



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Previo a la obtención del título de economista

TEMA

CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA
ILUSTRE MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN VENTANAS PROVINCIA DE LOS
RIOS

AUTOR

VÉLIZ MARIDUEÑA RAFAEL ORLANDO

DIRECTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ING. ABRAHAM AUHING

QUEVEDO - LOS RÍOS - ECUADOR

2010

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico primeramente al todo poderoso DIOS quien ha permitido concluir mi carrera profesional con éxito ya que este fue mi mayor anhelo desde el primer día que ingrese a esta prestigiosa institución.

Con mucho orgullo a mis padres por el esfuerzo desmedido que tuvieron durante todo el tiempo de mi vida universitaria, quienes constantemente estuvieron motivándome para que logre alcanzar este tan grande ya anhelado objetivo, que con constancia y perseverancia he logrado cristalizar.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a DIOS por prestarme vida, a mis queridos padres por el apoyo continuo que me brindaron durante mis estudios, y a todos mis compañeros de clases.

Al ING. ABRAHAM AUHING por orientarme durante todo el desarrollo del proyecto, que con su alto espíritu de colaboración y apoyo, y por impartir sus conocimientos de manera eficaz y profesional.

Pude realizar este proyecto de investigación.

A la ILUSTRE MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN VENTANAS por su colaboración en el proyecto y así a todos quienes ayudaron en la culminación de este.

La responsabilidad de
La investigación, resultado y
Recomendaciones
Son exclusivamente del

Autor

VÈLIZ MARIDUEÑA RAFAEL ORLANDO

CERTIFICACIÓN

ING. Abraham Auhing, profesor de la Universidad Técnica Estatal De Quevedo.

Certifica

Que el egresado Véliz Maridueña Rafael Orlando, realizó la investigación y ha elaborado el trabajo de investigación, titulado “Creación de Una Cooperativa de Ahorro Y Crédito en la Ilustre Municipalidad del Cantón Ventanas Provincia de Los Ríos” destinada a brindar servicios crediticios a empleados y trabajadores y la ciudadanía en general, año 2010, bajo mi dirección habiendo cumplido las disposiciones para el efecto.

ING. ABRAHAM AUHING TRIVIÑO MS.C

DIRECTOR

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO

EVALUACIÓN ECONÓMICA

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	ANTECEDENTES	2
III.	OBJETIVOS	3
IV.	MARCO TEÓRICO.....	4
4.1.	Cooperativas.....	4
4.2.	Préstamo o Crédito.....	4
4.3.	Crédito Comercial	4
4.4.	Crédito de Consumo.....	4
4.5.	Microcrédito	5
4.6.	Crédito de Vivienda	5
4.7.	Tasa interna de retorno (TIR).....	5
4.8.	Valor actual neto (VAN)	5
4.9.	Razón Beneficio - Costo (B / C).....	6
4.10.	Servicios	6
4.11.	Competencia.....	7
4.11.1.	Características Del Servicio	7
4.12.	Clase de servicio.....	8
4.12.1.	Clasificación De Los Servicios.....	9
4.12.2.	Planeación y desarrollo del servicio.....	10
4.13.	Precio de los servicios.....	10
4.14.	Promoción del servicio.	11
4.15.	Cuenta de ahorro	11
4.16.	Cuenta corriente.....	11
4.17.	Cooperativa.....	12
4.18.	Depósito	12
4.19.	Retiro.....	12
4.20.	Crédito	12
4.21.	Estado De Cuenta.....	12
4.22.	Tasa de Interés	12

4.23.	Promoción	13
4.24.	Publicidad	13
4.25.	Relaciones Públicas	14
4.25.1.	Importancia de las relaciones públicas:	14
4.26.	Oferta	14
4.27.	Demanda	14
4.28.	Mercado	15
4.29.	Investigación de Mercado	15
4.30.	Estudios de Mercado	15
4.31.	Imagen Corporativa	16
4.32.	Casa de Ahorro	16
4.33.	Banco Central	16
4.33.1.	Clases de banco	17
4.34.	Inflación	17
4.35.	Deflación	17
4.36.	Economía emergente	18
4.37.	Recesión	18
4.38.	Producto Interno Bruto (PIB)	18
4.39.	Ciclos Económicos	18
4.40.	Economía	19
4.41.	Economía Global	19
4.42.	Entidades hipotecarias	19
V.	METODOLOGÍA	20
5.1.	Métodos	20
5.1.1.	El método deductivo	20
5.1.2.	El método inductivo	20
5.1.3.	Método Comparativo	20
5.1.4.	El método descriptivo	20
5.1.5.	El método explicativo	20
5.2.	Materiales	21
5.3.	Fuentes de datos	21
a.	Fuentes primarias	21
b.	Fuentes secundarias	21
c.	Diseño de la muestra	21

5.4.	TÉCNICAS	22
a.	Encuesta.....	22
b.	Observación.....	22
c.	Entrevista	22
5.5.	RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE LA ILUSTRE MUNICIPALIDAD.....	23
VI.	DESARROLLO DEL TRABAJO	31
6.1.	Estudio de Mercado.....	31
a.	Definición del servicio.....	31
b.	Análisis de la demanda.....	31
c.	Análisis de la oferta	31
d.	Precios.....	32
e.	Distribución del servicio	32
6.2.	ESTUDIO TÉCNICO	32
a.	Tamaño de proyecto.....	32
b.	Localización	32
c.	Ingeniería del proyecto.....	32
1.	Ingeniería civil.....	32
2.	Ingeniería del Detalle.....	32
3.	Estructura Organizacional	33
6.3.	ESTUDIO ECONÓMICO	33
a.	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	33
b.	COSTOS E INGRESOS	33
1.	Costos.....	33
2.	Ingresos.....	33
c.	ESTADO DE RESULTADOS	34
d.	FLUJO DE CAJA.....	34
e.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	35
6.4.	EVALUACIÓN FINANCIERA	36
a.	RELACIÓN BENEFICIO – COSTO.....	36
b.	VALOR ACTUAL NETO.....	36
c.	TASA INTERNA DE RETORNO	37
VII.	RESULTADOS	38
7.1.	Estudio de mercado.....	38

a.	Definición del servicio.....	38
b.	Análisis de la demanda.....	38
7.2.	Análisis de la oferta	42
a.	Oferta histórica	42
b.	Oferta actual	43
c.	Proyección de la oferta	43
d.	Comercialización.....	44
e.	Precios.....	44
f.	Distribución del crédito.....	44
7.3.	Estudio técnico	45
a.	Tamaño.....	45
b.	Localización	45
c.	Ingeniería del proyecto.....	45
7.4.	Organización funcional de la COOPERATIVA 10 DE NOVIEMBRE.....	48
a.	Asamblea General	48
b.	Consejo de Administración.....	48
c.	Consejo de Vigilancia.....	48
d.	Comisiones Especiales	48
e.	Gerente.....	48
f.	SECRETARIA /CONTADORA	48
7.5.	Estudio Económico	49
a.	Inversiones.....	49
1.	Activo fijo	49
	Capital de operación	51
b.	Financiamiento	52
c.	Costos e Ingresos	52
1.	Ingresos.....	52
2.	Presupuesto de costos de producción	53
d.	Estado de pérdidas y ganancias	53
7.6.	Estudio Financiero	53
a.	Relación beneficio costo.....	53
b.	Flujo de caja.....	53
c.	Punto de equilibrio	54
7.7.	Análisis de sensibilidad	54

VIII.	CONCLUSIONES	55
IX.	RECOMENDACIONES	56
X.	BIBLIOGRAFÍA	57
XI.	ANEXOS.....	59

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de creación de una cooperativa de ahorro y crédito para los servidores de la Ilustre Municipalidad de Ventanas tiene como objetivo apoyar el proceso de autogestión de los servidores de la institución a través de los recursos que disponen los gremios de los fondos de jubilación y de la institución.

Del estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha de 204 socios para el primer año variando a 214 socios para el segundo año. En base a la demanda insatisfecha se consideró que el proyecto tendrá una capacidad de crédito para 17 socios mensuales, el monto de préstamos será de 2000 dólares por socio, con una tasa de interés anual del 8% más la comisión esto es 12%, y un plazo de 12 a 24 meses.

Esta cooperativa será ubicada en el antiguo edificio del Banco Internacional, el proceso del crédito será mediante una solicitud de crédito que presentará el solicitante, acompañado de los respectivos documentos de respaldo tanto personales como de sus respectivos garantes. Una vez receptada la solicitud el Consejo de Crédito se reunirá y resolverá de acuerdo a los instructivos que existen para el electo.

Una vez aprobada la solicitud, esta pasará a la gerencia para ser liquidada, este trámite durará en plazo máximo de 48 horas para el beneficiario, como lo contempla los estatutos elaborados para el funcionamiento de la cooperativa de ahorro y crédito.

La inversión de activos fijos asciende USD 7.145.00, El activo circulante a USD 34,854.54, los costos de operación para el primer año fueron de USD 10,594.97, así también los ingresos fueron de USD 609.647.70 se utilizó una tasa de interés del 12% anual.

EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica del proyecto determino un VAN 1'246,750.44 y una Tasa interna de Retorno de 73%, demostrándose con estos Índices financieros que este proyecto es factible y viable.

Igual cosa sucede con la relación beneficio costo que resulto ser positiva o sea mayor a uno, esto indica que por cada dólar que se invierta se ganará un dólar con cinco centavos durante el primer periodo de funcionamiento; la utilidad neta dentro del estado de pérdida y ganancia fue de USD 290,813.83 dólares.

Para no perder ni ganar se les debe otorgar crédito a cinco socios o clientes con un monto de USD 2,000 mensuales, lo cual está por debajo de lo planificado en esta investigación.

I. INTRODUCCIÓN

La Ilustre Municipalidad de Ventanas, como parte de su responsabilidad social, cuenta con unidades orientadas a desarrollar actividades sociales para lo cual se sustenta en sus estamentos de: Empleados y trabajadores, que permanentemente buscan formas para implementar nuevos y mejores servicios que les permitan, cubrir sus necesidades básicas.

Actualmente los gremios de la Ilustre Municipalidad cuentan con Fondos de Jubilación y cesantía, que administradas por los gremios, cubren con esfuerzos aislados parte de sus necesidades.

La dependencia de una sola fuente de ingresos económicos, la falta de cobro oportuno de los sueldos y la creciente dificultad para acceder a créditos en el mercado financiero local, han configurado un panorama bastante desolador en los últimos años, limitando el desarrollo organizacional, personal y familiar de cada uno de sus servidores.

Una alternativa que merece toda nuestra atención, es el sector de la economía solidaria, en especial el sistema Cooperativo de Ahorro y Crédito, en donde se practican de mejor manera los principios de solidaridad, ayuda mutua, autogestión, capaz de integrar una amplia gama de personas y grupos, y que involucra estructuras que propician el desarrollo y expansión de sus potencialidades, en marcos socio-económicos de carácter participativo, con justicia, libertad y transparencia, tan necesarios para la transformación de las sociedades actuales. Se puede afirmar que el cooperativismo es un plan económico que forma parte importante de la vida de muchos países latinoamericanos

Consientes de esta realidad, el autor cree que la unión de esos esfuerzos dispersos, pueden servir para la creación de una “COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA ILUSTRE MUNICIPALIDAD.” contribuyendo de esta manera a satisfacer muchas de las necesidades más sentidas de sus servidores, y que estos logren desarrollarse social y económicamente, hecho que con seguridad redundara en el crecimiento socio económico.

II. ANTECEDENTES

Desde muy temprano en la historia de la humanidad los valores de solidaridad, colectivismo y acción común han estado presentes en la organización económica de las sociedades, aunque no es hasta el siglo 19 cuando con la formulación de unos principios y una filosofía surge la doctrina del cooperativismo.

El cooperativismo es democrático y promueve el uso de la propiedad sobre bases comunitarias y colectivas de servicio social y no personal. La práctica del cooperativismo no es otra cosa que la práctica de la igualdad, la justicia, ayuda mutua, esfuerzo propio, honestidad, responsabilidad social, democracia, constructividad, sacrificio y solidaridad.

Las cooperativas han alcanzado grandes logros para la sociedad. Han desarrollado sistemas bancarios entre los más importantes del mundo, han logrado desarrollar economías rurales en países desarrollados como Japón, grandes complejos cooperativos, como es el caso Mondrego, Corporación Cooperativa en el país vasco al norte de España.

Han logrado grandes cooperativas de consumo principalmente en los países europeos, ejemplo es la Cooperativa Forbundet en Suecia. El cooperativismo ha servido para proveer alimento en muchos países y de alternativa de vivienda a muchas familias desprovistas de techo en el mundo. Entre las variadas experiencias que se encuentran en el cooperativismo debemos mencionar el ejemplo de los “kibutz” y “mochavim” en Israel. Las cooperativas se han desarrollado en todas partes, en países pobres y ricos, están involucradas en las áreas de producción, distribución, agricultura, comercialización, crédito, industrial, pesca y servicios de todas clases.

Conociendo los importantes antecedentes que ha tenido el cooperativismo en la historia y en la actualidad de las diferentes economías , presentamos una alternativa crediticia a la ciudadanía del cantón Ventanas quienes muchos de ellos han llegado a realizar prestamos a instituciones financieras pagando altas tasas de interés o prestamos a terceros . Nuestros servicios serán ágiles y oportunos.

III. OBJETIVOS

General

Demostrar la factibilidad técnica y económica para la creación de la COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO de los servidores de la Ilustra Municipalidad del Cantón Ventanas.

Específicos

- Determinar la oferta de servicios que ofrece la COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO.
- Determinar la demanda de los usuarios de los servicios de la COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO.
- Conocer la inversión inicial y los flujos de costos operacionales para el establecimiento de la Cooperativa.
- Establecer un proceso técnico administrativo adecuado para la operatividad de la Cooperativa.
- Determinar la rentabilidad del proyecto.

IV.MARCO TEÓRICO

Dentro del desarrollo de este proyecto se utilizarán términos tales como Cooperativas, Ahorro, Crédito, Banca, Micro finanzas, Créditos de Consumo, Créditos Comerciales, Créditos de Vivienda, Microcréditos, etc.

Considerando como definiciones de referentes a crédito a las siguientes:

4.1. Cooperativas

Son sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

4.2. Préstamo o Crédito

Contrato o convenio según el cual una de las partes entrega a otra cierta cantidad de dinero bajo el compromiso de que éste sea restituido luego de un cierto plazo, adicionándole los intereses correspondientes.

4.3. Crédito Comercial

Son todos aquellos créditos otorgados a sujetos de crédito, cuyo financiamiento este dirigido a las diversas actividades productivas. Clasificándose en créditos comerciales corporativos y créditos comerciales para Pymes, siendo estas últimas los más representativos para nuestro país dado a las empresas que sus ventas sean iguales o superiores a \$100,000.

4.4. Crédito de Consumo

Son los otorgados a personas naturales asalariadas y/ o rentistas, que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios, son operaciones superiores a \$600.

4.5. Microcrédito

Este crédito no es superior a los \$20,000 dados a personas jurídicas o naturales con unible de ventas inferior a \$100,000 destinado a financiar actividades en pequeña escaña de producción, comercialización o servicios.

4.6. Crédito de Vivienda

Son aquellos créditos otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia con garantía hipotecaria.

4.7. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo) . Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

4.8. Valor actual neto (VAN)

Valor actual neto procede de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

4.9. Razón Beneficio - Costo (B / C)

Compara a base de razones, el VA de las entradas de efectivo futuras, con el VA del desembolso original y de otros que se hagan en el futuro; dividiendo el primero entre el segundo.

Si la razón B / C es mayor que 1 debe aceptarse el proyecto, si de lo contrario es menor que 1, debe rechazarse el proyecto. De haber otros costos, aparte del desembolso original, se deben considerar. La razón B / C toma en cuenta específicamente esos gastos, comparando el VA de las entradas, con el VA de todas las salidas, independientemente del período en que ocurran.

El método B / C para incorporar las salidas de efectivo, permite separarlas de las entradas. El tratamiento por separado, posibilita enfocar mejor la distribución y la naturaleza de los gastos, pero en la mayoría de los casos, no se altera la decisión de aceptar o rechazar proporcionada por los métodos FED., VAN y TIR.

4.10. Servicios

Es resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre proveedor y el cliente y generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado
Por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil);
- Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos):
- La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de Información en el contexto de la transmisión de conocimiento):
- La creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en hoteles y restaurant)

4.11. Competencia

Es un mercado de competencia perfecta es aquel en el que existen gran cantidad de compradores

(Demanda) y de vendedores (oferta), de manera tal que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio, la competencia es un término utilizado en economía para referirse al fenómeno en el que las empresas carecen de poder para manipular el precio en el mercado (precio-aceptantes), y se da una maximización del bienestar, resultando una situación ideal de los mercados de bienes y servicios en los que la interacción de la oferta y la demanda determinan el precio.

4.11.1. Características Del Servicio

- **Intangibilidad.**

Es la característica más básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta Característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación

- **Heterogeneidad (o variabilidad)**

Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

- **Inseparabilidad**

En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

- **Ausencia de propiedad**

Los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo. Luego de la prestación sólo existen como experiencias vividas.

4.12. Clase de servicio

Una clasificación útil de servicios comerciales se menciona a continuación.

- **Vivienda:** incluye el alquiler de hoteles, moteles, apartamentos, casas y Granjas.
- **Actividades hogareñas:** Incluye aparatos, reparaciones de las casas, de equipo casero, jardinería y limpieza del hogar.
- **Recreación:** incluye el alquiler y reparación de equipo empleado en participar en actividades recreativas de entretenimiento: también la admisión a todos los eventos de entretenimiento, recreación y diversión.
- **Cuidado personal:** incluye lavandería, tintorería, cuidados de belleza.
- **Cuidado médico:** incluye todos los servicios médicos, dentales, enfermería, hospitalización, optometría y todos los demás cuidados.
- **Servicios comerciales y otros profesionales:** incluye servicios de consultoría legal, contable, administrativa y de mercadotecnia.
- **De seguros y financieros:** incluye los seguros personales y sobre la propiedad, servicios de crédito y préstamos, asesoría en inversiones y el servicio de impuestos.

- **Transportación:** incluye flete y servicio de pasajeros en transportes comunes, reparaciones y alquiler de automóviles
- **Comunicaciones:** incluye teléfono, teléfax y servicios especializados de comunicación comercial

4.12.1. Clasificación De Los Servicios

- **Servicios Superiores**

Servicios Financieros.- son aquellas instituciones cuya actividad principal gira en torno al sistema monetario y sus variantes como pueden ser instituciones de crédito u auxiliares, bancarias y monetaria, bolsas de valores aseguradoras y afianzadoras entre otras

Servicios a las empresas.- son aquellas que se brindan como apoyo a las personas morales y físicas, siendo muy especializados. Incluyéndose en ellas, las consultorías, bufetes

Servicios de educación, salud y bienestar. Tiene que ver con los prestados a los consumidores directamente, y donde quedan incluidas escuelas, universidades, hospitales etc.

- **Servicios al consumidor**

Servicios de recreación.- Aquí se incluyen los prestados por centros de recreación así como hoteles. Bares: restaurantes, cines, teatros, etc.

Servicios personales.- Se componen por estéticas, tintorerías, etc.

Servicios de reparación.- Constituyen un sector más especializado en cuanto a que no solo va dirigido a los

Consumidores, sino algunas veces también a las empresas. **Otros**

4.12.2. Planeación y desarrollo del servicio

Los nuevos servicios son tan importantes para una compañía de servicios como lo son los productos para una empresa de mercadotecnia de productos. Aunque muchas empresas de servicios no enfrentan el problema de antigüedad en un grado importante en forma similar, la mejora de los servicios existentes y el abandono de los que no son deseados o son poco útiles también son metas de importancia.

La planeación y el desarrollo del producto tienen su contraparte en el programa de mercadotecnia de una industria de servicios. La administración puede utilizar un procedimiento organizado y sistemático para determinar.

1. Qué servicios se ofrecerán.
2. Cuáles serán las políticas de la compañía con respecto a la duración y amplitud de la línea de servicios y
3. Qué es necesario que sea hecho en la forma de atributos del servicio, como marcas o proporcionar garantías.

4.13. Precio de los servicios

Estas consideraciones sugieren que la elasticidad de demanda para un servicio debe ser influido por el precio fijado por el vendedor. Es bastante interesante que los vendedores a menudo reconozcan una demanda inelástica. Entonces ellos pueden cobrar precios más altos. Pero fallan cuando deben actuar en el sentido opuesto, o sea cuando se enfrentan con una demanda elástica, aunque un precio menor pudiera incrementar las ventas unitarias, los ingresos totales la utilización de las instalaciones y probablemente la utilidad neta.

En algunas industrias de servicios, el vendedor privado fijará un precio, pero éste debe de ser aprobado por una agencia reguladora.

Esta Regulación de precios, sin embargo, no debe ahogar la oportunidad para determinar un precio con imaginación y habilidad planeada para incrementar las utilidades.

4.14. Promoción del servicio.

La tarea de administración es especialmente difícil cuando la empresa debe elaborar un programa promocional alrededor de los beneficios de servicios intangibles. Es mucho más fácil vender algo que pueda ser visto, sentido y demostrado. En la mercadotecnia de los servicios, encontramos que la venta personal, la publicidad y otras formas indirectas de promoción son usadas en forma extensiva.

La venta personal se convierte en crítica para poder fomentar una relación estrecha entre el comprador y el vendedor. Mientras que los exhibidores en el punto de compra de los servicios ofrecidos a menudo son imposibles, los exhibidores de los resultados de utilizar el servicio pueden ser efectivos. Como un tipo indirecto de promoción, los doctores, abogados y agentes de seguros pueden participar en forma activa en los asuntos de la comunidad como medio para que sus nombres estén ante la imagen pública. Un programa promocional en una empresa de servicios debe tener tres metas principales.

1. La primera es enfocar los beneficios del servicio de una manera tan llamativa como sea posible.
2. La segunda es diferenciar sus ofertas de aquellas de los competidores.
3. La tercera es crear una buena reputación. Debido a que la empresa está comercializando intangibles, una buena reputación es crítica. Las campañas de publicidad pueden subrayar la dependencia del servicio, su uniformidad y alta calidad. Los anuncios también, pueden hacer hincapié en el servicio cortés, amistoso y eficiente.

4.15. Cuenta de ahorro

Es un depósito efectuado en una institución financiera por plazo indefinido a una tasa de interés fija o variable, que son, Disponibles a la vista en cualquier momento.

4.16. Cuenta corriente

Cuenta de depósito a la vista que utiliza la emisión de cheques para el movimiento de los fondos.

4.17. Cooperativa

Organización empresarial que tiene por objetivo el beneficio de las personas que componen, y que se caracteriza por cada miembro, tiene un voto al margen del capital o aporte que tenga en la cooperativa.

4.18. Depósito

El depósito es una operación financiera por la cual una entidad financiera, a cambio de mantenimiento de ciertos recursos monetarios inmovilizados un periodo de tiempo determinado, reporta una rentabilidad financiera fija o variable, en forma de dinero o en especie.

4.19. Retiro

Desembolso que hace una institución bancaria a un determinado cliente.

4.20. Crédito

Obtención de recursos en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas."Pueden ser recursos financieros o referirse a bienes y servicios. El crédito es fundamental en una economía moderna y reviste diversas formas entre las que destacan el crédito de consumo extendido a los individuos para financiar su consumo de bienes; el crédito comercial extendido por los gerentes de materias primas a las empresas o por éstas a los vendedores mayoristas; y el crédito bancario que consiste en préstamos a diversos agentes económicos.

4.21. Estado De Cuenta

Su estado de cuenta es un reporte de todos los cheques, depósitos y Retiros y cargos hechos en su cuenta en un período de tiempo. La mayor parte de las instituciones financieras le proveen un reporte mensual. El balance que aparece en el reporte debe de ser igual al balance en su talonario.

4.22. Tasa de Interés

La tasa de interés es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo determinando a lo que se refiere como "el precio del dinero

del mercado financiero”. En términos generales, a nivel individual, la tasa de interés representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado.

4.23. Promoción

La promoción de productos es una excelente manera de establecer fantásticas relaciones de proveedores y clientes, así como forma sencilla y asequible para anunciar el negocio de uno: además es una forma de construir su marca y conseguir que su empresa se de a conocer. La promoción de productos mantiene su nombre o el nombre de su empresa: donde la gente puede verlo. La promoción de productos puede ayudar a una empresa titular de establecer y mantener la conciencia pública acerca de la existencia de la empresa y los productos y servicios que la empresa tiene para ofrecer. Incluso la lealtad de los clientes que no necesitan que se les recuerde de su acerca de empresa son aún candidatos para la promoción de productos. Esto se debe a que ellos todavía entren en contacto con otras personas que pueden no saber nada acerca de su negocio y aquí es cuando la promoción de productos realmente hace su trabajo.

4.24. Publicidad

El término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios. La publicidad está dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa de vendedor a comprador es ineficaz. Es preciso distinguir entre la publicidad y otras actividades que también pretenden influir en la opinión pública, como la propaganda o las relaciones públicas. Hay una enorme variedad de técnicas publicitarias, desde un simple anuncio en la pared hasta una campaña simultánea que emplea periódicos, revistas, televisión, radio, folletos distribuidos por correos y otros medios de comunicación de masas.

La publicidad adopta muchas formas, por supuesto. La prensa, la radio y la televisión son las principales formas de publicidad, sin embargo, hay muchas variaciones en estos. En cualquier caso, la publicidad afecta a todos y cada uno de nosotros, aun cuando no nos damos cuenta de ello.

4.25. Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y futuras. Las Relaciones Públicas implementan técnicas de negociación, marketing, publicidad y administración para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quienes se dirige un programa de Relaciones Públicas.

4.25.1. Importancia de las relaciones públicas:

(Actualmente existe una creciente similitud de productos y servicios debido a que el mercado es cada vez más amplio. Frente a esto la publicidad ya no basta porque ha perdido credibilidad y se hace sumamente necesario encontrar una herramienta que permita diferenciarse a las empresas. Aquí entran en juego las relaciones públicas como disciplina que mediante una gestión estratégica, logran diferenciar a la organización de sus competidoras.

4.26. Oferta

Es la cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio: las curvas de ofrecimiento son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una función curvilínea de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes.

4.27. Demanda

La demanda es la relación de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo. La curva de demanda representa la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir a determinados precios, suponiendo que el resto de los factores se mantienen constantes (cláusula *ceteris paribus*) La curva de

demanda es por lo general decreciente, es decir, a mayor precio, los consumidores comprarán menos.

4.28. Mercado

Es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio. El tamaño de un mercado depende de un número de personas que comparten la misma necesidad, que disponen de recursos necesarios que ofrecer a cambio y que están dispuestos a entregar dichos recursos para obtener lo que desean.

4.29. Investigación de Mercado

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

La investigación de mercados es una disciplina que ha contribuido al desarrollo de la Mercadotecnia y a la industria en general durante los últimos cincuenta años, siendo nutrida por la integración de múltiples disciplinas como la (Psicología, Antropología, Sociología,

El propósito de la investigación de mercados es ayudar a las compañías en la toma de las mejores decisiones sobre el desarrollo y la mercadotecnia de los diferentes productos.

4.30. Estudios de Mercado

Es la función que vincula a consumidores clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

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

El estudio de mercado se apoya en 3 grandes pilares:

- a) **Análisis del entorno general.** Se trata de estudiar todo lo que rodea a la empresa en diversos aspectos, como por ejemplo el entorno legal, el entorno económico, el entorno tecnológico y de infraestructuras. el entorno social/ideológico.
- b) **Análisis del consumidor.** Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, y averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.
- c) **Análisis de la competencia.** Estudiar el conjunto de empresa, con las que se comparte el mercado del mismo producto.

4.31. Imagen Corporativa

La imagen corporativa debe ser consistente con el posicionamiento de producto de la compañía, de la línea de productos servicios, o de la marca. Cualquier incongruencia entre la imagen corporativa total y las posiciones de las ofertas individuales del producto será confusa para los clientes potenciales y tenderá a reducir la rentabilidad de las ventas. Luego es necesario planificar para establecer, teniendo en cuenta la imagen actual.

4.32. Casa de Ahorro

Una casa de ahorro es una entidad de crédito similar a un banco. Solo se diferencian por su carácter legislativo. En concreto, los bancos son sociedades anónimas, mientras que las casas de ahorro se rigen por la ley de sociedades limitadas de carácter fundacional, motivo por el que deben destinar, por ejemplo, una parte de sus dividendos a fines sociales o tienen representación gubernamental en su seno, aunque no por ello dejan de ser privadas.

4.33. Banco Central

El banco central es la entidad responsable de la política monetaria de un país es una entidad pública, autónoma e independiente del Gobierno del país al que

pertenece. El Banco Central, aunque autónomo, está regulado por unos estatutos y leyes que rigen su funcionamiento, y que son aprobados por el Gobierno del país al que pertenece.

4.33.1. Clases de banco

Según el origen del capital

- Bancos públicos: El capital es aportado por el estado.
- Bancos privados: El capital es aportado por accionistas particulares.
- Bancos mixtos: Su capital se forma con aportes privados y públicos.

Según el tipo de operación

- Bancos corrientes: Son los mayoristas comunes con que opera el público en general. Sus operaciones habituales incluyen depósitos en cuenta, caja de ahorro, préstamos, cobros, pagos y cobros por cuentas de terceros, custodia de artículos y valores, alquileres de cajas de seguridad, financieras.
- Bancos especializados: Tienen una finalidad crediticia específica.
- Bancos de emisión: Actualmente se preservan como bancos oficiales, estos bancos son los que emiten dinero.

4.34. Inflación

Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo. Otras definiciones la explican como el movimiento persistente al alza del nivel general de precios o disminución del poder adquisitivo del dinero.

4.35. Deflación

Es la bajada generalizada del nivel de precios de bienes y servicios en una economía. Es el movimiento contrario a la inflación. Es la situación económica en que los precios disminuyen producto de una caída en la demanda, y es mucho más maligna, y temida por los empresarios que la inflación.

4.36. Economía emergente

Se denomina como tal, al país que, siendo una economía subdesarrollada. Por razones de tipo económico plantea en la comunidad internacional un ascenso en función de su nivel de producción industrial y sus ventas al exterior.

4.37. Recesión

Es la disminución o contracción del nivel de actividad económica. Se dice que una economía sufre una recesión cuando disminuye de un modo significativo la producción y el nivel de empleo; es el período en que se produce una caída de la actividad económica de un país o región, medida a través de la bajada del Producto Interno Bruto Real, durante un período prolongado de tiempo, de al menos dos trimestres consecutivos.

4.38. Producto Interno Bruto (PIB)

Es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país durante un período (normalmente es un trimestre o un año).

El PIB es una magnitud de flujo, pues contabiliza sólo los bienes y servicios producidos durante la etapa de estudio. Además el PIB no contabiliza los bienes o servicios que son fruto del trabajo informal (trabajo doméstico, intercambios de servicios entre conocidos).

4.39. Ciclos Económicos

Llamado también fluctuaciones cíclicas de la actividad económica pueden definirse como las oscilaciones de la expansión a la contracción de la economía, que ocurren entre crisis sucesivas.

1. Ser imprevisible.
2. Ser de relevancia para públicos de la empresa como consumidores, accionistas y proveedores.
3. Tener una potencialidad causante de pánico, aumentado por la desinformación.
4. Disponibilidad de información incompleta,

4.40. Economía

Abarca todos los problemas relacionados con la determinación del precio de las cosas, con el análisis de actividades que implican costes y que producen beneficios medibles en dinero, en suma, con la producción y distribución de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades humanas.

4.41. Economía Global

Es el proceso resultante de la capacidad de ciertas actividades de funcionar como una unidad, en tiempo real, a escala planetaria. Las decisiones y actividades en cualquier lugar tienen repercusiones significativas y simultáneas en lugares muy distantes. SAMUELSON. PAUL (1948)

4.42. Entidades hipotecarias

Son las entidades de crédito (bancos, cajas y cooperativas de crédito), que están supervisadas por el Banco de España. Además existen otras entidades que operan bajo una autorización administrativa oficial, especializadas en casos con situaciones difíciles, de mayor riesgo, y cuyos préstamos suelen ofrecer unas condiciones más duras para los clientes.

V. METODOLOGÍA

5.1. Métodos

Para cumplir con los objetivos alcanzados en la presente investigación fueron necesarios los siguientes métodos:

5.1.1. El método deductivo

Es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular.

5.1.2. El método inductivo

Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales. Permite establecer las características de la problemática a través del razonamiento mental, a si mismo de analizar las características de los problemas que se presentan en el estudio.

5.1.3. Método Comparativo

El método comparativo, es una valiosa herramienta de investigación para analizar datos cualitativos. Consiente en establecer la metodología utilizada para realizar la Investigación.

5.1.4. El método descriptivo

Es el que se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar y generalizar los resultados de las observaciones. Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea ciara de una determinada situación.

5.1.5. El método explicativo

Permite descartar y explorar los factores variables que intervienen en el fenómeno que nos proponemos a investigar.

5.2. Materiales

Dentro de los materiales se considero la inversión fija, los gastos operacionales y costos de producción.

5.3. Fuentes de datos

a. Fuentes primarias

Entre las fuentes primarias se considero encuestar, empleados y trabajadores en la Ilustre Municipalidad de Ventanas. Se utilizo un formulario de 8 preguntas (formulario I del Anexo) las que contenían preguntas cerradas y abiertas.

b. Fuentes secundarias

Entre las fuentes secundarias se recurrió a las citas bibliográficas tales como: Proyectos de inversión, boletines y revistas de cooperativismo, libros e Internet etc.

c. Diseño de la muestra

Para establecer la muestra, se recurrirá a la Oficina de Personal y conocer el número de Empleados y Trabajadores;

Para determinar la muestra, se utilizo el muestreo probabilístico aleatorio simple tomando como población a los servidores de la Ilustre Municipalidad usando para el efecto la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{240}{0.05^2(240-1) + 1}$$

$$n = \frac{240}{1.5975}$$

$$n = 150$$

Donde:

n = muestra

m= universo objetivo

e2 = Error máximo admisible

1 = Constante

5.4. TÉCNICAS

a. Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

b. Observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

c. Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

5.5. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE LA ILUSTRE MUNICIPALIDAD.

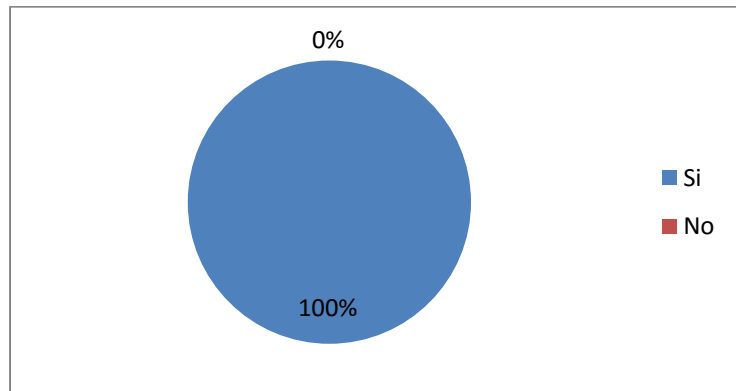
1. Está usted de acuerdo que nuestra cooperativa “10 de Noviembre “ funcione en el antiguo edificio del Banco Internacional?

Cuadro # 1

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	Si	150	100
	No	0	0
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M
Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 1



Interpretación:

Todos los Servidores desean que la cooperativa funcione en el antiguo edificio del Banco Internacional.

2. Como usted considera que sea la administración de la cooperativa?

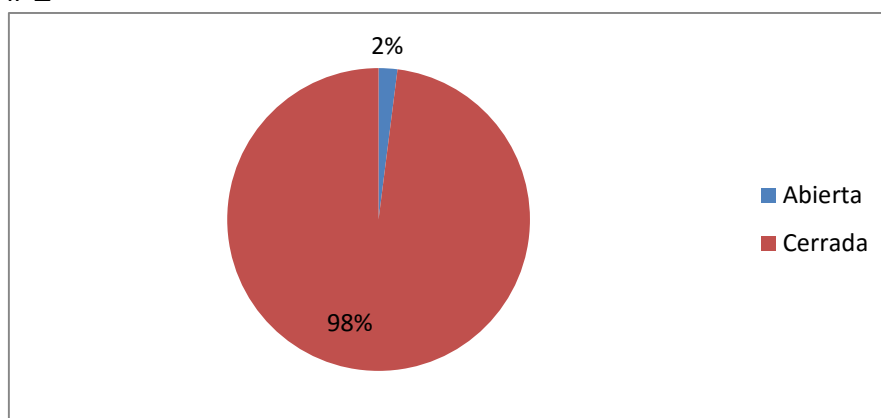
Cuadro # 2

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	Abierta	3	2
	Cerrada	147	98
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M

Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 2



Interpretación:

El 98% de los servidores considera que debe ser administrada en forma cerrada es decir por los mismos socios. Mientras que el 2% considera que sea abierta es decir por particulares.

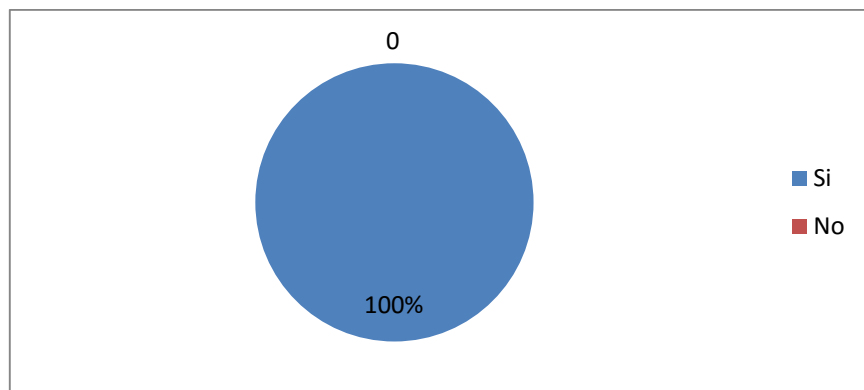
3. Le gustaría ser socio de nuestra cooperativa?

Cuadro # 3

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	Si	150	100
	No	0	0
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M
Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 3



Interpretación:

El 100% de los servidores manifestaron su voluntad de pertenecer a la cooperativa en calidad de socios.

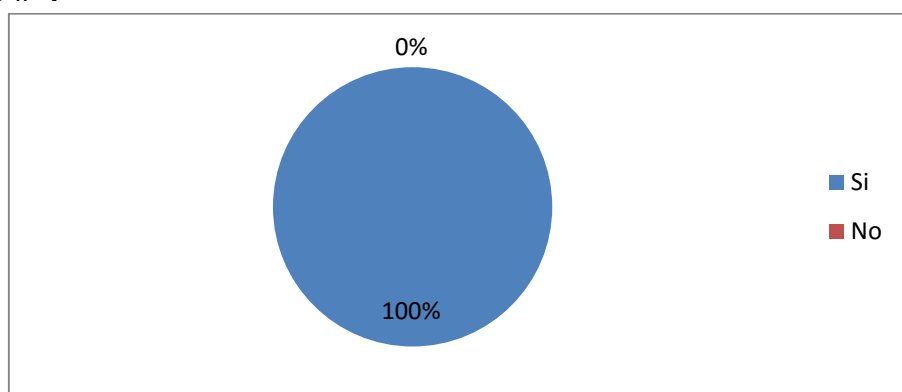
4. Ha realizado algún tipo de crédito en las instituciones financieras de la localidad?

Cuadro # 4

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	Si	150	100
	No	0	0
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M
Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 4



Interpretación:

El 95% manifestaron haber realizado algún tipo de crédito en alguna institución financiera de la localidad. Mientras que el 5% manifestaron no haber realizado ningún crédito.

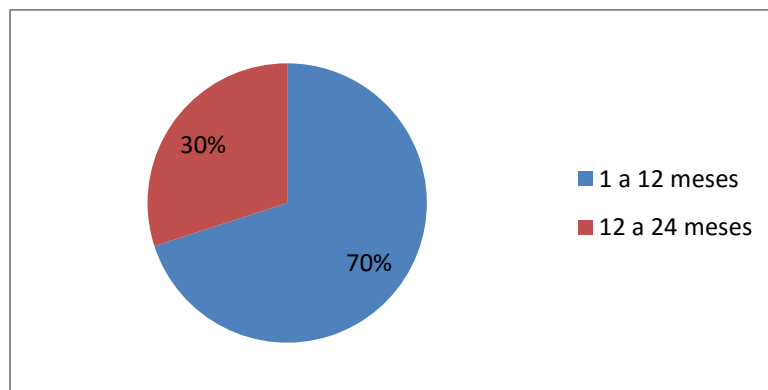
5. En que plazos le gustaría realizar prestamos?

Cuadro # 5

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	1 a 12 meses	105	70
	12 a 24 meses	45	30
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M
Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 5



Interpretación:

El 70% de los encuestados espera realizar créditos a corto plazo es decir de 1 a 12 meses y el 30% entre 12a 24 meses.

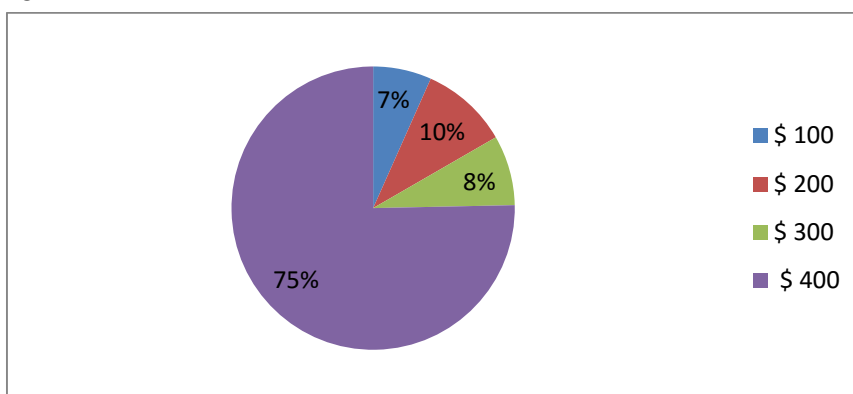
6. Le gustaría adquirir acciones de nuestra cooperativa?

1. Cuadro # 6

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	\$ 100		7
	\$ 200		10
	\$ 300		8
	\$400		75
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M
Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 6



Interpretación:

El 75% desea adquirir acciones en USD 400.00 y el 7% en USD 100.00
Y el 10% en USD 200.00 Y el 8% en USD 300.00 respectivamente.

Cuál es el monto del crédito que usted espera realizar?

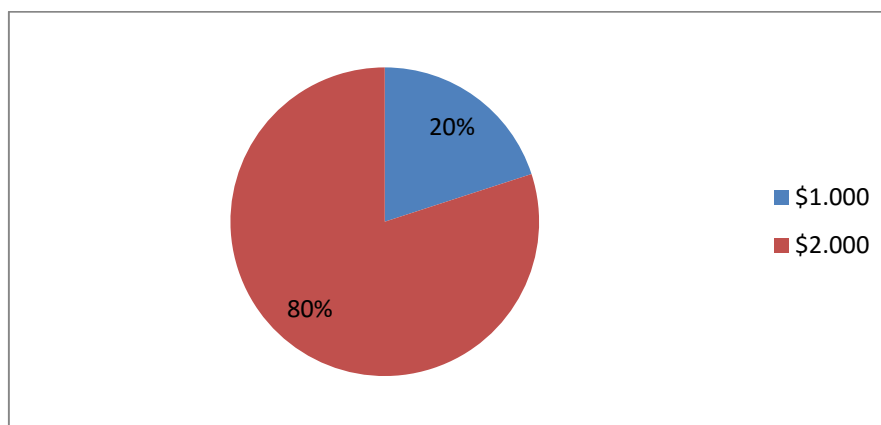
Cuadro # 7

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	\$1.000	30	20
	\$2.000	120	80
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M

Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 7



Interpretación:

El 80% realizaría créditos de hasta USD 2.000.00 y el 20% lo realizaría de hasta USD 1.000

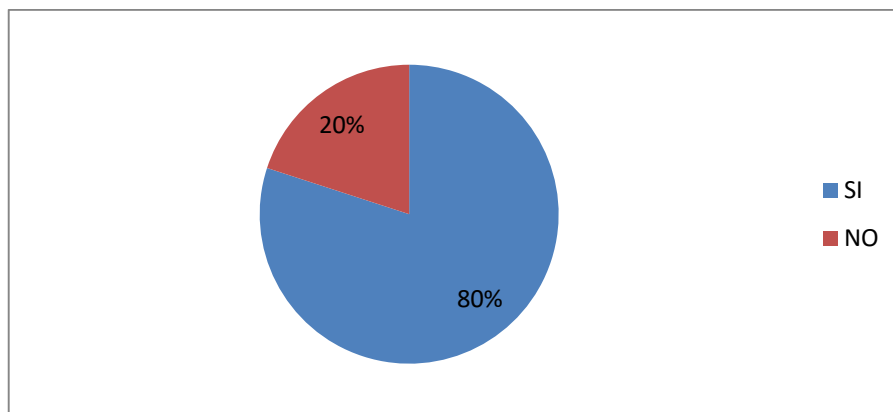
7. Le gustaría que nuestra cooperativa cuente con servicios adicionales?

Cuadro #8

Nº de encuestados	Alternativas	Respuesta	%
150	SI	150	80
	NO	0	20
Total		150	100%

Fuente: Empleados y Trabajadores de la I. M
Responsable: Rafael Véliz Maridueña

Gráfico # 8



Interpretación:

El 80% de los encuestados manifestaron su deseo de tener un servicio adicional como son los seguros de vida, orfandad, cesantía, y mortuoria. Y el 20% se mostro en desacuerdo.

VI.DESARROLLO DEL TRABAJO

6.1. Estudio de Mercado

Se realizo el estudio de Mercado mediante el análisis de la demanda, oferta, precios y distribución del servicio.

a. Definición del servicio

El servicio consiste en brindar préstamos a los servidores; empleados y trabajadores de la Ilustre Municipalidad y a la ciudadanía en general. Y se lo realizara con una tasa de interés del 12% anual. El monto que se prestará será de USD 2,000.00 (Dos mil dólares), y será entregado al beneficiario en 48 horas después de presentada la solicitud con plazos de pago de 12 y 24 meses respectivamente.

b. Análisis de la demanda

Este análisis se lo realizo mediante la encuesta que se aplico a 150 empleados y trabajadores desde Julio a Agosto del 2010 y para realizar su proyección se utilizo la fórmula del monto **$P_n = P_o (1+i)^n$** donde P_n es la incógnita, P_o es un valor constante de 474, la tasa de crecimiento del 5% y n los años de vida útil que tiene el proyecto que es de 10 años.

c. Análisis de la oferta

Para determinar la oferta se recurrió al Departamento Financiero de la Ilustre Municipalidad. Donde se obtuvo la información sobre el numero de préstamos realizados a las entidades financieras de la localidad y para proyectarla se utilizo la fórmula del monto

$P_n = P_o (1+i)^n$ donde P_n es la incógnita, P_o es un valor constante que es representado por el año base, i la tasa de crecimiento del 5% y n los años de vida útil que tiene el proyecto que es de 10 años.

d. Precios

Para establecer el precio o interés de los préstamos se aplico tomando como parámetro la tasa referencial del Banco Central del Ecuador, y a las instituciones financieras de la localidad.

e. Distribución del servicio

El servicio del crédito se lo realizara directamente entre el beneficiario y la institución crediticia.

6.2. ESTUDIO TÉCNICO

a. Tamaño de proyecto

Para establecer el tamaño del proyecto se considerara la demanda insatisfecha, la inversión fija, en este caso, instalaciones, equipos y capital de operación y acceso a los servicios básicos, también se consideró la ubicación de los clientes potenciales.

b. Localización

La Cooperativa de ahorro y crédito funcionara en el antiguo edificio del banco internacional

c. Ingeniería del proyecto

1. Ingeniería civil.

Las cotizaciones en lo referente a las instalaciones y Equipamiento se las obtuvo de los almacenes de la localidad.

2. Ingeniería del Detalle

Se lo establecerá mediante el proceso del servicio, al ofertar a los clientes los servicios de crédito, la tecnología que se utilizara es

un software de contabilidad, y el personal estará preparado para el efecto.

3. Estructura Organizacional

La estructura organizacional se la estableció mediante un organigrama moderno de manera horizontal de acuerdo a las funciones que tendrá cada nivel jerárquico.

6.3. ESTUDIO ECONÓMICO

a. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Para establecer la inversión total se considerara las instalaciones, y equipos que se utilizarán en el local, así como el capital de operación para entrar en funcionamiento.

En el caso del financiamiento este se lo obtendrá de los aportes de los gremios como son los fondos de jubilación Ilustre Municipalidad.

b. COSTOS E INGRESOS

1. Costos

Los costos se los clasificara en costos fijos y variables y se los proyectará de acuerdo a la capacidad operativa de la cooperativa dentro de los costos fijos se considerara la depreciación, mano de obra directa, mano de obra indirecta, gastos administrativos, reparación y mantenimiento, y entre los costos variables: materiales directos, materiales indirectos, Suministros e imprevistos.

2. Ingresos

Los ingresos (intereses y comisiones) se los determinó considerando la capacidad de recuperación de dinero de la cooperativa, además deberá existir por parte de los directivos la

preocupación especial para que las retenciones o recuperaciones de capital mensuales sean entregadas en forma oportuna por parte de la Ilustre Municipalidad.

c. ESTADO DE RESULTADOS

Para establecer el estado de resultados se siguió el siguiente Cuadro 1

Cuadro 1. Estado de resultados.

Descripción	Años		
	1	2	3
(1) ingresos (-) Costos de operación (-) Capital = Utilidad Marginal (-) Gastos Generales = Utilidad bruta (-) 15% participación Trabajadores = utilidad neta antes de Imp. Renta (-) 25% impuesto a la renta (+) Depreciación			
= Utilidad neta			

El autor

d. FLUJO DE CAJA

En este estado también se consideró las entradas y salidas de dinero utilizando para el efecto el siguiente Cuadro 2.

Cuadro 2. Flujo de Caja

Descripción	Años		
	1	2	3
Ingresos			
Intereses y comisiones			
Otras fuentes			
Recuperaciones			
Certificados de aportación			
Valor residual			
Total de ingresos			
Egresos			
Desembolsos nuevos			
Gastos Personal			
Gastos Generales			
Total de egresos			
FLUJO DE CAJA			

El autor

e. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se estableció para conocer el nivel óptimo que la cooperativa de ahorro y crédito necesita para no perder ni ganar, para lo cual se utilizo la siguiente fórmula:

$$PF = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

Donde:

PE = Punto de equilibrio

CF= Costos fijos

CV= Costos variables

Ventas= ventas

I = Constante

6.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se determinó mediante la relación beneficio costo, valor actual neto y tasa interna de retorno.

a. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Para medir la rentabilidad se utilizó la ecuación de relación beneficio costo actualizada, a una tasa de interés del 12% según el siguiente esquema.

$$RBC = \frac{\text{Beneficios actualizados}}{\text{Costos Totales}}$$

$$\text{Factor de Correlacion} = M \frac{1}{1 + i(1 + I)^n}$$

Donde:

M = Capital

1 = Factor de corrección

I = Constante

i = tasa de interés

n = Número de años

b. VALOR ACTUAL NETO

Este se utilizó para determinar la rentabilidad en función del capital, usando la siguiente ecuación:

$$VAN = -1 + \frac{FNE1}{(1 + i)^1} + \frac{FNE2 + VR}{(1 + i)^2}$$

Donde:

VAN= Valor actual neto

FNE1= Flujo neto efectivo 1 año

FNE2= Flujo neto efectivo 2 año

VR= Valor residual

1= Valor constante

I= Tasa de interés

c. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR se elaboró para determinar la rentabilidad en función de la tasa de retorno del mercado usando la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Tasa de descuento Inferior} + \text{Dif. Entre las dos tasas de Descuento (sup-Inf)} \left\{ \frac{\text{VAN del flujo de fondos de la tasa descuento inferior}}{\text{Absoluta entre VAN de los flujos de fondos a la tasa de desc. inf. Y sup.}} \right\}$$

VII. RESULTADOS

7.1. Estudio de mercado

a. Definición del servicio

El servicio consiste en brindar préstamos a los servidores; empleados y trabajadores de la Ilustre Municipalidad. Y se lo realizara con una tasa de interés de 12 anual. El monto que se prestará será de USD 2,000.00 (Dos mil dólares), y será entregado al beneficiario en 48 horas después de presentada la solicitud con plazos de pago de 12 y 24 meses respectivamente.



10 DE NOVIEMBRE

b. Análisis de la demanda

En base al estudio de mercado que se realizó, tanto a Empleados como a Trabajadores se determino que:

- ❖ Todos los Servidores desean que la cooperativa funcione en el antiguo edificio del Banco Internacional.
- ❖ El 98% de los servidores considera que debe ser administrada en forma cerrada es decir por los mismos socios. Mientras que el 2% considera que sea abierta es decir por particulares.

- ❖ El 100% de los servidores manifestaron su voluntad de pertenecer a la cooperativa en calidad de socios.
- ❖ El 95% manifestaron haber realizado algún tipo de crédito en alguna institución financiera de la localidad. Mientras que el 5% manifestaron no haber realizado ningún crédito.
- ❖ El 70% de los encuestados espera realizar créditos a corto plazo es decir de 1 a 12 meses y el 30% entre 12 a 24 meses.
- ❖ El 75% desea adquirir acciones en USD 400.00 y el 7% en USD 100.00 Y el 10% en USD 200.00 Y el 8% en USD 300.00 respectivamente.
- ❖ El 80% realizaría créditos de hasta USD 2.000.00 y el 20% lo realizaría de hasta USD 1.000
- ❖ El 80% de los encuestados manifestaron su deseo de tener un servicio adicional como son los seguros de vida, orfandad, cesantía, y mortuoria. Y el 20% se mostro en desacuerdo.

1. Demanda histórica

En el Cuadro 3 se muestra la demanda histórica de los servidores de la Ilustre Municipalidad en el periodo 2006-2010, en el cual se puede apreciar que existe un incremento del 5% anual.

Cuadro 3. Demanda Histórica servidores de la Ilustre Municipalidad

Servidores	Periodo	Total No. Serv.
Empleados	2006 2007	212
	2007 2008	201
	2008 2009	206
	2009 2010	218
Trabajadores	2006 2007	196
	2007 2008	212
	2008 2009	218
	2009-2010	222

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

2. Demanda Actual.

En el Cuadro 4 se presenta la demanda actual de acuerdo al estudio de mercado realizado en la Ilustre Municipalidad y se determinó que el número de servidores asciende a 474 funcionarios entre empleados y trabajadores.

Cuadro 4. Demanda actual servidores de la Ilustre Municipalidad.

Servicios	Total No. Serv.	%
Empleados	229	49
Trabajadores	245	51
Total	474	100

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

3. Proyección de la demanda

En el Cuadro 5, se presenta la demanda proyectada del número de servidores, la misma que tiene un incremento del 5% anual de los cuales en el periodo 2010 asciende a 498 servidores y en el 2019 a 772 servidores.

Cuadro 5. Proyección de la demanda de los servidores de la I.M. en los próximos 10 años.

Periodo	Demanda Proyectada No. Servidores
2010 2011	498
2011 2012	523
2012 2013	550
2013 2014	577
2014 2015	606
2015 2016	636
2016 2017	667
2017 2018	700
2018 2019	735
2019 2020	772

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

4. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se la obtuvo en el cuadro 6 donde tenemos que en el año 2010 existen 204 servidores que desean obtener créditos.

Cuadro 6 Demanda Insatisfecha de los servidores de la I.M. en los próximos 10 años.

Periodo	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Demanda insatisfecha DI=O-D
2010 2011	294	498	- 204
2011 2012	309	523	- 214
2012 2013	324	550	- 226
2013 2014	340	577	- 237
2014 2015	357	606	- 249
2015 2016	375	636	- 261
2016 2017	393	667	- 274
2017 2018	413	700	- 287
2018 2019	434	735	- 301
2019 2020	456	772	- 316

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

7.2. Análisis de la oferta

a. Oferta histórica

En el Cuadro 7, se muestra la oferta histórica de los servidores que han recibido crédito de las instituciones financieras de la localidad durante el periodo 2006-2010 por lo que podemos apreciar que durante el periodo 2009-2010 hicieron crédito solo 180 servidores

Cuadro 7. Oferta histórica de los Servidores de la I.M.

Periodo	No. Servidores
2006-2007	80
2007-2008	90
2008-2009	155
2009-2010	180

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

b. Oferta actual

En el Cuadro 8. Se describe la oferta que se tienen en la actualidad de los servidores de la I. M. Y que se la encuentra en las entidades financieras de la localidad de los cuales el Banco de Pichincha y la cooperativa “San José” son las entidades que han otorgado Prestamos a los servidores

Cuadro 8. Oferta actual a los servidores de la Ilustre Municipalidad.

Institución Financiera	%	No. Servidores
Banco del Pichincha	71	200
Cooperativa San José	29	80
Total	100	280

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

c. Proyección de la oferta

En el Cuadro 9, se observa la proyección de la oferta en el periodo 2010-2011 se observa que existe 294 servidores los mismos que van creciendo en el orden del 5% anual.

Cuadro 9. Proyección de la oferta de los servidores Ilustre Municipalidad en los próximos 10 años

Periodo	Oferta Proyectada No. Servidores
2010 2011	294
2011 2012	309
2012 2013	324
2013 2014	340
2014 2015	357
2015 2016	375
2016 2017	393
2017 2018	413
2018 2019	434
2019 2020	456

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

d. Comercialización

La Cooperativa realizara diferentes eventos en donde se dará a conocer a la comunidad ventanénse todos los servicios y beneficios que obtendrán los socios que pertenezcas a la Institución

e. Precios

Los montos que se prestaran mensualmente por servidor serán de hasta USD 2,000.00 dólares a una tasa de interés del 12% anual.

f. Distribución del crédito

Este se lo obtendrá de acuerdo a una solicitud de crédito en la que consten los datos personales del solicitante y los garantes, esta solicitud será analizada y aprobada por el consejo de crédito y luego liquidada por la secretaria /contadora, recibiendo el dinero el beneficiario en un plazo máximo de 48 hrs. hábiles.

7.3. Estudio técnico

a. Tamaño

Para determinar el tamaño del proyecto utilice la demanda insatisfecha en donde se describe el numero de servidores a los cuales se va a satisfacer durante los próximos 10 años de duración del proyecto durante el año 1 se darán crédito a 17 socios

Cuadro 10. Tamaño del proyecto en los próximos 10 años.

Periodo	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Demanda insatisfecha DI=O-D	Tamaño Del proyecto
2010-2011	294	498	-204	17
2011-2012	309	523	-214	18
2012-2013	324	550	-226	18
2013-2014	340	577	-237	18
2014-2015	357	606	-249	18
2015-2016	375	636	-261	18
2016-2017	393	667	-274	18
2017-2018	413	700	-287	18
2018-2019	434	735	-301	18
2019-2020	456	772	-316	18

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

b. Localización

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de los servidores de la I.M. funcionara en las calles Velasco Ibarra y Av. Seminario en el antiguo edificio del Banco Internacional perteneciente al Cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos .el mismo que cuanta con los siguientes servicios básicos de agua, luz y telefax.

c. Ingeniería del proyecto

1. Infraestructura física

La Cooperativa contara con un ambiente de trabajo adecuado a sus necesidades y las cuales son:

1) Luminosidad - Será proyectada por medio de lámpara marca rapid light a través de energía eléctrica.

- 2) Temperatura.- Se contara con equipos acondicionadores de aire para mantener el ambiente fresco
- 3) Comunicación y tecnología.- Contaremos con el servicio de comunicación vía telefax a través de la empresa generadora de telecomunicaciones.
- 4) Tecnología.-Poseerá un servicio computarizado para el sistema financiero - contable además del servicio de Internet

2. Ingeniería del proceso

- **Proceso de operación.**- Una vez entregada en la secretaria la solicitud de crédito y anexada de los respectivos documentos personales del solicitante y garantes, se verificaran para posteriormente remitirlos al consejo de crédito para su aprobación o negación y devolverla a gerencia para su liquidación.
- **Atención al Público.**- El horario de atención al público, será de lunes a viernes de 08:30Hrs a 17:30hrs.

3. Características de Equipos y Muebles de oficina

Las mismas serán como se las describe en el Cuadro 11.

Cuadro 11. Características de Equipos y Muebles de oficina

ARTICULO	CANT.
EQUIPOS	
Computador procesador Pentium IV Intel ,533Mh/„Disco duro 500Gb, memoria RAM 2,00Gb, Mainboard Aopen Qf50a, Floppy 3 1/2. CD rom /Crw 52x32x52	1
Impresora matricial Lx-300	1
Ups/regulador de voltaje	1
Software financiero / contable	1
Acondicionador de Aire tipo Split de 24.000 BTU	1
Calculadora de escritorio Casio 1 20n	1
MUEBLES DE OFICINA	
Escritorios	2
Mesa de sesiones (8 personas)	1
Archivador metálico 4 gavetas	1
Sillón ejecutivo	1
Sillón secretaria	1
Mesa para computadora	1
Sillas de espera	8

Fuente: Oficina de Personal de I.M.
El autor

7.4. Organización funcional de la COOPERATIVA 10 DE NOVIEMBRE.

a. Asamblea General

- ❖ Dicta las políticas de la Institución.
- ❖ Aprobación de los respectivos estatutos y reglamentos para su funcionamiento.
- ❖ Nombrar representantes legales de la Institución

b. Consejo de Administración

- ❖ Es responsable de la administración general de la cooperativa
- ❖ Designar Presidente y Secretario y Gerente
- ❖ Contratación de empleados
- ❖ Autorizar al Presidente y Gerente la realización de Contratos
- ❖ Determinar que los requisitos estén completos.

c. Consejo de Vigilancia

- ❖ Controlar el movimiento económico de la cooperativa
- ❖ Comprobar con exactitud de los Estados Financieros e inventarios de la Institución
- ❖ Proponer a la Asamblea General remoción del Gerente y miembros de los Consejos y comisiones.

d. Comisiones Especiales

- ❖ Promover actividades educativas y de capacitación para los socios
- ❖ Otras que le determine la Asamblea general

e. Gerente

- ❖ Representante legal de la Cooperativa
- ❖ Presentar los informes económicos a la asamblea general
- ❖ Velar por el buen manejo de los recursos económicos específicos
- ❖ Realizar las funciones señaladas por la asamblea general.

f. SECRETARIA /CONTADORA

- ❖ Atender al cliente
- ❖ Proporcionar información y solicitudes de crédito.

- ❖ Receptar documentación.
- ❖ Colaborar con la contabilidad de la cooperativa y
- ❖ Liquidará los créditos.

7.5. Estudio Económico

a. Inversiones

En el Cuadro 12, se observa la inversión total que se necesita para iniciar a operar en la Cooperativa de Ahorro y crédito, los activos fijos ascienden a la cantidad de USD 7,145.00 y el capital de operación asciende a USD.418.254.48

Cuadro 12. Inversión total de la Cooperativa de crédito

Rubro	Cantidad	Valor porcentual
Activos fijos	7,145.00	15.83%
Capital de operación anual	418.254.48	84.17%
Total inversión	425.399.48	100%

El autor

1. Activo fijo

De acuerdo al presupuesto realizado, la inversión fija asciende a un total de \$ 7, 145.00 de los cuales 3,695.00 corresponden a los activos fijos tangibles y \$ 3,450.00 corresponden a los activos fijos intangibles. (Cuadro 13).

Cuadro 13. Activos fijos tangibles e intangibles de la cooperativa de crédito

Concepto	Valor		Valor total
	Cantidad	Unitario USD	USD
Activos fijos tangibles			
(Muebles y equipos de oficina)			
Escritorios	2	120.00	240.00
Mesa de sesiones	1	300.00	300.00
Sillones	2	90.00	180.00
Archivadores	2	120.00	240.00
Mesa para computadora	1	70.00	70.00
Sillas	8	75.00	600.00
Calculadora eléctrica	1	160.00	160.00
Teléfono digital	1	45.00	45.00
Acondicionador de aire	1	650.00	650.00
Equipo de computación	1	900.00	900.00
Impresora matricial	1	240.00	240.00
Ups	1	70.00	70.00
Subtotal			3,695.00
Activo fijo intangible			
Permiso de funcionamiento			50.00
Autorización (trámite legal)			100.00
Asesor del proyecto	3	450.00	1,800.00
Software financiero / contable	1	1,500.00	1,500.00
Subtotal			3,450.00
Total activos			7 ,145. 00

El autor

Capital de operación

El monto total del capital de operación que necesita el proyecto para desarrollar las actividades durante el primer mes asciende a USD 34.854.54 (Cuadro 14).

Cuadro 14. Capital de operación mensual del proyecto

Rubro		Costos USD	%
Gastos generales			
Gastos de administración	Gerente \$500.00 mes Aux.Conl.\$240.00 mes	740.00	2.13
Reparación y mantenimiento		3.08	0.01
Gastos de publicidad		3.33	0.01
Capacitación del personal		8.33	0.02
Suministros			
Energía eléctrica		5.00	0.01
Agua		1.67	0.01
Teléfono		10.00	0.03
Arrendamiento		80.00	0.03
Papelería		2.05	0.01
Material de limpieza		1.08	0.01
Capital circulante durante, primer mes (17 clientes por S 2.000.00)		34. 000.00	97.73
Total capital de operación		34.854.54	100

El autor

b. Financiamiento

El financiamiento para empezar las actividades durante el primer año será con aportaciones de La Ilustre Municipalidad que aportará con 50,000.00 USD, Fondo de Jubilación Empleados USD 150.000.00 y Fondo de Jubilación de Trabajadores que invertirán USD 150,000.00 más la venta de acciones que será de USD 75,000.00, 00. (Cuadro 15)

Cuadro 15. Financiamiento de la Cooperativa de crédito

Rubro	Valor USD mensual	Valor USD anual	%
Aportaciones I.M.	4,166.67	50.000,00	11.77
Fondo Jubilación empleados	12,500.00	150.000,00	35.29
Fondo Jubilación trabajo	12,500.00	150.000,00	35.29
Venta de acciones a los Socios (150 socios x 500.00)	6,250.00	75,000.00	17.65
Total de Financiamiento	35,416.67	425.000.00	100,00

El autor

Las ventas de acciones se las realizara en el momento de ingresar, los socios de la cooperativa mediante los certificados de Aportación donde cada acción tendrá el valor de un dólar.

c. Costos e Ingresos

1. Ingresos

En el Cuadro 16, se detallan los ingresos que generará el proyecto y que se inician a partir del año uno en el cual la capacidad de producción del proyecto es de 17 socios por mes. El monto del préstamo es de USD 2.000.00 con una Tasa de interés del 8 % anual mas el 4% de comisión, obteniendo unos ingresos totales para el primer año de USD 609,647.70.

2. Presupuesto de costos de producción

En el Cuadro 17 se presenta la estructura del costo total de producción de la cooperativa de Ahorro y crédito, la misma que asciende a un monto total de USD 10.594.97 en el año uno, estabilizándose hasta el décimo año, es decir hasta el final durante toda la vida útil del proyecto.

d. Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 18, se muestran las entradas y salidas de dinero en efectivo en la cooperativa de ahorro y crédito Durante el primer año, tenemos una utilidad neta de USD 290,813.13 y a partir del segundo periodo la utilidad asciende a USD 321,396.30, esto nos demuestra liquidez desde el primer año del proyecto.

7.6. Estudio Financiero

a. Relación beneficio costo

La relación beneficio costo se la determinó dividiendo el valor actualizado de los beneficios para el valor actualizado de los egresos. Siendo de 0.46 -0.90-1.08, durante los tres primeros años en su orden lo que demuestra que por cada dólar invertidos se recuperaran cuarenta y seis centavos, noventa centavos y uno con cero ocho centavos respectivamente. Esto demuestra que el proyecto es rentable Lo cual concuerda con lo reportado por la Nacional financiera (1997), MCA (1987), Miriam (1999), que cuando la relación Beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto. (Cuadro 19).

b. Flujo de caja

Los flujos de ingresos, egresos operacionales y no operacionales se presentan en el Cuadro 20, el flujo neto generado por el primer año es de

USD192.163.73 incrementándose anualmente, lo que demuestra liquidez desde el primer año de operación del proyecto

c. Punto de equilibrio

En el Cuadro 21, se presenta el punto de equilibrio de la cooperativa de ahorro y crédito, este asciende a la cantidad de 10.309.00 dólares lo cual permite que la cooperativa ni gane ni pierda, es decir que es un punto de partida. Esto significa que con cinco clientes se estaría cubriendo el nivel óptimo de la cooperativa, lo cual es oportuno ya que se tiene establecido empezar con 17 clientes y luego ir incrementando de acuerdo al mercado, esto es 18 clientes (Anexo 2)

Cuadro 21. Punto de equilibrio de la cooperativa de ahorro y crédito

Rubro	Cantidad
	USD
Costo fijo	10.594.97
Costo variable mensual	34.000.00
Ingresos	609,647.70
Punto de equilibrio monetario	10.309.00
Punto de Equilibrio físico	5

7.7. Análisis de sensibilidad

Por otra parte también podemos observar que el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto asciende a USD 1'246,750.44 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) fue de 73% que resulto ser superior a la tasa de mercado (12%) lo cual determina que el proyecto es factible y viable, estos resultados afirman con lo escrito por Gallos (2001); Urrutia (2003); Sapag y Sapag (1999), quienes manifiestan que la TIR es una tasa que supone que todos los flujos de caja son reinvertidos a la tasa de retorno que satisface la ecuación de equilibrio. Es decir proporciona una cifra de porcentaje que indica la ganancia relativa lograda con diferentes empleos de capitales. De igual manera para el VAN observamos que el rendimiento es superior o positivo lo cual hace que este proyecto sea atractivo desde el punto de vista económico. Estos dos índices demuestran la viabilidad y factibilidad del proyecto ya que tanto el VAN como la TIR son superiores a la tasa de descuento utilizada.

VIII. CONCLUSIONES

- ❖ El proyecto tendrá una capacidad para cubrir durante el primer periodo cuentas mensuales.
- ❖ Este proyecto cubrirá el 50% de la demanda insatisfecha.
- ❖ Estará ubicada en los Antiguos edificio del Banco Internacional y contará con toda la infraestructura, equipamiento y suministros necesarios para operar.
- ❖ Tendrá una estructura organizacional moderna de manera horizontal.
- ❖ Legalmente estará regida por el estatuto creado para el efecto
- ❖ El financiamiento se lo obtendrá de las aportaciones de los gremios como son los fondos de jubilación tanto Empleados y trabajadores de la I.M. y la venta de acciones
- ❖ Se requiere de una inversión total durante el primer mes de USD 41,935 32, el 83% corresponde al capital de operación y la diferencia a la inversión fija.
- ❖ Los costos de producción ascienden a USD 10.594.97 en el primer año de operación.
- ❖ La utilidad neta para el primer periodo fue de USD 290,813.83
- ❖ La relación beneficio costo fue mayor que uno, lo cual demuestra la viabilidad del proyecto ya que asciende a 1.08 dólares
- ❖ El VAN asciende a 1'246.750.44 y la TIR a 73% esto permite asegurar que el proyecto es viable.
- ❖ El Punto de Equilibrio físico es de 5 socios mensuales donde también se afirma que este proyecto es realizable desde el punto de vista económico y de mercado.
- ❖ La cooperativa de ahorro y crédito permite la recuperación rápida del capital invertido así como mantener un excedente que servirá de colchón para repartir las utilidades a finales de cada periodo.

IX.RECOMENDACIONES

- ❖ Las expectativas del mercado son amplias y la evaluación económica financiera indica un VAN, TIR, Y RBC excelente que superan la tasa de mercado, por lo que el proyecto es factible, viable y rentable, por lo que se recomienda su ejecución

- ❖ Ante la situación economía nacional, se hace imperante buscar nuevas formas de autogestión, para que sus servidores puedan mejorar su estilo de vida encontrando una salida a sus más apremiantes necesidades como son vestido, salud, y en muchos casos hasta vivienda, el sistema cooperativo analizado en esta investigación trata todo estos temas.

X. BIBLIOGRAFÍA

ALEEN C. MORIARTY 1999 Contabilidad de Costo. Alberto Mendoza México. C. p 113

ARBOLEDA G, 2001 Proyectos. Formulación, Evaluación y Control. Ac Editores p 339.

BACA G. 2007. Evaluación de Proyectos, 3 edición. Colombia Me Graw-III p, 8-9 136 p.

BOLSA DE VALORES DE GUAYAQUIL, 2009.Diccionario de Economía y Finanzas, Guayaquil, Ecuador, Poligráfica p. 13

CABEZAS, R Diccionario Contable p. 107

CARRASCO M. INMACULADA. 2008. Cooperativas de Crédito, desarrollo y creación de empico en CIRIEC-España, Revista de Economía Publica, social y Cooperativa, Secciones de crédito cooperativo n.32.agosto.

MC WILLIAMS. D, 1982 Diccionario de Economía. Antonio Menduña Barcelona España p. 16-128

CONSORCIO DE AGENCIAS DE SERVICIOS POPULARES COASER, 2006. Mercados Financieros Rurales, memoria del seminario taller, COASER, Quito.

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL 2007, Importancia del crédito micro empresarial; en el Ecuador, Quito, p 23.

DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, 2007 Guía para formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Guayaquil. Universidad de Guayaquil p. 101

PÉREZ SOLÓRZANO JOSÉ LUIS Diario la hora Quilo Ecuador, 2001. Ley de Cooperativas.

PEREZ SOLORZANO JOSÉ LUIS, Diario la hora, Quilo - Ecuador, 2001. Reglamento de La Ley de Cooperativos

CULTURAL s.a. España, 1999-Dirccción de Marketing y ventas

JAMES A. RALPH, S 1990, Fundamento y técnicas de Contabilidad de costos. México. Me Graw-Hill p 28

MELNIC K, 2001. Manual de Proyectos de desarrollo Económico. México Naciones Unidas p 127

SAPAG, N, SAPAG, R, 1999 Preparación y Evaluación de Proyectos, 3 ed. Colombia Me Graw-Hill

INTERNET. Los conceptos utilizados en esta investigación fueron consultados en las siguientes direcciones: www.google.com www.monografias.com www.wikipedia.com www.eumed.net

XI. ANEXOS

ANEXO 1. Organización Estructural horizontal.- El funcionamiento de la cooperativa será como se lo describe en la figura 1.

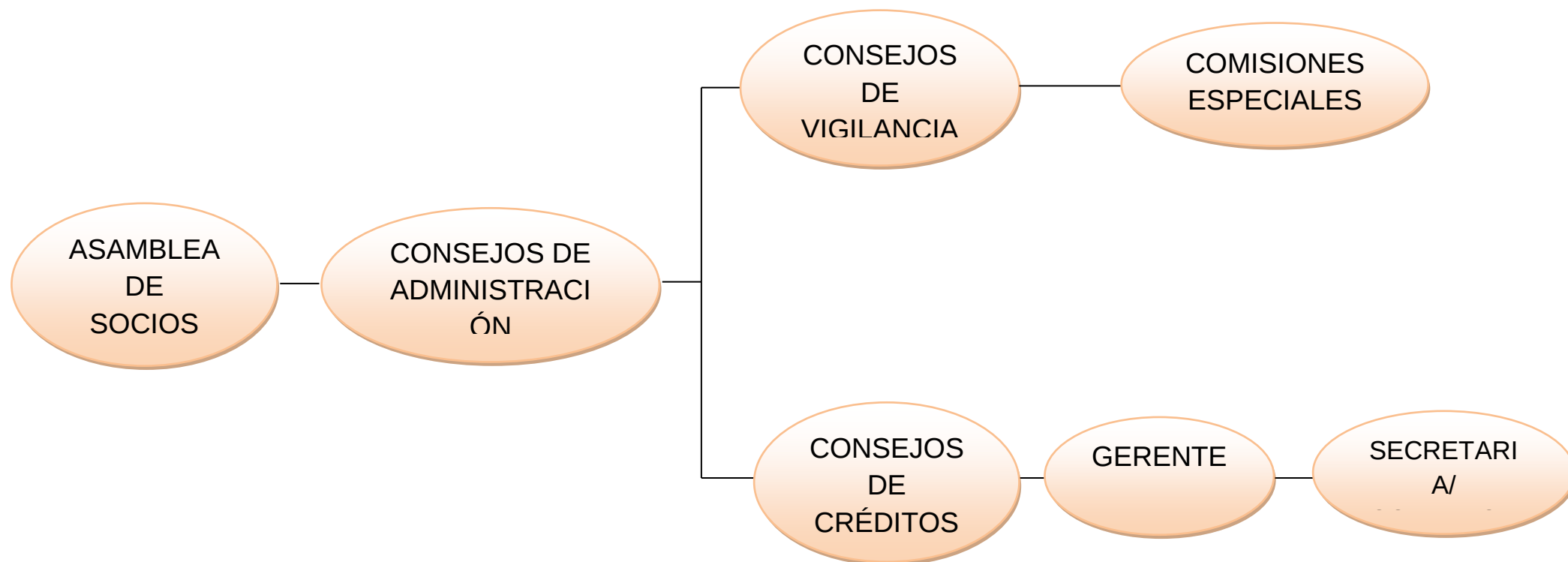


FIGURA 1 Organización de la cooperativa de ahorro y crédito “10 DE NOVIEMBRE”

ANEXO 2. PUNTO DE EQUILIBRIO

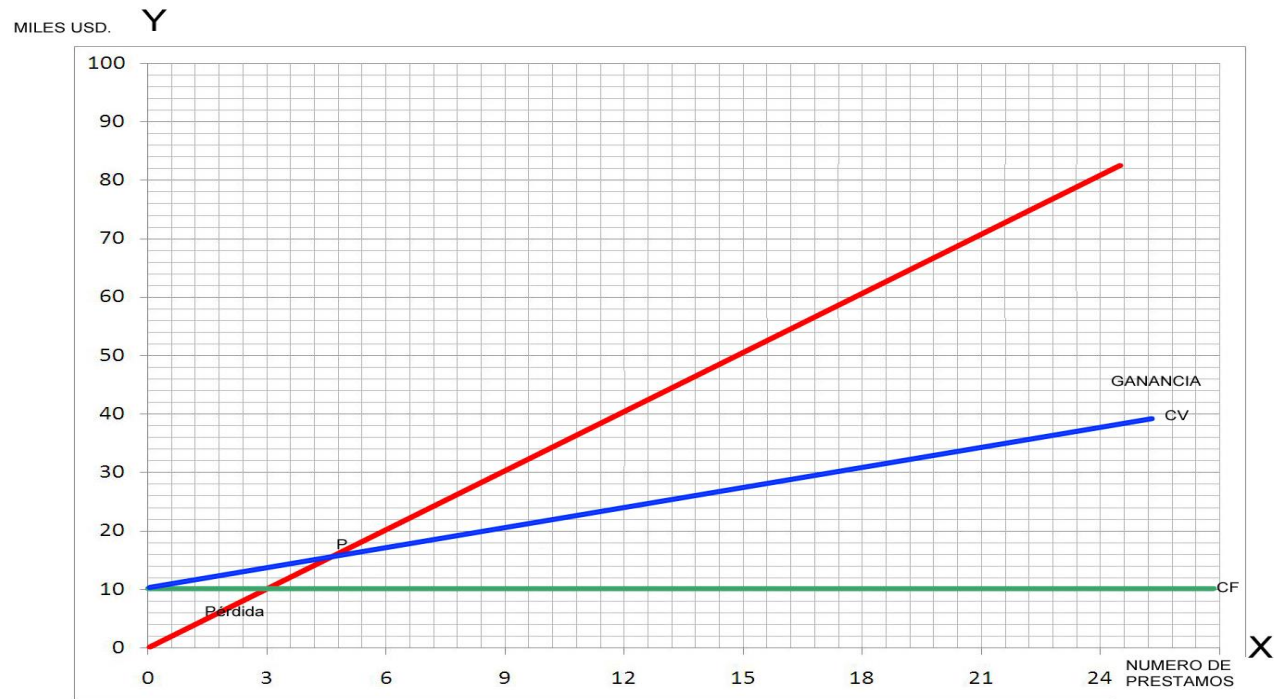


FIGURA 2. Punto de equilibrio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “10 de Noviembre”



ANEXO 3. ENCUESTA A EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE LA ILUSTRE MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN VENTANAS

Con la siguiente encuesta se pretende analizar la demanda crediticia a los empleados y trabajadores de la Ilustre municipalidad del cantón ventanas realizado por el estudiante de la Universidad Técnica Estatal De Quevedo de la carrera de Economía, le agradezco por su veraz participación

Nombre.....
Teléfono.....Dirección.....

1. ¿Está usted de acuerdo que nuestra cooperativa “10 de Noviembre” funcione en el antiguo edificio del Banco Internacional?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Como usted considera que sea la administración de la cooperativa?

Abierta ☐ Cerrada ☐

opinión.....
.....

3. ¿Le gustaría ser socio de nuestra cooperativa?

SI ☐ NO ☐

4. ¿Ha realizado algún tipo de crédito en las instituciones financieras de la localidad

SI ☐ NO ☐ Especifique en cual

5. ¿En que plazos le gustaría realizar prestamos?

1 a 12 meses ☐ 12 a 24 meses ☐

6. ¿Le gustaría adquirir acciones de nuestra cooperativa?

Con los siguientes valores:

\$100 ☐ \$ 200 ☐ \$300 ☐ \$400 ☐

7. ¿Cuál es el monto del crédito que usted espera realizar?

\$ 1.000 ☐ \$ 2.000 ☐

8. ¿Le gustaría que nuestra cooperativa cuente con servicios adicionales?

SI ☐ NO ☐

Especifique como cuales... ..

.....
.....

ANEXO 4.

CUADRO 16. CRONOGRAMA DE INGRESOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "10 DE NOVIEMBRE"

RUBRO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Intereses y comisiones	37.633,70	60.406,20	68.852,50	71.835,10	72.378,00	73.248,50	73.394,00	73.394,00	73.394,00	73.394,00
Otras fuentes	408.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00
Recuperaciones	143.614,00	323.385,00	393.768,40	418.574,80	427.317,00	430.317,00	431.528,00	431.528,00	431.528,00	431.528,00
Certificados de aportación	20.400,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
TOTAL INGRESOS	609.647,70	837.391,20	916.220,90	944.009,90	953.295,00	957.165,50	958.522,00	958.522,00	958.522,00	958.522,00

ANEXO 5.

CUADRO 17. ESTRUCTURA DEL COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN ANUAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "10 DE NOVIEMBRE"

[illegible]

ANEXO 6.

CUADRO 18. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "10 DE NOVIEMBRE"

RUBRO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(+) Ingresos	609.647,70	837.391,20	916.220,90	944.009,90	953.295,00	957.165,50	958.522,00	958.522,00	958.522,00	958.522,00
(-) Costos de operación	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97
(-) Capital	143.614,00	323.385,00	393.768,40	418.574,80	427.317,00	430.317,00	431.528,00	431.528,00	431.528,00	431.528,00
(=) Utilidad marginal	465.437,73	513.410,23	521.856,53	524.839,13	525.382,03	526.252,53	526.398,03	526.398,03	526.398,03	526.398,03
(-) 15% participación de trabajadores	68.426,73									
= Utilidad renta	1.287.722,13	1.674.782,40	1.832.441,80	1.888.019,80	1.906.590,00	1.914.331,00	1.917.044,00	1.917.044,00	1.917.044,00	1.917.044,00
EGRESOS										
Desembolsos nuevos	408.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00
Gastos personales	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00
Gastos generales	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97
TOTAL EGRESOS	417.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97
FLUJO DE CAJA	870.238,16	1.233.298,43	1.390.957,83	1.446.535,83	1.465.106,03	1.472.847,03	1.475.560,03	1.475.560,03	1.475.560,03	1.475.560,03

TIR = 73%
VAN = 1'246.750,44

ANEXO 7.
**CUADRO 19. RELACIÓN BENEFICIO COSTO ACTUALIZADO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "10 DE
NOVIEMBRE"**

RUBRO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
BENEFICIOS ACTUALIZADOS	171.574,76	315.614,32	337.908,37	319.364,31	290.699,04	261.260,31	233.881,75	202.477,90	180.783,84	166.472,41
COSTOS ACTUALIZADOS	372.753,54	351.948,32	314.239,57	280.571,04	250.509,86	223.669,52	199.704,93	178.307,97	159.203,55	142.146,02
RELACION BENEFICIO COSTO	0,46	0,90	1,08	1,14	1,16	1,17	1,17	1,14	1,14	1,17

ANEXO 8.

CUADRO 20. FLUJO DE CAJA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "10 DE NOVIEMBRE"

RUBRO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Intereses y comisiones	37.633,70	60.406,20	68.852,50	71.835,10	72.378,00	73.248,50	73.394,00	73.394,00	73.394,00	73.394,00
Otras fuentes	408.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00
Recuperaciones	143.614,00	323.385,00	393.768,40	418.574,80	427.317,00	430.317,00	431.528,00	431.528,00	431.528,00	431.528,00
Certificados de aportación	20.400,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
Valor residual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS	609.647,70	837.391,20	916.220,90	944.009,90	953.295,00	957.165,50	958.522,00	958.522,00	958.522,00	958.522,00
EGRESOS										
Desembolsos nuevos	408.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00	432.000,00
Gastos personales	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00	8.888,00
Gastos generales	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97	595,97
TOTAL EGRESOS	417.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97	441.483,97
FLUJO DE CAJA	192.163,73	395.907,23	474.736,93	502.525,93	511.811,03	515.681,53	517.038,03	517.038,03	517.038,03	517.038,03