través de las normas y procedimientos.
- Dar a conocer el marco normativo a particulares, Instituciones Financieras, Organismos, Dependencias y Autoridades Estatales y Municipales con las que se relacione el FUNDEI.

3.3.1.3 ALCANCE

Desde la entrevista preliminar hasta el otorgamiento del microcrédito

3.3.1.4 POLÍTICAS

CRÉDITO:

- ❖ El Agente Administrador de FUNDEI es la persona que toma la decisión de conceder créditos al cliente interesado.
- ❖ El interés que se cobra por los microcréditos es sobre saldos (24% anual)
- ❖ El crédito se genera por la confianza y las garantías que el deudor ofrece, debe existir una promesa de pago, sustentada por un documento legal, que en el caso de esta Fundación para el Desarrollo micro empresarial, es el PAGARE quien sustenta la promesa de pago de las deudas, según el monto y el plazo para el vencimiento de dichos rubros, que con anterioridad se conviene con el cliente.
- ❖ FUNDEI procurará extender a sus clientes créditos inmediatos y con las mejores facilidades, pero ante todo, manteniendo los grados de seguridad que le permitan recuperar su inversión sin tener que llegar a procesos legales.
- ❖ El deudor debe cumplir y sujetarse a las condiciones de pago, a cancelar en el lugar y las fechas establecidas, en caso de incumplimiento de esta política sin justificación verídica y comprobable, el deudor debe asumir el pago de interés y/o mora según el tiempo de incumplimiento (22%)
- ❖ No se puede otorgar créditos con montos excesivos, en el caso de los deudores primerizos, por esta razón los créditos se extienden a partir de \$300 hasta \$1500, incrementalmente a medida que el cliente haya cancelado el anterior y posteriormente solicite uno nuevo.
- ❖ Los requisitos para acceder a un crédito son concisos sin que lleguen hacer de difícil acceso o de demora para conseguirlos, sin embargo dichos requisitos están sujetos a verificación, por lo cual es importante que sean verídicos y confiables, dicha verificación es ejecutada por el Agente Administrador.

3.3.1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

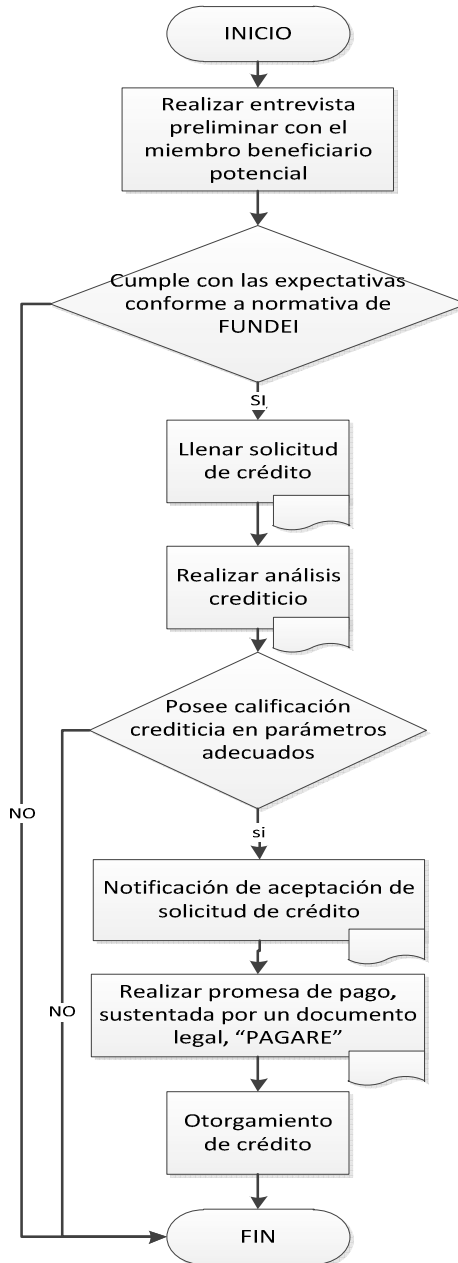
Tabla 3.3-1 Descripción proceso crediticio.

DESCRIPCIÓN PROCESO CREDITICIO		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PERSONAL
Entrevista Preliminar	Se recibe al miembro beneficiario potencial, y se le realiza un entrevista direccionada a: <ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de financiamiento - Características generales de su situación económica actual - Perspectivas de crecimiento 	Oficial de crédito
Solicitud de crédito	Se llena información de solicitud de crédito del miembro potencial beneficiario tomando en cuenta el análisis de las 5C: <ul style="list-style-type: none"> - Carácter - Capacidad - Capital - Condiciones - Colateral 	Oficial de crédito
Análisis crediticio	Se califica la situación crediticia del miembro potencial beneficiario tomando en cuenta las condiciones del crédito, según la anualidad, riesgo para la Institución Financiera, posteriormente se comunica al agente administrador.	Oficial de crédito
Notificación de aceptación	Se comunica análisis crediticio por parte del oficial de crédito al agente administrativo mediante informe correspondiente.	Agente administrativo
Resolución de aceptación, y firma de promesa de pago	Se comunica resolución del agente administrativo al miembro beneficiario potencial el cual realiza una promesa de pago, sustentada por un documento legal, "PAGARE".	Oficial de crédito
Seguimiento	Se realiza un seguimiento del direccionamiento del crédito, para cumplir con los objetivos presentados por el demandante crediticio inicialmente.	Oficial de crédito

Fuente: FUNDEI

3.3.1.5 FLUJOGRAMA

Ilustración 3.3-1 Flujograma proceso de crédito.



Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.1.6 REGISTROS

Tabla 3.3-2 Registros proceso crediticio.

REGISTRO	RESPONSABLES	TIEMPO DE RETENCIÓN
Solicitud de crédito	Oficial de crédito	2 días
Hoja de calificación crediticia	Oficial de crédito	2 días
Hoja de notificación	Oficial de crédito	1 día
Promesa de pago Pagaré	Oficial de crédito	1 día

Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.1.7 RIESGOS Y CONTROLES

Tabla 3.3-3 Riesgo y control proceso de crédito.

RIESGO	CONTROL
Morosidad de cartera	Seguimiento crediticio
Crédito utilizado para fines inherentes al solicitado	Seguimiento crediticio

Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.1.8 INDICADORES ANÁLISIS CREDITICIO

Solicitud de créditos otorgados vs créditos rechazado.

3.3.1.9 PARÁMETROS DE EVALUACIÓN CREDITICIA

CARÁCTER

Datos personales:

Nombre
Nacionalidad
Documento de Identificación
Fecha de nacimiento
Nivel de educación
Profesión
Estado civil
Número de cargas familiares
Dirección domiciliaria
Tipo de vivienda

Información de los buros de crédito:

Habilitación para manejo de cuentas
Evolución de la deuda
Deudas reportadas por el sistema financiero
Tipo de riesgo
Tipo de crédito
Calificación
Total por vencer
Total vencido
Deudas reportadas por entidades no SBS
Cuota estimada mensual
Mayor plazo vencido
Mayor valor vencido
Calificación más alta
Calificación más baja
Calificación actual directa
Evolución de calificación
Entidades consultadas
Número de consultas

CAPACIDAD

ACTIVIDAD ECONÓMICA (PERSONAL)

OCUPACIÓN

INSTITUCIÓN EN LA QUE TRABAJA:

- *DIRECCIÓN:*
- *TELÉFONO:*
- *CARGO:*
- *INICIO DE ACTIVIDAD:*
- *FECHA DEL VENCIMIENTO DEL CONTRATO:*
- *NOMBRE DEL SUPERIOR INMEDIATO:*

INGRESOS MENSUALES:

- sueldo mensual
- otros ingresos
- ***total ingreso:***

EGRESOS MENSUALES

- Alimentación, vestuario, otros
- Tarjetas de crédito (diferido mensual)
- ***Total egresos***

CAPITAL

PATRIMONIO

VEHÍCULOS:

DEPÓSITOS EN BANCOS E IFI'S:

CONDICIONES

TIPO DE PRÉSTAMO: Microcrédito

PERIODICIDAD (n):

PLAZO MÁXIMO (m): 1 año

INTERÉS: 24% Sobre saldos

COLATERAL

REFERENCIAS CREDITICIAS:

- ***REFERENCIA PERSONAL:***

- ***REFERENCIA FAMILIAR:***

- ***REFERENCIAS BANCARIAS:***

GARANTÍA:

PERSONAL:

PRENDARIA:

HIPOTECARIA:

CALIFICACIÓN DEL DEUDOR PREVIO A LA CONCESIÓN DEL PRÉSTAMO

$$\text{Calificación (\%)} = 0,35a + 0,20b + 0,15c + 0,20d + 0,10e$$

- Calificación a

Capacidad de pago del Deudor y Codeudores

- Calificación b

Cobertura e idoneidad de las Garantías

- Calificación c

Información proveniente de la central de riesgos

- Calificación d


Experiencia crediticia del cliente

- Calificación e

Riesgo de mercado y entorno económico

3.3.1.10 Formatos de aplicación.

Tabla 3.3-4 Solicitud de crédito.

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL														
 <i>"Porque juntos podemos crecer y hacer un mundo mejor"</i>		<small>FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL ACUERDO MINISTERIAL No. 221, 15 DE OCTUBRE DEL 2003 "FUNDEI"</small>												
SOLICITUD DE CRÉDITO		No												
Cutuglagua;														
INFORMACIÓN CREDITICIA														
TIPO DE PRODUCCO	PLAZO	DESTINO	MONTO	TASA DE INTERES										
Microcrédito				24%										
IDENTIFICACIÓN MIEMBRO BENEFICIARIO														
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRES												
Datos generales														
Sexo M () F () Edad _____ Estado Civil _____	Fecha de nacimiento _____ (dd/mm/aaaa): Nacionalidad: _____ Nivel de Educación: Prim () Sec () Sup() Otro _____		CI: <table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>											
Domicilio Actual														
Tipo: Propio () Arriendo ()	Dirección: _____ _____ _____													
Teléfono y contacto														
Domicilio	Trabajo	Celular	Mail	Otro										
Información conyugal														
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRES												
Sexo M () F () Edad _____ Estado Civil _____	Fecha de nacimiento _____ (dd/mm/aaaa): Nacionalidad: _____		CI Conyugue: <table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>											

		Nivel de Educación: Prim () Sec () Sup() Otro _____		
SITUACIÓN LABORAL				
Nombre de la empresa: _____ _____		Tpo de actividad: _____ _____		
Puesto: _____ _____		Tipo de contrato: _____ _____		
Antigüedad: años _____, meses: _____				
INFORMACIÓN ECONÓMICA				
INGRESOS			EGRESOS	
CONCEPTO	VALOR	CONCEPTO	VALOR	
TOTAL		TOTAL		
Dependientes Ecoómicos				
Parentesco Familiar:		Edad:		Ocupación:
COLATERAL				
Referencia Personal:				
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRES	TELÉFONO	
Referencias bancarias:				
Institución Financiera		No de Cuenta/tarjeta		Otro
Información de Garantía				
Bien			Valor estimado:	
Tipo de Garantía: Personal () Prendaria ()	Concepto: _____ _____ _____		_____ _____ _____	
			_____ dólares	
Bien			Valor estimado:	

Tipo de Garantía: Personal () Prendaria ()	Concepto: _____ _____ _____	_____ _____ _____ dólares
Bien		Valor estimado:
Tipo de Garantía: Personal () Prendaria ()	Concepto: _____ _____ _____	_____ _____ _____ dólares
AUTENTIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN POR EL POSTULANTE		
<p>Autorizo a la Fundación de Desarrollo Microempresarial FUNDEI realizar las verificaciones que crean oportunas sobre la información que declaro en el presente documento y en caso de confirmar que la información sea falsa se anulará la solicitud.</p> <p>_____</p> <p>FIRMA DEL SOLICITANTE</p> <p>Declaro que toda la información de esta solicitud es verdadera.</p> <p>Fecha: _____</p>		
FIRMA DE VERIFICACIÓN Y ANÁLISIS		
<p>_____</p> <p>Oficial de Crédito</p> <p>Nombre: _____</p> <p>CI: _____</p>		

Fuente: FUNDEI, 2011

3.3.2 PROCESO DE SERVICIO DE CAPACITACIÓN

3.3.2.1 METODOLOGÍA DE ESTUDIO

“La metodología que se usa para la capacitación es el método inductivo porque nos basamos en la observación de los cambios de las circunstancias en diferentes momentos, es decir analizamos las necesidades de nuestro cliente para luego poder como proyectos los posibles cursos de capacitación en horas estratégicas.”

Tomando en cuenta el estudio de mercado y las posibles estrategias en el ámbito de capacitación FUNDEI direccionará su esfuerzo orientados a conformación de planes de negocios con enfoque financiero, de mercado, técnico y organizacional mediante estructuras de líneas de capacitación señaladas en el capítulo de mercado. Para capacitación específica se direccionará según necesidades del miembro beneficiario.

3.3.2.2 OBJETIVO

GENERALES.

- Establecer las disposiciones de carácter general que regirán el proceso de capacitación microempresarial que realice FUNDEI a sus miembros beneficiarios, en cumplimiento de sus objetivos organizacionales.

ESPECÍFICOS.

- Planificar programas de capacitación general y específica
- Establecer alianzas estratégicas para enfoques de capacitación, que deseen integrar el Plan General FUNDEI como miembros honorarios.

ALCANCE

Desde la necesidad general o específica de capacitación hasta la culminación del área de capacitación.

3.3.2.3 POLÍTICAS

- La asamblea general por medio de su director ejecutivo aprobarán o rechazarán programas de capacitación de FUNDEI.
- Las alianzas estratégicas podrán ser realizadas por organizaciones públicas o privadas.
- Cada sucursal presentará programas anuales de capacitación por intermedio de su departamento administrativo sectorial.
- La asamblea general designará evaluación de programas de capacitación ejecutados, mediante indicadores establecidos por FUNDEI.
- Los programas anuales que en su ejecución no cumplan con los objetivos propuestos por Fundei estarán sujetos a sanciones establecidas por la asamblea general.

3.3.2.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Tabla 3.3-5 Descripción proceso de capacitación.

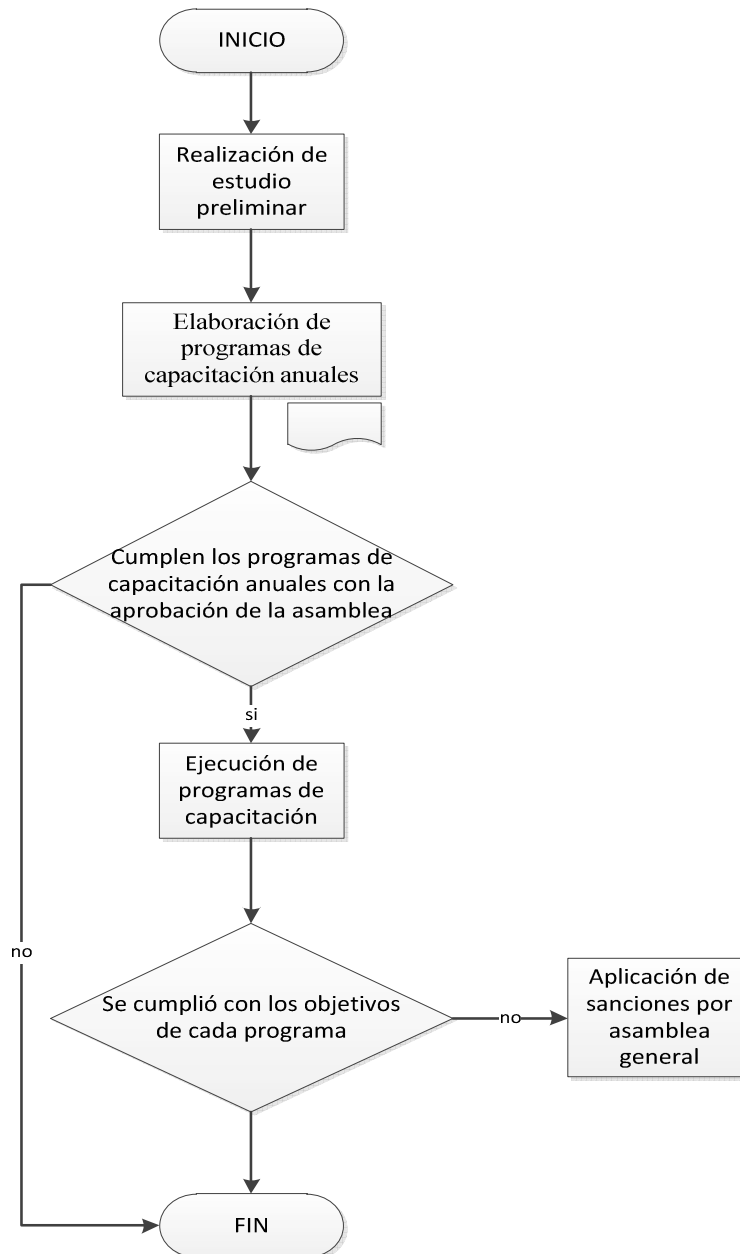
DESCRIPCIÓN PROCESO DE CAPACITACIÓN		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ROL
Estudio Preliminar.	Se realiza un evaluación del entorno tomando en cuenta necesidades generales y específicas de capacitación	Agencia sectorial
Elaboración de programas de capacitación anuales	Con la información recopilada se elabora el cronograma de capacitación anual	Agencia sectorial
Evaluación, aprobación de programas anuales	Los programas de capacitación son remitidos a la asamblea general para su aprobación	Asamblea general FUNDEI
Evaluación de programas anuales	Los programas anuales aprobados serán evaluados según disposiciones de la asamblea general	Asamblea general FUNDEI

Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.2.5 FLUJOGRAMA

Ilustración 3.3-2 Flujograma proceso de capacitación.



Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.2.6 REGISTROS

Ilustración 3.3-3 Registros proceso de capacitación.

REGISTRO	RESPONSABLES	TIEMPO DE RETENCIÓN
Programa de capacitación	Oficial de crédito	anual

Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.2.7 RIESGOS Y CONTROLES

Tabla 3.3-6 Riesgos y controles proceso de capacitación.

RIESGO	CONTROL
Incumplimiento con el programa anual de capacitación.	Evaluaciones de programas por la asamblea general.

Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.2.8 INDICADORES ANÁLISIS CREDITICIO

Porcentaje de ejecución de programas anuales de capacitación.

3.3.2.9 FORMATO PROGRAMA ANUAL DE CAPACITACIÓN FUNDEI

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL



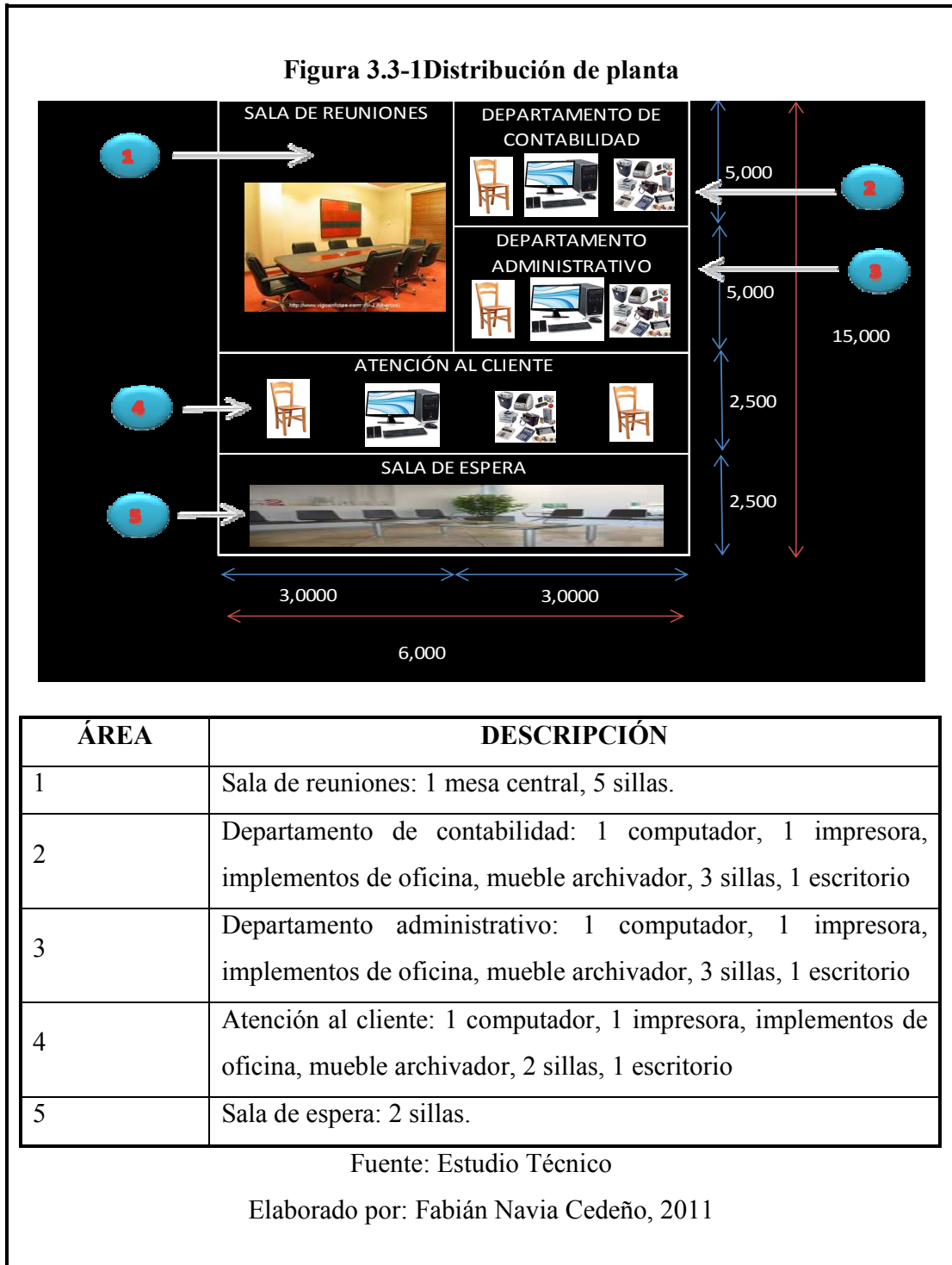
"Porque juntos podemos crecer y hacer un mundo mejor"

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL
ACUERDO MINISTERIAL No. 221, 15 DE OCTUBRE DEL 2003
"FUNDEI"

PROGRAMA ANUAL DE CAPACITACIÓN

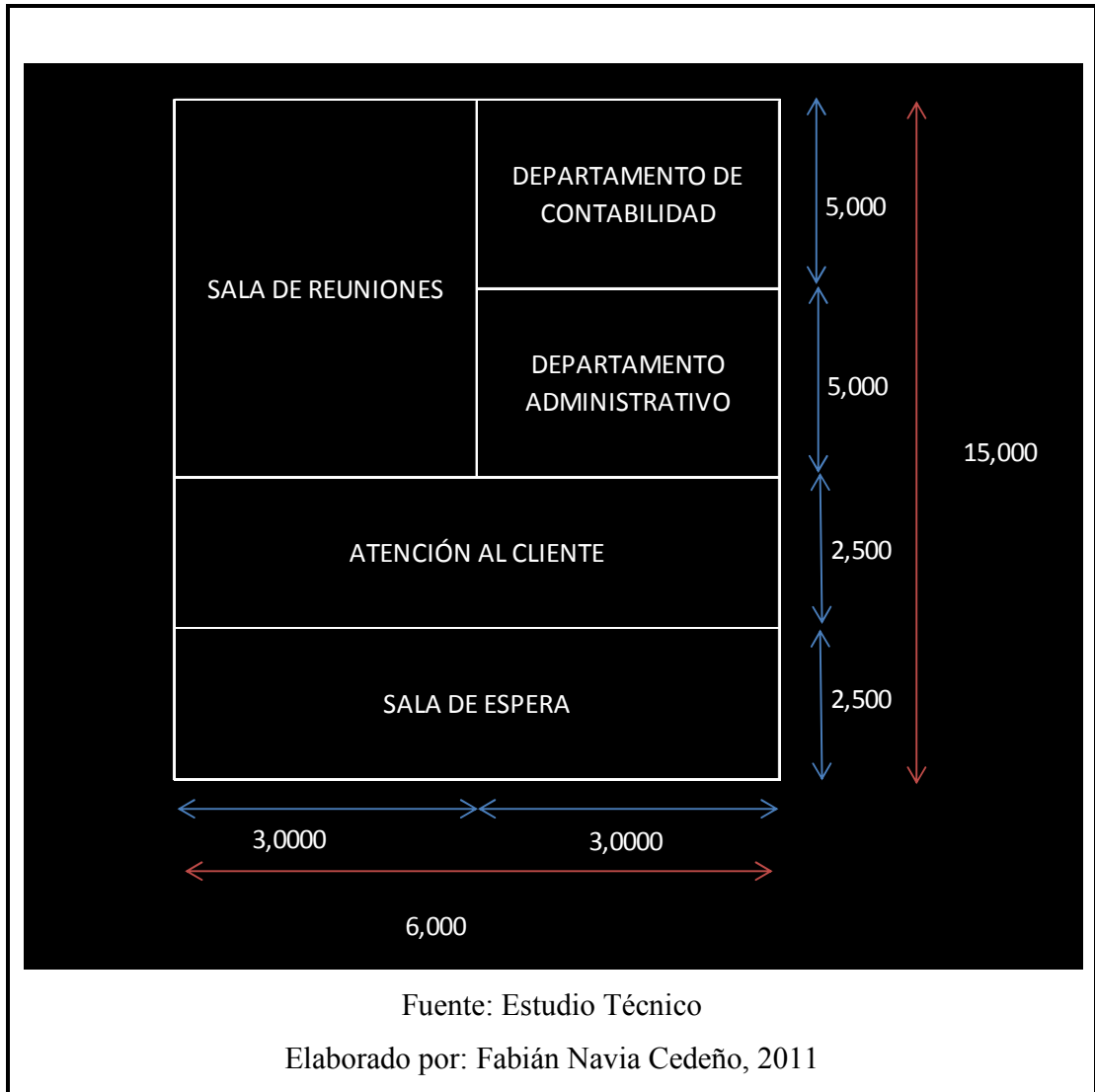
1. ANTECEDENTES.
2. INTRODUCCIÓN.
3. JUSTIFICACIÓN.
4. PROPÓSITO.
5. DEMANDA SOCIAL.
6. OBJETIVOS.
7. PERFIL DE PARTICIPANTE A CAPACITACIÓN
8. RESULTADOS ESPERADOS.
9. ESTRUCTURA Y CONTENIDO ACADÉMICO.
10. REQUISITOS DE INGRESO.
11. PLAN DE ESTUDIOS DE CADA ASIGNATURA.
12. SISTEMA DE EVALUACIÓN.
13. CUERPO DOCENTE.
14. REQUERIMIENTOS ORGANIZATIVOS, LOGÍSTICOS Y TECNOLÓGICOS.
15. REQUERIMIENTOS PARA EL SEGUIMIENTO DE LOS ESTUDIOS.
16. DESCRIPCIÓN DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA.
17. PERFIL DEL MIEMBRO BENEFICIARIO CAPACITADO.
18. NORMAS REGLAMENTARIAS DEL PROGRAMA.
19. ANÁLISIS ECONÓMICO.
20. COSTO DEL PROGRAMA. ANUAL DE CAPACITACIÓN
21. FINANCIAMIENTO.
22. CALENDARIO DE ACTIVIDADES.

3.3.3 Distribución en Planta y Equipo (plano)



3.3.4 Requerimiento de Infraestructura

Figura 3.3-2 Infraestructura



3.3.5 Requerimiento de equipos, muebles y enseres, otros.

Tabla 3.3-7 Requerimientos.

REQUERIMIENTO EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
PC, intel core i3,	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Impresora	3	\$ 200,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 1.800,00

REQUERIMIENTO MUEBLES DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mesa central	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Sillas tipo oficina	13	\$ 30,00	\$ 390,00
Silla para espera	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Escritorio	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Archivadores	3	\$ 200,00	\$ 600,00
TOTAL	22	\$ 1.015,00	\$ 2.410,00

REQUERIMIENTO DE INSUMOS				
Insumos de Oficina				
Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Perforadora	3	Unidad	\$ 4,00	\$ 12,00
Grapadora	3	Unidad	\$ 5,00	\$ 15,00
Clips	20	Caja	\$ 0,90	\$ 18,00
Papel Bond	10	Resma	\$ 4,25	\$ 42,50
Carpetas	200	Unidad	\$ 0,50	\$ 100,00
Esferos	120	Unidad	\$ 0,25	\$ 30,00
Borradores	24	Unidad	\$ 0,10	\$ 2,40
Resaltadores	1	Caja	\$ 5,00	\$ 5,00
Carpetas archivadores	10	Unidad	\$ 8,00	\$ 80,00
Lapiz	20	Unidad	\$ 0,15	\$ 3,00
sub total				\$ 307,90
Insumos de Limpieza				
Concepto	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Tela Toalla	8	Unidad	\$ 0,33	\$ 2,64
Viledas	10	Unidad	\$ 0,40	\$ 4,00
Escobas	10	Unidad	\$ 1,50	\$ 15,00
Detergente industrial	3	Quintal	\$ 35,00	\$ 105,00
Desinfectante	8	Galon	\$ 7,00	\$ 56,00
Fundas de basura industrial	20	Paquete	\$ 1,50	\$ 30,00
Trapeadores	2	Unidad	\$ 1,50	\$ 3,00
Basureros	5	Unidad	\$ 10,00	\$ 50,00
Recogedores de basura	2	Unidad	\$ 3,00	\$ 6,00
sub total				\$ 271,64
Total de Insumos				\$ 579,54

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.6 Requerimiento para financiamiento y servicios de capacitación.

Figura 3.3-3 Requerimiento de financiamiento y servicios de capacitación.

SERVICIOS DE CAPACITACIÓN				
No	TIPO	CONCEPTO	AREA	COSTO HORA
1	Específica	Consultoría	Investigación y evaluación de mercados.	\$ 10,00
2	Específica	Consultoría	Determinación de tamaño, requerimientos, ingeniería de proyectos micro empresariales	\$ 10,00
3	Específica	Consultoría	Organización microempresarial	\$ 10,00
4	Específica	Consultoría	Estructura y operatividad financiera para microempresas	\$ 10,00

MICROCRÉDITOS				
Rango Establecido por FUNDEI \$300 a \$1.500				
Rango a financiar Consolidado	Requerimiento (Personas) Estudio de	Distribución %	Microcrédito distribuido	Recursos financieros, para microcréditos
600		100%	65	\$ 38.970,02
TOTAL		100%	65	\$ 38.970,02

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.7 Requerimiento de Talento Humano.

Figura 3.3-4 Requerimiento Talento Humano.

REQUERIMIENTO TALENTO HUMANO							
Cargo	Sueldo Básico Mensual	Total al año	Aporte Patronal	Decimo Cuarto	Decimo Tercero	Fondos de reserva	Sub Total
Gerente Administrativo	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 264,00	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 8.257,00
Gerente de Contabilidad	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 264,00	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 8.257,00
Oficial de Crédito	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 510,30	\$ 264,00	\$ 350,00	\$ 264,00	\$ 5.938,30
Total	\$ 1.350,00	\$ 16.200,00	\$ 1.968,30	\$ 792,00	\$ 1.350,00	\$ 792,00	\$ 22.452,30

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.3.8 Calendario de Ejecución del Proyecto

Figura 3.3-5 Calendario de Ejecución.

☐ CALENDARIO DE EJECUCIÓN FUNDEI	360 días
☐ EJECUCIÓN DEL TRABAJO	60 días
☐ Gastos operativos y de constitución	60 días
Aprobación de la sucursal	60 días
Publicación del extracto	60 días
Permisos de funcionamiento	60 días
otros	60 días
Compra de muebles, equipos y otros	2 días
Reclutamiento y selección de personal	7 días
Capacitación del personal	14 días
☐ VERIFICACIÓN DE TRABAJO	300 días
Según controles del proceso	300 días
☐ MEJORA CONTINUA	300 días
Según resultados del proceso productivo	300 días

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

3.4 Aspectos Ambientales

Los impactos generados por el proyecto son de mínima incidencia, se generarán desechos de oficina en lo referente a papelería y cartuchos de impresión, son la finalidad de mitigar su efecto se realizará clasificación de desechos.

3.5 Monitoreo de la ejecución

El monitoreo de la ejecución se realizará en base a los cronogramas y presupuesto establecidos, con una revisión permanente de las especificaciones técnicas de los equipos, sistemas e instrumentos en base a lo proyectado.

CAPÍTULO IV

4 LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.1 Base Legal

Nombre o Razón Social: FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL (FUNDEI)

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL



"Porque juntos podemos crecer y hacer un mundo mejor"

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL
ACUERDO MINISTERIAL No. 221, 15 DE OCTUBRE DEL 2003
"FUNDEI"

Constitución de la empresa

Tipo: Fundación

Nombre: FUNDEI

Domicilio y dirección: Su sede está ubicada en la calle Tarqui N15-62 Y Av. 10 de agosto, edificio Pierrottet, Mezanine Of. 102 y 107, en la ciudad de Quito con sucursales en:

- N°1 Parroquia Gonzalo Días de Pineda, cantón el Chaco, provincia del Napo
- N°2 Barrio Cosa Cola, Cantón Loja Provincia de Loja
- N°3 Barrio Brisas del Mar Cantón Machala Provincia del Oro.

Actividad:

Art. 4. La Fundación para el desarrollo microempresarial, tiene como objetivos fundamentales:

- Capacitar en proyectos de interés social
- Formular, diseñar, desarrollar, ejecutar, evaluar y difundir proyectos de interés social.
- Asesorar, en proyectos de interés social. Así como ejecutar trabajos de consultoría.
- Fortalecer a la Fundación mediante convenios con Instituciones nacionales e internacionales y personas naturales a fin de incrementar el fondo común en beneficio de los sectores más desposeídos de nuestro país, a través del desarrollo de la microempresa.³¹

Monto : Análisis Financiero

Administración: Organigrama estructural

Titularidad de Propiedad de la Empresa y proyección

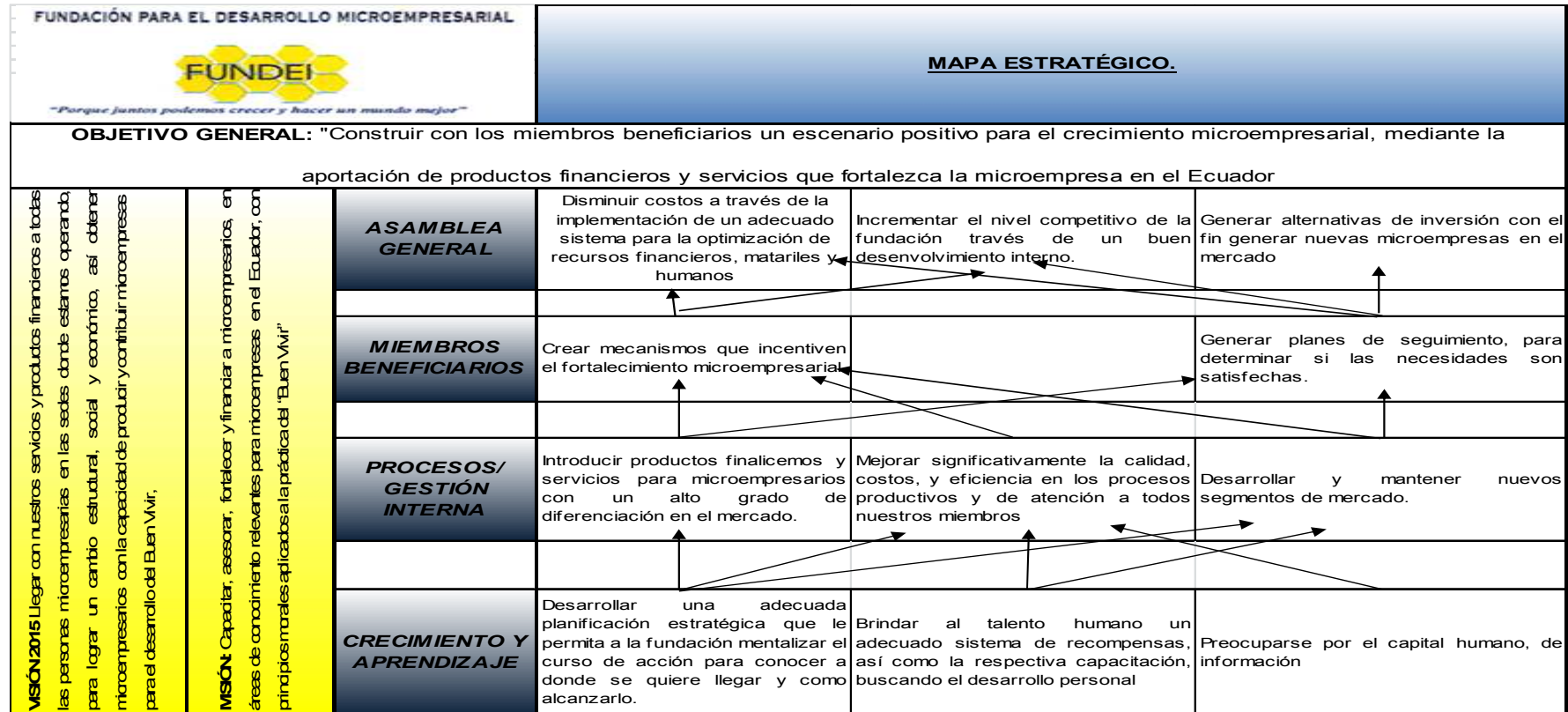
Art. 1 Se organiza la FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL "FUNDEI", con sede en Quito, Capital de la República del Ecuador, la misma que está constituida por profesionales, que hayan suscrito el Acta constitutiva o que manifiesten por escrito su voluntad de pertenecer a la Fundación...³²

³¹Estatuto FUNDEI

³² Estatuto FUNDEI

4.2 Mapa Estratégico

Figura 4.2-1 Mapa Estratégico.



Fuente: FUNDEI

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

4.3 Base filosófica

4.3.1 Misión:

Capacitar, asesorar, fortalecer y financiar a microempresarios, en áreas de conocimiento relevantes para microempresas en el Ecuador, con principios morales aplicados a la práctica del “Buen Vivir”.

4.3.2 Visión

VISIÓN 2015 Llegar con nuestros servicios y productos financieros a todas las personas microempresarias en las sedes donde estamos operando, para lograr un cambio estructural, social y económico, así obtener microempresarios con la capacidad de producir y contribuir microempresas para el desarrollo del Buen Vivir.

4.3.3 Definición del Negocio:

FUNDEI es una fundación para el desarrollo microempresarial, que brinda servicios y productos financieros dirigidos para microempresarios en el ámbito de capacitación, asesoramiento y financiamientos.

4.3.4 Valores

- Responsabilidad social.
- Perseverancia.
- Liderazgo y emprendimiento.
- Pensamiento crítico.
- Integridad

4.3.5 Credo

- Creo en la “responsabilidad social” como el motor principal para el direccionamiento operativo y estratégico de FUNDEI.
- Creo en la “perseverancia” que hacen una sinergia entre fundación y su entorno para el crecimiento microempresarial del País.
- Creo en el “liderazgo y emprendimiento” como valores claves para hacer realidad o fortalecer microempresas.
- Creo en la “integridad” con factor básico para proyectar una imagen sólida.
- Creo en el “pensamiento crítico” como pilar fundamental de mejora continua y valor agregado.

4.3.6 Objetivos

General

FUNDEI

Construir con los miembros beneficiarios un escenario positivo para el crecimiento microempresarial, mediante la aportación de productos financieros y servicios que fortalezca la microempresa en el Ecuador.

FUNDEI Cutuglagua

Crear una Sucursal de la Fundación para el desarrollo microempresarial “FUNDEI” en la parroquia de Cutuglagua Cantón Mejía mediante un adecuado estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero, para contribuir en la capacitación, optimización de recursos propios y financiados, hacer un entorno empresarial sostenible y sustentable, generar puestos de trabajo, contribuyendo al plan nacional del buen vivir acerca de la productividad en nuestro país.

Específicos

1. Brindar asesoramiento para el crecimiento y desarrollo de microempresas con ayuda de la financiación.
2. Elevar la eficiencia en los procesos de créditos, para que en un tiempo mínimo los clientes puedan obtener este recurso económico.
3. Aumentar cada día el número de socios, por medio de la publicidad respectiva.
4. Disminuir al mínimo el riesgo o la incertidumbre de la inversión.
5. Incrementar el desarrollo organizacional en forma anual mejorando las perspectivas técnicas, económicas y sociales.
6. Promover el óptimo aprovechamiento de los recursos.

4.4 Estrategia Empresarial

4.4.1 Estrategias del servicio

Introducción:

Planificar es importante, la mercadotecnia y el servicio al cliente también se deben a este proceso, es pensar a futuro, es diseñar los objetivos en cada paso para alcanzarlos.

Seguramente el servicio al cliente, antaño se encontraba restringido en gran parte en las casetas de las grandes tiendas de menudeo, en donde los clientes podían obtener información, solicitar reembolsos y presentar quejas, de alguna manera se establecían ya sus estrategias.

Sin embargo, ahora justo a puertas del nuevo milenio, la frase: "servicio al cliente" parece ser natural, los cajeros de los bancos, los agentes de renta de automóviles y los empleados que anotan los pedidos de las empresas de carga o transporte, se encuentran entre el creciente número de empleados que ahora se conocen como representantes del servicio al cliente.

Referente a los precios o tasas de interés

Para la definición de la tasa de interés se ha requerido primero analizar las tasas que permite el Banco Central del Ecuador y en eso la fundación ha previsto establecer una tasa aceptable del 2% mensual sobresaldos.

La estrategia es la amortización sobresaldos porque al cliente le satisface pagar cada mes un valor menor.

Referente al microcrédito

En el mundo comercial actual se realizan cada vez menos intercambios mediante entrega inmediata del bien y del dinero entre los participantes, por tanto la mayor parte de transacciones se llevan a cabo mediante la entrega de un servicio y una promesa de pago dada por la persona (pagaré), esta promesa es un crédito.

Provisionando esta necesidad la fundación se crea para ayudar por medio de la parte financiera emitiendo microcréditos a nuestro mercado meta.

Actualmente la fundación ofrece únicamente un tipo de microcrédito que es el: **microcrédito empresarial**, pero como estrategia para alcanzar nuevos clientes podría crear nuevas alternativas como:

- Microcréditos productivos
- Microcréditos comerciales
- Microcréditos universitarios
- Microcréditos escolares

Referente a la satisfacción del cliente

El cliente es la razón de la fundación por tanto la estrategia es muy razonable de acuerdo al tipo de servicio que se ofrece y expone sus opciones:

Contacto cara a cara: respeto a las personas, sonrisa al momento de conversar con el cliente, técnicas adecuadas de conversación (de acuerdo con la cultura del medio que rodea a la empresa); ofrecer información y ayuda, evitar actitudes emotivas en este contacto; nunca dar órdenes al cliente o mostrar favoritismos con ellos. Sobre eso, que es "lo que tenemos", en la estrategia diseñamos "lo que queremos".

Relación con el cliente difícil: comprender el verdadero arte de "tratar" con personas consideradas como difíciles, por ningún motivo se debe cambiar la forma de trato con ellos. Cada situación representa para nosotros, un atributo de esta herramienta.

Contacto telefónico: el modo de la atención por teléfono hasta el tiempo en el que se debe establecer la comunicación, especialmente si se trata sobre el tiempo que se tarda en atender una llamada, así como en la cuestión de recibir llamadas telefónicas sin presencia física; tal el caso de los mensajes telefónicos, que deben ser recibidos conforme a las actitudes positivas de "servir al cliente", para que el individuo que recibe o emite un mensaje, quede consiente que fue comprendido.

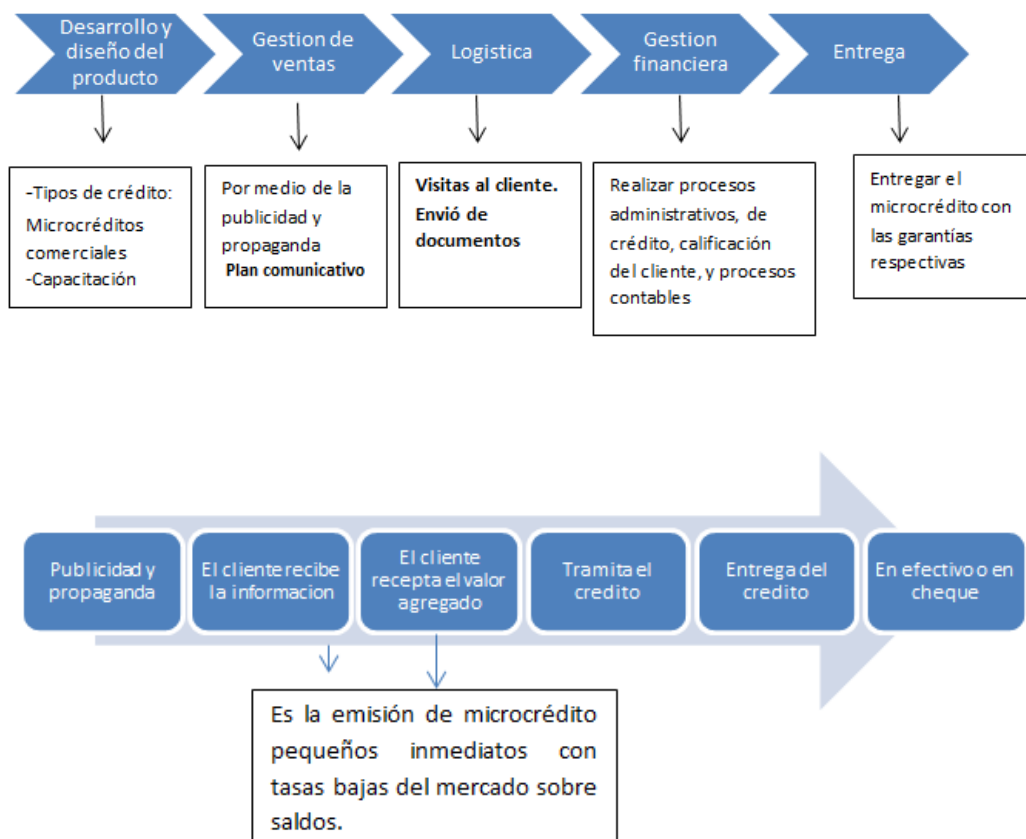
La fundación de Loja maneja los mensajes de celular y su estrategia es dar la contestación oportuna a cierto pedido del cliente.

Correspondencia: Una carta enteramente cordial acerca más al cliente, porque queda documentada en ella el compromiso de servicio de la institución.

Reclamos y cumplidos: El recibir quejas o cumplidos debe contemplar una forma especial de atención o bien, para que sean comunicadas al personal involucrado, o bien para que fluya en la conciencia organizacional.

Instalaciones: La estética y la arquitectura local da una imagen más agradable de la fundación y el cliente se siente a gusto cuando visite a la institución.

4.4.2 Cadena de Valor de la fundación.



El análisis de la cadena de valor permite optimizar el proceso crediticio, ya que puede verse al detalle y en cada paso, el funcionamiento que tiene la fundación.

La reducción de costos y la búsqueda de eficiencia en la utilización de los recursos son los principales objetivos del empresario a la hora de revisar la cadena de valor.

De esta forma, la empresa logra ampliar su margen (la diferencia entre el valor total y el costo de las actividades).

Tipos de miembros beneficiarios.

Comerciantes:

Informales

- Personas de parroquias
- Vendedores de los mercados formales e informales

Formales:

- Vendedores/as de los mercados, entre otros comerciantes con locales propios.

Artesanos:

- Carpintería
- Albañilería
- Sastres

Microempresarios de todo tipo

4.4.3 Estrategia de Comunicación interna

Se lo remite solamente al personal interno de la Fundación. Pero también es importante considerar en la estrategia a todos aquellos públicos cercanos como los proveedores o familiares del personal que indirectamente comparten la cotidianeidad de la institución y se pueden identificar con ella.

En este aspecto, vale la pena apuntar que la comunicación externa también tiene su relación con la interna. Todo lo que se comunica hacia fuera, a través de los medios de comunicación, también repercute en el público interno.

Los procesos de comunicación interna, desde una perspectiva sistémica, permiten a “FUNDEI” mantener la coordinación entre sus distintas partes y alcanzar así su característica esencial: la de ser un sistema. La acción coordinada y el trabajo en equipo contribuirán a lograr los objetivos estratégicos.

El pensamiento estratégico lleva implícito un mensaje de cambio: la necesidad de adaptación al entorno cambiante en el que vive la organización. En este contexto, la comunicación interna permite la introducción, difusión, aceptación e interiorización de los nuevos valores y pautas de gestión que acompañan el desarrollo organizacional.

Por otro lado, uno de los objetivos de “FUNDEI” persigue es que sus trabajadores estén motivados, identificados con los objetivos organizacionales. Los trabajadores a su vez necesitan estar informados para sentirse parte activa de la organización y que la participación reciba el adecuado reconocimiento. De este modo, la comunicación al incrementar la posibilidad de participación, favorece las iniciativas y moviliza la creatividad, se convierte en un factor de integración, motivación y desarrollo personal.

Todo ello contribuirá a la mejora de la calidad de vida laboral y a la calidad del producto o servicio ofrecido por “FUNDEI”, al aumento de la productividad y el incremento de la competitividad. Hay que recordar que, dada la competitividad del entorno, la organización no solo deberá competir en la calidad de los servicios o productos que ofrezca, sino en la calidad de vida laboral que otorgue a sus activos humanos.

En la búsqueda de la Calidad Total, la comunicación aparece como un elemento fundamental de partida, haciéndose cada vez más necesaria la planificación de los medios de comunicación y el uso adecuado en las estrategias de comunicación, de tal modo que condicionen una óptima eficacia de los mensajes.

La buena gestión de la comunicación interna debe alcanzar un objetivo básico: cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos o grupos que conforman la organización.

En este sentido la comunicación es tan importante para los empleados como para la dirección.

Objetivo:

Que los directivos y el personal en general usen métodos de comunicación indicados que permitan que sus objetivos departamentales lleguen a su público personalizado.

Comunicación interna para todo el personal

Métodos de comunicación interna a utilizar:

- Documentos administrativos
- Reuniones en grupo
- Reuniones individuales
- Circulares internas
- Tablón de anuncios
- Carteles
- Videos
- Encuesta a los empleados
- Correo electrónico
- Videoconferencia
- Página web o portal en internet

4.4.4 Estrategia de Comunicación externa

Ante la necesidad de la comunicación externa “FUNDEI” quiere lograr:

- Gestión de la imagen.
- Relación de la organización con su entorno y,
- Gestión del diálogo de la corporación con su público en general.

La fundación como tal debe considerar lo siguiente:

Gestión del tiempo: La estrategia y las tácticas deben organizarse en función de plazos de acuerdo a las actividades de “FUNDEI”.

Previsiones de crisis: Plan de contingencia en el caso de una crisis comunicacional.

Análisis permanente de resultados: Las personas seleccionadas para este proceso tienen que estar controlando constantemente las fases del plan y la capacidad de maniobra con la que cuentan.

Evaluación final: Esta evaluación será al final del periodo establecido para conocer con exactitud los resultados del plan de comunicación, esto podemos valorarlo en los medios financieros.

4.5 Políticas Institucionales

Crédito y Cobranzas

- El Agente Administrador de FUNDEI LOJA es la persona que toma la decisión de conceder créditos al cliente interesado.
- El interés que se cobra por los microcréditos es sobre saldos (24% anual).
- El crédito se genera por la confianza y las garantías que el deudor ofrece, debe existir una promesa de pago, sustentada por un documento legal, que en el caso de esta fundación para el desarrollo micro empresarial, es el PAGARE quien sustenta la promesa de pago de las deudas, según el monto y el plazo para el vencimiento de dichos rubros, que con anterioridad se conviene con el cliente.

FUNDEI Loja procurará extender a sus clientes créditos inmediatos y con las mejores facilidades, pero ante todo, manteniendo los grados de seguridad que le permitan recuperar su inversión sin tener que llegar a procesos legales.

- El deudor debe cumplir y sujetarse a las condiciones de pago, a cancelar en el lugar y las fechas establecidas, en caso de incumplimiento de esta política sin justificación verídica y comprobable, el deudor debe asumir el pago de interés y/o mora según el tiempo de incumplimiento (22%).
- No se puede otorgar créditos con montos excesivos, en el caso de los deudores primerizos, por esta razón los créditos se extienden a partir de \$300 hasta \$ 1500, a medida que el cliente solicita sus créditos.
- Los requisitos para acceder a un crédito son concisos sin que lleguen hacer de difícil acceso o de demora para conseguirlos, sin embargo dichos requisitos están sujetos a verificación, por lo cual es importante que sean verídicos y confiables, dicha verificación es ejecutada por el Agente Administrador.

Caja

- Es el cajero quien se encarga del custodio de esta parte de la organización.
- Al término de la jornada de trabajo se realiza un arqueo de caja, con la finalidad de comprobar el saldo recaudado en libros y en efectivo.
- Los valores recaudados en el transcurso del día deben ser depositados inmediatamente en la cuenta corriente de la Institución.

Activos Fijos

- Se considerarán como activos fijos los bienes e instalaciones propias tales como: Terrenos, edificio, equipos, computadoras, muebles y enseres.
- Los activos fijos de propiedad de la fundación, serán codificados según el tiempo en que hayan sido comprados, y bajo la responsabilidad de un custodio de bienes quien responderá por la existencia, y el estado de los activos fijos adquiridos.
- Con respecto a la depreciación, se debe considerar disposiciones legales y políticas contables con el fin de que los métodos sean aplicados consistentemente, para este caso se autoriza el desarrollo de la depreciación de activos fijos, por el método legal.
- Los activos fijos de la Institución deben mantenerse asegurados contra posible siniestro y pérdidas, asumiendo el valor de la aseguración la misma Fundación.

Bancos

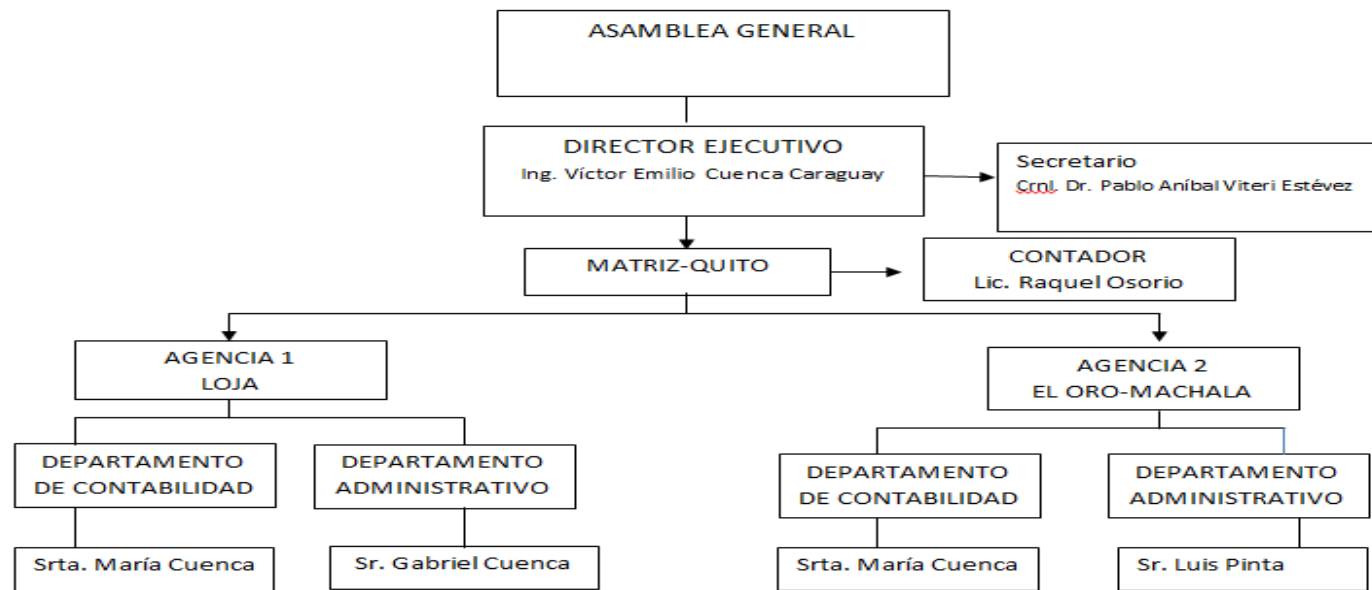
- Los cheques mayores a \$ 500 se depositarán directamente a la cuenta de corriente del Banco Rumiñahui a nombre de FUNDEI. Cta. Cte.8019735904.
- Los clientes que se encuentran fuera del lugar de operación de la fundación deben realizar los depósitos previo aviso al agente administrador.

- Las conciliaciones bancarias se las hará al término de cada semana, verificando que los valores depositados y debitados sean iguales al libro bancos de la fundación.
- Todo pago con cheque que se realice en las oficinas de la fundación, deberá endosarse con el nombre del Agente Administrador.
- Los cheques que se han emitidos por parte de FUNDEI MACHALA, deben ser autorizados y legalizados únicamente por el agente Administrador, en ausencia de este no se autorizan pagos con cheques.

4.6 Organización Administrativa

4.6.1 Estructura Orgánica

Figura 4.6-1 Organigrama Estructural.



Fuente: FUNDEI

Elaborado por: FUNDEI

4.6.2 Descripción de Funciones

Manual de Organización³³



Denominación del Cargo: Director Ejecutivo

Responsable ante : Asamblea General

Supervisa a : Secretaria, Agente Administrador, Contadora

Propósito del Cargo : Planificar y dirigir todas las actividades que se desarrollan dentro de la empresa.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Ejercer la representación legal de la Fundación, de conformidad con la ley y los estatutos.
- Ejecutar las directrices estatutarias y de la junta directiva para el cumplimiento del objeto que tiene FUNDEI LOJA.
- Presentar a la Junta Directiva el proyecto de reglamento interno
- Contratar el personal que estime necesario para el cumplimiento de los fines de FUNDEI LOJA.
- Iniciar el cambio en la organización a través sus nuevos aportes en lo que se refiere a materia organizativa para incrementar el desarrollo de la fundación.
- Administrar y velar por el uso adecuado del patrimonio de la fundación
- Rendir un informe anual de gestión a todos los jefes departamentales

³³ FUNDEI

- Dirigir las reuniones, tanto ordinarias como extraordinarias dentro de la fundación.
- Crear y conformar grupos de trabajo, tomando en cuenta la estructura, los programas y proyectos trazados por la fundación, cuya coordinación podrá delegar al funcionario que estime conveniente y solo para ese fin.
- Decidir sobre los montos de créditos que se puedan dar a los clientes.
- Tomar las decisiones en base a los estados financieros.
- Estar pendiente por la seguridad y los beneficios de sus empleados.

Denominación del Cargo: Secretario

Responsable ante : Gerente

Supervisa a : Ninguno

Propósito del Cargo : Disponer sus conocimientos para la colaboración de todas las funciones referentes con la gerencia, supervisando de manera general las actividades institucionales.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Ser un apoyo principal para el Director Ejecutivo en todas las actividades de la FUNDEI.
- Recibir y emitir la información que correspondan al Gerente General y encaminar las que correspondan a otros departamentos de la Fundación, asegurándose de que cada correspondencia llegue a su destino final.
- Responsabilizarse y coordinar, todas las reuniones y eventos que se lleven a cabo dentro y fuera de la fundación, considerando las instrucciones y recomendaciones extendidas por parte de sus superiores.
- Tomar dictados, proyectar y transcribir cualquier tipo de documento que le solicite el Gerente.

- Realizar llamadas telefónicas y enlazar los contactos que le sean solicitados para el funcionamiento de la Gerencia.
- Orientar a los usuarios y suministrar información, documentos o elementos que sean solicitados.
- Las demás funciones que le sean asignadas por su superior inmediato.
- Supervisar a cabalidad el cumplimiento de las actividades encomendadas a su subordinado, e informar los incumplimientos o desfases en el normal funcionamiento de la fundación.

Denominación del Cargo : Jefe de Contabilidad

Responsable ante : Matriz Quito

Supervisa a : Auxiliar Contable

Propósito del Cargo : Manejar todo el proceso contable de la FUNDEI con el fin de cumplir con las disposiciones legales que se requiere a nivel interno como externo.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de FUNDEI que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias.
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.

- Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- Presentar los informes que requieran la Asamblea General y la Directiva.
- Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido

Denominación del Cargo : Administrador

Responsable ante : Auxiliar Contable

Supervisa a : Personal operativo

Propósito del Cargo : Cumplir con la parte operativa de la fundación. Deberá conducir la labor de la organización en pos de la consecución de los objetivos propuestos.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- El administrador debe saber distribuir la información que recolectó a la organización en su todo considerando para ello las particularidades de cada sector e individuo y la función que los mismos deben cumplir dentro del plan maestro.
- Manejar todos los procesos de operación de la fundación.
- Llevar directamente o bajo su dependencia y responsabilidad, los libros de actas de la asamblea.
- El administrador debe compartir y brindar la información a sus colaboradores directores e indirectos sabiendo que de no ser así le estaría quitando capacidad de respuesta a su empresa.
- Administrar con diligencia y cuidado los bienes de dominio de la persona jurídica que surgen como consecuencia de la desafectación de bienes comunes

no esenciales y destinarlos a los fines autorizados por la asamblea general en el acto de desafectación, de conformidad con el reglamento.

- Representar judicial y extrajudicialmente a la persona jurídica y conceder poderes especiales para tales fines, cuando la necesidad lo exija.

4.7 Normatividad a la que se rige FUNDEI

4.7.1 Estatutos

Estatutos de la Fundación Para El Desarrollo Microempresarial

Ministerio de trabajo y Recursos Humanos

Dirección Técnica de Asesoría Jurídica Nro.000221

Considerando

Que, la FUNDACION PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL “FUNDEI”, ha remitido a esta Dirección la Asesoría Jurídica la documentación necesaria para aprobar los estatutos;

Que, en memorando 463-DTAJ-EJ-2003, de 13 de octubre de 2003, la Dirección Técnica de Asesoría Jurídica, a través del Departamento de Estudios Jurídicos emite informe favorable para la aprobación del precitado estatuto;

Que, la indicada Fundación ha satisfecho las exigencias de los art.3, 4,5 y 6 del REGLAMENTO PARA LA APROBACION, CONTROL Y EXTINCION DE PERSONAS JURIDICAS DE DERECHO PRIVADO, CON LA FINALIDAD SOCIAL Y SIN FINES DE LUCRO, QUE SE CONSTITUYAN AL AMPARO E LO DISPUESTO EN EL TITULO XXIXX DEL LIBRO I DEL CODIGO CIVIL, que se encuentra publicado en el Registro oficial No.660 del 11 de septiembre del 2002.

En uso de las atribuciones constantes en el art.179 numeral 6 de la Constitución Política del Estado:

ACUERDA:

Art.1.- Aprobar el acta constitutiva, estatuto y razón social modificada, de la que en adelante se denominara FUNDACION PAR EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL”FUNDEI”, con domicilio en el cantón Quito, provincia de Pichincha.

Art.2.- De la ejecución del presente acuerdo encárguese el Departamento de Estudios Jurídicos de este Ministerio.

Dado en Quito, a 15 octubre de 2003

Ab. Martha Vallejo Luzuriaga

MINISTRA DE TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS

4.7.2 Legalidad

De acuerdo al ministerio de Trabajo y empleo con número de registro 016-DTAJ-09-DIR-CAP, de 29 de abril del 2009, este documento reitera que los directivos deberán cumplir con la siguiente información:

- Las actas de asambleas: Listado actualizado de los socios con copia de sus documentos de identidad y estadísticas sobre títulos o certificados otorgados.
- Informes económicos: Balance aprobado por la Asamblea con firmas autógrafas de los concurrentes y las declaraciones de impuesto a la renta e I.V.A.
- Servicio de Rentas Internas.

Numero RUC : 1791912993001

Nombre Comercial : FUNDEI

Clase de Contribuyente: Otros

Representante Legal : Cuenca Caraguay Victor Emilio

Fecha Inicio Actividades: 15/10/2003

Obligaciones Tributarias:

- Declaración de impuesto a la renta sociedades.
- Declaración de retenciones en la fuente.
- Declaración mensual del IVA.

Capítulo V

5 Estudio Financiero

5.1 Presupuestos

5.1.1 Presupuestos de Inversión

5.1.1.1 Activos Fijos

“Los activo fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido”³⁴

Tabla 5.1-1 Presupuesto Activos Fijos.

PRESUPUESTO ACTIVOS FIJOS			
CONCEPTO		SUBTOTAL	TOTAL
Equipos y Materiales de Oficina		\$ 579,54	
Insumos de Limpieza	\$ 271,64		
Insumos de Oficina	\$ 307,90		
Equipos de comp		\$ 1.800,00	
PC, intel core i3,	\$ 1.200,00		
Impresora	\$ 600,00		
Muebles de Oficina		\$ 2.410,00	
Mesa central	\$ 450,00		
Sillas tipo oficina	\$ 390,00		
Silla para espera	\$ 70,00		
Escritorio	\$ 900,00		
Archivadores	\$ 600,00		
Activos Fijos			\$ 4.789,54

³⁴ <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>

5.1.1.2 Activos Diferidos

“Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos.”³⁵

Tabla 5.1-2 Presupuesto Activos Diferidos.

Presupuesto Activos Intangibles	
Concepto	Precio Total
Permiso de Funcionamiento	\$ 300,00
Otros	\$ 200,00
Total	\$ 500,00

Fuente: Estudio de mercado, técnico y organizacional

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

5.1.1.3 Capital de Trabajo

Tabla 5.1-3 Capital de trabajo.

Capital de Trabajo 1 (Método de desfase)	
Concepto	Precio Total
Mano de obra Ad. y Vta.	\$ 21.679,40
Insumos de Oficina	\$ 307,90
Insumos de Limpieza Fábrica	\$ 271,64
Servicios Básicos	\$ 836,52
Mantenimiento equipos de comp	\$ 90,00
Mantenimiento de muebles de oficina	\$ 67,70
Suma anual	\$ 23.253,16
K mensual	\$ 1.937,76
Capital de Trabajo 2 (Método de desfase)	
Concepto	Precio Total
Cartera microcréditos	\$ 38.970,02
K anual	\$ 38.970,02

Fuente : Estudio de mercado, técnico y organizacional.

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

³⁵ http://es.mimi.hu/economia/activo_diferido.html

5.1.1.4 Cronograma de Inversiones

“Con el cronograma de inversiones se puede observar las fechas en las cuales se deben realizar las diferentes inversiones en activos fijos para la puesta en marcha del proyecto”³⁶.

Tabla 5.1-4 Cronograma de inversiones.

Inversión Inicial	
Concepto	Precio Total
Activos Fijos	\$ 4.789,54
Muebles de Oficina	\$ 2.410,00
Equipos de computo	\$ 1.800,00
Equipos y materiales de Oficina	\$ 579,54
Activos Diferidos	\$ 500,00
Gastos Preoperativos y de Constitución	\$ 500,00
Capital de Trabajo 1	\$ 1.937,76
Capital de Trabajo 2	\$ 38.970,02
Total	\$ 46.197,32

Fuente: Estudio de mercado, técnico y organizacional

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

5.1.2 Presupuestos de Operación

5.1.2.1 Presupuesto de Ingresos

“Se le llama presupuesto de ingresos al cálculo anticipado de las entradas de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual”³⁷

³⁶ <http://bieec.epn.edu.ec>

³⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Presupuesto>

Tabla 5.1-5 Presupuesto de ingresos.

Datos Microcrédito					
Mora %	3%				
Tasa de Interés	24%				
Media microcrédito a colocar	\$ 600,00				
Año	2011	2012	2013	2014	2015
Cartera a colocar	\$ 38.970,02	\$ 40.583,40	\$ 42.263,57	\$ 44.013,30	\$ 45.835,47
Fondo común	\$ 419,53	\$ 436,90	\$ 454,99	\$ 473,83	\$ 493,44
Datos Capacitación					
Costo hora capacitación	\$ 10,00				
Año	2011	2012	2013	2014	2015
DI capacitación específica personas	41	42	44	46	48
Horas estimadas por miembro beneficiario por proyecto	40	40	40	40	40
Horas de capacitación anual	1628	1696	1766	1839	1915
Ingresos por capacitación	\$ 16.284,12	\$ 16.958,29	\$ 17.660,38	\$ 18.391,52	\$ 19.152,94

PRESUPUESTO DE INGRESOS	2011	2012	2013	2014	2015
INTERES GAN CTA AHOR	\$ 9.352,80	\$ 9.740,02	\$ 10.143,26	\$ 10.563,19	\$ 11.000,51
INGRESO POR CAPACITACIÓN	\$ 16.284,12	\$ 16.958,29	\$ 17.660,38	\$ 18.391,52	\$ 19.152,94
OTROS INGRESOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL INGRESOS	\$ 25.636,93	\$ 26.698,31	\$ 27.803,63	\$ 28.954,72	\$ 30.153,46

5.1.2.2 Presupuesto de Egresos

“Presupuesto de Egresos es el cálculo anticipado de las salidas de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual”³⁸

Tabla 5.1-6 Presupuesto de Egresos.

PRESUPUESTO DE EGRESOS	2011	2012	2013	2014	2015
GASTOS DE PERSONAL	\$ 19.121,84	\$ 19.357,80	\$ 19.603,53	\$ 19.859,43	\$ 20.125,93
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40
COMISIONES CAPACITACIÓN	\$ 5.699,44	\$ 5.935,40	\$ 6.181,13	\$ 6.437,03	\$ 6.703,53
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION	\$ 1.655,76	\$ 1.655,76	\$ 1.655,76	\$ 1.655,76	\$ 1.655,76
SUMINISTROS DE ASEO Y VARIOS	\$ 219,90	\$ 219,90	\$ 219,90	\$ 219,90	\$ 219,90
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 271,64	\$ 271,64	\$ 271,64	\$ 271,64	\$ 271,64
LUZ, AGUA Y TELEFONO	\$ 836,52	\$ 836,52	\$ 836,52	\$ 836,52	\$ 836,52
MANTENIMIENTO	\$ 127,70	\$ 127,70	\$ 127,70	\$ 127,70	\$ 127,70
ARRIENDO	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
OTROS GASTOS	\$ 1.345,85	\$ 1.345,85	\$ 1.345,85	\$ 582,00	\$ 582,00
DEPRECIACION ACTIVOS	\$ 1.245,85	\$ 1.245,85	\$ 1.245,85	\$ 482,00	\$ 482,00
AMORTIZACIÓN	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL GASTOS	\$ 22.123,45	\$ 22.359,41	\$ 22.605,14	\$ 22.097,19	\$ 22.363,69

Fuente: Estudio de mercado, técnico y organizacional
Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

³⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Presupuesto>

5.1.3 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es una técnica que permite encontrar el punto en el cual los ingresos totales son iguales a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$), es decir, aquel punto en que la empresa no pierde ni gana.

El punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto, pues a partir de ese punto cada unidad adicional vendida genera una utilidad. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener identificado los costos; caso contrario es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.³⁹

Tabla 5.1-7 Punto de equilibrio.

Concepto	Costos Variables					Costos Fijos		
	Insumos de Oficina	Insumos de Limp	Mant. Eq de Comp	Mant Mueb de Ofic	Servicios básicos	Depreciación	Talento humano	Servicios Básicos
Microcrédito	\$ 153,95	\$ 135,82	\$ 45,00	\$ 33,85	\$ 226,26	\$ 687,59	\$ 21.679,40	\$ 192,00
Capacitación	\$ 153,95	\$ 135,82	\$ 45,00	\$ 33,85	\$ 226,26	\$ 687,59	\$ 5.699,44	\$ 192,00
Total	\$ 307,90	\$ 271,64	\$ 90,00	\$ 67,70	\$ 452,52	\$ 1.375,18	\$ 27.378,84	\$ 384,00

Concepto	Total CV	Cvu	Total Cf	Cant	Rango a financiar Consolidado	Recursos financieros, para microcréditos	Margen de Contribución	Porcentaje de contribución	Punto de equilibrio (Q) (CF/Punit-Cvunit)	Punto de equilibrio (\$)
Microcrédito	\$ 594,88	\$ 9,16	\$ 22.558,99	65	\$ 600,00	\$ 38.970,02	\$ 38.375,14	98,47%	38	\$ 22.908,69
Capacitación	\$ 594,88	\$ 0,37	\$ 6.579,03	1628	10	\$ 16.284,12	\$ 15.689,24	96,35%	683	\$ 6.828,49
Total	\$ 1.189,76	\$ 9,52	\$ 29.138,02	\$ 1.693,36		\$ 55.254,14	\$ 54.064,38			

³⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_del_punto_de_equilibrio

5.2 Estados Financieros Proforma

5.2.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

“Es un informe financiero que muestra el importe de la utilidad ganada o perdida incurrida durante un determinado periodo. Este incluye en primer lugar el total de ingresos provenientes de las actividades principales del ente y el costo incurrido para lograrlos.”⁴⁰

Tabla 5.2-1 Estado de resultados.

INGRESOS	2011	2012	2013	2014	2015
INTERES GAN CTA AHOR	\$ 9.352,80	\$ 9.740,02	\$ 10.143,26	\$ 10.563,19	\$ 11.000,51
INGRESO POR CAPACITACIÓN	\$ 16.284,12	\$ 16.958,29	\$ 17.660,38	\$ 18.391,52	\$ 19.152,94
OTROS INGRESOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL INGRESOS	\$ 25.636,93	\$ 26.698,31	\$ 27.803,63	\$ 28.954,72	\$ 30.153,46
EGRESOS					
GASTOS DE PERSONAL	\$ 19.121,84	\$ 19.357,80	\$ 19.603,53	\$ 19.859,43	\$ 20.125,93
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40	\$ 13.422,40
COMISIONES CAPACITACIÓN	\$ 5.699,44	\$ 5.935,40	\$ 6.181,13	\$ 6.437,03	\$ 6.703,53
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION	\$ 1.773,76	\$ 1.773,76	\$ 1.773,76	\$ 1.773,76	\$ 1.773,76
SUMINISTROS DE ASEO Y VARIOS	\$ 307,90	\$ 307,90	\$ 307,90	\$ 307,90	\$ 307,90
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 271,64	\$ 271,64	\$ 271,64	\$ 271,64	\$ 271,64
LUZ, AGUA Y TELEFONO	\$ 836,52	\$ 836,52	\$ 836,52	\$ 836,52	\$ 836,52
MANTENIMIENTO	\$ 157,70	\$ 157,70	\$ 157,70	\$ 157,70	\$ 157,70
ARRIENDO	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL EGRESOS	\$ 20.895,60	\$ 21.131,56	\$ 21.377,29	\$ 21.633,19	\$ 21.899,69
OTROS GASTOS	\$ 1.375,18	\$ 1.375,18	\$ 1.375,18	\$ 582,00	\$ 582,00
DEPRECIACION ACTIVOS	\$ 1.275,18	\$ 1.275,18	\$ 1.275,18	\$ 482,00	\$ 482,00
AMORTIZACIÓN	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL GASTOS	\$ 22.270,78	\$ 22.506,74	\$ 22.752,47	\$ 22.215,19	\$ 22.481,69
EXCEDENTE/PÉRDIDA	\$ 3.366,15	\$ 4.191,57	\$ 5.051,16	\$ 6.739,52	\$ 7.671,77

⁴⁰ <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoEstadoDeResultados>

5.2.2 Flujos Netos de Fondos

“Es la diferencia entre las entradas y salidas de dinero durante un ejercicio o período considerado. Sirve para determinar el flujo real de tesorería. Según haya aumento o disminución de disponibilidades monetarias, se expresa con los términos “cash-inflow o cash-outflow, respectivamente. Se caracteriza como movimiento de disponibilidades monetarias en la actividad empresarial y se emplea para el análisis de la gestión financiera.

En sentido económico o estático: Como suma de las amortizaciones y el beneficio neto correspondiente al ejercicio o período considerado. Es igual al resultado contable corregido. Se caracteriza como “recursos generados” (cash-flow generation) y se usa para analizar el resultado con el objeto de determinar la capacidad de beneficios de la empresa.”⁴¹

Tabla 5.2-2 Flujo de efectivo.

Concepto		Flujo de Caja del Proyecto				
		AÑOS				
		2011	2012	2013	2014	2015
Saldo Anterior		\$ 0,00	\$ 3.572,22	\$ 7.921,47	\$ 13.079,90	\$ 19.081,03
Entradas						
Cartera recuperada		\$ 37.800,92	\$ 39.365,90	\$ 40.995,66	\$ 42.692,90	\$ 44.460,41
Fondo común		\$ 419,53	\$ 436,90	\$ 454,99	\$ 473,83	\$ 493,44
Excedentes / Perdida Operativa		\$ 3.366,15	\$ 4.191,57	\$ 5.051,16	\$ 6.739,52	\$ 7.671,77
Depreciación (Adm)		\$ 1.275,18	\$ 1.275,18	\$ 1.275,18	\$ 482,00	\$ 482,00
Amortizaciones		\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Total de Entradas		\$ 42.961,78	\$ 48.941,77	\$ 55.798,46	\$ 63.568,16	\$ 72.288,65
Salidas						
Cartera crediticia		\$ 38.970,02	\$ 40.583,40	\$ 42.263,57	\$ 44.013,30	\$ 45.835,47
Devolución del fondo común		\$ 419,53	\$ 436,90	\$ 454,99	\$ 473,83	\$ 493,44
Inversión muebles de oficina						\$ 500,00
Inversión equipos de cómputo						\$ 1.800,00
Total Salidas		\$ 39.389,55	\$ 41.020,30	\$ 42.718,56	\$ 44.487,13	\$ 48.628,92
Inv AF	-\$ 5.289,54					
Inv Capital de Trabajo 1	-\$ 1.937,76					
Inv Capital de Trabajo 2	-\$ 38.970,02	\$ 3.572,22	\$ 7.921,47	\$ 13.079,90	\$ 19.081,03	\$ 23.659,73
Flujo Neto de Efectivo		\$ 3.572,22	\$ 7.921,47	\$ 13.079,90	\$ 19.081,03	\$ 23.659,73

Fuente: Estudio de mercado, técnico y organizacional

⁴¹ <http://www.eumed.net/libros/2007a/255/19.htm>

5.3 Evaluación Financiera

5.3.1 Determinación de la Tasa de Descuento

Tabla 5.3-1 Tasa de Descuento.

Tasa Pasiva	4,58%
Tasa de inflación global de la economía	4,84%
Riesgo País	8,99%
TMAR :	18,41%

Fuente	Valor	Porcentaje	Tasa	Ponderación
PROPIAS	\$ 45.189,49	100,00%	18,41%	18,41%
FUNDEI	\$ 33.663,80	100,00%	0,00%	0,00%
MIEMBROS HONORARIOS	\$ 11.525,69	100,00%		
COSTO PONDERADO DE CAPITAL				18,41%

5.3.2 Criterios de Evaluación

5.3.2.1 Valor Actual Neto (VAN o VPN)

“Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.”⁴²

Es el flujo de efectivo neto que obtendrá la empresa a valores actuales, el cual puede ser positivo o negativo. El VPN disminuye la inversión al Valor presente de los flujos de efectivo:

Tabla 5.3-2 Valor Actual Neto.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de periodos considerado.

k es la tasa de interés

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

VALOR ACTUAL NETO Y RETORNO DEL PROYECTO					
TMAR		18,41%	TMAR 2		10,75%
FLUJO NETO INICIAL		-\$46.197,32			
AÑO	COD	FLUJOS		VAN A	VAN 2A
2011	1	\$ 3.572,22		\$ 3.016,83	\$ 3.225,51
2012	2	\$ 7.921,47		\$ 5.649,75	\$ 6.458,42
2013	3	\$ 13.079,90		\$ 7.878,42	\$ 9.629,08
2014	4	\$ 19.081,03		\$ 9.706,18	\$ 12.683,59
2015	5	\$ 23.659,73		\$ 10.164,07	\$ 14.200,72
			VAN	(\$ 9.782,07)	\$ 0,00

⁴² http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net

Figura 5.1 Criterios de evaluación VAN.

Valor	Significado	Decisión a tomar
$VAN > 0$	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
$VAN < 0$	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
$VAN = 0$	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Fuente:http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net

Considerando una tasa de descuento para el proyecto de 18,41% se obtiene un valor actual neto positivo indicado la rentabilidad del mismo, indicando que se posee recursos suficientes para el crecimiento de la fundación.

5.3.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que iguala a cero el valor presente de los flujos de efectivo.

Esta tasa refleja el rendimiento de los fondos invertidos, siendo un elemento de juicio muy utilizado en la evaluación de proyectos de inversión.

La TIR representa el máximo rendimiento que generará el proyecto con los flujos de efectivo pronosticados.

El criterio de aceptación es que la TIR sea mayor al costo de tener invertido el dinero en determinado proyecto (CPC, TREMA, costo de oportunidad, costo de la fuente de financiamiento). La forma “manual” de calcular la TIR es conseguir a prueba y error dos tasas en las cuales el VPN de positivo y el inmediato siguiente arroje un resultado negativo ó viceversa. Es lo que se conoce como interpolación de tasas. La fórmula es la siguiente:

$$TIR = Y1 + \left\{ \frac{Y2 - Y1}{X2 - X1} \right\} * (I_0 - X1)$$

Y1 = Tasa de Descuento menor

Y2 = Tasa de Descuento mayor

X1 = Sumatoria de los Flujos de Efectivo a valor presente utilizando Y1

X2 = Sumatoria de los flujos de efectivo a valor presente utilizando X2

I₀ = Inversión inicial

Tabla 5.3-3 Tasa Interna de Retorno.

TIR A	10,75%
--------------	---------------

Fuente: Estudio de mercado, técnico y organizacional

Elaborado por: Fabián Navia Cedeño, 2011

5.3.2.3 Periodo de Recuperación de la Inversión

Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días, para calcularlo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Tabla 5.3-4 Periodo de Recuperación

PERÍODO DE RECUPERACIÓN	1	2	3	4	5
AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
Flujo de caja acumulado	\$ 3.572,22	\$ 11.493,69	\$ 24.573,60	\$ 43.654,62	\$ 67.314,35
Inversión Inicial	-\$ 42.625,10	-\$ 34.703,63	-\$ 21.623,73	-\$ 2.542,70	\$ 21.117,03
	0	0	0	1	1
Periodo de recuperación (periodos)	3,69	0	0	0	5

Este indicador nos da a conocer una recuperación de la inversión del proyecto en 3,69 años, demostrando la viabilidad en tiempo y generando potencialidad como un proyecto a corto plazo en recuperación.

5.3.2.4 Relación Costo/Beneficio.

“El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto”⁴³ Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos.^{43.1}

Tabla 5.3-5 Coeficiente de Costo Beneficio.

COEFICIENTE DE COSTO Y BENEFICIO	
Coeficiente beneficio-costo% (VAN/Inv)	-\$ 0,21
Coeficiente beneficio-costo %(VAN-Inv)/Inv	-121,17%

Al analizar los resultados de costo-beneficio se obtiene:

El proyecto indica que por cada \$ 1 de inversión, se obtiene como beneficio -\$0,21, este resultado negativo demuestra pérdida, por lo tanto se concluye que el proyecto debe rechazarse.

⁴³ http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_coste-beneficio

^{43.1} <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-22.htm>

5.3.2.5 Análisis de Sensibilidad

“En el momento de tomar decisiones sobre la herramienta financiera en la que debemos invertir los ahorros, es necesario conocer algunos métodos para obtener el grado de riesgo que representa esa inversión. La Sensibilidad permite visualizar de forma inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto.”⁴⁴

Tabla 5.3-6 Análisis de Sensibilidad.

ANÁLISIS DE ESCENARIOS

CRITERIOS DE SENSIBILIDAD	ESCENARIOS		
	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA
Talento humano	2%	0%	-2%
Tasa Pasiva	3%	0%	-3%
Inflación	2%	0%	-2%
Riesgo País	3%	0%	-3%
Total	10%	0%	-10%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ESCENARIOS						PONDERACIÓN
	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA (EP*0,45)	BASE (EB*0,45)	OPTIMISTA (EO*0,45)	
VAN DE PROYECTO	-\$ 395,22	-\$ 9.782,07	\$ 5.035,05	-\$ 177,85	-\$ 4.401,93	\$ 2.265,77	-\$ 2.314,01
TIR DEL PROYECTO	18,61%	10,75%	21,66%	8,38%	4,84%	9,74%	22,96%
PERIODO RECUP. PROYECTO	3,54	3,69	3,49	1,59	1,66	1,57	4,82
RELACIÓN B/C PROYECTO	-0,01	-0,21	\$ 0,11	0,00	-0,10	0,05	-0,05
Peso de Ponderación	45%	45%	45%				

Se puede concluir que el proyecto es sensible hasta un porcentaje de incremento del 10%, tomando en cuenta variables directamente relacionadas con el entorno de la Fundación como son: Salarios, Tasa pasiva, Inflación, Riesgo País.

⁴⁴ <http://mx.finanzaspracticas.com/1752-Que-es-el-analisis-de-sensibilidad.note.aspx>

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1.- La investigación de mercado indica un segmento de 106 unidades de demanda insatisfecha en Cutuglagua, por lo tanto la pre factibilidad del proyecto es positiva por esta parte.

2.- El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es 3,69, lo que significa que la inversión inicial de \$45.189,49 se recuperará en tres años con siete meses aproximadamente y, considerando que se proyectó a 5 años, es factible la creación de la sucursal.

3.- En cuanto a las tres evaluaciones financieras, concluimos que : 1) la Tasa Interna de Retorno (TIR), técnicamente debe ser $TIR \geq Tmar$, pero en el estudio la TIR es menor a la Tasa de mercado $Tmar$ ($10,75\% < 18,41$), se concluye que por este lado no es factible la creación de la sucursal; 2) El Valor Actual Neto (VAN), técnicamente debe ser $VAN \geq 0$, pero en el estudio arroja un valor negativo (- \$ 9.782,07), por lo que se concluye que hasta el año 2015, una vez pagado todos los gastos y costos, el proyecto posee un déficit por ese valor; 3) La relación Costo Beneficio (RBC) técnicamente debe ser $RBC \geq 1$, pero en el estudio es $-121,71\%$ (- \$0,21), lo que significa que los ingresos esperados no superan los costos.

Realizado el respectivo análisis financiero, se concluye que el proyecto es factible pero solo para fines sociales, por ser el objetivo de la fundación.

6.2 Recomendaciones

1.- Se recomienda expandir el nivel de créditos y la capacitación, ya que existe un reducido segmento de mercado no atendido por las unidades de negocios de la parroquia.

2.- Como el Periodo de Recuperación de la Inversión es corto se recomienda hacer el seguimiento continuo para que se cumpla según lo programado.

3.- Como la TIR, la VAN y el RBC no poseen valores aceptables, se recomienda que para que este proyecto sea factible se debería aumentar el precio por unidad de capacitación y/o a su vez optimizar los costos de operación.

7. Bibliografía

- Administrativo, E. O. (25 de Septiembre de 2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 13 de Octubre de 2010, de <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-organizacional-y-administrativo.html>
- Anyerka Barra, S. (6 de Octubre de 2010). *Diseño y Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 2010 de Octubre de 13, de <http://www.monografias.com/trabajos64/procedimientos-formulacion-evaluacion-proyectos/procedimientos-formulacion-evaluacion-proyectos3.shtml>
http://www.ladosis.com/articulo_interno_nd.php?art_id=3779
- Baca Urbina, G. (2005). *Evaluación de Proyectos*. México: Mcgraw-hill.
- BCE. (2010). *Boletín de Prensa N°67*. Quito.
- Caivinagua, X. (2010). *Líderes, Informe semanal*. Quito: Líderes.
- CIP. (2010). *Termómetro Económico*. Quito: CIP.
- Eco Meneses, E. (1999). *Preparacion y evaluacion de proyectos*. Quito: Xerox.
- Eco Meneses, E. (2002). *Diseño y Evaluación de Proyectos*. Quito.
- Ejército, E. P. (s.f.). *Misión*.
- ESPE. (1977). *Misión*. Ecuador.
http://www.trabajo.com.mx/estrategias_de_crecimiento.htm
- Europeo, F. S., España, M. d., ambiente, M. d., & INEM. (2010). *Manual de buenas prácticas ambientales*. España.
- Financiero, E. (13 de Octubre de 2010). *Ecolink*. Recuperado el 2010 de Octubre de 13, de <http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero>
- Halliday, R. (16 de Septiembre de 2010). *Monografías: Métodos de Evaluación Financiera en Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 13 de Octubre de 2010, de <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>.
- Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos, A., & Hernandez, S. A. (2004). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Ing Villavicencio, J. (2010). Carpeta Virtual de Proyectos. Quito.

Kinnear. (1998). Investigación De Mercado. Colombia: Mcgraw-Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Prentice Hall.

Malhotra. (2004). Investigación De Mercado. México: Pearson.

Mercado, E. D. (30 de Septiembre de 2010). Wikipedia. Recuperado el 13 de Octubre de 2010, de Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

Muestreo, T. d. (13 de Octubre de 2010). Sitios Ingeniería. Recuperado el 13 de Octubre de 2010, de <http://sitios.ingenieria-usac.edu.gt/estadistica/estadistica3/teoria.html>

S.R.L., S. A. (s.f.). Mercados Financieros Perú. Recuperado el 06 de 11 de 2010, de

Santibáñez, J., & Gómez Bezares, F. (2005). NUEVOS CASOS PRÁCTICOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.

Sigagro. (8 de Julio de 2010). COMERCIO EXTERIOR - PRINCIPALES

USAID. (2010). Guía Ambiental de USAID, Buró de Latinoamérica y el Caribe. América Latina y el Caribe.

Wikipedia. (8 de Octubre de 2010). Wikipedia. Recuperado el 2010 de Octubre de 13, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>.