



CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE
UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE
LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración Bancaria y
Financiera

AUTOR: Ximena Pilar Churo Alvarez

TUTOR: Ingeniero Cristian Toro

QUITO, Abril 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Ximena Pilar Churo Alvarez

C.C 172387578-5

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Ximena Pilar Churo Alvarez alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera , libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

C.C 172387578-5

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

DECLARATORIA

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD

INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Churo Alvarez Ximena Pilar** por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN EL CANTÓN DE CAJABAMBA PROVINCIA CHIMBORAZO"** el cual incluye la creación de una empresa dedicada la recuperación de cartera vencida de casas comercial , para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la empresa que brinda el servicio, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la factibilidad de la empresa que brinda el servicio de recuperación de cartera vencida de casas comerciales escrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, El Cesionario podrá acceder al proyectó de factibilidad de la empresa dedicada a la recuperación de cartera vencida por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La creación del proyectó de factibilidad de la empresa dedicada a la recuperación de cartera vencida se la dará por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del proyecto de factibilidad; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto ; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la factibilidad de la empresa que se dedica a la recuperación de cartera vencida de casas comerciales es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la factibilidad de la empresa que se dedica a la recuperación de cartera vencida de casas comerciales favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 27 días del mes de Marzo del dos quince.

f) _____

f) _____

C.C. N°1723875785

Ximena Pilar Churo Alvarez

Instituto Superior Tecnológico

Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

AGRADECIMIENTO

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, a las autoridades del Instituto Tecnológico Superior Cordillera de la Facultad de Administración Bancaria y Financiera por brindarme los conocimientos necesarios para poder desenvolverme en el ámbito profesional.

A todas las personas que de una manera directa o indirecta me proporcionaron información que posibilitó el desarrollo de este proyecto.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

DEDICATORIA

Al culminar una etapa más de mi vida; dedico a mi madre todo el esfuerzo y sacrificio reflejado en este proyecto; ya que sin su constante apoyo no hubiese alcanzado mi anhelado título profesional.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo ha sido elaborado para determinar la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la recuperación de cartera vencida de casas comerciales de la Provincia Chimborazo Cantón Cajabamba. El Cantón de Cajabamba se encuentra en un centro de desarrollo estratégico, de acuerdo al crecimiento comercial, turístico y cambios tecnológicos que se dan en la actualidad. La investigación se consiguió a través de un diagnóstico de la situación actual de los negocios comerciales que se extienden en el cantón.

Los resultados de esta investigación se resume de la siguiente manera: el diagnóstico aplicado al entorno del proyecto determinó que existen situaciones favorables más que aspectos desfavorables determinándose que las oportunidades son bastante significativas y los riesgos pueden ser mínimos, el estudio del mercado confirma la aceptación de los servicios que se pretende ofertar por lo tanto la factibilidad tiene buena probabilidad de éxito. En el estudio financiero y analizando ingresos, costos, y gastos se estructuró los estados financieros y se demostró la factibilidad para la puesta en marcha de la microempresa dedicada a la recuperación de cartera vencida de casa comerciales en el Cantón de Cajabamba Provincia Chimborazo.

Abstract

The present study was designed to determine the feasibility of creating a small business dedicated to the recovery of NPLs of commercial houses Canton Chimborazo province Cajabamba. The canton of Cajabamba is a center of strategic development and according to the trade, tourism growth and technological changes occurring today. The research was accomplished through a diagnosis of the current situation of commercial businesses which extends in the canton.

The results of this research are summarized as follows: the diagnosis applied to the project environment determined that there are situations more favorable than unfavorable aspects determined that opportunities are quite significant and risks may be minimal, market research confirms the acceptance of the services that are to offer the feasibility therefore have good probability of success. In the financial and analyzing revenues, costs, and expenses study was structured financial statements and feasibility was demonstrated for the implementation of micro dedicated to the recovery of NPLs of commercial house in the canton of Chimborazo province Cajabamba.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA	I
CESIÓN DE DERECHOS	II
DECLARATORIA	III
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
RESUMEN EJECUTIVO	IX
ABSTRACT	X
ÍNDICE DE CONTENIDO	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIX
CAPITULO I	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.01Justificación	2
1.02Antecedentes	3
CAPITULO II	7
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	7
2.01 ANALISIS EXTERNO.....	7
2.01.01FACTOR ECONÓMICO.....	7

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

2.01.01.01 INFLACIÓN	7
2.01.01.02 TASA DE INTERES ACTIVA Y PASIVA	8
2.01.01.03 PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)	10
2.01.01.04 RIESGO PAÍS	12
2.01.02 ASPECTO SOCIO-CULTURAL	13
2.01.02.01 La sociedad	13
2.01.02.02 La cultura	13
2.01.02.03 Desempleo	14
2.01.02.04 La pobreza	15
2.01.01.05 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	16
2.01.02.06 Migración	16
2.01.03 ASPECTO POLITICO-LEGAL	17
2.01.03.01 Código civil	17
2.01.03.02 CODIGO DE COMERCIO	18
2.01.03.03 LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR	19
2.01.03.04 DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES .	20
2.01.04 ASPECTOS TECNOLÓGICOS	22
2.02 ANALISIS DEL ENTORNO LOCAL	22
2.02.01 Clientes	22
2.02.02 Proveedores	23
2.02.03 Competencia Directa	24
2.02.04 Competencia indirecta	24

2.03 ANÁLISIS INTERNO.....	26
2.03.01 Filosofía empresarial.....	26
2.03.01.01 Misión.....	26
2.03.01.02 Visión	26
2.03.01.03 OBJETIVOS.....	27
2.03.01.04 PRINCIPIOS Y VALORES EMPRESARIALES	28
2.03.05 GESTION OPERATIVA	35
2.03.06 GESTIÓN COMERCIAL	39
2.04 Análisis FODA:	46
CAPITULO III.....	48
3 ESTUDIO DE MERCADO	48
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	48
3.01.01 Objetivos del estudio del mercado	49
3.01.02 Segmentación del mercado	49
3.01.03 Segmentación Geográfica	49
3.01.04 Segmentación Demográfica	50
3.01.05 Segmentación psicológica.....	50
3.01.06 Población y muestra	51
3.01.07.01 Característica de la Población	51
3.01.07.02 Delimitación de la Población	52
3.01.07 Tipo de Muestra	53

3.01.08 Técnicas de investigación	53
3.01.09 Resultado del estudio de Mercado	57
3.01.09.01 Segmentación del mercado.....	57
3.01.10 Resultado de la Encuesta.....	58
3.02 Oferta	69
3.02.01 Oferta actual	69
3.02.01.01 Factores para determinar la Oferta	69
3.03 Demanda	69
3.03.01 Demanda Actual.....	69
3.03.02 Demanda proyectada.....	70
3.04 Análisis de la oferta	71
3.04.01 Oferta Actual.....	71
3.04.02 Oferta proyectada.....	71
3.04 Balance de la oferta y la demanda	72
3.04.01 Balance Actual	72
3.04.02 Balance Proyectado.....	72
CAPITULO IV	73
4. ESTUDIO TÉCNICO	73
4.01.01 Capacidad Instalada	74
4.01.02 Capacidad Óptima.....	75
4.02.03 Macro – localización.....	78

4.02.04 Micro-localización	79
4.02.05 Localización Óptima	80
4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO	80
4.03.01 Definición del servicio	80
4.03.02 Distribución de la planta	81
4.03.03 Proceso de servicio.....	87
4.03.04 DESCRIPCION DEL CUADRO DE ACTIVOS	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflacion 2013-2014 Ecuador.....	8
Tabla 2 Tasa Pasiva y Activa	9
Tabla 3 Producto Interno Bruto (PIB).....	12
Tabla 4 Riesgo Pais	14
Tabla 5 Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).....	16
Tabla 6 Población Económicamente Activa (PEA)	26
Tabla 7 Ventaja Competitiva	33
Tabla 8 Manual de Funciones 1	33
Tabla 9 Manual de Funciones 2	34
Tabla 10 Manual de Funciones 3	34
Tabla 11 Manual de Funciones 4	35
Tabla 12 Manual de Funciones 5	41
Tabla 13 Analisis Interno (FODA)	46
Tabla 14 Analisis Macro entorno (FODA)	47
Tabla 15 Analisis Micro Entorno (FODA)	47
Tabla 16 Segmentación Geográfica	50
Tabla 17 Segmentación Demográfica	50
Tabla 18 Segmentación Psicológica	50
Tabla 19 Actividad Comercial	52
Tabla 20 Segmentación del Mercado	57
Tabla 21 Pregunta #1	58

Tabla 22 Pregunta #2	60
Tabla 23 Pregunta #3	61
Tabla 24 Pregunta #4	62
Tabla 25 Pregunta #5	63
Tabla 26 Pregunta #6	64
Tabla 27 Pregunta #7	65
Tabla 28 Pregunta #8	66
Tabla 29 Pregunta #9	67
Tabla 30 Pregunta #10	68
Tabla 31 Demanda Actual.....	69
Tabla 32 Demanda Proyectada	70
Tabla 33 Oferta Actual.....	71
Tabla 34 Oferta Proyectada.....	71
Tabla 35 Balance Actual	72
Tabla 36 Balance Proyectado.....	72
Tabla 37 Tamaño de Proyecto	74
Tabla 38 Cuadro de Activos Fijos.....	90
Tabla 39 Ingresos	92
Tabla 40 Ingresos Proyectados	92
Tabla 41 Mano de Obra Directa.....	93
Tabla 42 Servicios Basicos Operativos	94
Tabla 43 Gastos Sueldo Administrativo	94

Tabla 44 Otros Gastos Administrativos	94
Tabla 45 Material de Aseo	95
Tabla 46 Gasto Arriendo.....	95
Tabla 47 Suministro de Oficina	95
Tabla 48 Gasto de Publicidad	96
Tabla 49 Proyección de Costos Operativos	96
Tabla 50 Proyección de Gastos Administrativos	97
Tabla 51 Proyección de Gastos de Ventas	97
Tabla 52 Proyección de Costos Anuales.....	98
Tabla 53 Inversiones	100
Tabla 54 Tabla de Amortización.....	101
Tabla 55 Amortización del Diferido	102
Tabla 56 Depreciaciones	102
Tabla 57 Estado de Situación Inicial.....	103
Tabla 58 Estado de Resultados Proyectados.....	104
Tabla 59 Flujo de Caja Proyectada	105
Tabla 60 Tasa de Descuento (TMAR)	106
Tabla 61 Valor Actual Neto (VAN).....	107
Tabla 62 Tasa Interna de Rendimiento.....	107
Tabla 63 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	108
Tabla 64 Relación Costo / Beneficio (RC/B).....	109
Tabla 65 Punto de Equilibrio	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto (PIB)	11
Figura 2 Gestión Administrativa	31
Figura 3 Organigrama Estructural.....	32
Figura 4 Organigrama Funcional	32
Figura 5 Flujograma de procesos	38
Figura 6 Logotipo.....	39
Figura 7 Marketing Mix	40
Figura 8 Tarjeta de presentación	42
Figura 9 Tarjeta de presentación	42
Figura 10 Segmentación del mercado	57
Figura 11 Pregunta #1	59
Figura 12 Pregunta #2	60
Figura 13 Pregunta #3	61
Figura 14 Pregunta #4	62
Figura 15 Pregunta # 5	63
Figura 16 Pregunta #6	64
Figura 17 Pregunta # 7	65
Figura 18 Pregunta #8	66
Figura 19 Pregunta #9	67
Figura 20 Pregunta #10	68

Figura 21 Macro localización.....	78
Figura 22 Micro localización	79
Figura 23 Razones de Cercanía.....	81
Figura 24 Código de Cercanía.....	81
Figura 25 Matriz Triangular.....	82
Figura 26 Distribución de la Planta.....	82
Figura 27 Distribución de la planta.....	83
Figura 28 Distribución de la planta.....	83
Figura 29 Distribución de la planta.....	84
Figura 30 Distribución de la planta.....	85
Figura 31 Distribución de la planta.....	85
Figura 32 Distribución de la planta.....	86
Figura 33 Distribución de la planta.....	87
Figura 34 Proceso de Cobranzas	88

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

El aumento del crédito y el índice de la cartera vencida provocada por la morosidad están relacionados por factores económicos y también influenciados por las políticas crediticias adoptadas por las casas comerciales a través de los otorgamientos inadecuados de los créditos constantes.

Es decir las casas comerciales tienden a subestimar el riesgo cuando la economía está en recesión realizando más ventas para luego provocar crecimiento excesivo en la cartera vencida cuando genera periodo de crisis, o la falta de liquidez de los clientes para cubrir sus deudas.

La presente investigación tiene el fin de conocer el nivel de análisis crediticio utilizado por las casas comerciales, orientadas a tres secciones de venta-compra que realizan en el Cantón de Cajabamba.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Hoy en día el problema que muchas empresas padecen es que no pueden cobrar sus ventas a crédito por el mal comportamiento de los clientes a la hora de pagar, clientes que pagan mal o que en el peor de los casos no pagan nunca, todo esto por la falta de una cultura de gestión de crédito.

Esta investigación ayudará a la recuperación de los pagos pendientes en dicho sector para que de esta manera puedan tener una mayor rentabilidad.

1.01 Justificación

En la actualidad las casas comerciales presentan problemas en la gestión de cobros con respecto a la cartera vencida o cuentas incobrables, este problema se manifiesta principalmente cuando las empresas que ofrecen créditos inadecuados, al no tener políticas que permitan el buen control de los saldos y de los índices de cartera vencida afectando a la rentabilidad de dichas microempresas, por la disminución y pérdida de su flujo de efectivo a causa de la morosidad de los clientes y falta de cultura de pago.

Es por ello, que el desarrollo del presente proyecto es para dar a conocer una alternativa eficiente de cobranza, acorde con los cambios tecnológicos, que requiera en las empresas comerciales.

Analizando que ayude a la recuperación de cartera vencida se quiere brindar un servicio calificado a los propietarios, administradores, microempresarios que no cuentan con la adecuada gestión de cobros.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Se conoce que la recuperación de cartera vencida se ha convertido para muchas de las empresas que están dedicadas a la comercialización de productos y servicios en un tema de gran preocupación, es por ello que se considera viable la propuesta de establecer en el Cantón de Cajabamba una empresa que brinde servicio especializado en recuperación de los créditos que no han sido cancelados en el tiempo estipulado, contando con los conocimientos e infraestructura adecuados.

La propuesta también se justifica que no existe una competencia directa en la localidad, por lo tanto seremos pioneros en establecernos en este mercado competitivo, con el fin de satisfacer la necesidad del cliente y captar gran parte de la plaza de manera que permita seguir con la continuidad de la empresa.

Al introducir este tipo de empresa al mercado consideramos a las Casas Comerciales como los principales clientes, como su razón de ser, motivo por el cual la mayor parte de sus objetivos y estrategias van dirigidas hacia la satisfacción y la correcta gestión de cobro, a su vez resaltando la importancia y el funcionamiento de la empresa a través de la difusión publicitaria de esta nueva alternativa.

1.02 Antecedentes

Existen diferentes versiones sobre la iniciación de las operaciones de crédito, el crédito nació a finales de la comunidad primitiva. Las operaciones mercantiles en forma de trueque establecían la forma más común de comercio, en la antigua Mesopotamia descubriéndose un estilo de comercio más estructurado, en donde ya se otorgaban créditos incluyendo intereses moratorios para las personas que se atrasaran

en sus pagos, los egipcios realizaban esta práctica de manera común en sus operaciones mercantiles, así como fenicios, griegos y chinos.

El crédito surge antes de la era cristiana, dando a conocer signos del desarrollo crediticio en la antigua roma donde sus réditos fluctuaban entre 40% y 75%. En cuanto a leyes y decretos se establecían penas corporales o penas como la fiscalización de bienes para el deudor si este no cumpliera con el pago del valor pactado con el acreedor. (Navarro Marque, 2007, pág. 28)

Hacia la mitad del siglo XIX se inicia el nacimiento de las instituciones de crédito y surgen los primeros bancos, algunos de los bancos que nacen a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, se fusionaron entre si al poco tiempo de haberse establecido, teniendo la finalidad de abarcar mayor mercado.

El código de comercio fue implantado en 1897, con el cual se buscó establecer las bases para delimitar y encauzar las actividades mercantiles de las instituciones de crédito.

Al transcurrir el tiempo el crédito tuvo su respectivo análisis, en principios de 1930 se empezó con el balance, es decir el estudio de la situación patrimonial con el que cuenta una persona, desde 1952 se cambió el análisis de estados de resultados ya que la importancia se generaba en las utilidades de las empresas y desde ese entonces el criterio utilizado ha sido el flujo de caja ya que si se otorga un crédito el cliente tiene que generar suficiente caja para pagar su deuda adquirida.

El crédito se utiliza en el mundo de los negocios como sinónimo de préstamo o endeudamiento, como echo de confianza que se da en intercambio de dos prestaciones puestas en el tiempo, donde los medios de pago están contra el pago o reembolso. El crédito representa parte importante para el desarrollo de la economía de un país ya que mediante el crédito las personas como las empresas tienen más recursos y beneficios como apoyo de manera fácil y mediante éste activar el sistema productivo del país.

Por esta razón gran parte del consumo de bienes y servicios que se realiza en el sector financiero y comercial son a crédito mediante varias opciones que el mercado ha ido desarrollando con el tiempo para la satisfacción del ser humano.

Sin embargo, el otorgar créditos a los clientes también es un riesgo, dado que dan créditos a personas que no están en capacidad de pagar en el futuro y desconoce de la certeza de recuperación del capital.

En el sistema bancario la incertidumbre de los cobros de los créditos, los activos de menor liquidez que los pasivos representa conmoción económica, haciendo este sistema vulnerable, recordando que Ecuador experimentó un caso de crisis bancaria entre 1998 y 1999 que fue provocada por la desestabilización y al no tener un marco constitucional, legal adecuado o una entidad reguladora dieron resultados negativos. (Barbara, 2006, pág. 33)

Desde entonces en el periodo de 1998 debido a la morosidad el sector financiero y comercial optó por establecer operaciones de la cobranza para la recuperación de los créditos otorgados y así evaluar el manejo de información que tenga como garantía para disminuir el riesgo de no pago y es ahí cuando se pone en marcha la actividad de recuperación de cartera vencida o la cobranza.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01 ANALISIS EXTERNO

2.01.01 FACTOR ECONÓMICO

2.01.01.01 INFLACIÓN

Proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; causa una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de ellos. (Paul, 2006, pág. 48)

Los efectos que la inflación acarrea a una economía suelen ser negativos. El daño de las consecuencias dependerá de la subida de precios estaba prevista o fue sorpresiva, cuando mayor se a la inflación, mayores serán los costes que sufra la economía, partiendo de la pérdida del poder adquisitivo del dinero. (José & Gregorio, 2007, pág. 13)

Tabla 1

Inflación 2013-2014 Ecuador

Fecha	Valor
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

De acuerdo a la información obtenida, esto representa una amenaza ya que si la inflación no es estable las personas no van a tener el valor monetario suficiente para poder realizar pagos de sus deudas.

2.01.01.02 TASA DE INTERES ACTIVA Y PASIVA

Activa: Es aquella con la que la empresa se provee de fondos ajenos con un porcentaje que las instituciones bancarias designan cobrar por los diferentes servicios de crédito que brindan a los usuarios, de acuerdo con las condiciones del mercado y las disposiciones del Banco Central. (Luis, 2001, pág. 18)

Pasiva: Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversión. (Soto, 2001, pág. 22)

Tabla 2

Tasa Pasiva y Activa

Tasas de Interés			
Enero 2015			
1. Tasas de Interés Activas Efectivas Vigentes			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	7.84	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.18	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.97	Consumo	16.30
Vivienda	10.71	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.84	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.41	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	29.08	Microcrédito Minorista	30.50
2. Tasas De Interés Pasivas Efectivas Promedio Por Instrumento			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Depósitos a plazo	5.22	Depósitos de Ahorro	1.08
3. Tasas De Interés Pasivas Efectivas Referenciales Por Plazo			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Plazo 30-60	4.30	Plazo 121-180	5.34
Plazo 61-90	4.74	Plazo 181-360	6.30
Plazo 91-120	5.11	Plazo 361 y más	7.22
4. Tasas De Interés Pasivas Efectivas Máximas Para Las Inversiones Del Sector Público (según regulación No. 009-2010)			
5. Tasa Básica Del Banco Central Del Ecuador			
6. Otras Tasas Referenciales			
Tasa Pasiva Referencial	5.22	Tasa Legal	7.84
Tasa Activa Referencial	7.84	Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Análisis:

Tasa Activa: De acuerdo al cuadro la tasa de interés activa para la inversión empresarial es del 7,84% esto es una oportunidad ya que se puede realizar créditos para mejorar el negocio.

Tasa Pasiva: El valor que las instituciones financieras pagan a sus clientes por los depósitos es una amenaza porque es la mitad de lo que cobran por los créditos, el dinero en estas entidades financieras pagan 5.22% , gracias al control del Banco Central las entidades financieras son regularizadas para que no paguen menos. Es por esto que se considera que es mejor la inversión para poder generar más utilidad.

2.01.01.03 PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

Es la producción de bienes y servicios de una nación durante un determinado periodo de tiempo, expresada en un monto o precio monetario. (José & Gregorio, 2007, pág. 42)

El resultado del crecimiento del PIB de 4,9% entre el primer trimestre de 2013 y el primer trimestre de 2014 se explica mayoritariamente por el desempeño del sector no petrolero.

Miles de Dólares de 2007	I Trimestre 2013	I Trimestre 2014	Tasa Variación Anual	Contribución al Crecimiento
Agricultura	\$ 1,208,994.00	\$ 1,265,393.00	4.66%	0.34%
Acuicultura y pesca de camarón	\$ 85,417.00	\$ 108,472.00	21.14%	0.11%
Pesca (excepto camarón)	\$ 109,468.00	\$ 107,072.00	-2.19%	-0.01%
Petróleo y minas	\$ 1,608,213.00	\$ 1,804,973.00	12.23%	1.20%
Refinación de Petróleo	\$ 129,869.00	\$ 157,233.00	21.07%	0.17%
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	\$ 1,935,096.00	\$ 2,017,248.00	4.25%	0.50%
Suministro de electricidad y agua	\$ 376,107.00	\$ 349,431.00	-7.09%	-0.16%
Construcción	\$ 1,620,068.00	\$ 1,757,618.00	8.49%	0.84%
Comercio	\$ 1,699,695.00	\$ 1,768,216.00	3.74%	0.39%
Alojamiento y servicios de comida	\$ 289,325.00	\$ 319,082.00	10.28%	0.18%
Transporte	\$ 1,066,016.00	\$ 1,133,404.00	6.32%	0.41%
Correo y Comunicaciones	\$ 592,083.00	\$ 573,690.00	-3.10%	-0.11%
Actividades de servicios financieros	\$ 460,662.00	\$ 465,601.00	1.07%	0.03%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	\$ 1,013,897.00	\$ 1,108,712.00	9.35%	0.58%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	\$ 1,343,257.00	\$ 1,366,000.00	1.69%	0.14%
Administración pública, de fensa; planes de seguridad social obligatoria	\$ 998,283.00	\$ 1,081,143.00	3.29%	0.20%
Servicio doméstico	\$ 43,849.00	\$ 45,598.00	3.99%	0.01%
Otros Servicios *	\$ 1,107,897.00	\$ 1,140,312.00	2.93%	0.20%
Otros Elementos del PIB	\$ 664,759.00	\$ 646,935.00	-2.68%	-
TOTAL PIB	\$ 16,352,905.00	\$ 17,156,133.00	4.91%	

Figura 1 Producto Interno Bruto (PIB)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Durante el primer trimestre del año 2014, el Producto Interno Bruto (PIB) del país mantuvo una tendencia de crecimiento económico el cual representa una oportunidad ya que ha aumentado en un 4,91% y en los sectores económicos ha tenido un aumento este año lo que demuestra que hay más demanda.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

2.01.01.04 RIESGO PAÍS

El riesgo país es un índice que mide el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras. Los inversionistas, al momento de realizar sus elecciones de dónde y cómo invertir, buscan maximizar sus ganancias, pero además tienen en cuenta el riesgo, esto es, la probabilidad de que las ganancias sean menor que las esperadas o que existan pérdidas. (Alberto Acosta, 2005, pág. 61)

Tabla 3

Riesgo País

FECHA	VALOR
Enero-11-2015	569.00
Enero-10-2015	569.00
Enero-09-2015	569.00
Enero-08-2015	569.00
Enero-07-2015	569.00
Enero-06-2015	569.00
Enero-05-2015	569.00
Enero-04-2015	569.00
Enero-03-2015	569.00
Enero-02-2015	569.00
Enero-01-2015	569.00
Diciembre-31-2014	569.00
Diciembre-30-2014	569.00
Diciembre-29-2014	569.00
Diciembre-28-2014	569.00
Diciembre-27-2014	569.00
Diciembre-26-2014	569.00
Diciembre-25-2014	569.00
Diciembre-24-2014	569.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

El Riesgo País es una amenaza ya que todavía no hay políticas estables porque varían rápidamente, es decir que lo inversionistas extranjeros ven que no hay estabilidad en el país y es muy difícil que realicen negociaciones para que el país progrese sostenidamente.

Pero con el cambio de la matriz productiva que tiene un plazo de crecimiento hasta el 2016, el país está buscando aliados estratégicos de países como son China, Rusia entre otros.

2.01.02 ASPECTO SOCIO-CULTURAL

2.01.02.01 La sociedad

Es toda la población (empresas) de la Provincia del Chimborazo Cantón Cajabamba a la cual estará dirigida la propuesta de implementar una microempresa de servicios dedicada a la recuperación de cartera vencida. Dentro de este sector urbano podemos encontrar microempresas, medianas empresas y grandes empresas, de acuerdo a los datos estadísticos de la Cámara de Comercio. El proyecto está dirigido a las casas comerciales.

2.01.02.02 La cultura

En la cultura podemos mencionar las costumbres y tradiciones con que la sociedad cuenta, este tipo de costumbres no afectan al proyecto, al contrario es un beneficio porque se va a implementar hábitos y valores de cumplimiento sobre sus responsabilidades.

2.01.02.03 Desempleo

El INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) también publicó los datos del área urbana, destacando que la tasa de ocupados plenos se incrementó 3,49 puntos porcentuales al pasar de 50,53% en el noveno mes del año anterior a 54,02% en septiembre de este año, "lo que representa un cambio estadísticamente significativo. Por su parte, el subempleo se redujo dos puntos porcentuales, pero el desempleo subió un punto, ubicándose en el 4,67%.

Tabla 4

Desempleo

Fecha	Valor
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %
Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %
Diciembre-31-2009	7.93 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

2.01.02.04 La pobreza

En 8 años gracias a la aplicación de políticas públicas, Ecuador lidera la lucha en reducción de pobreza y desigualdad social así como la disminución de desempleo y subempleo. La inversión en programas sociales hace de nuestro país un referente para América Latina.

La lucha contra la erradicación de la pobreza ha tenido sus frutos desde 2007, debido a las políticas implementadas por el Gobierno. En 8 años, la pobreza general se redujo del 36.7% al 23.7%, mientras que la pobreza extrema bajó del 16.5% al 8.5%.

En septiembre de 2014, la línea de pobreza se ubicó en USD 80,24 mensuales per cápita y la línea de extrema pobreza se ubicó en USD 45,22. Los individuos cuyo ingreso per cápita es menor a la línea de pobreza/pobreza extrema son considerados pobres/pobres extremos. En cuanto a pobreza por ingresos, a nivel urbano, el dato fue de 15,82% en septiembre del 2014, frente al 15,74% del mismo mes del año anterior. Por su lado, la extrema pobreza urbana se ubicó en 4,15% frente al 4,08% del mismo mes del 2013. Las variaciones tanto de pobreza como de pobreza extrema no son estadísticamente significativas. La pobreza nacional en el noveno mes se ubicó en 24,75% y la extrema pobreza en 8,56%.

Análisis:

De acuerdo a los datos estadísticos nos demuestra una oportunidad ya que en los últimos 8 años se ha reducido inevitablemente la pobreza de esta manera podemos considerar que existe más posibilidad que cumplan con el pago de sus deudores.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

2.01.01.03 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)

Conjunto de personas de 12 años y más que tienen una ocupación, ya sea remunerada o no, dentro o fuera del hogar, que en el período de referencia han trabajado por lo menos una hora semanal, así como las personas que no trabajan debido a que están gozando de vacación, están enfermas o no laboran a causa de huelga o mal tiempo, y las personas que no trabajan pero buscan trabajo habiendo laborado antes (cesantes) o buscan un empleo por primera vez.

Tabla 5

Población Económicamente Activa



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Análisis:

Dentro de las estadísticas podemos ver que hay un gran porcentaje de personas activas lo cual sería una oportunidad teniendo en cuenta que las personas contarían con capacidad de pago.

2.01.02.06 Migración

Es el desplazamiento de las personas de un punto determinado a otro, podemos encontrar la migración nacional que es desplazarse dentro del mismo país o la

migración internacional que es desplazarse de un país a otro. (Cabrera, 2005, pág. 25)

Análisis:

En la actualidad la migración no afecta al proyecto ya que el desplazamiento de las personas no tiene ningún impacto.

2.01.03 ASPECTO POLITICO-LEGAL

2.01.03.01 Código civil

LIBRO IV

OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

Art. 1811.- La principal obligación del comprador es la de pagar el precio convenido.

Art. 1812.- El precio deberá pagarse en el lugar y el tiempo estipulados, o en el lugar y el tiempo de la entrega, no habiendo estipulación en contrario.

Con todo, si el comprador fuere turbado en la posesión de la cosa, o probare que existe contra ella una acción real de que el vendedor no le haya dado noticia antes de perfeccionarse el contrato, podrá depositar el precio con autorización del juez, y durará el depósito hasta que el vendedor haga cesar la turbación o afiance las resultas del juicio.

Art. 1813.- Si el comprador estuviere constituido en mora de pagar el precio en el lugar y tiempo dichos, el vendedor tendrá derecho para exigir el precio o la resolución de la venta, con resarcimiento de perjuicios.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Si exigiere la resolución, el demandado podrá consignar el precio completo, que comprende el capital y los intereses adeudados hasta que se reciba la causa a prueba.

2.01.03.02 CODIGO DE COMERCIO

CAPÍTULO V.

OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

ARTÍCULO 947. <OBLIGACIÓN DE PAGAR EL PRECIO>. El comprador deberá pagar el precio en el plazo estipulado o, en su defecto, al momento de recibir el producto o servicio.

ARTÍCULO 948. <MORA EN EL PAGO DEL PRECIO>. En caso de mora del comprador en el pago del precio tendrá derecho el vendedor a la inmediata restitución del producto o servicio vendido, si el comprador la tuviere en su poder y no pagare o asegurare el pago a satisfacción del vendedor.

La solicitud del vendedor se tramitará como los juicios de tenencia, pero podrá solicitarse el embargo o secuestro preventivos del producto.

Cuando el vendedor obtenga que se decrete la restitución de la cosa tendrá derecho el comprador a que previamente se le reembolse la parte pagada del precio, deducido el valor de la indemnización o pena que se haya estipulado, o la que en defecto de estipulación fije el juez al ordenar la restitución.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

ARTÍCULO 950. <DERECHOS DEL VENDEDOR POR INCUMPLIMIENTO DEL COMPRADOR>. En caso de incumplimiento del comprador, el vendedor tendrá derecho a una justa retribución por el uso que el comprador haya hecho de la cosa y a la restitución de los frutos en proporción a la parte no pagada del precio, sin menoscabo de la correspondiente indemnización de perjuicios.

2.01.03.03 LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art.4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios
- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido.
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos.
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

2.01.03.04 DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

CAPÍTULO VII

PROTECCIÓN CONTRACTUAL

Art. 47.- Sistemas de crédito.- Cuando el consumidor adquiriera determinados bienes o servicios mediante sistemas de crédito, el proveedor estará obligado a informarle de forma previa, clara y precisa:

1. El precio al contado del bien o servicio materia de la transacción;
2. El monto total correspondiente a intereses, la tasa a la que serán calculados; así como la tasa de interés moratoria y todos los demás recargos adicionales.
3. La suma total a pagar por el referido bien o servicio.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Se prohíbe el establecimiento y cobro de intereses sobre intereses. El cálculo de los intereses en las compras a crédito debe hacerse exclusivamente sobre el saldo de capital impago. Es decir, cada vez que se cancele una cuota, el interés debe ser recalculado para evitar que se cobre sobre el total del capital. Lo dispuesto en este artículo y en especial en este inciso, incluye a las instituciones del Sistema Financiero.

Art. 49.- Cobranza de créditos.- En la cobranza de créditos, el consumidor no deberá ser expuesto al ridículo o a la difamación. La obligación impuesta al proveedor, será exigible, sin perjuicio de las acciones penales a las que hubiere lugar.

Art. 50.- Pagos con tarjeta de crédito.- El precio para el pago con tarjeta de crédito, será el mismo precio que al contado. Toda oferta, promoción, rebaja o descuento exigible respecto a la modalidad de pago al contado, será también exigible por el consumidor que efectúa pagos mediante el uso de tarjetas de crédito, salvo que se ponga en su conocimiento oportuna y adecuadamente, en la publicidad o información respectiva y de manera expresa, lo contrario.

Análisis:

En el aspecto político legal es una Oportunidad ya que guiándonos en el código civil todo ciudadano está en la obligación y responsabilidad de pagar sus deudas y no quedar en morosidad si no caso contrario pagaría con un porcentaje de multa.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

2.01.04 ASPECTOS TECNOLÓGICOS

La tecnología se refiere a los conocimientos técnicos , ordenandos científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que faciliten la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.

Análisis:

El aspecto Tecnológico es una oportunidad ya que la tecnología ha ido implementándose en el mercado de manera rápida permitiéndonos optimizar nuestro tiempo y así creando algunos beneficios para la productividad y tener estándares más altos de vida.

2.02 ANALISIS DEL ENTORNO LOCAL

2.02.01 Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Pamies, 2004, pág. 66)

Análisis.-

El factor clientes es una oportunidad para la empresa porque se ha visto que hay una necesidad, como lo hemos mencionado anteriormente la recuperación de

cartera vencida está enfocada a Casas Comerciales en la Provincia de Chimborazo Cantón Cajabamba y así promover al comercio .

2.02.02 Proveedores

Es la persona natural o jurídica nacional o extranjera, que se encuentra inscrita en el Registró Único de Proveedores -RUP-, de conformidad con esta Ley, habilitada para proveer bienes, ejecutar obras y prestar servicios, incluidos los de consultoría, requeridos por las Entidades Contratantes. (Olazaran & Otero, 2012, pág. 111)

Análisis:

Esto es un oportunidad para el proyecto ya que existe varias empresas y microempresas que pueden otorgar productos y servicios a la microempresa una vez que entre en funcionamiento, esto dependerá de las estrategias y como se maneje la persona encargada de buscar proveedores para la microempresa entre los proveedores están:

- Comercial Vega
- León Importadores
- Mueblería San Francisco
- Casa del Lontan
- Comercial Bastidas

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

2.02.03 Competencia Directa

Se conoce como competencia al conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares a los de una empresa con otra, y que lo venden en el mismo mercado en el que está enfocado el proyecto buscando a nuestros mismos clientes.

(Camino, 2008, pág. 133)

Análisis:

En la provincia de Chimborazo cantón Cajabamba no existe una competencia directa lo cual es una oportunidad para la implementación de este tipo de microempresa que se dedicará a la recuperación de cartera vencida de casas comerciales.

2.02.04 Competencia indirecta

La competencia indirecta es un negocio que ofrece los mismos productos y servicios a un mercado diferente o al mismo y el peligro de la sustitución para el sector proviene de aquellos otros productos que, a través de distintas tecnologías, atienden la misma función básica para el mismo grupo de compradores, la amenaza de los productos sustitutos se centra fundamentalmente en la relación calidad-precio.

(Camino, 2008, pág. 213)

Análisis:

De acuerdo al segmento de mercado de todas las microempresas que se ubican alrededor son competencia indirecta, pero generalmente son las mismas casas comerciales quienes realizan la recuperación de cartera vencida, es decir para el

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

proyecto sería una oportunidad cuando esté en funcionamiento la microempresa para brindar el servicio de recuperación de cartera vencida y así las casas comerciales optimizarían su tiempo y recursos.

Ventaja competitiva

Concepto.- son estrategias implementadas para quitarle clientes a la competencia.

Las estrategias que se van a analizar son:

- Orientación al cliente
- Diferenciación en calidad

Concepto.- es la estrategia que procura volver más competitiva una organización desarrollando un servicio que el cliente lo percibe de forma diferente en relación a lo que ofrecen los demás competidores.

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (Navarro Marque, 2007, pág. 116)

Tabla 6

Ventaja Competitiva

• VENTAJA COMPETITIVA
• Imagen corporativa
• Decoración: Poseerá un ornato elegante en gran parte de sus instalaciones.
• Aseo: La microempresa permanecerá limpio en todas sus áreas de trabajo.
• Iluminación: La iluminación será adecuada, combinada con luz natural.
• Ventilación: Contará con una ventilación acorde a sus instalaciones.
• Distribución de Planta: Correcta distribución de áreas.
• Velocidad de respuestas a nuestros clientes

Fuente: Ventaja competitiva
Elaborado por: Ximena Churo

2.03 ANÁLISIS INTERNO

2.03.01 Filosofía empresarial

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa líder en el servicio de recuperación de cartera vencida dentro del sector comercial. Brindamos soluciones innovadoras a nuestros Clientes Institucionales (Casas Comerciales), a la vez que aportamos con un equipo altamente comprometido y capacitado.

2.03.01.01 Visión

Ser el principal socio del sector comercial en la recuperación de cartera vencida, en base a la consolidación de nuestra tecnología, compromiso de nuestra gente y una gestión socialmente responsable, convirtiéndonos en un referente regional en el mercado.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

2.03.01.03 OBJETIVOS

2.03.01.03.01 OBJETIVO GENERAL

Evaluar un plan de negocio para la implementación de una microempresa de servicios dedicada a la recuperación de cartera vencida para las casas comerciales del cantón Cajabamba provincia Chimborazo en base a la consolidación de tecnología de punta y un equipo altamente comprometido y capacitado.

2.03.01.03.02 OBJETIVOS ESPECIFICOS

OBJETIVOS DE LAS VARIABLES

- Realizar un diagnóstico técnico para determinar la situación administrativa y de cartera en el que se encuentran las casas comerciales del cantón Cajabamba provincia Chimborazo
- Recopilar bases teóricas y científicas que permitan conceptualizar el sistema de control interno y el área de cartera, para conseguir eficiencia y economía en el uso de recursos y efectividad en los resultados.
- Realizar un estudio de mercado para establecer la factibilidad a la recaudación de cartera vencida
- Crear una estructura orgánico y funcional empresarial aplicable a la empresa
- Determinar los impactos que se van a derivar de la creación del proyecto para la creación de la empresa que brindará el servicio dedicado a la recuperación de cartera, en los ámbitos: social, económico, empresarial y ético.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

OBJETIVO DE LA FACTIBILIDAD

- Creación de una empresa dedicada a la recuperación de cartera vencida en el cantón Cajabamba provincia Chimborazo

OBJETIVO DE LA PROPUESTA

- Satisfacer las necesidades de los propietarios de las microempresas con la creación de la empresa dedicada a recuperación de cartera vencida para que puedan recuperar el capital perdido.

2.03.01.04 PRINCIPIOS Y VALORES EMPRESARIALES

Los principios empresariales unen las razones de existir de una empresa con la forma en que esta desempeña su función en la sociedad, integrando valores como la honestidad, confianza, respeto, justicia y ética, cumpliendo así con la responsabilidad empresarial

VALORES

Responsabilidad

La empresa se compromete a la estabilidad y buenas condiciones laborales. En cuanto a los clientes, la empresa se compromete a brindar un servicio de calidad.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Puntualidad

El empleado debe respetar los tiempos de llegada y salida, pero sobre todo para con los clientes.

Trabajo en equipo

La integración de cada uno de los miembros de la empresa al grupo laboral, que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo. Para ello es elemental la participación de los distintos miembros de la empresa en diversos ámbitos.

Comunicación

Las relaciones y conexiones dentro de los miembros de la empresa y con los clientes deben ser fluidas y sinceras.

Calidad

En este caso se intenta que los servicios ofrecidos sean de excelencia.

Prudencia

Se analizará detallada mente cada paso que se de en la empresa con precaución a fin de evitar daños en el futuro.

POLÍTICAS

- Realizar la gestión de cobranza con excelencia
- Atención personalizada a los clientes con la responsabilidad de dar a conocer los procedimientos de la empresa a fin de orientarlos en el servicio que ofrecemos
- El trabajador debe tener un clima laboral digno y seguro
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocerlos procedimientos a fin de orientarlos. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.

Análisis:

Representa una fortaleza ya que se está fijando objetivos, valores y principios necesarios para lograr las metas propuestas así aportando al bienestar de las personas y de nuestros colaboradores.

ESTRATEGIAS

- Cursos de atención al cliente

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

- Generar confianza en los trabajadores a través de la delegación de actividades
- Impartir capacitaciones de liderazgo y servicios de atención al cliente

2.03.02 Gestión Administrativa

La gestión administrativa es muy importante ya que es un proceso que organiza, coordina y controla el entorno del trabajo ya sea en grupo o individual para que cumplan eficientemente los objetivos específicos y así cumplir con cada función correspondiente.

Las Fases del proceso administrativo son:

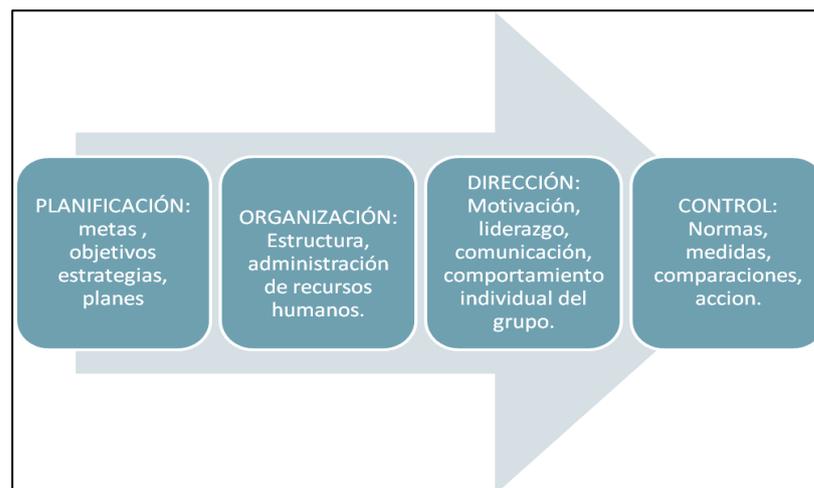


Figura 2 Gestión Administrativa
Fuente: Gestión Administrativa
Elaborado por: Ximena Churo

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

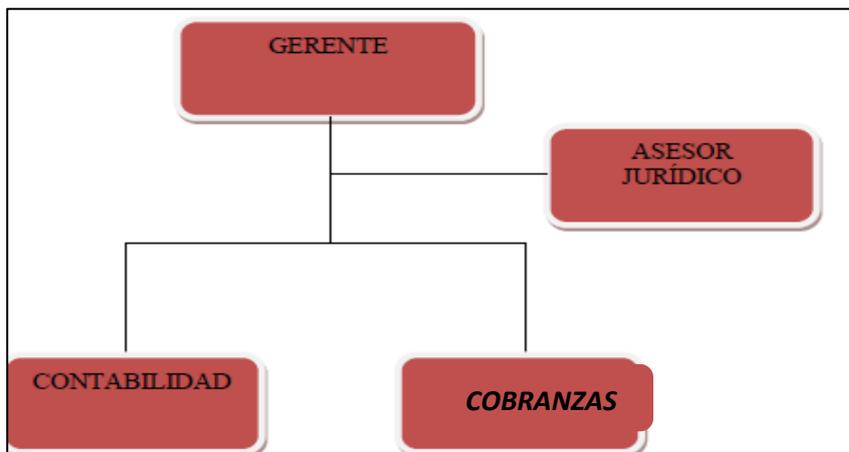


Figura 3 Organigrama Estructural
Fuente: Organigrama Estructural
Elaborado por: Ximena Churo

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

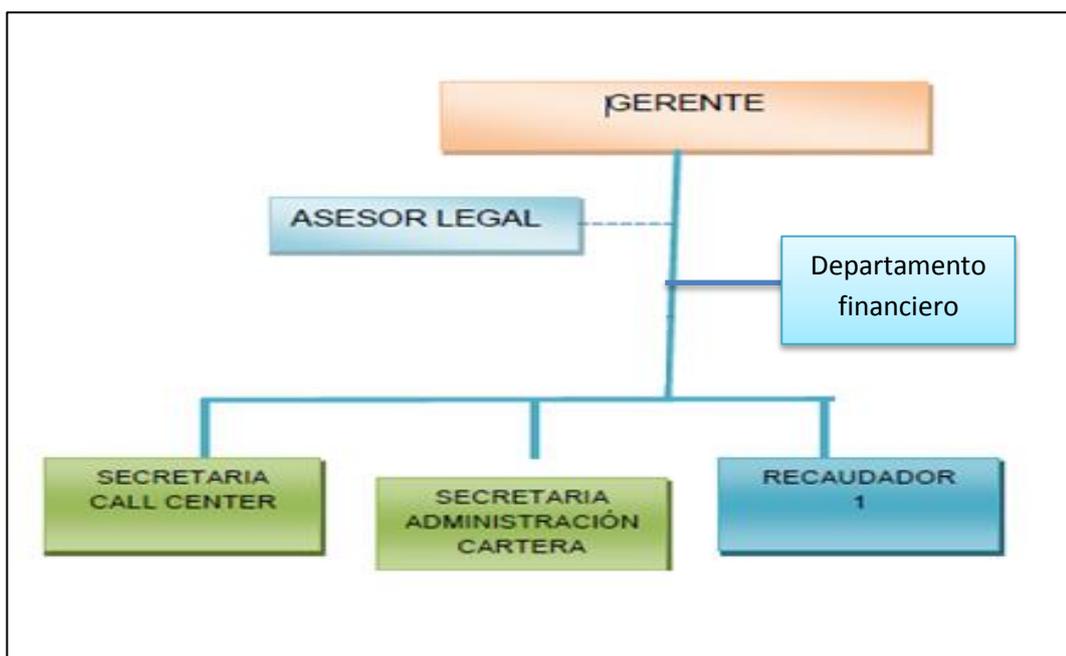


Figura 4 Organigrama Funcional
Fuente: Organigrama Funcional
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 7

Manual de funciones

Gerente General
Supervisa a: Secretarias, Recaudadores y Asesores.
Se reporta a : Socios
Área: Administrativa
Función General: Ser responsable de la administración de la empresa en todas sus áreas.
Funciones Específicas:
<ul style="list-style-type: none"> Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo. Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).
Perfil:
<ul style="list-style-type: none"> Tecnología en Administración ,economía o carreras afines en administración de empresas

Fuente: Manual de funciones

Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 8

Manual de funciones

Secretarias de Call Center y Administración de Cartera Vencida
Supervisa a: Recaudador 1 y 2
Se reporta a: Gerente
Área: Administrativa.
Función General :
<ul style="list-style-type: none"> Realizar llamadas a los deudores, y llevar los Reportes y control de la cartera.
Funciones Específicas:
<ul style="list-style-type: none"> Manejo de Formularios de notificaciones y Registros de cartera Manejo y revisión de tarjetero de direcciones de los deudores Manejo de archivo. Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir mensajes a las personas correspondientes.
Perfil:
<ul style="list-style-type: none"> Contar con título bachiller o estudios superiores Ingeniería Comercial, Gestión Empresarial, Ingeniería en Marketing, Ingeniería CPA, o carreras afines. Debe ser una persona de buen carácter y con disposición ya que tiene que lograr una buena relación con el gerente, proveedor, clientes, empleados. Tiene que ser discreta con la información que se le asigne.

Fuente: Manual de funciones

Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 9

Manual de funciones

Asesor Contable
Supervisa a: Ninguno.
Se reporta a :Gerente
Área: Financiera.
Función General :
<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar información contable y financiera en forma oportuna y confiable, así como cumplir en tiempo y forma con las obligaciones fiscales.
Funciones específicas:
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar y revisar las declaraciones fiscales anuales y periódicas. • Elaborar los estados financieros. • Realizar un análisis de los estados financieros. • Presentar estados financieros al gerente general. • Cumplir con las obligaciones fiscales.
Perfil:
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con título de Ingeniero en CPA. • Habilidad para manejar temas administrativos, financieros. • Tener entre 24 y 35 años.

Fuente: Manual de funciones

Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 10

Manual de funciones

Recaudadores
Supervisa a : Ninguno.
Se reporta a : Gerente General- Secretaria 1 y 2
Área: Operativa
Función General :
<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de recuperar el dinero proveniente de las ventas a crédito que no han sido pagadas y llevar el control de los procedimientos de cobro que se realizan de manera personal.
Funciones específicas:
<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar la carpeta de los clientes. • Mantener la cantidad y los días de mora al mínimo posible. • Entregar recibos, cheques o efectivo al jefe de área financiera. • Depósitos de dinero recuperado en las instituciones financieras.
Perfil:
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con título de bachiller en administración y comercio, Ingeniería Comercial, o carreras afines. • Habilidad numérica.

Fuente: Manual de funciones

Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 11

Manual de funciones

NOMBRE: Asesor Legal.
SUPERVISA A: Ninguno.
SE REPORTA A: Gerente General
ÁREA: Legal
FUNCIÓN GENERAL:
<ul style="list-style-type: none"> Tiene la responsabilidad garantizar que las acciones institucionales se realicen dentro del marco legal vigente, así como también resoluciones sobre casos particulares y documentos legales, y tramitar la legalización de documentos y colaborar en la redacción de toda clase de documentos contractuales.
FUNCIONES ESPECÍFICAS:
<ul style="list-style-type: none"> Rendimiento y resultados de los procesos, actividades y operaciones que se realizan bajo su competencia. Tener conocimientos generales en el derecho mercantil, proceso de cobranza. Revisar y despachar la correspondencia remitida al área de Asesoría Legal. Evaluar y aprobar informes de carácter legal administrativo. Elaborar contratos. Elaborar informes para Gerencia General. Realizar funciones o encargos que le asigne el Gerente General; relacionados a temas legales y jurídicos.
PERFIL:
<ul style="list-style-type: none"> Título de Abogado. Tres años de experiencia en el cargo. Haber dado seguimiento a juicios mercantiles. Edad de 27 a 52 años.

Fuente: Manual de funciones

Elaborado por: Ximena Churo

2.03.05 GESTION OPERATIVA

La gestión operativa es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (Juan, 2007, pág. 226)

El objetivo principal del proceso es brindar al cliente un producto o servicio de primera con una excelente presentación y calidad; a esto se agrega un eficiente

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

servicio al cliente, este proceso también permitirá entregar el producto o servicio a los clientes.

Proceso general del servicio de recuperación de cartera vencida.

Desde el momento en que nos encomiendan la gestión de una cartera vencida de las casas comerciales aplicamos el proceso de Gestión de Cobros que lo resumiremos de la siguiente forma:

- Distribución de la cartera por parte del Gerente a los equipos de gestión y recaudación (Secretaria y recaudador).

Estudio y evaluación de los expedientes:

- Corroborar datos del deudor o investigar si se necesitase.
- Ampliación de datos (si se requiere).

Inicio de la gestión de cobro que comprende los siguientes pasos:

1. La cobranza preventiva la cual se da mediante una llamada telefónica al deudor, con el objetivo de presentación de gestión de recaudación y establece acuerdos y fechas de pagos mediante una cita, posteriormente se establece seguimiento al deudor mediante SMS, email, para recordatorios preventivos de las fechas de pagos

2. En el caso que se presenten irregularidades en el proceso de la gestión de cobros por parte del deudor se aplicará la cobranza administrativa. Se continúa con este

proceso al no tener respuesta positiva una vez que se realizó la cobranza preventiva, se iniciara este proceso por medio de cartas, llamadas, y visitas al deudor en su domicilio particular o laboral que permitan llegar a un compromiso de pago mediante una negociación y acuerdo a su vez fijando una fecha alternativa de pago.

3. En el caso de contacto no útil, se aplica la cobranza extrajudicial que se genera cuando existe controversia entre las partes, más que todo porque el deudor no presenta ningún tipo de respuesta al pago de las facturas vencidas, de tal manera se localizaría al interviniente en el contrato por medio de un abogado exigiendo el pago, y se determina si se la lleva el caso ante juzgados o sino darlo por terminado ante “un buen arreglo”.

4. Una vez agotadas las instancias de cobro antes mencionadas y no obtener el pago por parte del deudor, se inicia con la cobranza judicial, donde el abogado hace uso de la fuerza pública y tramita el Juicio Ejecutivo Mercantil, en el cual la primera medida que se toma es el embargo precautorio en el cual realizan un seguimiento de los bienes que permitan garantizar el cumplimiento de la obligación contraída.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS

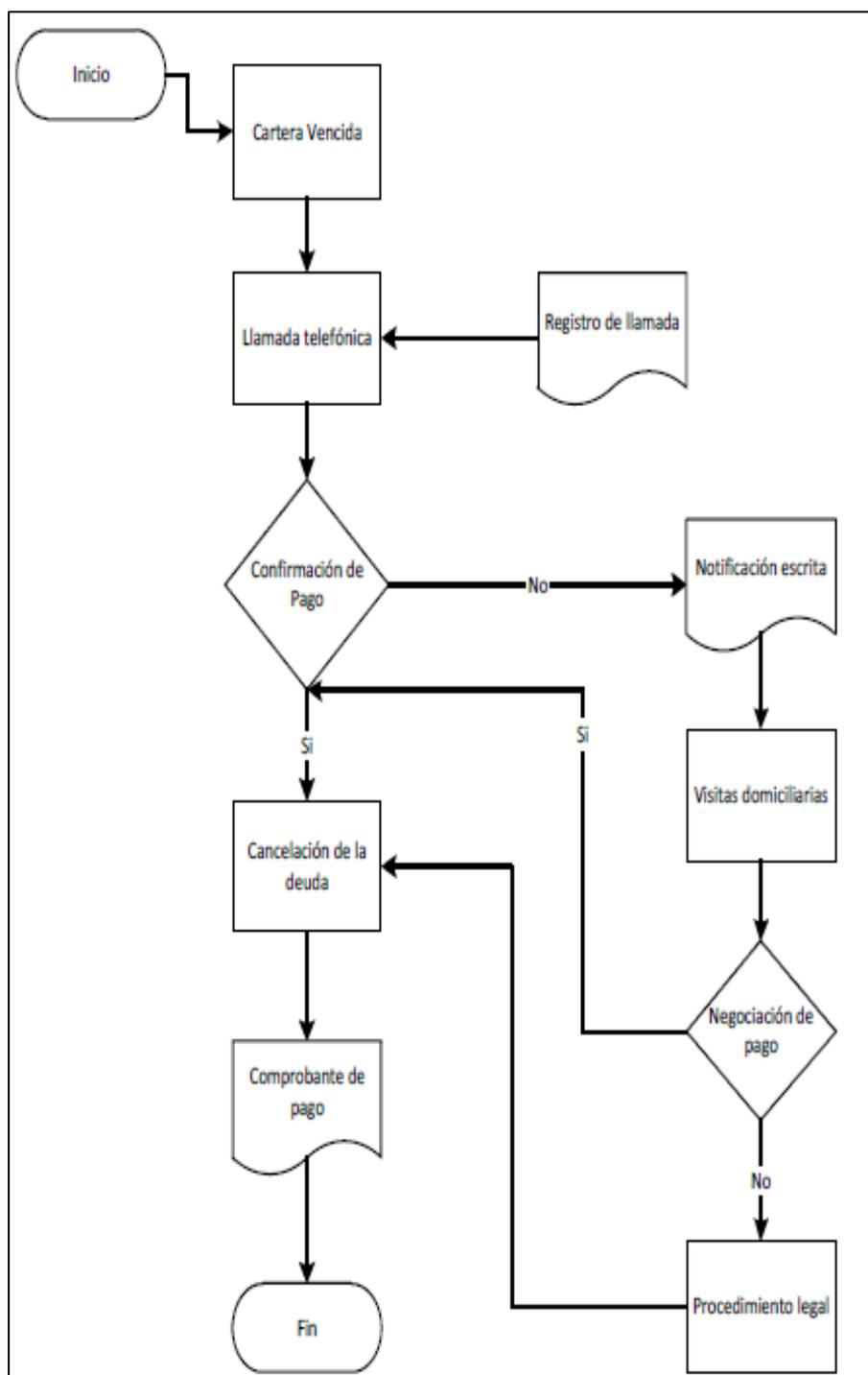


Figura 5 Flujograma de procesos
Fuente: Flujograma de procesos
Elaborado por: Ximena Churo

2.03.04 GESTIÓN COMERCIAL

- La microempresa se va a llamar "RECOVERY SPECIALISTS PORTFOLIO"
- Su eslogan será:

"RECOBRAMOS LO QUE TE PERTENECE R.S.P."

- Su logotipo



Figura 6 Logotipo
Fuente: Logotipo
Elaborado por: Ximena Churo

MARKETING MIX

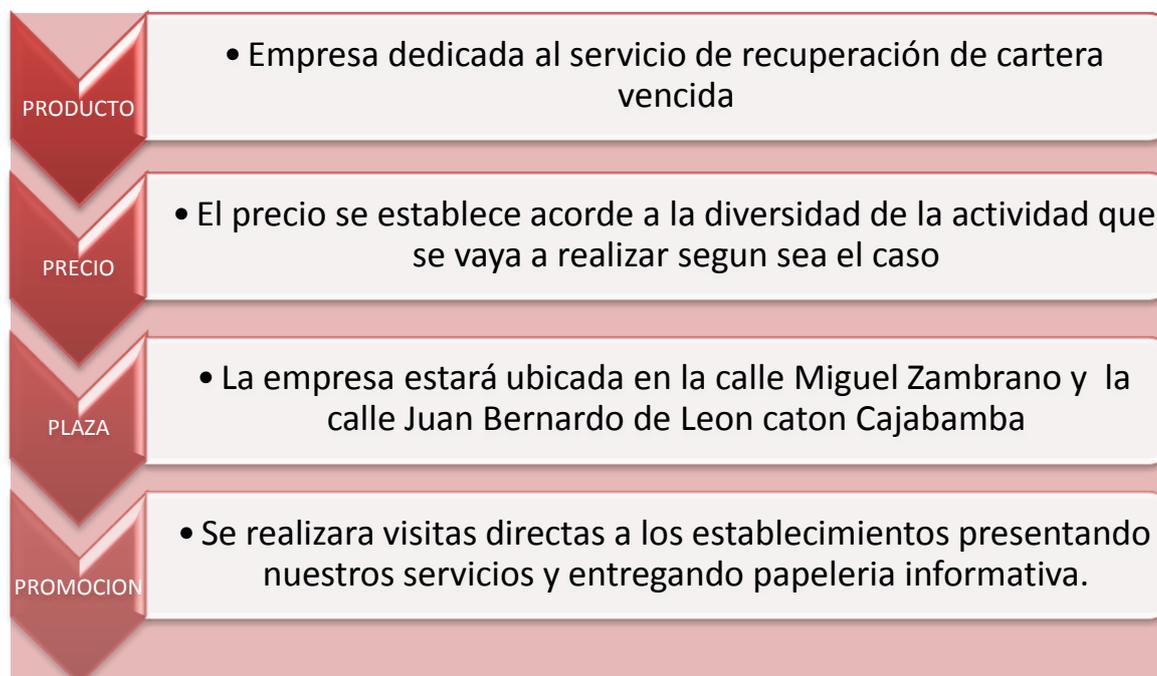


Figura 7 Marketing Mix
Elaborado por: Ximena Churo

Producto: el producto es el complemento de una necesidad que satisface cumpliendo las expectativas del cliente complementando todos los elementos suplementarios a ese producto o servicio.

ESTRATEGIA DEL PRECIO

Se establecerá los precios acorde al funcionamiento del mercado, emprendiendo que a pesar de ser nuevos en el mercado, nuestra calidad e innovación seremos pioneros para que existan otras empresas ya posicionadas fuera de la localidad.

A continuación se detalla el precio del paquete de servicio de recuperación de

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

cartera vencida, el cual fue establecido por un previo estudio de precios de mercado.

El valor del paquete de servicio de cartera vencida es de \$1270,00 dólares, el cual es representado por un 25.40% del valor del monto establecido por el paquete de servicio, el mismo que cubre 10 cuentas de cartera las mismas que tienen un equivalente máximo de \$5000,00 dólares.

Tabla 12

Estrategia de precios

PROCESOS	VALOR	VALOR PORCENTUAL
Cobranza Preventiva	\$ 1270,00	25,40%
Cobranza administrativa		
Gestión Judicial		
Gestión Extrajudicial		
MONTO DE CARTERA	\$ 5000,00	100%

Fuente: Manual de funciones
Elaborado por: Ximena Churo

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

- Visitas directas a los establecimientos presentando nuestro servicio
- Se realizarían campañas publicitarias periódicas con el fin de dar a conocer la empresa y sus servicios
- Tarjetas de presentación

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tarjeta de presentación



Figura 8 Tarjeta de presentación
Elaborado por: Ximena Churo

Tarjeta de presentación



Figura 9 Tarjeta de presentación
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

PLAZA

La plaza de la empresa será de tipo de servicio directo, porque hay interacción personalizada con los clientes para prestar el servicio que estaría ubicada en la provincia de Chimborazo cantón Cajabamba entre las calles Miguel Zambrano Oe1-86 y la calle Juan Bernardo de León. Nuestra plaza serán las Casas Comerciales que hacen ventas a crédito de electrodomésticos, motos y muebles en general en el cantón de Cajabamba.

ASPECTOS LEGALES

La microempresa, funcionará bajo estricto derecho de la Constitución, la misma que tomará en cuenta artículos, leyes, reglamentos y normas requeridas para instalar este negocio.

Por otro lado debemos tener en cuenta la ordenanza municipal reguladora de los aspectos sanitarios, y a dichos efectos, del local donde realizar la actividad.

Documentos Legales

Requisitos Municipales:

1. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES

USO DE SUELO

Pago de Tasa de Trámite

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Presentación de Formulario en Departamento de Uso de Suelo

2. PATENTES MUNICIPALES

Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de bomberos

RUC actualizado.

Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica

Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.

3. LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE

4. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación a colores.

Original y copia de un documento que certifique la dirección del local donde se desarrolla la actividad económica.

Pago de la patente municipal (Inscripción y reapertura). Art.551 de la

COOTAD

(Código Orgánico de Ordenamiento Territorial y Autonomías)

Copia del RUC; y,

6. Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo

Ministerial 818

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.

Copia del registro único de contribuyentes (RUC).

Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.

Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.

Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen

Plano del establecimiento a escala 1:50 .

Croquis de ubicación del establecimiento

Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

2.04 Análisis FODA:

Tabla 13

Análisis Interno (FODA)

Descripción	Fortalezas			Debilidades		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Filosofía corporativa						
Misión	X					
Visión	X					
Objetivos corporativos	X					
Gestión Administrativa						
Planificación	X					
Organización	X					
Dirección	X					
Control	X					
Gestión Operativa						
Flujo grama de procesos	X					

Fuente: Análisis Interno (FODA)

Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 14

Análisis Macro Entorno (FODA)

Descripción	Oportunidades			Amenazas		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Aspectos económicos						
Inflación					X	
Tasa de interés activa y pasiva	X					
PIB		X				
Aspectos socio culturales		X				
Sociedad		X				X
Cultura		X				
Desempleo				X		
Población	X					
Migración					X	
Aspecto Político legal	X					
Aspecto tecnológico	X					

Fuente: Análisis Macro Entorno (FODA)
Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 15

Análisis Micro Entorno (FODA)

Descripción	Fortalezas			debilidades		
	Alto	medio	bajo	Alto	medio	bajo
Clientes	x					
Proveedores		x				
Competencia		x				

Fuente: Análisis Macro Entorno (FODA)
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

CAPITULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes o servicios. En la actualidad la conducta se considera como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, que de alguna forma se influyen entre si e inducen el acto de compra, a la elección de un producto o marca, o de un servicio (Rivero, 2012, pág. 234)

Análisis:

Es muy importante analizar el comportamiento del consumidor ya que podemos obtener un perfil en el cual se pueda basar la estrategia comercial para conocer la cantidad de servicios que está dispuesto a adquirir cada uno de los empresarios. Recordando que el estudio de mercado nos permite y facilita la obtención de datos con resultados que de una u otra forma serán analizados mediante herramientas estadísticas ya que esto nos permitirá un análisis minucioso del estudio para la creación de una empresa nueva que se dedique a la recuperación de cartera vencida para casas comerciales en la provincia Chimborazo cantón Cajabamba.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

3.01.01 Objetivos del estudio del mercado

- Identificar la segmentación del mercado
- Identificar las necesidades del cliente que busca satisfacer
- Establecer la demanda insatisfecha que existe en el mercado
- Determinar el grado de competencia que existe en el mercado
- Establecer mecanismos de desarrollo de la organización.

3.01.02 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado es el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presenten necesidades similares es decir estos subconjuntos nos ayudaran a alcanzar el objetivo con una estrategia para brindar el servicio ya que se agrupara posibles clientes para así poder lograr la ventaja competitiva.

3.01.03 Segmentación Geográfica

Para encontrar la estrategia de marketing más efectiva y adecuada para nuestra marca, debemos seleccionar un criterio de segmentación. En este proceso analizamos las necesidades y comportamientos de cada uno de los segmentos y detectamos las oportunidades de marketing que puedan ofrecernos, determinamos el lugar geográfico donde va a estar ubicada la microempresa

Tabla 16

Segmentación Geográfica

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Cajabamba

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ximena Churo

3.01.04 Segmentación Demográfica

Está relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir.

Tabla 17

Segmentación Demográfica

Actividad Comercial	Venta de electrodomésticos
	Venta de muebles
	Venta de motos

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ximena Churo

3.01.05 Segmentación psicológica

Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona.

Tabla 18

Segmentación Psicológica

Clase Social	Estilo De Vida
Alta	Es el segmento con más alto nivel de vida
Media	Son individuos que tiene un estilo de vida normal y pueden cubrir sin problema sus necesidades básicas.
Baja	Se basa en sus pequeños ingresos, mínimo nivel de educación y cubre sus necesidades básicas con mucha dificultad.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ximena Churo

3.01.07 Población y muestra

3.01.07.01 Característica de la Población

La principal característica de las casas comerciales es que se dedican al comercio, es decir, compra-venta de productos terminados de diversa naturaleza sea al contado, crédito o ambas, con el fin de mantener o aumentar la utilidad de su establecimiento, y a su vez contribuyen al aumento del desarrollo económico del Cantón Cajabamba, pues la mayoría de las casas comerciales se apoyan en el otorgamiento de crédito comercial en ausencia de liquidez por parte del consumidor, con el efecto de vender en cuotas mensuales y por un tiempo determinado.

3.01.07.02 Delimitación de la Población

El tamaño de la población está determinado por las microempresas casas comerciales dedicadas al comercio de la compra y venta de productos en el Cantón de Cajabamba.

Por consiguiente la población es heterogénea, constituida por los siguientes estratos.

- Venta de electrodomésticos
- Venta de muebles
- Venta de motos.

En la actualidad la zona céntrica comercial de Chimborazo cantón Cajabamba cuenta con 42 casas comerciales, donde el desarrollo de su actividad se da con mayor influencia y en las cuales algunas de estas se dedican a más de una actividad comercial a su vez, convirtiéndose en una población finita en la que se registra:

Tabla 19

Actividad Comercial

ACTIVIDAD COMERCIAL	
VENTA ELECTRODOMESTICOS	23
VENTA MUEBLES	14
VENTA MOTOS	17
TOTAL	54

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

3.01.06 Tipo de Muestra

Muestreo Estratificado

Una muestra estratificada consiste en la separación de elementos en grupos llamados estratos, que se suponen de homogéneos con respecto a alguna característica de las que se va a estudiar. Es frecuente que una muestra mantenga una adecuada representatividad de acuerdo a la asignación de una cuota que determinará el número de miembros del mismo que comprenderá la muestra. (Baena, 2009, pág. 138)

Se tomó como referencia el tipo de Muestra Estratificada pues la población de estudio es homogénea y está compuesta por distintos fragmentos de los cuales se estudiará en particular como es el nivel de la cartera vencida.

3.01.07 Técnicas de investigación

1. La 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.

2. La Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas es una técnica antigua la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir.

3. La Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

4. El fichaje

El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas.

5. El test

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, y características individuales o colectivas de la persona, a través de preguntas actividades.

Análisis:

El instrumento utilizado en el trabajo de campo fueron encuestas, para las mismas se elaboró un cuestionario de 10 preguntas que están dirigidas a los representantes, administradores de las casas comerciales de diferentes secciones de compra-venta de bienes, ha permitido obtener información que serán de gran ayuda para sustentar y defender nuestra propuesta, una vez elaborada la encuesta se aplicó a 54 casas comerciales legalmente establecidas en el sector céntrico del Cantón Cajabamba de la Provincia Chimborazo.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

FORMATO DE ENCUESTA

OBJETIVO: Recolectar información sobre la implementación de una empresa de servicio dedicada a la recuperación de cartera vencida de casas comerciales.

SECTOR: Provincia Chimborazo Cantón Cajabamba

I: INSTRUCCIONES: Llenar con la mayor seriedad posible, ya que esto ayudará a obtener datos precisos sobre la investigación, Por favor marque con una X la opción que usted considere la mejor.

ACTIVIDAD DE LA CASA COMERCIAL:

II: PREGUNTAS:

1. ¿Cuál es la modalidad más frecuente para realizar ventas en su empresa?

Efectivo ___ Efectivo-Crédito ___

2. ¿Cuenta su negocio con un servicio de cobranzas?

Si ___ No ___

3. Si su respuesta en el numeral 3 es SI está de acuerdo con el servicio brindado y precio que le ofrece?

Si ___ No ___

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

4. ¿Qué variables considera para la selección del sujeto de crédito?

Ingresos ____ Patrimonio ____ Central de Riesgos ____ Otros _____

5. ¿Qué garantías solicita para otorgar los créditos?

Cheques ____ Letras de Cambio ____ Otros _____

6. ¿Cuál es el plazo de crédito que otorga al cliente?

1 mes ____ 2 meses ____ 3 meses ____ 6 meses ____ 1 año en adelante ____

7. ¿Si tiene Cartera vencida, indique el tiempo en que está en mora?

0-90 días ____ 91-180 días ____ 181 en adelante

8. ¿Le interesa que una empresa especializada maneje su cartera vencida?

Si ____ No ____

9. ¿Qué porcentaje de su cartera vencida está dispuesto a pagar a la empresa especializada en recuperación de crédito?

3% <de 4 meses ____ 5% de 4 a 8 meses ____ 10% > a 8 meses ____

10.- ¿Su cartera vencida se encuentra entre?

5000 a 10.000 ____ 10.001 a 25.000 ____ 25.001 en adelante ____

Gracias por su atención prestada

3.09.08 Resultado del estudio de Mercado

3.09.08.01 Segmentación del mercado

Tabla 20

Segmentación del Mercado

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
Venta electrodomésticos	11	20%
venta muebles	25	46%
venta de motos	18	33%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por: Ximena Churo

Segmentación del Mercado

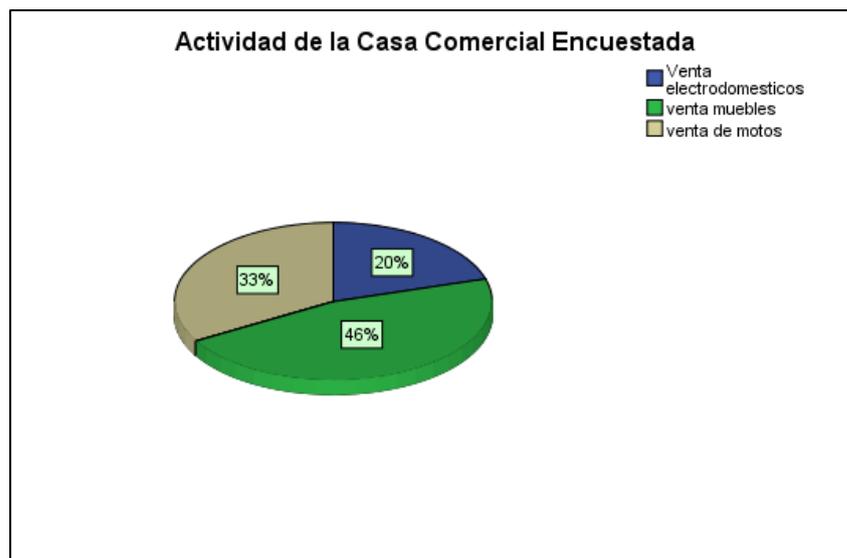


Figura 10 Segmentación del mercado
 Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

Como se puede visualizar en la interpretación grafica el 20% se dedica a la venta de electrodomésticos, esto equivale a 11 casas comerciales mientras que el 46% se dedica a la venta de muebles equivalente a 25 casas comerciales y finalmente el 33% se dedica a la venta de motos su equivalente es de 18 casas comerciales. En total son 54 casas comerciales encuestadas esto nos da a conocer el target al que nos dirigimos.

3.01.09 Resultado de la Encuesta

Preguntas

Tabla 21

1. ¿Cuál es la modalidad más frecuente para realizar ventas en su negocio?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
Efectivo	6	11%
Efectivo-Crédito	48	89%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

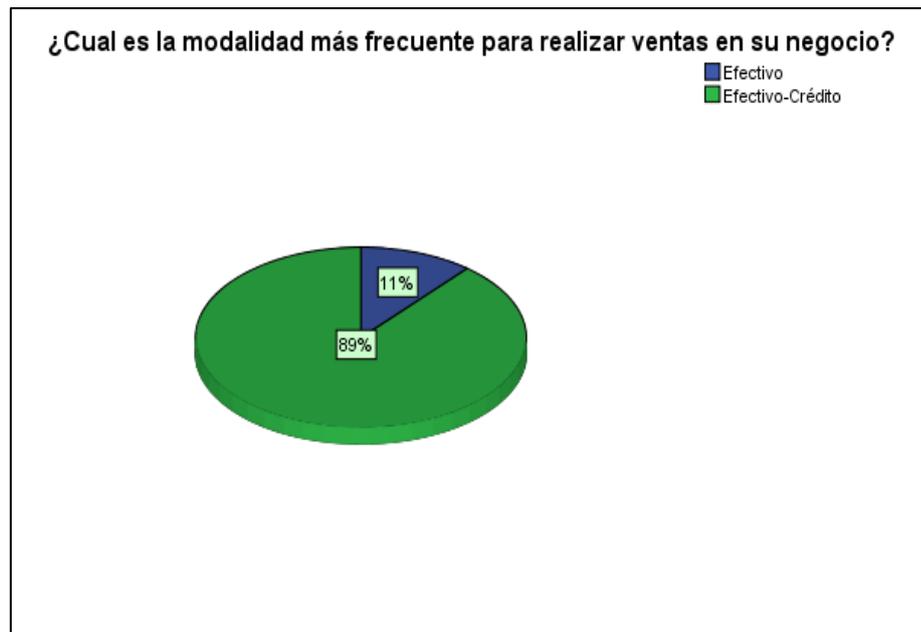


Figura 11 Pregunta #1
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

La modalidad de la ventas en los negocios comerciales son mediante pagos en efectivo con un porcentaje del 11% mientras que el efectivo-crédito es la que tiene mayor acogida por los clientes y predomina el crédito, esto beneficia para ambas partes tanto para el proyecto ya que tendríamos más posibilidad para la creación de la microempresa y a las casas comerciales ya que así generaría más ventas.

Tabla 22

2. ¿Cuenta su negocio con un servicio de cobranzas?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
si	19	35%
no	34	63%
no responde	1	2%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

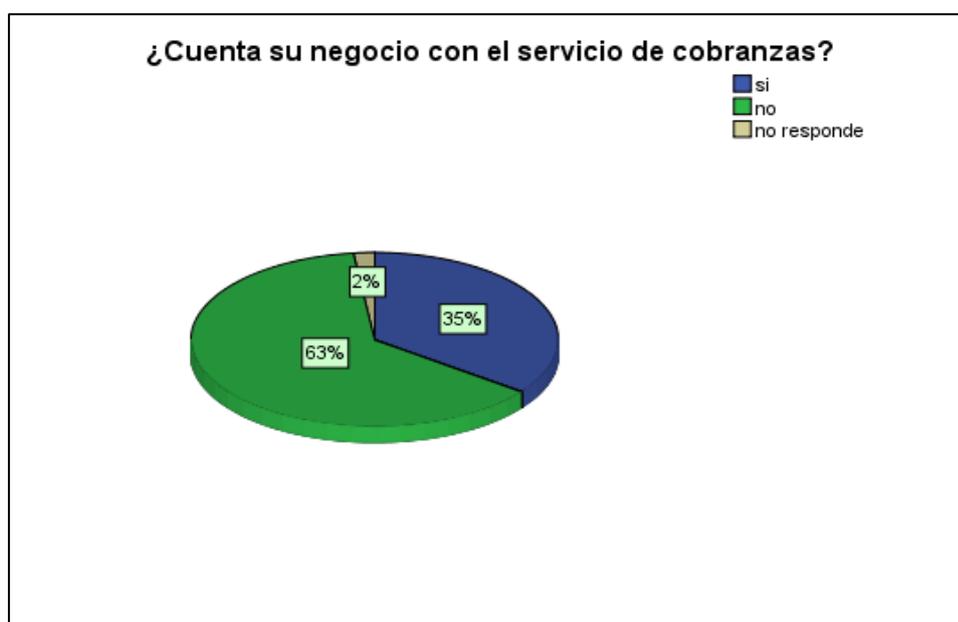


Figura 12 Pregunta #2
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

La mayoría de los negocios comerciales del Cantón Cajabamba, no cuentan con un servicio de cobranzas esto es un equivalente del 63% con el riesgo que las casas comerciales no se percatan de que a corto o largo plazo les ocasionaría problemas en la recuperación de capital de trabajo así observamos que es más

factible la implementación de una empresa dedicada a la recuperación de cartera , por otro lado existe una minoría de negocios comerciales que poseen un departamento de cobranzas equivalente a un 35 % pero estos no son realizados en forma rápida y oportuna dándonos a conocer que podrían ser futuros clientes.

Tabla 23

3. Si su respuesta en el numeral 2 es SI está de acuerdo con el servicio brindado y precio que le ofrece?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
Si	7	13%
No	12	22%
No responde	35	65%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

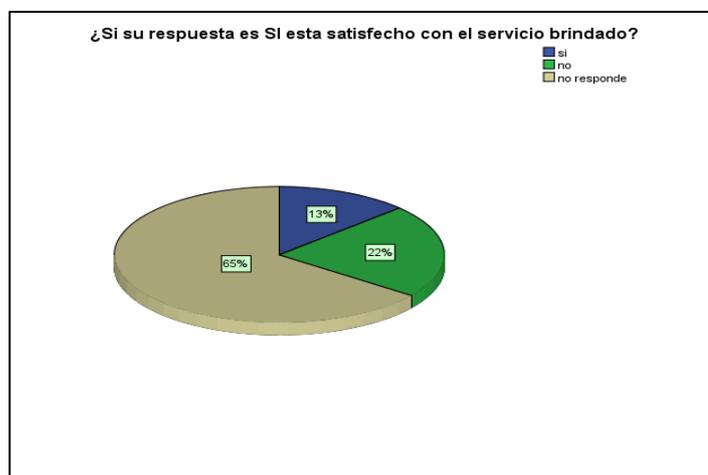


Figura 13 Pregunta #3
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

En la gráfica se observa en los datos obtenidos que el 13% si están de acuerdo con el servicio y el 22% no están de acuerdo quienes podrían ser a futuro nuestros clientes y un 57% no responde ya que no cuenta con el servicio de cobranzas.

Tabla 24

4. ¿Qué variables considera para la selección del sujeto de crédito?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
Ingresos	43	80%
Patrimonio	4	7%
Central de riesgos	5	9%
Otros	1	2%
No responde	1	2%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo



Figura 14 Pregunta #4
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

Los negocios encuestados han asegurado sus ventas a crédito o sus cuentas por cobrar, mediante la exigencia de algunos requisitos, observamos en la gráfica que el de los ingresos es el de mayor aceptación con un 80% es decir esto nos ayuda a clasificar una base de datos de los clientes por sus ingresos y tener una mejor efectividad en el momento del cobro.

Tabla 25

5. ¿Qué garantías solicita para otorgar los créditos?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
Cheques	2	4%
letra de cambios	36	67%
otros	4	7%
no responde	12	22%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

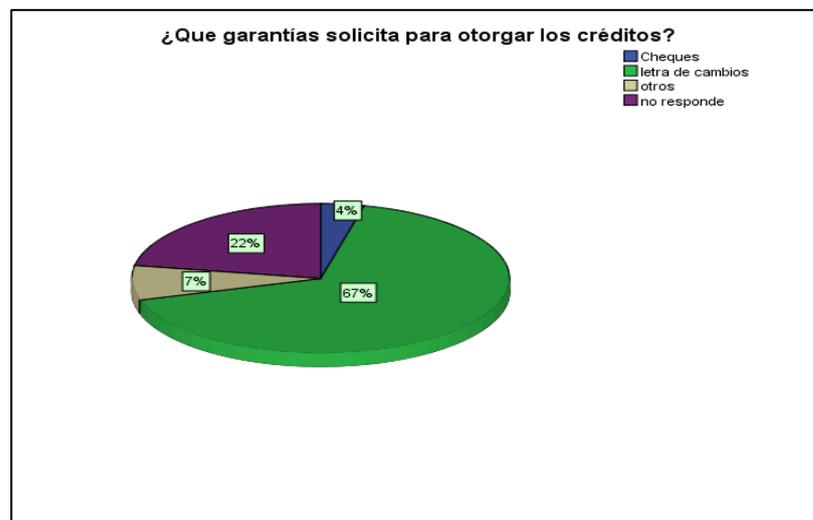


Figura 15 Pregunta # 5
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

Los negocios comerciales para otorgar créditos requieren como garantías letras cambio, cheques; siendo la más utilizada la letra de cambio con un porcentaje del 67%. El 22% de encuestados no responde ya que otorga sus créditos a personas conocidas o clientes frecuentes que ya les han otorgado créditos anteriores. Estos nos favorecen para especificar una base de datos para poder trabajar.

Tabla 26

6. ¿Cuál es el plazo de crédito que otorga al cliente?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
1mes	1	2%
2 meses	5	9%
3meses	18	33%
6meses	18	33%
1 año en adelante	12	22%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

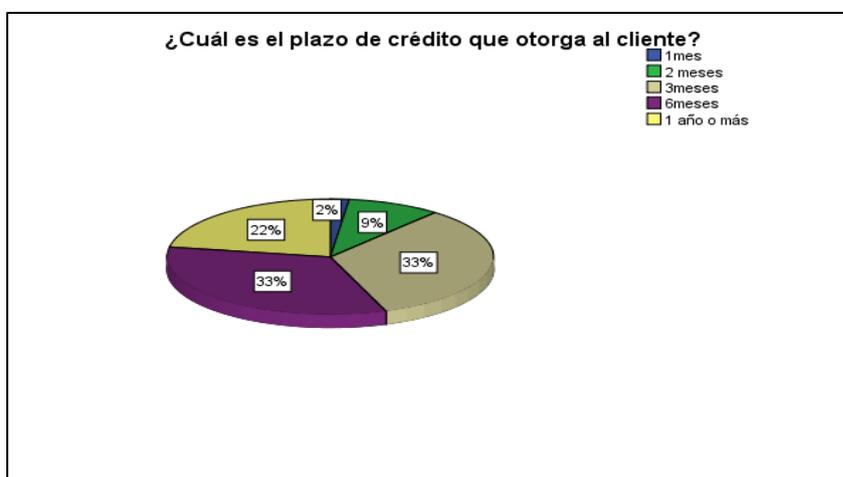


Figura 16 Pregunta #6
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

De los datos obtenidos, el de mayor aceptación es 6 meses con un 33% esto de igual manera nos ayuda a caracterizar la base de datos y así distribuir la cartera vencida de una mejor manera.

Tabla 27

7. ¿Si tiene Cartera vencida, indique el tiempo en que está en mora?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
0-90 días	9	17%
91-180 días	42	78%
181 en adelante	3	6%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo



Figura 17 Pregunta # 7
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

La respuesta a esta pregunta refleja que la mayor parte de la cartera vencida que es entre 91-180 días equivalente al 78% no se logra recuperar el dinero en el tiempo. Estos resultados son favorables para así poder brindar el servicio.

Tabla 28

8. ¿Le interesa que una Empresa Especializada maneje su cartera vencida?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
Si	48	89%
No	6	11%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

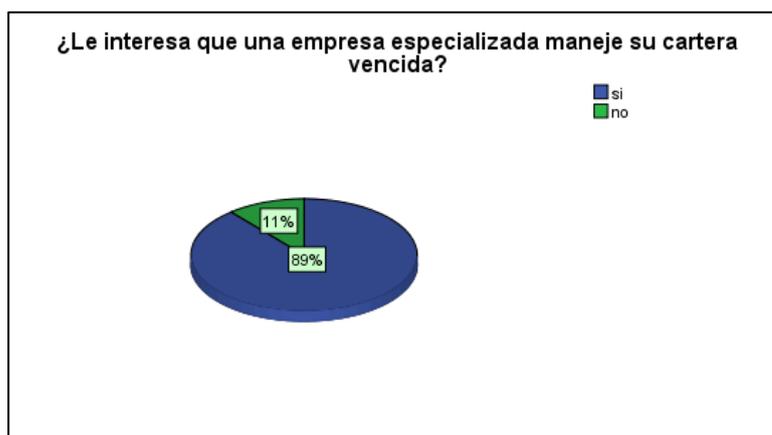


Figura 18 Pregunta #8
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

Se demuestra con los resultados obtenidos que el 89% de negocios comerciales encuestados si estarían dispuestos a contratar a una empresa especializada en recuperación de cartera; siempre que la empresa garantice eficiencia, capacidad y óptimos resultados para el cobro de cartera vencida.

Tabla 29

9. ¿Qué porcentaje de su cartera vencida está dispuesto a pagar a la Empresa especializada en recuperación de crédito?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
3% < 4 meses	26	48%
5% de 4 a 8 meses	28	52%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

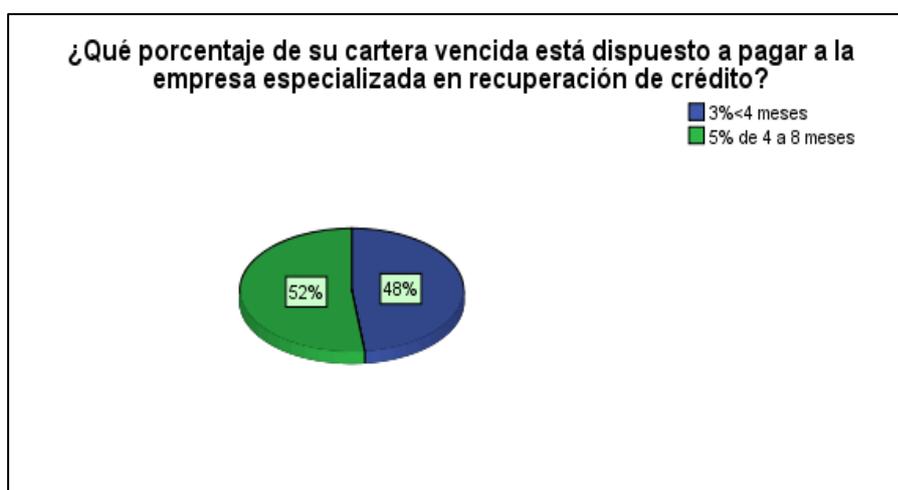


Figura 19 Pregunta #9
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

En forma general el 48% de los encuestados estarían dispuestos a cancelar una comisión del 3%. El 52% de los encuestados aceptaría realizar el pago de una comisión del 5%. El porcentaje de comisión variará en función de la morosidad de la cartera vencida.

Tabla 30

10.- ¿Su cartera vencida se encuentra entre?

Detalle	Número De Encuestados	Porcentaje
5000 a 10000	19	36%
10001 a 25000	30	55%
25001 en adelante	5	9%
Total	54	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

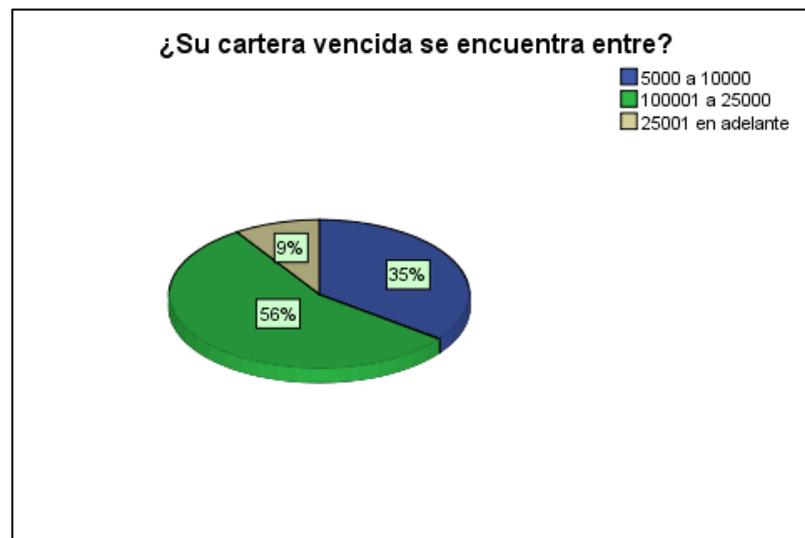


Figura 20 Pregunta #10
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

Se demuestra con los resultados obtenidos que el 56% de negocios comerciales tiene su cartera vencida de 10001 a 250000 y el 35% es de 5000 a 10000 y un 9% de 25001 en adelante, esto nos da a conocer que las casas comerciales otorgan créditos lo cual es muy factible para la creación de la empresa dedicada a recuperación de cartera vencida.

3.02 Oferta

De la observación y análisis realizado en el Cantón de Cajabamba de la Provincia Chimborazo, no existe directamente una empresa que brinde el servicio de recuperación de cartera vencida es decir la oferta permite definir y medir las cantidades o condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio las cuales tienden a variar en relación directa con el precio por ejemplo si el precio baja la oferta baja y aumenta si el precio sube.

3.02.01 Oferta actual

Podemos definir la oferta como las cantidades que los vendedores están dispuestos a ofrecer a los distintos precios.

3.02.01.01 Factores para determinar la Oferta

- Los precios del servicio prestado por la competencia
- La tecnología implementada y el conocimiento de su recurso humano.

3.03 Demanda

3.03.01 Demanda Actual

La demanda, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que solicitan o se desea en un determinado mercado a un precio específico y para satisfacer necesidades.

Tabla 31

Demanda actual

Aceptación			
Población	*	Porcentaje de aceptación	
54	*	89,00%	
=		48,06	
Frecuencia			
Habitante	*	Mayor porcentaje de frecuencia	* años
48,06	*	78,00%	* 2
=		74,97	
Precio			
74,97	*	875,03	
		65604,15	
Demanda Actual			

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

3.03.02 Demanda proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada se utilizará la tasa de crecimiento del sector financiero de 1,48%

Tabla 32

Demanda proyectada

Calculo De La Demanda Proyectada			
Años	Demanda actual	Tasa de crecimiento DEL SECTOR	Demanda proyectada
2015	\$ 65.604,15	1	\$ 65.604,15
2016	\$ 65.604,15	1,0480	\$ 68.753,15
2017	\$ 68.753,15	1,0480	\$ 72.053,30
2018	\$ 72.053,30	1,0480	\$ 75.511,86
2019	\$ 75.511,86	1,0480	\$ 79.136,43
2020	\$ 79.136,43	1,0480	\$ 82.934,98

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

3.04 Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que en un número de productores o prestadores de servicios están dedicados a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

3.04.01 Oferta Actual

Tabla 33

Oferta Actual

OFERTA ACTUAL			
Años	Demanda	Porcentaje de la competencia	Oferta
2014	\$ 65.604,15	0,13	\$ 8.528,54

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

3.04.02 Oferta proyectada

Para la realización de la proyección de la oferta, se toma el porcentaje positivo de la muestra que está satisfecha con los productos que ofrece la competencia, el cual fue del 13%.

Tabla 34

Oferta proyectada

Calculo De La Oferta Proyectada			
Años	Demanda Proyectada	Tasa De Aceptación	Oferta Proyectada
2016	\$ 68.753,15	0,13	\$ 8.937,91
2017	\$ 72.053,30	0,13	\$ 9.366,93
2018	\$ 75.511,86	0,13	\$ 9.816,54
2019	\$ 79.136,43	0,13	\$ 10.287,74
2020	\$ 82.934,98	0,13	\$ 10.781,55

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

3.04 Balance de la oferta y la demanda

3.04.01 Balance Actual

Luego de haber establecido la oferta y la demanda se debe determinar la demanda insatisfecha existente en el mercado, la cual se obtiene restando la demanda con la oferta

Tabla 35

Balance Actual

Demanda Insatisfecha Actual			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	\$ 65.604,15	\$ 8.528,54	\$ 57.075,61

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

3.04.02 Balance Proyectado

Está determinada por la diferencia entre la demanda y la oferta.

Tabla 36

Balance Proyectado

Proyección De La Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2016	\$ 68.753,15	\$ 8.937,91	\$ 59.815,24
2017	\$ 72.053,30	\$ 9.366,93	\$ 62.686,37
2018	\$ 75.511,86	\$ 9.816,54	\$ 65.695,32
2019	\$ 79.136,43	\$ 10.287,74	\$ 68.848,69
2020	\$ 82.934,98	\$ 10.781,55	\$ 72.153,43

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ximena Churo

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizarán elementos relacionados con el servicio y el proceso que se desea crear, con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo viable.

Se analizará el tamaño óptimo de la planta y el número de consumidores que se tendrá para minimizar errores a futuro.

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

Es el espacio físico de una empresa o a la capacidad instalada de servicio de la misma unida con parámetros dependiendo del lugar, disponibilidad de insumos, asesores capacitados, el financiamiento y tecnología.

El tamaño de este presente proyecto es de 80 m² él cuenta con las siguientes áreas:

Tabla 37

Tamaño de proyecto

Departamentos	N° metros
Gerencia	12
Departamento Financiero	8
Departamento administrativo	8
Call center	18
Caja	10
Servicio al cliente	12
Baños	7
Bodega	5
Total	80m2

Fuente: Tamaño de proyecto
Elaborado por: Ximena Churo

4.01.01 Capacidad Instalada

Está relacionada con las inversiones realizadas esto depende de los bienes de capital que la empresa posee y determina para entregar el servicio en el momento solicitado.

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

Factores:

- La cantidad que se desea producir o brindar un servicio
- La intensidad en el uso de la mano de obra que se quiera adoptar
- La cantidad de turnos de trabajo
- La optimización física de la distribución del equipo de trabajo para generar buen manejo de atención al cliente

- La capacidad individual de cada asesor que interviene en el proceso de asesoramiento a las empresas casas comerciales.
- El servicio de recuperación de cartera vencida está directamente racionado con el recurso humano – cliente, así obteniendo la garantía y calidad que permitirá el reconocimiento de “RECOVERY SPECISLISTS PORTFOLIO R.S.P.”

4.01.02 Capacidad Óptima

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.

Uno de los métodos que nos permite determinar capacidad óptima de producción es el método de Escalación, el cual considera la capacidad de los equipos disponibles en el mercado y con esto analiza las ventajas y desventajas de trabajar un cierto número de turnos de trabajo y horas extras. También considera los días que trabajan en el año y si el proceso productivo o de servicio puede detenerse en cualquier momento sin perjuicio del mismo o de los costos operacionales.

Cuando se desconoce la disponibilidad del capital para invertir este método es muy útil , recordemos que la capacidad de producción o de servicio en una planta se relaciona directamente con la inversión realizada y la demanda de que posea la planta , aunque la tecnología seleccionada permita la ampliación de la capacidad productiva en tramos fijos, en otras ocasiones la tecnología puede impedir el crecimientos paulatino de

la capacidad , cuando se completa la capacidad de uso de una planta en relación con los requerimientos del mercado, podrán presentarse distintas opciones que deberán ser evaluadas económicamente.

Factores:

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto , el tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda , no sería recomendable llevar acabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso.

Suministros e insumos

Los artículos suficientes en cantidad y calidad de materia prima es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto, en caso de que los materiales no se totalmente seguro se recomienda buscar en el extranjero dicha provisión, cambiar la tecnología, en caso de ser posible abandonar el proyecto.

La Tecnología y los equipos

El tamaño también está en función del mercado de maquinaria y equipo, porque el número de unidades que pretende producir el proyecto depende de la disponibilidad y existencia de activos de capital. En muchos casos el tamaño se define por la capacidad estándar de los equipos y maquinaria existentes, entonces el proyecto debe fijar su tamaño de acuerdo con las especificaciones técnicas de la maquinaria.

En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables.

El financiamiento

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejará escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital (Antonio,2012, pg. 136)

4.02 Localización

Este elemento consiste en identificar el lugar para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

La selección de la localización en el proyecto se define en dos ámbitos el de la macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de la micro localización, que determina el lugar específico dentro de la zona donde se instalara el proyecto.

4.02.01 Macro – localización

Lugar del Territorio Nacional donde sus características sean las adecuadas y el servicio de recuperación de cartera vencida tenga aceptación por parte de los consumidores.

Esta empresa estará ubicada en:

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Ciudad: Riobamba

Cantón: Cajabamba

Macro localización

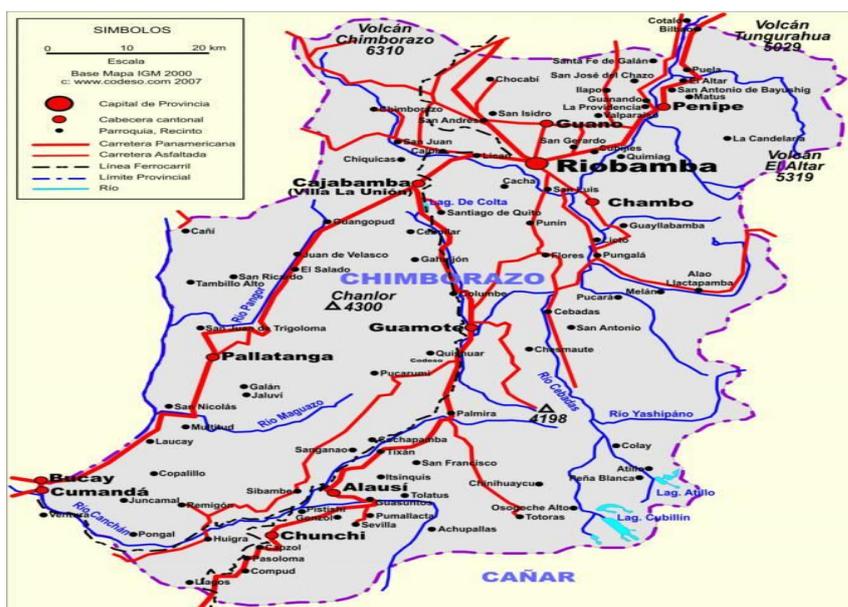


Figura 21 Macro localización
Fuente: Macro Localización
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Se ha establecido en la Provincia de Chimborazo por su área productiva ya que se encuentran un sin número de pequeños negocios que otorgan créditos y está en desarrollo el Cantón de Cajabamba.

4.02.02 Micro-localización

El presente proyecto está ubicado entre las calles Miguel Zambrano OE-86 y calle Juan Bernardo de León .



Figura 22 Micro localización
Fuente: Micro Localización
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

4.02.03 Localización Óptima

Es aquella zona óptima para la ubicación de un proyecto, en donde se encuentra la mayor parte de clientes y proveedores cerca de la empresa al iniciar la actividad comercial.

La localización óptima del proyecto es en base al crecimiento de negocios en esta caso de casas comerciales, el sitio en donde se plasmará el negocio es de localización óptima porque se ubica cerca del cliente y también de los proveedores. Estará ubicado en el sector norte de la ciudad donde las actividades humanas sobre los factores de producción y servicio son de gran importancia para mejorar la calidad de vida de la población.

4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO

La prestación de los servicios de recuperación de cartera vencida de casas comerciales es un proceso que no requiere de muchos equipos tecnológicos, pues su manejo es sencillo y puede realizarse con talento humano preparado y capacitado.

4.03.01 Definición del servicio

Estará estructurada con personal administrativo y operativo en el servicio de recuperación de cartera en el Cantón de Cajabamba, sus objetivos, políticas, estrategias ayudarán que las actividades sean más eficientes y mediante la retroalimentación con capacitación relacionada al tema a los integrantes de la microempresa, negocios, y deudores que permitirán fortalecer las labores de la empresa.

4.03.02 Distribución de la planta

Depende del tipo de empresa y sus necesidades, buscando obtener el mayor beneficio en sus actividades diarias, en este proyecto se establece una distribución de oficina considerando la importancia de la administración con relación a las otras áreas de las instalaciones.

Tabla N°37 Razones de Cercanía

Razones de Cercanía	
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Figura 23 Razones de Cercanía
Fuente: Razones de Cercanía
Elaborado por: Ximena Churo

Tabla N°38 Código de cercanía

Código de cercanía	
1	Procesos
2	Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Por Higiene

Figura 24 Código de Cercanía
Fuente: Código de Cercanía
Elaborado por: Ximena Churo

MATRIZ TRIANGULAR

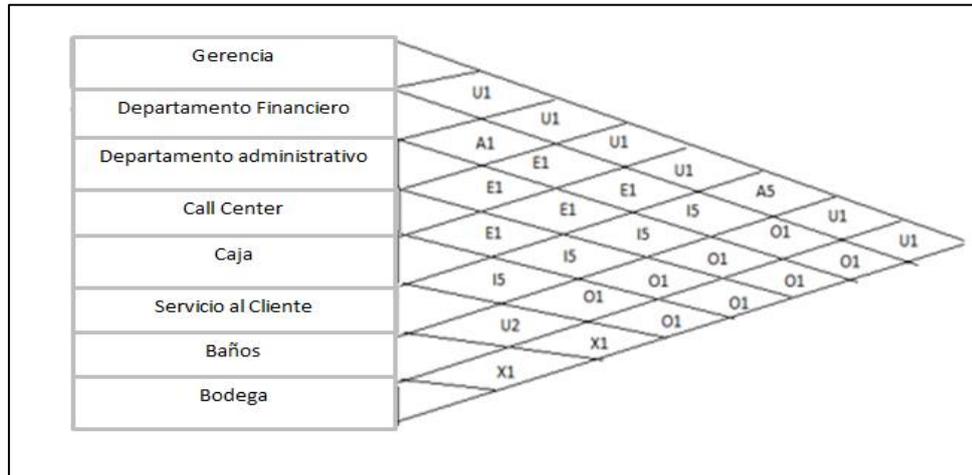


Figura 25 Matriz Triangular
Fuente: Micro Localización
Elaborado por: Ximena Churo

La matriz triangular contiene las razones de cercanía que existen entre un área y otra y cuán importante es que estén adjuntas las áreas para que el proceso productivo sea más eficiente y eficaz.

Gerencia $3 \times 4 \text{ m}^2 = 12 \text{ m}^2$



Figura 26 Distribución de la Planta
Fuente: Micro Localización
Elaborado por: Ximena Churo

Gerencia.- es donde el gerente va a dirigir, organizar y controlar las funciones de la empresa siendo el núcleo principal de la empresa "RECOVERY SPECISLISTS PORTFOLIO R.S.P."

Departamento Financiero $4 \times 4 \text{ m}^2 = 8\text{m}^2$

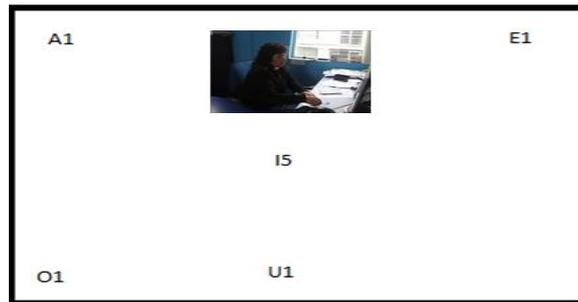


Figura 27 Distribución de la planta
Fuente: Micro Localización
Elaborado por: Ximena Churo

Departamento Financiero.-en esta área trabajarán las personas encargadas de todos los movimientos financieros de la empresa.

Departamento Administrativo $4 \times 4 \text{ m}^2 = 8 \text{ m}^2$

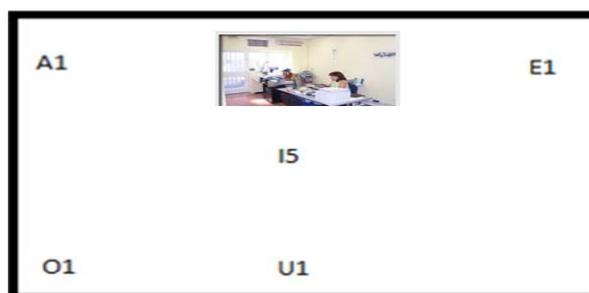


Figura 28 Distribución de la planta
Elaborado por: Ximena Churo

Departamento Administrativo.-en este departamento trabajarán los asesores jurídicos- abogados para el proceso judicial llevando una administración, control y recuperación de cartera vencida

Call Center $6 \times 3 \text{ m}^2 = 18 \text{ m}^2$

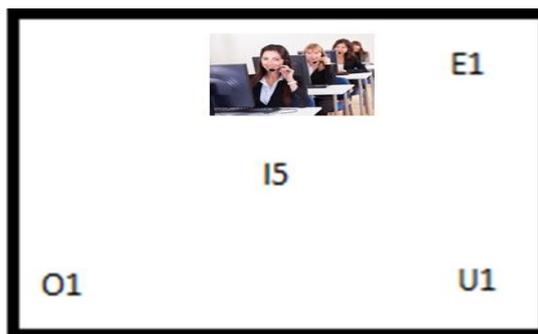


Figura N° 22 Distribución de la planta
Elaborado por: Ximena Churo

Call Center.-se contará con dos personas para esta área del call center para las llamadas tanto inbound y outbound

Caja $2 \times 5 \text{ m}^2 = 10 \text{ m}^2$

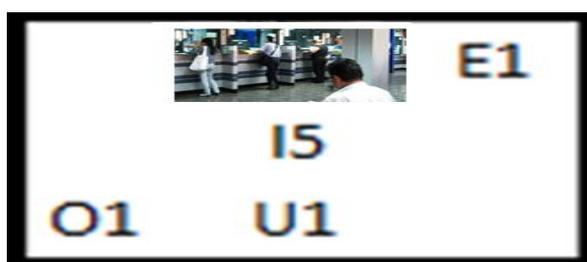


Figura 29 Distribución de la planta
Elaborado por: Ximena Churo

Caja.-esta destinada al pago directo de las cuentas por cobrar, se habilitará una sola caja.

Servicio al cliente $4 \times 3 \text{ m}^2 = 12 \text{ m}^2$

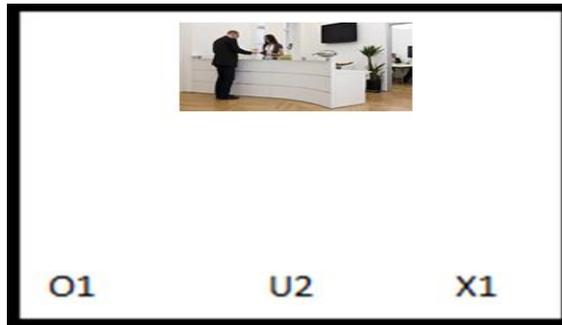


Figura 30 Distribución de la planta
Elaborado por: Ximena Churo

Servicio al cliente.-lugar donde la secretaria dará atención a clientes e información general. Sala de espera, categorizada especialmente importante ya que en este lugar el cliente tiene el primer contacto con las instalaciones de la empresa.

Baños $3,5 \times 2 = 7 \text{ m}^2$

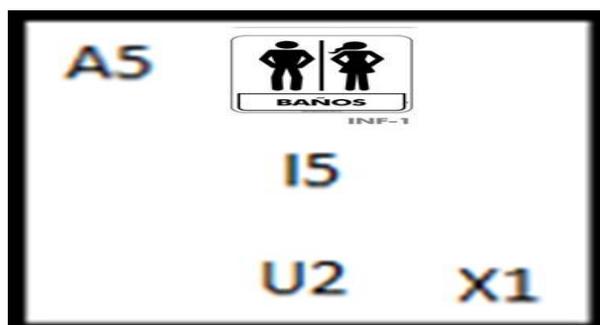


Figura 31 Distribución de la planta
Elaborado por: Ximena Churo

Baños.-Lugar adaptado solo para personal de la empresa.

Bodega-Archivo $2.5 \times 2 \text{ m}^2 = 5 \text{ m}^2$



Figura 32 Distribución de la planta
Elaborado por: Ximena Churo

Bodega-Archivo.-almacenamiento de recursos como suministros de limpieza, oficina entre otros su manejo dirigido por las secretaria según las actividades, su relación del archivo es importante ya que se encuentra toda la documentación de la empresa para tener respaldos de las mismas para confianza y seguridad de los clientes.

4.03.02.01 Esquema de distribución de la planta



Figura 33 Distribución de la planta
Elaborado por: Ximena Churo

4.03.03 Proceso de servicio

El servicio que prestamos es la gestión y recuperación de cartera vencida que se detalla a continuación:

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.



Figura 34 Proceso de Cobranzas
Elaborado por: Ximena Churo

- **Cobranza Preventiva.-** se trata de un seguimiento hacia toda la cartera vencida de los clientes, el mismo que está conformado por llamadas telefónicas, envío de emails, SMS, por personal calificado con el fin de recordar las facturas de pago. El objetivo es recordar el vencimiento de la obligación, obteniendo un compromiso de pago o a su vez fijando una fecha alternativa de pago.
- **Cobranza Administrativa.-** Se continúa con este proceso al no tener respuesta positiva una vez que se realizó la cobranza preventiva, y se iniciará con este proceso por medio de cartas, llamadas, y visitas al deudor en su domicilio particular o laboral que permitan llegar algún tipo de acuerdo de pago.

- **Cobranza Extrajudicial.-** Esta cobranza se presenta cuando existe controversia entre las partes, más que todo porque el deudor no presenta ningún tipo de respuesta al pago de las facturas vencidas, entonces interviene el abogado exigiendo el pago, y se determina si se la lleva el caso ante juzgados o sino darlo por terminado ante “un buen arreglo”.
- **Cobranza Judicial.-** Una vez agotadas las instancias de cobro antes mencionadas y no obtener el pago por parte del deudor, se inicia con la cobranza judicial, donde el abogado hace uso de la fuerza pública y tramita el Juicio Ejecutivo Mercantil, en el cual la primera medida que se toma es el embargo precautorio en el cual realizan un seguimiento de los bienes que permitan garantizar el cumplimiento de la obligación contraída.

4.03.04 DESCRIPCION DEL CUADRO DE ACTIVOS

Tabla 38

Cuadro de activos fijos

Descripción	N° de unidades	Precio unitario	Total
Equipo de oficina			
Copiadora-impresora	2	570	1140
Getset	2	130	260
Teléfonos inalámbricos	5	50	250
Total			1650
Equipo de computación			
Computador doul core i5	6	786.67	4720
Total			4720
Muebles y enseres			
Mesas de oficina	7	135	945
Muebles de pared	4	210	840
División modulares	4	85	340
Sillones bipersonales	4	115	460
Archivador	2	200	400
Sillas giratorias	7	85	595
Total			3580
Útiles de oficina			
Calculadora	4	80	320
Portapapeles	5	30	150
Caja de esferos	1	5	5
Caja de lápices	1	5	5
Resma de papel	15	5	75
Caja de resaltadores	1	4	4
Grapadoras	4	2	8
Perforadoras	3	2	6
Paquetes de carpetas	10	10	100
Otros útiles de oficina			30
Total			703
Total	79	1593	5673

Fuente: Activos Fijos

Elaborado por: Ximena Churo

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es la sistematización contable , financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico del “ estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la recuperación de cartera vencida de casas comerciales en el Cantón de Cajabamba” este estudio facilita la verificación de los resultados que generará el proyecto , liquidez para cumplir con sus obligaciones y los presupuestos: venta de servicio, inversión que consta en el estudio técnico, costos operativos y gastos. Con esto se decidirá si este proyecto de servicio de cobranzas para la recuperación de cartera es viable.

5.01 Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa, es importante tener en cuenta el porqué de los ingresos ya que por lo general son obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa. (Urbina,2006,pg.247)

5.01.01 Ingresos por ventas

Para la determinación del ingreso por ventas de servicios de cobranza, se estableció el volumen y el precio de venta obteniendo del estudio de mercado, en lo referente a la demanda potencial a satisfacer.

Tabla 39

Ingresos

Descripción	Ventas			
	Valores A Cobrar	Comisión	Mensual	Anual
Cobranza a deudores de 1 a 90 días	\$ 25.000,00	3%	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Cobranza a deudores de 91 a 180 días	\$ 30.000,00	5%	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Cobranza a deudores de 181 en adelante	\$ 35.000,00	10%	\$ 3.500,00	\$ 42.000,00
Total			\$ 5.750,00	\$ 69.000,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 40

Ingresos proyectados

Años	Ingreso Actual	Tasa de Crecimiento del Sector	Ingreso Proyectado
2015 (año base)	\$ 69.000,00	1	\$ 69.000,00
2016	\$ 69.000,00	1,041	\$ 71.829,00
2017	\$ 71.829,00	1,041	\$ 74.773,99
2018	\$ 74.773,99	1,041	\$ 77.839,72
2019	\$ 77.839,72	1,041	\$ 81.031,15
2020	\$ 81.031,15	1,041	\$ 84.353,43

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

5.02 Costos

Los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

5.02.01 Costos Directos

Son aquellos que tienen relación directa con la elaboración del servicio.

5.02.01.01 Mano de obra directa

La microempresa de cobranza requiere de un abogado, dos operadores de call center para la atención del servicio de recuperación de cartera vencida en los diferentes departamentos de cobranzas

Tabla 41

Mano de obra directa

CONCEPTO	SUELDO MENSUA L	APORTE PERSONA L	10mo CUART O	10mo TERCER O	F. RESERV A	TOTAL MENSUA L	TOTAL ANUAL
asesor jurídico	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 41,67	\$ 565,58	\$ 6.787,00
Operador 1	\$ 354,00	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 409,05	\$ 4.908,56
Operador 2	\$ 354,00	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 480,21	\$ 5.762,56
subtotal	\$ 1.208,00	\$ 114,16	\$ 100,67	\$ 88,50	\$ 100,67	\$ 1.454,84	\$ 17.458,13
Total MOD						\$ 1.454,84	\$ 17.458,13

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

5.02.02 Costo Indirecto

Son todos los costos que no intervienen directamente en la transformación del producto, pero aportan indirectamente.

5.02.02.01 Costos indirectos de fabricación

Tabla 42

Servicios básicos

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Luz	\$ 40,00	\$ 480,00
Internet	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Teléfono	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL	\$ 115,00	\$ 2.820,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

5.02.03 Gastos administrativos

Son aquellos desembolsos que se usan para cubrir obligaciones o actividades que pertenecen a las operaciones o que se relacionan con ventas, funcionamiento o ejecución.

Tabla 43

Gastos sueldo administrativo

Concepto	Sueldo	Aporte	10mo	10mo	F.	Total	Total
	Mensual	Personal	Cuarto	Tercero	Reserva	Mensual	Anual
Gerente	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 41,67	\$ 565,58	\$ 6.787,00
Secretaria	\$ 354,00	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 409,05	\$ 4.908,56
Cajera	\$ 354,00	\$ 33,45	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 409,05	\$ 4.908,56
subtotal	\$ 1.208,00	\$ 114,16	\$ 100,67	\$ 88,50	\$ 100,67	\$ 1.383,68	\$ 16.604,13
Total						\$ 1.383,68	\$ 16.604,13

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 44

Otros gastos administrativos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Servicios Básicos	\$ 40,00	\$ 480,00
TOTAL	\$ 40,00	\$ 480,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 45

Material de aseo

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
Desinfectantes	2	\$ 1,90	\$ 3,80	\$ 45,60
papel higiénico	12	\$ 0,35	\$ 4,20	\$ 50,40
Jabón líquido	3	\$ 0,85	2,55	\$ 30,60
Ambientador	2	\$ 1,50	\$ 6,00	\$ 72,00
Total		\$ 4,60	\$ 16,55	\$ 198,60

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 46

Gasto arriendo

Concepto	Costo mensual	Costo Anual
Arriendo	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Total	\$ 400,00	\$ 4.800,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 47

Suministros de Oficina

Concepto	Cantidad	Costo	Costo mensual	Costo anual
Calculadora	1	15	15	180
Caja de esferos	1	2,35	2,35	28,2
Caja de lápices	1	1,75	1,75	21
Resma de papel	5	3	15	180
Caja de resaltadores	1	2,85	2,85	34,2
Perforadoras	1	2	2	24
Paquetes de Carpetas	3	2,87	8,61	103,32
Total		29,82	47,56	570,72

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

5.02.03 Gastos de ventas

Son todos los gastos que tienen relación directa con la promoción, realización y desarrollo de las ventas.

Tabla 48

Gastos de publicidad

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Radio	35	420
Total	\$ 240,00	\$ 420,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

5.02.04 Proyección de Costos y Gastos

Se realizará la proyección de costos y gastos, para los 5 años, que es el tiempo de duración estándar del proyecto.

Tabla 49

Proyección de costos operativos

Descripción	Inflación	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
Costo personal	1,0376	\$ 17.458,13	\$ 18.114,55	\$ 18.795,66	\$ 19.502,38	\$ 20.235,67	\$ 20.996,53
Servicios Básicos	1,0376	\$ 2.820,00	\$ 2.926,03	\$ 3.036,05	\$ 3.150,21	\$ 3.268,65	\$ 3.391,56
Materiales de aseo	1,0376	\$ 1.932,00	\$ 2.004,64	\$ 2.080,02	\$ 2.158,23	\$ 2.239,38	\$ 2.323,58
Total		\$ 22.210,13	\$ 23.045,23	\$ 23.911,73	\$ 24.810,81	\$ 25.743,70	\$ 26.711,66

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 50

Proyección de gastos administrativos

Descripción	Inflación	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos Administrativos	1,0376	\$ 16.604,13	\$ 17.228,44	\$ 17.876,23	\$ 18.548,38	\$ 19.245,80	\$ 19.969,44
Otros Gastos	1,0376	\$ 480,00	\$ 498,05	\$ 516,77	\$ 536,21	\$ 556,37	\$ 577,29
Gasto arriendo	1,0376	\$ 4.800,00	\$ 4.980,48	\$ 5.167,75	\$ 5.362,05	\$ 5.563,67	\$ 5.772,86
Suministros de Oficina	1,0376	\$ 570,72	\$ 592,18	\$ 614,45	\$ 637,55	\$ 661,52	\$ 686,39
Material de aseo	1,0376	\$ 198,60	\$ 206,07	\$ 213,82	\$ 221,85	\$ 230,20	\$ 238,85
Total proyección de g. Administrativos		\$ 22.653,45	\$ 23.505,22	\$ 24.389,01	\$ 25.306,04	\$ 26.257,55	\$ 27.244,83

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 51

Proyección de gastos de ventas

Descripción	Inflación	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos publicidad	1,0376	\$ 420,00	\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13
Total		\$ 420,00	\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

5.02.05 Costos Financieros

Costos fijos y variables

Estos costos son valores que se desembolsarán ya sea para fines administrativos o comerciales.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 52

Proyección de costos anuales

Concepto	2015 (Año Base)	2016	2017	2018	2019	2020
Costos Fijos						
Depreciación	\$ 2.016,00	\$ 2.016,00	\$ 2.017,00	\$ 2.018,00	\$ 2.019,00	\$ 2.020,00
Amortización de la Inversión Diferida	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Gasto Administrativo	\$ 22.653,45	\$ 23.505,2	\$ 24.389,0	\$ 25.306,0	\$ 26.257,5	\$ 27.244,8
Costo operativo	\$ 22.210,13	\$ 23.045,2	\$ 23.911,7	\$ 24.810,8	\$ 25.743,7	\$ 26.711,6
Total Costos Fijos	\$ 47.079,58	\$ 48.766,4	\$ 50.517,7	\$ 52.334,8	\$ 54.220,2	\$ 56.176,4
Costos Variables						
Gasto venta	\$ 420,00	\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13
Total Costos Variables	\$ 420,00	\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13
Total Costos Fijos y Variables anuales	\$ 47.499,58	\$ 49.202,2	\$ 50.969,9	\$ 52.804,0	\$ 54.707,0	\$ 56.681,6

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

5.02 Inversiones

La inversión es el recurso necesario en un proyecto que incluye el capital inicial con el fin de empezar sus actividades, para recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia.

5.02.01 Inversión fija

La inversión fija es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, se llama fija por que el proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que se perjudique la empresa. Estos recursos son maquinaria, equipo muebles, vehículos, edificios, entre otros.(Bosch,2006,pg.59)

5.02.01.01 Activos Fijos

El activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa, es llamado fijo por que la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.(Urbina, 2006,pg.43)

5.02.01.02 Activos Nominales

Es el conjunto de bienes intangibles de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, Son aquellas inversiones que son utilizadas para la documentación de los requisitos de constitución, permisos de funcionamiento.

5.02.02 Capital de trabajo

Se refiere al capital del trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, es el capital adicional, con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. El capital del trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que estas generan.(Urbina,2006,pg.167)

Tabla 53

Inversiones

Concepto	Uso de fondo	Recurso Propio	Recurso Financiados
Activos Fijos			
Vehículo	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 0,00
Equipo de oficina	\$ 2.353,00	\$ 1.000,00	\$ 1.353,00
Equipo de computación	\$ 4.720,00	\$ 400,00	\$ 4.320,00
Muebles y enseres	\$ 3.580,00	\$ 700,00	\$ 2.880,00
Total de activos fijos	\$ 24.653,00	\$ 16.100,00	\$ 8.553,00
Activos Diferidos			
Gastos de constitución	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 0,00
Total de activos diferidos	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ -
Capital de Trabajo			
Costos de Producción	\$ 5.750,00	\$ 5.750,00	\$ -
Gasto Administrativo	\$ 1.887,79	\$ 1.887,79	\$ -
Gasto de Ventas	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ -
Total capital de Trabajo	\$ 7.672,79	\$ 7.672,79	\$ 8.553,00
Total de Inversión	\$ 33.325,79	\$ 24.772,79	\$ 8.553,00
Participación	100,00%	74,34%	25,66%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

La inversión total será de \$32729,24 de la cual el 73,87% provendrá de recursos propios, mientras que el 26,13% será financiado a través de un préstamo.

5.02.03 Fuente de financiamiento y uso de fondos

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir sus necesidades económicas.

5.02.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Tabla 54

Tabla de amortización

MONTO	\$ 8.553,00				
INTERES	11,28%				
PLAZO	2 AÑOS				
PERIODOS	4				
Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	\$ 8.553,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 8.553,00
1	\$ 8.553,00	\$ 26,80	\$ 377,69	\$ 350,89	\$ 8.202,11
2	\$ 8.202,11	\$ 25,70	\$ 377,69	\$ 351,99	\$ 7.850,12
3	\$ 7.850,12	\$ 24,60	\$ 377,69	\$ 353,09	\$ 7.497,03
4	\$ 7.497,03	\$ 23,49	\$ 377,69	\$ 354,20	\$ 7.142,83
5	\$ 7.142,83	\$ 22,38	\$ 377,69	\$ 355,31	\$ 6.787,53
6	\$ 6.787,53	\$ 21,27	\$ 377,69	\$ 356,42	\$ 6.431,11
7	\$ 6.431,11	\$ 20,15	\$ 377,69	\$ 357,54	\$ 6.073,57
8	\$ 6.073,57	\$ 19,03	\$ 377,69	\$ 358,66	\$ 5.714,91
9	\$ 5.714,91	\$ 17,91	\$ 377,69	\$ 359,78	\$ 5.355,13
10	\$ 5.355,13	\$ 16,78	\$ 377,69	\$ 360,91	\$ 4.994,22
11	\$ 4.994,22	\$ 15,65	\$ 377,69	\$ 362,04	\$ 4.632,18
12	\$ 4.632,18	\$ 14,51	\$ 377,69	\$ 363,17	\$ 4.269,01
13	\$ 4.269,01	\$ 13,38	\$ 377,69	\$ 364,31	\$ 3.904,69
14	\$ 3.904,69	\$ 12,23	\$ 377,69	\$ 365,45	\$ 3.539,24
15	\$ 3.539,24	\$ 11,09	\$ 377,69	\$ 366,60	\$ 3.172,64
16	\$ 3.172,64	\$ 9,94	\$ 377,69	\$ 367,75	\$ 2.804,89
17	\$ 2.804,89	\$ 8,79	\$ 377,69	\$ 368,90	\$ 2.436,00
18	\$ 2.436,00	\$ 7,63	\$ 377,69	\$ 370,06	\$ 2.065,94
19	\$ 2.065,94	\$ 6,47	\$ 377,69	\$ 371,22	\$ 1.694,72
20	\$ 1.694,72	\$ 5,31	\$ 377,69	\$ 372,38	\$ 1.322,35
21	\$ 1.322,35	\$ 4,14	\$ 377,69	\$ 373,54	\$ 948,80
22	\$ 948,80	\$ 2,97	\$ 377,69	\$ 374,72	\$ 574,09
23	\$ 574,09	\$ 1,80	\$ 377,69	\$ 375,89	\$ 198,20
24	\$ 198,20	\$ 0,62	\$ 377,69	\$ 377,07	-
CUOTA DE PAGO		\$ 377,69			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Tabla 55

Amortización del diferido

Concepto	Valor	Vida Útil Del Proyecto	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Total amortización del diferido			\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

5.02.05 Depreciación (tabla de depreciación)

Hace referencia al valor que pierden los bienes con su uso.

Tabla 56

Depreciaciones

Descripción	Valor	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	\$ 14.000,00	5	\$ 2.800,00	2800	2800	2800	2800
Muebles y Enseres	\$ 3.580,00	5	\$ 716,00	\$ 716,00	\$ 716,00	\$ 716,00	\$ 716,00
Equipos de Oficina	\$ 2.353,00	5	\$ 470,60	\$ 470,60	\$ 470,60	\$ 470,60	\$ 470,60
Equipos de Computación	\$ 4.720,00	3	\$ 1.573,33	\$ 1.573,33	\$ 1.573,33	-	-
Total Depreciaciones			\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 3.986,60	\$ 3.986,60

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

5.02.6 Estado de Situación Inicial

Tabla 57

Estado de Situación Inicial

RECOVERY SPECIALISTS PORTFOLIO ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
	\$		
CAJA BANCOS	7.672,79	CUENTAS POR PAGAR	
		DOCUMENTOS POR PAGAR	
		TOTAL PASIVO CORRIENTE	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 7.672,79	PASIVO A LARGO PLAZO	
ACTIVO NO CORRIENTE		PRÉSTAMOS L/P	\$ 8.553,00
		TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 8.553,00
		TOTAL PASIVO	\$ 8.553,00
VEHICULO	\$ 14.000,00	PATRIMONIO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.580,00	CAPITAL	\$ 24.772,79
EQUIPO DE OFICINA	\$ 2.353,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 24.772,79
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 4.720,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 24.653,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 33.325,79
OTROS ACTIVOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.000,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 1.000,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 33.325,79		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

5.02.06 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El estado de resultados proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo, y la utilidad neta, que son el beneficio real de la operación de la planta, con los cuales se realiza la evaluación financiera.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 58

Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA RECOVERY SPECIALISTS PORTFOLIO CIA						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DE 2016-2020						
DESCRIPCIÓN	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	\$ 69.000,00	\$ 71.829,00	\$ 74.773,90	\$ 77.839,70	\$ 81.031,10	\$ 84.353,40
(-) Costo operativo	\$ 0	\$ 23.045,20	\$ 23.911,70	\$ 24.810,80	\$ 25.743,70	\$ 26.711,60
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 48.783,70	\$ 50.862,20	\$ 53.028,90	\$ 55.287,40	\$ 57.641,70	\$ 57.641,70
(-) Gastos Administrativos	\$ 23.505,20	\$ 24.389,00	\$ 25.306,00	\$ 26.257,50	\$ 27.244,80	\$ 27.244,80
(-) Gastos de Ventas	\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13	\$ 505,13
(-) Depreciaciones	\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 3.986,60	\$ 3.986,60	\$ 3.986,60
(-) Amortizaciones del diferido	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 19.082,80	\$ 20.261,10	\$ 21.493,70	\$ 24.356,40	\$ 25.705,20	\$ 25.705,20
(-) Gastos Financieros	\$ 482,39	\$ 361,79	\$ 241,19	\$ 120,60	\$ 0	\$ 0
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 18.600,40	\$ 19.899,30	\$ 21.252,50	\$ 24.235,80	\$ 25.705,20	\$ 25.705,20
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 2.790,07	\$ 2.984,90	\$ 3.187,88	\$ 3.635,38	\$ 3.855,78	\$ 3.855,78
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.810,30	\$ 16.914,40	\$ 18.064,60	\$ 20.600,50	\$ 21.849,40	\$ 21.849,40
(-) 22% impuesto a la renta	\$ 3.478,28	\$ 3.721,18	\$ 3.974,23	\$ 4.532,11	\$ 4.806,87	\$ 4.806,87
(=) UTILIDAD NETA	\$ 12.332,00	\$ 13.193,20	\$ 14.090,40	\$ 16.068,30	\$ 17.042,50	\$ 17.042,50

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

5.02.08 Flujo Caja Proyectada

Este permite determinar los fondos disponibles de efectivo que cubren el costo del proyecto.

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Tabla 59

Flujo Caja Proyectada

EMPRESA RECOVERY SPECIALISTS PORTFOLIO						
Descripción	DEL 2016 AL 2020					
	2015 año base	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	\$ 69.000,00	\$ 71.829,00	\$ 74.773,99	\$ 77.839,72	\$ 81.031,15	\$ 84.353,43
- Costos Operativos		\$ 21.551,08	\$ 22.361,41	\$ 23.202,19	\$ 24.074,60	\$ 24.979,80
= Utilidad bruta en ventas		\$ 50.277,92	\$ 52.412,58	\$ 54.637,53	\$ 56.956,55	\$ 59.373,63
- Gastos administrativos		\$ 23.505,22	\$ 24.389,01	\$ 25.306,04	\$ 26.257,55	\$ 27.244,83
- Gastos de venta		\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13
- Depreciaciones		\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 3.986,60	\$ 3.986,60
- Amortizaciones		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
= Utilidad operacional		\$ 20.576,97	\$ 21.811,46	\$ 23.102,37	\$ 26.025,59	\$ 27.437,07
± Otros gastos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Gasto financiero		\$ 482,39	\$ 361,79	\$ 241,19	\$ 120,60	\$ -
= Utilidad antes de participaciones		\$ 20.094,58	\$ 21.449,67	\$ 22.861,18	\$ 25.904,99	\$ 27.437,07
- 15 % participación trabajadores		\$ 3.014,19	\$ 3.217,45	\$ 3.429,18	\$ 3.885,75	\$ 4.115,56
= Utilidad antes de impuestos		\$ 17.080,40	\$ 18.232,22	\$ 19.432,00	\$ 22.019,24	\$ 23.321,51
- 22 % Impuesto a la renta		\$ 3.757,69	\$ 4.011,09	\$ 4.275,04	\$ 4.844,23	\$ 5.130,73
= Utilidad neta del ejercicio		\$ 13.322,71	\$ 14.221,13	\$ 15.156,96	\$ 17.175,01	\$ 18.190,78
+ Depreciaciones		\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 5.559,93	\$ 3.986,60	\$ 3.986,60
+ Amortizaciones		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
- (Amortización Deuda) (Compra de Activo Fijo)		\$ (3.920,88)	\$ (4.447,82)	\$ -	\$ -	\$ -
- Inversión	(\$ 33.325,79)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ (7.672,79)					
Deuda	\$ 8.553,00					
Depósito de Garantía	\$ 1.000,00					\$ 1.000,00
Valor de Desecho						\$ -
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	\$(31.445,57)	\$ 15.161,76	\$ 15.533,24	\$ 20.916,90	\$ 21.361,61	\$ 23.377,38

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

5.03 Evaluación

La evaluación financiera es una investigación profunda de la información de los flujos de fondos y los riesgos existentes, dicho estudio nos va a permitir determinar una rentabilidad, demostrando que la propuesta será económicamente viable.

5.03.01 Tasa de Descuento

Al referirse a la tasa de descuento asegura que esta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más las tasa pasiva, que publica el Banco Central del Ecuador.(Guevara ,2014,pg.68)

Tabla 60

Tasa de Descuento (TMAR)

CONCEPTO	PORCENTAJE
Tasa Activa	11,28%
(+) Tasa Pasiva	4,10%
TMAR	15,38%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Ximena Churo

5.03.02 Cálculo del Valor Presente Neto (VAN)

Señala que el valor presente neto, o valor actual neto: es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Esto equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para. Producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento tiempo cero. (Urbina, 2006, pg.57)

Tabla 61

Calculo del VAN

TMAR O TASA DE DESCUENTO	15,38%
INVERSION	\$ 33.325,79
AÑO 2016	\$ 14.171,14
AÑO 2017	\$ 14.505,38
AÑO 2018	\$ 19.850,38
AÑO 2019	\$ 20.254,99
AÑO 2020	\$ 22.229,16
VAN	\$ 79.500,29

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Análisis: el cálculo del valor actual neto en el proyecto es de \$72.948,78 de una inversión de \$32.729,24 por lo que el indicador es aceptable.

5.03.04 Cálculo de la Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Es aquella que hace que el VAN sea igual a cero, es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Tabla 62

Tasa interna de rendimiento

INVERSION	(\$ 33.325,79)
AÑO 2016	\$ 14.171,14
AÑO 2017	\$ 14.505,38
AÑO 2018	\$ 19.850,38
AÑO 2019	\$ 20.254,99
AÑO 2020	\$ 22.229,16
TIR	41%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Análisis: Los resultados obtenidos arrojan una TIR del 41% lo cual determina que el proyecto es rentable, de acuerdo a los criterios de decisión. Debe ser por los menos el doble de la TMAR.

5.03.05 Período de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión determina el tiempo en años, meses y días en el que el valor invertido será recuperado.

Tabla 63

Calculo del periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Años	Flujos Actuales	Factor De Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
2016	\$ 14.171,14	\$ 0,87	\$ 12.187,18	\$ 12.187,18
2017	\$ 14.505,38	\$ 0,74	\$ 10.733,98	\$ 22.921,16
2018	\$ 19.850,38	\$ 0,64	\$ 12.704,25	\$ 35.625,41
2019	\$ 20.254,99	\$ 0,55	\$ 11.140,25	
2020	\$ 22.229,16	\$ 0,48	\$ 10.669,99	
PRI = 3 años 2 meses 12 días				

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

El tiempo en el que se recuperará la inversión será de 3 años, 2 meses, y 12 días, lo que indica que el proyecto es rentable.

5.03.06 Relación Costo Beneficio (RC/B)

Mide la relación entre costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido.

Tabla 64

Relación costo beneficio (RC/B)

AÑOS	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS
2016	\$ 12.187,18
2017	\$ 10.733,98
2018	\$ 12.704,25
2019	\$ 11.140,25
2020	\$ 10.669,99
TOTAL	\$ 57.435,65
Inversión	\$ 33.580,13
RC/B	1,71

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Análisis:

Se puede observar que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se obtiene \$0,71 ctvs. De ganancia, que da la certeza de que mediante la aplicación de un proceso de cobranza la empresa recuperara la cartera vencida e incrementaran los fondos de la empresa lo cual es un excelente indicador de la rentabilidad del proyecto.

5.03.06 Punto de Equilibrio

Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son iguales a los costos fijos y los variables, se considera una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, los costos variables y los beneficios, y de esta forma poder calcular con facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir pérdidas.

Tabla 65

Punto de equilibrio en dólares

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Costos fijos						
Costo operativo	\$ 2.820,00	\$ 2.926,03	\$ 3.036,05	\$ 3.150,21	\$ 3.268,65	\$ 3.391,56
Gastos administrativos	\$ 22.653,45	\$ 23.505,22	\$ 24.389,01	\$ 25.306,04	\$ 26.257,55	\$ 27.244,83
Amortización	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Depreciación	\$ 2.016,00	\$ 2.016,00	\$ 2.017,00	\$ 2.018,00	\$ 2.019,00	\$ 2.020,00
total costo fijo	\$ 27.689,45	\$ 28.647,25	\$ 29.642,06	\$ 30.674,25	\$ 31.745,20	\$ 32.856,39
Costos variables						
Gato ventas	\$ 420,00	\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13
Total costo variable	\$ 420,00	\$ 435,79	\$ 452,18	\$ 469,18	\$ 486,82	\$ 505,13
ventas	\$ 69.000,00	\$ 71.829,00	\$ 74.773,99	\$ 77.839,72	\$ 81.031,15	\$ 84.353,43
Punto de equilibrio	\$ 27.859,02	\$ 28.822,12	\$ 29.822,41	\$ 30.860,26	\$ 31.937,07	\$ 33.054,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Ximena Churo

Punto de Equilibrio en unidades

Para sacar las unidades que deberé vender, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$pe = \frac{\text{costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variables} / \text{ventas})}$$

Costos fijos = \$ 27.689,45

Costos Variables = \$ 420,00

Ventas = \$ 69.000,00

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

\$ 27.689,45

1-

(420,00/69.000,00)

27859,02467

5.03.07 Análisis de Índices Financieros

Dice que estas técnicas no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relaciona de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.(Urbina,2006,pg.39)

Razones de apalancamiento

Mide el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios.

Razones de Endeudamiento

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de una deuda.

Razón de endeudamiento= Total Pasivo / Total Activo

\$ 8.553,00

\$ 33.325,79

0,26

26%

Análisis:

El grado de endeudamiento del activo total con deuda es del 26% , el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Razón del Apalancamiento Externo

Mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos de los propietarios.

Razón de Apalancamiento Externo = Pasivo Total/ Total Patrimonio

\$ 8.553,00
\$ 24.772,79
0,35
35%

Análisis:

La relación entre el endeudamiento y los fondos propios es del 35%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

Razón de Apalancamiento Interno

Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado de terceros.

Razón de Apalancamiento Interno = Total Patrimonio /Pasivo Total

\$ 24.772,79
\$ 8.553,00
\$ 2,90

Análisis:

Por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto \$ 2,90 dólares.

Razones de actividad o de Gerencia

Miden la efectividad de la actividad empresarial, las razones de actividad a calcular son: rotación del activo fijo y del activo total.

Rotación del Activo Fijo

Este indicador mide la relación existente entre el monto de los ingresos y el de la inversión en activos fijos.

Rotación del Activo Fijo=Ventas/(Activo Fijo)

\$ 69.000,00

\$ 24.653,00

2,80

Análisis:

La rotación del proyecto es de \$ 2,80 dólares lo que indicaría que la empresa está generando ingresos equivalentes a \$2,80 dólares, es decir casi 4 veces la inversión en activos fijos.

Rotación del Activo Total

Mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total.

Rotación del Activo Total=Ventas/(Activo Total)

\$ 69.000,00

\$ 33.325,79

2,07

Análisis:

La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 3 veces la inversión de activo total.

Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles.

Margen de Utilidad Neta

Este indicador mide el porcentaje que les queda a los propietarios

$$\begin{aligned} \text{Margen de Utilidad Neta} &= (\text{Utilidad Neta}) / \\ \text{Ventas} & \\ & \$ 12.332,09 \\ & \$ 69.000,00 \\ & 0,18 \end{aligned}$$

Análisis:

El porcentaje que les queda a los propietarios por operar la empresa es del 18% ,es un porcentaje aceptable pero no das la certeza que es factible el proyecto.

Rendimiento sobre Activos ROA

Este indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión

ROA=(Utilidad Neta)/(Total de Activos)

\$ 12.332,09
\$ 33.325,79
0,37
37%

Análisis:

El porcentaje de rendimiento que les queda a los propietarios por la inversión realizada es del 37% , está dentro de los parámetros el cual es muy factible para el funcionamiento de la misma.

Rendimiento sobre Patrimonio ROE

ROE = Utilidad Neta / Patrimonio

\$ 12.332,09
\$ 24.772,79
0,50
50%

Análisis:

El porcentaje que les queda a los propietarios como patrimonio dentro de la empresa es del 50% es un porcentaje que está dentro de los parámetros adecuados.

Rendimiento sobre la inversión

ROI = Utilidad Neta / Inversión

\$ 12.332,09
\$ 33.325,79
37%

Análisis:

El porcentaje que les queda a los propietarios por la inversión realizada es del 37% el cual es un porcentaje aceptable para la aplicación del proyecto.

Capítulo VI

6. Análisis de impacto

6.01 Impacto Ambiental

Es el efecto causado por las acciones de los hombres sobre el ambiente, puede ser favorable o desfavorable para un ecosistema.

Las diversas actividades humanas y especialmente los sectores productivos han hecho uso indiscriminado de las bondades que ofrece el entorno natural y sus recursos, sin consideración de control para su adecuada protección y conservación.

Al ser una empresa de servicios de recuperación de cartera vecindad y sabiendo que todos los que trabajamos en el sistema económico ya sea en la producción de bienes o servicios afectamos al ambiente nuestro compromiso es que la afectación sea mínima se realizará la clasificación de los desechos de papel vidrio y plástico.

6.02 Impacto Económico

El impacto económico del proyecto al crear de una empresa dedicada a la recuperación de cartera vecindad, su principal fuente de creación será generar empleo que permite el crecimiento económico de un país.

El impacto económico de la empresa se puede valorar considerando su contribución a la producción (PIB) ,al empleo , a la renta nacional, las inversiones , al desarrollo rural, a la participación económica de las mujeres que les permitirá a obtener ingresos para el país.

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo puede verse como un cambio en el resultado de un proceso ya sea producto o servicio, este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida del personal que lo ejecutan, es decir se realizarían cambios en el servicio brindado mejorando tiempos de respuesta y administración en procesos.

6.04 Impacto Social

El impacto social está relacionado con sus actividades de responsabilidad social, es una forma de gestión empresarial que fomenta su aportación positivo a la sociedad, minimizando el impacto negativo sobre las personas, clientes, empleados y medio

ambiente como consecuencia puede ayudar a fomentar el emprendimiento y el autoempleo como una alternativa profesional .

El proyecto trata de algo fundamental para la sociedad porque al brindar un servicio de recuperación de cartera vecindad para casas comerciales ayuda a incrementar créditos en ventas y promover el desarrollo de comercio de las mismas así obteniendo ingresos a su cantón y provincia.

Capítulo VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

El proyecto creación de una microempresa de servicios de recuperación de cartera vencida de casas comerciales en el Cantón de Cajabamba, es viable en todas sus etapas, siendo factible su implementación puesto que permite recuperar la inversión inicial, generando utilidades para sus dueños y empleados.

La decisión administrativa tendrá bien definido los procesos, para proveer de una buena atención al cliente, permitiendo así el fortalecimiento de la microempresa recaudadora.

El resultado del estudio financiero es totalmente favorable para la creación de la microempresa recaudadora, pues en su evaluación financiera todos sus indicadores son positivos.

Las casas comerciales del cantón de Cajabamba mantienen como una estrategia las ventas a crédito, sin embargo en su estructura administrativa no existen

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

áreas de cobranza y recurren a los mecanismos técnicos para lograr la recuperación de sus cuentas por cobrar, que garantizan su permanencia en el tiempo.

7.02 Recomendaciones

Se recomienda la ejecución del presente proyecto, puesto que se determinó su factibilidad a través del estudio de mercado técnico, organizacional y financiero.

Incentivar y capacitar al grupo humano que colaborará en la propuesta, ayudará con el majeo adecuado del negocio, bajo leyes y reglamentos que se encuentren en vigencia y con una buena atención al cliente.

Una vez ejecutado el proyecto y después de recuperada la inversión se recomienda a futuro, ampliar la capacidad del proyecto considerando que existe una eminente demanda a satisfacer.

Incorporar herramientas técnicas de cobro en los negocios del Cantón de Cajabamba, para disminuir los riesgos de recuperación e incrementar los capitales de trabajo y su rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

Alberto Acosta, D. G. (2005). *El otro riesgo país: Indicadores y Desarrollo en la economía*. Montevideo: ABYA-YALA.

Baena, D. (2009). ESTADISTICA. En B. David, *ESTADISTICA* (pág. 56). España: Edrug.

Barbara, S. (2006). Financiamiento para el desarrollo. En S. Barbara, *América Latina desde una perspectiva comparada* (págs. 43-81). Santiago de Chile: The Brooking.

Cabrera, C. J. (2005). *Introducción a los indicadores económicos y sociales*. México: UNAM.

Camino, J. R. (2008). *Dirección de Marketing : Fundamentos y aplicaciones*. España: ESIC EDITORIAL.

José, & Gregorio, R. (2007). *Macroeconomía. Teoría y p*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Juan, A. T. (2007). Logística Integral. En J. J. Tejero, *La gestión operativa de la empresa* (pág. 291). Madrid: ESIC.

Luis, O. S. (2001). *El Dinero : La Teoría, La política y las instituciones*. España: UNAM.

Navarro Marque, M. (2007). *Técnicas de crédito y cobranza*. México: Sonora.

Olazaran, M., & Otero, B. (2012). *PYMES INDUSTRIALES Y SISTEMA DE INNOVACION*. Navarra: OmniaScience.

Pamies, D. S. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelizacion del cliente*. España: Esic EDITORIAL.

Paul, K. (2006). *Macroeconomía: introduccion a la economía*. Barcelona: REVERTÉ. S.A.

Rivero, S. (2012). Comportamiento Empresarial. En R. Sofia, *Comportamiento Empresarial* (pág. 58). Mexico: ALEGSA.

Soto, O. L. (2001). *El Dinero* . España: UNAM.

Karen Acevedo-Edna Ariza Programa de Ingeniería Industrial.

JÁCOME, Walter, V Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación.

PÁEZ Robert N. (2008) en su obra Desarrollo de la Mentalidad Empresarial manifiesta:

GARCIA Julio Y CASANUEVA Cristóbal, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial". - MARCELO NARANJO

JOSELITO N. 2005 contabilidad de costos, bancaria y gubernamental. -

SALAS HILDA MARIA (2006) enfoque de crecimiento empresarial.

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Anexo 1

INSCRIPCIÓN EN LA CAMARA DE COMERCIO

CAMARA DE COMERCIO			
Fundada el 10 de Septiembre de 1932			
García Moreno y Chile (esquina) Teléfax: 2-970181			
R. U. C. 0992161809001			
CAJABAMBA - ECUADOR			
Recibo Oficial de Caja			Nº 0235
Fecha: _____			
Recibí de: _____			
CONCEPTO			VALOR
QUOTAS ORDINARIAS			
QUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NÚ.	BANCO	CTA. CIE.	VALOR
TOTAL \$.			
NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de los pagos.			
_____ (F) Atmido		 _____ (F) Recaudador	

Fuente: Cámara de comercio

Elaborado por: Cámara de comercio Cantón Cajabamba

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Anexo 2

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

Nº 0005612


MUNICIPIO DE CAJABAMBA

Cajabamba _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

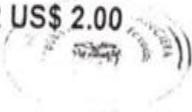
Clasificado como de _____ Categoría _____

De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__

VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA
FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero Municipal

Fuente: Municipio del Cantón Cajabamba

Elaborado por: Municipio del Cantón Cajabamba

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Anexo 3

CANCELACIÓN DE PATENTE

PATENTE
De Comerciantes, Industriales y otras
Actividades que se ejerzan en el Cantón

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Régimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a _____
Propiedad de _____ Cédula No.: _____
Situado en la calle _____

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la usura.

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 2004

Registro No.: _____
Nº 0005612

VALOR US\$ 2.00

MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCIÓN FINANCIERA
FINANCIERÍA AUTORIZADA
Director Financiero

Fuente: Municipio del Cantón Cajabamba

Elaborado por: Municipio del Cantón Cajabamba

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Anexo 4

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE MSP

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD
DITO. EMISION DE PERMISOS

Cuyoquil, a 20 de Marzo de 2004 PERMISO : 6591

La Dirección Provincial de Salud del Cuzco de conformidad con el Decreto ejecutivo No 811 Oficial N. 173 del 20 de Abril/99 y reformado decreto 4811 R04276 del 5 Oct/2008, concede

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
POR EL AÑO 2004

Nombre o Razon Social :
Tipo :
Propietario : Código... :
Dirección : Categoría :
Parroquia : Cantón :
Localidad : R.U.C. :
No. Cedula : Cód. Int. :
Taxe : Rolaxes :
Aren # ... :
Causaprob. 459...

[Firma]
DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD

Nota. : Este permiso deberá ser colocado en un lugar visible para procesos de control.

Fuente: Ministerio de Salud Pública

Elaborado por: Ministerio de Salud Pública

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Anexo 5

PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

CUERPO DE BOMBEROS
RUC. 0968513910001

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. :
FECHA:
AÑO :
RUC :
NOMBRE:
DIRECCIÓN:
ACTIVIDAD:

TASA :
TÍTULO :
RECARGO :
TOTAL :

CATEGORIA: PRIMERA

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en el lugar visible y presentado cuando fuera requerido.

Abnegación y Disciplina
JEFE DE PREVENCIÓN

SECRETARÍA
19 MAR 2004
19/03/2004 02:10:37 PM
SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

SECRETARÍA

Fuente: Cuerpo de Bomberos
Elaborado por: Cuerpo de Bomberos

APOYAR AL DESARROLLO DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.

Anexo 6

ESPECIE A CANCELAR

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00 Nº 0005625



MUNICIPIO DE MILAGRO

Declaración Individual del Impuesto del 1.8 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 152 del R. O. No. 662 de Enero 1994.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que Corresponde la Declaración

Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del 2004

Espacio Reservado para el Municipio de Milagro

Número de la Declaración: _____

IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres	04 Cédula Identidad
05 Lugar de nacimiento	06 Fecha de nacimiento	07 Nacionalidad	08 Sexo (M: 17 F: 18)
09 Domicilio Ciudad	10 Calle	11 No.	12 Pisos
13 Telefonos	14 Códigos	15 Actividades Económicas	16 Título Profesional

IMPUESTOS A LOS CAPITALES

Capital	Valor	Impuesto Básico	Rocargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03 \$	04
Ajeno	05	06	07 = 5 ANN 2004	08
Otros	09	10	11 = 7% de 13 \$	12
Total	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por omisión o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas en este formulario son verdaderas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
		Milagro, _____

Fuente: Municipio del Cantón Cajabamba
Elaborado por: Municipio del Cantón Cajabamba

APOYAR AL DESARROLLÓ DEL CANTÓN DE CAJABAMBA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARTA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA RECUPERACIÓN DE CARTERA VENCIDA DE LAS CASAS COMERCIALES EN LA DE PROVINCIA CHIMBORAZO 2015.