

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

"Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de factoraje financiero dirigida a las pymes de la Ciudad de Loja"

Tesis previa a optar el grado de Ingeniera en Banca y Finanzas

AUTORA:

Karina Michelle Torres Sánchez

DIRECTOR:

Ing. Jorge Vallejo M.A.E

Loja- Ecuador 2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Com.

Jorge B. Vallejo Ramírez., M.A.E

DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE BANCA Y FINANZAS Y DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el trabajo de tesis titulado: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE FACTORAJE FINANCIERO DIRIGIDA A LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LOJA", desarrollado por la postulante KARINA MICHELLE TORRES SÁNCHEZ previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Banca y Finanzas, ha sido realizado bajo mi dirección, control y supervisión, cumpliendo los requerimientos establecidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja por lo que autorizo su presentación para que sea calificado por un tribunal.

Loja, Octubre del 2016.

ING. JORGE B. VALLEJO RAMÍREZ M.A.E
DIRECTOR DE TESIS

1 Baanaceur

AUTORÍA

Yo KARINA MICHELLE TORRES SÁNCHEZ, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional - Biblioteca Virtual.

AUTORA: Karina Michelle Torres Sánchez.

FIRMA:

CEDULA: 0922971007

FECHA: Loja, Octubre del 2016.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Karina Michelle Torres Sánchez, declaro ser autora de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE FACTORAJE FINANCIERO DIRIGIDA A LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar al grado de INGENIERA EN BANCA Y FINANZAS: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinticinco días del mes de Octubre del dos mil dieciséis, firma la autora:

Firms.

Autora: Karina Michelle Torres Sánchez.

(KARTAL MASS

Cédula: 0922971007

Dirección: Loja. Época, Calle Israel y Alemania.

Correo Electrónico: k-arinita1594@hotmail.es

Celular: 0990043878- 072107371

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Jorge B. Vallejo Ramírez M.A.E

Tribunal de Grado

Presidente: Ing. Yolanda Campoverde Bustamante., M.A.E

Vocal: Econ. Lenin Peláez Moreno, MGP.
Vocal: Ing. Maritza Peña Vélez, Mg. Sc.

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a Dios por iluminarme y guiarme en el transcurso de toda

mi vida.

A mis padres, que son la razón para superarme día a día, han sabido guiarme y formarme

por el sendero del bien dándome ejemplos dignos de superación y entrega, y que han

estado siempre a mi lado con cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante

y culminar ésta etapa en mi vida.

A mis hermanos y mi sobrino Maty, por estar siempre a mi lado fomentando en mí el deseo

de superación y éxito en la vida.

A toda mi familia que siempre me ha acompañado en las aspiraciones de mi vida, y

especialmente a mi abuelita que fue un digno ejemplo de nobleza, humildad, trabajo y

superación; a todos ellos por compartir conmigo la satisfacción de alcanzar una meta más

en mi vida profesional.

Karina Michelle

v

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero dar gracias a Dios por protegerme, guiarme y bendecirme para llegar hasta éste punto de mi vida.

Además, dejo plasmada la constancia de mi agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional de Loja, por brindarme la oportunidad de aprender y consolidar mis conocimientos en la carrera que siempre fue mí anhelo titularme.

Agradezco a la Carrera de Banca y Finanzas, y a todos los docentes quienes con su desinteresada colaboración e invalorables enseñanzas supieron sembrar en mí sus conocimientos y ejemplos, que servirán para mi futuro profesional.

De manera particular, quiero extender mi sincero agradecimiento al Ing. Com. Jorge Vallejo Ramírez M.A.E quien, con su acertada dirección y asesoría contribuyó al desarrollo y culminación de la presente tesis.

Además, quiero agradecer a mis padres, hermanos y familia por estar siempre apoyándome y dándome fuerzas a lo largo de toda mi carrera profesional, y que, sin duda alguna, lo seguirán haciendo en el trayecto de mi vida.

La autora

a. TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION

DE UNA EMPRESA DE FACTORAJE FINANCIERO

DIRIGIDA A LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LOJA"

b. RESUMEN

El presente trabajo de tesis tiene como objetivo general determinar la factibilidad de una empresa de factoraje financiero dirigida a las pymes de la ciudad de Loja a través de una serie de estudios relacionados entre sí.

Con éste trabajo se demuestra la viabilidad de una forma distinta de financiamiento, a través de una entidad que brinde un servicio financiero ofreciendo liquidez y financiamiento mediante un contrato por el que la empresa usuaria encomienda el cobro de sus créditos a dicha entidad de factoraje, lo cual permitirá a la empresa usuaria enfocarse en los aspectos productivos y comerciales de su actividad económica.

Para llegar a la meta planteada se ha utilizado algunos métodos como el científico que permitió desarrollar la revisión de literatura, el método estadístico a través del cual se determinó la muestra para la aplicación de encuestas, el método analítico utilizado para establecer factores determinantes del proyecto y analizar todo lo que encierra el estudio y la evaluación financiera, mediante el método deductivo se plasmaron aseveraciones y generalizaciones basadas en los objetivos del trabajo investigativo y, por último, se redactó con la ayuda del método sintético el informe final, incluyendo conclusiones y recomendaciones.

Una vez delimitado el propósito de la investigación, se procedió a la recopilación de información de campo mediante la aplicación de encuestas a las pymes de la ciudad para efectuar el estudio de mercado y delimitar quienes serán las empresas usuarias del servicio financiero. Mediante el estudio técnico se hace referencia al proceso necesario para brindar el servicio, su ubicación y demás datos técnicos. Posteriormente, se desarrolló el estudio administrativo- legal, enfocado principalmente en los aspectos legales de la entidad donde intervienen tanto propietarios como empleados. A continuación, se detalla el estudio económico para determinar la inversión total, fijar costos, ingresos, financiamiento y rentabilidad de la empresa, para luego determinar los flujos de caja y así utilizar las herramientas de evaluación financiera como valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio- costo, período de recuperación de capital y análisis de sensibilidad.

Los resultados de los estudios realizados reafirman la factibilidad de la empresa de factoraje financiero para las pymes en la ciudad de Loja, contribuyendo así al desarrollo empresarial de la ciudad de Loja.

SUMMARY

This thesis has the general objective to determine the feasibility of a financial factoring company aimed at SMEs in the city of Loja through a series of studies.

With this work the feasibility of a different way of financing is demonstrated, through an entity that provides a financial service providing liquidity and funding through a contract whereby the user undertaking entrusted the collection of their credits such entity factoring, which allow the user enterprise focusing on production and trade aspects of economic activity.

To reach the target set has been used some methods such as the scientist who enabled the development of the literature review, the statistical method through which the sample for the survey application was determined, the analytical method used to establish determinants of the project and analyze everything your study and financial evaluation, the deductive method assertions and generalizations based on the objectives of the research work were reflected and, finally, was drafted with the help of the synthetic method the final report including conclusions and recommendations.

Once the purpose of the investigation delimited, proceeded to the collection of field data by applying surveys to SMEs in the city to carry out market research and define who will be the users of the financial service companies. Through technical study it referred to the process necessary to provide the service, location and other technical data. Subsequently, the administrative-legal study focused primarily on the legal aspects of the entity where both owners and employees involved was developed. Then the economic study is detailed to determine the total investment, fixed costs, revenues, financing and profitability of the company, and then determine the cash flows and thus use the tools of financial evaluation as net present value, internal rate of return, benefit-cost ratio, capital recovery period and sensitivity analyzes.

The results of the feasibility studies reaffirm the company's financial factoring for SMEs in the city of Loja, thus contributing to the business development of the city of Loja.

c. INTRODUCCIÓN

Si nos referimos al ámbito empresarial del Ecuador, las pymes representan uno de los sectores que más ha impulsado el crecimiento y desarrollo de la economía, por ello es necesario enfocarse en la búsqueda de fuentes alternativas de financiamiento que conlleven a solucionar los problemas de liquidez y financiamiento por el que las pymes atraviesan, provocando un estancamiento a nivel empresarial pues no hay inversión, no hay innovación y se corre el riesgo del cierre del negocio.

En la ciudad de Loja, la implementación de servicios financieros innovadores tales como el factoraje es casi nula, por ello el presente estudio se enfoca en ésta nueva forma de financiamiento dirigida a las pymes, pues para dicho sector es más difícil obtener recursos monetarios de una entidad financiera tradicional.

Por ende, surge como una opción crear una entidad propia de la localidad cuya actividad económica sea brindar un servicio financiero denominado factoraje, y mediante la presente investigación se determinó la viabilidad de la empresa a través de una serie de estudios como los beneficios de esta herramienta financiera.

El presente trabajo contiene los siguientes elementos: Título, "Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de factoraje financiero dirigida a las pymes de la ciudad de Loja"; Resumen, que contiene la importancia de crear nuevas alternativas de financiamiento y liquidez como el factoraje financiero; Introducción, que describe los problemas financieros de las pymes, haciendo énfasis en la contribución eficiente de la investigación para impulsar el desarrollo de la economía local; Revisión de Literatura, compuesta de todos los conceptos necesarios para la realización de la investigación; Materiales y Métodos, donde se detalla los métodos y técnicas que se utilizaron, la descripción de cómo se elaboró éste proceso investigativo y los materiales utilizados; Resultados, que refiere al desarrollo de la investigación empezando por el análisis situacional del proyecto, tabulación e interpretación de encuestas, y una serie de estudios; como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo- legal, estudio económico y evaluación financiera; Discusión, fundamentada en los resultados obtenidos; Conclusiones, todas aquellas incógnitas resueltas durante el desarrollo de la tesis; Recomendaciones, que reflejan las posibles alternativas para mejorar el desarrollo de la empresa; Bibliografía, que son todas las referencias que se citan en la tesis; y finalmente Anexos, que corresponde al modelo de encuesta, facturas proforma, etc.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Factoraje financiero

Es un servicio financiero especializado mediante el cual una entidad adquiere facturas o cuentas de cobro del cliente a cargo de los compradores. Por medio de este instrumento el cliente de la entidad financiera obtiene liquidez; mientras que la institución financiera al adquirir cartera y cobrarla, gana los correspondientes intereses pese a que corre el riesgo de no cobrar dicha cartera (Gálvez & Solórzano, 2012).

Montiel (2011), destaca además que el factoraje financiero es utilizado por un gran número de empresas a nivel mundial y consiste en el intercambio de cuentas por cobrar no vencidas por efectivo, ofreciendo liquidez de manera inmediata. El factoraje es un servicio mas no una operación de crédito, sin embargo, permitirá a la empresa recuperar anticipadamente los cobros y no asumir el riesgo de incumplimiento, y con ello se otorga liquidez.

El factoraje financiero, ofrece la posibilidad de liberarse de problemas de facturación, contabilidad, cobros y litigios que exigen un personal muy numeroso, es decir evita toda la gestión de cobranza y está dirigido principalmente a las empresas cuya situación no les permite acceder a una línea de crédito.

Origen del factoraje financiero

El origen del factoraje se remonta al comercio textil entre Inglaterra y sus colonias norteamericanas, donde aparece por primera vez la figura de "factor" como representante de los comerciantes e industriales en aquellas tierras, quienes se comprometían a dar avances de efectivo sobre las facturas en su poder, y nace gracias a la conveniencia de movilizar con rapidez su cartera, sobre todo cuando tienen dificultades de autofinanciamiento.

Celebrado el contrato entre el factor (entidad financiera) y la empresa adherente, éste último notifica a la clientela sobre su existencia, quien somete a partir de previo análisis y aprobación del factor transfiriendo las facturas para obtener su reembolso de inmediato o a su vencimiento según sea el caso (Gálvez & Solórzano, 2012).

Factoraje financiero en Ecuador

En Ecuador, el factoraje representa una vía alternativa dirigida a los usuarios que deseen realizar alguna inversión importante o en casos en los que las pymes no tengan otra manera de obtener liquidez. No obstante, ha sido muy poco aplicada debido a la tradicionalidad que tiene el crédito como medio de apalancamiento.

La compra de facturas, conocida como factoraje ha resurgido en el país. A inicios de los 90, las empresas de factoraje ya se instalaban en Ecuador, pero luego del feriado bancario de 1999, estas empresas casi desaparecieron. Hoy las firmas dedicadas al factoraje aportan con entre un 1,5% y 2% al Producto Interno Bruto, según datos de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei) (El Comercio, 2013).

Contrato de factoraje financiero

El contrato del factoraje es un documento por medio del cual la entidad de factoraje financiero se compromete a gestionar el cobro de créditos cedidos por su cliente, es decir el empresario, liberando a éste de la carga de ordenar el abono de dichos créditos. Además anticipa al empresario el importe de los créditos transmitidos, obteniendo con ello liquidez inmediata bajo el concepto de un anticipo por parte del nominal del crédito cedido aparte de la recepción de la entidad del respectivo interés y comisión pactada (Gálvez & Solórzano, 2012).

Un contrato de factoraje financiero deberá contener como mínimo lo siguiente:

- ✓ Nombre, razón o denominación social y domicilio de las partes;
- ✓ Identificación de los instrumentos que son objeto del servicio de factoraje.
- ✓ Fecha de vencimiento de las cuentas cedidas.
- ✓ Definición del tipo de servicio que se contrata.
- ✓ Porcentaje de descuento del documento.
- ✓ Momento a partir del cual el factor asume el riesgo crediticio de los deudores.

Empresas que pueden utilizar el factoraje financiero

Las empresas que pueden hacer uso del factoraje financiero son las empresas que dan crédito a sus clientes, exportadores, proveedores que venden a grandes empresas y necesitan de capital de trabajo para crecer.

Participantes del factoraje financiero

Existen varios participantes que intervienen en una operación de factoraje financiero:

✓ Cliente: Es la persona que cede o vende sus cuentas por cobrar, que fueron originadas por la venta de bienes o servicios a crédito, con la finalidad de obtener liquidez y capital de trabajo. Se refiere específicamente a quien recibe los servicios del factor, a cambio de la cesación de derechos de los documentos que serán objeto de cobro.

Se manifiesta en forma de persona natural o jurídica, industrial o comerciante que obviamente tiene un volumen importante de cartera y por ende presenta a la empresa factor sus estados financieros, sus sistemas de ventas, información comercial sobre deudores, indicativos económicos sobre el proceso de ventas tales como rotación de cartera, porcentaje de cartera vencida, de dudoso recaudo, etc. Con base en esta información y previa celebración del contrato, obtiene el servicio fundamental de liquidar al contado, todo o parte de su cartera (Gálvez & Solórzano, 2012).

✓ Factor: Corresponde a la sociedad que ejecuta el servicio de factoraje financiero basado en la compra de cuentas por cobrar que no estén vencidas. El factor acepta todos los riesgos de crédito de las cuentas por cobrar que cobra, ofreciendo a cambio a la empresa cedente, liquidez, cobrando por sus servicios un porcentaje del valor de las facturas cedidas.

La entidad se encarga de manejar las cuentas por cobrar cedidas, gestiona su cobranza hasta su recaudo incluso por vía judicial y anticipa al cliente un monto, sujeto a una tasa de descuento para luego de determinado plazo de tiempo previamente establecido liquidar lo pendiente (Gálvez & Solórzano, 2012).

✓ **Comprador:** Es la persona deudora que adquiere bienes y/o servicios y contrae una obligación futura de pago por compras a crédito, es decir una deuda con el cliente, que luego es traspasada y manejada por la empresa factor (Martinez, 2012).

Diferencias entre el factoraje financiero y un crédito bancario

Las características del factoraje financiero hacen que en ocasiones ésta pueda ser catalogada como una alternativa de financiamientoto preferente sobre todo para la pequeña y mediana empresa en relación a un crédito bancario.

En términos generales, el factoraje financiero utiliza los créditos concedidos a los clientes para apalancarse, es decir, constituye un financiamiento a corto plazo que provee de recursos monetarios a cambio de una factura u otro documento que ampara la venta de bienes y servicios realizados por una empresa o persona física con actividad empresarial.

- ✓ Calificación crediticia: Un elemento importante es que al recibirse un crédito bancario éste representa una obligación por pagar, y con ello la disminución automática de la calificación crediticia que realizarán inversionistas y acreedoras de la empresa. El factoraje financiero, por el contrario, al sustituir las cuentas por cobrar por recursos monetarios, representa un incremento de la calificación crediticia que pueden percibir los usuarios de la información financiera.
- ✓ Garantías colaterales: Para la banca o cualquier institución que otorgue un crédito las cuentas por cobrar no serían suficientes para respaldar la garantía del crédito, por lo que se exige un aval, en cambio en el factoraje la cesión de cuentas por cobrar ya representa una garantía.
- ✓ **Beneficios adicionales:** El banco, para el otorgamiento de un crédito a una empresa, exige que ésta tenga un tiempo de operación y un desempeño financiero que no siempre es posible en los primeros años de vida de un negocio, mientras que en el factoraje financiero sería suficiente la aceptación de la factura y por extensión su conformidad con el pago.

Modalidades del factoraje financiero

Las modalidades y la forma de operación se deben establecer en el contrato, entre las que se destacan:

Según su contenido

- ✓ Factoraje "Con financiamiento": Es la modalidad más atractiva, ya que la empresa usuaria del servicio en esta condición se beneficia de liquidez anticipada inmediata.
- ✓ Factoraje "Sin financiamiento": Es también conocida como "Factoraje al vencimiento", pues los créditos no se anticipan sino hasta la fecha de cancelación, es decir a medida que se vencen los plazos éstos se liquidan.

Según su forma de ejecución

- ✓ Factoraje "Con notificación": El cliente que cede sus cuentas por cobrar debe poner en conocimiento del deudor las estipulaciones tomadas e informarles sobre la transferencia de los créditos a favor de la empresa factora.
- ✓ Factoraje "Sin notificación": Esta modalidad es también muy practicada por parte de las empresas usuarias, está dirigida a quienes prefieren mantener oculta la identidad de la empresa factora.

De acuerdo al destino de las ventas

- ✓ Factoraje Nacional: Más bien conocido como factoraje interno y se da justamente cuando la empresa factorada, la empresa factora, y los deudores residen en un mismo domicilio legal, es decir que operan dentro del mismo país.
- ✓ **Factoraje Internacional:** Es lo opuesto al factoraje domestico pues las partes que intervienen en el factoraje residen en países distintos.

Según la asunción del riesgo

✓ **Factoraje sin recurso:** La empresa de factoraje adquiere los derechos de la empresa factorada y por ende dicha empresa no está en la obligación de responder por el pago de los créditos cedidos (Molina, 2015).

Es decir que la empresa usuaria del servicio se deslinda de los riesgos de incumplimiento de los créditos, por ende, estos riesgos deberán ser asumidos por la empresa de factoraje.

✓ **Factoraje con recurso:** La empresa de factoraje adquiere los derechos de la empresa a factorarse, excepto la asunción del riesgo crediticio, aquí la empresa factorada es quien se obliga a responder por el pago de los créditos cedidos (Molina, 2015).

Representa todo lo contrario a la modalidad anterior pues la empresa usuaria se responsabiliza de cualquier acto de incumplimiento con respecto a los créditos cedidos.

En función del momento del pago

- ✓ Factoraje "Con pago al cobro": Opera simplemente en los ciclos y plazos de tiempo que se estima se hará la cobrabilidad de las deudas, la empresa de factoraje paga al cliente usuario una vez que ha cobrado a los compradores.
- ✓ Factoraje "Con pago al vencimiento": La compañía de factoraje paga al cliente en un tiempo máximo fijado con la posibilidad de efectuarse un cambio a la fecha de pago pactada si ésta fuese anterior a la citada como fecha límite.
- ✓ Factoraje "Con pago a una fecha previamente establecida": Se da cuando la empresa de factoraje paga al cliente en la fecha anticipada acordada, con independencia de que se haya o no efectuado el cobro de los compradores.

Características de los créditos comerciales que pueden ser objeto del factoraje financiero

No existe una limitación específica de los créditos que pueden ser sujetos del factoraje, pero generalmente el servicio financiero se enfoca en los créditos cedidos que reúnan las siguientes características:

- ✓ Créditos que tengan como origen la venta de mercancías o prestación de servicios.
- ✓ Que las condiciones de pago estén dentro del corto plazo.

Costo del servicio de factoraje financiero

La posibilidad de adelantar el cobro de créditos, que brinda el factoraje financiero tiene un costo para las empresas usuarias, éste coste hace que la empresa factorada no cobre toda la deuda, sino una parte equivalente al total de la deuda menos el costo del servicio de factoraje.

La tarifa del factoraje se fija como un porcentaje sobre el importe total de las facturas cedidas, pagándose en el momento de la cesión de los documentos de crédito, no existe una tarifa única, pero es posible establecer de acuerdo a los siguientes factores:

- ✓ El tipo de contrato celebrado donde conste la modalidad del factoraje a realizarse.
- ✓ El número e importe de las facturas que se vayan a ceder a la empresa de factoraje.
- ✓ Plazo y medio de cobro.

Documentos negociables

Los documentos negociables, son los que se negocia a la hora de efectuar el factoraje financiero, para ello se realiza una clasificación de los documentos más reconocidos en la elaboración del contrato:

- ✓ Letras de cambio: Es un documento de crédito que sirve para respaldar las operaciones comerciales realizadas a plazos, es una orden de pago escrita, por la cual una persona llamada deudor debe pagar a su vencimiento al tenedor del documento.
- ✓ Pagaré: Es una de las herramientas más utilizadas en el intercambio comercial para llegado el caso que una persona física o empresa le solicite a otra persona física, empresa o entidad financiera un préstamo de una suma determinada de dinero, dejar constancia de la deuda y por otro lado garantizar el cobro de la misma de acuerdo al plazo de tiempo que se haya estipulado entre ambas partes, previamente a la firma del pagaré (Salinas, 2010).
- ✓ **Factura:** Una factura es un documento que demuestra que una persona (cliente) ha comprado un producto o un servicio.

Sin embargo, en Ecuador ya se considera como documento negociable a las facturas comerciales según lo estipulado en el Código de Comercio, (2012):

Art. 201.- (...) Las facturas comerciales que contengan una orden incondicional de pago, cuya aceptación sea suscrita por el comprador de bienes o su delegado, con la declaración expresa de que los ha recibido a su entera satisfacción, se denominarán "facturas comerciales negociables" y tendrán la naturaleza y el carácter de títulos valor, en concordancia con lo establecido en los artículos 2 y 233 de la Ley de Mercado de Valores. Les serán aplicables las disposiciones relativas al pagaré a la orden, en cuanto no sean incompatibles con su naturaleza.

Las facturas podrán emitirse en forma desmaterializada o en títulos físicos. Las facturas comerciales negociables emitidas en títulos físicos se extenderán en tres ejemplares de los cuales, el original es para el adquirente de los bienes. La primera y la segunda copia serán para el vendedor, siendo la única transferible la primera copia. Tanto el original como la segunda copia llevarán impresa la frase de "no negociable". En este caso, para su presentación al cobro y pago, deberá presentarse obligatoriamente la primera copia.

Estas facturas negociables serán transferidas por endoso, en los términos de esta Ley, sin necesidad de notificación al deudor o aceptación de este.

El endosatario no asumirá las obligaciones de saneamiento que correspondan al vendedor de los bienes.

Solo la primera copia podrá ser utilizada para el cobro mediante la vía ejecutiva.

La factura negociable que haya sido aceptada y que contenga todos los requisitos establecidos en las normas tributarias y esta Ley, constituirá título ejecutivo y prueba plena de la obligación y de los derechos en ella contenidos.

La factura negociable que constituye título ejecutivo deberá contener, a más de los requisitos establecidos por la normativa tributaria, los siguientes:

La denominación "factura negociable" inserta en su texto;

El número de orden del título librado, el que corresponderá al número de serie y secuencia consignado en la factura;

La fecha de pago y el lugar donde debe efectuárselo. Si se estableciere el pago por cuotas, se indicará el número de cuotas, el vencimiento de las mismas y la cantidad a pagar por cada una de ellas, así como el saldo insoluto;

La orden incondicional de pagar una suma determinada de dinero;

La especificación clara, en números y letras del monto a pagar y la moneda en que se lo hará; y, la firma del girador o librador y del aceptante u obligado o sus respectivos delegados.

Emisión de facturas negociables

De acuerdo al SRI, la empresa o persona dedicada a actividades comerciales de manera formal, emite una factura comercial negociable a otra empresa que es su cliente y que efectuará el pago a plazos, o sea no le cancelará de manera inmediata, pero que recibirá los bienes a conformidad en ese momento.

La factura comercial negociable, que tenga la aceptación del cliente "de haber recibido los bienes a su entera satisfacción", podrá ser descontada por el proveedor en el mercado bursátil, extrabursátil, o en el REVNI o mediante una negociación privada.

De esta forma, el proveedor tendrá la liquidez que requiere, sacrificando un valor (descuento) que se aplicará de acuerdo a las condiciones del mercado sobre el valor a negociarse, siempre y cuando el plazo de emisión sea de hasta 360 días.

De acuerdo al SRI, el proceso para emitir facturas comerciales es el siguiente:

- **1.** Empresa o negocio que vende bienes decide emitir facturas negociables para descontarlas.
- Solicita la emisión de las FCN a las imprentas autorizadas por el Servicio de Rentas Internas.
- 3. Se emite Facturas Comerciales Negociables en formato especial.

Al considerarse las facturas negociables como un título ejecutivo, la misma ley le atribuye la suficiencia necesaria para exigir el cumplimiento forzado de la obligación que representa dicha factura.

Formato de facturas comerciales negociables

		FACTO	JRA COM	ERCIAL NEGO	CIABLE	
COMPUabe S.A.			R.U.C. FACTUR	1790112233001 RA COMERCIAL NEGOCIABLE NO. 002-001-299		
	Påez N22-53 y Raminez Dárolles & Garda Moreno y Sacre		AUT. SRI	100100	1234567890	
Direttian Security	- and making your			10.000	executive for the st mi-cu	
Se (sed):	Juan Carlos Herrera Salanar		R.W.C/CIL	2701234567001		
RECHADE BI NESIÓ N.	25 de Agrato de 2012		TELÉFONO:	62 - 2906578		
HORECCOÓN:	An. 19 de Agosto 949-254 y Santia	go.				
CANE	DESCRIPCI	15H		P. UNITARIO	V. TOTAL	
	miser	Reds*Confam.	_	SHIPPALIEN SHIPPALIEN HISTORIA SHIPPALIEN BATON MARKENA		
	Nos obligamos al sansam	niewia		VICES ANNOSQUES	\equiv	
who(emed) y pagaré(e pesta en este documen secto pendiente y ye o dicipie, estrajust dale in pratezio, Eximene de n	to y que dende ya la septe (princi) estre parte l' febresi además pagar el interés del% ano cy benetratio profesionales que demande el col su presentación para el pago y artises por falla el regdede 30de 30	recennengs, a la erden del es cuestajd succeivo integranto de la presente di al, calcullate deste la fecha incide esta factura cumental	emiser de esta factor 60, cuye60 mente01 ligadón. Si se dejare d de vendmiento hacta	vendmienta(i) estáln) espe	due la parvue delle teduc	
1.3 – Lugar de	Page Estudad, dinección(:					
Hambres y Ape lli dor	representante Begall / delegador					
2.1=f) acquia	etic / deutler (o d-dkgade)					
2.2—CI scept	aetic					
	M. USO EBUCKTINO (JUN WILLIDEZ COM	(rom). SRI				

Figura 1. Formato de Factura Comercial, original.

Fuente: SRI. Recuperado de: http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/b0047efb-871c-4d72-9e69-f5da86a0bbc9/formato_factura_comercial_negociable.pdf

		F	ιςτυ	RA COMI	RCIAL NEGO	CIABLE	
COMPUabe S.A.				R.U.C. FACTUR	R.U.C. 1790112233001 FACTURA COMERCIAL NEGOCIABLE NO. 002-001-299		
	: Páez 1622-53 y Barninsz Dávalto al: Garda Morenn y Sucre		_	AUT. SRI:	123456	7890 R HTOWARDS 11-10-21	
Se(ne): Row de empeño: Dorectados:	Jaan Carles Herresa Sala 25 de Agono de 2012 Av. 20 de Agono (NAO-2)	_		U.C./CIL LÉFONO:	1701234567601 02 • 2908578		
2	da copi	a NO N	VE(GOC	IABLE SERVICE SERVI		
	Emisor Bediri Co Non chillipamon al pantamiento		Conforme	_	PARTON. PAGE AVGGGGASS		
ebeljemes) y pagartír onita en este documen intas pendientos y se oficiales, entrajudiciale in pagosto, finimoso de	nto y que decde ya lo unigito (umos) debesti arlemis: pagar di interès del e y hamasales pededecalles que de e ru pocientacide para el page y arle hop, de de 20.	r que se me reconvenga, à la d (Jetras), en cantalis como parte integrante de la pre % anual, calcularte destie nunde el colora de esta factura «	nden dell o (sweetwal) cente dölly la fesha di	miser de esta factor (j. caye(c) menta(j) y pacitin, Si se dejure di e ven-dimiente frasta	vendmiento(d) estă(n) espe pagar una o más custos se	darán per vencidas tedas	
1.3 Lugary I	direction y tallelless aceptante: fechards page: regressetants equi / de equido:						
	ante./ deution (a delegado)						
DOCUMENTO PA	RA USO EDUCATIVO (SUA VAL	ыгониял. <u>Sf</u>					

Figura 2. Formato de Factura Comercial, segunda copia **Fuente:** SRI. Recuperado de: http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/b0047efb-871c-4d72-9e69-f5da86a0bbc9/formato_factura_comercial_negociable.pdf

ANVERSO

COMPUGE S.A. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN ABC Directólio Matric Párs 1622-93 y Raminos Dárolas FACTURA COMERCIAL NEGO NO. 002-001-299 AUT. SRI: 1234567890			FACTU.	RA COMI	ERCIAL NEGO	OCIABLE
Princetis Natural Carda Manchery States Java Carda States Sta						
TOUT BECOME Jos. 25 de Agente 949-254 y Servinge CONT. BECORDIN REGIONNE JOS. 25 de Agente 949-254 y Servinge De Ser			—	AUT. SRI:		67890 01 H/109EABBR HI-18-201
Tra copia NEGOS Residence Re	Juan Carles 96	erens Solozor	8.0	IC/CL	(78123-076708)	
Ira copia NEGOCIABLE Ira copia NEGOCIABLE International production of the producti	R: 15 de Agosto de	2012	TEL	froiso:	02-2908378	
Irra copia NEGOCIABLE Joseph Negocia	An 19 de Agos	to 944-294 y Santiago				
Serious Redictions of constants and constants and constants and constants are reduced by page 1997 and constants and constants are reduced by page 1997 and constants and constants are reduced by page 1997 and constants and constants are reduced by page 1997 and constants and constants are reduced by page 1997 and constants are reduced by the constants are reduced by the constants are page 1997 and constants and constants are reduced by the constant		BESCHIPTERS			P. LINGTARGO	K TOTAL
Emisser Rediri Conforme Managements Managements of temperature of temperature of establishments Managements of temperature of temperature of establishments of temperature of temperatur						
Britise Residi Conforme Residi Conforme Non oddigames all same aminenta Person, en Octobro, operational, operational, operational operations, in some de Octobro, en Octobro, operational, operational, operational operations of the same aminental operations of the personal operations o						
Residence of the control of the cont						1
Mai deligamos al sansamiento ***Collegamos al sansamiento ***Col					B0.10%	i
edjacogue he(mar) reciside (portienes descritor en esta factora comercial negociatá) e a entera satisfacción. be(enned) y pagaritimes) a días vista, en el lligar que se me reconvença, a la enten del embos de esta factora, la suma de	Emisor	Redbi Co	ondonne.		NUDETONI,	l
be(emed) y pagaritimen) i étia vista, en el llegar que se me reconvença, à lla cedan édil emiser de esta factora, la suma de	No	s deligramos al saneamiento			NACK A NEXT BASE	
Humbres y Aprilli des representante illeg ill. / delegaris:	icoumento y que desde ya la use les y se deberá antenias pagar el podiciale y honomarios parafesioso mese de se presentación para el , hopde soin Sedill popitante: Diudad, dirección y taléfono pop	(Ferral), en cont ptu (aman) - como parte integrante de la l'intanci del 4 munil, calcullade des lles que demande el calcul de esta factur pago y artem por falta del mismo. de 30	tal))) sweetival)) presente dalig stic la festa de), ceye(s) meete()() y poldn, ill an dejare d : vendmiente harta	y vendmiento(s) estájní esp le pagar una o más sastas se	darán per vendidas tedas l
2.1.=f.) aceptants / decider (a delegado)		degado:				
22-CL soptietic	() aceptantic/deviler (o dellegas	(K)				

Figura 3. Formato de Factura Comercial, primera copia reverso. **Fuente:** SRI. Recuperado de: http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/b0047efb-871c-4d72-9e69-f5da86a0bbc9/formato_factura_comercial_negociable.pdf

REVERSO

FACTURA COMERCIAL NEGOCIABLE - ENDOSOS Fecha de Pago dd / mm / assa Vendmienta 66 / mm / sasa Salde Inselete Wents Endoce a la orden de: Valor recibide: 1/RUC: _ Elendaconte: Membre o tazán redal enderante: QRUC: Nembre e razón social endecatarie: ____ Endese à la orden de: Valor recibide: E-endecastic ____ G/RUC: ___ Hembry o razán radaj enderante: ___ QRUC: _ Nembre e razón social endecatarie: Endoso a **l**a orden de: Valor recibide: (B/8UC) __ Nombre o razén social enderante: ... Climbe: __ E endocatorie: Nombre o razio sucial endesatario: Endeso a la orden de: Valor recibido: f. endessete: glittuc: 08800 Eendestyle: Nombre o razón racial endecatario:

Figura 4. Formato de Factura Comercial, primera copia anverso.

Fuente: SRI. Recuperado de: http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/b0047efb-871c-4d72-9e69-f5da86a0bbc9/formato_factura_comercial_negociable.pdf

Mecanismo para negociar las facturas comerciales negociables

Según el SRI, las facturas comerciales negociables podrán negociarse en el mercado bursátil, en el extrabursátil, en el Registro de Valores no Inscritos (REVNI) y en el mercado privado. Es necesaria su inscripción el Registro de Mercado de Valores de manera previa a su negociación en el mercado bursátil, aquéllas que no se encuentren inscritas en el Registro de Mercado de Valores, se negociarán en el REVNI, o en el mercado privado. Es necesario que un intermediario (Casa de Valores) intervenga en la negociación, ya que son los únicos intermediarios de valores autorizados para negociar títulos valores.

Pasos para realizar el factoraje financiero

Gálvez & Solórzano (2012), señalan el procedimiento a seguirse, donde constan una serie de pasos:

- La primera etapa es de estudio, donde la empresa de factoraje realiza un análisis minucioso de la empresa a factorar con la respectiva información financiera previamente otorgada.
- 2. La empresa de factoraje aprueba su evaluación.
- **3.** Se firma el contrato donde se estipulan las condiciones y modalidad de factoraje, cediendo de esta manera el crédito. Como consecuencia, el cliente entrega los documentos negociables a la empresa factor.
- **4.** La empresa de factoraje cancela entre el 80 y el 90 por ciento del total de los documentos en forma inmediata.
- **5.** Acordada la siguiente fecha de pago, la empresa de factoraje paga el porcentaje restante menos una tasa de interés o factor de descuento.

Empresas

Es el ente donde se crea riqueza, permite que se pongan en operación recursos organizacionales, es decir humanos, materiales, financieros y técnicos con el fin de transformar insumos ya sea en bienes o servicios. Hoy en día las empresas son el factor

dinámico de toda una economía, es decir que una empresa es imprescindible dentro de todo sistema económico (Rodriguez, 2010).

Es el agente económico que a nivel mundial se encarga de producir y poner en manos de sus clientes la mayor parte de bienes y servicios, fruto de la acertada toma de decisiones de sus dirigentes y la combinación de recursos productivos, trabajo, etc., que además persigue fines económicos dando satisfacción a demandas y deseos de sus clientes.

Pequeñas y medianas empresas (PYMES)

Las pymes son entes estratégicos para impulsar el desarrollo de un país, generadoras de fuentes de trabajo y productividad contribuyendo de esta manera al crecimiento económico de la región.

Rodriguez (2010), afirma que las pequeñas y medianas empresas forman el eslabón entre las fábricas gigantescas.

"Se conoce como pymes al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas" (Servicio de Rentas Internas, 2016).

El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad a traves del Código Órganico Monetario y Financiero, en su artículo 53 define como MIPYME:

La micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

Clasificación de las pymes

Para determinar la clasificación precisa de las pymes es necesario citar el reglamento a la estructura e institucionalidad de desarrollo productivo, de la inversión y de los mecanismos

e instrumentos de fomento productivo, establecidos en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que señala:

Artículo 106. Clasificación de las MYPIMES: Para la definición de los programas de fomento y desarrollo empresarial a favor de las micro, pequeñas y medianas empresas, éstas se considerarán de acuerdo a las categorías siguientes:

Microempresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (USD \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América;

Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (USD \$ 100.001,00) y un millón (USD \$ 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América; y,

Mediana empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

Proyecto de inversión

En primer lugar, un proyecto es un esfuerzo para lograr una serie de objetivos por medio de una serie de tareas relacionadas entre sí (Gido & Clements, 2012).

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización (Córdova, 2011, pág. 3).

Cualquiera que sea el origen del proyecto es conveniente que la idea a desarrollarse presente características que lo hagan atractivo desde el inicio. Ejecutar proyectos hoy en día constituye el motor del desarrollo de una región o país.

Estudio de factibilidad

Antes que se dé el primer paso en el desarrollo formal de la inversión se debe efectuar el estudio o análisis de factibilidad que no es otra cosa que el desarrollo de una serie de

etapas durante las cuales se examinan varios elementos obteniéndose como resultado la preparación de una serie de documentos que permitan tomar decisiones.

Según Córdova (2011):

"Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica, sin embargo, existen otras factibilidades como las de gestión, política, social y ambiental" (pág.16).

La factibilidad técnica hace referencia a la posibilidad física o material de efectuar el proyecto, la factibilidad legal en cambio señala la existencia de trabas legales que puedan existir para la instalación y operación normal del proyecto, así como la inexistencia de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse con alguno de los aspectos de la puesta en marcha. Finalmente, la factibilidad económica permite determinar la rentabilidad de la inversión a realizarse.

Dichos estudios se deben poner a disponibilidad mediante un documento dirigido a los posibles inversionistas y que éste sepa si es viable su realización.

Estudio de mercado

"Dentro de este estudio se describen los productos o servicios que generará el proyecto, a qué mercado va dirigido, donde se ubica geográficamente este mercado, cual es la oferta y demanda existente de productos y de materias primas" (Fernández, 2007, pág.32).

Es decir, se evalúa el comportamiento de la demanda y de la oferta, Córdova (2011), señala tambien que: "Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio" (pág.52).

Es el primer estudio a realizarse, en este punto se verifica si existe un mercado insatisfecho y que además es viable introducir el producto o servicio objeto de estudio, en dicho mercado, lo cual permite descubrir la existencia de oportunidades comerciales para de esta manera satisfacer en mayor medida las necesidades de los consumidores.

Demanda

"Es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a diferentes precios en el mercado por un consumidor en un momento determinado" (Córdova, 2011, pág.62).

La demanda representa la búsqueda efectuada por los consumidores para satisfacer una necesidad, el consumidor jerarquiza sus necesidades definiendo una relación entre la cantidad que está dispuesto a comprar a diferentes niveles que pudiera asumir el precio. Si el precio sube los consumidores tienden a disminuir la cantidad demandada de tal o cual producto o servicio.

Proyección de la demanda

El pronóstico de la demanda es esencialmente una extensión del análisis de la demanda presente, tomando en cuenta los parámetros que indican el tamaño del mercado, su velocidad y grado de crecimiento (Cruz, 2011).

Un elemento importante en el estudio de mercado es la proyección de la demanda, es decir la demanda que prevalecerá en un período futuro con respecto a determinado producto. A través de la proyección de la demanda se conoce el probable nivel de ventas (Morales & Morales, 2009, pág. 59).

Demanda potencial

Es la máxima demanda del mercado y hace referencia a la cantidad que se pueda demandar, es decir, el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en un período de tiempo determinado, ésta se calcula a partir de la estimación del número de compradores potenciales y constituye el límite superior que alcanzaría la suma de las ventas de todas las empresas concurrentes en el mercado para un determinado producto y servicio.

Demanda real

Está conformado por los consumidores del mercado potencial, es la cantidad que realmente se demanda, a diferencia de la demanda potencial es la cantidad que se puede demandar, es decir, se refiere al conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

Demanda efectiva

Está conformado por los consumidores del mercado real que se han podido captar de forma más específica, es a quienes va dirigida la gestión de marketing, es decir a quienes se destinan todas las acciones con la finalidad de que se conviertan en clientes de una empresa.

Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es la fracción del mercado, representado por la demanda de un producto que no está disponible, y si está disponible no satisface completamente las expectativas del consumidor. Es decir, el consumidor no tiene acceso a un determinado producto o servicio, o bien, logra acceder, pero no está satisfecho

Oferta

Es una relación que señala las cantidades de una mercancía que los vendedores están dispuestos a ofrecer en el mercado durante un periodo de tiempo (Kotler, 2010).

La oferta del mercado a diferencia de la demanda, se ubica en el comportamiento de los empresarios o productores y hace referencia a la capacidad que éstos tengan para satisfacer la demanda a través de los bienes y servicios puestos en el mercado.

Proyección de la oferta

Por lo general, la oferta no depende de un solo factor, es por ello que cuando se desea pronosticar la oferta se deben tomar en cuenta todos los elementos determinantes.

Morales & Morales (2009), señalan que los aspectos más importantes para elaborar el pronostico de la oferta son:

- ✓ Datos del pasado que han generado los diversos oferentes.
- ✓ Instalaciones y equipamiento de los oferentes.

- ✓ Aprovisionamiento de materias primas.
- ✓ Condiciones institucionales, económicas y financieras.
- ✓ Permisos que se deben tramitar para constituirse como un oferente más.

Las 7ps del marketing

En la actualidad uno de los factores más importantes no es solamente determinar la demanda satisfecha, más bien la forma de conquista del mercado. "La mezcla de marketing es un conjunto de herramientas interrelacionadas que a través de su gestión controlada explota y desarrolla las ventajas competitivas con respecto a la competencia" (Díaz, 2013).

Las 7 ps del marketing representan un conjunto de factores determinantes en las estrategias de marketing, de acuerdo a éstos factores se debe establecer planes de acción que permitan no solo ganar nuevos clientes sino retener los clientes ya definidos.

Producto

"Es algo que puede adquirirse por medio de un intercambio para satisfacer una necesidad o un deseo" (Ferrell & Martline, 2012, pág.12).

Refiere a lo que ofrecerá la empresa para satisfacer necesidades, es decir un objeto o un servicio de cierto sector que está disponible para la venta. Ninguna empresa podrá funcionar sin un producto que ofrecer. El producto debe reunir las características que se ajusten a las necesidades del consumidor es decir debe estar en armonía con el mercado meta del producto.

Para efectos del diseño del proyecto, se debe describir completamente las características del producto o servicio que se va a desarrollar.

Servicio

Dentro de la clasificación de los productos encontramos los servicios, pero éstos son intangibles y consisten en acciones dirigidas a personas o bienes de éstas. Un claro ejemplo es el de instituciones financieras, hospitales, consultores, etc. Hoy en día los servicios son quienes dominan en la mayoría de las economías (Ferrell & Martline, 2012).

Personas

Los clientes representan el objetivo de una empresa, es el componente fundamental en los mercados, pues serán los consumidores del producto o servicio que se ofrecerá (Córdova, 2011).

El hecho de ganar o atraer nuevos clientes y retenerlos implica la construcción de relaciones de convivencia, es esencial tratar al cliente como es debido, brindándole un buen trato con respeto, responsabilidad, amabilidad, etc.

Precio

Es el valor de un bien o servicio expresado en dinero, representa la cantidad de unidades monetarias necesarias para satisfacer una necesidad mediante la adquisición de un producto, es uno de los elementos más flexibles que producirá ingresos.

Está determinado por las relaciones entre la demanda y la oferta, es esencial dentro del mercado porque de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer (Córdova, 2011).

El cliente es consciente del costo para adquirir un bien o servicio, y ésa es la razón por la que está dispuesta a pagarle, siempre y cuando la entidad ofrezca incentivos en forma de descuentos, ofertas, servicios adicionales, etc.

Promoción

La promoción es una estrategia de marketing que incluye publicidad, relaciones públicas. El rol de la promoción es informar a los mercados metas o más bien convencer y recordar los beneficios de determinada organización, producto o servicio. Con la promoción se busca incrementar las ventas (Lamb, Hair & McDaniel, 2011).

Para lograr el éxito de la empresa no solo se requiere desarrollar un buen producto, fijarle un buen precio, sino que se debe poner el producto o servicio al alcance de los clientes. Es importante que las empresas se comuniquen de manera acertada con sus clientes, a través de publicidad, incentivos por ventas y la creación de una imagen corporativa que sea atractiva a los clientes.

Además, en el diseño del proyecto se debe incluir un determinado valor de gastos de publicidad o promoción, para ello es vital realizar análisis de los medios de comunicación, en el cual se va a realizar la publicidad, radio, televisión, prensa, hojas volantes.

Publicidad

"La publicidad hace referencia a cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes, o servicios por un patrocinador bien definido" (Cruz, 2011).

Proveedores

"Para desarrollar las actividades del proyecto se necesita de la colaboración de distribuidores altamente cualificados y especializados que garanticen la prestación del servicio a sus clientes en condiciones óptimas" (Córdova, 2011, pág.87).

Los proveedores entonces, deben asegurar la provision de materias primas o insumos suficientes en cantidad y calidad que permita cubrir las necesidades del proyecto, es por este motivo que cumplen un rol muy importante en el proceso de marketing pues de ellos depende que la empresa cumpla con los requerimientos de sus clientes.

Procesos

Se refiere al método por el cual los clientes son atendidos, especialmente importante para las empresas de servicios, pues los clientes no sólo esperan una cierta calidad en el servicio, sino que exista equidad entre todos los clientes de la empresa (Díaz, 2013). Es decir, son los procedimientos operativos necesarios para la organización.

Plaza

La plaza o mercado es el punto de encuentro donde se hallan oferentes y demandantes ya sea de un bien o servicio a prestarse, con la intención de establecer acuerdos en cuanto a calidad, cantidad y precio (Córdova, 2011).

El lugar donde la empresa se ubica es clave y representa el punto estratégico para la venta del producto o servicio, si se logra ofrecer un producto en un contexto ideal, que propicie la entrada del producto, mayores serán las posibilidades de establecer una relación con el cliente o consumidor.

Fuerzas de Porter

En el año 1979, el joven Michael E. Porter publicó un artículo señalando cómo las fuerzas competitivas le dan forma a la estrategia, demostrando también las cinco fuerzas que determinan la rentabilidad en el largo plazo de cualquier sector.

"Las cinco fuerzas definen la estructura de rentabilidad de un sector al determinar cómo se distribuye el valor económico que crea. Ese valor podría ser socavado mediante la rivalidad entre competidores existentes, pero también puede debilitarse debido al poder de los proveedores y el poder de los compradores, o puede ser limitado por la amenaza de nuevos entrantes o la amenaza de sustitutos. La estrategia puede ser percibida como la práctica de construir defensas contra las fuerzas competitivas o como encontrar una posición en un sector donde las fuerzas son más débiles" (Porter, 2008, pág. 58).

Amenaza de nuevos competidores

Señala que un mercado o segmento de mercado no es atractivo si las barreras de entrada son fáciles y sobre todo accesibles para nuevos participantes que ofrezcan un producto o servicio, pues estos pueden llegar con nuevas capacidades y recursos, y de ésta manera lograr apoderarse del mercado o segmento (Herrera & Baquero, 2011).

Rivalidad entre los competidores

Se refiere a la dificultad que tendrá una empresa para competir en un mercado o segmento de mercado donde la competencia integrada por varias empresas oferentes está bien posicionada en el sector y más aún si son numerosas, pues constantemente estará enfrentándose la nueva empresa a guerra de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos (Herrera & Baquero, 2011).

Poder de negociación de los proveedores

En este punto, un mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengas fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos o la materia necesaria para la producción son claves o no tienen sustitutos (Herrera & Baquero, 2011).

Poder de negociación de los clientes

Este poder señala que un mercado no será atractivo cuando sus clientes estén bien organizados, el producto tiene varios sustitutos o no es muy bien diferenciado para los clientes lo que propicia que el cliente imponga situaciones de muy bajo costo (Herrera & Baquero, 2011).

Cuanto mayor organizados estén los clientes serán igualmente mayores sus exigencias en cuanto a la reducción de precios, mayor calidad y servicios; lo cual restará el margen de utilidad de la empresa.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Otro obstáculo que una empresa debe enfrentar es la existencia de productos sustitutos, es decir que reemplacen el producto o servicio que la entidad ofrece.

La situación es complicada si dichos productos sustitutos ingresan al mercado a precios más bajos, lo cual conlleva a la reducción de márgenes de utilidad de la empresa.

Uso de las fuerzas de Porter

Las fuerzas de Porter se deben aplicar cuando una empresa desear desarrollar una ventaja competitiva para desplazar su competencia. Mediante las fuerzas de Porter también se determina la posición de la empresa, cuales son los factores que influyen en su posición y las iniciativas para mejorarla.

Gracias a las fuerzas de Porter, el mundo de los negocios, hoy en día conoce las estrategias por medio de las cuales se puede maximizar los recursos y desarrolla una serie de ventajas para que una empresa logre ser competitiva y supere a sus rivales.

Distribución

Los canales de distribución o bien llamados canales de comercialización, señalan el camino seleccionado para que el producto o servicio sea comercializado, se deben tomar en cuenta todas las consideraciones necesarias a fin de determinar la mejor opción.

"Los canales de distribución son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial" (Cruz, 2011, pág. 62).

La decisión sobre los canales de distribución es una de las más importantes decisiones, pues define a través de qué medio el producto o servicio llegará al cliente o usuario.

Estudio técnico

El estudio técnico se lo efectúa una vez que se ha determinado que existe demanda suficiente sobre cierto producto o servicio, su principal objetivo es diseñar como se producirá aquello que se va a vender, se definen factores como:

- ✓ Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- ✓ Donde obtener los materiales o materia prima.
- ✓ Maquinaria y procesos a utilizar.

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto viene dado de acuerdo a la cantidad establecida a producirse, que a la vez se establece de la fracción de mercado que se va a satisfacer. En este punto se plantea una relación con el estudio de mercado que previamente permitió definir la demanda efectiva y el mercado objetivo del proyecto.

Córdova (2011), afirma que es la capacidad de produccion al volúmen o número de unidades que se pueden producir durante un determinado tiempo, dependiendo del proyecto.

Capacidad instalada

"Actividad máxima que se puede alcanzar con los recursos humanos y materiales trabajando de manera integrada" (Chain, 2011, pág. 135).

Para definir la capacidad instalada, es necesario llegar a la conclusión final de la cantidad máxima que se puede producir por turno de trabajo, estimado generalmente en ocho horas.

Capacidad utilizada

También denominada capacidad real, y refiere al promedio anual de actividad efectiva de la empresa, tomando en cuenta las variables tanto internas como la capacidad del sistema y las variables externas como la demanda (Chain, 2011).

La capacidad utilizada muestra el porcentaje de la capacidad instalada que se va a utilizar, surge de la idea de no trabajar con la totalidad de la capacidad por los riesgos financieros que implicaría y sobre todo si es una empresa relativamente nueva. En la medida en que se mejore la eficiencia empresarial se deberá aumentar la capacidad utilizada de los equipos hasta llegar al tope fijado por la capacidad instalada.

Localización

En un proyecto de inversión se debe clarificar el lugar exacto en donde se construirán las instalaciones tomando en cuenta varios factores como: mercado meta, materia prima, mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible (Fernández, 2007). Se debe tomar en cuenta la localización que genere la máxima rentabilidad, o el mínimo costo.

El estudio de la localización tiene el propósito determinar la ubicación y cubrir las exigencias del proyecto, así mismo contribuye a minimizar los costos de inversión en lo que concierne a la localización que minimice gastos durante el periodo productivo del proyecto.

Para determinar correctamente la localización se deben establecer métodos, donde se le asigna un valor a cada una de las características de la localización, evaluando estas características en cada zona que se tome en cuenta para la realización del proyecto, quien tenga mayor puntuación será el lugar elegido donde se instalará el proyecto.

Macro localización

Es la primera etapa de selección de localización, hace referencia al sector geográfico en el que la empresa tendrá influencia (Ayala, 2012).

Se define en términos generales, tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, puede ser en el ámbito nacional o internacional.

Micro localización

Hace referencia más específicamente al lugar donde se instala la empresa que este dentro de la macro zona, selecciona la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta, siendo este sitio el que permite ser de fácil ubicación para los clientes y la movilización, pero además debe cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad producir el mínimos costo unitario (Ayala, 2012).

La micro localización, a diferencia de la macro localización, elige el punto preciso y los factores que se deben de tomar en cuenta para su ubicación son: existencias de vías comunicacionales, medios de transporte, servicios públicos básicos, disponibilidad de área para los requerimientos actuales y futuras ampliaciones, etc.

Diseño de planta

Para el diseño de la planta, se utiliza un plano que determine como va a estar constituida la planta y se debe visualizar las diferentes áreas de trabajo, especificando el espacio determinado para cada área (Dávila, 2010).

Diagramas de flujo del proceso

Cuadro 1
Simbología de flujograma

Símbolo	Significado
	Actividad
	Inicio o fin del proceso
	Demora
	Transporte
	Decisión
	Verificación

Fuente: Flujograma de procesos. Recuperado de: http://es.slideshare.net/mariateresarevalo/flujograma-de-procesos

Son flujogramas que nos permiten representar un proceso que determine la forma de operar de la empresa, donde constan los detalles e información, se debe usar una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas, como se describe en el cuadro anterior (Urbina, 2010).

En los diagramas de procesos, consta el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a través de una serie de pasos.

Estudio administrativo

Proporciona las herramientas que sirven de guía para la administración, es decir la forma de organización de la empresa, los procedimientos de carácter organizacionales, define el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, a través de herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

Estructura legal

Son todos los requerimientos de carácter legal, tales como las normas jurídicas que regularán las acciones de los miembros de la organización, abarca la elección de la forma jurídica, funcionamiento, restricciones legales y forma de administración de la empresa (Córdova, 2011).

Es esencial investigar las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la operatividad de la empresa tales como Ley de Trabajo, Servicio de Rentas Internas, etc., pues a partir de esta normativa se establecerá de forma clara la constitución y operación de la empresa.

Organización del proyecto

La organización es un sistema social orientado hacia objetivos y estructurada deliberadamente. Es un sistema social porque pretende alcanzar resultados y obtener ganancias, mientras que es deliberada porque divide el trabajo a los miembros que la conforman.

También es definida como un grupo de personas que coordinan sus actividades para alcanzar sus metas y es indispensable señalar los elementos necesarios para el

funcionamiento de la empresa, así como la forma de comercialización, de tal manera que cumpla con los objetivos de producción y mercadeo para los que fue diseñado el proyecto (Dávila, 2010).

Misión

Una declaración de misión es imprescindible dentro de una empresa, pues expresa el propósito que diferencia a una organización de otras similares; es la declaración de la "razón de ser" de una organización que debe contemplar además todos los valores de la empresa.

Con la declaración de misión se busca dar un enfoque a los miembros de la organización, por lo que debe ser clara para de esta manera establecer los objetivos y formular estrategias de manera efectiva (David, 2013).

Visión

La declaración de visión va de la mano con la declaración de misión, determina el alcance y propósito de una empresa y; refleja sus valores y creencias (Allen & Meyer, 2012).

Marin, Montiel & Ketelhon (2014), afirman que: "No sólo señala hacia dónde vamos, también elimina los destinos alternos pues está enfocado a un solo sentido" (pág.11).

Representa la más significativa ambición empresarial lo que hace que una empresa se comience a describir a sí misma y sepa que es lo que quiere lograr con la implementación del proyecto.

Plan organizacional

Muestra todo lo relacionado a la organización del personal y la estructura legal del negocio. En él se discute la conducta gerencial y qué tipo de empresa se constituirá es decir si será una sociedad anónima, compañía de responsabilidad limitada, entre otros (Allen & Meyer, 2012).

Organigrama estructural

Es la representación gráfica de la línea gerencial y operativa de la empresa, se la efectúa con la finalidad de reflejar la forma de comunicación entre las distintas funciones empresariales y dentro de ellas las subfunciones (Cruz, 2011). Mediante los organigramas se determina el orden jerárquico y las relaciones entre los diferentes escalones por los que está compuesto un organigrama.

Manual de funciones

Implica diseñar las operaciones y funciones que debe realizar el proyecto, así como cada uno de los recursos humanos que conformarán la organización, es decir que describe las acciones que va a ejecutar cada uno de los miembros de la empresa (Dávila, 2010).

Estudio económico

En este estudio se sistematiza los estudios anteriores en términos monetarios, se determinan los costos totales y la inversión inicial, así mismo se enfatiza en las depreciaciones y amortizaciones de dicha inversión, se establecen los flujos de efectivo, capital de trabajo, forma de financiamiento y se procede al cálculo del punto de equilibrio (Urbina, 2010).

Presupuesto del proyecto

Refiere a la planificación universal para el desarrollo del ejercicio económico, lo cual conlleva a determinar y detallar todos los elementos económicos y financieros del proyecto. Generalmente el presupuesto se fija para un año, aunque para efectos de un proyecto de factibilidad se realizan proyecciones de las operaciones para toda la vida útil del proyecto (Dávila, 2010).

Inversiones

Describe y detalla todo lo necesario para la puesta en marcha del proyecto, comprende además la adquisición de activos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa (Fernández, 2007).

Las inversiones representan toda aportación de recursos con la finalidad de obtener un beneficio futuro, recursos con los que se llevara a cabo la producción de un bien o servicio siempre y cuando genere una utilidad, estas inversiones definen el tamaño de la empresa

Financiamiento

Para Córdova (2011), significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial, y eventualmente quién pagará costos y al mismo tiempo quien recibirá los beneficios del proyecto (pág.26). El financiamiento además representa la contribución de dinero que se requiere para concretar el proyecto.

Determinación de costos

Urbina (2010), define a los costos como el desembolso en efectivo (pág.139). La forma más tradicional de clasificar a los costos es en fijos y variables; y, la suma de éstos dos costos nos dará el costo total de un periodo determinado.

Costos fijos

Son costos que intervienen en el proceso de producción de un bien o servicio, y se incurre a ellos independientemente del nivel de producción de la empresa, permanecen constantes ante los cambios en los niveles de actividad de la empresa, tales como remuneraciones, arriendos, maquinaria, etc.

Costos variables

Al igual que los costos fijos, los costos variables son aquellos que intervienen en el proceso de producción de un bien o servicio, pero que sí varian al cambiar las unidades de producción, dependen del nivel de producción como el costo de envases o materias prima.

Este costo sí se modifica de acuerdo a las variables de producción o niveles de actividad, en consecuencia, si el nivel de actividad decrece los costos variables tambien se reducirán, mientras que si éste aumenta los costos variables aumentarán.

Depreciaciones

Es la pérdida de valor de los activos fijos, pérdida que éstos activos sufren durante toda su vida útil, debido al desgaste normal por su uso en el proceso de producción de un proyecto (Dávila, 2010).

Con excepción de los terrenos, la mayoría de los activos fijos tienen vida limitada, es decir, serán de utilidad para la empresa por un número limitado de periodos contables futuros. Lo cual significa que el costo de un activo debe ser distribuido adecuadamente en los periodos contables en los que el activo será utilizado por la empresa. El proceso contable para esta conversión gradual del activo fijo en gasto es llamado depreciación.

Amortizaciones

Las amortizaciones tienen el mismo concepto que el de la depreciación, solo que con referencia a los activos diferidos o intangibles dentro de un proyecto de inversión.

Proyección de ingresos

Son las entradas de dinero que se espera obtenga el proyecto, como fruto de las actividades normales de sus operaciones, son estimaciones de ingresos que constituye entradas de dinero durante el período de vida previsto a precios constantes del producto o servicio resultante al finalizar el respectivo proyecto (Córdova, 2011).

Proyección de gastos

Presenta la secuencia de las salidas de dinero previstos desde la fase de ejecución del proyecto. Para ello se toma como base el calendario de las inversiones contempladas y las previsiones para la vida útil del proyecto, donde los egresos de operación y los otros egresos se comportan de modo aproximadamente constante (Córdova, 2011).

Punto de equilibrio

Orienta la estimación del equilibrio entre ingresos y egresos; se toma en cuenta los costos fijos, variables y los ingresos totales (Córdova, 2011).

Este análisis consiste en determinar las condiciones mínimas bajo las cuales la empresa puede ser conservada en condiciones operativas, es el punto en el cual el ingreso total iguala a los costos totales, es decir, el punto exacto donde la empresa no genera rentabilidad, pero tampoco genera pérdidas.

Estados financieros proyectados

Conociendo las políticas financieras de la empresa, a partir de la información contenida en los diferentes presupuestos y teniendo como base los estados financieros históricos (si los hay), se elabora el estado de pérdidas y ganancias, el flujo de caja y el balance general para cada uno de los períodos de vida útil del proyecto.

Flujos de caja

Son las entradas y salidas de efectivo que se realizan generalmente por las actividades normales del proyecto. Éstos flujos de caja pueden ser operacionales (compra-venta de bienes, materia prima, insumos, salarios, gastos administrativos, etc.); financieros (préstamos, venta de acciones, pago de préstamos, compra de acciones); y, de inversión (compra- venta de activos fijos).

Estado de resultados

También llamado estado de pérdidas y ganancias, es un documento que informa sobre las actividades fundamentales de cualquier entidad económica tales como ingresos derivados de la venta de bienes o servicios, el costo de éstos, los gastos necesarios para distribución y los servicios generales.

Éste estado tiene como objeto informar sobre los resultados de la operación de una empresa durante un determinado periodo, se proyecta en base a las estimaciones formadas en el estudio de mercado que permite demostrar el aumento de la capacidad de venta del proyecto.

Evaluación financiera

Evaluación, en primer lugar, significa un examen sistemático y objetivo de un programa o proyecto ya sea en la fase de planificación, ejecución o conclusión de dicho proyecto; con

la finalidad de determinar resultados en términos de eficacia, cumplimiento de objetivos, rentabilidad, etc., para que sirva de guía en la toma de decisiones.

Gracias a este estudio se puede decidir sobre la implantación del proyecto, pues pretende demostrar que todo lo expuesto sobre un producto o servicio pueden dar como resultado una empresa financieramente rentable (Allen & Meyer, 2012).

Para la evaluación financiera se recurre a métodos que a grandes rasgos se dividen en dos: Métodos sin actualización y Métodos con actualización.

Rentabilidad del proyecto

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, en porcentaje o en el tiempo que demora la recuperación de la inversión. Todas ellas se basan en el concepto del valor del dinero en el tiempo, que considera que siempre existe un costo asociado a los recursos que se utilizan en el proyecto, es decir el costo de oportunidad.

Valor del dinero en el tiempo

El dinero puede ganar cierto interés, cuando se invierte por cierto periodo, se debe reconocer que un dólar que se reciba en el futuro valdrá menos que un dólar que se tenga actualmente.

Es ésta relación entre interés y tiempo, la que conduce el valor del dinero a través del tiempo, significa que cantidades iguales de dinero no tienen el mismo valor si se encuentran en puntos diferentes en el tiempo.

Métodos con actualización

Los métodos con actualización, en cambio, son aquellos métodos que sí consideran el valor del dinero en el tiempo. Entre los principales métodos cuantitativos, con actualización se encuentra el valor actual neto y la tasa interna de rendimiento.

Valor actual neto

Uno de los métodos básicos de evaluación financiera es el VAN, que muestra la importancia de los flujos de efectivo con relación al tiempo pues mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo, mediante la aplicación de un factor de actualización (Marin, Montiel & Ketelhon, 2014).

El resultado final está constituido por la suma algebraica de dichos flujos actualizados lo cual da el valor actual. La fórmula según Dávila (2010), para determinar el VAN es:

$$VAN = -I + \sum_{j=1}^{n} \frac{FNE_{j}}{(1+i)^{n}}$$

Dónde:

- ✓ **VAN**= Valor presente neto.
- ✓ **FNE**_I= Flujo de efectivo neto del periodo j.
- ✓ **I**= Inversión del proyecto.
- ✓ **n**= Número de periodos de vida del proyecto.
- ✓ **i**= Tasa mínima aceptable de rendimiento.

La regla de decisión en este método es en base a los resultados, si el resultado es mayor a cero (VAN > 0), se mostrara cuanto se gana con el proyecto después de recuperar la inversión sobre la tasa que se exigía de retorno; si es igual a cero (VAN = 0), indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido y, si es negativo (VAN < 0), muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión (Chain, 2011).

Tasa interna de rendimiento

Éste método representa el segundo criterio más ampliamente utilizado en la evaluación de proyectos, de igual manera mide la rentabilidad, pero esta vez en forma de porcentaje.

Conocido también como método del inversionista, la TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r) que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos) (Marin, Montiel & Ketelhon, 2014).

La TIR, en términos sencillos hace referencia a la máxima tasa exigible que permita que el VAN dé como resultado cero.

La fórmula según Dávila (2010), para determinar la TIR es:

$$TIR = Tasa > + Diferencia de tasas \left(\frac{VAN tasa menor}{VAN tasa menor - VAN tasa mayor} \right)$$

La regla de decisión en este método es, que se elige aquella opción que presente la mayor tasa interna de recuperación.

Relación beneficio costo

Es la relación existente entre los ingresos de efectivo actualizados del proyecto dividido para los egresos de efectivo actualizados incluyendo la inversión.

"También llamada índice de productividad, se basa en la comparación los flujos netos de efectivo frente a la inversión inicial" (Cordova, 2011).

La regla de decisión es simple, se elige el que mayor rentabilidad presente, por ende si la razón beneficio costo es mayor que 1 entonces el proyecto se debe aceptar. La fórmula que determina la relación entre el beneficio y el costo es:

$$RBC = \frac{Ingresos\ actualizados}{Egresos\ actualizados}$$

Métodos sin actualización

Los métodos sin actualización son aquellos métodos que no consideran el valor del dinero en el tiempo.

Entre los principales métodos cuantitativos sin actualización se encuentra periodo de recuperación de la inversión.

Periodo de recuperación de inversión

El periodo o plazo de recuperación es un criterio de evaluación sencillo pues define el número de años que deben transcurrir para recuperar la inversión inicial del proyecto. Lo ideal bajo este método es que el tiempo de recuperación sea corto (Marin, Montiel & Ketelhon 2014). Es decir:

 $extbf{\textit{PRI}} = ext{A\~no} \ anterior \ a \ cubrir \ la \ inv.} + \frac{Inversi\'on - \sum flujos \ netos \ antes \ de \ recuperar \ la \ inv}{flujo \ neto \ del \ a\~no \ que \ supera \ la \ inv,}$

Análisis de sensibilidad

Es un término financiero que implica la utilización de varios resultados posibles considerando los flujos de caja en posibles escenarios al cambiar una variable importante como ingresos o egresos. (Córdova, 2011).

A través de él podemos determinar hasta qué punto pueden reducirse los ingresos o hasta qué punto pueden elevarse los costos sin que se vea comprometida la estabilidad de la empresa. Determina el impacto que una variable especifica puede tener en los resultados de la empresa, lo que permite establecer las estrategias para contrarrestar dichos impactos, permite además definir cuáles son las variables que más afectan al proyecto.

Los cambios que casi con certeza se producirán en el comportamiento de las variables del entorno, harán que sea prácticamente imposible esperar que la rentabilidad calculada sea la que efectivamente tenga el proyecto implementado, por ello surge la necesidad de aplicar un análisis de sensibilidad como un instrumento complementario a la evaluación financiera.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

Para desarrollar el presente trabajo de investigación, fue necesario contar con los siguientes recursos materiales: Computadoras portátil y de escritorio, impresora y cartuchos de tinta, suministros de oficina, copias, documentos, memoria USB, internet.

Métodos

El trabajo de investigación fue de carácter exploratorio y descriptivo; exploratorio tomando en cuenta que se realizó un sondeo previo debido a la poca existencia de información con respecto a la aplicación del factoraje financiero en la ciudad, y descriptivo puesto que permitió detallar el funcionamiento del factoraje en forma general y, a través de una serie de estudios como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y financiero; se propuso mediante la constitución de una nueva empresa, poner al servicio de las pymes el factoraje financiero. Cabe destacar que el presente trabajo de investigación, se realizó por fases y de acuerdo a un orden cronológico.

El estudio inició con la revisión de la literatura como una guía sistemática que, mediante un proceso de razonamientos facilitó no solamente describir los hechos si no también explicarlos, para ello el método científico mediante la investigación bibliográfica permitió recolectar la información pertinente, veraz y oportuna ya sea de libros, folletos, revistas y páginas web para luego desarrollar un marco teórico que sirvió de guía para efectuar los razonamientos lógicos del proyecto.

A continuación, se procedió a recolectar información con respecto a las pymes en la ciudad de Loja, considerando los factores geográficos de los involucrados y así gracias al método estadístico se determinó la muestra para proceder a la aplicación de encuestas, las cuales en el estudio de mercado permitieron proyectar oferta y demanda. A través del método analítico, en el estudio técnico se estableció la localización, tamaño e ingeniería del proyecto, donde se determinaron los procesos a seguir para la constitución de la empresa de factoraje financiero; se realizó el estudio legal y organizacional con el objeto de establecer la estructura departamental y funcional de la empresa, así como las normas sobre las cuales se debe regir la operatividad del factoraje financiero. Adicionalmente y, sustentados en los datos anteriores se procedió a realizar el estudio económico y la

evaluación financiera, desde el análisis, estudio y determinación de ingresos y gastos hasta llegar al flujo de caja e indicadores financieros.

En la discusión de resultados, mediante el método deductivo se plasmaron aseveraciones y generalizaciones basadas en los objetivos antes mencionados, y a partir de la información obtenida propiciar una toma de decisiones acertada con respecto a la creación del factoraje financiero en la ciudad.

Finalmente, con la ayuda del método sintético se redactó el informe final, incluyendo conclusiones y recomendaciones con respecto a la creación de una empresa de factoraje financiero dirigida a las pymes.

Universo o población

El universo a estudiar, consta de las pequeñas y medianas empresas (pymes), instaladas en la ciudad de Loja, para lo cual fue necesario indagar la clasificación de las empresas de acuerdo a su tamaño y de ésta forma conocer el número exacto de pymes en la ciudad.

En Ecuador no existe un registro que permita obtener datos actualizados sobre cuantas pymes existen en la ciudad de Loja. Sin embargo, se pudo encontrar datos históricos proporcionados por la base de datos denominada Redatan, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), que registra datos de las pymes para los años 2012, 2013 y 2014.

Cuadro 2
Clasificación de empresas en Loja

Tamaño de	20	12	20	13	20	14
empresa	Número	%	Número	%	Número	%
Microempresa	14,124	92.28%	15,349	92.52%	15,540	92.34%
Pequeña empresa	971	6.34%	1,013	6.11%	1,059	6.29%
Mediana empresa	172	1.12%	190	1.15%	186	1.11%
Grande empresa	38	0.25%	38	0.23%	45	0.27%
Total	15,305	100%	16,590	100%	16,830	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Tomando como referencia únicamente nuestro objeto de estudio, es decir, datos exclusivamente de pymes para los años 2012, 2013 y 2014 se tiene:

Cuadro 3

Pymes Loja

Tomo % o do omenos	20:	12	20	13	20	14
Tamaño de empresa	Número	%	Número	%	Número	%
Pequeña empresa	971	84.95%	1,013	84.21%	1,059	85.06%
Mediana empresa	172	15.05%	190	15.79%	186	14.94%
Total Pymes	1,143	100%	1,203	100%	1,245	100%

Como se puede observar no existe información actualizada con respecto al número exacto de pymes para el año 2016 en la ciudad de Loja, por lo que se procedió a realizar proyecciones.

Dávila (2010), afirma que proyectar significa llevar al futuro una serie histórica de datos y sirve para determinar de manera aproximada como se expandirá o contraerá determinado sector.

Para la proyección de las pymes se aplicó la siguiente fórmula:

$$F_C = \sqrt[n-1]{\frac{R}{A}}$$

Dónde:

✓ **R**= Dato histórico más reciente

✓ **A**= Dato histórico más anterior

✓ **n**= Número de años de la serie histórica

Con el fin de obtener información precisa se procedió a realizar la aplicación de la fórmula tanto para las pequeñas como para las medianas empresas instaladas en la ciudad de Loja, pero antes de ello es importante señalar que las proyecciones permiten obtener información para plantear un escenario base, sin embargo, se debe tomar en cuenta que la situación

actual del país se encuentra en un ambiente de incertidumbre donde las proyecciones de la empresa son vulnerables ante los factores económicos, políticos, sociales que podrían afectar los resultados esperados.

Factor de crecimiento para la pequeña empresa

$$F_C = \sqrt[n-1]{\frac{R}{A}}$$

$$F_C = \sqrt[3-1]{\frac{1059}{971}} = \sqrt[2]{1.090628} = 1.044331$$

Una vez obtenido el factor de crecimiento correspondiente a 1.044331 se procedió a realizar la proyección para los siguientes años:

Cuadro 4

Proyección de la pequeña empresa

Año	Pequeña Empresa	Tasa de Crecimiento	Proyección
2014	1,059	1.044331	1,106
2015	1,106	1.044331	1,155
2016	1,155		

Es decir que, en el año 2016 se registra una proyección de 1,155 empresas catalogadas en el tamaño de pequeñas.

Factor de crecimiento para la mediana empresa

$$F_C = \sqrt[n-1]{\frac{R}{A}}$$

$$F_C = \sqrt[3-1]{\frac{186}{172}} = \sqrt[2]{1.081395} = 1.03990$$

De igual forma, se efectúan las proyecciones para las medianas empresas, a través del factor de crecimiento correspondiente a 1.03990

Cuadro 5

Proyección de la mediana empresa

Año	Mediana Empresa	Tasa De Crecimiento	Proyección
2014	186	1.039900	193
2015	193	1.039900	201
2016	201		

Es decir que, en el año 2016 se proyecta un total de 201 empresas medianas.

Cuadro 6

Total de pymes en Loja

Tamaño de Empresa	201	16
•	Número	%
Pequeña Empresa	1,155	85.18%
Mediana Empresa	201	14.82%
Total Pymes	1,356	100%

Como se puede observar para el año 2016 en la ciudad de Loja se registra una proyección de 1,356 empresas catalogadas como pymes, de las cuales un porcentaje equivalente al 85.16% se encuentra en las pequeñas empresas mientras que el 14.83% de las pymes pertenecen a las medianas empresas, lo cual demuestra el crecimiento empresarial en la ciudad de Loja.

Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra en el presente trabajo de investigación y, partiendo de la noción de que se trata de una población finita, se tomaron los datos obtenidos de las proyecciones realizadas anteriormente.

La fórmula utilizada para obtener el número de pymes a encuestar fue:

$$\boldsymbol{n} = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

✓ **Z**= Nivel de Confianza 95% (1.96)

✓ N= Universo 1.355

✓ \mathbf{p} = Probabilidad a favor (0.5)

✓ **q**= Población en contra (0.5)

✓ **e**= Margen de error (5%)

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(1,355)}{(1,355)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

n = 299 pymes a encuestar

Aplicando la fórmula señalada anteriormente se obtuvo que el número de encuestas a aplicarse para las pymes es de 299, y para determinar el número de encuestas tanto para pequeñas como medianas empresas se realiza un cálculo a partir de los porcentajes establecidos previamente.

Cuadro 7

Pymes a encuestar

Tamaño de empresa	2016		
r and r	%	Encuestas	
Pequeñas empresas a encuestar	85.18%	255	
Medianas empresas a encuestar	14.82%	44	
Total Pymes a encuestar	100%	299	

De acuerdo al **Cuadro 6**, el porcentaje de pequeñas empresas equivale al 85.18% es decir que se deberán encuestar 255 pequeñas empresas, mientras que el porcentaje de medianas empresas equivale al 14.82%, lo cual señala que se deben encuestar un número de 44 medianas empresas.

f. RESULTADOS

Análisis de la empresa

En primer lugar, se realiza un análisis de la estructura del objeto de estudio, en este caso la situación económica de las pymes en lo que refiere a financiamiento y liquidez, a fin de conocer su implicación en el mercado de los servicios financieros; además estudiar cuidadosamente las principales fuentes de financiamiento a las que concurren las pymes que, para el factoraje financiero se presentan como productos sustitutos determinando también los requerimientos de éstas empresas a la hora de solicitar financiamiento (fuente, monto, plazos, etc.).

Según datos del Banco Central del Ecuador (2014), durante los últimos años, los créditos en su mayoría han sido destinados al segmento corporativo y empresarial, lo que denota la falta de interés en impulsar el crecimiento de las pymes a traves de financiamiento por parte de las instituciones financieras tradicionales.

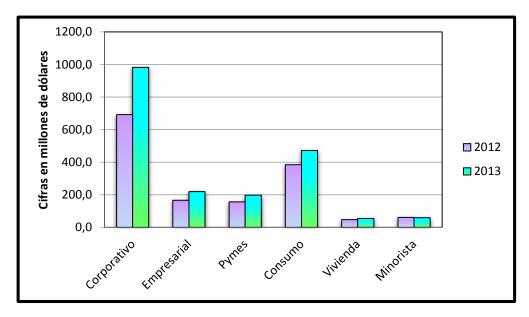


Figura 5. Evolución del crédito del sistema financiero privado.

Fuente: Diario El Telégrafo, Así está el crédito en el Ecuador. Recuperado de: http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/asi-esta-el-credito-en-el-ecuador

El crecimiento de la demanda de financiamiento por parte de las pymes se debe principalmente a las nuevas circunstancias económicas que atraviesa el país, volviéndose casi imposible para los empresarios solventar con recursos propios las actividades económicas del negocio, y es ahí donde las instituciones financieras deben continuar desempeñando su función tradicional que es fomentar el crecimiento empresarial mediante

el financiamiento, sin embargo, las pequeñas y medianas empresas (pymes) presentan mayores restricciones para la obtención de financiamiento debido a su tamaño y el riesgo que implica para las instituciones financieras operar con empresas de éstas características.

El mercado de las pymes dinamiza la economía de la ciudad de Loja, pero impulsar dicha dinámica requiere también la prestación de servicios financieros innovadores como el factoraje, puesto que como se explicó anteriormente los obstáculos que significa acceder a las fuentes de financiamiento tradicionales ha limitado el crecimiento de las pymes en el sector.

Análisis del entorno

El entorno se encuentra en constantes cambios, lo que obliga no solo a prestar atención a los factores internos de la organización, sino también a las variables sobre las cuales la empresa no tiene influencia, pero que debe adaptarse a ellas para su óptimo desenvolvimiento, pues de ello dependerá el éxito de la organización que para efectos del presente trabajo de investigación el entorno a analizarse corresponderá a un análisis a los siguientes factores:

✓ Factores sociales

En la ciudad de Loja durante los últimos años se ha presenciado el aumento de emprendimientos, lo cual significa mayores requerimientos de financiamiento ya sea para ampliar o cumplir las normales funciones de cada empresa acudiendo a los principales entes financieros que relativamente otorgan liquidez y capital bajo un determinado costo.

Pero la situación no es la misma para todas las empresas, pues las que se encuentran catalogadas dentro de las pymes, continúan con su problema histórico que ha sido la falta de financiamiento para el desarrollo y crecimiento de los negocios.

Este factor representa una oportunidad para la creación de una empresa de factoraje, pues el servicio a ofrecer financia las actividades de las pymes a través de las cuentas por cobrar que poseen las mismas.

✓ Factores económicos

El entorno económico que podría presentar la empresa de factoraje financiero está relacionado directamente con los siguientes aspectos:

- o Producto Interno Bruto.
- o Tasa de interés.
- Inflación.

De acuerdo estas variables, se considera a este factor como una amenaza de alto impacto puesto que no reflejan estabilidad, y la empresa tendrá el reto de enfrentar con éxito los problemas derivados de éstas variables, esperando que se encuentren en márgenes aceptables.

√ Factores legales

En el Ecuador las actividades privadas están reguladas en primer lugar por la Constitución de la República del Ecuador, seguido de leyes, normas y reglamentos que norman el funcionamiento de las empresas, sin embargo, dichas normas dependen de la estabilidad política del país por lo que podrían existir cambios implantados en cada periodo presidencial o dentro de los mismos. Estos cambios pueden afectar el giro de la empresa y romper el esquema de planificación en temas tributarios, financieros, comerciales y salariales.

Por otro lado, la falta de una definición legal, es decir de un estatuto jurídico que reglamente el proceso de factoraje, podría dificultar el desenvolvimiento de la empresa confundiéndola con una entidad financiera que debe someterse a fuertes disposiciones que reglamentan el desarrollo del sector financiero impidiendo las posibilidades del desarrollo de la entidad de factoraje.

Así mismo, tomando en cuenta que el documento mayormente utilizado por las pymes para respaldar sus créditos son las facturas, las mismas que para ser transferidas a la empresa factor deberán someterse a los requisitos establecidos en el Código de Comercio, art. 201, lo que representa un ambiente de incertidumbre sobre la aceptación de las pymes con respecto a la emisión de facturas comerciales negociables.

De todo lo anterior, se deduce que el factor legal de la empresa de factoraje financiero representa una amenaza de alto impacto.

✓ Factores políticos

Para que la empresa de factoraje financiero inicie sus actividades, es imprescindible tener un gobierno que brinde la confianza necesaria, teniendo en cuenta que la entidad está dirigida a las pymes, quienes a su vez dependen también de las políticas del gobierno para mantenerse estables y tener suficientes recursos para la contratación del servicio a ofrecer.

El escenario político del Ecuador muestra un ambiente de incertidumbre entre los ecuatorianos, ya que se aproximan las elecciones donde se emprenden fuertes campañas electorales con el fin de captar un mayor número de votos, éste periodo de elecciones pone de manifiesto un entorno incierto para las empresas y las inversiones, ya que un cambio de gobierno supone un cambio de las reglas de juego.

El acceso a financiamiento puede volverse mucho más restrictivo debido a este factor ya que al existir un cambio de gobierno, se pueden incrementar los impuestos, lo que afectaría la economía de la empresa y por ende su rentabilidad.

Las cinco fuerzas de Porter

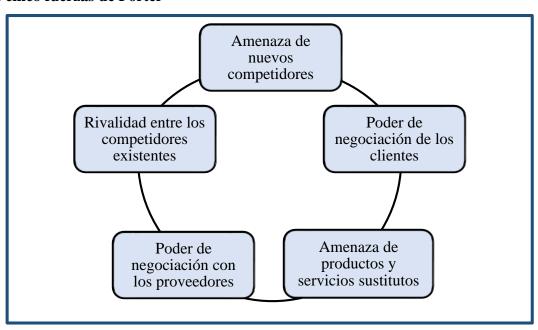


Figura 6. Fuerzas de Porter

Fuente: El periódico marketing, 5 Fuerzas de Porter, ¿Cuáles son los elementos que impactan en la rentabilidad? Recuperado de http://periodico-marketing.com/2013/12/25/cuales-son-los-elementos-que-impactan-en-la-rentabilidad/

Diagnostico sectorial

El diagnostico sectorial estará centrado en cómo la empresa de factoraje financiero interactúa ante la competencia, los clientes y como ofrece su servicio, por lo tanto, se abordará este análisis a través de las cinco fuerzas de Porter.

a. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Conociendo que existe economía de libre mercado, cualquier organización jurídica o persona natural puede establecer un negocio que ofrezca iguales servicios financieros que la empresa a conformarse, por tal motivo siempre existirá la amenaza de la competencia.

Sin embargo, la figura de factoraje financiero es muy poco conocida en la ciudad, lo que significa una limitación para los nuevos competidores.

b. Poder de negociación de los clientes

El mercado de las pymes en la ciudad de Loja es exigente y organizada a la hora de determinar sus fuentes de financiamiento y el costo que implica, lo que resultaría una desventaja a la hora de fijar los márgenes de utilidad.

Sin embargo, este poder no es preocupante puesto que de acuerdo a las encuestas aplicadas las pymes conceden montos bajos a crédito (*Ver Cuadro 11*), y es la empresa de factoraje la que finalmente decide si aceptar los documentos o no.

c. Amenaza de productos y servicios sustitutos

Existen múltiples formas de financiamiento para las pymes, como créditos bancarios, prestamistas privados, etc., pero no existe otra forma de financiamiento que se encargue de liquidar documentos que es lo que realiza el servicio de factoraje.

De acuerdo a la investigación realizada, el servicio financiero sustituto está representado principalmente por el crédito a las pymes de la ciudad de Loja, lo cual puede afectar la estabilidad de la empresa de factoraje financiero, pero dadas las situaciones cambiantes en la economía de la región y del país, la empresa tendrá que aplicar estrategias de marketing, direccionadas a mantener el mercado de las pymes a favor del factoraje financiero.

d. Poder de negociación con los proveedores

Los proveedores, son quienes suministrarán el capital necesario, es decir los recursos financieros para la compra de cartera y de esta manera efectuar las operaciones propias de factoraje con las pymes, por ende, forman parte importante en el giro del negocio puesto que sin ellos es imposible ofrecer el servicio financiero.

Pueden estar representados por entidades financieras o inversionistas, en este caso la empresa contará con 25 accionistas que aportarán el capital necesario para que la entidad realice sus operaciones con normalidad.

Existe una amplia gama de proveedores es decir instituciones financieras que podrían brindar créditos a la entidad, lo que permite reducir éste poder de negociación.

No obstante, se entablará relaciones con los proveedores tanto inversionistas como entidades financieras con respecto a la forma de financiamiento para la empresa de factoraje y el costo que involucra.

e. Rivalidad entre los competidores existentes

En el Ecuador, el uso del factoraje como alternativa de negocio, es una alternativa de financiamiento relativamente nueva, por esta razón, si bien existen algunas empresas financieras pequeñas autorizadas a proveer servicios de factoraje en el país, la actividad principal se centra en las siguientes organizaciones:

- ✓ Banco del Pichincha.
- ✓ Corporación Financiera Nacional (CFN).

✓ LOGROS Factoring.

Las entidades que ofertan el servicio de factoraje en el Ecuador, aún son muy limitadas y pese a que existen otras organizaciones privadas autorizadas ofertando el servicio, su volumen de negocio es bastante bajo comparado con el de las empresas mencionadas.

En el caso del Banco del Pichincha, los montos mínimos son de 100.000 USD a un plazo mínimo de 30 días y máximo de 180 días, exige garantía personal hipotecaria o prendaria,

se aplica tasa de descuento vigente al momento del desembolso, es decir que debido a los montos y las garantías exigidas aun es restrictiva para las pymes.

Por otro lado, la Corporación Financiera Nacional oferta el 'CFN Factoring', un instrumento financiero que brinda a los proveedores de las grandes empresas liquidez inmediata por las facturas negociadas tras la prestación de sus productos o servicios.

Finalmente, la empresa Logros factoring, que desde el año 2015 mantiene un convenio con la Cámara de Comercio de la ciudad, hoy en día concentra su cartera en las principales ciudades del país; Quito y Guayaquil por lo que para la ciudad no representa una verdadera competencia.

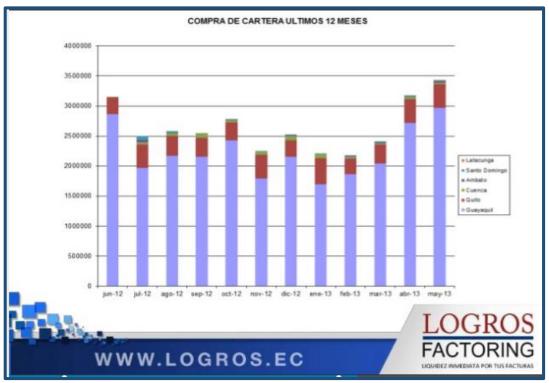


Figura 7. Oferta de Factoraje.

Fuente: Logros Factoring, "Liquidez inmediata para crecer". Recuperado de: http://www.slideshare.net/glynch3/factoring-liquidez-inmediata-para-crecer.

Es decir que la empresa de factoraje financiero a constituirse, tendrá una gran ventaja que es no contar con competencia directa, puesto que es un servicio nuevo para las pymes de la ciudad de Loja, y al no existir competencia directa la entidad evitará tener que realizar campañas agresivas de publicidad, por lo que éste no es un factor preocupante a la hora de poner en marcha las actividades de la entidad.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS

Cuadro 8
¿Qué tipo de actividad económica desarrolla su empresa?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Industria manufacturera	64	21.40%
Comercio	138	46.15%
Servicio	97	32.44%
Total	299	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Del total de empresas encuestadas sean éstas personas naturales o jurídicas se obtuvo que aproximadamente el 46.15% se dedica al comercio, seguido del 32.44% que está representado por empresas de servicios y finalmente el 21.40% equivalente a industrias manufactureras; lo que refleja a simple vista que el comercio es la orientación económica de las pymes en la ciudad, donde el principal ingreso de éstas empresas es la venta de un producto, ya sea al por mayor o menor, referenciando dicha actividad como el factor clave de un emprendimiento, y; que puede ser complementada con el servicio de factoraje financiero puesto que se trata de empresas demandantes de financiamiento constante.

Cuadro 9
¿Otorga su empresa ventas a crédito?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	194	64.88%
No	105	35.12%
Total	299	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Tomando en consideración las políticas de cada empresa encuestada, se obtuvo que el 64.88% de pymes conceden sus ventas a crédito, expresando que se debe tener una buena gestión de cobro y un previo análisis al cliente para no presentar problemas de liquidez, mientras que el 35.12% de pymes no lo hacen aduciendo que el no pago por parte del cliente representa dificultades para recuperar dichas ventas y por ende pérdidas a la empresa.

La negativa del otorgamiento de ventas a crédito se debe también a que las pymes, dado su menor tamaño y el volumen de sus operaciones, no pueden justificar la existencia de un departamento de cobranza, lo cual propicia un ambiente favorable para el nacimiento del factoraje en la ciudad, puesto que el mismo no sólo otorga liquidez, sino que se ofrece un servicio extra al encargarse de la gestión de cobranza.

Cuadro 10
¿Hasta qué plazo brinda los créditos a sus clientes?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 30 días	86	44.44%
De 31 a 60 días	56	28.76%
De 61 a 90 días	52	26.80%
Total	194	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Las pymes en su mayoría otorgan ventas a crédito hasta un plazo no mayor a 30 días lo que refleja la importancia de recuperar la cartera en el corto tiempo, ya que según los datos obtenidos el 44.44% lo hace entre los 15 y 30 días; el 28.76% otorga créditos hasta un plazo de 31 a 60 días, mientras que para los plazos de 61 a 90 días existe un porcentaje de 26.80%, es decir que las empresas otorgan sus créditos de 31 días a más, pero lo hacen a partir de la premisa de incrementar al costo original un porcentaje por el tiempo transcurrido durante el crédito.

Cuadro 11
¿Cuál es el monto de promedio mensual asignado a créditos?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Hasta 3,000	59	30.41%
De 3,001 a 4,000	41	21.13%
De 4,001 a 5,000	46	23.71%
De 5,001 a más	48	24.74%
Total	194	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

El monto promedio mensual que las pequeñas y medianas empresas otorgan a crédito varía desde 3,000 hasta más de 5,000 dólares ya que todo depende del tamaño de la empresa, tipo de producto o servicio que se ofrece, pero sobretodo el mercado con el que se trabaja.

Esto se ve reflejado en los resultados obtenidos, ya que aproximadamente el 30.41% otorga créditos hasta 3,000 y el 21.13% desde 3,001 hasta 4,000 dólares; así mismo el 23.71% otorga créditos de 4,001 a 5,000 y finalmente el 24.74% otorga créditos de 1,000 a 1,500.

Cuadro 12
¿Qué documentos le respaldan para recuperar los créditos otorgados?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Facturas	81	41.75%
Pagarés	32	16.49%
Letras de cambio	66	34.02%
Ninguna de las anteriores	15	7.73%
Total	194	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Entre los documentos de respaldo que utilizan los empresarios para garantizar el cobro de la deuda de sus clientes, se obtuvo que en su mayoría el documento negociable es la factura, es decir, el 41.75%; en cuanto a letras de cambio también representan un porcentaje significativo equivalente al 34.02%; mientras que los pagarés equivalen al 16.49%; y finalmente un mínimo porcentaje equivalente a 7.73% se basan en la confianza depositada en sus clientes y no exigen ningún documento de respaldo.

Cuadro 13
Si Ud. no otorga ventas a crédito, ¿Cambiaría de opinión sabiendo que existe una empresa encargada de la gestión de cobranza?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	76.19%
No	25	23.81%
Total	105	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Del total de empresarios que manifestaron que no otorgan ventas a crédito, por los motivos manifestados con anterioridad, un porcentaje del 76.19% señaló que se podría optar por conceder al menos cierto monto del total de sus ventas a crédito, tomando en cuenta que existiera una empresa encargada del manejo de cartera, lo cual denota el interés de la empresa en el factoraje financiero pues, a pesar de no conceder a crédito sus ventas están dispuestas a cambiar sus políticas de venta por el interés en utilizar esta herramienta.

Cuadro 14
¿Necesita financiamiento para su empresa?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	
Si	167	86.08%	
No	27	13.92%	
Total	194	100%	

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

En cuanto al financiamiento de las pymes, casi en su totalidad, es decir, el 86.08% señala que requieren de financiamiento ya sea para desarrollar sus funciones actuales, ampliarlas o dar inicio a nuevas inversiones; mientras que solamente el 13.71% de pymes encuestadas

han respondido que actualmente no requieren financiamiento para sus actividades debido a los costos que las fuentes tradicionales de financiamiento implican donde incluso los bienes se ven comprometidos en forma de garantía.

Lo anterior ratifica el supuesto de que el éxito de las pymes depende de su capacidad para obtener financiamiento.

Cuadro 15
Señale cuál es el monto aproximado de financiamiento requerido para su empresa o local comercial

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	
Hasta 3,000	27	16.17%	
De 3,001 a 5,000	29	17.37%	
De 5,001 a 10,000	48	28.74%	
De 10,000 a más	63	37.72%	
Total	167	100%	

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Tomando como referencia únicamente las pymes que requieren financiamiento se obtuvo que aproximadamente el 37.72% demanda de un capital superior a los 10,000 dólares y esto se debe justamente al tamaño de la empresa y por ende de sus actividades; el 28.74% de empresas encuestadas en cambio necesitan de financiamiento entre 5,000 y 10,000 dólares; seguido del 17.37% de pymes encuestadas que señalan el monto de su financiamiento entre 3,000 y 5,000 dólares; y finalmente, el 16.17% solicitan un monto menor o igual a 3,000 dólares.

Además, se deduce que el tamaño de la empresa está directamente relacionado con el monto de financiamiento que se requiere, teniendo en cuenta que, las medianas empresas demandan un capital superior a los 10,000 dólares y por el contrario las pequeñas empresas demandan un capital inferior de aproximadamente 3,000 dólares.

Cuadro 16
¿A qué fuentes de financiamiento recurre Ud., normalmente?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Crédito	140	83.83%
Aporte de capital propio	27	16.17%
Total	167	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Igualmente, a la hora de señalar la principal fuente de financiamiento, se obtuvo que la mayoría de los que anteriormente señalaron que requieren financiamiento, es decir el 83.83% recurren a la obtención de crédito refiriéndose a éste como un mecanismo tradicional, mientras que el 16.17% restante se financia a través de su propio capital, de lo que se deduce que la mayoría de pymes no cuentan con capital propio suficiente para desarrollar sus actividades empresariales teniendo entonces, que recurrir a fuentes externas como lo es principalmente el crédito.

Cuadro 17: ¿Tiene Ud., conocimiento del factoraje financiero como una herramienta que le permite obtener liquidez inmediata a través de la venta de su cartera?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	
Si	51	30.54%	
No	116	69.46%	
Total	167	100%	

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

A pesar de que un porcentaje superior al 50% de pymes encuestadas otorgan ventas a crédito, solamente 30.54% de pymes señalan únicamente conocer sobre la existencia del factoraje más no utilizan éste servicio para obtener financiamiento, debido a la incertidumbre que aún genera su operatividad, aduciendo también ésta no utilización a la falta de empresas enfocadas en dicho servicio, puesto que en nuestra ciudad es manejada como un servicio auxiliar y no principal, de instituciones financieras y el 69.46% restante

expresa no tener conocimiento del servicio en sí, o de las ventajas que puede generar para su negocio.

Lo anterior también refleja, la falta de indagación de los empresarios con respecto a la diversidad de productos y servicios financieros que existen, pero además la oportunidad de las empresas que están incursionando en este mercado, de dar a conocer el servicio de factoraje entre el pequeño y mediano sector empresarial.

Cuadro 18: Si en la ciudad de Loja se implementará una empresa que brinde el servicio de factoraje financiero, ¿estaría Ud. interesado en adquirir éste nuevo servicio?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	
Si	143	85.63%	
No	24	14.37%	
Total	167	100%	

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría de pymes que otorgan créditos a sus clientes están dispuestos a utilizar este nuevo producto financiero, puesto que el 85.63% mostró interés en ello, a diferencia del 14.37% que opinó lo contrario, manifestando que su falta de interés era por las posibles tasas y comisiones que podrían resultar elevadas, representando para los empresarios un costo difícil de recuperar. Sin embargo, los datos obtenidos propician un ambiente favorable para la implantación del factoraje en la ciudad pues se deduce que existe un amplio mercado objetivo, que no está siendo explotado.

Cuadro 19
¿Con qué frecuencia adquiriría Ud., el servicio antes mencionado?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje	
Una vez al mes	33	23.08%	
Una vez cada dos meses	36	25.17%	
Trimestralmente	52	36.36%	
Semestralmente	22	15.38%	
Total	143	100%	

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Los resultados muestran que de un total de 143 pymes encuestadas aproximadamente el 36.38% utilizarían el servicio de forma trimestral; el 25.17% indican que lo harían una vez cada dos meses; el 23.08% de pymes recurrirían al factoraje financiero una vez al mes, y finalmente, un 15.38% lo harían semestralmente.

Lo anterior muestra que debido a la importancia de recuperar la cartera de créditos y contar con liquidez inmediata es imprescindible para la empresa usuaria recurrir eventualmente a una entidad que señale una solución a dichos inconvenientes financieros.

Cuadro 20
¿Por qué medios desearía Ud., que se dé a conocer la implementación de la empresa de factoraje financiero?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Radio	72	23.46%
Periódico	81	26.67%
Redes Sociales	70	22.96%
Hojas Volantes	82	26.91%
Total	305	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a las pymes

Interpretación

Se concluye entonces que el mejor medio para anunciar el servicio de factoraje financiero sería a través de hojas volantes con un 26.91%, pero también el 26.67% de pymes ha manifestado que prefieren conocer del factoraje en periódicos, en cambio el 23.46% prefieren conocer por medio de radio, y por último se obtuvo que el 22.96% prefieren a través de redes sociales.

ESTUDIO DE MERCADO

En base a los resultados de las encuestas aplicadas, se realizó el estudio de mercado comprendido principalmente por el análisis de la oferta y demanda del servicio de factoraje, que son las variables que ratificarán o refutarán sobre la factibilidad de una empresa de factoraje financiero en la ciudad de Loja.

En la recolección de información se determinó que la mayoría de pymes encuestadas están dedicadas a la comercialización ya sea al por mayor o menor de bienes, es decir que la entidad de factoraje estará dedicada en su mayoría a empresas comerciales.

Análisis de la demanda

Para predecir el comportamiento futuro de las demandas: potencial, real y efectiva; primeramente es necesario tomar en cuenta que todo pronóstico inicia desde una situación determinada, es decir, que se debe partir del comportamiento de la demanda actual cuyo objetivo es determinar el volumen de servicios de factoraje financiero que las pymes están dispuestas a adquirir, lo que consecuentemente garantice el éxito de seguir adelante con el proyecto a la vez que se establece si es posible justificar la creación de la empresa de factoraje financiero en la ciudad de Loja.

La demanda del servicio de factoraje en la ciudad de Loja, está representada en primer lugar por todas aquellas pymes que en su actividad económica otorguen ventas a crédito, requieran de financiamiento, tengan conocimiento del factoraje financiero y que, finalmente estén interesadas en adquirir el nuevo servicio.

Proyección de la demanda de pymes

La proyección de la demanda es el procedimiento más importante en la toma de decisiones durante el proceso de creación de la empresa, pues predice el posible número de pymes que estarán dispuestas a adquirir el servicio, es decir muestra si existe una necesidad que puede ser satisfecha por el servicio de factoraje.

Con el fin de determinar la demanda futura, se procedió a utilizar la fórmula de factor de crecimiento para de ésta manera conocer el número de pymes que existirán en el mercado

para los siguientes diez años, tomando como referencias antecedentes cuantitativos históricos.

Una vez obtenido el factor de crecimiento (1.044) que señala el porcentaje en el que las pymes aumentarán para los siguientes años en la ciudad de Loja, se procedió a realizar la proyección de pymes para cada año:

Cuadro 21

Proyección de pymes al 2026

	Año	Pymes	Factor de Crecimiento	Proyección de pymes
0	2016	1,356	1.044	1,415
1	2017	1,415	1.044	1,477
2	2018	1,477	1.044	1,542
3	2019	1,542	1.044	1,609
4	2020	1,609	1.044	1,679
5	2021	1,679	1.044	1,752
6	2022	1,752	1.044	1,829
7	2023	1,829	1.044	1,909
8	2024	1909	1.044	1,992
9	2025	1,992	1.044	2,079
10	2026	2,079		

El cuadro anterior muestra entonces, el número de pymes hasta el 2026, teniendo que actualmente existen alrededor de 1,356 y para el año 2026 existirán 2,079 aproximadamente.

Demanda potencial de pymes

La demanda potencial representa la máxima demanda del mercado, es decir, el volumen máximo de pymes que podrían utilizar el servicio de factoraje financiero.

Para ello se tomó como referencia dos variables, las proyecciones con respecto al número de pymes y el 64.88% resultado equivalente al porcentaje de encuestados que señala que efectivamente otorgan sus ventas a crédito (*Ver Cuadro 9*).

Cuadro 22

Demanda potencial de pymes

Año	Proyección de pymes	Porcentaje de pymes que otorgan sus ventas a crédito	Demanda potencial de pymes
2016	1,356	64.88%	880
2017	1,415	64.88%	918
2018	1,477	64.88%	958
2019	1,542	64.88%	1,000
2020	1,609	64.88%	1,044
2021	1,679	64.88%	1,089
2022	1,752	64.88%	1,137
2023	1829	64.88%	1,187
2024	1,909	64.88%	1,238
2025	1,992	64.88%	1,293
2026	2,079	64.88%	1,349

Se ha considerado como demanda potencial a todas las empresas que otorgan sus ventas a crédito, porque son éstas empresas las que son de interés para la entidad a crearse, puesto que quienes están sujetas a la operación de factoraje financiero son las empresas que conceden sus ventas a crédito.

Además, por tratarse de empresas en su mayoría comerciales que se encuentran en constante requerimiento de liquidez, el factoraje se presenta como una nueva opción de financiamiento convirtiéndose, éste porcentaje de pymes en el mercado objetivo del servicio financiero.

Demanda real de pymes

La demanda real, parte de la demanda potencial anteriormente determinada y está representada por las pymes que realmente pueden requerir el uso del servicio de factoraje financiero, que para efectos del presente trabajo de investigación fue establecida valiéndose del número de pymes que requieren financiamiento (*Ver Cuadro 14*) y que a la vez tienen conocimiento de la existencia del factoraje financiero (*Ver Cuadro 17*).

Cuadro 23

Demanda real de pymes

Año	Demanda potencial de pymes	Porcentaje de pymes demandantes de financiamiento	Subtotal	Porcentaje de pymes que tienen conocimiento del factoraje financiero	Demanda real de pymes
2016	880	86,08%	757	30,54%	231
2017	918	86,08%	790	30,54%	241
2018	958	86,08%	825	30,54%	252
2019	1,000	86,08%	861	30,54%	263
2020	1,044	86,08%	899	30,54%	274
2021	1,089	86,08%	938	30,54%	286
2022	1,137	86,08%	979	30,54%	299
2023	1,187	86,08%	1,021	30,54%	312
2024	1,238	86,08%	1,066	30,54%	326
2025	1,293	86,08%	1,113	30,54%	340
2026	1,349	86,08%	1,161	30,54%	355

Todas las pymes calificadas como demanda potencial, que además demandan financiamiento ya sea para desarrollar sus funciones actuales, ampliarlas o dar inicio a nuevas inversiones y tienen conocimiento del factoraje financiero como un mecanismo alternativo de financiamiento, fueron tomadas como demanda real, puesto que el hecho de requerir fuentes de financiamiento y a la vez conocer de la existencia del servicio de factoraje representa una oportunidad para insertar en el mercado de las pymes el nuevo instrumento financiero.

Demanda efectiva

Finalmente, se determina la demanda efectiva que está conformada por un segmento de la demanda real, y señala las pymes que se han podido captar de forma más específica, puesto que han mostrado interés en la creación de la entidad de factoraje financiero, es decir a quienes específicamente va dirigida la gestión de marketing y demás acciones, con la finalidad de que se conviertan en empresas usuarias del factoraje financiero.

Cuadro 24

Demanda efectiva de pymes

Año	Demanda real de pymes	Porcentaje de pymes dispuestas a adquirir el servicio	Demanda efectiva de pymes
2016	231	85.63%	198
2017	241	85.63%	207
2018	252	85.63%	216
2019	263	85.63%	225
2020	274	85.63%	235
2021	286	85.63%	245
2022	299	85.63%	256
2023	312	85.63%	267
2024	326	85.63%	279
2025	340	85.63%	291
2026	355	85.63%	304

La demanda efectiva se determinó a partir del número de pymes dispuestas a adquirir el servicio de factoraje si en la ciudad de Loja se implementara una empresa de ésta naturaleza, cuyo resultado afirmativo refleja un porcentaje de 85.63% (*Ver Cuadro 18*).

Los datos obtenidos de ésta demanda reflejan que el factoraje es un servicio financiero altamente demandado puesto que existe un gran número de pymes interesadas en dicho servicio.

Resumen de proyección de demandas

Haciendo referencia a todo lo determinado anteriormente con respecto a las demandas establecidas, se muestra a continuación una síntesis para su mejor comprensión:

Cuadro 25

Resumen de demandas

Año	Proyección	Demanda potencial	Demanda real	Demanda efectiva
Allo	de pymes	de pymes	de pymes	de pymes
2016	1,356	880	231	198
2017	1,415	918	241	207
2018	1,477	958	252	216
2019	1,542	1,000	263	225
2020	1,609	1,044	274	235
2021	1,679	1,089	286	245
2022	1,752	1,137	299	256
2023	1,829	1,187	312	267
2024	1,909	1,238	326	279
2025	1,992	1,293	340	291
2026	2,079	1,349	355	304

Demanda de financiamiento de las pymes

El cálculo referente al financiamiento de las pymes permite determinar el monto promedio de dinero que cada empresa encuestada demanda, para de ésta manera conocer el monto total de financiamiento que se requiere.

Ésta determinación se realizó a partir del monto de financiamiento que cada empresa señaló en las encuestas aplicadas (*Ver Cuadro 15*), se procede entonces a establecer el punto medio de los valores fijados como variables para luego multiplicar por la frecuencia es decir el número de empresas que seleccionaron dicha variable.

Una vez realizado el mismo procedimiento para cada variable se realiza una sumatoria de todos los valores encontrados y el resultado dividido entre el número de encuestados nos da el monto aproximado que cada pyme requiere.

Cuadro 26

Demanda de financiamiento de las pymes

Variable	Promedio	Frecuencia	Total anual
Hasta 3,000	3,000	27	81,000
De 3,001 a 5,000	4,001	29	116,015
De 5,001 a 10,000	7,500	48	359,976
De 10,000 a más	10,000	63	630,000
Total		167	1,186,991

$$CP = \frac{Total \ de \ efectivo \ requerido}{Total \ de \ encuestados}$$

$$CP = \frac{1,186,991}{167}$$

$$CP = 7,107.73$$
 USD.

Como se observa el monto promedio demandado por cada empresa es de 7,107.73 dólares aproximadamente.

Cuadro 27

Demanda efectiva de financiamiento

Año	Demanda efectiva de pymes	Demanda promedio de financiamiento	Demanda efectiva en unidades monetarias
2016	198	7,107.73 USD	1,407,696.45
2017	207	7,107.73 USD	1,469,165.01
2018	216	7,107.73 USD	1,533,317.66
2019	225	7,107.73 USD	1,600,271.60
2020	235	7,107.73 USD	1,670,149.15
2021	245	7,107.73 USD	1,743,077.99
2022	256	7,107.73 USD	1,819,191.33
2023	267	7,107.73 USD	1,898,628.25
2024	279	7,107.73 USD	1,981,533.87
2025	291	7,107.73 USD	2,068,059.65
2026	304	7,107.73 USD	2,158,363.66

Ésta demanda se obtiene como un producto multiplicativo entre el monto promedio que cada pyme requiere, y el número de empresas dispuestas a adquirir el servicio de factoraje financiero, obteniéndose como resultado el monto total equivalente a 1,469,165.01 dólares para el año 2017.

Oferta

Una de las razones por las que nació la motivación de realizar éste estudio, es porque en la ciudad de Loja son limitadas las instituciones que ofrecen éste servicio, y las existentes como se analizó anteriormente no están dirigidas a las pymes.

Adicionalmente, se debe manifestar que en el mercado de la ciudad existen personas naturales (abogados) que se dedican a la compra y venta de cartera, es decir la actividad de factoraje, pero al no estar constituida legalmente no se puede determinar en qué porcentaje se oferta el servicio antes mencionado.

Frente a todo esto, es importante crear entidades locales y más si la ciudad no cuenta con una empresa exclusivamente de factoraje que brinde a las pymes alternativas de financiamiento.

La falta de conocimiento por parte de los posibles usuarios del servicio ha propiciado un ambiente de incertidumbre es decir que, el factoraje financiero aún es ajeno para muchos e incierto para otros, lo que impide operar con este instrumento que podría resultar como un mecanismo alternativo de liquidez altamente viable.

Demanda insatisfecha de pymes

La demanda insatisfecha teóricamente, representa la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta en el mercado, obteniendo como resultado aquella demanda que no ha sido cubierta, es decir que el número de pymes que aún no ha logrado acceder al servicio de factoraje.

Uno de los principales objetivos del presente trabajo de investigación es comprobar que existe una demanda insatisfecha en donde se pueda enfocar la comercialización del nuevo servicio financiero, pudiendo la demanda insatisfecha ser cubierta, al menos una parte por la empresa de factoraje de este proyecto.

De acuerdo a la información analizada tanto de demanda efectiva como de la oferta actual inexistente en este caso, se procedió a determinar la proyección de la demanda insatisfecha de pymes.

Cuadro 28

Demanda insatisfecha de pymes

Año	Demanda efectiva de pymes	Oferta	Demanda insatisfecha de pymes	Demanda insatisfecha en unidades monetarias
2016	198	0	198	1,407,696.45
2017	207	0	207	1,469,165.01
2018	216	0	216	1,533,317.66
2019	225	0	225	1,600,271.60
2020	235	0	235	1,670,149.15
2021	245	0	245	1,743,077.99
2022	256	0	256	1,819,191.33
2023	267	0	267	1,898,628.25
2024	279	0	279	1,981,533.87
2025	291	0	291	2,068,059.65
2026	304	0	304	2,158,363.66

Como se refleja en el cuadro anterior, efectivamente existe demanda insatisfecha en este caso, representada por las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Loja.

Por no existir una entidad exclusivamente de factoraje financiero para las pymes, la demanda insatisfecha es la misma demanda efectiva, lo cual favorece a la inserción del servicio de factoraje en la ciudad.

PLAN DE MARKETING

El plan de marketing es un conjunto de herramientas de análisis que tienen por objetivo desarrollar estrategias que permitan dar a conocer la nueva empresa y los servicios que ésta brindará, de manera que la entidad se posesione en el mercado, planteando acciones que permitan en primer lugar captar las primeras empresas usuarias del servicio para más tarde determinar políticas que propicien la retención de las empresas sujetas al factoraje.

7ps del marketing

Producto

El presente proyecto busca ofertar un producto intangible, es decir un servicio, denominado factoraje financiero, el principal factor diferenciador que presenta éste servicio es que se enfoca en las pymes, un mercado que se encuentra bastante abandonado mejorando así el flujo de dinero de dichas empresas.

Funcionará a través de un contrato con la entidad la cual se compromete a adquirir sus créditos comerciales a corto plazo, representados por facturas, letras por cobrar, etc., además de gestionar los cobros y otorgar anticipos que les permita a las pymes usuarias disponer del dinero de sus facturas otorgadas a crédito de forma anticipada, con un porcentaje de descuento y tiempo previamente convenido.

Existen varias modalidades de factoraje financiero, sin embargo, la empresa a constituirse se enfocará en la modalidad con financiamiento, es decir que se anticiparán el cobro de documentos a la empresa usuaria del servicio; con notificación, es decir que se notificará al deudor sobre la cesión de dichos documentos; y sin recurso, es decir que la empresa usuaria se deslindará del cobro de documentos, es decir, será la empresa de factoraje la que finalmente asumirá el riesgo.

Éste servicio, como medio de liquidez depende de las cantidades involucradas, giro de las empresas y tipo de clientes; lo cual se debe estipular previamente en el contrato a celebrarse. El servicio antes mencionado se lo brinda a través de un contrato con la empresa de factoraje financiero denominada "Negocios Factoring S.A".

Precio

Las tasas de descuento de las operaciones de factoraje son tasas de mercado, que no están ligadas a los cambios de las tasas de interés, éste factor de descuento es hasta un máximo del 10% del valor total de la factura, pero finalmente es la empresa de factoraje la que puede fijar el porcentaje de descuento más conveniente, para cuya determinación se tomará en cuenta variables como:

✓ Costos y gastos: administrativos, de ventas y financieros.

- ✓ Las utilidades esperadas por la entidad.
- ✓ Monto de la inversión económica a recuperar.
- ✓ Montos de financiamiento a solicitarse y;
- ✓ Los plazos de pagos en el mercado.

La tasa de descuento que cobrará la entidad será del 8% para cualquier documento o contrato comercial que provenga de la venta de bienes y servicios, sin embargo, una vez celebrado el contrato la empresa anticipará únicamente el 90% del monto negociado, mientras que el 2% restante será desembolsado una vez realizado el proceso de cobranza.

Plaza

En éste punto se establecerá el lugar en donde la empresa de factoraje va a ofrecer servicio. Para poder determinar ésta variable se debe tener en cuenta la ubicación del mercado objetivo, por lo que la ubicación del proyecto considera el lugar en el que existen un mayor número de empresas a las que se pretende abordar.

Otro factor que se debe considerar para determinar la estrategia de plaza es identificar la ubicación de instituciones financieras, que para este caso ofrecen servicios financieros sustitutos.

Canales de distribución

La empresa de factoraje financiero buscará atraer el mayor número de clientes posibles desde su primer año de funcionamiento para ello se determinará los distintos caminos que permitan llegar al cliente, ya sea de forma directa o indirecta.

Directa si el solicitante adquiere el servicio de la empresa propia de factoraje e indirecta si lo obtiene a través de intermediarios como es el caso de los posibles convenios a efectuarse.

Canal directo

El principal canal de distribución del servicio estará representado de forma directa, para ello se efectuarán visitas personales donde los colaboradores deben frecuentar las empresas

usuarias y los potenciales clientes, éstas visitas tienen como objetivo dar a conocer la empresa, su operatividad y beneficios, y además que el representante de la empresa de factoraje conozca y evalúe cada una de las carteras de clientes de los usuarios del factoraje informándoles constantemente lo que sucede con el proceso de cobranza a las pymes que ya son usuarias del servicio.

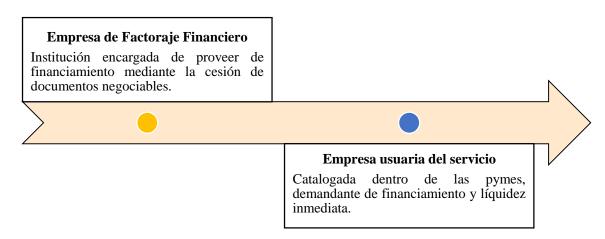


Figura 8. Canal directo de distribución

Canal indirecto

Se establecerá además canales de distribución indirectos, tomando como referencia los posibles convenios estratégicos a efectuarse más adelante, principalmente con la Cámara de Comercio de Loja, puesto que en ésta organización se encuentran registradas la mayor cantidad de pymes, manteniendo, contacto directo con las posibles empresas usuarias del servicio, lo que conllevaría a la rápida inserción del factoraje financiero en el mercado de la ciudad.

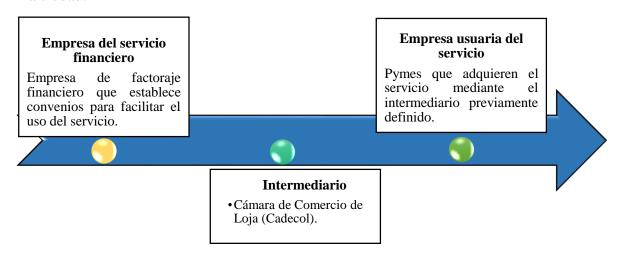


Figura 9. Canal indirecto de distribución

Personas

La entidad tiene por objetivo satisfacer las necesidades de financiamiento de las pymes de la ciudad de Loja, mediante el uso de recursos esencialmente humanos, por ello se pretende contar con personas idóneas para los diferentes cargos de la institución, logrando que el personal se adapte rápidamente a la posición requerida por la organización garantizando de esta manera su buen rendimiento.

Con la finalidad de iniciar con objetivos y metas claras, los empleados deben ser capacitados en el conocimiento y dominio de cada una de las etapas enmarcadas en la forma de financiamiento a través de la modalidad del factoraje, ya que la capacitación se vuelve indispensable para el buen desarrollo de las actividades.

Promoción

La estrategia de promoción tiene como objetivo principal dar a conocer el servicio al cliente potencial, explicar sus ventajas y convencer de que éste servicio cubre sus necesidades mejor que otras soluciones alternativas a sus problemas de liquidez, procurando crear confianza y sembrar una posible relación de largo plazo con los clientes.

La determinación de estrategias de promoción, se obtuvo en primer lugar como resultado de las encuestas realizadas las pymes, cuyo resultado manifestó que el principal medio por el que las pymes desean enterarse de la instalación de la empresa de factoraje financiero en la ciudad es a través de hojas volantes donde conste información principal de la entidad.

Diseño de Hojas Volantes



Figura 10: Diseño de hojas volantes

Adicionalmente, se implementarán estrategias que permitan abarcar el mayor mercado posible entre las cuales destacan:

- ✓ Relaciones públicas y visitas personalizadas a clientes: Este tipo de promoción está dada por la información que cada colaborador de la empresa de factoraje brinde a los clientes. En éstas visitas se entregan a los clientes trípticos y folletos informativos.
- ✓ Página Web: El principal sistema para captar la atención de los clientes es la confección de una página Web, en donde se da a conocer la empresa, las características del servicio, los requisitos necesarios para realizar operaciones de factoraje, los beneficios de operar con factoraje y la forma de contactar a la empresa.

Procesos

Los procesos a seguir describen el método por el cual las pymes que adquieren el servicio de factoraje serán atendidas, por lo que se vuelve un factor importante tomando en cuenta que los usuarios buscan calidad en el servicio.

La operación del factoraje financiero se realiza de la siguiente manera:

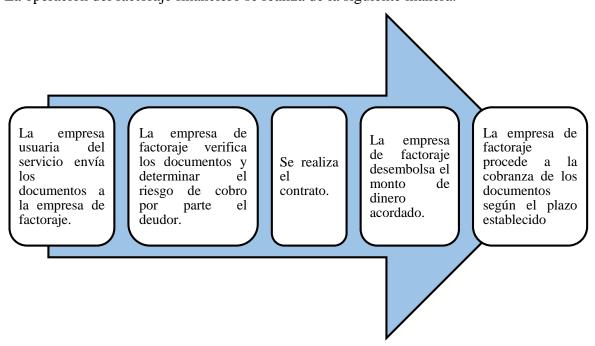


Figura 11. Proceso del factoraje

Cuadro 29:

Operación de Factoraje Financiero a la Empresa XXX

Concepto	%	Valor
Transferencia de Documentos		5,000
Anticipo	90%	4,500
(-) Porcentaje de descuento	8%	400
Total desembolso		4,500
Días		90
Cobranza		
Pago de reserva	2%	100
Total liquidado		4,600
Valor de Factoraje		400

Proveedores

Hace referencia a los requerimientos que la entidad de factoraje financiero demanda para funcionar de manera acertada, dichos requerimientos deben ser asistidos por la colaboración de los proveedores de capital pues al tratarse de una entidad cuya naturaleza es ofrecer financiamiento debe contar con líquidez inmediata de manera ofrecer el servicio referido a la compra de cartera.

Para ello se contará con 25 inversionistas que otorguen líquidez asegurando la provisión de efectivo suficiente para cubrir las necesidades del proyecto, por este motivo que cumplen un rol muy importante en el proceso de marketing pues de ellos depende que la empresa cumpla con los requerimientos de capital de las futuras pymes usuarias del servicio.

Estrategias

Se refiere al conjunto de iniciativas y enfoques para atraer a las pymes que adquirirán el servicio de factoraje financiero, eludiendo las presiones competitivas en este caso las entidades financieras que ofrecen productos sustitutos y fortalecer así la posición del mercado.

✓ Estrategia de especialización

La empresa de factoraje financiero pretende satisfacer las necesidades de financiamiento de sus empresas usuarias de mejor manera que las entidades financieras que ofrecen productos sustitutos, por ende, se amplía la responsabilidad por la calidad que se traduce en plena satisfacción para los usuarios, haciendo extensiva dicha responsabilidad a todos los integrantes de la organización teniendo en cuenta que esto significa el prestigio de la entidad. Se debe tener muy claro el nicho de mercado, en este caso las pymes, tomando en cuenta factores como sus requerimientos, preferencias, servicio de calidad, atención oportuna, resultados óptimos en el servicio y buen precio del factoraje.

✓ Estrategia de crecimiento

La empresa optará por un crecimiento intensivo de inserción en el mercado que se basará en el establecimiento de un plan estratégico de mercadeo que pretende inducir a nuevas empresas usuarias a la utilización del servicio. Para ésta estrategia también se requiere la administración participativa de todos los integrantes de la empresa, fomentando el trabajo en equipo a fin de descubrir fallas y tomar medidas correctivas que impulsen el crecimiento de la empresa de factoraje.

✓ Estrategia de competitividad

Se refiere a la estrategia que permita a la empresa mantenerse en el mercado, enfrentando la empresa líder del producto sustituto que es el crédito, donde la empresa de factoraje financiero dará a conocer el servicio de factoraje de manera que se tenga fundamentos para convencer al cliente de que una empresa de factoraje financiero tiene la suficiente capacidad para cumplir con lo ofertado.

Si bien las tres estrategias son aplicables, por cuestiones de tiempo y recursos la empresa de factoraje en un inicio centrará sus esfuerzos en aplicar la estrategia de ventaja competitiva basada en la especialización, con el propósito de dar a la empresa usuaria la importancia que merece desarrollando habilidades únicas de atención a sus requerimientos y necesidades para suplirlas, conforme la entidad vaya creciendo y fortaleciendo su gestión irá implementando las demás estrategias de manera conjunta, con el único objetivo de posicionarse en el mercado.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico describe el proceso a seguirse para otorgar el servicio financiero a las pymes usuarias, así como el tamaño o dimensión del proyecto a realizar, y la determinación de los equipos, insumos, localización e instalaciones físicas para desarrollar el proyecto.

Tamaño del proyecto

La determinación del tamaño del proyecto está relacionada directamente con dos variables: la demanda insatisfecha del servicio de factoraje y la capacidad financiera de los inversionistas.

Para ello inicialmente se cubrirá un porcentaje de dicha demanda, conocida como la fase de introducción tomando en cuenta que se constituirá una empresa cuyo servicio es nuevo para las pymes de la ciudad de Loja, su aceptación es incierta, y por ésta misma razón no se debe implementar una empresa cuya capacidad instalada sea superior a la demanda insatisfecha; y la segunda fase que es la de crecimiento en donde dicho porcentaje irá aumentando de forma constante.

Del análisis de los factores antes señalados se ha establecido la capacidad instalada de la empresa, tomando como referencia la demanda insatisfecha cuyo equivalente es 1,469,165.01 dólares (*Ver Cuadro 28*), de éste monto se determinó la capacidad instalada cuyo porcentaje será del 15% de la demanda de financiamiento insatisfecha, es decir que el monto destinado al servicio de factoraje para el primer año será de 220,374.75 dólares, cuya comercialización será mensual, bimensual y trimestral.

Con la finalidad de propiciar el crecimiento de la empresa, se incrementará de forma porcentual el monto de la cartera, incremento que surgirá del porcentaje equivalente al 10% de utilidades capitalizadas.

Localización óptima del proyecto

Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación de la empresa con el propósito de minimizar los costos de transporte y agilitar el servicio.

La selección de la localización representa la ubicación óptima del proyecto, la misma que se realiza a través de los siguientes pasos:

- ✓ Identificar y definir los factores localizacionales para que se pueda llevar a cabo el proyecto.
- ✓ Identificar los factores de tipo institucional que puedan afectar la localización del proyecto.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos macro y micro.

Macro localización

Se delimita la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, la empresa de factoraje financiero estará ubicada en la provincia de Loja, específicamente en la ciudad de Loja, porque está justamente destinada a las pymes de la ciudad.

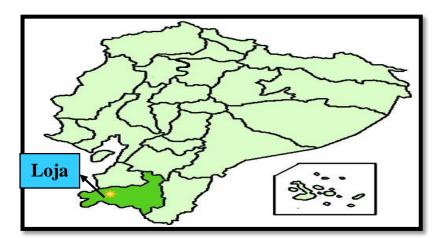


Figura 12. Macrolocalización



Figura 13. Macrolocalización

Microlocalización

En la microlocalización se da a conocer la ubicación exacta de la empresa a través de planos urbanísticos y calles con nombres exactos.

Para la determinación de la microlocalización se realizó un análisis de alternativas a través de las cuales se estableció la mejor ubicación del sector para la implementación del nuevo producto financiero.

De acuerdo a lo mencionado en la estrategia plaza, para determinar la localización exacta de la empresa factoraje financiero se ha tomado en consideración algunos factores como:

- ✓ Concurrencia del mercado objetivo: Es un factor clave para la localización ubicar a la empresa de factoraje financiero en el lugar de afluencia de las pymes, pero además debe ubicarse donde se encuentran la mayoría de entidades financieras que brindan fuentes de financiamientos alternativas.
- ✓ **Vías de acceso:** Se deberá tomar en cuenta la existencia de vías de fácil acceso.
- ✓ **Servicios generales:** La empresa será ubicada en un sector donde existe disponibilidad de los servicios básicos como: energía eléctrica, agua, teléfono y alcantarillado.
- ✓ **Distribución adecuada:** Constituye la comodidad que tendría la empresa en la distribución de sus áreas de trabajo tanto administrativas como técnicas.

Ponderación de factores

Se ponderan los factores localizaciones con el fin de establecer cuál de las tres opciones de localización de la empresa es la más adecuada.

Existen varios métodos para calificar las alternativas de localización, el método que se utilizó en el presente proyecto fue el método de calificación por puntos dónde a cada factor de localización se le otorga un valor ponderado denominado peso asignado.

Cuadro 30

Matriz de localización

		Alternativa A		Alternativa B		Alternativa C		
Criterios de selección	opa A		Calles: 10 de Agosto y Bernardo Valdivieso		Calles: Av. Universitaria, entre Colón e Imbabura.		Calles: Mercadillo y Bolívar.	
Criteri	Pes	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	
Concurrencia del mercado objetivo	0.50	9.5	4.75	7	3.5	9	4.5	
Vías de acceso	0.20	8	1.60	9	1.8	8	1.6	
Servicios generales	0.20	10	2.00	10	2.00	9	1.8	
Distribución adecuada	0.10	10	1	10	1	7	0.70	
Calif. Total			9.35		8.30		8.60	



Figura 14. Microlocalización

Como se observa en la gráfica anterior, la localización de la empresa de factoraje financiero estará ubicada en las calles 10 de Agosto y Bernardo Valdivieso.

Descripción del proceso para la prestación del servicio de factoraje

- ✓ **Bienvenida al cliente:** Se recibe con un saludo cordial a la pyme interesada en el servicio, y se lo motiva a conocer sobre el factoraje financiero. **3 min.**
- ✓ **Detalles del servicio de factoraje:** Aquí se desarrolla una explicación clara del factoraje financiero, y su forma de operar. **7 min.**
- ✓ **Detección de la necesidad del cliente:** Se detecta la necesidad del cliente a través del dialogo y se procede a encaminarlo al servicio que brinda la empresa. **5 min.**
- ✓ **Decisión e inducción del cliente:** Se pregunta al cliente si desea adquirir el servicio de factoraje y se lo orienta de la mejor manera, caso contrario se agradece al cliente.
- ✓ El cliente solicita acceder al servicio de factoraje financiero al encargado, el mismo que se le proporciona todas las solicitudes y requisitos necesarios incluyendo los documentos a negociarse que pueden ser facturas, u otros documentos.10 min.
- ✓ Una vez que el cliente haya reunido todos los requisitos se acerca al personal encargado, y éste verifica si toda la documentación está correcta y completamente actualizada. 10 min.
- ✓ Se analiza y evalúa la capacidad de la empresa usuaria del servicio, así como el riesgo de cobro por parte el deudor final. 10 min.
- ✓ Se remite la información al comité de la empresa de factoraje con la finalidad de realizar un nuevo análisis y emitir su veredicto para aprobar o negar la solicitud de la empresa interesada en el factoraje. 2 días.
- ✓ Se realiza el contrato con el cliente donde también se explica sobre la modalidad del factoraje. 15 min.
- ✓ La empresa de factoraje entrega al cliente el monto acordado de dinero de los documentos. 30 min.
- ✓ Cobranza de documentos según el plazo de vencimiento.

Flujograma del proceso de la operación de factoraje financiero Inicio Bienvenida al cliente Detalles del servicio de factoraje Detección de Fin necesidad del cliente Fin No Cobro de Decisión e documentos al inducción al deudor final al plazo cliente de vencimiento Sí Desembolso del monto acordado de Acceso al servicio efectivo e información de requisitos necesarios Celebración del contrato con la empresa usuaria del Verificación de servicio documentos por parte del personal. remite la Análisis y información al comité evaluación de la emitir decisión final capacidad del cliente

Figura 15. Flujograma de operación de factoraje

Gestión de cobranza

- ✓ **Ingreso de informe de cobranza:** Una vez realizado el contrato se envía los informes al departamento de cobranza.**15 min.**
- ✓ Enviar notificaciones al deudor: La empresa de factoraje formulará una carta de notificación donde se informa al deudor que el crédito correspondiente fue cedido a favor de la empresa de factoraje financiero. 20 min.
- ✓ **Seguimiento del estado de documentos**: Los documentos aceptados tienen diversas fechas de vencimiento, por lo que se debe hacer un seguimiento del estado de los documentos con el fin de no olvidar ninguna fecha de pago. **30 min.**
- ✓ Enviar notificaciones de cobranza: El proceso de cobranza se inicia con el envío de una carta de aviso de cobranza al deudor con 10 y 3 días de anticipación. En caso de que no se efectúe el pago a los 10 días de vencido el documento, se envía una nueva carta de cobranza con la multa correspondiente en detalle.
- ✓ Visita al deudor: El agente de cobranza dialoga con el deudor personalmente, explicándole las consecuencias de su impago. 3 h.
- ✓ **Notificación al deudor:** Si la situación persiste se envía una nueva carta al deudor luego de 15 días de vencido el plazo. **30 min.**
- ✓ **Proceso judicial:** Esta etapa se inicia en caso que el documento no sea pagado a tiempo, por lo que se deberá comenzar un proceso judicial. **10 días.**
- ✓ Recaudación del dinero.

Flujograma del proceso de gestión de cobranza

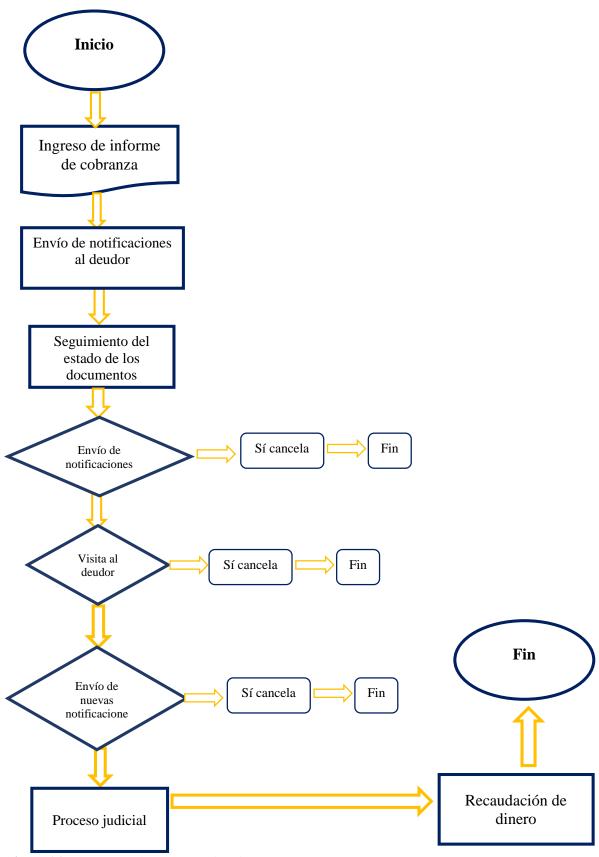


Figura 16. Flujograma de operación de cobranza

Diseño de planta

En este apartado se describe la distribución del espacio físico a ocupar, con la finalidad de

cumplir con un buen manejo de las instalaciones y excelente trato; brindando comodidad a

las empresas usuarias del servicio.

Para llevar a cabo las funciones de la empresa, se arrendará una oficina cuya localización

será en el centro de la ciudad calles: 10 de Agosto y Bernardo Valdivieso, como se

estableció previamente en la microlocalización, la ubicación facilita el trabajo y

coordinación con el resto de las empresas que son potenciales clientes para el factoraje

financiero.

Infraestructura física

Hace referencia al espacio físico necesario para la operación de la empresa, en este caso se

iniciará las actividades de la entidad de factoraje financiero con una estructura física que

consta de siete ambientes debidamente equipados para cada una de las operaciones propias

de la empresa.

El ambiente físico será de un área de 76 metros cuadrados que, para su funcionamiento

estarán distribuidos de la siguiente manera:

✓ Gerencia: 11 m².

✓ Secretaría y sala de espera: 9 m².

✓ Departamento de cobranzas: 10 m².

✓ Departamento de negocios: 10 m².

✓ Departamento legal: 10 m².

✓ Sala de juntas: 11 m^2 .

✓ Baño: 4 m^2 .

✓ Pasillo: 11 m².

87

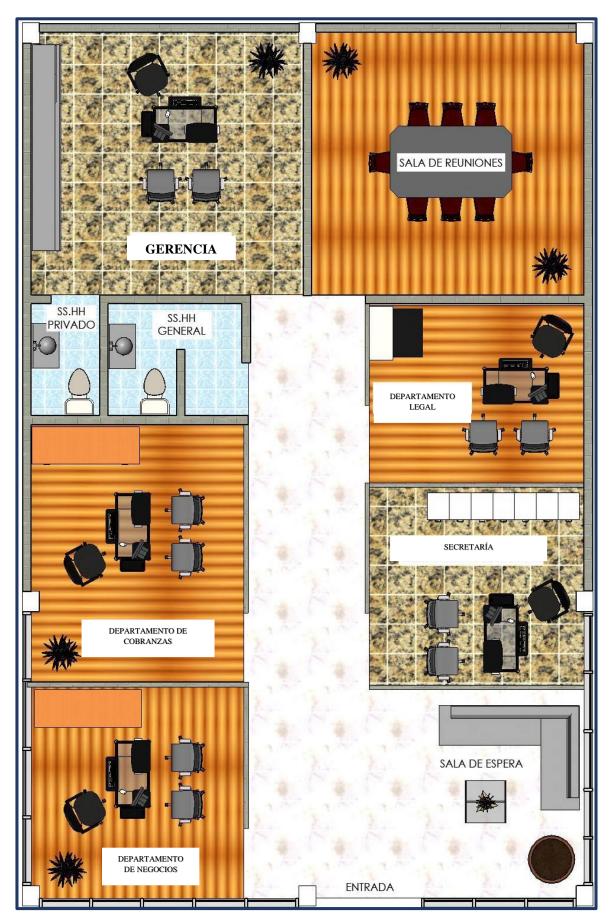


Figura 17. Diseño de planta

Descripción de recursos humanos y materiales

A continuación, se presentan los recursos necesarios para llevar a cabo la instalación de la empresa de factoraje financiero.

Recursos humanos

Se requiere de personal capacitado, con experiencia sobre el manejo financiero del factoraje y el servicio al cliente para alcanzar un nivel alto de competitividad en el mercado. El personal deberá tener conocimientos básicos en manejo de empresas, relaciones humanas y atención al cliente.

El personal estará conformado por:

- ✓ Gerente.
- ✓ Secretaria-contadora
- ✓ Jefe de cartera y cobranzas.
- ✓ Asesor de negocios.
- ✓ Asesor legal

Todo el recurso humano en conjunto tiene la responsabilidad de brindar un servicio de calidad y posicionar la empresa de factoraje financiero en el mercado de la ciudad de Loja.

Equipamiento necesario

Para habilitar la oficina señalada anteriormente será necesario invertir en remodelación y muebles, es decir se debe detallar los equipos, mobiliario y suministros de oficina que van a ser necesarios para la puesta en marcha de la comercialización de este producto financiero.

Cuadro 31 Equipos de oficina

Nombre	Descripción
Computadora de escritorio	Elementos requeridos: cinco unidades. Marca: Samsung. Características: ✓ Windows 10 de 6ta. ✓ Procesador intel core i3 ✓ Memoria ram de 4 gb de ram ✓ Disco duro de 500 gb.
Impresora	Elementos requeridos: una unidad Marca: Epson. Características: ✓ Tinta continua ✓ Multifuncional (impresora, scanner y copiadora) ✓ Wifi
Teléfono	Elementos requeridos: cinco unidades. Marca: Panasonic. Características: ✓ Digital. ✓ Inalámbrico con contestador. ✓ KX TGD-220.

Cuadro 32

Muebles y enseres

Nombre	Descripción
Escritorio	 Elementos requeridos: cinco unidades. Características: ✓ Medidas: Frente: 1.84m, fondo: 0.92m, alto: 0.75m. ✓ Modelo con anexo de cómputo a lado derecho. ✓ Cubierta de melamina resistente a rayones y quemaduras, con estructura metálica.
Silla giratoria	 Elementos requeridos: cinco unidades. Características: ✓ Medidas: altura total: 1.25 m. ✓ Sistema de elevación neumática. ✓ Apoyabrazos ajustables. ✓ Mecanismo de reclinación. ✓ Espaldar y asientos en nylon. ✓ Base de aluminio.
Archivador	Elementos requeridos: 10 unidades. Características: ✓ Cuenta con 4 Gavetas. ✓ Medidas: 136 x 47 x 60cm ✓ Color negro.



Sillas fijas

Elementos requeridos: 40 unidades. Características:

- ✓ Diseñada para áreas de recepción o de espera.
- ✓ Base de 4 puntas.
- ✓ Apilable.
- ✓ Medidas: 45 x 56 x 79 cm.



Mesa para reuniones

Elementos requeridos: 1 unidad. Características:

- ✓ De 25 personas.
- ✓ Forma rectangular.

Cuadro 33: Suministros de oficina

Cuadro 34:
Suministros de limpieza

Nombre	Descripción	
Suministros de limpieza	Elementos requeridos: una unidad. Características: ✓ Basureros ✓ Trapeador ✓ Escobas ✓ Desinfectantes	

Portal Web: Se desea incorporar un sitio web para facilitar e incentivar el uso de factoraje financiero vía web y que de ésta manera las pymes interesadas puedan solicitar el servicio financiero.

Software de gestión

El software de gestión seleccionado se llama Cygnus Factoring, y se encargará mantener y proteger la integridad de la información generada por la entidad.

Sus funciones se utilizan en todas las áreas de la empresa y se resumen en:

- ✓ Control de las solicitudes de Factoraje.
- ✓ Registro de documentos negociables.
- ✓ Generación e Impresión de planes de pago del Factoraje.
- ✓ Control del cupo límite de endeudamiento del emisor.
- ✓ Validar la información básica de cada uno de los títulos.
- ✓ Seguimiento a las aprobaciones del Factoraje.
- ✓ Incluye el modelamiento del Scoring para evaluar y determinar el límite de endeudamiento o cupo.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO- LEGAL

Este estudio también es una de las partes fundamentales para implementar un proyecto pues de la organización depende su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos

Base legal

Las operaciones de factoraje financiero en el Ecuador pueden ser realizadas por entidades financieras (bancos, cooperativas de ahorro y crédito) que son supervisadas y controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros; o por entidades especializadas que están supervisadas por la Superintendencia de Compañías.

En este caso, por tratarse de la creación de una entidad especializada en brindar el servicio de factoraje financiero, se constituirá como sociedad anónima cuya vida jurídica se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías.

Ésta personería jurídica se caracteriza por no tener límite de socios además de "capital abierto" (número ilimitado de acciones que sí se pueden cotizar en la Bolsa de Valores).

Procedimiento para la constitución de la empresa

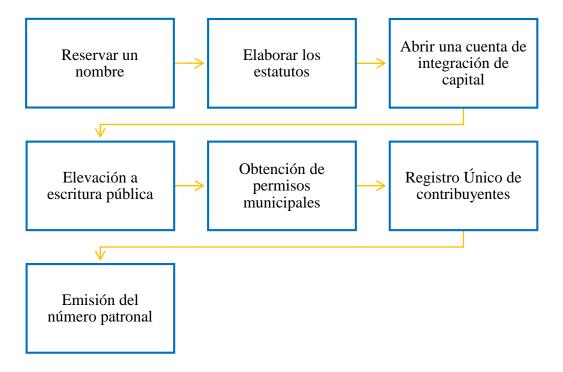


Figura 18. Procedimiento para la constitución

1. Reservar un nombre

Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías.

2. Elaborar los estatutos

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

La escritura de fundación contendrá:

- ✓ El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- ✓ El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- ✓ El objeto social, debidamente concretado;
- ✓ Su denominación y duración;
- ✓ El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- ✓ La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- ✓ El domicilio de la compañía;
- ✓ La forma de administración y las facultades de los administradores;
- ✓ La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- ✓ La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;

- ✓ Las normas de reparto de utilidades;
- ✓ La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente;
- ✓ La forma de proceder a la designación de liquidadores.

3. Abrir una "cuenta de integración de capital"

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- ✓ Capital mínimo de 800 dólares.
- ✓ Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- ✓ Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio
- ✓ Solicitar el "certificado de cuentas de integración de capital", cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

4. Elevación a escritura pública

Acudir donde un notario público y llevar la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. Obtención de permisos municipales

En el municipio de Loja se debe:

- ✓ Pagar la patente municipal.
- ✓ Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

6. Registro Único de Contribuyentes

Para que el servicio de rentas internas SRI emita un Numero RUC a la empresa se requiere:

✓ Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).

- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- ✓ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación.
- ✓ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- ✓ Ubicación de la matriz y establecimientos.
- ✓ Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- ✓ Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior.
- ✓ Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador.

El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción.

El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

7. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Para la emisión del número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores dónde se podrá:

- ✓ Actualización de Datos del Registro Patronal,
- ✓ Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- ✓ Digitar el número del RUC y seleccionar el tipo de empleador.

Además, deberá acercar a las oficinas de Historia Laboral con los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- ✓ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- ✓ Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- ✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- ✓ Copia de pago de teléfono o luz.

Razón Social

La razón social de la empresa de factoraje financiero es "Negocios Factoring" seguida por las siglas S.A (sociedad anónima); se constituirá bajo escritura pública, previa autorización de la Superintendencia de Compañías.

Domicilio

El domicilio de la empresa estará ubicado en las calles 10 de Agosto y Bernardo Valdivieso.

Objeto social

La entidad a constituirse prestará servicios de factoraje financiero a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Loja, dicha actividad se deriva de la necesidad de financiamiento de éste mercado y las limitaciones para acceder al financiamiento tradicional.

Capital

En cuanto al capital mínimo para una sociedad anónima se requiere un valor de 800.00 y deberá constituirse con dos o más accionistas, es decir que no existe un límite de accionistas para las compañías de esta naturaleza.

El capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios, es decir el capital estará dividido en acciones negociables, donde los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

La Empresa "Negocios Factoring" S.A, estará integrada por 25 socios cuyo capital aportado por cada uno será el equivalente a 9,543.10 dólares de los Estados Unidos de América.

Derecho de los socios

Los socios que forman parte de la Empresa "Negocios Factoring" S.A., tendrán los siguientes derechos:

- ✓ La calidad de socio;
- ✓ Participar en los beneficios sociales, debiendo observarse igualdad de tratamiento para los accionistas de la misma clase;
- ✓ Participar, en las mismas condiciones establecidas en el numeral anterior, en la distribución del acervo social, en caso de liquidación de la compañía;
- ✓ Intervenir en las juntas generales y votar cuando sus acciones le concedan el derecho a voto, según los estatutos. La Superintendencia de Compañías controlará que se especifique la forma de ejercer este derecho, al momento de tramitar la constitución

legal de una compañía o cuando se reforme su estatuto. El accionista puede renunciar a su derecho a votar, en los términos del Art. 11 del Código Civil;

- ✓ Integrar los órganos de administración o de fiscalización de la compañía si fueren elegidos en la forma prescrita por la ley y los estatutos;
- ✓ Gozar de preferencia para la suscripción de acciones en el caso de aumento de capital;
- ✓ Impugnar las resoluciones de la junta general y demás organismos de la compañía en los casos y en la forma establecida en los Arts. 215 y 216 de la Ley de Compañías. No podrá ejercer este derecho el accionista que estuviere en mora en el pago de sus aportes; y,
- ✓ Negociar libremente sus acciones.

Obligaciones de los socios

Los socios de la Empresa deberán cumplir con las siguientes obligaciones:

- ✓ Pagar a la compañía la participación suscrita.
- ✓ Cumplir los deberes que se impusiere en el contrato social;
- ✓ Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- ✓ Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía
- ✓ Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social;
- ✓ Actuar con lealtad
- ✓ Subordinar su voluntad a la de las mayorías, y
- ✓ Soportar las pérdidas.

Entes Reguladores

Los entes reguladores de la empresa de factoraje financiero son los siguientes:

- ✓ Superintendencia de Compañías.
- ✓ SRI
- ✓ Municipio
- ✓ Bomberos
- ✓ Ministerio de Trabajo
- ✓ IESS

Naturaleza jurídica del contrato de factoraje financiero

En Ecuador no existe un marco legal específico para el negocio de factoraje esto quiere decir que no hay una normativa escrita en nuestra legislación, razón por la cual, el contrato de factoraje financiero es un contrato atípico donde una empresa llamada factor, a cambio de una comisión se dedica a brindar una serie de servicios como el financiamiento, el cobro de facturas adquiridas por usuarios de su cliente y el crecimiento de ventas de la empresa.

La única base legal del factoraje se apoya en la gestión de facturas y títulos transferibles en forma general, es por ello que a más de la denominada factura comercial ahora existe la factura comercial negociable.

Tal y como señala el Código del Comercio en su artículo 201, las facturas pueden considerarse facturas comerciales negociables, sujetas a la aceptación de las condiciones de pedido por parte del comprador, en este sentido, la factura puede ser negociada por la empresa emisora como cuenta por cobrar, que es la base del negocio de factoraje; sin embargo, la mecánica de la negociación, está sujeta a la ley del mercado de valores:

"Las facturas podrán emitirse en forma desmaterializada o en títulos físicos. Las facturas comerciales negociables emitidas en títulos físicos se extenderán en tres ejemplares de los cuales, el original es para el adquirente de los bienes. La primera y la segunda copia serán para el vendedor, siendo la única transferible la primera copia. Tanto el original como la

segunda copia llevarán impresa la frase de "no negociable". En este caso, para su presentación al cobro y pago, deberá presentarse obligatoriamente la primera copia" (Código de Comercio, 2008).

De acuerdo al extracto de la ley anterior, solo el emisor de la factura puede negociarla, es decir, que puede negociar las facturas emitidas para obtener la liquidez necesaria para la financiación de los procesos productivos, a través del proceso de factoraje, en el cual, la empresa que provee el financiamiento gana un margen a una tasa de descuento acordada, (8% en éste caso) y bajo las condiciones de riesgo planteadas de forma contractual.

El mecanismo que permite la transferencia de la factura, se explica en el siguiente inciso del mismo artículo: "Estas facturas negociables serán transferidas por endoso, en los términos de esta Ley, sin necesidad de notificación al deudor o aceptación de este".

Se concluye que la factura se transfiere por endoso simple, es decir, la renuncia del emisor al proceso de cobro de la factura en favor de un tercero legal.

Finalmente, es necesario especificar el contenido esencial de una factura negociable, para que sea aceptada en un proceso de factoraje, el Código de Comercio señala al respecto que la factura negociable que constituye título ejecutivo deberá contener los requisitos establecidos por la normativa tributaria y el Código del Comercio.

Sin embargo, debe considerarse que, si la factura se negocia con factoraje, es necesario incluir información adicional, para que el beneficiario del endoso pueda hacer efectivo el proceso de cobro, esta información es que se incorporará en el reverso del documento información sobre los endosos con los requisitos de identificación de los endosantes y endosatarios con sus números de cédula o RUC y su razón social.

Como se puede explicar, solo es necesario la información del endoso y documentos habilitantes para el cobro del tercero de la factura una vez aceptada por el comprador de los bienes que implica el desencadenamiento del proceso de cobro por parte del tenedor de la factura negociada, bajo las condiciones de pago aceptadas por las partes del negocio original.

Carta de transmisión de los documentos representativos del crédito

Por medio de este documento el cliente solicitará a la entidad de factoraje financiero la revisión y verificación de las copias certificadas por su persona, de todas las facturas o documentos negociables sobre los cuales está solicitando el anticipo de efectivo.



NEGOCIOS FACTORING S.A

CARTA DE TRANSMISIÓN DE LOS DOCUMENTOS REPRESENTATIVOS DEL CRÉDITO

Loja, de de
Señores
Negocios Factoring S.A
Ciudad
Yo (nosotros)
En relación con el acuerdo pactado por el anticipo de facturas con ustedes, adjunto (amos) a la presente las siguiente (s) copia (s) certificada (s) por mi (o nosotros) de que son conforme a las originales, con la finalidad de que se realice el desembolso de acuerdo a las cláusulas pactadas. De igual forma confirmo (amos) mi (nuestra) responsabilidad a la empresa de factoraje, en caso de incumplimiento. Mientras transcurre el plazo solicito (amos), respetar las fechas de vencimiento de los documentos para su efectivización.

Número de Factura	Fecha de Emisión	Deudor	Valor	Fecha de Vencimiento

Firma	Cliente:		

Figura 19. Modelo de Carta de transmisión

Nombre de la empresa

El nombre de la empresa de factoraje financiero será: "Negocios Factoring S.A", y lo que conllevó a la selección del nombre de la empresa fue justamente la intención de dar a conocer a la comunidad lojana sobre el factoraje como vía alternativa de financiamiento.

Eslogan

El eslogan de la empresa de factoraje financiero está representado por una frase original y fácil de recordar.

"Comprometidos con su empresa"

Logotipo

También conocido como isologo, se refiere a representación tipográfica del nombre de la empresa de factoraje que le servirá para representarse y diferenciarse de otras entidades similares.



Figura 20. Logotipo

Los colores del logotipo buscan realzar la figura del factoraje y que se torne atractiva para sus clientes potenciales a continuación, se detalla la simbología de los colores utilizados.

Los colores elegidos para la entidad de factoraje financiero representan:

✓ El amarillo es un color cuyas propiedades positivas ayudan a llamar la atención del cliente potencial, mostrar claridad, optimismo, felicidad, brillo y alegría.

- ✓ El color azul es muy común en el mundo del marketing puesto que sugiere seguridad, responsabilidad e inspira confianza.
- ✓ El color verde sugiere estabilidad, tranquilidad, asociado comúnmente con el dinero, el mundo de las finanzas, la banca, que es justamente la razón social de la entidad.

Filosofía corporativa

Establecer la filosofía corporativa es fundamental dentro de la empresa pues permitirá desarrollar una cultura corporativa, prácticas éticas y fortalecer la relación entre los integrantes de la entidad y con la empresa usuaria del servicio, posicionando los valores de la empresa en la mente de las pymes usuarias y futuras usuarias del servicio financiero.

Misión

"Contribuir al crecimiento económico de las pymes de la ciudad de Loja a través del servicio de factoraje financiero, cuyo objeto es la cesión de documentos de respaldo, y el financiamiento inmediato con compromisos de eficiencia, transparencia y atención de calidad"



Visión



"Para el año 2026 la empresa de factoraje financiero será líder en el mercado de servicios financieros de la ciudad de Loja, consolidada administrativa y financieramente, reconocida por brindar un servicio exclusivo en toda la región sur del país, manejando alianzas estratégicas para ampliar su cobertura a nivel nacional siempre de la mano de profesionales comprometidos a brindar un excelente servicio al cliente".

Principios y valores corporativos

Las normas morales y sociales en las que se regirá la empresa de factoraje financiero son:

- ✓ Ética profesional: Se mantendrán normas y procedimientos para actuar de manera honrada e íntegra al servicio de los demás. Para lo cual se mantendrá total confidencialidad en la información que se maneje, evitando conflictos de interés y obtención de información, protegiendo así a los clientes y futuros clientes de la entidad.
- ✓ **Integridad:** La organización actuará en consonancia con lo que ofrece y considera importante, cumpliendo con los compromisos adquiridos y actuando con honestidad.
- ✓ Mejoramiento continuo: Mediante ésta técnica la empresa de factoraje pretende ser más productiva y competitiva en el mercado, generando efectividad en la prestación de su servicio.
- ✓ Orientación al cliente: La empresa de factoraje financiero se esforzará por satisfacer las necesidades y requerimientos de sus clientes, concediendo la más alta calidad en su servicio para generar soluciones a sus problemas de financiamiento. Adquiriendo un total compromiso para satisfacer y superar las expectativas de las pymes que adquieren el servicio.
- ✓ Responsabilidad: Cada uno de los colaboradores de la institución será consciente y totalmente comprometido a desempeñar sus funciones dentro de la empresa de la mejor manera posible. Respetando siempre las normas, asumiendo una obligación moral con la sociedad y los usuarios del servicio.

Objetivos

Objetivo general

Ofrecer a través del factoraje financiero soluciones con respecto a la problemática financiera de las pymes de la ciudad de Loja en lo concerniente a liquidez y capital.

Objetivos específicos

✓ Mejorar la situación financiera de las pymes mediante el factoraje financiero evitando el endeudamiento que incrementa pasivos para dichas empresas.

- ✓ Formar un solo equipo, con tareas y objetivos comunes, tanto para lograr una visión a largo plazo, como para incorporar el espíritu de equipo en el desarrollo de las actividades de la institución.
- ✓ Alcanzar la calidad total de los servicios, buscando una administración eficaz y eficiente.
- ✓ Enmarcar a la empresa en un proceso orientado al mejoramiento continuo empleando varias estrategias y políticas, que satisfagan los requerimientos de las empresas usuarias y aseguren su fidelidad.
- ✓ Administrar correctamente al personal mediante programas de motivación, de recompensa y reconocimiento.

Factores claves de éxito

- ✓ El costo del servicio a cobrarse a las empresas usuarias corresponderá a un costo justo que comprenda la sumatoria de todos los costos unitarios más un porcentaje racional de margen de utilidad.
- ✓ La calidad del servicio y la atención a brindarse estará garantizada puesto que será un personal capacitado y especializado en cada una de las áreas determinadas con oportunidad, prontitud, agilidad y eficiencia a las pymes que soliciten de los servicios.
- ✓ La comercialización del servicio se lo realizará de forma directa e indirecta a fin de acaparar el mayor número de pymes de la ciudad operando con el factoraje financiero.

Niveles Jerárquicos

Se refiere a la forma en que se dividen los distintos órganos de la empresa y la relación existente entre ellos. Para un conveniente y mejor desarrollo de las actividades de la empresa se estima necesario establecer los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Legislativo

Está conformado por la Junta General de socios, constituye el primer nivel estructural de la empresa y son los encargados de dictar las normas, políticas, leyes y reglamentos que regirán la empresa de factoraje.

Nivel Ejecutivo

Representado por el gerente, el mismo que será nombrado por la Junta General de accionistas, entre sus funciones principales está ejecutar las políticas dictaminadas por la junta, a más de planear, organizar, dirigir y controlar la marcha de la empresa de factoraje financiero.

Nivel Auxiliar

Este nivel se encuentra representado por la secretaria –contadora quién dará apoyo directo a la Junta General de Accionistas y Gerente, prestando un servicio oportuno ágil y eficiente.

Nivel Operativo

La conforman las personas que tienen relación directa la prestación del servicio de factoraje, es decir: área de negocios, de cobranzas y departamento legal, es la parte fundamental de la empresa puesto que operativiza los servicios de la organización.

Estructura de la empresa

En base a las actividades necesarias para llevar a cabo la operación financiera se define la estructura para la empresa de factoraje financiero de la siguiente manera:

Gerencia general

Responsable de rendir cuentas al directorio sobre los resultados de la empresa de factoraje financiero. Además de las características propias de una gerencia general, se resalta la relevancia de estar a cargo de la evaluación periódica del cumplimiento de funciones de las distintas áreas de la empresa y la planificación de los objetivos y metas a corto y largo plazo.

Departamento de negocios

Responsable de la captación y retención de clientes potenciales de factoraje financiero es decir la venta del servicio. Las actividades principales que deberá realizar el área comercial de negocios son el contacto y visitas al cliente además de evaluar el riesgo de los nuevos clientes, y revisar los documentos que se reciben para realizar la operación de factoraje.

Departamento de cobranzas

Área responsable de las operaciones asociadas a los documentos a plazo, se encargará de la custodia de documentos, notificar cobranzas, control y seguimiento de documentos y finalmente, de la cobranza de dichos documentos.

Secretaría

Área responsable de llevar la contabilidad de la empresa, realizar las actividades de tesorería y secretaría.

Departamento legal

Área responsable de la legalidad de los contratos con el cliente y los procesos judiciales asociados al no pago de documentos en los plazos pre-establecidos.

Organigrama estructural

La estructura de la empresa, las funciones que se realizan y las relaciones de autoridad y responsabilidad, se representan a través del organigrama estructural, como se muestra a continuación.

NEGOCIOS FACTORING S.A

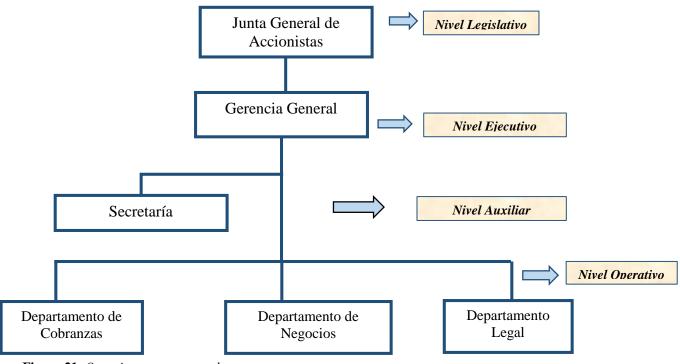


Figura 21. Organigrama estructural

Manual de Funciones de la Empresa "Negocios Factoring"

Las empresas de factoraje financiero por lo general cuentan con muy poco personal en sus operaciones, los cuales están muy bien calificados para realizar diversas tareas.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS



Código: 01

Naturaleza del trabajo:

Dictar las políticas generales de la empresa

Funciones:

- ✓ Estudiar y aprobar las reformas estatutarias.
- ✓ Examinar los balances de fin de ejercicio y las cuentas rendidas por el gerente.
- ✓ Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en la ley y el presente estatuto.
- ✓ Analizar y decidir sobre la necesidad de financiamiento de la empresa.
- ✓ Elegir y remover libremente al gerente y fija su respectiva remuneración.
- ✓ Fijar la remuneración de los demás funcionarios de su elección.
- ✓ Conocer y aprobar los informes presentados por el gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma junta lo solicite.
- ✓ Resolver lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios.
- ✓ Decide sobre el registro y exclusión de socios.

Requisitos:

✓ Ser socio de la empresa.

GERENTE GENERAL



Código: 02

Naturaleza del trabajo:

Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa. Cumplir con las políticas de la empresa.

Funciones:

- ✓ Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.
- ✓ Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice.
- ✓ Nombrar y contratar trabajadores.
- ✓ Organizar cursos de capacitación.
- ✓ Presentar a la junta de accionistas programas, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación

Habilidades y destrezas:

- ✓ Supervisa, coordina y controla las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- ✓ Actúa con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes al cargo.
- ✓ Requiere alto esfuerzo mental al verse sometido a las presiones que como gerente posee.
- ✓ Responde por el trabajo de todos los empleados de la empresa y los equipos.

- ✓ Título de tercer nivel en Finanzas o carreras afines.
- ✓ Mínimo un año de experiencia en funciones similares.

JEFE DE CRÉDITO Y COBRANZAS



Código: 03

Naturaleza del Trabajo:

Es responsable de tramitar y verificar los cobros a los clientes dentro de los días establecidos.

Características:

- ✓ Coordinación, iniciativa.
- ✓ Responsabilidad y puntualidad
- ✓ Experiencia
- ✓ Honradez
- ✓ Dinamismo
- ✓ Capacidad de reacción para la solución de posibles imprevistos.

Funciones:

- ✓ Coordinar el proceso de recuperación de cartera.
- ✓ Verificar el registro de cobros a clientes.
- ✓ Diseñar estrategias para la recuperación de las cuentas por cobrar.
- ✓ Proponer controles que permitan reducir las cuentas incobrables.
- ✓ Verificar los documentos negociables acorde a las fechas de crédito autorizadas por la Gerencia General.
- ✓ Controlar y custodiar los documentos que correspondan al departamento.
- ✓ Efectuar el seguimiento y recaudación de documentación de los posibles
- ✓ Realizar cualquier otra actividad que sea solicitada por el Gerente.

- ✓ Título de tercer nivel en Finanzas o carreras afines.
- ✓ Mínimo un año de experiencia en funciones similares.

ASESOR LEGAL



Código: 04

Naturaleza del Trabajo:

Estudiar y analizar problemas jurídicos a petición del Gerente General.

Prestar asesoría en lo concerniente a los trámites legales en el uso y manejo de los documentos comprados por la empresa de factoraje a sus clientes.

Características:

- ✓ Capacidad verbal y de lenguaje.
- ✓ Atención auditiva y visual.
- ✓ Capacidad para utilizar y aplicar su conocimiento sobre los ámbitos legales de manera de que la empresa cuente con un respaldo legal en cada una de sus operaciones comerciales.

Funciones:

- ✓ Responsable de las tomas de decisiones jurídicas, modo de empleo de los diversos contratos de factoraje así como de los diferentes tratos con los clientes antes de una toma de orden judicial, es decir participar en procesos contractuales.
- ✓ Trabajar eventualmente ante algún problema legal que se le presente a la empresa.
- ✓ Asesorar en los trámites judiciales en caso de no pago por un cliente.
- ✓ Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.
- ✓ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.

- ✓ Título de Abogado.
- ✓ Mínimo un año de ejercer abogacía.

ASESOR DE NEGOCIOS



Código: 05

Naturaleza del Trabajo:

Crear, mantener e incrementar una óptima cartera de colocaciones. Velar por el resultado del servicio de factoraje y los planes para cumplir objetivos y metas, definidas por la gerencia.

Características:

- ✓ Iniciativa, empuje y fuerza
- ✓ Orientación al logro de los objetivos
- ✓ Autonomía
- ✓ Pro actividad

Funciones:

- ✓ Proponer nuevos negocios.
- ✓ Gestionar nuevos negocios.
- ✓ Captar clientes potenciales.
- ✓ Generar y mantener negocios rentables para la empresa.

- ✓ Título de tercer nivel en Finanzas o carreras afines.
- ✓ Mínimo un año de experiencia en funciones similares.

SECRETARIA- CONTADORA



Código: 07

Naturaleza del Trabajo:

Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público, ejecuta actividades contables para la emisión de estados financieros.

Características:

- ✓ Iniciativa, empuje y fuerza
- ✓ Orientación al logro de los objetivos
- ✓ Autonomía
- ✓ Pro actividad

Funciones:

- ✓ Elaborar cartas de reuniones de trabajo del personal de la empresa
- ✓ Manejar el archivo
- ✓ Administración de caja chica.
- ✓ Controlar la contabilidad general de la empresa.
- ✓ Elaborar conciliaciones bancarias
- ✓ Mantener un correcto manejo de los programas contables.
- ✓ Elaborar roles de pago y tramitar la documentación que corresponde al IESS.
- ✓ Elaborar los estados financieros correspondientes.
- ✓ Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero al gerente de la empresa.

- ✓ Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría o carreras afines.
- ✓ Mínimo un año de experiencia en funciones similares.

ESTUDIO ECONÓMICO

En este apartado se especifican los aspectos económicos tales como los recursos a invertir, si la forma de financiamiento es mediante aportes propios o a través de créditos, las estimaciones de ingresos y egresos, puntos de equilibrio para el período de vida útil del proyecto, etc.

Éste análisis integral nos permite conocer cuál es el volumen óptimo de ventas, tasas de interés, comisión y desembolsos para que el proyecto sea factible económicamente y brinde al inversionista la rentabilidad esperada.

Inversiones y financiamiento

En este punto se consideran los requerimientos de activos fijos, diferidos y circulantes que la empresa de factoraje requerirá al momento de ponerse en marcha.

Activos fijos

Constituyen aquellos bienes permanentes y derechos exclusivos que la empresa de factoraje financiero utilizará sin restricciones para brindar un servicio de calidad a las empresas usuarias.

Entre los activos fijos necesarios para los diferentes departamentos de la entidad son: Equipos de Oficina, Muebles y Enseres, los cuales estarán distribuidos en cada área.

Cuadro 35

Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorio de oficina	5	186.11	930.53
Archivador	10	191.05	1,910.53
Silla giratoria	5	103.03	515.17
Mesa de sesión	1	578.63	578.63
Sillas de espera	40	33.21	1,328.33
Total			5,263.17

Cuadro 36

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Computadora de escritorio	5	598.00	2,990.00
Impresora EPSON L635	1	339.00	339.00
Teléfono Inalámbrico	5	50.00	250.00
Total			3,579.00

Activo diferido

Entre las inversiones diferidas tenemos las adecuaciones del local, los estudios preliminares necesarios para la puesta en marcha, gastos para la constitución legal tales como la elaboración de la minuta por medio un abogado, la escritura pública, trámites en Notaria y finalmente el software necesario para realizar operaciones de factoraje financiero y el adecuado almacenamiento de datos obteniendo de todo esto un valor de 4,500.00 dólares.

Cuadro 37:
Activo diferido

Detalle	Costo unitario
Adecuaciones	2,000.00
Diseño del proyecto	500.00
Gastos de la constitución de la empresa	1,000.00
Licencia de software de gestión de factoraje financiero	1,000.00
Total	4,500.00

Inversiones en capital de trabajo

El capital de trabajo tiene gran liquidez y puede convertirse en efectivo de manera rápida permitiendo cumplir con eficacia las actividades planteadas.

Comprenden las remuneraciones a empleados, servicios básicos, suministros de oficina entre otros y se lo establece normalmente para un periodo de un mes, en el que se espera que la entidad empiece a obtener ingresos por concepto del factoraje financiero.

Cuadro 38:
Sueldos y salarios de personal operativo

Reserva	Iess patronal	Iess personal	Comisiones
8.33%	12.15%	9.45%	0.50%

N°	Cargo	Sueldo	Fondo de reserva	IESS personal	IESS patronal	Vacaciones	Décimo tercero	Décimo cuarto	Comisiones	Remuneración mensual
1	Jefe de cartera y cobranzas	375.00	0.00	35.44	45.56	15.63	31.25	30.50	367.29	865.23
1	Asesor de negocios	375.00	0.00	35.44	45.56	15.63	31.25	30.50	367.29	865.23
1	Asesor legal	375.00	0.00	35.44	45.56	15.63	31.25	30.50		560.26
Tota	ıl									2,290.72

Las comisiones que constan en el cuadro anterior representan el monto que el jefe de cartera y el asesor de negocios percibirán como dividendo por colocación y recuperación de cartera, el cálculo fue determinado a partir del 0.50% del monto de cartera para el primer año, cuya comercialización será hasta tres meses, por ende el equivalente al 0.5% será trimestral, lo que da como resultado 367.29 dólares mensuales.

Cuadro 39: Sueldos y salarios de personal administrativo

N°	Cargo	Salario unificado	Fondo de reserva	IESS personal	IESS patronal	Vacaciones	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Remuneración mensual
1	Gerente	850.00	0.00	80.33	103.28	35.42	29.50	70.83	1,089.03
1	Secretaria- contadora	380.00	0.00	35.91	46.17	15.83	29.50	31.67	503.17
Tota	n l								1,592.20

Cuadro 40
Suministros de Oficina

Detalle	Precio unitario	Cantidad	Primer año
Resmas de papel bond	3.60	6	21.60
Caja de esferos	5.10	3	15.30
Cartuchos de impresora	40.00	2	80.00
Cajas de grapas	0.80	4	3.20
Grapadora	3.50	2	7.00
Sellos	10.00	3	30.00
Portapapeles	0.93	6	5.58
Total anual			162.68
Total mensual			13.55

Cuadro 41 Suministros de limpieza

Detalle	Precio unitario	Cantidad	Primer año
Basureros	2.60	6	15.60
Escobas	1.50	4	6.00
Trapeadores	2.00	4	8.00
Detergente	5.40	3	16.20
Fundas de basura	2.25	2	4.50
Recogedores de basura	1.30	4	5.20
Jabón antibacterial	0.75	6	4.50
Total anual			60.00
Total mensual			5.00

Cuadro 42
Arriendos

Detalle	Valor mensual
Arriendos	500.00
Total	500.00

Cuadro 43
Servicios Básicos

Detalle	Primer año
Energía eléctrica	480.00
Agua potable	60.00
Internet	240.00
Teléfono	360.00
Total	1140.00
Total mensual	95.00

Tomando en cuenta que la entidad de factoraje financiero se establecieron los servicios básicos donde el mayor rubro es el de teléfono puesto que tratándose de compra y venta de cartera la actividad de la empresa, ésta deberá comunicarse constantemente con las pymes usuarias del servicio y así como las notificaciones futuras para los deudores finales.

Cuadro 44: Promoción y publicidad

Detalle	Precio unitario	Cantidad	Primer año
Hojas volantes	0,04	2.400	96,00
Transporte y movilización	5,00	144	720,00
Total anual			816,00
Total mensual			68,00

El valor que consta en promoción y publicidad se lo determinó a partir de dos variables; la entrega de hojas volantes a la ciudadanía que permitirá dar a conocer la empresa para lo que se ha presupuestado un equivalente a 200 hojas volantes mensuales; mientras que la segunda forma de publicidad será la de visitas personalizadas donde se determinó que el personal de la entidad deberá realizar durante los primeros años un promedio de 3 visitas semanales a las pymes de la ciudad, con la intención de manifestarle las bondades del factoraje; y para ello se detalla el rubro de transporte y movilización.

Cuadro 45 *Reparación y mantenimiento*

Porcentaje de reparación	2%				
Descripción	Valor del activo	Primer año			
Muebles y enseres	5,263.17	105.26			
Equipo de oficina	3,579.00	71.58			
Total anual	8,842.17	176.84			
Total mensual		14.74			

Cuadro 46 Fondo de factoraje

Detalle	Año
Monto	220,374.75
Total	220,374.75

En este rubro se determina el valor en términos monetarios de la cartera a comprarse. Es decir, se fija el monto de dinero con el que a entidad va a otorgar su servicio de factoraje a las pymes, el mismo que aumentará de acuerdo a las reservas de las utilidades.

Cuadro 47 Total inversión capital de trabajo

Detalle	Valor
Personal de operación	2,290.72
Servicios básicos	95,00
Suministros de limpieza	5,00
Reparación y mantenimiento	14.74
Arriendo	500,00
Personal de administración y ventas	1,592.20
Suministros de administración y ventas	13,55
Publicidad y promoción	68,00
Fondo para factoraje	220,374.75
Total	224,953.96

Consolidado de inversiones

En este apartado se engloba la salida de capital necesaria para la operación y puesta en marcha de la empresa de factoraje financiero, es decir el monto de la inversión inicial el cual es de aproximadamente 238,296.13 dólares, distribuidos de la siguiente forma: activo fijo con un valor de 8,842.17 dólares, equivalente al 3.71% del total de inversiones; el activo diferido cuyo valor es de 4,500.00 dólares lo que representa el 1.89% del total de activos, y finalmente el capital de trabajo con un valor de 224,953.96 dólares que equivale al 94.40% del total de activos.

Cuadro 48

Total de inversiones

Detalle	Valor	%
Activos fijos		
Muebles y enseres	5,263.17	
Equipo de oficina	3,579.00	
Subtotal	8,842.17	3.71%
Activos diferidos		
Diseño del proyecto	500.00	
Gastos de la constitución de la empresa	1,000.00	
Adecuaciones	2,000.00	
Licencia de software de gestión de factoraje	1,000.00	
Subtotal	4,500.00	1,89%
Capital de operaciones		
Personal operativo	2,290.72	
Servicios básicos	95,00	
Suministros de limpieza	5,00	
Reparación y mantenimiento	14.74	
Arriendo	500,00	
Personal administrativo	1,592.20	
Suministros de administración y ventas	13,55	
Publicidad y promoción	68,00	
Fondo para factoraje	220,374.75	
Subtotal	224,953.96	94.40%
Total	238,296.13	100%

Financiamiento

Una vez analizado el monto total de la inversión necesaria para la creación de la empresa de factoraje financiero, es importante destacar la forma en que se solventará la misma. La inversión se financiará con las aportaciones de los 25 accionistas de la entidad, considerando que cada uno aportará con aproximadamente 9,5431.85 dólares.

Cuadro 49
Financiamiento

niento								
	Ap	ortes						
Accionista 1	9,531.85	Accionista 14	9,531.85					
Accionista 2	9,531.85	Accionista 15	9,531.85					
Accionista 3	9,531.85	Accionista 16	9,531.85					
Accionista 4	9,531.85	Accionista 17	9,531.85					
Accionista 5	9,531.85	Accionista 18	9,531.85					
Accionista 6	9,531.85	Accionista 19	9,531.85					
Accionista 7	9,531.85	Accionista 20	9,531.85					
Accionista 8	9,531.85	Accionista 21	9,531.85					
Accionista 9	9,531.85	Accionista 22	9,531.85					
Accionista 10	9,531.85	Accionista 23	9,531.85					
Accionista 11	9,531.85	Accionista 24	9,531.85					
Accionista 12	9,531.85	Accionista 25	9,531.85					
Accionista 13	9,531.85							
Total de aportacion	nes	238,296.1	3					

Presupuesto de gastos

Es aquel rubro que consta de todos aquellos gastos en que incurrirá la empresa para cumplir con sus funciones durante los diez años de duración los mismos que estarán proyectados de acuerdo a la tasa de inflación actual, que para el año 2016 es de 3.38%; lo que determina que los costos aumentan en proporción a dicha variable.

Sin embargo, para las proyecciones de sueldos y salarios para el personal operativo y administrativo se utilizó una metodología distinta, la cual consiste en incrementar el 2.5% el monto de sueldos y salarios incluyendo las comisiones por cobranzas.

Cuadro 50
Presupuesto de sueldos y salarios- personal operativo

Detalle					Añ	os				
Detane	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jefe de cartera y	10 382 75	10.757.60	11,026.53	11 302 20	11,584.75	11,874.37	12,171.23	12 475 51	12 787 40	13 107 08
cobranzas	10,362.73	10,737.00	11,020.33	11,302.20	11,304.73	11,074.37	12,171.23	12,473.31	12,767.40	13,107.06
Asesor de negocios	10,382.75	10,757.60	11,026.53	11,302.20	11,584.75	11,874.37	12,171.23	12,475.51	12,787.40	13,107.08
Asesor legal	6,723.15	7,147.98	7,326.68	7,509.85	7,697.59	7,890.03	8,087.28	8,289.47	8,496.70	8,709.12
Total	27,488.64	28,663.17	29,379.75	30,114.24	30,867.10	31,638.78	32,429.75	33,240.49	34,071.50	34,923.29

Cuadro 51
Presupuesto de sueldos y salarios- personal administrativo

Detalle	Años									
Detaile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gerente	13,068.30	13,917.96	14,265.91	14,622.56	14,988.12	15,362.82	15,746.89	16,140.57	16,544.08	16,957.68
Secretaria- Contadora	6,038.04	6,417.89	6,578.34	6,742.79	6,911.36	7,084.15	7,261.25	7,442.78	7,628.85	7,819.57
Total	19,106.34	20,335.85	20,844.24	21,365.35	21,899.48	22,446.97	23,008.15	23,583.35	24,172.93	24,777.26

Cuadro 52 Amortización del activo diferido

Detalle	Valor del	Periodo de			Años			
Detaile	activo	amortización	1	2	3	4	5	
Diseño del		5.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
proyecto	500.00	3.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
Gastos de	1 000 00	5.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	
constitución	1,000.00	3.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	
Adecuaciones	2,000.00	5.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	
Software	1,000.00	3.00	333.33	333.33	333.33			
Total	4,500.00		1,033.33	1,033.33	1,033.33	700.00	700.00	

Cuadro 53
Depreciación del activo fijo

Detalle	Valor del	% Valor	Valor	Valor a	% Valor a	Años	Valor	
Detaile	activo	activo residual 1		residual depreciar		Allos	anual	
Muebles y	5.060.15	10%	526.32	4,736.86	10%	10	473.69	
enseres	5,263.17	1070	320.32	4,730.00	1070	10	473.09	
Equipo de	3,579.00	10%	357.90	3,221.10	33%	3	1,073.70	
oficina	3,379.00	1070	337.90	3,221.10	3370	3	1,073.70	
Total	8,842.17		884.22	3,221.10			1,547.39	

En cuanto a las depreciaciones y amortizaciones, éstas contabilizan la disminución de la utilidad de los activos invertidos en un negocio, tanto el fijo como el diferido, los cuales se calculan por pérdida de valor debido al desgaste físico o a la obsolescencia causada por cambios tecnológicos.

Las depreciaciones y amortizaciones se realizaron de acuerdo a lo establecido a la ley, utilizando el método lineal.

Cuadro 54 *Reparación y mantenimiento*

Porcentaje de repai	ración					2%	ó				
Descripción	Valor del					Año	os				
Descripcion	activo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muebles y enseres	4,432.97	88.66	91.66	94.75	97.96	101.27	104.69	108.23	111.89	115.67	119.58
Equipo de oficina	3,429.00	68.58	70.90	73.29	75.77	78.33	80.98	83.72	86.55	89.47	92.50
Total	7,861.97	157.24	162.55	168.05	173.73	179.60	185.67	191.95	198.43	205.14	212.08

Cuadro 55Servicios Básicos

Detalle		Años- Inflación 3.38%											
Detaile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Energía eléctrica	480.00	496.22	513.00	530.34	548.26	566.79	585.95	605.75	626.23	647.40			
Agua potable	60.00	62.03	64.12	66.29	68.53	70.85	73.24	75.72	78.28	80.92			
Internet	240.00	248.11	256.50	265.17	274.13	283.40	292.97	302.88	313.11	323.70			
Teléfono	360.00	372.17	384.75	397.75	411.20	425.09	439.46	454.32	469.67	485.55			
Total	1,140.00	1,178.53	1,218.37	1,259.55	1,302.12	1,346.13	1,391.63	1,438.67	1,487.29	1,537.57			

Cuadro 56Suministros de oficina

	Precio	N TO				Añ	ios- Inflaci	ón 3.38%				
Detalle	unitario	N° -	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Resmas de	3.60	6	21.60	22.33	23.08	23.87	24.67	25.51	26.37	27.26	28.18	29.13
papel bond	3.00	U	21.00	22.33	23.06	23.67	24.07	23.31	20.37	27.20	20.10	29.13
Caja de esferos	5.10	3	15.30	15.82	16.35	16.90	17.48	18.07	18.68	19.31	19.96	20.64
Cartuchos de	40.00	2	00.00	00.70	05.50	00.20	01.20	04.47	07.66	100.06	104.27	107.00
impresora	40.00	2	80.00	82.70	85.50	88.39	91.38	94.47	97.66	100.96	104.37	107.90
Cajas de	0.00	4	2.20	2.21	2.42	2.54	2.66	2.70	2.01	4.04	4 17	4.22
grapas	0.80	4	3.20	3.31	3.42	3.54	3.66	3.78	3.91	4.04	4.17	4.32
Grapadora	3.50	2	7.00	7.24	7.48	7.73	8.00	8.27	8.55	8.83	9.13	9.44
Sellos	10.00	3	30.00	31.01	32.06	33.15	34.27	35.42	36.62	37.86	39.14	40.46
Portapapeles	0.93	6	5.58	5.77	5.96	6.17	6.37	6.59	6.81	7.04	7.28	7.53
Total			162.68	168.18	173.86	179.74	185.81	192.10	198.59	205.30	212.24	219.41

Cuadro 57
Arriendos

Dogavinajón		Años- Inflación 3.38%										
Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Arriendos	6.000,00	6.000,00	6.202,80	6.202,80	6.412,45	6.412,45	6.629,20	6.629,20	6.853,26	6.853,26		
Total	6.000,00	6.000,00	6.202,80	6.202,80	6.412,45	6.412,45	6.629,20	6.629,20	6.853,26	6.853,26		

Cuadro 58Suministros de limpieza

Detalle	Precio	N IO	N°Años- Inflación 3.38%									
Detaile	unitario	11	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Basureros	2,60	6	15,60	16,13	16,67	17,24	17,82	18,42	19,04	19,69	20,35	21,04
Escobas	1,50	4	6,00	6,20	6,41	6,63	6,85	7,08	7,32	7,57	7,83	8,09
Trapeadores	2,00	4	8,00	8,27	8,55	8,84	9,14	9,45	9,77	10,10	10,44	10,79
Detergente	5,40	3	16,20	16,75	17,31	17,90	18,50	19,13	19,78	20,44	21,14	21,85
Fundas de basura	2,25	2	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14	5,31	5,49	5,68	5,87	6,07
Recogedores de basura	1,30	4	5,20	5,38	5,56	5,75	5,94	6,14	6,35	6,56	6,78	7,01
Jabón antibacterial	0,75	6	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14	5,31	5,49	5,68	5,87	6,07
Total			60,00	62,03	64,12	66,29	68,53	70,85	73,24	75,72	78,28	80,92

Cuadro 59 *Publicidad y promoción*

Detalle	Precio unitario	Cantidad				Año	s- Inflaci	ión 3.38%	6			
Detaile	Frecio unitario	Cannuau	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hojas volantes	0.04	2,400.00	96.00	99.24	102.60	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Transporte y movilización	5.00	144.00	720.00	720.00	720.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total			816.00	819.24	822.60	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Cuadro 60 *Presupuesto de operación*

Detalle					Añ	os				
Detaile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos operativos										
Personal de operación	27,488.64	28,663.17	29,379.75	30,114.24	30,867.10	31,638.78	32,429.75	33,240.49	34,071.50	34,923.29
Subtotal	27,488.64	28,663.17	29,379.75	30,114.24	30,867.10	31,638.78	32,429.75	33,240.49	34,071.50	34,923.29
Gastos administra	tivos									
Servicios básicos	1,140.00	1,178.53	1,218.37	1,259.55	1,302.12	1,346.13	1,391.63	1,438.67	1,487.29	1,537.57
Suministros de limpieza	60.00	62.03	64.12	66.29	68.53	70.85	73.24	75.72	78.28	80.92
Reparación y mantenimiento	176.84	182.82	189.00	195.39	201.99	208.82	215.88	223.17	230.72	238.52
Amortizaciones	1,033.33	1,033.33	1,033.33	700.00	700.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciaciones	1,547.39	1,547.39	1,547.39	473.69	473.69	473.69	473.69	473.69	473.69	473.69
Arriendos	6,000.00	6,202.80	6,412.45	6,629.20	6,853.26	7,084.90	7,324.37	7,571.94	7,827.87	8,092.45
Personal administrativo	19,106.34	20,335.85	20,844.24	21,365.35	21,899.48	22,446.97	23,008.15	23,583.35	24,172.93	24,777.26
Suministros de oficina	162.68	168.18	173.86	179.74	185.81	192.10	198.59	205.30	212.24	219.41
Publicidad y promoción	816.00	819.24	822.60	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Subtotal	30,042.58	31,530.17	32,305.37	30,869.20	31,684.89	31,823.46	32,685.54	33,571.83	34,483.02	35,419.81
Total	57,531.22	60,193.34	61,685.12	60,983.44	62,551.99	63,462.23	65,115.29	66,812.32	68,554.52	70,343.10

Como se puede constatar en el cuadro anterior, el presupuesto de egresos se compone tanto los gastos operativos como los gastos administrativos.

Los gastos operativos son aquellos gastos en los que incurrirá la entidad como producto de la operación misma, es decir por brindar el servicio de factoraje para el primer año se incurrirá en un costo de 27,488.64 dólares.

En cuanto a los gastos administrativos, éstos se encuentran representados por aquellos gastos producto de la administración, es decir de la gestión de la empresa, planificación, organización dirección y control. Teniendo así para el primer año un valor de gastos administrativos equivalente a 30,042.58 dólares.

En resumen, el valor de los costos de la entidad de factoraje financiero para el primer año será de aproximadamente 57,531.22 dólares.

Clasificación de costos

Costos fijos

Son erogaciones que se deben cubrir independientemente de si hay o no ingresos por la compra de cartera tales como sueldos al personal operativo y administrativo, arriendos, entre otros.

Es así que, para el primer año de funcionamiento, la empresa incurrirá en costos fijos de aproximadamente 54,677.96 dólares.

Costos Variables

Se refiere a gastos que intervienen directamente en el proceso tales como las comisiones por colocación y recuperación de cartera, servicios básicos, publicidad, etc.

En cuanto a los costos variables de la entidad, éstos serán de un valor total de 2,853.26 dólares.

Cuadro 61Costos fijos y variables

Detalle					Aî	ĭos				
Detaile	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos fijos										
Personal de operación	26,754.06	27,910.22	28,607.98	29,323.18	30,056.26	30,807.66	31,577.86	32,367.30	33,176.48	34,005.90
Suministros de limpieza	60.00	62.03	64.12	66.29	68.53	70.85	73.24	75.72	78.28	80.92
Reparación y mantenimiento	176.84	182.82	189.00	195.39	201.99	208.82	215.88	223.17	230.72	238.52
Amortizaciones	1,033.33	1,033.33	1,033.33	700.00	700.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciaciones	1,547.39	1,547.39	1,547.39	473.69	473.69	473.69	473.69	473.69	473.69	473.69
Arriendos	6,000.00	6,202.80	6,412.45	6,629.20	6,853.26	7,084.90	7,324.37	7,571.94	7,827.87	8,092.45
Personal administrativo	19,106.34	20,335.85	20,844.24	21,365.35	21,899.48	22,446.97	23,008.15	23,583.35	24,172.93	24,777.26
Subtotal	54,677.96	57,274.44	58,698.52	58,753.09	60,253.21	61,092.89	62,673.18	64,295.17	65,959.97	67,668.73
Costos variables										
Comisiones por colocación y recuperación de cartera	734.58	752.95	771.77	791.07	810.84	831.11	851.89	873.19	895.02	917.39
Servicios básicos	1,140.00	1,178.53	1,218.37	1,259.55	1,302.12	1,346.13	1,391.63	1,438.67	1,487.29	1,537.57
Suministros de oficina	162.68	168.18	173.86	179.74	185.81	192.10	198.59	205.30	212.24	219.41
Publicidad	816.00	819.24	822.60							
Subtotal	2,853.26	2,918.90	2,986.60	2,230.35	2,298.78	2,369.34	2,442.11	2,517.16	2,594.55	2,674.37
Total	57,531.22	60,193.34	61,685.12	60,983.44	62,551.99	63,462.23	65,115.29	66,812.32	68,554.52	70,343.10

Presupuesto de ingresos

La determinación de los ingresos se lo realiza en base a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas, tomando como referencia hasta qué plazo las empresas conceden créditos a sus clientes.

El monto de la capacidad instalada cuyo valor es de 220,374.75 dólares se distribuyó de acuerdo a las variables señaladas en las encuestas (*Ver Cuadro 10*), asignando para los 30 días un valor de 97,934.53 dólares equivalente al 44.44%; para los 60 días un valor de 63,379.78 dólares equivalente al 28.76% mientras que para el plazo de 90 días se asignará un monto de 59,060.43 dólares equivalente al 26.80%.

A partir de los montos asignados para cada plazo, se procede a realizar los cálculos equivalentes al descuento de documentos para de esta manera determinar los ingresos por concepto de la operación de factoraje para los diferentes plazos otorgados.

Cuadro 62
Operación de factoraje

FA	CTORAJE F	FINANCIERO		
		A 30 días	A 60 días	A 90 días
Transferencia de Documentos		97,934.54	63,379.78	59,060.43
Anticipo	90.00%	88,141.09	57,041.80	53,154.39
(-) Descuento	8.00%	7,834.76	5,070.38	4,724.83
Total desembolso		80,306.32	51,971.42	48,429.56
Cobranza				
Pago de reserva	2%	1,958.69	1,267.60	1,181.21
Total liquidado		90,099.78	58,309.40	54,335.60
Valor de Factoraje		7,834.76	5,070.38	4,724.83
Ingreso Anual		94,017.16	30,422.29	18,899.34
Total				143,338.79

Cuadro 63
Presupuesto de ingresos

Dosavinaján	Período	Valor					Aî	ĭos				_
Descripción	reriouo	v alui	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos a 30 días	12	7,834.76	94,017.16	96,348.72	98,886.13	101,492.90	104,234.10	107,051.39	109,966.71	112,963.34	116,043.60	119,209.89
Ingresos a 60 días	6	5,070.38	30,422.29	31,176.75	31,997.81	32,841.31	33,728.32	34,639.94	35,583.29	36,552.94	37,549.66	38,574.22
Ingresos a 90 días	4	4,724.83	18,899.34	19,368.03	19,878.10	20,402.11	20,953.15	21,519.48	22,105.52	22,707.90	23,327.10	23,963.58
Total			143,338.79	146,893.50	150,762.04	154,736.32	158,915.57	163,210.81	167,655.52	172,224.19	176,920.36	181,747.68

Los ingresos que perciba la entidad de factoraje financiero serán medidos en términos monetarios y su valor estará determinado por el monto descuento acordado de los documentos negociados con las pymes usuarias, cuyo porcentaje es del 8% sobre el total del documento negociado.

Los ingresos se proyectan bajo tres supuestos, ingresos a 30 días de plazo es decir se percibirán 12 veces al año; ingresos a 60 días que se percibirán 6 veces al año; y finalmente, ingresos a 90 días que se percibirán 4 veces al año.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, los ingresos de la empresa de factoraje financiero para el primer año serán de 143,338.79 dólares que incrementan cada año, lo que significa que podrá recuperar la inversión inicial y recapitalizar el dinero restante rápidamente.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el indicador que muestra el monto necesario para cubrir los costos sin tener que incurrir en pérdidas para la empresa, es conocido como punto cero pues en este punto la entidad no tiene ni pérdidas ni ganancias, es conveniente conocer el punto de equilibrio para saber en qué momento la empresa empieza a generar ganancias.

Año 1

Cuadro 64

Datos para punto de equilibrio

Costo variable	2,853.26
Costo fijo	54,677.96
Ingresos totales	143,338.79

Punto de equilibrio según los ingresos

$$PE_V = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}} = \frac{54,677.96}{1 - \frac{2,853.26}{143,338.79}} = \frac{54,677.96}{0.98} = 55,793.84$$

El punto de equilibrio en base a los ingresos que obtendrá la empresa de factoraje será cuando los ingresos sean de 55,793.84 dólares, como se puede apreciar en la siguiente figura.

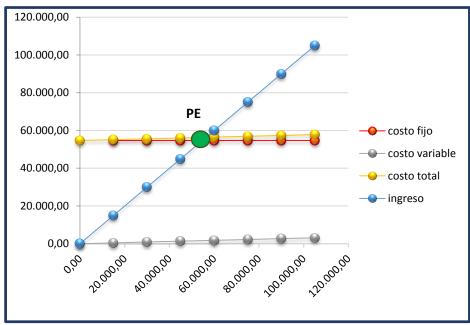


Figura 22. Punto de equilibrio para el primer año.

A continuación, se detalla el punto de equilibrio en función de los ingresos para los siguientes años de vida útil de la empresa de factoraje financiero.

Cuadro 65

Puntos de equilibrio para los años de vida útil

Variable	_				Aî	íos				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos fijos	54,677.96	57,274.44	58,698.52	58,753.09	60,253.21	61,092.89	62,673.18	64,295.17	65,959.97	67,668.73
Costos variables	2,853.26	2,918.90	2,986.60	2,230.35	2,298.78	2,369.34	2,442.11	2,517.16	2,594.55	2,674.37
Costos Totales	57,531.22	60,193.34	61,685.12	60,983.44	62,551.99	63,462.23	65,115.29	66,812.32	68,554.52	70,343.10
Ingresos Totales	143,338.79	147,039.13	150,784.23	154,626.51	158,664.74	162,809.47	167,093.69	171,491.37	176,005.51	180,639.19
Punto de Equilibrio	55,788.47	58,434.43	59,884.66	59,612.95	61,139.01	61,995.10	63,602.75	65,252.95	66,946.85	68,685.62

Cuadro 66 *Estado de pérdidas y ganancias*

Detalle	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos Comisión de										
factoraje	143,338.79	146,893.50	150,762.04	154,736.32	158,915.57	163,210.81	167,655.52	172,224.19	176,920.36	181,747.68
Total ingresos	143,338.79	146,893.50	150,762.04	154,736.32	158,915.57	163,210.81	167,655.52	172,224.19	176,920.36	181,747.68
Gastos										
(-)Personal operativo	27,488.64	28,663.17	29,379.75	30,114.24	30,867.10	31,638.78	32,429.75	33,240.49	34,071.50	34,923.29
Utilidad bruta	115,850.15	118,375.95	121,404.48	124,512.27	127,797.64	131,170.69	134,663.94	138,250.88	141,934.01	145,715.90
(-) Gastos administrativos	30,042.58	31,530.17	32,305.37	30,869.20	31,684.89	31,823.46	32,685.54	33,571.83	34,483.02	35,419.81
Utilidad operativa	85,807.57	86,845.78	89,099.11	93,643.07	96,112.75	99,347.24	101,978.40	104,679.04	107,450.99	110,296.09
(-) 15% Trabajadores	12,871.14	13,026.87	13,364.87	14,046.46	14,416.91	14,902.09	15,296.76	15,701.86	16,117.65	16,544.41
UAI	72,936.43	73,818.92	75,734.24	79,596.61	81,695.84	84,445.15	86,681.64	88,977.19	91,333.34	93,751.67
Impuesto a la renta	16,046.02	16,240.16	16,661.53	17,511.25	17,973.08	18,577.93	19,069.96	19,574.98	20,093.33	20,625.37
Utilidad neta	56,890.42	57,578.75	59,072.71	62,085.35	63,722.75	65,867.22	67,611.68	69,402.21	71,240.01	73,126.30
Reservas (10%)	5,689.04	5,757.88	5,907.27	6,208.54	6,372.28	6,586.72	6,761.17	6,940.22	7,124.00	7,312.63
Dividendos	51,201.38	51,820.88	53,165.44	55,876.82	57,350.48	59,280.50	60,850.51	62,461.98	64,116.00	65,813.67

Cuadro 67Flujo de caja

	Años										
Descripción	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos											
Servicio de factoraje		143.338,79	147.039,13	150.784,23	154.626,51	158.664,74	162.809,47	167.093,69	171.491,37	176.005,51	180.639,19
Aportación de capital	238.296,13										
Valor residual de depreciaciones				357,90							526,32
Valor residual de fondo de factoraje											220.374,75
Total de valor residual											220.901,07
Total	238.296,13	143.338,79	147.039,13	151.142,13	154.626,51	158.664,74	162.809,47	167.093,69	171.491,37	176.005,51	401.540,25
Egresos											
Inversión inicial	238.296,13										
Presupuesto de operación		57.531,22	60.193,34	61.685,12	60.983,44	62.551,99	63.462,23	65.115,29	66.812,32	68.554,52	70.343,10
Reparto de utilidades		12.871,14	13.026,87	13.364,87	14.046,46	14.416,91	14.902,09	15.296,76	15.701,86	16.117,65	16.544,41
Impuesto renta		16.046,02	16.240,16	16.661,53	17.511,25	17.973,08	18.577,93	19.069,96	19.574,98	20.093,33	20.625,37
Depreciaciones		1.547,39	1.547,39	1.547,39	473,69	473,69	473,69	473,69	473,69	473,69	473,69
Amortizaciones		1.033,33	1.033,33	1.033,33	700,00	700,00					
Total	238.296,13	83.867,65	86.879,65	89.130,80	91.367,47	93.768,30	96.468,57	99.008,32	101.615,47	104.291,82	107.039,20
Flujo de fondos	0,00	59.471,14	60.159,47	62.011,33	63.259,04	64.896,44	66.340,91	68.085,36	69.875,89	71.713,69	294.501,06

El flujo de caja de empresa de factoraje financiero, representa la diferencia entre los ingresos y egresos que se generarán con la puesta en marcha de la entidad y se basa en los movimientos reales del efectivo; sirve como base para la toma de decisiones en la gestión empresarial.

ESTUDIO FINANCIERO

Tasa mínima de rendimiento TMAR

La TMAR consiste en determinar la tasa de rentabilidad mínima que se debe generar, analizando el costo de oportunidad del capital.

El costo de oportunidad de capital está compuesto por dos variables; la tasa activa referencial equivalente al 8.71% tomando en cuenta que la TMAR debe ser mayor al costo del endeudamiento de los accionistas y la inflación que actualmente es de 3.38% puesto que al momento de la evaluación el dinero invertido no pierda su valor adquisitivo.

La suma de estos dos factores representa la tasa mínima de rendimiento para los accionistas obteniendo como resultado el 12.09%.

Cuadro 68
Valor Actual Neto

TMAR	12.09%			
	Año	Flujo de caja	Factor de actualización	Valor actualizado
				238,296.13
1	2017	59.471,14	0,89214024444643	53.056,59
2	2018	60.159,47	0,79591421576093	47.881,78
3	2019	62.011,33	0,71006710300734	44.032,21
4	2020	63.259,04	0,63347943885034	40.073,30
5	2021	64.896,44	0,56515250142773	36.676,38
6	2022	66.340,91	0,50419529077324	33.448,77
7	2023	68.085,36	0,44981290995918	30.625,67
8	2024	69.875,89	0,40129619944614	28.040,93
9	2025	71.713,69	0,35801248946930	25.674,40
10	2026	294.501,06	0,31939734987002	94.062,86
VAN	195.276,76			433.572,90

$$VAN = \sum Flujos\ actualizados - Inversión$$

$$VAN = 433.572,90 - 238,296.13$$

$$VAN = 195.276,76$$

El valor actual neto se lo calcula de acuerdo al factor de actualización, es decir la TMAR, definida anteriormente. Recordemos que, si éste resultado es cero o menor a cero el proyecto no sería factible, en este caso el proyecto tiene un VAN positivo de 195.276,76 dólares, es decir que de acuerdo a este indicador el proyecto de factoraje financiero es rentable y por lo tanto se acepta la inversión.

Cuadro 69
Tasa interna de rendimiento

		Tasa<	26.31%	Tasa >	26.29%
Año	Flujo de caja	Factor de actualización	Valor actualizado	Factor de actualización	Valor actualizado
2016	-238.296,13	1	-238.296,13	1,000000000	-238.296,13
2017	59.471,14	0,791702953	47.083,47	0,791828332	47.090,93
2018	60.159,47	0,626793566	37.707,57	0,626992107	37.719,52
2019	62.011,33	0,496234317	30.772,15	0,496470114	30.786,77
2020	63.259,04	0,392870174	24.852,59	0,393119102	24.868,34
2021	64.896,44	0,311036477	20.185,16	0,311282843	20.201,15
2022	66.340,91	0,246248497	16.336,35	0,246482574	16.351,88
2023	68.085,36	0,194955663	13.273,63	0,195171885	13.288,35
2024	69.875,89	0,154346974	10.785,13	0,154542628	10.798,80
2025	71.713,69	0,122196955	8.763,19	0,122371232	8.775,69
2026	294.501,06	0,096743690	28.491,12	0,096897008	28.536,27
	Sumatoria de fl	ujos	238.250,37		238.417,70
	-45,77	VAN Tasa <	-45,77	VAN Tasa >	121,56

$$TIR = Tasa > + Diferencia de tasas \left(\frac{VAN \ tasa \ menor}{VAN \ tasa \ menor} - VAN \ tasa \ mayor \right)$$

$$TIR = 26.29 + 0.01 \left(\frac{121.56}{121.56 - (-45.77)} \right)$$

$$TIR = 26.29 + 0.01 \left(\frac{121.56}{167.33} \right)$$

$$TIR = 26.29 + 0.01(0.73)$$

Aplicada la fórmula se pudo determinar una TIR del 26.30%; que es mayor al costo de oportunidad del capital o TMAR 12.09% lo que demuestra que la inversión ofrece un alto rendimiento y por lo tanto es ejecutable.

TIR = 26.30%

Cuadro 70 Relación Beneficio- Costo

TMAR	12.09%				
Año	Ingresses	Egragos	Factor	Ingreso	Egreso
Allo	Ingresos	Egresos	actualizado	actualizado	actualizado
2016	238.296,13				
2017	143.338,79	83.867,65	0,8921402	127.878,30	74.821,71
2018	147.039,13	86.879,65	0,7959142	117.030,53	69.148,75
2019	151.142,13	89.130,80	0,7100671	107.321,06	63.288,85
2020	154.626,51	91.367,47	0,6334794	97.952,71	57.879,41
2021	158.664,74	93.768,30	0,5651525	89.669,77	52.993,39
2022	162.809,47	96.468,57	0,5041953	82.087,77	48.639,00
2023	167.093,69	99.008,32	0,4498129	75.160,90	44.535,22
2024	171.491,37	101.615,47	0,4012962	68.818,83	40.777,90
2025	176.005,51	104.291,82	0,3580125	63.012,17	37.337,77
2026	401.540,25	107.039,20	0,3193973	128.250,89	34.188,04
Sumator	ria total			957.182,94	523.610,04

$$RBC = \frac{Ingresos\ actualizados}{Egresos\ actualizados}$$

$$RBC = \frac{957.182,94}{523.610.04}$$

$$RBC = 1.83$$

De acuerdo al análisis de este indicador, la relación entre ingresos y egresos muestra un resultado de 1.83 lo cual indica que por cada dólar invertido se obtendrán 0.83 centavos de utilidad.

Período recuperación de capital

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Cuadro 71
Período recuperación de inversión

	Año	Flujo neto	Flujo acumulado	Inversión inicial
0	2016			
1	2017	59.471,14	59.471,14	
2	2018	60.159,47	119.630,61	
3	2019	62.011,33	181.641,94	
4	2020	63.259,04	244.900,98	
5	2021	64.896,44	309.797,42	238,296.13
6	2022	66.340,91	376.138,32	
7	2023	68.085,36	444.223,69	
8	2024	69.875,89	514.099,58	
9	2025	71.713,69	585.813,27	
10	2026	294.501,06	880.314,33	

 $\textbf{\textit{PRI}} = \texttt{A\~no} \ anterior \ a \ cubrir \ la \ inv. + \frac{Inversi\'on - \sum flujos \ netos \ antes \ de \ recuperar \ la \ inv}{flujo \ neto \ del \ a\~no \ que \ supera \ la \ inv,}$

$$PRI = 4 + \frac{238,296.13 - 181,641.94}{62,011.33}$$

$$PRI = 3.90$$

	Resultado en Años, Meses, Días						
3,90	3,00	Años					
10,78	10,00	Meses					
23,36	23,00	Días					

No se puede determinar con exactitud el período en el cual se recuperará la inversión, ya que esta no se mide únicamente en función del tiempo, sin embargo de acuerdo a éste indicador financiero la recuperación de la inversión se da entre los años 3 y 4 ya que los flujos suman el valor de la inversión, más específicamente en 3 años, 10 meses.

Cuadro 72

Análisis de sensibilidad- disminución de ingresos

		Tu anno a o	Diaminusión				Actualización		
Periodo	Año	Ingreso total original	Disminución ingresos 8.10%	Costo total original	Flujo neto	Fact. Actual. 20.88%	VAN MAYOR	Fact. Actual. 20.86%	VAN MENOR
0	2015	238,296.13			-238,296.13		-238,296.13		-238,296.13
1	2016	143,338.79	131,728.35	83,867.65	47,860.69	0.83	39,593.56	0.83	39,600.11
2	2017	147,039.13	135,128.96	86,879.65	48,249.30	0.68	33,020.39	0.68	33,031.32
3	2018	151,142.13	138,899.62	89,130.80	49,768.82	0.57	28,176.95	0.57	28,190.94
4	2019	154,626.51	142,101.76	91,367.47	50,734.29	0.47	23,762.04	0.47	23,777.78
5	2020	158,664.74	145,812.90	93,768.30	52,044.59	0.39	20,165.24	0.39	20,181.93
6	2021	162,809.47	149,621.90	96,468.57	53,153.34	0.32	17,037.42	0.32	17,054.34
7	2022	167,093.69	153,559.10	99,008.32	54,550.77	0.27	14,465.04	0.27	14,481.81
8	2023	171,491.37	157,600.57	101,615.47	55,985.09	0.22	12,281.09	0.22	12,297.35
9	2024	176,005.51	161,749.06	104,291.82	57,457.24	0.18	10,426.89	0.18	10,442.43
10	2025	401,540.25	369,015.49	107,039.20	261,976.30	0.15	39,329.42	0.15	39,394.55
						VAN	-38.10		156.42

$$TIR = Tasa < +Differencia de tasas \left(\frac{VAN \ tasa \ menor}{VAN \ tasa \ menor} - VAN \ tasa \ mayor \right)$$

$$TIR = 20.86 + 0.01 \left(\frac{156.42}{156.42 - (-38.10)} \right)$$

$$TIR = 20.86 + 0.01 \left(\frac{156.42}{194.52} \right)$$

$$TIR = 20.86 + 0.01(0.80)$$

$$TIR = 20.87\%$$

Resultado					
TIR Proyecto	26.30%				
Nueva TIR	20.88%				
Diferencia TIR	0.05				
Porcentaje Variación	20.64%				
Sensibilidad	0.99				

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implementar el proyecto, debido a que no se conocen las condiciones en las que se desenvolverá la empresa en el futuro.

El coeficiente de sensibilidad de 0.99 indica que la empresa de factoraje financiero podría soportar una disminución de ingresos de hasta el 8.10%; lo que significa que el proyecto no es sensible ante las variaciones que se pudiesen presentar.

Cuadro 73 *Análisis de sensibilidad- incremento de costos*

			Ingramanta		A	Actualización		
Dowlada	Ingreso total	Costo total	Incremento .		Factor de		Factor de	
Período	original	original	costos	Flujo neto	actualización	VAN MAYOR	actualización	VAN MENOR
			14.51%		20.86%		20.84%	
0	238,296.13			-238,296.13		-238,296.13		-238,296.13
1	143,338.79	83,867.65	96,036.85	47,301.94	0.83	39,137.80	0.83	39,144.27
2	147,039.13	86,879.65	99,485.89	47,553.24	0.68	32,554.79	0.68	32,565.57
3	151,142.13	89,130.80	102,063.68	49,078.45	0.57	27,799.89	0.57	27,813.70
4	154,626.51	91,367.47	104,624.89	50,001.62	0.47	23,434.39	0.47	23,449.91
5	158,664.74	93,768.30	107,374.08	51,290.66	0.39	19,889.57	0.39	19,906.03
6	162,809.47	96,468.57	110,466.15	52,343.32	0.32	16,794.45	0.32	16,811.13
7	167,093.69	99,008.32	113,374.43	53,719.25	0.27	14,261.06	0.27	14,277.59
8	171,491.37	101,615.47	116,359.88	55,131.49	0.22	12,109.86	0.22	12,125.90
9	176,005.51	104,291.82	119,424.56	56,580.95	0.18	10,283.17	0.18	10,298.50
10	401,540.25	107,039.20	122,570.58	278,969.67	0.15	41,949.92	0.15	42,019.40
					VAN	-81.25		115.86

Calculo:

$$TIR = Tasa > +Diferencia de tasas \left(\frac{VAN \ tasa \ menor}{VAN \ tasa \ menor} - VAN \ tasa \ mayor \right)$$

$$TIR = 20.84 + 0.01 \left(\frac{115.86}{115.86 - (-81.25)} \right)$$

$$TIR = 20.84 + 0.01 \left(\frac{115.86}{197.11} \right)$$

$$TIR = 20.84 + 0.01(0.59)$$

$$TIR = 20.85$$

Resultados					
TIR Proyecto	26.30%				
NTIR Sensibilidad	20.85%				
Diferencia TIR	5.45%				
Porcentaje Variación	20.73%				
Sensibilidad	0.99				

El resultado indica que el proyecto soportaría un incremento en los costos hasta del 14.51% sin que se vea afectada la estabilidad de la entidad.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FACTORAJE FINANCIERO PARA LAS PYMES

El factoraje financiero surge como un servicio que presta asesoría para confrontar todo tipo de obligaciones inmediatas y además como medio de tratamiento óptimo de la cartera de créditos, es por ello que muestra numerosos beneficios para quienes hacen uso de éste instrumento financiero entre los cuáles se muestra:

- ✓ Es una forma importante de oxigenar los flujos de caja como consecuencia del giro anticipado de dinero, constituyendo formas de capitales auxiliares o complementarias ante un escenario difícil.
- ✓ Deslinda al personal de todo tipo de trámite de cobranza, con lo cual se concentra en el negocio mismo y las actividades que conlleven a su crecimiento, incrementando así la producción
- ✓ Uso de efectivo sin restricciones, con ello manejar importantes descuentos por pronto pago y volumen de compra con proveedores locales.
- ✓ Competir a través de esta herramienta financiera con empresas del sector, fácil acceso a nuevos mercados.
- ✓ Liberación paulatina de hipotecas en créditos bancarios, es decir que con el uso del factoraje financiero no se compromete bienes.

Así mismo, se debe señalar las desventajas que además conllevan el uso del factoraje, las cuales se muestran más bien como limitantes para los usuarios de este servicio:

✓ Una empresa de factoraje financiero tiene la competencia de aceptar o no las cuentas cedidas para su cobro respectivo, lo cual puede restringir el porcentaje de liquidez a obtenerse por la empresa cliente. Los criterios de selección de la empresa de factoraje dependerán exclusivamente de la calidad de dichas cuentas, es decir, plazos, montos, posibilidad de recuperación, etc.

Es importante mencionar que cada proceso de factorización es único debido a las condiciones exclusivas de cada contrato, es difícil determinar entonces, en términos generales cuán ventajoso o desventajoso es ejecutar el proceso de factoraje, pues se debe previamente evaluar las condiciones específicas que se hayan establecido.

g. DISCUSIÓN

Uno de los grandes retos del sector empresarial hoy en día, se centra en la innovación y el desarrollo de propuestas que vayan de la mano con las necesidades de la sociedad y el entorno.

En toda economía es innegable la importancia de las pymes las cuales demandan de recursos esencialmente financieros para llevar a cabo sus actividades, ya sean éstas: cumplir sus funciones actuales, ampliarlas o, a la vez dar inicio a un nuevo proyecto que implique necesariamente una inversión.

Frente a esto, se debe destacar que no se han creado alternativas de financiamiento diferentes, alternativas enfocadas a las pymes. Bajo este contexto se propuso crear una entidad cuya operación refiere al factoraje financiero y, que se presenta como un instrumento de liquidez a las pymes de la ciudad de Loja, tomando como premisa el conocer las necesidades del sector, pero sobre todo proponer ideas de mercado que se acoplen a las necesidades especialmente de recursos financieros.

Según la Asociación de Academias de la Lengua Española (2016), el factoraje financiero significa la comercialización de cuentas por cobrar ajenas; ésta actividad se efectúa a través de un contrato que establezca un acuerdo entre las partes como consecuencia de la negociación de cartera, es decir, nace como una alternativa para el financiamiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

El presente trabajo de tesis tuvo como principal objetivo determinar la factibilidad de una empresa de factoraje financiero, pero para ello fue de suma importancia realizar una serie de estudios pertinentes.

Es así que se analiza el mercado de las pymes y la posible propuesta de una empresa de factoraje financiero para la ciudad, si bien Loja ha mostrado índices de crecimiento empresarial la figura del factoraje financiero es totalmente desconocida por las empresas que serían potenciales usuarias del servicio.

El estudio de mercado inició con la aplicación de encuestas a 299 pymes para determinar que existe una demanda insatisfecha, partiendo de estos datos se obtuvo que las pymes en su mayoría

sí otorgan facturas o documentos pendientes de cobro hasta un plazo no mayor a 90 días, y que el 85.63% que corresponde a 198 pymes están de acuerdo con la implantación de la empresa de factoraje en la ciudad de Loja.

En cuanto al estudio técnico se determinó como lugar de localización el centro de la ciudad específicamente en las calles: 10 de Agosto y Bernardo Valdivieso, donde el proyecto tiene la capacidad adecuada para brindar el servicio, tomando en cuenta los equipos y materiales, así como los flujogramas de procesos para el cumplimiento de las actividades.

En el estudio administrativo- legal se determinó que la entidad se constituirá bajo la personería jurídica de sociedad anónima de acuerdo a las leyes establecidas, así como los requisitos para su constitución, la organización estructural y funcional de la empresa con sus respectivos manuales.

Finalmente, en el estudio financiero se detalló de manera minuciosa cada uno de los montos de la inversión, ingresos, costos, estado de pérdidas y ganancias, punto de equilibro lo cual permitió observar los resultados que tendría la empresa durante los diez siguientes años.

En cuanto a la evaluación financiera se analizó cada uno de los indicadores para determinar la vialidad de la institución, obteniendo como resultado los siguientes valores: el Valor Actual Neto es de 195,276.76dólares; la Tasa Interna de Retorno es de 26.30%; la Relación Beneficio Costo que tiene la empresa es de 1.83 dólares lo que indica que por cada dólar invertido se obtendrá un rédito de 0.83 centavos; y el periodo de recuperación es de cuatro años, siete meses.

Para culminar el estudio se determinó dos panoramas en el Análisis de Sensibilidad, con incremento de Costos del 14.56% y con disminución de Ingresos del 8.10%, en ambos casos el proyecto podrá soportar cambios en dichas variables sin que se vea afectada su estabilidad.

Bajo este contexto se puede ratificar la factibilidad y sostenibilidad de la empresa de factoraje financiero en la ciudad de Loja.

h. CONCLUSIONES

Al término del presente trabajo investigativo, se establecen las siguientes conclusiones:

- ✓ La ciudad de Loja, será beneficiada con la apertura de la entidad de factoraje financiero coadyuvando al desarrollo socio económico de las pequeñas y medianas empresas y por ende de la ciudad. Tomando en cuenta que el factoraje es un verdadero aliado que podría apoyar la reactivación de la economía lojana través de la inyección de dinero inmediato.
- ✓ El 85.63% de pymes encuestadas en la ciudad de Loja están de acuerdo con la implantación de una empresa de factoraje financiero en la ciudad de Loja, lo que demuestra la aceptación que tendrá ésta entidad en caso de ser ejecutado el proyecto.
- ✓ Por medio del estudio técnico se estableció la localización de la entidad la misma que será en las calles 10 de Agosto y Bernardo Valdivieso, ciudad de Loja. Además, para su funcionamiento debe considerarse la capacidad instalada la cual hace referencia principalmente para comprar cartera aproximada de 220,374.75 lo que es beneficioso porque los servicios del factoraje son una actividad generadora de recursos para las pymes usuarias.
- ✓ En el estudio administrativo-legal se determinó que la empresa de factoraje se constituirá como una sociedad anónima, con la finalidad de poder seguir adquiriendo socios, y su organización será conforme lo establezcan sus socios mediante sus reglamentos establecidos.
- ✓ Para el funcionamiento de la empresa se requiere inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, por un valor total de 238,296.13 dólares los mismos que serán financiados con capital propio, constituido por el aporte de los accionistas.
- ✓ La evaluación financiera determinó resultados satisfactorios, así tenemos un Valor Actual Neto 195,276.76; Tasa Interna de Retorno de 26.30 %; Relación Beneficio Costo de 1.83; y el periodo de recuperación es de cuatro años, siete meses; en cuanto al análisis de sensibilidad se determinó que la empresa podría soportar una disminución de ingresos de 8.10% y un incremento en costos del 14.51%.

i. RECOMENDACIONES

Al término de la presente investigación, se recomienda lo siguiente:

- ✓ Se recomienda la inversión de la empresa de factoraje financiero a fin de que las pymes de la ciudad de Loja se beneficien por los servicios financieros, a la vez que se aprovecha las posibilidades que brinda la empresa con la finalidad de cubrir la demanda.
- ✓ Los beneficiarios de este proyecto que en este caso son las pequeñas y medianas empresas deben tomar en consideración la implementación de políticas de crédito corto plazo, de tal manera que se propicie la actividad del factoraje financiero logrando el crecimiento económico de esta entidad.
- ✓ Adoptar las estrategias de marketing 7 ps, señaladas en el presente estudio con la finalidad de viabilizar el cumplimiento de objetivos y metas.
- ✓ Capacitar permanentemente al personal de la empresa de factoraje financiero de la ciudad de Loja, para que de esta manera asesore y brinde excelente atención a los futuros usuarios.
- ✓ Que la Universidad Nacional de Loja a través del área Jurídica, social y Administrativa, siga incentivando a los estudiantes y de esta manera puedan aplicar sus conocimientos
- ✓ Se recomienda la realización de trabajos y estudios de éste tipo, por cuanto se ajustan a la realidad.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Allen, K., & Meyer, E. (2012). *Empresarismo, construye tu negocio*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Asamblea Nacional . (2014). Codigo Organico Monetario y Financiero. Quito.
- Asociación de Academias de la Lengua Española. (2016). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid.
- Ayala, L. R. (2012). Creación de una consultra en el norte de la ciudad de Aquito, para prestación de servicios de recursos humanos a empresas ubicadas dentro del país. Escuela Politécnica del Ejército. Quito.
- Banco Central del Ecuador. (03 de marzo de 2014). Así está el crédito en el Ecuador. *El Telegráfo*.
- Chain, N. S. (2011). Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa. Chile: Editorial Progreso, S.A de C.V.
- (2012). Código de Comercio. Quito.
- Córdova, M. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (s.f.). Obtenido de http://www.corpei.org/
- Cruz, J. L. (2011). *Proyectos de Inversión*. Obtenido de Escuela Superior Tepeji del Río: http://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/14553/Proyectos_de _Inversion.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- David, F. (2013). *Conceptos de Administracion Estrategica*. Mexico: Pearson Educación de México, S.A.
- Dávila, B. L. (2010). Cómo elaborar proyectos de inversión: paso a paso. Quito: Oseas Espín.
- Díaz, A. H. (04 de Marzo de 2013). *Marketing digital*. Obtenido de De 4ps a 7ps de marketing: http://alfredohernandezdiaz.com/2013/03/04/de-4ps-a-7ps-del-marketing/
- El Comercio. (2013). La pequeña y mediana empresa se apalancan en el factoring. *Líderes*.
- Fernández, S. E. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Editorial Tecnologica de Costa Rica.

- Ferrell, O. C., & Martline, M. D. (2012). *Estrategia de Marketing*. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Gálvez, M., & Solórzano, E. G. (2012). El factoring como alternativa de financiamiento para los afiliados de la Cámara de Comercio de Loja, a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Desarrollo de los Pueblos "CODESARROLLO" LTDA. Universidad Nacional de Loja. Loja.
- Gido, J., & Clements, J. (2012). *Administración exitosa de proyetos*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Gobierno Nacional de la República del Ecuador. (2016). Servicio de Rentas Internas. Quito.
- Grupo del Banco Mundial. (2016). *Enterprise Surveys*. Obtenido de Banco Mundial: http://espanol.enterprisesurveys.org/
- Herrera, R., & Baquero, B. (2011). Las 5 Fuerzas de Porter. Obtenido de El mayor portal de gerencia: http://elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/%5BPD%5D%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf
- Kotler., P. (2010). Dirección de marketing. Mexico: Prentice Hall.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Markenting*. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Marin, N., Montiel, E. L., & Ketelhon, N. (2014). *Evaluacion de Inversiones Estrategicas*. Colombia: LID Editorial Colombia.
- Martinez, E. R. (Agosto de 2012). *cdigital*. Obtenido de Factoraje financiero como fuente de financiamiento: http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/31896/1/reyesmartinezelizabeth.pdf
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito.
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2011). Reglamento a la estructura e institucionalidad de desarrollo productivo, de la inversion y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo, establecidos en el Código Órganico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito.
- Molina, O. O. (2015). Factoraje financiero como fuente de financiamiento. *Fisco actualidades*, 4.

- Montiel, G. (2011). Las empresas de factoraje financiero. Empresa y economia, 33-34-35.
- Morales, A., & Morales, J. A. (2009). *Proyectos de Inversion: Formulación y Evaluación*. México: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V.
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 58.
- Rodriguez, J. (2010). Administración de pequeñas y medianas empresas. Mexico: Cengage Learning.
- Salinas, V. L. (2010). El factoring financiero como opcion de líquidez inmediata para las pequeñas y medianas empresas en Ecuador. Caso: Office S.A. Quito.
- Secretaria de Pesca. (s.f.). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Ouito.
- Servicio de Rentas Internas. (2016). Pymes. Quito.
- Superintendencia de Bancos. (s.f.). Obtenido de ¿Quienes integran el sistema financiero ecuatoriano?:

 http://www.superbancos.gob.ec/practg/p_index?vp_art_id=1&vp_tip=11&vp_lang=1&vp_buscr=11#131
- Superintendencia de Bancos del Ecuador. (s.f.). *Glosario de términos financieros*. Obtenido de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2
- Urbina, G. B. (2010). Evaluación de proyectos. México: Interamericana Editores, S.A.

k. ANEXOS

Anexo 1: *Modelo de Encuesta*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE INGENIERIA EN BANCA Y FINANZAS

Estimado Sr. (a), solicito a usted de la manera más comedida su colaboración para contestar la siguiente encuesta, con la finalidad de obtener información que permita realizar un estudio sobre el tema: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE FACTORAJE FINANCIERO, DIRIGIDA A LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LOJA", y de ésta manera continuar con el desarrollo de tesis, previa a optar por el título de Ingeniera en Banca y Finanzas. Los datos obtenidos serán de carácter confidencial y reservado, que únicamente servirán para la realización del proyecto antes expuesto.

1.	¿Qué tipo de actividad	econón	nica de	esarrolla	su empresa?		
	Industrias Manufacture)		Servicio	()	
	Comercio	()				
2.	¿Otorga su empresa ve	entas a c	crédito	?			
	Si ()	No	()			
<i>3</i> .	¿Hasta qué plazo brind	da los c	réditos	s a sus cl	lientes?		
	De 15 a 30 días	()		De 61 a 90 días	()
	De 31 a 60 días	()		De 91 días a más	()
<i>4</i> .	¿Cuál es el monto de p	romedi	o men	sual asig	gnado a créditos?		
	Hasta 3,000			De 4,001 a 5,000			
	De 3,001 a 4,000		_		De 5,001 a más		
5.	¿Qué documentos le re	espaldai	n para	recuper	ar los créditos otorgados?		
	Facturas	()		Letras de cambio	()
	Pagarés	()		Ninguna de las anteriore	s ()
6.	Si Ud. no otorga venta	s a créd	lito, ¿C	Cambiari	ía de opinión sabiendo que o	existe	una
	empresa encargada de	la gesti	ón de	cobranz	a?		
	Si ()	No	()			
Si	su respuesta es negativa	, fin de	la enci	uesta			
<i>7</i> .	¿Necesita financiamie	nto par	a su en	npresa?			
	Si ()	No	()			
	Si su respuesta es nega	tiva. fin	de la	encuesta	ļ.		

8.	Senale cual es	el monto	aprox	ımado d	de finan	ciamiento reg	querido	para si	і етрі	resa o
	local comercia	l:								
	Hasta 3000		()						
	De 3001 a 5000	0	()						
	De 5001 a 1000	00	()						
	De 10000 a má	is	()						
9.	¿A qué fuentes	de finan	ciamie	ento rec	eurre Ua	l., normalmer	nte?			
	Crédito				()				
	Aporte de capit	tal propio			()				
	Otros				()				
	Cuáles?									
10.	¿Cuál es el mo	nto de pr	omedi	o mensi	ual asig	nado a crédit	os?			
	Hasta 1000		()		De 1501 a	2000		()
	De 1000 a 1500	0	()		De 2001 a	más		()
11.	¿Tiene Ud., co.	nocimien	to del j	factoraj	je finan	ciero como u	na herr	amiento	a que	le
	permite obtene	er liquidez	z inmed	diata a	través d	e la venta de	su carte	era?		
	Si ()		No	()					
	Si su respuesta	es negati	iva, fin	de la e	ncuesta					
12.	Si en la ciudad	l de Loja	se imp	lemente	ará una	empresa que	brinde	el servi	cio de	?
	factoraje finan	ciero, ¿es	staría i	Ud. inte	eresado	en adquirir é	ste nue	vo servi	cio?	
	Si ()		No	()					
	Si su respuesta	es negati	iva, fin	de la e	ncuesta					
13.	¿Con qué freci	uencia ad	quiriri	ía Ud.,	el servic	rio antes men	cionado	?		
	Una vez al mes	3	()	Trime	estralmente	()		
	Una vez cada d	los meses	()	Seme	stralmente	()		
14.	¿Por qué medi	os desear	ría Ud.,	, que se	dé a co	nocer la impl	lementa	ıción de	la em	ıpresa
	de factoraje fin	nanciero?	•							
	Radio ()			Redes	Sociales	()		
	Periódico ()			Hojas	Volantes	()		
	Otros:									

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Loja 13 de Julio del 2016

COTIZACION No. 1087

Sr. (a)(ta) Karina Torres

Telefono:

Agradeciendo mucho la oportunidad de permitirnos formar parte en sus decisiones de compra, es grato ofertar la siguiente linea de muebles.

CANT.	DESCRIPCION	IMAGEN	P. UNIT.	V. TOTAL
6	Escritorio Master de 2 gavetas. Med. 75x150x60.	THE STATE OF THE S	163,25	979,50
4	Archivador metalico de 4 gavetas. Med. 130x45x60.		167,59	670,36
6	Silla pilot s/b, tapizada en cuerina o tela con sistema giratorio e hidraulico. Color a su eleccion.	**	90,38	542,28
1	Mesa de sesion 75x400x100	7	507,57	507,57
15	Silla apilable, estructura metalica tapizada en cuerina o tela. Color a su eleccion.		29,13	436,95
	ESPECIFICACIONES TECNICA	S	Sub total	\$ 3.136,66
intura	Electroestatica		IVA 14%	439,13
1.			TOTAL	\$ 3.575,79

Atentamente

Mafer Hidalgo León JEFE DE AGENCIA

Telef: 0969595936/052761742

Email: mafer.hidalgo@indumaster.com.ec

GUAYAS -GUAYAQUIL NORTE: (04) 2626779 - 2628310 -GUAYAQUIL URDESA: (04) 2383093 - 2389091 -GUAYAQUIL URDENOR; (04) 2922836 MANABI -MONTECRISTI: 53700 875 -MANTA: (05) 2611647 - 2629483 - 2611223 2612311 - 2623263 -PORTOVIEJO: (05) 2633913 - 2655337 2655336 - 2655336 ESMERALDAS -ESMERALDAS (06) 2452172 LOS RIOS -QUEVEDO (05) 2761742 - 2753339 EL ORO *MACHALA (07) 2965699 SANTO DOMINGO *Local #1: (02) 2750447 *Local #2: (02) 3700 336 SANTA ELENA *LA LIBERTAD? (04) 2786755 - 2786942



PROFORMA

Loja, julio 13 del 2016

Señores

KARINA MISCHELLE TORRES SANCHEZ

Ciudad

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO	TOTAL
IMPRESO	ORA EPSON L375 MULTIFUNCIÓN WIFI ORA, COPIADORA, SCANER E: TINTAS, CABLES	369,00	369,00
IMPRESO	RA EPSON L365 MULTIFUNCIÓN WIFI DRA, COPIADORA, SCANNER E: CABLES Y TINTAS	339,00	339,00

GARANTIA: 1 AÑO CONTRA DEFECTOS DE FÁBRICA TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA

FORMA DE PAGO: CONTADO CONTRA ENTREGA

Azuay 16-31 y 18 de Noviembre Telfs.: 257 5155 / 257 5156 • Fax: 257 5156 e-mail: sisconet2003@hotmall.com • Loja, Ecuador



MATRIZ: Sucre 10-99 y Azuay esquina.

Tells.: (07) 2576307 / 2587111 / 2581390

CENTRO DE SERVICIOS: Sucre 10-109 y Azuay. Telf: (07) 2581390 Ext: 108

PROFORMA No: 20046

Fecha: 13/07/2016 Teléfono: CLIENTE: KARINA MICHELLE TORRES SANCHEZ Vendedor. :

Ruc: 0922971007 Direc: EPOCA

Codigo	Descripción	Cant.	Precio	Total
3-6100	PROC INTEL 6TA 13-6100 3-7GHZ LGA1151 3MB CACHE	1	166,666	166.66
	2NUCL DDR4 1866-2133 DDR3L 1333/1600			
HIIOMHV3	MBO BIOSTAR H110MHV3 6TA LGA1151	1	81.578	81.57
DDR3-4GB/12800	MEMORIA KINGSTON 4GB DDR3 PC-12800	1	32.149	32.14
TOSH1TB	DISCO DURO TOSHIBA 1TB SATA	1	74.561	74.56
GN22NS40	DVD-WRITER LG SUPERMULTI 22X ATA	1	23.684	23.68
CLKC202	CASE COMBO CLKC202 INCLUYE CARD READER NEGRO	1	46.403	46.40
20M37H-BA	550W TEC-MOU-PARLAN MONITOR LG 20IN LED 20M37H-B HDMI AUDIO	1	162.280	162.28
REGTHOR	REGULADOR VOLTAJE THOR 6 TOMAS 1200VA	1	14.736	14.73
VALIDES:			Subtotal:	602.06
			Descuento:	0.00
			Subtotal 0%:	0.00
		1	Subtotal 14%:	602.06
			Recargo:	0.00
			IVA:	84.29

TOTAL:

686.35

COMERCIALIZACION EMPRESA TECNOLOGICA

TONERS CIA. LTDA

1375 -> 940 -> 370. Wyi. 1220 -> 298.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	CERTIFICACIÓN	ii
	AUTORÍA	iii
(CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
	DEDICATORIA	v
	AGRADECIMIENTO	vi
a.	TÍTULO	1
b.	RESUMEN	2
c.	INTRODUCCIÓN	4
d.	REVISIÓN DE LITERATURA	5
	Factoraje financiero	5
	Origen del factoraje financiero	5
	Factoraje financiero en Ecuador	6
	Contrato de factoraje financiero	6
	Empresas que pueden utilizar el factoraje financiero	7
	Participantes del factoraje financiero	7
	Diferencias entre el factoraje financiero y un crédito bancario	8
	Modalidades del factoraje financiero	9
	Características de los créditos comerciales que pueden ser objeto del factoraje finar	nciero . 10
	Costo del servicio de factoraje financiero	11
	Documentos negociables	11
	Emisión de facturas negociables	13
	Formato de facturas comerciales negociables	14
	Mecanismo para negociar las facturas comerciales negociables	18
	Pasos para realizar el factoraje financiero	18
	Empresas	18
	Pequeñas y medianas empresas (PYMES)	19
	Clasificación de las pymes	19
	Proyecto de inversión	20
	Estudio de factibilidad	20
	Estudio de mercado	21
	Demanda	22

Oferta	23
Las 7ps del marketing	24
Fuerzas de Porter	27
Uso de las fuerzas de Porter	28
Distribución	28
Estudio técnico	29
Tamaño del proyecto	29
Localización	30
Diseño de planta	31
Estudio administrativo	32
Estructura legal	32
Organización del proyecto	32
Plan organizacional	33
Estudio económico	34
Presupuesto del proyecto	34
Inversiones	34
Financiamiento	35
Determinación de costos	35
Depreciaciones	36
Amortizaciones	36
Proyección de ingresos	36
Proyección de gastos	36
Punto de equilibrio	36
Estados financieros proyectados	37
Evaluación financiera	37
Rentabilidad del proyecto	38
Valor del dinero en el tiempo	38
Métodos con actualización	38
Métodos sin actualización	41
Análisis de sensibilidad	41
MATERIALES Y MÉTODOS	42
Materiales	42
Métodos	42
Hairana a mahlasida	42

e.

	Factor de crecimiento para la pequeña empresa	45
	Factor de crecimiento para la mediana empresa	45
	Tamaño de la muestra	46
f.	RESULTADOS	48
	Análisis de la empresa	
	Análisis del entorno	
	Las cinco fuerzas de Porter	
	Diagnostico sectorial	
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS	
	ESTUDIO DE MERCADO	
	Análisis de la demanda	63
	Proyección de la demanda de pymes	63
	Demanda potencial de pymes	64
	Demanda real de pymes	65
	Demanda efectiva	66
	Resumen de proyección de demandas	67
	Demanda de financiamiento de las pymes	68
	Oferta	70
	Demanda insatisfecha de pymes	70
	PLAN DE MARKETING	71
	7ps del marketing	72
	Estrategias	77
	ESTUDIO TÉCNICO	79
	Tamaño del proyecto	79
	Localización óptima del proyecto	79
	Flujograma del proceso de la operación de factoraje financiero	84
	Diseño de planta	87
	Infraestructura física	87
	Descripción de recursos humanos y materiales	89
	ESTUDIO ADMINISTRATIVO- LEGAL	94
	Base legal	94
	Procedimiento para la constitución de la empresa	94
	Naturaleza jurídica del contrato de factoraje financiero	101
	Nombre de la empresa	104

	Filosofía corporativa	105
	Misión	105
	Visión	105
	Factores claves de éxito	107
	Niveles Jerárquicos	107
	Estructura de la empresa	108
	Manual de Funciones de la Empresa "Negocios Factoring"	110
E	STUDIO ECONÓMICO	116
	Inversiones y financiamiento	116
	Activos fijos	116
	Activo diferido	117
	Inversiones en capital de trabajo	117
	Consolidado de inversiones	122
	Financiamiento	123
	Presupuesto de gastos	123
	Clasificación de costos	130
	Presupuesto de ingresos	132
	Punto de equilibrio	134
	Estado de pérdidas y ganancias	136
	Flujo de caja	137
E	STUDIO FINANCIERO	138
	Tasa mínima de rendimiento TMAR	138
	Valor Actual Neto	138
	Tasa interna de rendimiento	139
	Relación Beneficio- Costo	140
	Período recuperación de capital	141
	Análisis de sensibilidad- disminución de ingresos	143
	Análisis de sensibilidad- incremento de costos	145
٧	'ENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FACTORAJE FINANCIERO PARA LAS PYMES	147
g.	DISCUSIÓN	148
h.	CONCLUSIONES	150
i.	RECOMENDACIONES	151
	DIDI IOCDATÍA	150

k.	ANI	EXOS	55
ĺ	NDICE	DE CONTENIDOS	50
ĺ	NDICE	DE CUADROS10	54
ĺ	NDICE	DE ANEXOS	59
		ÍNDICE DE CUADROS	
Cu	adro	1: Simbología de flujograma	31
Cu	adro	2: Clasificación de empresas en Loja	13
Cu	adro	3: Pymes Loja	14
Cu	adro	4: Proyección de la pequeña empresa	15
Cu	adro	5: Proyección de la mediana empresa	16
Cu	adro	6: Total de pymes en Loja al 2016.	16
Cu	adro	7: Pymes a encuestar	17
Cu	adro	8: ¿Qué tipo de actividad económica desarrolla su empresa?	55
Cu	adro	9: ¿Otorga su empresa ventas a crédito?	55
Cu	adro	10: ¿Hasta qué plazo brinda los créditos a sus clientes?	56
Cu	adro	11: ¿Cuál es el monto de promedio mensual asignado a créditos?	57
Cu	adro	12: ¿Qué documentos le respaldan para recuperar los créditos otorgados?	57
Cu	adro	13: Si Ud. no otorga ventas a crédito, ¿Cambiaría de opinión sabiendo que exis	te
una	emp	resa encargada de la gestión de cobranza?	58
Cu	adro	14: ¿Necesita financiamiento para su empresa?	58
		15: Señale cuál es el monto aproximado de financiamiento requerido para	
em	presa	o local comercial	59

Cuadro 16: ¿A qué fuentes de financiamiento recurre Ud., normalmente?
Cuadro 17: ¿Tiene Ud., conocimiento del factoraje financiero como una herramienta que le permite obtener liquidez inmediata a través de la venta de su cartera?
Cuadro 18: Si en la ciudad de Loja se implementará una empresa que brinde el servicio de factoraje financiero, ¿estaría Ud. interesado en adquirir éste nuevo servicio?
Cuadro 19: ¿Con qué frecuencia adquiriría Ud., el servicio antes mencionado?
Cuadro 20: ¿Por qué medios desearía Ud., que se dé a conocer la implementación de la empresa de factoraje financiero?
Cuadro 21: Proyección de Pymes al 2026
Cuadro 22: Demanda potencial de pymes
Cuadro 23: Demanda real de pymes
Cuadro 24: Demanda efectiva de pymes
Cuadro 25: Resumen de demandas
Cuadro 26: Demanda de financiamiento de las pymes
Cuadro 27: Demanda efectiva de financiamiento
Cuadro 28: Demanda insatisfecha de pymes
Cuadro 29: Operación de Factoraje Financiero a la Empresa XXX
Cuadro 30: Matriz de localización
Cuadro 31: Equipos de cómputo
Cuadro 32: Muebles y enseres
Cuadra 23: Suministras da oficina

Cuadro	34: Suministros de limpieza	93
Cuadro	35 Muebles y enseres	116
Cuadro	36: Equipo de oficina	117
Cuadro	37: Activo diferido	117
Cuadro	38: Sueldos y salarios de personal operativo	118
Cuadro	39: Sueldos y salarios de personal administrativo	118
Cuadro	40: Suministros de Oficina	119
Cuadro	41: Suministros de limpieza	119
Cuadro	42: Arriendos	119
Cuadro	43: Servicios Básicos	120
Cuadro	44: Promoción y publicidad	120
Cuadro	45: Reparación y mantenimiento	121
Cuadro	46: Fondo de factoraje	121
Cuadro	47: Total inversión capital de trabajo	121
Cuadro	48: Total de inversiones	122
Cuadro	49: Financiamiento	123
Cuadro	50: Presupuesto de sueldos y salarios- personal operativo	124
Cuadro	51: Presupuesto de sueldos y salarios- personal administrativo	124
Cuadro	52: Amortización del activo diferido	125
Cuadro	53: Depreciación del activo fijo	125

Cuadro	54: Reparación y mantenimiento	126
Cuadro	55: Servicios Básicos	126
Cuadro	56: Suministros de oficina	127
Cuadro	57: Arriendos	127
Cuadro	58: Suministros de limpieza	128
Cuadro	59: Publicidad y promoción	128
Cuadro	60: Presupuesto de operación	129
Cuadro	61: Costos fijos y variables	131
Cuadro	62: Operación de factoraje	132
Cuadro	63: Presupuesto de ingresos	133
Cuadro	64: Datos para punto de equilibrio	134
Cuadro	65: Puntos de equilibrio para los años de vida útil	135
Cuadro	66: Estado de pérdidas y ganancias	136
Cuadro	67: Flujo de caja	137
Cuadro	68: Valor Actual Neto	138
Cuadro	69: Tasa interna de rendimiento	139
Cuadro	70: Relación Beneficio Costo	140
Cuadro	71: Período recuperación de inversión	141
Cuadro	72: Análisis de sensibilidad- disminución de ingresos	143
Cuadro	73: Análisis de sensibilidad- Incremento de costos	145

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Formato de Factura Comercial, original.	14
Figura 2. Formato de Factura Comercial, segunda copia.	15
Figura 3. Formato de Factura Comercial, primera copia reverso.	16
Figura 4. Formato de Factura Comercial, primera copia anverso.	17
Figura 5. Evolución del crédito del sistema financiero privado.	48
Figura 6. Fuerzas de Porter	51
Figura 7. Oferta de Factoraje.	54
Figura 8. Canal directo de distribución	74
Figura 9. Canal indirecto de distribución	74
Figura 10: Diseño de hojas volantes	75
Figura 11. Proceso del factoraje	76
Figura 12. Macrolocalización	80
Figura 13. Macrolocalización	80
Figura 14. Microlocalización	82
Figura 15. Flujograma de operación de factoraje	84
Figura 16. Flujograma de operación de cobranza	86
Figura 17. Diseño de planta	88
Figura 18. Procedimiento para la constitución	94
Figura 19. Modelo de Carta de transmisión	103

Figura 20. Logotipo	104
Figura 21. Organigrama estructural	109
Figura 22. Punto de equilibrio para el primer año.	134
ÍNDICE DE ANEXOS	
Anexo 1: Modelo de Encuesta	. 155
Anexo 2: Facturas Proforma	. 157