

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA:  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de Titulación previa a la obtención del título de:  
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:  
DESARROLLO DEL SERVICIO DE FACTORAJE FINANCIERO PARA LA  
COOPERATIVA IMBACOO ENFOCADO A PATIOS DE VEHÍCULOS  
USADOS EN LA CIUDAD DE OTAVALO.**

**AUTOR:  
EDGAR PAUL VACA ROMERO**

**DIRECTOR:  
PEDRO HUMBERTO MONTERO TAMAYO**

**Quito, octubre del 2014**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Edgar Vaca autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, octubre del 2014

---

Edgar Paúl Vaca Romero  
CC: 100238073-9

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de tesis dedico a Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy cuidándome, dándome ánimo y fortaleza para continuar, permitiéndome llegar a este momento importante en mi formación profesional.

A mis padres Bolívar Vaca e Hilda Romero y a mi hermana Sandra Vaca, que a lo largo de mi vida siempre han velado por el bienestar y educación de mi familia siendo el apoyo incondicional en todo momento depositando toda la confianza en cada dificultad que se presentaba sin dudar mi capacidad y en mis ideales. A mi esposa Jenny Ayala y mi querido hijo Ariel Vaca quienes ha sido el eje fundamental para alcanzar mis metas y aspiraciones. Mi triunfo es dedicado a ustedes.

A todos mis amigos, compañeros que de una forma estuvieron conmigo brindándome su apoyo en mi formación profesional.

**EDGAR PAÚL VACA ROMERO**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana por plasmar a lo largo de nuestra carrera los conocimientos que me hicieron crecer profesionalmente.

A mi Director de Tesis Ing. Pedro Montero, quien con su conocimiento y de forma paciente supo guiarme en la elaboración del presente proyecto.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbacoop Cia. Ltda. Ubicada en la Parroquia La Compañía San Pablo del Lago del cantón Otavalo, la institución financiera que me permitió desarrollar mi proyecto de investigación facilitándome y proporcionándome la información necesaria para culminar con éxito el presente trabajo.

## ÍNDICE

	INTRODUCCIÓN.....	1
	CAPITULO 1 .....	2
	ESTUDIO DE MERCADO.....	2
1.1	Definición de Mercado .....	2
1.2	Objetivos del Estudio de Mercado.....	3
1.2.1	Objetivo General.....	3
1.2.2	Objetivos Específicos .....	3
1.3	El Mercado de Vehículos .....	4
1.3.1	Ventas de Vehículos .....	6
1.3.1.1	Vehículos Nuevos.....	6
1.3.1.2	Vehículos Usados .....	7
1.4	Determinación de la muestra .....	8
1.5	Análisis e interpretación de resultados .....	9
1.6	La Demanda.....	20
1.6.1	Determinación de la Demanda .....	20
1.6.2	Demanda Histórica .....	20
1.6.2.1	Autos usados vendidos en la Provincia de Imbabura .....	20
1.7	Determinación de la Oferta.....	24
1.8	Demanda Insatisfecha.....	27
	CAPITULO 2 .....	29
	LA COOPERATIVA.....	29
2.1	Diagnóstico situacional .....	29
2.2	Direccionamiento Estratégico.....	30
2.2.1	Misión.....	30
2.2.2	Visión .....	30
2.2.3	Valores.....	31
2.2.4	Principios .....	31
2.3	Reseña Histórica .....	32
2.4	Los Servicios de la Cooperativa .....	34
2.4.1	Servicios de Captación .....	34
2.4.1.1	Cuenta de Ahorros .....	34
2.4.1.2	Cuenta Ñukapak Wakaychishkagu .....	35
2.4.1.3	Cuenta Cliente .....	36
2.4.1.4	Inversiones a Plazo Fijo.....	36
2.4.2	Servicios de Colocación .....	37
2.4.2.1	Créditos.....	37
2.4.2.2	Crédito Emergente .....	37
2.4.2.3	Crédito Prendario.....	38
2.4.2.4	Crédito Hipotecario .....	38
2.5	Estructura Organizacional .....	39
2.6	El análisis FODA.....	41
2.6.1	Propósitos del análisis FODA .....	41
2.6.2	Definición de Conceptos .....	42

2.6.2.1	Fortalezas.....	42
2.6.2.2	Oportunidades.....	42
2.6.2.3	Debilidades.....	43
2.6.2.4	Amenazas.....	44
	CAPITULO 3 .....	46
	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....	46
3.1	El Factoraje y su entorno.....	46
3.2	Descripción del Servicio del Factoraje.....	47
3.3	Diagrama de Flujo del Proceso de Factoraje.....	48
3.4.1	Proceso de Comercialización.....	50
3.5	Procesos de Gestión Administrativa.....	52
3.6	Organización y Administración.....	53
3.7	El Contrato de Factoraje.....	55
3.7.1	Antecedentes Históricos.....	55
3.7.2	El Factoring en la Legislación Ecuatoriana.....	56
3.7.3	Naturaleza Jurídica del Contrato de Factoring.....	62
3.7.3.1	Características del Contrato de Factoring.....	63
3.7.3.2	Partes que intervienen en el Contrato de Factoring.....	65
3.7.4	Categorización del Contrato.....	67
3.7.5	Contenido del Contrato de Factoring.....	70
3.7.6	La Transferencia de Créditos.....	73
3.7.7	La Reserva de Dominio.....	75
	CAPITULO 4 .....	76
	PROUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO .....	76
4.2	Propuesta de Implementación.....	77
4.3	Análisis de la Cartera a negociar con los Patios.....	77
4.4	Tasa de Inflación en el Ecuador.....	80
4.5	Presupuesto.....	81
4.5.1	Presupuesto de Inversión.....	81
4.5.1.1	Activos Fijos.....	81
4.5.1.2	Gastos de Suministros y Materiales.....	82
4.5.1.3	Capacitación para los Asesores de Crédito.....	82
4.5.2	Capital de Trabajo.....	82
4.6	Beneficios del Servicio de Factoraje para la Cooperativa.....	83
4.7	Realidad de la Cooperativa sin Factoraje.....	85
4.8	Realidad de la Cooperativa con Factoraje.....	86
4.9	Beneficios del Servicio de Factoraje para los Patios de Autos Usados.....	87
4.10	Esquema de la Propuesta.....	89
	CAPITULO 5 .....	92
	FORMATOS .....	92
5.1	Formato 1 Modelo de la Encuesta.....	92
5.2	Formato 2 Carta de Auspicio de la Cooperativa Imbacoop.....	94
5.3	Formato 3 Listado de Documentos para Realizar Factoring.....	95
5.4	Formato 4 Solicitud de Crédito de los Patios.....	96
5.5	Formato 5 Contrato de Factoring.....	98
5.6	Formato 6 Contrato de Compra Venta de Vehículos.....	99
5.7	Formato 7 Orden de Compra de la Cartera.....	104

CONCLUSIONES .....105  
RECOMENDACIONES .....106  
LISTA DE REFERENCIAS .....107

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Parque automotor año 2012.....	5
Figura 2: Venta de unidades por mes en los patios.....	10
Figura 3: Tipos de Crédito.....	12
Figura 4: Tasa de interés del crédito directo de los patios.....	16
Figura 5: Disposición de los patios para vender su cartera.....	17
Figura 6: Conoce de empresas que realicen factoring.....	19
Figura 7: Oferta de Factoring Banco Pichincha.....	24
Figura 8: Organigrama de la cooperativa Imbacoop.....	39
Figura 9: Organigrama del departamento de crédito Imbacoop.....	40
Figura 10: Simbología para operaciones.....	48
Figura 11: Descripción del proceso del servicio.....	49
Figura 12: Partes que intervienen en el contrato de factoring.....	66
Figura 13: Inflación acumulada anual.....	80
Figura 14: Esquema de la propuesta de implementación.....	89



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Datos estadísticos parque automotor año 2012.....	5
Tabla 2 Venta autos nuevos por año y por tipo.....	6
Tabla 3 Ventas autos usados por marca .....	7
Tabla 4 Autos usados vendidos en Imbabura.....	8
Tabla 5 Clasificación de la actividad venta de vehículos .....	9
Tabla 6 Mercado Objetivo .....	9
Tabla 7 Años de funcionamiento .....	10
Tabla 8 Stock promedio de los patios .....	11
Tabla 9 Precio promedio de los vehículos usados .....	12
Tabla 10 Ventas a Crédito.....	13
Tabla 11 Matrículas de los vehículos usados en los patios.....	14
Tabla 12 Plazo de financiamiento de los patios .....	15
Tabla 13 Grado de dificultad de recuperación de cartera .....	15
Tabla 14 Alternativa que adopta para tener liquidez .....	17
Tabla 15 Conoce el factoring .....	18
Tabla 16 Ha realizado factoring.....	18
Tabla 17 Variación promedio de autos usados en Imbabura .....	21
Tabla 18 Ingresos y gastos que generan los patios .....	21
Tabla 19 Autos usados vendidos en Otavalo año 2012.....	22
Tabla 20 Clientes de vehículos usados en la provincia de Imbabura.....	22
Tabla 21 Cálculo de la proyección.....	23
Tabla 22 Proyección de la demanda.....	23
Tabla 23 Competidores .....	25
Tabla 24 Cálculo de la proyección.....	26
Tabla 25 Proyección de la oferta.....	26
Tabla 26 Proyección de la demanda insatisfecha.....	28
Tabla 27 Matriz Cruzada FODA.....	45

Tabla 28 Establecimientos económicos por región.....	46
Tabla 29 Establecimientos por categoría .....	46
Tabla 30 Actividades adicionales de los asesores de crédito .....	54
Tabla 31 Valores promedios de los patios de autos usados .....	78
Tabla 32 Desglose del costo del servicio de factoraje .....	78
Tabla 33 Cuotas fijas.....	79
Tabla 34 Cuotas variables .....	80
Tabla 35 Suministros y materiales .....	82
Tabla 36 Capacitaciones a los asesores de crédito.....	82
Tabla 37 Resumen de gastos del proyecto .....	83
Tabla 38 Inversión para implementar el servicio de factoraje .....	83
Tabla 39 Proyección de compra de cartera .....	84
Tabla 40 Ingresos por servicio de factoraje .....	84
Tabla 41 Flujo anual y mensual del servicio de factoraje.....	84
Tabla 42 Estado de pérdidas y ganancias.....	85
Tabla 43 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	86
Tabla 44 Realidad de los patios sin factoraje.....	87
Tabla 45 Realidad de los patios con factoraje.....	88
Tabla 46 Balance general 2013 .....	90

## RESUMEN

En la provincia de Imbabura, en el cantón Otavalo se desarrollará el proyecto denominado: **“DESARROLLO DEL SERVICIO DE FACTORAJE FINANCIERO PARA LA COOPERATIVA IMBACOO ENFOCADO A PATIOS DE VEHÍCULOS USADOS EN LA CIUDAD DE OTAVALO”**, cuyos objetivos son realizar la compra de cartera a los patios de vehículos usados, con la finalidad de beneficiarse mutuamente la Cooperativa Imbacoop con nuevos clientes y los negocios con liquidez inmediata.

Para el desarrollo de este servicio financiero se cuenta con el apoyo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbacoop y la UPS, quienes luego de un exhaustivo análisis de la información luego de su respectiva recolección e interpretación de resultados obtenidos en los estudios de mercado administrativo legal y financiero se determinó la viabilidad de este proyecto que generó mucha expectativa en el sector automotriz de la ciudad de Otavalo que contribuirá al desarrollo de este sector de la economía.

Este proyecto se desarrollará a través de las diferentes sucursales que tenemos en la cooperativa Imbacoop ubicadas en las ciudades principales como son: Otavalo, Atuntaqui e Ibarra, tomando un segmento de mayor crecimiento en la economía de nuestro país para brindar esta alternativa financiera.

El sistema de factoring busca beneficiar a las pequeñas y medianas empresas que desean ampliar sus negocios especialmente efectuar la compra de unidades para la generar liquidez inmediata a través de la venta de los automotores, sin embargo no existen políticas de ayuda a las PYMES que necesitan capital de trabajo o programas enfocados hacia este segmento de mercado ya que no se ofrecen servicios financieros que permitan generar ingresos de la recuperación de la cartera.

## **ABSTRACT**

In the province of Imbabura, Otavalo in Canton will develop a project called "DEVELOPMENT OF FACTORING SERVICE FINANCIAL FOCUS FOR COOPERATIVE IMBACOOOP A PATIO OF VEHICLES USED IN THE CITY OF OTAVALO", which aims to make the purchase of the portfolio yards used, in order to mutually benefit the Cooperative Imbacoop new clients and business vehicles with immediate liquidity.

For the development of this facility is supported Cooperative Savings and Credit Imbacoop and UPS, who after a thorough analysis of the information after their respective collection and interpretation of results obtained in studies of administrative legal market and financial viability of this project that generated much buzz in the automotive sector in the city of Otavalo that contribute to the development of this sector of the economy is determined.

This project will run through the different branches we have in Imbacoop cooperative located in major cities such as: Otavalo, Atuntaqui and Ibarra, taking a fastest growing segment in the economy of our country to provide this financial alternative.

Factoring system seeks to benefit small and medium businesses that want to expand their business will make the purchase of units to generate immediate liquidity through the sale of motor vehicles, but there are no policies to support PYMES that need capital working or focused programs this market segment as non-financial services to generate revenue from the recovery of the portfolio.

## INTRODUCCIÓN

En la provincia de Imbabura existe un considerable crecimiento de los patios de vehículos usados, por lo que las ventas de los automotores en este mercado se ha incrementado debido a las restricciones en las importaciones e incremento de precio en los autos nuevos y es importante brindar alternativas para el capital de operación que necesitan en estos establecimientos económicos.

El objetivo principal del presente estudio se correlaciona con la necesidad que existe de la venta de cartera por parte de los negocios de compra-venta de automotores, con el fin de dinamizar la economía del sector y por sobre todo brindar el servicio de crédito a los clientes que no están en capacidad de absorber el riesgo inherente del endeudamiento en instituciones del sector financiero por razones estrictas de justificación de documentos que lo sustenten como sujeto de crédito.

El factoraje como servicio financiero no se encuentra dentro de la variada gama de servicios ofertados por las cooperativas, por lo que se considera relevante estimar la implementación del mismo dentro de Imbacoop para aprovechar las oportunidades de entrada al mercado de la provincia de Imbabura, ya que su participación es casi nula.

Ahora en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbabura compañía limitada se va a aprovechar que es una institución financiera que ya está constituida y los años en el mercado para poder impulsar el servicio a través de las diferentes sucursales, aprovechando su estructura organizacional y los diferentes recursos principalmente económicos para llevar a cabo este proyecto.

# **CAPITULO 1**

## **ESTUDIO DE MERCADO**

En el presente estudio se trata de atender una necesidad a los patios de vehículos usados, debido a la falta de liquidez que afrontan con sus clientes asumiendo el riesgo, a través de un servicio financiero que les permita tener efectivo y rotación de inventarios para poder recuperar la cartera, dentro de un entorno en el que el crédito es una fuente de financiamiento para estos establecimientos económicos que necesitan recuperar capital y poder reinvertir esos dineros en el giro del negocio dentro del parque automotor de la ciudad de Otavalo.

Para esto es preciso determinar el mercado al cual está orientado el servicio que se va a ofrecer el Factoraje Financiero a través de la cooperativa orientada a brindar un novedoso servicio de compra de cartera, que cubra las necesidades de una población que no está siendo atendida.

### **1.1 Definición de Mercado**

El concepto de mercado se ha ampliado notablemente debido al avance en las comunicaciones y los nuevos productos financieros, y corresponde a la relación establecida por las fuerzas de demanda y oferta. Se puede decir que el mercado no tiene fronteras ni delimitaciones físicas o de lugar, pues lo conforman el conjunto de circunstancias, medios y elementos que acercan la oferta de la demanda. (Miranda J. 1999, pág. 90)

El mercado se refiere a la recopilación y análisis del producto o servicio que se va a comercializar de acuerdo a la demanda y oferta del mercado, en base al comportamiento de la población a la cual se está realizando la investigación para determinar la demanda insatisfecha.

## **1.2 Objetivos del Estudio de Mercado**

### **1.2.1 Objetivo General**

Diseñar un Servicio de Factoraje en la ciudad de Otavalo que trabaje mediante un convenio con los patios de vehículos usados a fin de satisfacer las necesidades de financiamiento para los clientes de los vehículos.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

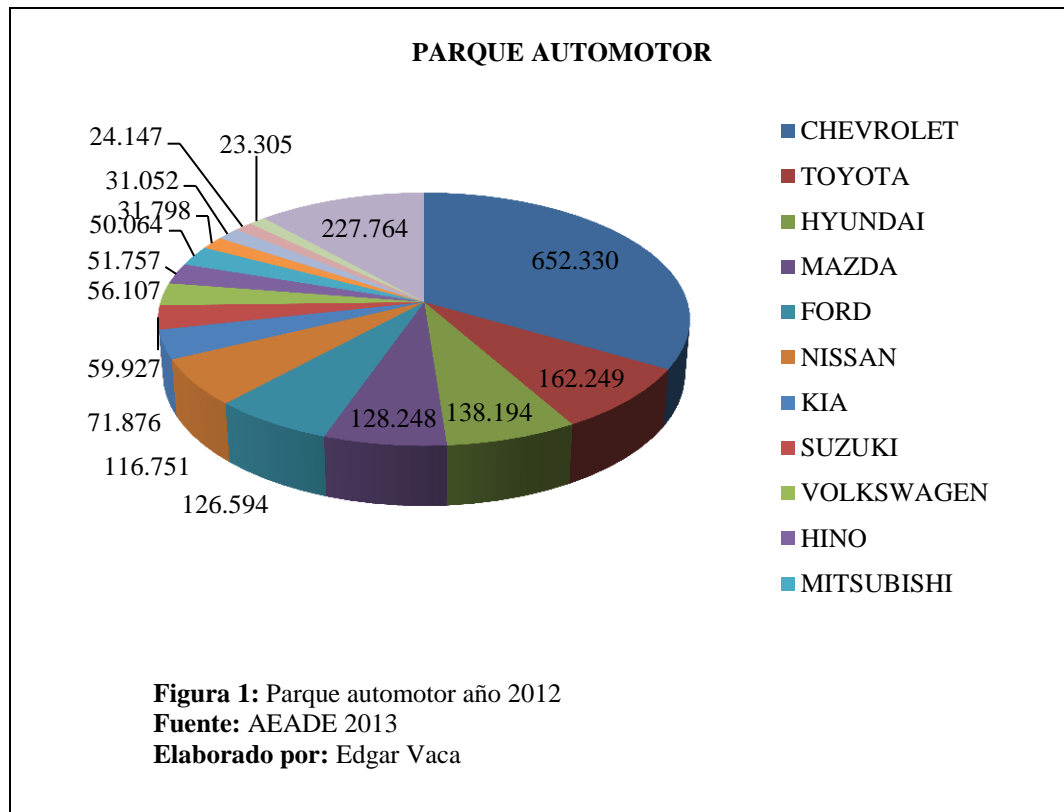
- Determinar la oferta existente en el cantón Otavalo sobre el servicio de Factoraje Financiero.
- Conocer la demanda de este servicio financiero en el cantón Otavalo.
- Cuantificar la demanda insatisfecha en la ciudad de Otavalo de este servicio financiero.
- Conocer los requerimientos del servicio de factoraje para ser implementado en la Cooperativa Imbacoop.

### **1.3 El Mercado de Vehículos**

En nuestro país la industria ecuatoriana automotriz en los últimos años ha atravesado varias modificaciones en este mercado por diferentes factores como el impuesto verde, incremento en los aranceles, el ICE, la limitación de créditos automotrices, las restricciones en cuanto a las importaciones de autos, entre otros que han influido directamente en el precio del vehículo, por lo que afecta al consumidor final y esto ha influido en que las personas puedan optar por la compra de vehículos usados generando mayores ingresos para los patios de compra y venta. De esta manera han sido beneficiados estos establecimientos económicos que trabajan como intermediarios para llegar al cliente final.

El parque automotor está constituido por todos los vehículos matriculados y que circulan por las vías de nuestro país y específicamente en Otavalo que es la ciudad sobre la cual se está realizando el presente estudio, entre los cuales encontramos los diferentes destinos sobre uso como son: de uso particular, vehículos de alquiler, del estado y destinados al transporte pasajeros o de carga sea este público o privado. En la actualidad el crecimiento del número de vehículos se ha convertido en un problema debido al incremento descontrolado de los autos y los escasos mecanismos de control en temas de regulación, matriculación vehicular y ahora también en cuanto a la contaminación.





En el Ecuador tenemos las siguientes relaciones que interpretamos en la tabla 1, lo que quiere decir que existen 8 habitantes por cada vehículo en nuestro país y que se tiene un parque automotor de 1'952.163 unidades de una población de 15'651.000 habitantes según datos de AEADE en el año 2012.

**Tabla 1 Datos estadísticos parque automotor año 2012**

Población 2012	15.651.000
Parque Automotor	1.952.163
Relación habitantes/vehículos	8,02
Ventas Totales 2012	121.446
Variación 2012/2011	-13,19%

**Nota:** AEADE 2013  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

El parque automotor en el año 2012 presentó 1'952.163 unidades en nuestro país, ha presentado una variación respecto a las ventas en el año 2013 debido a las restricciones impuestas por el gobierno como son: las importaciones de vehículos, también la asignación de cuotas o cupos de importación a través de la nueva medida de restricción ambiental.

### 1.3.1 Ventas de Vehículos

#### 1.3.1.1 Vehículos Nuevos

Las ventas de los vehículos nuevos en el parque automotor a nivel nacional ha presentado algunos cambios, sobretodo en estos ultimo años debido al crecimiento de las necesidades de los clientes al adquirir un nuevo vehículo por lo que podemos apreciar en la tabla 2 como ha ido variando la tendencia de las ventas de los vehículos desde el 2010 en adelante en donde se puede observar el crecimiento en las ventas y una caída en el 2012 por lo que se ha incrementado también el número de usuarios de los automotores cada año.

**Tabla 2 Venta autos nuevos por año y por tipo**

AÑO	AUTOMÓVILES	CAMIONETAS	SUV'S	VAN'S	CAMIONES Y BUSES	TOTAL
2010	57.278	27.808	32.972	3.702	10.412	132.172
2011	62.585	27.469	31.712	5.678	12.449	139.893
2012	53.526	23.922	27.118	4.463	12.417	121.446

**Nota:** AEADE 2013

**Elaborado por:** Edgar Vaca

El sector automotriz en el último año presenta una disminución de las ventas del año 2012 que fueron de apenas de 121.446 unidades en comparación con el año anterior de 139.893 unidades presenta un déficit del 13.19 % a nivel nacional, según datos estadísticos presentadas en el informe anual de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. En los últimos años las ventas en el periodo 2010-2011 fue creciendo debido a que se refleja un pequeño incremento del 5,51 %, en cambio en los siguientes años por las medidas de restricción se ven afectadas las ventas de vehículos .

### 1.3.1.2 Vehículos Usados

Este mercado de vehículos usados en los últimos años ha ido tomando fuerza por la cantidad de autos vendidos a nivel nacional, lo que hace que sea más atractivo y competitivo como se aprecia en la tabla 3 donde tenemos que en el año 2010 se han registrado ventas de vehículos usados por 188.039 unidades y en el año 2011 con 185.842 donde se refleja un déficit del 1.17% tomando en cuenta que en estos años 2010 y 2011 se registró las mayores ventas de autos nuevos a nivel nacional.

**Tabla 3 Ventas autos usados por marca**

VENTAS POR MARCA (UNIDADES)		
MARCA	AÑOS	
	2010	2011
CHEVROLET	71.546	70.062
MAZDA	15.511	14.457
TOYOTA	15.728	14.023
HYUNDAI	11.257	14.022
NISSAN	10.424	10.674
FORD	9.482	8.356
KIA	4.423	7.848
SUZUKI	8.360	7.818
VOLKSWAGEN	6.716	6.039
MITSUBISHI	5.352	4.277
HINO	3.679	4.067
RENAULT	2.178	3.737
FIAT	3.568	2.533
DAEWO	2.834	1.922
LADA	2.194	1.521
OTRAS	14.787	14.486
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>188.039</b>	<b>185.842</b>

**Nota:** AEADE 2013

**Elaborado por:** Edgar Vaca

En la provincia de Imbabura también se ha incrementado las ventas puesto que en el año 2010 se registra 7.258 unidades de autos usados que se han vendido y en el año 2011 se han comercializado 7.306 vehículos usados teniendo un incremento del 1% en este sector sobretodo en estos 3 últimos años.

**Tabla 4 Autos usados vendidos en Imbabura**

<b>AUTOS USADOS VENDIDOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA POR TIPO</b>							
<b>AÑO</b>	<b>AUTOMÓVIL</b>	<b>BUS</b>	<b>CAMIÓN</b>	<b>CAMIONETA</b>	<b>SUV</b>	<b>VAN</b>	<b>TOTAL GENERAL</b>
2010	3.496	83	537	1.868	1.109	165	7.258
2011	3.270	99	574	1.920	1.290	153	7.306
<b>TOTAL</b>	<b>6.766</b>	<b>182</b>	<b>1.111</b>	<b>3.788</b>	<b>2.399</b>	<b>318</b>	<b>14.564</b>

**Nota:** AEADE

**Elaborado por:** Edgar Vaca

#### **1.4 Determinación de la muestra**

En nuestro caso de estudio realizaremos un censo para entrevistar a cada uno de los componentes de nuestra población que son los negocios a los cuales vamos a comprar la cartera.

##### **El Censo**

Es importante definir primero que una población es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema. El censo comprende el conteo completo de los elementos de una población u objetos de estudio. (Malhotra J., 1997, pág. 359)

Según el INEC el tipo de negocio que se enmarca dentro del código CIUU G451010 como: Venta al por mayor y al por menor de vehículos nuevos y usados. Tal como se muestra a continuación:

**Tabla 5 Clasificación de la actividad venta de vehículos**

Siglas	Código Clasificador	Descripción
CIIU 4.0	<u>G4510</u>	VENTA DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.
CIIU 4.0	<u>G4510</u>	VENTA DE AUTOMÓVILES Y VEHÍCULOS DE MOTORES LIGEROS.
CIIU 4.0	<u>G451010</u>	Venta de vehículos nuevos y usados: vehículos de pasajeros, incluidos vehículos especializados como: ambulancias y minibuses, camiones, remolques y semirremolques, vehículos de acampada como: caravanas y auto caravanas, vehículos para todo terreno (jeeps, etcétera), incluido la venta al por mayor y al por menor por comisionistas.

**Nota:** INEC, CENEC 2012  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

**Tabla 6 Mercado Objetivo**

Establecimientos Económicos en Otavalo	Venta, Mantenimiento y Reparación de Vehículos	Patios de Autos Usados
3953	143	9

**Nota:** INEC, CENEC 2012  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

### 1.5 Análisis e interpretación de resultados

En la ciudad de Otavalo tenemos 3953 establecimientos económicos de los cuales 143 pertenecen a la venta mantenimiento y reparación de vehículos automotores y se ha determinado el mercado objetivo de 9 patios de vehículos usados, que representa la población sobre la cual se realizará la investigación, en función del requerimiento del estudio.

## 1. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene el patio?

Tabla 7 Años de funcionamiento

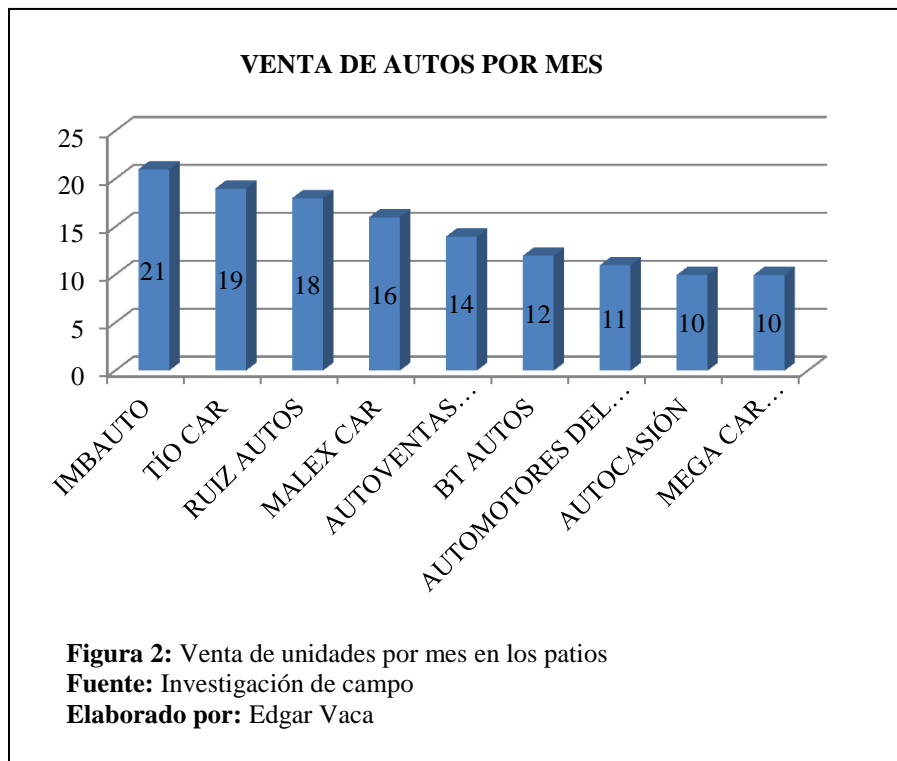
DESCRIPCIÓN AÑOS	NÚMERO DE PATIOS	PORCENTAJE
1 a 3	5	55,56%
4 a 6	2	22,22%
7 a 9	1	11,11%
10 o más	1	11,11%
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100,00%</b>

Nota: Investigación de campo  
Elaborado por: Edgar Vaca

### Interpretación

Los años de funcionamiento que tienen estos establecimientos económicos en el mercado se establece que el 55,56 % de los patios encuestados se encuentra dentro del rango de 1 a 3 años de vida, el 22,22% entre 4 a 6 años, el 11,11% de 7 a 9 años y el 11,11% de 10 años o más.

## 2. ¿Cuántos vehículos se venden en su patio al mes?



### Interpretación

En cuanto a la cantidad de unidades vendidas en los patios Imbauto lidera con el 16,03%, Tío Car 14,50%, Ruiz Autos con el 13,74%, Malex Car el 12,21%, Autoventas Mayucar con el 10,69%, BT Autos el 9,16%, Automotores del Norte con el 8,40% y Autocasión, Mega Car cada uno con el 7,63% respectivamente en el Mercado de vehículos usados en la ciudad Otavalo.

### 3. ¿Cuál es el stock promedio de vehículos que mantiene en su patio por mes?

Tabla 8 Stock promedio de los patios

PATIO	VENTAS	STOCK
TÍO CAR	19	23
IMBAUTO	21	22
RUIZ AUTOS	18	20
MALEX CAR	16	18
AUTOVENTAS MAYUCAR	14	16
BT AUTOS	12	15
AUTOMOTORES DEL NORTE	11	13
AUTOCASIÓN	10	13
MEGA CAR AUTOVENTAS	10	12
<b>TOTAL</b>	<b>131</b>	<b>152</b>

**Nota:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edgar Vaca

### Interpretación

En este cuadro se obtuvo el stock que mantienen los patios de vehículos usados en relación a sus ventas por lo que tienen vehículos que no están rotando al 100% como esperan estos negocios, es por eso que el total de las unidades vendidas de los patios es de 131, mientras que el stock es de 152 unidades, esto nos ayuda a determinar que necesitan vender estas unidades para adquirir otros vehículos y la mayoría de los patios se quedan con más unidades en el patio sin vender.

4. ¿Cuál es el precio promedio de los vehículos que comercializa?

Tabla 9 Precio promedio de los vehículos usados

PATIO	CANTIDAD	PRECIO	INGRESOS
IMBAUTO	21	23.000	483.000
TÍO CAR	19	21.000	399.000
RUIZ AUTOS	18	20.000	360.000
MALEX CAR	16	18.000	288.000
AUTOVENTAS MAYUCAR	14	18.000	252.000
BT AUTOS	12	16.000	192.000
AUTOMOTORES DEL NORTE	11	15.000	165.000
AUTOCASIÓN	10	14.500	145.000
MEGA CAR AUTOVENTAS	10	12.000	120.000
<b>TOTAL</b>	<b>131</b>	<b>157.500</b>	<b>2.404.000</b>

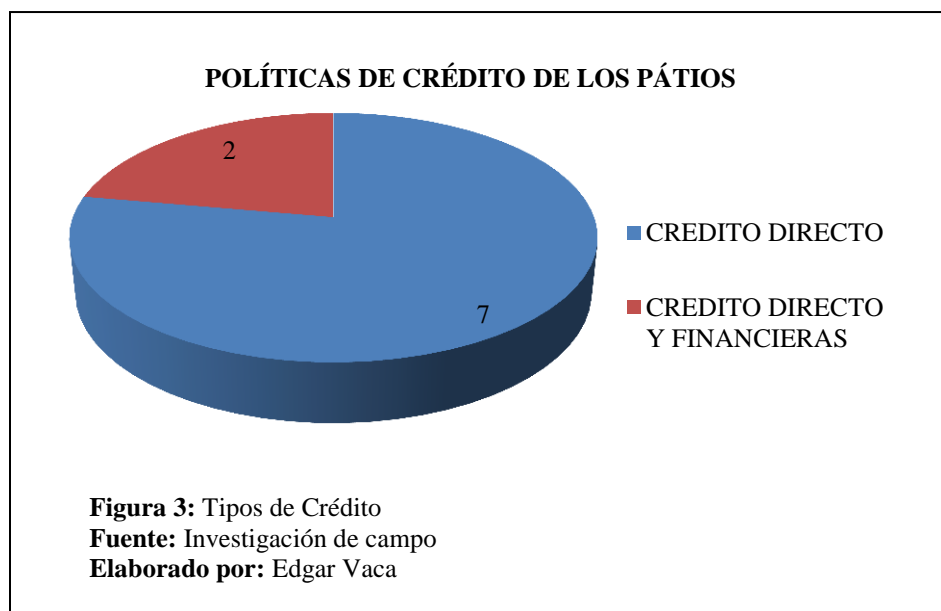
Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Edgar Vaca

**Interpretación**

Tomando en cuenta la cantidad de unidades vendidas y el precio promedio se calculó los ingresos que generan cada uno de estos negocios tal como se muestra en el cuadro adjunto para poder determinar sus ingresos por ventas, en donde tenemos 131 unidades vendidas con un ingreso de 2'404.000 dólares mensualmente.

5. ¿Otorga usted créditos para los clientes de su negocio?





## Interpretación

En este cuadro se determinó que la mayoría de patios de vehículos usados trabaja con crédito directo, es decir 7 patios en la ciudad de Otavalo como se aprecia en el cuadro y solamente 2 de ellos trabajan con las instituciones financieras.

6. ¿Del total de sus ventas que usted realiza, qué cantidad de vehículos son comercializados a crédito y de estos cuantos son crédito directo o de terceros?

Tabla 10 Ventas a Crédito

PATIO	VENTAS A CREDITO	CREDITO	
		PROPIO	TERCEROS
IMBAUTO	18	5	13
TÍO CAR	16	4	12
RUIZ AUTOS	15	11	4
MALEX CAR	14	14	0
AUTOVENTAS MAYUCAR	10	10	0
BT AUTOS	9	9	0
AUTOMOTORES DEL NORTE	8	8	0
AUOCASIÓN	8	8	0
MEGA CAR AUTOVENTAS	7	7	0
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>76</b>	<b>29</b>

**Nota:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edgar Vaca

## Interpretación

En cuanto a las opciones de financiamiento para los clientes de los patios, tenemos que todos los patios optan por la opción del crédito directo con 76 clientes, mientras que Ruiz Autos, Imbauto y Tío Car son los únicos establecimientos económicos que trabajan con las financieras, es decir 29 clientes, pero también prefieren reducir el riesgo trabajando con las dos opciones de financiamiento.

7. ¿Al vender los vehículos a crédito como entregan la matrícula del automotor?

Tabla 11 Matrículas de los vehículos usados en los patios

PATIO	VENTAS A CREDITO	NOMBRE DEL CLIENTE	NOMBRE DEL DUEÑO ANTERIOR
MEGA CAR AUTOVENTAS	7	0	7
AUTOMOTORES DEL NORTE	8	0	8
AUTOCASIÓN	8	0	8
BT AUTOS	9	0	9
AUTOVENTAS MAYUCAR	10	0	10
MALEX CAR	14	0	14
RUIZ AUTOS	15	4	11
TÍO CAR	16	11	5
IMBAUTO	18	18	0
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>33</b>	<b>72</b>

**Nota:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edgar Vaca

### Interpretación

En esta pregunta se obtiene que los patios de vehículos usados entregan a los clientes el vehículo con la matrícula a nombre del dueño anterior para que puedan circular hasta que el cliente termine de cancelar la deuda del automotor para posteriormente la entrega del contrato de compraventa del automotor y solamente Imbauto, Autoventas Mayucar y Tío Car prendan el automotor con una institución del sistema financiero minimizando el riesgo matriculando el vehículo a nombre del cliente.

**8. ¿Indique el plazo del crédito directo que otorga a sus clientes?**

**Tabla 12 Plazo de financiamiento de los patios**

<b>PATIO</b>	<b>VEHÍCULOS A CRÉDITO</b>	<b>PLAZO EN MESES</b>
MEGA CAR AUTOVENTAS	7	18
AUTO DEL NORTE	8	18
AUTOCASIÓN	8	12
BT AUTOS	9	18
AUTO MAYUCAR	10	12
MALEX CAR	14	12
RUIZ AUTOS	15	12
TÍO CAR	16	12
IMBAUTO	18	12
<b>PROMEDIO</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

**Nota:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edgar Vaca

**Interpretación**

En esta pregunta los patios que más venden como Imbauto, Tío Car otorgan un plazo mayor de 18 meses y de la misma manera Ruiz Autos. Los demás patios solamente conceden el plazo de 12 meses, por lo que haciendo un promedio de ventas a crédito tenemos 7 vehículos y el promedio en el plazo de 14 meses.

**9. ¿Si usted otorga crédito directo a sus clientes, indique el nivel de dificultad?**

**Tabla 13 Grado de dificultad de recuperación de cartera**

<b>GRADO DIFICULTAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PATIOS</b>
Alta	0,00%	0
Media	22,22%	2
Baja	77,78%	7
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>9</b>

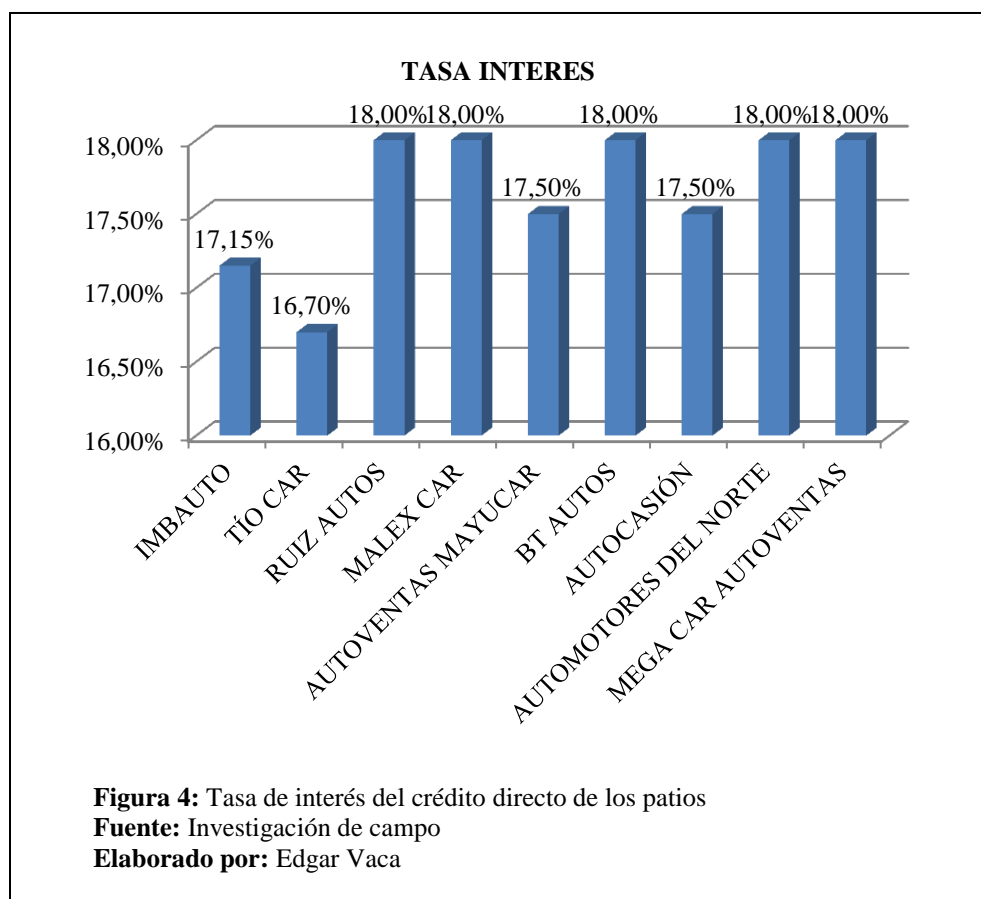
**Nota:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Edgar Vaca

## Interpretación

En las encuestas a los 9 patios de vehículos usados, se establece que 7 de ellos nos indican que es bajo el grado de dificultad, es decir el 77,78 ha tenido leves problemas al momento de realizar el cobro a sus clientes y apenas 2 de ellos mencionaron que es medio el grado de dificultad con un 22,22% lo cual es muy bueno para la cooperativa.

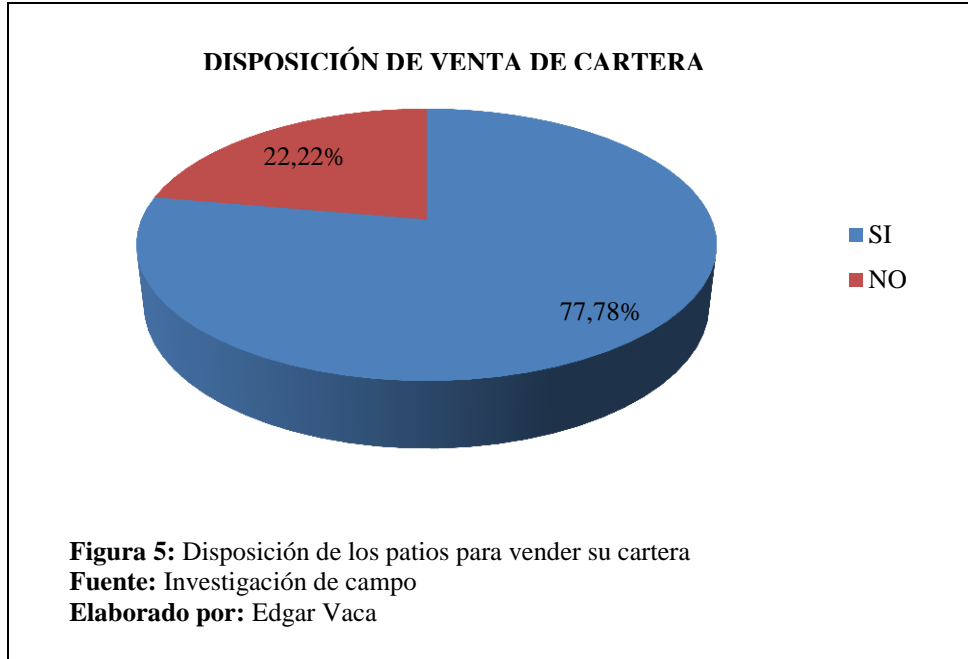
### 10. ¿Cuál es la tasa de interés promedio en el crédito directo a sus clientes?



## Interpretación

Se estima que la tasa promedio de los patios de vehículos usados está entre el 16,70% la más baja, llegando al 18,00% la más alta, donde tenemos un promedio del 17,65% de intereses en créditos directos.

**11. ¿Estaría usted dispuesto a financiar a sus clientes por medio de la venta de cartera a través de una cooperativa de la zona que le brinde liquidez inmediata?**



**Tabla 14 Alternativa que adopta para tener liquidez**

SERVICIO PARA TENER LIQUIDEZ	%	#
REDUCIR CREDITO DIRECTO	11,11%	1
FACTORING	11,11%	1
TOTAL	22,22%	2

**Nota:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

**Interpretación**

Esta es la pregunta clave porque se calcula que el 77,78% de los patios el está dispuesto a vender su cartera para obtener liquidez y una pequeña parte el 22,22% no está dispuesta a vender porque ha utilizado factoring y reduce el cupo de crédito directo para tener efectivo.

## 12. ¿Conoce usted que es el factoring (venta de cartera)?

Tabla 15 Conoce el factoring

CONOCE QUE ES EL FACTORING		
RESPUESTA	PORCENTAJE	NÚMERO
SI	22,22%	2
NO	77,78%	7
TOTAL	100,00%	9

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Edgar Vaca

### Interpretación

En esta pregunta tenemos que el grado de conocimiento sobre el servicio de factoring en donde apenas el 22,22% conoce sobre este servicio y el restante 77,78% no sabe sobre este servicio financiero.

## 13. ¿Ha realizado factoring?

Tabla 16 Ha realizado factoring

HA REALIZADO FACTORING		
RESPUESTA	PORCENTAJE	NÚMERO
SI	11,11%	1
NO	88,89%	8
TOTAL	100,00%	9

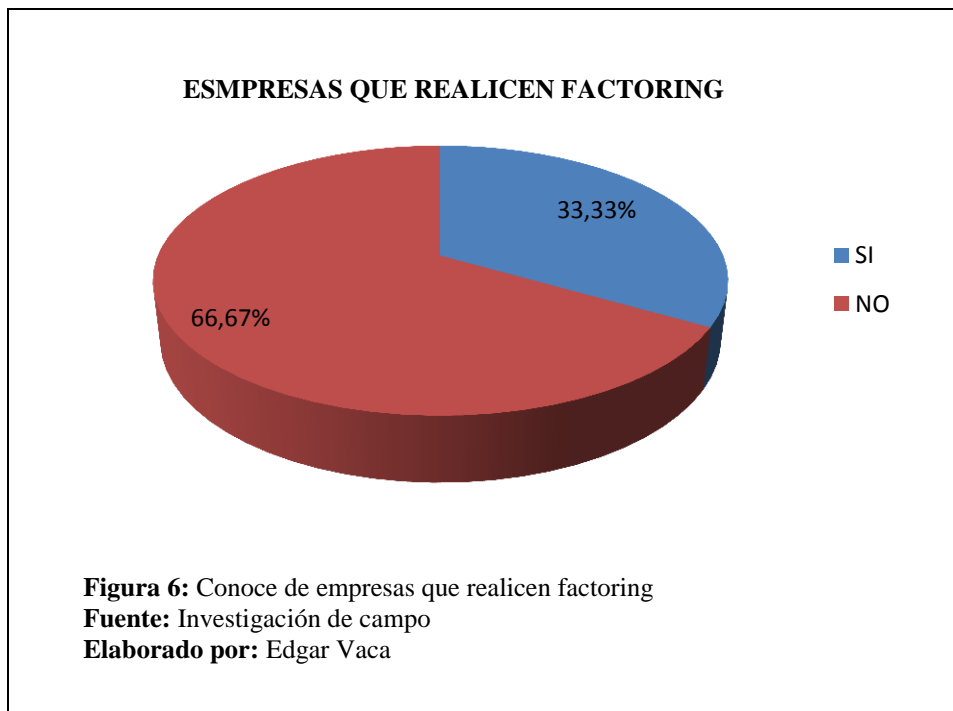
Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Edgar Vaca

### Interpretación

En esta pregunta se observa que apenas el 11%, es decir solo un patio ha utilizado este servicio y los demás el 88,89% no han realizado operaciones con este servicio de factoring, por lo que es bastante atractivo este potencial mercado.

#### 14. ¿Conoce empresas dedicadas al factoring en la ciudad?



#### Interpretación

En la ciudad de Otavalo se determinó que el 66,67% no conocen empresas que se dediquen a este servicio, pero el 33,33% dice que conocen el servicio que brinda el Banco del Pichincha.

## **1.6 La Demanda**

### **1.6.1 Determinación de la Demanda**

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es el determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado de factoraje y las posibilidades de que la Cooperativa Imbacoop ubicada en el cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, pueda incursionar efectivamente en este mercado. La demanda está dada en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del servicio, su precio, y otros aspectos, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de las encuestas realizadas a los diferentes patios de compra y venta de vehículos usados.

“Se entiende como demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (Baca Urbina G., 2001, pág. 17)

### **1.6.2 Demanda Histórica**

#### **1.6.2.1 Autos usados vendidos en la Provincia de Imbabura**

A continuación vamos a determinar una tasa de crecimiento que ha tenido el mercado automotor en la provincia de Imbabura, en donde se puede observar que los automóviles, las camionetas y las suvs (modelos 4x4) que son los tipos de vehículos que venden estos establecimientos económicos han tenido variaciones en cuanto a los modelos que se comercializa como se aprecia en la Tabla 17.



**Tabla 17 Variación promedio de autos usados en Imbabura**

AÑO	AUTOMÓVIL	CAMIONETA	SUV	TOTAL GENERAL
2010	3.496	1.868	1.109	6.473
2011	3.270	1.920	1.290	6.480
<b>TOTAL</b>	6.766	3.788	2.399	12.953
<b>VARIACIÓN</b>	-6,46%	2,78%	16,32%	
<b>VARIACIÓN PROMEDIO</b>			<b>4,21%</b>	

**Nota:** AEADE

**Elaborado por:** Edgar Vaca

En los vehículos usados vendidos en la provincia de Imbabura tenemos que existe una variación promedio del 4,21%, por lo que los patios de vehículos usados son negocios que generan un rentabilidad pero que también necesitan opciones de financiamiento debido al giro del negocio y la rotación del capital de trabajo, por lo que podemos revisar en la Tabla 18 una estructura de lo que están compuestos como son sus ingresos, gastos, necesidades de financiamiento e inversión en tecnología y capacitación.

**Tabla 18 Ingresos y gastos que generan los patios**

Número de empresas		9		
Items	U	Total del mercado	U	Promedio por negocio
Monto de ingreso promedio	\$	201.901,00	\$	22.433,44
Ventas Promedio	\$	2'878.992	\$	319.888,00
Gastos promedio	\$	2'811.942,99	\$	312.438,11
Número de empleados	#	28	#	3
Mujeres	#	3	#	0
Hombres	#	25	#	3
Empresas que obtuvieron financiamiento(2009)	#	6	%	67%
Empresas que requieren de financiamiento(2010)	#	5	%	56%
Uso de Internet	#	3	%	33%
Gastos en capacitación	#	1	%	11%
Gastos en manejo de desechos	#	2	%	22%
Gastos en investigación	#	0	%	0%

**Nota:** INEC 2013

**Elaborado por:** Edgar Vaca

De la investigación que se realizó en la Tabla 19 tenemos un total de 1032 unidades de las cuales el 73,26% es comercializado a crédito como se observa en el cuadro de las ventas de autos usados vendidos en el año 2012.

**Tabla 19 Autos usados vendidos en Otavalo año 2012**

PATIO	VENTAS AL CONTADO	VENTAS A CREDITO
AUTOMOTORES DEL NORTE	252	36
MALEX CAR	228	84
RUIZ AUTOS	60	60
MEGA CAR AUTOVENTAS	120	36
AUTOCASIÓN	84	48
BT AUTOS	96	48
AUTOVENTAS MAYUCAR	60	60
IMBAUTO	60	204
TÍO CAR	72	180
<b>TOTAL</b>	<b>1032</b>	<b>756</b>
<b>PORCENTAJE VENTAS A CREDITO OTAVALO</b>		<b>73,26%</b>

**Nota:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

Tomando en cuenta los valores proyectados y la tasa de variación con el dato de número de unidades tenemos el cuadro proyectado de clientes en la Provincia de Imbabura que adquirieron los vehículos en los patios con el siguiente crecimiento que se muestra en la Tabla 20.

**Tabla 20 Clientes de vehículos usados en la provincia de Imbabura**

VARIACIÓN	4,21%
AÑO	CLIENTES
2010	6.473
2011	6.746
2012	7.029
2013	7.325
2014	7.634

**Nota:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

### 1.6.3 Demanda Proyectada

**Tabla 21 Cálculo de la proyección**

AÑO	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2010	-2	6.473	-12.946	4
2011	-1	6.746	-6.746	1
2012	0	7.029	0	0
2013	1	7.325	7.325	1
2014	2	7.634	15.268	4
<b>TOTAL</b>	0	35.207	2.902	10

**Nota:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$a = \frac{35.207}{5}$$

$$b = \frac{2.902}{10}$$

$$a = 7.041$$

$$b = 290$$

**Tabla 22 Proyección de la demanda**

Proyección = a + bx

AÑO	CLIENTES
2015	8.782
2016	9.073
2017	9.363
2018	9.653
2019	9.943

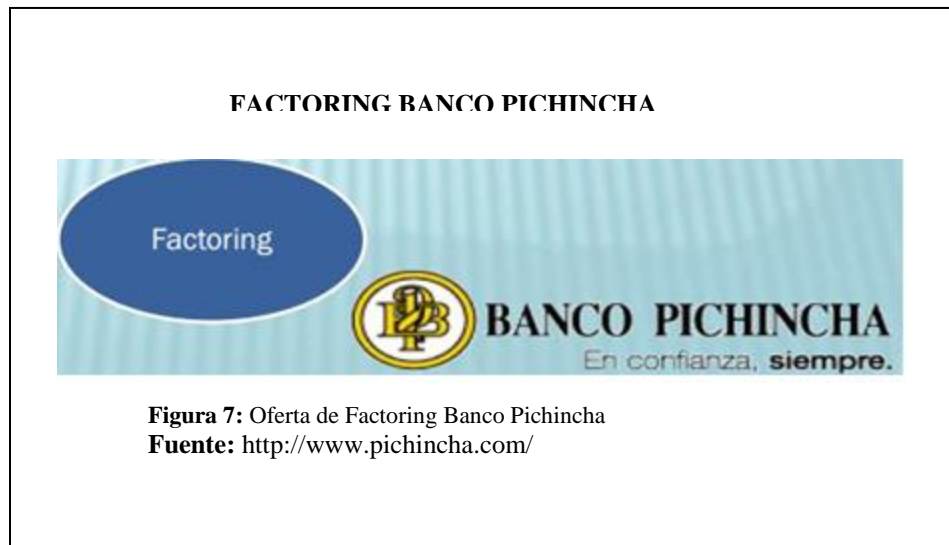
**Nota:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

## 1.7 Determinación de la Oferta

El conjunto de propuestas, de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios, en nuestro caso al servicio de factoraje que se oferta en la ciudad de Otavalo.

Complementando ésta definición, Andrade agrega que en el lenguaje de comercio, se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda. (Andrade S. , 2002, pág. 438)

El único banco en la ciudad de Otavalo que oferta este servicio y uno de los bancos privados más grandes del Ecuador brinda este servicio a los clientes como se muestra en la siguiente figura:



## Factoring Banco Pichincha

- Exige la cesión de cuentas por cobrar, específicamente facturas, letras, pagarés, efectos al cobro y similares.
- 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.
- Se exige un listado de documentos que son requeridos a los clientes y sobretodo las garantías para realizar la operación, así como también tener movimientos en el Banco y chequera.

## Oferta Histórica

Tabla 23 Competidores

VARIACIÓN	34,78%
AÑO	CLIENTES
2010	0
2011	23
2012	31
2013	42
2014	56

**Nota:** Banco Pichincha

**Elaborado por:** Edgar Vaca

## Oferta Proyectada

Tabla 24 Cálculo de la proyección

AÑO	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2008	-2	0	0	4
2009	-1	23	-23	1
2010	0	31	0	0
2011	1	42	42	1
2012	2	56	113	4
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>152</b>	<b>131</b>	<b>10</b>

**Nota:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$a = \frac{152}{5}$$

$$b = \frac{131}{10}$$

$$a = 30$$

$$b = 13$$

Tabla 25 Proyección de la oferta

$$\text{Proyección} = a + bx$$

AÑO	CLIENTES
2015	109
2016	122
2017	136
2018	149
2019	162

**Nota:** Banco Pichincha

**Elaborado por:** Edgar Vaca

## **1.8 Demanda Insatisfecha**

Se conoce como demanda insatisfecha a la cantidad que no ha sido cubierta en el mercado y que podría ser cubierta al menos en parte por el proyecto a través del servicio que vamos a ofrecer por medio de la cooperativa; es decir que existe Demanda insatisfecha cuando al realizamos los cálculos tenemos que la cantidad de la Demanda es mayor que la Oferta.

El balance entre la demanda y la oferta estimadas, permite establecer las posibilidades del proyecto, desde el punto de vista del mercado; si la demanda resulta inferior a la oferta, el proyecto será rechazado, a no ser que se espere desplazar a algunos de los actuales oferentes; por lo contrario, si la demanda resulta mayor que la oferta, que es la hipótesis que motiva el estudio, significa que existe una demanda insatisfecha y, por lo tanto, se presentan claras posibilidades de participar en el mercado. (Miranda J., 2005, pág. 91)

En cuanto al servicio que se va a ofrecer tenemos una demanda insatisfecha muy considerable en la Provincia de Imbabura y esto es muy bueno para la Cooperativa Imbacoop, debido a que se va tener potenciales clientes que nos brinda la oportunidad de beneficiar a las sucursales que tiene el este establecimiento económico en las principales ciudades como son Otavalo, Atuntaqui e Ibarra.

**Tabla 26 Proyección de la demanda insatisfecha**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2010	0	6.473	6.473
2011	23	6.746	6.723
2012	31	7.029	6.998
2013	42	7.325	7.284
2014	56	7.634	7.578
2015	109	8.782	8.673
2016	122	9.073	8.950
2017	136	9.363	9.227
2018	149	9.653	9.504
2019	162	9.943	9.781

**Nota:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

A partir del año 2013, tenemos una demanda insatisfecha considerable, por lo tanto el desarrollo del servicio de factoraje financiero que se va a implantar en la ciudad de Otavalo, en la cooperativa Imbacoop es viable y rentable. De la demanda insatisfecha está previsto trabajar con el 1% inicial, es decir para el año 2013 vamos a desarrollar el servicio que atenderá a 73 clientes de la cartera de los patios, porque este es nuestro mercado objetivo a quienes vamos a ofrecer el servicio.



## **CAPITULO 2**

### **LA COOPERATIVA**

#### **2.1 Diagnóstico situacional**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbacoop es una institución financiera nacida en las faldas de Imbabura, que realiza funciones de captación de dinero a través de las inversiones que realizan los socios y clientes, así como la colocación de estos fondos en préstamos a los mismos.

La Cooperativa fue fundada por los Sres. Enrique y Alberto Ascanta, la cual inició sus actividades en el año 2004; posterior a ello se conformó una Junta de Accionistas para invertir en lo que es ahora la cooperativa de ahorro con sucursales en las ciudades más importantes como son Otavalo e Ibarra, dirigiendo desde su Matriz en la comunidad la Compañía de la parroquia San Pablo del Lago.

De esta forma se puede definir a la cooperativa como una organización que está ofertando los servicios básicos de una cooperativa de ahorro y crédito, debido a que están invirtiendo en el giro normal del negocio; no existe diversificación en la utilización de los fondos mediante una colocación más especializada al invertir en nuevos segmentos del mercado de Otavalo e Imbabura, y de esta forma minimizar el exceso de liquidez que pueda tener la cooperativa.

En estos momentos se está organizando todo lo referente a documentación sobre manual de procedimientos, instructivo y funciones de todos los puestos de trabajo en la cooperativa para poder cumplir con los requisitos exigidos por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). Además se ha logrado identificar un segmento importante de mercado en la ciudad de Otavalo para la implantación de un nuevo servicio financiero, este nuevo mercado corresponde a los patios de vehículos usados del sector quienes no mantienen una estructura definida en lo que se refiere al manejo de cartera de sus clientes por lo cual sus periodos de liquidez no son secuenciales y afecta al giro normal del negocio.

## **2.2 Direccionamiento Estratégico**

### **2.2.1 Misión**

Se entiende como misión al propósito de la existencia de la empresa y es esencial para el planteamiento de objetivos y formular estrategias.

Somos una institución financiera nacida en las faldas de Imbabura, fomentamos la cultura del ahorro y administramos los recursos con transparencia y honestidad, mejorando la calidad de vida de nuestros socios y clientes en el ámbito nacional, con personal capacitado y competente que brinda sus productos y servicios con agilidad, calidad y calidez.

### **2.2.2 Visión**

Es la manera como desean ver los accionistas a la empresa en el futuro, con lo cual comprometen todos los esfuerzos, dedicación y empeño para que esa meta se logre dentro de un cierto plazo.

Fortalecer nuestro liderazgo nacional, comprometidos con el desarrollo de la comunidad, promoviendo la integración cooperativa, aplicando calidad en el servicio, tecnología innovadora y una cultura social responsable.

### **2.2.3 Valores**

La aplicación de valores en la Cooperativa hace de ella una organización responsable. Los valores coinciden en que tienen como fin último mejorar la calidad de nuestra vida y la de nuestros socios.

1. Adhesión abierta y voluntaria
2. Control democrático de los socios
3. Participación económica de los socios
4. Autonomía e independencia
5. Educación, entrenamiento e información
6. Cooperación entre cooperativas
7. Compromiso con la comunidad

### **2.2.4 Principios**

#### **1. Honestidad**

Nos sentimos comprometidos con nuestros socios, clientes y con lo que ellos representan. Estamos orgullosos de estar conformados por un grupo de personas que comparte una cultura con principios y valores comunes.

#### **2. Seguridad y Solvencia**

Somos una organización que genera confianza, en base a la solidez moral y financiera que nos caracteriza.

#### **3. Vocación de Servicio**

Desarrollamos nuestro trabajo con calidez humana y profesionalismo, esforzándonos por brindar el mejor servicio.

#### **4. Solidaridad**

Apoyamos el mejoramiento de calidad de nuestros socios y clientes, buscando el fortalecimiento de sus finanzas y actuando con equidad.

### 5. Compromiso

Actuar convencidos de que debemos dar más de lo esperado, con un alto sentido de pertenencia a nuestra Cooperativa.

### 6. Responsabilidad con la Comunidad

Contribuir al bienestar y desarrollo de la comunidad, promoviendo sinergia entre la Cooperativa, su personal, los socios y clientes y el conjunto de la sociedad.

## **2.3 Reseña Histórica**

La cooperativa de ahorro y crédito Imbabura se creó para el beneficio de la comunidad La Compañía que es donde funciona el establecimiento matriz en la parroquia San Pablo del Lago que fue donde se empezó a brindar los servicios básicos que ofrecen estas instituciones que están reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, frente a las diferentes dificultades que se presentaba para los moradores de la comunidad al momento de tratar de acceder a un crédito a las instituciones financieras se tornaba muy complicado debido a que no tenían como respaldar sus ingresos al ser personas que se dedican al comercio pero desafortunadamente de manera informal en donde es muy difícil justificar su capacidad de endeudamiento, frente a a esta problemática la cooperativa empieza a colocar sus principales servicios que son la captación de inversión con los certificados a plazo fijo ofreciéndoles una rentabilidad más alta del mercado y al mismo tiempo colocación de estos mismo fondos en créditos para sus socios que en ese tiempo fueron muy pocos.

La Cooperativa es una institución financiera que se ha enfocado al servicio de la comunidad ubicada en las faldas de Imbabura, fomentando la cultura del ahorro y administramos los recursos con transparencia y honestidad, mejorando la calidad de vida de nuestros socios y clientes en el ámbito provincial, con personal capacitado y competente que brinda sus productos y servicios con agilidad, calidad y calidez. La falta de trabajo en la comunidad La Compañía porque la mayoría de habitantes en general, son comerciantes de artesanía y de textiles, aunque hace un tiempo atrás se dedicaban a la agricultura se sembraba maíz y

otros productos para consumo doméstico. No tenían documentos de respaldo de sus ingresos que generaban y se necesitaba muchas garantías y respaldos de los ingresos para para presentar la información a los bancos, entonces acudían a los chulqueros, usureros que colocaban al 15 o 20% mensual para satisfacer la necesidad de liquidez. En un inicio, fueron 20 personas, con un asesor jurídico quien les ayudó en la formación de la cooperativa de ahorro y crédito. Hay que tomar en cuenta que todos eran analfabetos, pero quién les asesoró fue el monseñor Antonio Arregui actual arzobispo de Guayaquil. La cooperativa empezó con 100.000 sucres moneda nacional de Ecuador y las prestaciones eran rotativas, que en esos momentos se convirtió en una tabla de salvación. Un socio que se destaca es Enrique Ascanta, como promotor fundador, por su espíritu de solidaridad y de servicio social a la comunidad. Varias situaciones han tenido que pasar hasta llegar al 2004, que obtienen su personería jurídica. Las personas de la comunidad le pusimos este nombre a la cooperativa, por estar al pie del cerro Imbabura, –alrededor del lago San Pablo- Imbacoop con apenas 60 socios, porque había temor por la cantidad de Cooperativas que existe en la ciudad, a pesar de las adversidades la Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbacoop cuenta con de 2690 socios, manejando un concepto de servicios a la comunidad. (Ascanta A. & Arregui A., 2004)

Anteriormente se manejaba muy informalmente y es en el año 2004 en donde se convierten en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbacoop Compañía Limitada, en donde empiezan a generar mayor interés y es donde se convierte en una cooperativa con varios socios que en el transcurso del tiempo se dieron cuenta que ya es una institución del sistema financiero que maneja mayor cantidad de socios en el año 2010 con 1756 en donde se ve la necesidad de reformar sus estatutos y despierta la atención de sus socios en invertir mayor aportación a esta gran iniciativa de emprendimiento de sus accionistas y principalmente de Alberto Ascanta que es la persona que en la actualidad maneja la cooperativa en la que lleva un control a través de auditorías, una empresa que lleva la contabilidad y la implementación de los servicios informáticos como son el correo electrónico, pagina web y demás sistemas que le han permitido a la cooperativa tener el

crecimiento en cuanto a la cantidad de socios que maneja en la actualidad al año 2013 en 3000 socios que están convencidos de esta gran institución que tiene hoy por hoy sucursales en Otavalo y en la ciudad de Ibarra, que son ciudades cercanas a la comunidad y por supuesto las más importantes dentro de la provincia de Imbabura y en donde han logrado captar mayor cantidad de clientes.

Es por eso que para desarrollar el servicio de factoraje financiero es bastante atractivo porque están interesados en un proyecto que les permitirá incrementar su portafolio de servicios financiero y por otra parte emprender con un servicio novedoso y que está en un mercado completamente nuevo porque después de haber realizado la investigación nos damos cuenta que el nicho de mercado que queremos aprovechar es bastante atractivo y que tiene necesidades de liquidez que es lo que nos interesa para realizar el factoraje.

## **2.4 Los Servicios de la Cooperativa**

### **2.4.1 Servicios de Captación**

Estos son los servicios financieros que la Cooperativa pone a disposición de sus socios para que puedan invertir su dinero en los servicios financieros tradicionales como son el Ahorro y Las Pólizas de Acumulación.

#### **2.4.1.1 Cuenta de Ahorros**

Un ahorro a la vista que le permite la apertura una cuenta desde 21 USD. Refleja el saldo proveniente de las transacciones día a día, una cuenta que le brinda servicios y beneficios en base a sus certificados de aportación.

Monto de Apertura: 21 USD.

**Requisitos para Titular de Cuenta:**

- Planilla de un servicio básico actualizada
- Copia de la papeleta de votación
- Copia de la cédula
- Foto tamaño carnet
- Solicitud de apertura de cuenta

**2.4.1.2 Cuenta Ñukapak Wakaychishkagu**

Una cuenta de ahorros creada para niños, la misma que tiene como objetivo incentivar la cultura de ahorro en los más chicos de la casa, porque le permite depositar e incrementar los saldos de esta cuenta.

Monto de Apertura: 3 USD.

**Requisitos para Titular de Cuenta:**

- Solicitud de apertura de cuenta
- Foto tamaño carnet
- Copia de la cédula del menor de edad

**Requisitos para Representante Legal:**

- Copia de la cédula
- Copia de la papeleta de votación
- Planilla de un servicio básico actualizada (último mes)

### **2.4.1.3 Cuenta Cliente**

Un ahorro a la vista que le permite realizar depósitos y generar ahorros, refleja el saldo proveniente de las transacciones del día a día.

Monto de Apertura: 7.20 USD.

#### **Requisitos para Titular de Cuenta:**

- Planilla de un servicio básico actualizada
- Copia de la papeleta de votación
- Copia de la cédula
- Solicitud de apertura de cuenta

### **2.4.1.4 Inversiones a Plazo Fijo**

Estos depósitos lo que permiten al cliente tener seguridad, confianza y rentabilidad a mediano y largo plazo. Los intereses de las inversiones de socios y clientes pueden ser pagados al vencimiento, por anticipado y con tasas atractivas de interés.

Monto Mínimo: 100 USD.

#### **Requisitos:**

- Tener cuenta de socio o cliente de la cooperativa.
- Si es menor de edad, poseer un representante legal



## **2.4.2 Servicios de Colocación**

Es importante colocar en los créditos el dinero que tengo de inversiones de acuerdo a las tasas de interés activas y pasivas del mercado para generar un flujo de efectivo en caja para la cooperativa, así como también liquidez y dinero disponible a la vista para los clientes.

### **2.4.2.1 Créditos**

En primera instancia se llena los principales datos del socio para tener un estudio socio-económico del mismo que permitirá en lo posterior realizar un análisis crediticio, se verifica también la central de riesgo y la capacidad de pago del posible sujeto de crédito. Al mismo tiempo que se recibe dinero, también se procede a desembolsar crédito que son los más comunes como son el crédito emergente que como su nombre lo dice es en casos especiales de urgencia, el crédito emprendedor que es justamente para socios que tienen proyectos que quieren tratar de cristalizar capitalizándose y el hipotecario que tiene como objetivo preñar una propiedad a cambio de un capital que le entrega la cooperativa.

### **2.4.2.2 Crédito Emergente**

Este tipo de crédito es como su nombre lo indica para una emergencia en la que se encuentre el socio que necesita dinero de inmediato.

Para acceder a un crédito emergente los requisitos son los siguientes:

- Poseer cuenta en la Cooperativa
- Llenar la solicitud de crédito
- Scoring mayor a 850 en el central de riesgo
- Tener máximo dos créditos activos en otras instituciones

Rango del monto: \$400 hasta \$2.000

### **2.4.2.3 Crédito Prendario**

Para contar con un crédito inmediato y poder contar con dinero en efectivo de inmediato la cooperativa le brinda este beneficio a los socios, recibiendo como garantía las joyas de oro.

Para acceder a un crédito prendario los requisitos son los siguientes:

- Joyas de oro.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía o identidad.
- Original y copia de la papeleta de votación actualizada.
- Llenar la solicitud de crédito.
- Copia de una planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono).
- Ser mayor de 18 años de edad.

Rango del monto: \$400 hasta \$1.000

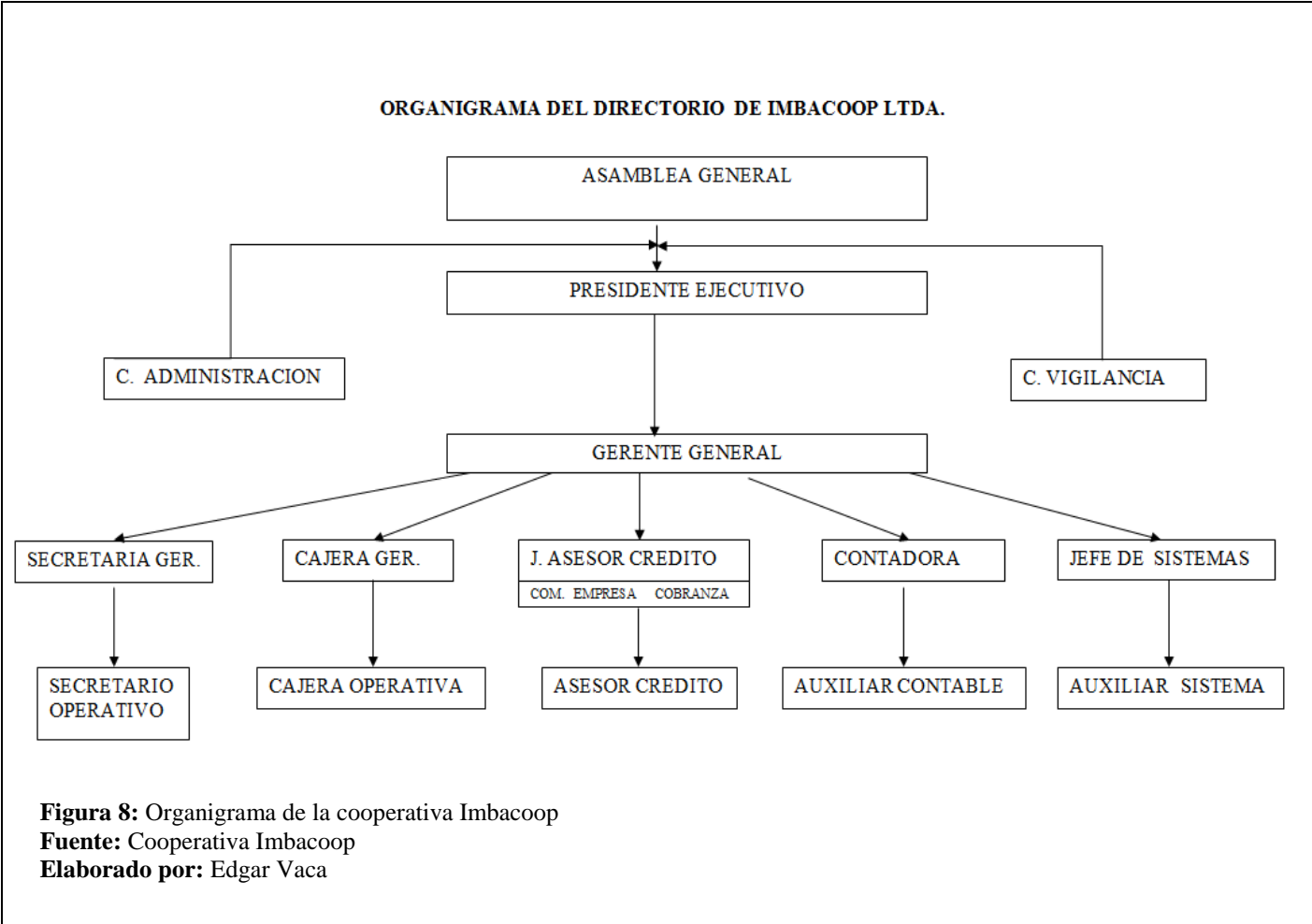
### **2.4.2.4 Crédito Hipotecario**

Pensando en el bienestar de las familias de la comunidad para contar con terrenos y vivienda propia que es una de las mayores satisfacciones para los socios de la Compañía, ya que es un capital seguro para hoy y para el mañana. Puede acceder a este crédito prendando un bien o el mismo bien que va a adquirir con un monto máximo de \$20.000 dólares.

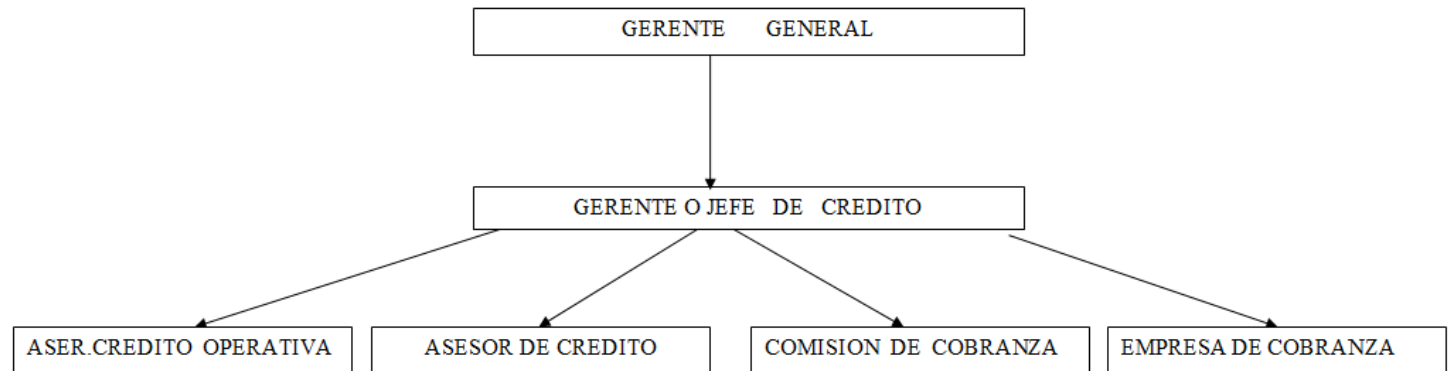
Para acceder a un crédito hipotecario los requisitos son los siguientes:

- Poseer cuenta en la Cooperativa
- Llenar la solicitud de crédito
- Scoring mayor a 850 en el central de riesgo
- Tener máximo dos créditos activos en otras instituciones
- Tener actualizado los documentos

**2.5 Estructura Organizacional**



**ORGANIGRAMA DE GERENTE O JEFE DE CREDITO EN IMBACOOPT LTDA.**



**Figura 9:** Organigrama del departamento de crédito Imbacoop

**Fuente:** Cooperativa Imbacoop

**Elaborado por:** Edgar Vaca

## 2.6 El análisis FODA

### 2.6.1 Propósitos del análisis FODA

El FODA viene de este práctico y útil mecanismo de análisis en las iniciales de los cuatro conceptos que intervienen en su aplicación y de variables con las que se puede actuar como una herramienta de análisis estratégico que permite verificar factores internos y externos, es decir:

- F de Fortalezas
- O de Oportunidades
- D de Debilidades
- A de Amenazas (o Problemas)

A su vez, estos conceptos constituyen la traducción de cuatro palabras en inglés con cuyas iniciales se forma la sigla SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De ahí que el análisis FODA se conozca también como “análisis SWOT”. Como es lógico, es posible que al finalizar el análisis FODA sea necesario revisar los objetivos iniciales. (Santos D., 1994, pág. 157)

Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa.

El análisis FODA, en consecuencia, permite:

- Determinar las verdaderas posibilidades que tiene la empresa para alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente.
- Concienciar al dueño de la empresa sobre la dimensión de los obstáculos que deberá afrontar.
- Permitirle explotar más eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar el efecto de los factores negativos.

## **2.6.2 Definición de Conceptos**

### **2.6.2.1 Fortalezas**

“Se denominan fortalezas o “puntos fuertes” aquellas características propias de la empresa que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos.” (Santos D., 1994, pág. 159)

Es la capacidad con la que cuenta la empresa para mantener una posición privilegiada frente a la posible competencia sea esta directa o indirecta, recursos, habilidades que posee.

- Contar con la infraestructura necesaria y el departamento de crédito para la implementación del servicio de factoraje.
- Los patios de vehículos usados constantemente están reinvertiendo el capital de trabajo, por lo que necesitan liquidez.
- Se cuenta con los recursos económicos necesarios para la implementación y el desarrollo de este servicio financiero.
- Las necesidades de financiamiento que tienen los patios de vehículos usados, nos permitirá realizar la operación efectivamente el factoraje.

### **2.6.2.2 Oportunidades**

“Se denominan oportunidades aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos.” (Santos D., 1994, pág. 159)

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, exportables, que se deben descubrir en el entorno que envuelve a la empresa y que permitirán a la organización obtener ventajas competitivas en el mercado.

- Al no existir en el mercado empresas que brinden este servicio los márgenes de utilidad son buenos con la prestación de este servicio.
- Realizar alianzas estratégicas con los patios de vehículos usados para incrementar clientes a través del servicio de factoraje.
- La mayoría de empresas PYMES especialmente los patios de vehículos usados responden satisfactoriamente a la propuesta, debido a la liquidez que necesitan.
- Se podría ampliar el servicio para PYMES de otras ciudades cercanas a la ciudad de Otavalo donde se va a realizar el servicio.

### **2.6.2.3 Debilidades**

“Se denominan debilidades o “puntos débiles” aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos.” (Santos D., 1994, pág. 159)

Se refiere a los factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

- El personal necesita una buena capacitación para la prestación del servicio y la apertura en las negociaciones con los patios de vehículos usados.
- Es un servicio nuevo que necesita de nuestras empresas aliadas para poder desarrollar el servicio.
- Aún no se cuenta con el software apropiado para desarrollar las actividades del servicio de factoraje.
- Asesoría legal para la emisión de contratos legales de la reserva de dominio y la compra de facturas, es la parte fundamental para poder realizar el factoraje.

#### **2.6.2.4 Amenazas**

“Se denominan amenazas aquellas situaciones que se presentan en el entorno de las empresas y que podrían afectar negativamente las posibilidades de logro de los objetivos.” (Santos D., 1994, pág. 159)

Son aquellos factores que provienen del entorno que podrían actuar en contra de la permanencia de la empresa en el mercado.

- Riesgo de que los adquirentes del crédito vehicular no paguen, lo que implica gastos legales que va a generar esas cuentas incobrables.
- Vulnerabilidad ante el Banco Pichincha que ya están posicionados en el mercado y que tiene este servicio de factoraje en su portafolio de productos y servicios.
- Ingreso de nuevos posibles competidores extranjeros en el mercado, debido a que es un servicio a nivel mundial que se lo ofrece internacionalmente y que se quiera aprovechar la oportunidad el mercado nuevo.
- Los cambios en las leyes sobre todo en las regulaciones que se hicieron en la Superintendencia de Bancos y Seguros y en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, para las Cooperativas de Ahorro y Crédito en cuanto a los servicios que pueden ofrecer.



**Tabla 27 Matriz Cruzada FODA**

<p style="text-align: center;"><b>ANÁLISIS EXTERNO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>ANÁLISIS INTERNO</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1. Contar con la infraestructura necesaria y el departamento de crédito para la implementación del servicio de factoraje.</p> <p>F2. Los patios de vehículos usados constantemente están reinvertiendo el capital de trabajo, por lo que necesitan liquidez.</p> <p>F3. Se cuenta con los recursos económicos necesarios para la implementación y el desarrollo de este novedoso servicio financiero.</p> <p>F4. Las necesidades de financiamiento que tienen los patios de vehículos usados, nos permitirá realizar la operación efectivamente el factoraje.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1. El personal necesita una buena capacitación para la prestación del servicio y los convenios con los patios de vehículos usados.</p> <p>D2. Es un servicio nuevo que necesita de nuestras empresas aliadas para poder desarrollar el servicio.</p> <p>D3. Aún no se cuenta con el software apropiado para desarrollar las actividades del servicio de factoraje.</p> <p>D4. Asesoría legal para la emisión de contratos legales de la reserva de dominio y la compra de facturas, es la parte fundamental para poder realizar el factoraje.</p>
	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p>FO1. Aprovechar que es un mercado nuevo y que se cuenta con los instrumentos necesarios para implementar el servicio de factoraje.</p> <p>FO2. Visitar a la mayor cantidad de PYMES que estén interesados en el servicio de Factoraje.</p> <p>FO3. Selección minuciosa de los posibles clientes potenciales, a través de un análisis crediticio.</p> <p>FO4. La falta de liquidez por parte de los patios de vehículos usados nos permitirá la compra de la cartera y ampliar el número de clientes de la cooperativa.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p>DO1. Dar capacitación continua sobre el servicio para comprar la cartera a estos negocios ofreciendo esta nueva línea de servicio financiero.</p> <p>DO2. Dar a conocer todos beneficios que ofrece el servicio de Factoraje a los patios de vehículos explicando el porcentaje de comisión.</p> <p>DO3. Expandir el servicio a las otras ciudades, aprovechando que es un nuevo mercado que se puede incursionar.</p> <p>DO4. Es fundamental que al firmar los contratos de compra de cartera se explique sobre el procedimiento de desembolso de dinero al realizar la operación</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1. Al no existir en el mercado empresas de este tipo los márgenes de utilidad son buenos con la prestación de este servicio.</p> <p>O2. Realizar alianzas estratégicas con los patios de vehículos usados para incrementar clientes a través del servicio de factoraje.</p> <p>O3. La mayoría de empresas PYMES especialmente los patios de vehículos usados responden satisfactoriamente a la propuesta, debido a la liquidez que necesitan.</p> <p>O4. Se podría ampliar el servicio para PYMES de otras ciudades cercanas a la ciudad de Otavalo donde se va a realizar el servicio.</p> <p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1. Riesgo de que las empresas no paguen, lo que implica gastos legales que va a generar esas cuentas incobrables.</p> <p>A2. Vulnerabilidad ante el Banco Pichincha que ya están posicionados en el mercado y que tiene este servicio de factoraje en su portafolio.</p> <p>A3. Ingreso de nuevos posibles competidores extranjeros en el mercado, debido a que es un servicio a nivel mundial y que se quiera aprovechar la oportunidad el mercado nuevo.</p> <p>A4. Los cambios en las leyes, regulaciones en la S.B. y S. y en la SEPS, para las Cooperativas de Ahorro y Crédito en cuanto a los servicios que pueden ofrecer.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <p>FA1. Las cuentas por cobrar de los clientes de los diferentes patios serán compradas para que la cooperativa haga el análisis y asuma el riesgo de la cobranza.</p> <p>FA2. Aprovechar que tenemos una oferta prácticamente nula para cubrir las necesidades de financiamiento de los patios de vehículos usados.</p> <p>F3. Asignar correctamente los recursos económicos de la cooperativa para aprovecharlos al ingresar en este nuevo mercado.</p> <p>FA4. Elaborar un plan de marketing agresivo, para contar con un personal capacitado en el proceso de Factoraje.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p>DA1. Instruir al personal sobre el procedimiento que se seguirá para el proceso de compra de cartera a los patios de vehículos usados</p> <p>DA2. Mantener buenas relaciones con cada uno de los clientes y a través de ellos expandir y promocionar los demás servicios de la cooperativa.</p> <p>DA3. Exigir la documentación necesaria a los patios como los contratos de compra-venta y la reserva de dominio de los vehículos.</p> <p>DA4. Contar con un software adecuado para llevar un control de las operaciones de factoraje.</p>

**Nota:** Matriz FODA  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

### CAPITULO 3

#### ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

#### 3.1 El Factoraje y su entorno

Las pequeñas y medianas empresas representan aproximadamente el 40% del total de empresas registradas en el país (sin incluir las microempresas), el 25% del PIB que no proviene del petróleo la producen las PYMES, y representan 65% de las plazas de empleo del país. Según el último censo económico realizado en el país entre septiembre y noviembre del 2010, se cuenta datos preliminares en los cuales se ve un desarrollo en la economía nacional vinculada con el comercio al por mayor y menor.

En este censo se visitaron locales, tiendas, minimarkets, supermercados, sucursales y demás negocios pequeños, medianos y grandes. Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), se registraron 541.889 establecimientos en el año 2010 distribuidos así:

**Tabla 28 Establecimientos económicos por región**

REGIÓN	ESTABLECIMIENTOS
Sierra	284.629
Costa	232.132
Amazonía	23.153
Insular	1.438

**Nota:** INEC. Datos preliminares CENEC 2010

**Elaborado por:** Edgar Vaca

**Tabla 29 Establecimientos por categoría**

CATEGORÍA	PORCENTAJE
Comercio	54,94%
Servicios	12,61%
Industria y Manufactura	8,20%
Alojamiento y servicio de comida	8,10%

**Nota:** INEC. Datos preliminares CENEC 2010

**Elaborado por:** Edgar Vaca

En Otavalo se tiene 3.953 establecimientos económicos. Dentro de los cuales tenemos las instituciones financieras principales y las cooperativas de ahorro y crédito en el sector. Por lo que el servicio de factoraje lo realiza únicamente el Banco del Pichincha, simplemente como un servicio adicional a su portafolio de productos pero del cual no tienen un departamento específico que se dedique a captar este potencial mercado. No existe una empresa en el sector que se dedique exclusivamente al factoraje, razón por la cual representa un mercado completamente nuevo para poder desarrollar este servicio y una oportunidad de negocios para estos establecimientos económicos que necesitan liquidez para contar con su capital de trabajo que les permite tener rotación de activos (autos).

### **3.2 Descripción del Servicio del Factoraje**

#### **Servicio de Factoraje**

Significa la adquisición hecha por una empresa llamada factor, de las cuentas por cobrar de otra empresa que en adelante recibirá el nombre de cliente. (Massons, 2002, pág. 211)

#### **a) Los servicios de factoraje incluyen:**

1. **Selección e información;** el departamento de crédito donde se va a implementar el servicio de factoraje realiza una selección e investigación de las cuentas por cobrar de sus posibles clientes.
2. **Servicio de cobro;** la empresa que va a realizar el factoraje adquiere las cuentas por cobrar y se encargará de realiza el respectivo cobro.

#### **b) El crédito**

La empresa que está realizando factoraje realiza un anticipo de las cuentas por cobrar del cliente; pero no sobre la totalidad del riesgo en curso, sino que mantiene un porcentaje, dependiendo del monto y es depositado en forma de

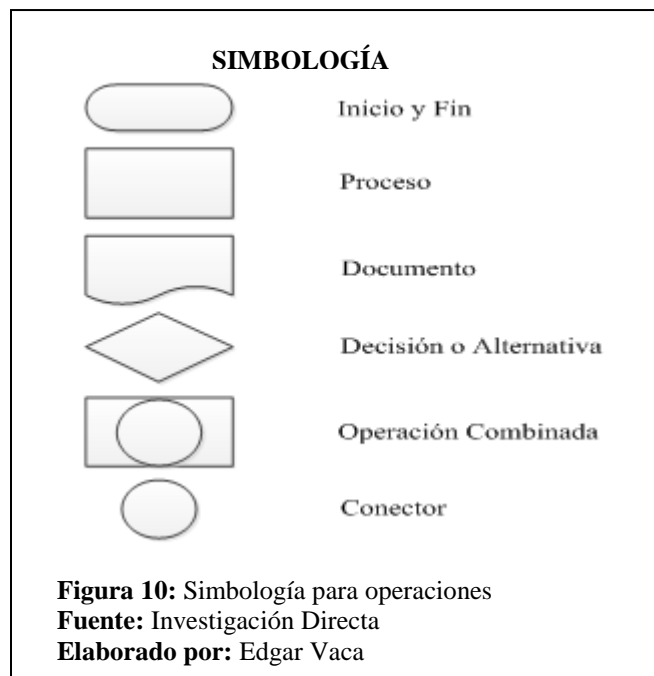
garantía. Estos porcentajes y comisiones explicaremos más adelante en propuesta del servicio

**c) Procesos de entrega del servicio**

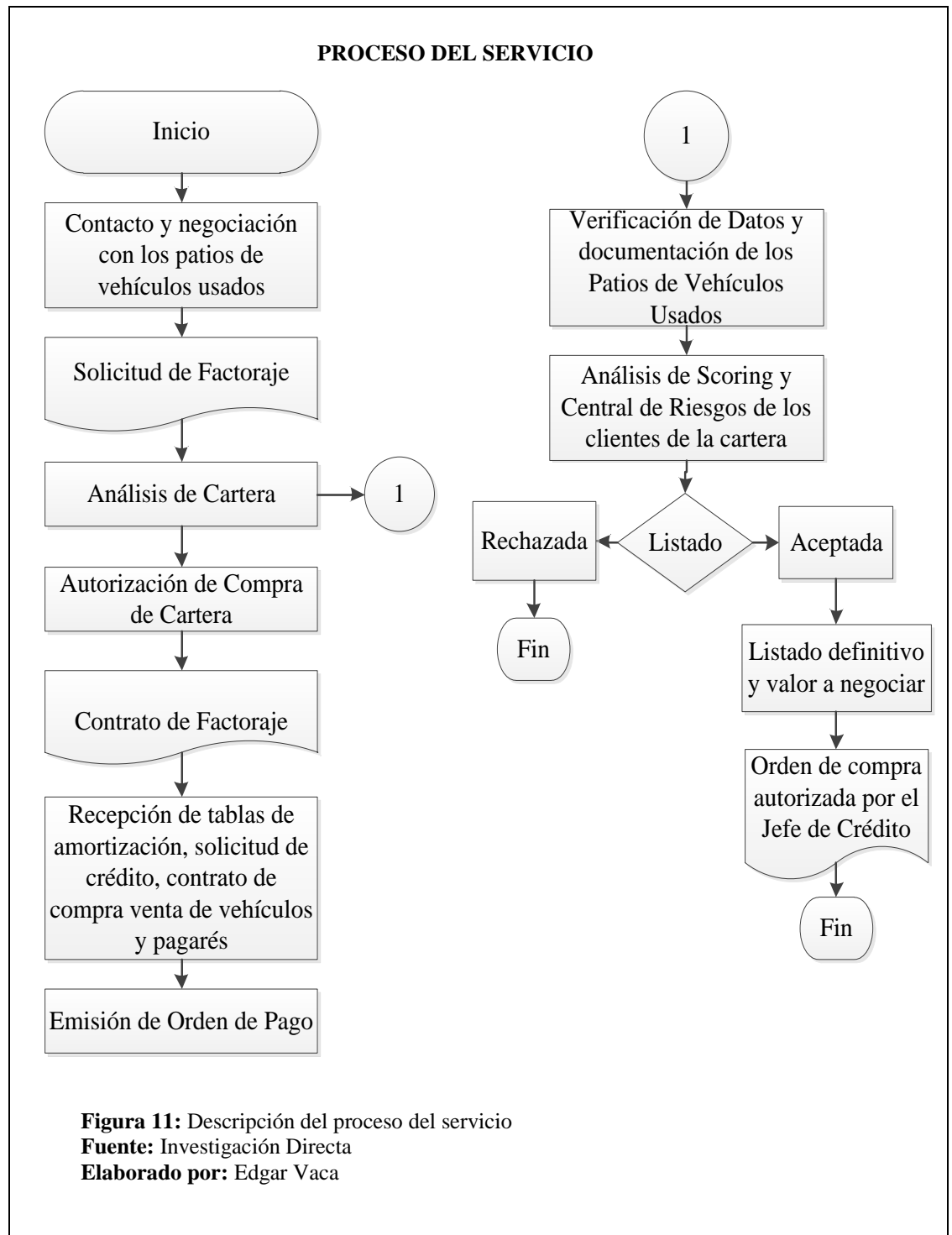
1. El potencial cliente conoce el servicio de factoraje a través de la Cooperativa Imbacoop.
2. El posible cliente debe llenar una solicitud y adjuntar los documentos de respaldo y/o enviar a la cooperativa.
3. Se realiza un análisis de los documentos entregados por el posible cliente.
4. Si los documentos son calificados en alguna de las líneas que ofrece la empresa se procede a la firma del respectivo contrato de factoring por la línea que ha sido aprobada.
5. La Cooperativa procede a dar los servicios de anticipo de fondos sobre la cartera vendida por el cliente.

**3.3 Diagrama de Flujo del Proceso de Factoraje**

El diagrama de flujo del proceso del servicio es una herramienta de planificación y análisis que permite una mejor comprensión del servicio, se concentra en un proceso específico y es una representación gráfica. Para la realización del diagrama de flujo se utilizaran los siguientes símbolos:



### 3.4 Proceso del Servicio de Factoraje



### **3.4.1 Proceso de Comercialización**

#### **Contacto con el patio**

El asesor será el encargado de gestionar la cartera de los clientes asignados por medio del acercamiento con los mismos, para lo cual este se comunicará vía telefónica y agendará una cita con el propietario del patio de vehículos.

#### **Solicitud de Factoraje**

Después de haber hecho el contacto se llenará una solicitud en la cual el patio debe facilitar toda la información de sus clientes para poder realizar una revisión y administración de esa cartera en el Departamento de Crédito.

#### **Análisis de Cartera**

Luego de realizar la respectiva revisión de la documentación se procederá a realizar un análisis de la cartera de sus clientes y es donde se va a determinar el porcentaje de compra de la cartera.

- Verificación de Datos de los clientes: El personal de crédito se comunicará vía telefónica con el cliente para corroborar los datos proporcionados por el patio, así como también verificará referencias personales y comerciales del mismo.
- Análisis de Scoring y Central de Riesgos: Se evaluará al candidato por medio del programa destinado a entregar una calificación como sujeto de crédito.
- Aprobación de la cantidad de clientes que se va a comprar de la cartera por vencer: El Jefe de Crédito autorizará el listado final de clientes junto con el valor total de compra de la cartera presentada.
- Se emite el documento de autorización por el Jefe de Crédito de la cooperativa donde consta el listado definitivo de clientes y el valor de compra de cartera el cual será entregado al patio de autos usados.

### **Autorización de Compra**

Posterior al análisis y revisión de cartera, determinando el porcentaje de compra de la cartera se emite la autorización de compra en el Departamento de Crédito

### **Contrato de Factoraje**

Inmediatamente se procederá a llenar el contrato de factoraje en donde vamos a poner el valor de compra de la cartera y los plazos en los cuales se les hará el pago respectivo por desembolso a través de una orden de pago, fijando también el porcentaje de comisión que vamos a tener al realizar esta operación con los plazos correspondientes en los que se realizará el factoraje.

### **Recepción de facturas y pagarés**

Rápidamente se procederá a realizar la recepción de todos los documentos de respaldo que necesitamos para realizar la compra de la cartera a los patios de vehículos usados una vez hecho el traspaso de la reserva de dominio conjuntamente con el contrato y se archivará en el departamento de Crédito quienes informarán al cliente sobre la operación del factoraje en la cooperativa Imbacoop.

### **Emisión de la Orden de pago**

Finalmente se emite esta orden de pago cuando ya se ha realizado todo el proceso de compra de la cartera para proceder con los respectivos desembolsos pactados en el contrato de factoraje

### **3.5 Procesos de Gestión Administrativa**

#### **Planificación**

Con la planificación la cooperativa tiene especificado las metas y los objetivos que quiere conseguir es decir el cumplimiento de la visión a través de la puesta en práctica en el día a día de la misión.

- La distribución de los recursos económicos y humanos para la prestación del servicio.
- El asesor de crédito (factoraje) tienen conocimiento del servicio de factoraje que van a comercializar a los potenciales clientes.
- Los directivos y trabajadores cumplirán con las actividades encomendadas para el logro de las metas y objetivos de la empresa.

#### **Organización**

Es ordenar, distribuir las actividades, la autoridad y los recursos dentro del equipo de trabajo de la empresa.

- El Jefe de Crédito está a cargo del equipo de trabajo.
- El contacto con el respectivo cliente se realiza a través de la compra de cartera.
- Cuando se consiga la cita del posible cliente acudirá a la apertura de la cuenta con la cita (día, hora y lugar).
- El asesor de crédito (factoraje) tendrá un sector de la ciudad Otavalo en el cuál se van a centrar para atraer clientes y luego expandir a otros sectores de la ciudad.

#### **Dirigir**

Las actividades de dirección están estrechamente ligadas al tiempo ya que al seguir una planificación y organización se debe unir los esfuerzos para lograr las metas propuestas en el futuro para lo cual se influye y motiva a los empleados para que realicen las tareas encomendadas.



## **Control**

Después de la planificación, organización y dirección se debe realizar un control para verificar si se está cumpliendo con:

- Los estándares de desempeño y
- Metas y Objetivos planificados

El control permite realizar una comparación de los resultados obtenidos con las normas establecidas y si es el caso que existan desviaciones tomar las medidas correctivas necesarias para tomar el rumbo correcto de la prestación del servicio de factoraje.

## **3.6 Organización y Administración**

Las diferentes concepciones de la empresa y el estudio en torno de la misma en nuestro caso orientado al servicio de factoraje, vamos a fijarnos concretamente en el enfoque administrativo que nos da la base de la teoría de la organización y de la administración. (Estallo M., 2007, pág. 52)

### **3.6.1 Necesidades de Personal**

#### **Departamento de Crédito: Asesores de Crédito (Factoraje)**

Adicional a las actividades que realizan los asesores de crédito se va incluir el servicio de factoraje financiero, el asesoramiento a los clientes que buscan información sobre el servicio y las soluciones a sus inquietudes sobre este servicio financiero.

**Tabla 30 Actividades adicionales de los asesores de crédito**

<b>ACTIVIDADES ADICIONALES PARA LOS ASESORES DE CRÉDITO</b>	
<b>PUESTO:</b>	Asesor(es) de Crédito
<b>ACTIVIDADES ADICIONALES:</b>	Conocimientos Administración y Finanzas Análisis y Administración de Cartera Verificación de Documentación de Cartera Elaboración de Plan de Trabajo Elaboración de Planes Estratégicos Elaboración de Informes Manejo de Programas Informáticos Elaboración de contratos

**Nota:** Propuesta de actividades adicionales Imbacoop

**Elaborado por:** Edgar Vaca

#### **Funciones Adicionales del Asesor de Crédito:**

- Presentar semanalmente el reporte de las operaciones del servicio de factoraje realizadas para permitir que la gerencia pueda tomar decisiones respecto a pagos que se tiene que realizar a los clientes.
- Mantener informado al Jefe de Crédito sobre el análisis crediticio de la cartera adquirida a los patios de vehículos usados.
- Mantener correctamente la documentación del servicio de factoraje, esto es justificar con documentos autorizados la emisión de cada uno de los pagos y de los cobros de la operación.
- Mantener correctamente archivadas las comunicaciones recibidas y entregadas de la Gerencia, así como todo el archivo del departamento.
- Mantener correctamente archivadas todas las negociaciones que se ha realizado con los patios de vehículos usados, así como también la transferencia de dominio de los negocios.
- Manejar la documentación y el archivo contable de acuerdo a las políticas de la empresa.

- Mantener el control de los documentos receptados por parte de nuestros clientes para realizar el análisis conjuntamente con el Jefe de Crédito.
- Realizar visitas programadas a los diferentes clientes y mantener diálogo con el fin de notificar la operación del servicio, a fin de receptar propuestas para mejorar el servicio proporcionado, o exponer las mejoras implementadas por parte de la cooperativa.
- Estar atento a las necesidades del cliente para reportarlo a la Jefatura de Crédito.
- Realizar seguimiento a través de llamadas, correos y visitas frecuentes a los clientes de la cartera que fuese asignado, permitiendo así tener un control de la operación del servicio de factoraje financiero.
- Enviar un reporte de los clientes que se van a realizar el factoraje para notificar a través del Jefe de Crédito.
- Realizar un balance mensual de actividades, clientes, plazos, cobros, entre otros de los clientes asociados a la cartera de factoring.

### **3.7 El Contrato de Factoraje**

#### **3.7.1 Antecedentes Históricos**

Los orígenes de este servicio del factoraje se remonta al siglo 17 y 18 debido a las dificultades de cobro de las empresas manufactureras en cuanto a la exportación, donde los ingleses comenzaron a delegar a los norteamericanos y por supuesto el desplazamiento de un continente a otro encarecía la operación de este servicio por lo que en esa época comenzaron a realizar anticipos para las importaciones. De esa época que se remonta 4 décadas atrás a la actualidad ha tomado mucha fuerza en el Ecuador ya que este negocio en el mundo no ha parado de crecer convirtiendo esta forma de financiamiento en una alternativa que tienen los negocios para generar liquidez por la compra de sus documento por cobrar a corto plazo.

El Factoring es una técnica que encuentra su fuente en los Estados Unidos a finales del siglo XVIII. Se puede decir que el origen viene de la práctica de los representantes comerciales, los mostradores que tenían negocios en las calles y que vendían en forma de " Depósito de Venta " y bajo su marca, las mercancías que las manufacturas europeas les expedían. Su reputación, su práctica de "adelanto sobre venta" a los proveedores, su seriedad; garantizaba los pagos. Pronto el sistema sería aplicado en la otra dirección, enfrente de los créditos-clientes. Este modelo de movilización de crédito, fue formándose posteriormente, en la década de los años 50, con el comercio textil entre Inglaterra y sus ex colonias norteamericanas. Allí aparece la figura del FACTOR en el mercado, convirtiéndose en agente o representante de los comerciantes e industriales ingleses, en aquellas tierras.. (Rodriguez V., 2012, pág. 3)

Para poder hablar del Factor podemos decir que desempeña una función muy importante dentro de los negocios y en nuestro caso a una pequeña parte de las PYMES. El factor es en este caso es la empresa que va a realizar la operación del servicio la misma que va a negociar los documentos por cobrar de la empresa que se llamará cedente y el factorado o cliente quien es la persona o empresa a quien se le comprará su cartera para poder realizar la operación y en el momento de adquirir los derechos la empresa transfiere el riesgo al factor, fijando un porcentaje de comisión del servicio al momento de la recuperación de la cartera y en ese sentido brindarle al establecimiento o negocio que realiza la operación del factoraje la liquidez necesaria e inmediata.

### **3.7.2 El Factoring en la Legislación Ecuatoriana**

El Factoraje desde décadas atrás nace como una herramienta para los comerciantes, negocios en la compra de cartera, mediante el pago de una comisión por el servicio prestado. En nuestro país no ha cambiado esta figura,

más bien ha evolucionado en los servicios y beneficios que ofrece a sus clientes como son la gestión del cobro, servicio de gestión, estudio de mercado, pero lo más importante es brindar el servicio de autofinanciamiento a través de compra de cartera, capitalizando el negocio o apalancándolo con su propia cartera, realizando la gestión del cobro a través del factor quien es el que asumirá el riesgo y realizará un estudio crediticio de los posibles clientes de esa cartera para realizar el pago correspondiente al patio de vehículos usados que para nuestro caso de estudio es nuestro segmento de mercado con el que va a iniciar las negociaciones la cooperativa.

Tenemos la ley orgánica de Economía Popular y solidaria del Sistema Financiero en el capítulo de las Organizaciones del sector Financiero Popular y Solidario de la sección 1 de las Cooperativas de ahorro y crédito en donde nos dice:

**Art. 83.-** Actividades financieras.- Las cooperativas de ahorro y crédito, previa autorización de la Superintendencia, podrán realizar las siguientes actividades:

- h) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como por el otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y prácticas y usos nacionales e internacionales;
- k) Negociar títulos cambiarios o facturas que representen obligación de pago creados por ventas a crédito y anticipos de fondos con respaldo de los documentos referidos;

Las cooperativas de ahorro y crédito podrán realizar las operaciones detalladas en este artículo, de acuerdo al segmento al que pertenezcan, de conformidad a lo que establezca el Reglamento de esta Ley. (SEPS, 2013, pág. 14)

Tenemos la propuesta de la Vicepresidencia de la comisión Legislativa y de fiscalización en la que se propone incluir en la ley orgánica de Sistema

Financiero Cooperativo Popular y solidario en el capítulo de La Constitución Organización y Extinción de las cooperativas de ahorro y crédito las operaciones de factoring como tal dentro del presente artículo:

**Art. 77.-** Las cooperativas de ahorro y crédito, podrán efectuar actividades financieras, exclusivamente con sus asociados mediante secciones especializadas, bajo circunstancias especiales y cuando las condiciones sociales y económicas lo justifiquen. Para efectos de la presente ley se entenderá como actividad financiera la captación de depósitos, a la vista o a término de asociados para colocarlos nuevamente a través de préstamos, descuentos, anticipos u otras operaciones activas de crédito y, en general, el aprovechamiento o inversión de los recursos captados de los asociados. Las operaciones autorizadas a las cooperativas de ahorro y crédito son básicamente las siguientes:

- f) Efectuar operaciones de compra de cartera o factoring sobre toda clase de títulos.
- j) Las que autorice el Consejo Superior de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (SEPS, 2013, pág. 15)

“La ley faculta a los bancos e instituciones financieras a negociar documentos que representan obligación de pago por ventas a crédito.” (Andrade, 2003, pág. 121)

Dentro de la legislación ecuatoriana tenemos las leyes, reglamentos y decretos que se aprueban en la Asamblea Nacional y que reposan estos documentos actualizados en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, en donde se menciona las negociaciones de los títulos de créditos y facturas, existe una propuesta en la que se desea incluir el realizar operaciones de compra de cartera y factoring, en donde simplemente se envía un oficio en el cual se va a implementar este nuevo servicio financiero por parte de la cooperativa mencionando que es para beneficio de la economía popular y solidaria dentro de

la provincia de Imbabura y por lo que no existe ningún impedimento legal que pueda ser obstáculo de la prestación del servicio de factoraje financiero.

La Constitución Política de la República del Ecuador contempla y ampara que las reformas a la ley se publican en el Registro Oficial. Para nuestro caso de estudio tenemos algunas leyes referentes a las facturas y al sistema de cooperativas del Ecuador, tal como se establecen en los artículos mencionados a continuación:

### **La ley en el Registro Oficial**

**Las reformas dadas por LEY 0, Publicada en el Suplemento del Registro Oficial 498, de 31/DIC/2008 han sido insertadas en el texto de los artículos siguientes del Código de Comercio**

“**Art. 201.**- El comprador tiene derecho a exigir del vendedor que le entregue una factura de las mercaderías vendidas, y que ponga al pie de ella el recibo del precio total o de la parte que se le hubiere entregado.

No reclamándose contra el contenido de la factura, dentro de los ocho días siguientes a la entrega de ella, se tendrá por irrevocablemente aceptada.

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:

- a) La denominación "factura negociable" inserta en su texto;
- b) El número de orden del título librado, el que corresponderá al número de serie y secuencia consignado en la factura;
- c) La fecha de pago y el lugar donde debe efectuársele. 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;
- d) La orden incondicional de pagar una suma determinada de dinero;
- e) La especificación clara, en números y letras del monto a pagar y la moneda en que se lo hará; y,
- f) La firma del girador o librador y del aceptante u obligado o sus respectivos delegados.



El vencimiento en este tipo de facturas no podrá ser otro que los vencimientos permitidos para la letra de cambio, siendo nulas las facturas que contengan vencimientos distintos.

Adicionalmente, 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.

El deudor deberá pagar la obligación a la sola presentación de la primera copia de la factura a la que hace referencia esta Ley, en la forma y según los vencimientos establecidos en la misma, siempre que reúnan los requisitos establecidos en esta Ley y haya sido aceptada por el adquirente de los bienes.

Serán inoponibles a los cesionarios de una factura irrevocablemente aceptada, las excepciones personales que hubieren podido oponerse a los endosatarios de las mismas.

Se prohíbe todo acuerdo, convenio, estipulación o actuación de cualquier naturaleza que limite, restrinja o prohíba la libre circulación de un crédito que conste en una factura con las características antes señaladas. Facúltese al Consejo Nacional de Valores para determinar regulaciones en esta materia.

Nota: Artículo reformado por Art. 18 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 498 de 31 de Diciembre del 2008. (Código de Comercio, 2008, págs. 43-44)

Al hablar del artículo 201 del código de comercio, simplemente nos habla o nos da una referencia sobre las facturas que son negociables, en este caso la factura original es la que nos tienen que entregar los clientes para realizar la negociación de estos documentos son los que serán transferidas por endoso, es decir en los términos de esta Ley, sin necesidad de notificación al deudor o la aceptación de este. Para nuestro giro del negocio es importante porque en la cooperativa vamos a negociar la compra de la cartera de los clientes de los patios de vehículos usados y al realizar la adquisición de la cartera, para brindar el

servicio nos encargaremos de administrar la misma al realizar el análisis y asumir el riesgo.

El contrato podemos decir que es un contrato no tradicional que por la cantidad de definiciones que presenta no tiene una normativa escrita en nuestra legislación, es simplemente un contrato que se realiza en donde los participantes de esta negociación en donde persona llamada Factor a cambio de una comisión que está establecida por medio del porcentaje de recuperación de esa cartera se dedica a brindar una serie de servicios complementarios a parte de la gestión de recuperación como es el cobro de facturas adquiridas por usuarios de su cliente, gestión de cobranzas, estudio de mercado, el crecimiento de ventas de la empresa y en fin diferentes servicios que son complementarios al factoraje. Porque después de determinar el grado de complejidad lo que permite este servicio es disminuir el riesgo a su cliente endosando esta engorrosa actividad a quien se encarga de llevar la cartera de los usuarios de su cliente en este caso el factor quien asume la responsabilidad de la cartera y establecer también a quien se le puede otorgar financiamiento y por supuesto quien no está sujeto a esta condición a través de un análisis crediticio con lo que se asegura una mejor gestión de cobro y a su vez disminuir el riesgo para la operación.

### **3.7.3 Naturaleza Jurídica del Contrato de Factoring**

Es importante considerar que para el servicio de factoraje el presente contrato está compuesto si bien es cierto por las partes que interviene que en este caso es el cedente, el factor y el cliente y que se establece el domicilio del contrato y dentro de las cláusulas se menciona el servicio como tal, pero también se fija un porcentaje de comisión que se cobrará por la prestación de este servicio financiero. Pero dentro de esta figura se puede incluir prestaciones de servicio adicionales de varios contratos, entre ellos los servicios complementarios que el Factor provee a la empresa y/o negocio factorado como realizar el análisis de cobranza y proponer análisis solvencia de los clientes, estudios de mercado,

investigaciones, selección de clientela, y más destacado: la recuperación de capital que les permita a los negocios tener liquidez.

A continuación estudiaremos las características del Contrato de Factoraje para un mejor entendimiento de la presente investigación y mencionaremos también para nuestro caso la cesión de derechos y la reserva de dominio más adelante que son partes fundamentales dentro de la negociación con nuestros clientes debido al giro del negocio que tienen y por ende guarda relación entre las partes del presente contrato.

### **3.7.3.1 Características del Contrato de Factoring**

El contrato de factoring que la cooperativa Imbacoop presentará a sus clientes deberá contener los elementos antes expuestos y deberá estar sujeto a las leyes y competencias del sector financiero ecuatoriano, la SEPS, demás organismo de control; el mismo será diseñado mediante la asesoría del departamento legal de la cooperativa.

Las principales características del factoraje financiero se resumen lo siguiente:

- La empresa de factoraje es la que realiza gestiones de cobro de su cliente con respecto a las facturas cedidas.
- Esta sustitución de funciones supone un ahorro de costes de gestión de la empresa que cede sus derechos.
- Es también una garantía frente a la insolvencia de los deudores, ya que al ceder los derechos de cobro, la entidad de factoring, asume el riesgo que quiebra, impago, fraude, etc.
- Es una fuente de financiación, ya que funciona en muchos casos como si fuera un descuento de una letra, es decir, se abona el importe menos las comisiones y los intereses por adelantar el dinero. (Martínez R., 2010, págs. 165-166)

El contrato de factoring que la cooperativa Imbacoop presentará a sus clientes deberá contener los elementos antes expuestos y deberá estar sujeto a las leyes y competencias del sector financiero ecuatoriano, la SEPS, demás organismo de control; el mismo será diseñado mediante la asesoría del departamento legal de la cooperativa.

### **Servicios básicos**

#### **a) Administración de la cartera**

Conlleva una serie de tareas orientadas a proporcionar al cliente información diferenciada, tanto sobre el volumen de créditos cedidos, como de su situación respecto a sus deudores.

#### **b) Gestión de cobro**

El patio de vehículos usados vende la gestión de la cartera de deudores seleccionada al Factor, quien se encargará constantemente y de manera fiable sobre la situación de cada crédito y de cada deudor asumiendo el riesgo.

#### **c) Cobertura de riesgo por insolvencia de los compradores (Deudor)**

El Factor analiza y clasifica la cartera de clientes (deudores) del Cedente y establece unos límites de riesgo o de crédito por Deudor.

#### **d) Financiación**

El Cedente podrá disponer de anticipos o pagos a cuenta sobre los créditos cedidos, en un porcentaje que se establecerá en el contrato de Factoring.

La financiación a través de una operación de factoraje no es incompatible

con otros sistemas de financiación, por lo que la empresa puede utilizar las líneas de financiación otorgadas por sus bancos de forma complementaria, pues las necesidades de financiación de su activo circulante las tiene cubiertas con la operación de factoring. Por ello, se

dice que el Factoring incrementa la capacidad crediticia de la empresa. (Pastor L. & Rubio J., 2008, págs. 232-233)

Dentro de las características del factoraje debemos cumplir con al menos 2 de los cuatro servicios básicos para que se pueda efectuar el servicio financiero debido a que es importante que se tome en cuenta estos aspectos para efectuar un análisis crediticio de las facturas o documentos de crédito que vamos a negociar con nuestros potenciales clientes. Los aspectos fundamentales dentro de este proceso de compra de la cartera para solucionar las necesidades de liquidez de las PYMES es tener un adecuado preámbulo de la cartera que nos van a entregar en donde se encuentra la información sobre cada deudor, la cual va a permitir tener un completo análisis y clasificación de la misma y su respectivo límite de riesgo, permitiendo tomar decisiones en cuanto a la entrega del anticipo al cliente.

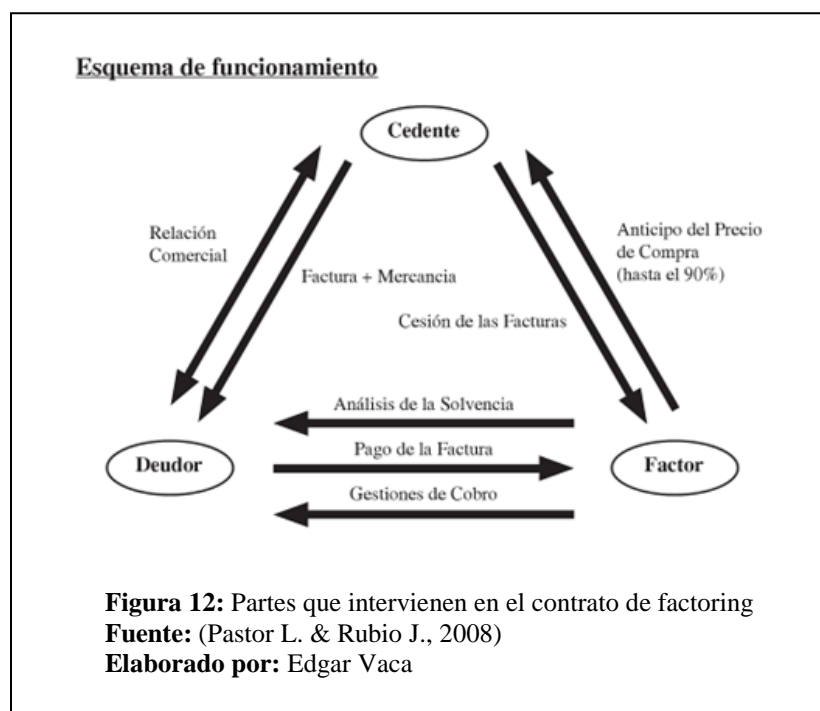
### **3.7.3.2 Partes que intervienen en el Contrato de Factoring**

Los actores definidos como participantes del proceso de factoring se pueden definir también como comprador y vendedor, el comprador se refiere en específico a la entidad financiera encargada de recolectar los documentos asociados al crédito y por ende al cobro de las obligaciones establecidas en el documento; el vendedor corresponde al propietario de la PYME que oferta sus documentos de cobro y por consecuencia a sus clientes a dicha entidad financiera, a cambio de un pago anticipado por la venta de los documentos de crédito.

Las partes que intervienen en una operación de factoraje son:

- **Cedente:** Empresa vendedora de bienes o servicios, titular de los créditos comerciales derivados de dicha venta, que garantiza la vigencia y legitimidad de tales créditos.
- **Factor:** Empresa que, mediante la cesión, pasa a ocupar el lugar del Cedente, como titular de los créditos, prestando al Cedente al menos dos de los servicios enumerados anteriormente.
- **Deudor:** Empresa compradora de los bienes o servicios, y obligada al pago del crédito. (Pastor L. & Rubio J., 2008)

En cuanto a la legislación ecuatoriana no existe ninguna limitante para el contrato de factoraje o factoring conocido comúnmente porque tienen su origen en las ventas y la compra de facturas por parte de la empresa que va a realizar la operación como factor, pero también es importante las condiciones de pago de la cartera que está adquiriendo porque no es la cartera vencida que se está comprando sino la cartera por cobrar para realizar la compra de los documentos por cobrar a corto plazo.



### 3.7.4 Categorización del Contrato

#### Modalidades de Factoring

Existen varias modalidades de factoring, en función de los distintos criterios de clasificación que se encuentran reflejados en:

- **Según el riesgo que asuma la empresa de factoring.**

##### **Con Recurso o Impropio.**

Es aquel en el que el factor no asume el riesgo de insolvencia de los deudores: en caso de impago, sólo se encargará de la gestión de cobro del impagado, acudiendo incluso a juicio por cuenta del cliente.

- **Sin Recurso o Propio.**

Es aquel en el que el factor asume el riesgo de insolvencia del deudor cedido. Es la modalidad más utilizada, sobre todo en el comercio internacional.

- **Según la existencia o no de financiación.**

##### **Credit Cash Factoring.**

Se estipula la financiación de los créditos cedidos por parte del factor, pudiendo el empresario solicitar su pago anticipado

##### **Maturity Factoring.**

Es la de gestión de cobro, y no cabe solicitar anticipos. El empresario no dispone del importe de los créditos hasta el momento de su vencimiento.

- **Según la notificación o no de la cesión al deudor.**

##### **Con Notificación.**

El empresario (cedente) notifica a sus deudores (cedidos) la posible cesión de su crédito a una empresa que va a prestar el servicio de factoring.

##### **Sin Notificación.**

En este tipo de factoring paga directamente al empresario, aunque el mismo en realidad actúa como mandatario, que en virtud de la cesión es el titular del crédito. No es muy frecuente, pero se utiliza cuando el

empresario no quiere que sus clientes conozcan sobre su estado económico.

- **En función del momento del pago.**

- **Con pago al vencimiento o a una fecha determinada.**

- Según se haga un pago individualizado al vencimiento de cada factura o se efectúe en una fecha de vencimiento media de las facturas integradas en una remesa y ello con independencia de que el factor haya cobrado o no a los deudores.

- **Con pago al cobro.**

- Es el que se pacta el pago al cliente cuando el factor cobre a los deudores (“pay” as “paid”), es decir que una vez que hay hecho el cobro a la cartera.

- **Con pago al cobro con una fecha límite.**

- Es la que el factor ha de pagar en la fecha límite establecida, o en la fecha de cobro si ésta es anterior a la fecha límite. Esta modalidad tiene razón de ser en los contratos sin recurso, de modo que aunque el factor asuma el riesgo de la insolvencia del deudor desde la cesión, no está obligado a pagar a su cliente sino una vez haya cobrado de dicho deudor.

- **Por la amplitud de funciones del factor.**

- **Factoring Tradicional “Old line factoring”.**

- El factor sólo presta servicios de administración de la cartera de clientes del empresario, de gestión de cobro y de garantía de cobro.

- **Factoring Moderno “New style factoring”.**

- El factor amplía los servicios anteriores, incorporando la financiación y los servicios de asesoramiento y consultoría.

- **Agency Factoring.**

- El factor presta los servicios de garantía de cobro y de financiación, pero la gestión de la cartera y de los cobros queda en manos del cedente.



### **Bulk Factoring.**

Este servicio financiero es en el que el factor solamente presta los servicios de financiación.

- **Por el lugar de residencia de los intervinientes.**

#### **Interno.**

El factoring interno conocido también como (“domestic factoring”), cuando el factor, el cliente y el deudor son del mismo país.

#### **Internacional.**

El factoring internacional, es cuando el cliente y el deudor están situados en países diferentes, por lo que la operación comercial que da origen al crédito cedido es una exportación de bienes o servicios. (Gómez C. & Marquez Z., 2006, págs. 154-157)

Para el caso de estudio y para la Cooperativa se utilizará el Servicio de Factoraje sin recurso o propio porque nos interesa comprar la cartera a nuestro clientes para poder efectuar un análisis y de esta manera fijar el porcentaje de compra de la cartera que se adquirirá y asumiendo el riesgo de la cobranza, pero por otro lado manejando las deudas de una manera personalizada sin tener que consultar ni notificar al cliente sobre la administración de la cartera sino que simplemente manejar confidencialmente los posibles clientes que en un futuro podrán utilizar los demás servicios de la Cooperativa incrementando así su número de clientes o socios.

Para el desarrollo del servicio financiero tenemos una muestra de patios de vehículos usados en la ciudad de Otavalo, por lo que vamos a tener un factoring interno en cuanto al lugar de residencia de los intervinientes en el contrato. Solamente nosotros vamos a desarrollar el servicio en el lugar de residencia de la cooperativa y extendernos a ciudades cercanas dentro de la provincia de Imbabura ajustándonos al presupuesto de la cooperativa Imbacoop.

### **3.7.5 Contenido del Contrato de Factoring**

#### **El Contrato**

El contrato de servicio de factoraje tiene dos actores que son el cliente y la sociedad o el factor y para cada una de las parte que van a formalizar este servicio tienen derechos y obligaciones que tienen que cumplir cada una de las partes, para que se realice satisfactoriamente la operación y de esta manera verse beneficiados tanto la empresa que en este caso necesita liquidez para poder seguir reinvertiendo este recurso en el giro del negocio y también la sociedad que está prestando este servicio porque se captan nuevos potenciales clientes con los que se trabajará a corto y mediano plazo con la cesión de sus facturas.

Para efectuar la operación de factoraje financiero necesitamos formalizar o suscribir un contrato entre el cliente, el empresario y la empresa que va a brindar el servicio de factoraje mediante un contrato en el cual viene determinado un conjunto de derechos y obligaciones, tanto de la empresa que va a prestar el servicio de factoring como del cliente, en donde se encuentra estipulado las condiciones para las partes. (Gómez C. & Marquez Z., 2006, pág. 148)

#### **a) Derechos de la sociedad de factoring:**

- Selección de los deudores cedidos y rechazo de aquellos que no presenten unas garantías de cobro (solventia) suficientes.
- Facilidad de acceso a la contabilidad del cliente (cedente).
- Recibir la contraprestación pactada.

#### **b) Obligaciones de la sociedad de factoring:**

- Cobrar los créditos con corrección comercial, esto es ajustándose a los usos del comercio, para no perjudicar el negocio del cedente.

- Ajustarse estrictamente a las fechas de vencimiento de los créditos cedidos.
- Asumir el riesgo de impago de los deudores, cuando se produzcan por razones distintas de la mala actuación comercial del vendedor.
- Recurrir a la reclamación judicial sólo como última solución.
- Informar del inicio de cualquier procedimiento judicial contra deudores morosos.
- Utilizar la información que posee de la empresa cliente sólo para ajustar los límites de riesgo y controlar la veracidad de la información.
- Investigar a los deudores con discreción.
- Facilitar la información contable de los créditos con la periodicidad y el rigor pactados.
- Pagar al empresario (cliente) los créditos cedidos, con deducción de los anticipos pactados (en su caso).

**c) Derechos del cedente (empresa cliente):**

- Recibir de la sociedad de factoring los servicios pactados.
- Cobrar los créditos cedidos.
- Cobrar los anticipos pactados.
- Asumir, si lo desea, el riesgo comercial de insolvencia de los deudores (en el factoring “con recurso” o impropio).

**d) Obligaciones del cedente:**

- Ceder a la sociedad de factoring todos sus créditos comerciales a corto plazo, junto con los derechos, acciones y garantías que les sean accesorios (“principio de globalidad”).
- La globalidad puede referirse a una parte o sector de la facturación total del cliente, siempre que esa parte o sector esté delimitado por procedimientos objetivos como canales de venia (p. ej. venias a

distribuidores o ventas a minoristas), líneas de productos, zonas geográficas, etc.

- Durante la vigencia del contrato el cliente no podrá mantener, al mismo tiempo, relaciones con otras entidades de factoring, salvo el caso de operaciones sindicadas o cuando cuente con el consentimiento de ambos factores (“principio de exclusividad”).
- Suministrar toda la información económica y financiera (que le solicite el factor, sobre la propia empresa, sobre sus deudores y sobre las incidencias que haya tenido con cada uno de ellos.
- Notificar a sus deudores que ha contratado los servicios de una empresa de factoring. (Gómez C. & Marquez Z., 2006, págs. 148-150)

#### **3.7.5.1 La Comisión del Factor**

Son factores que influyen para la determinación de la comisión por la prestación de los servicios del Factoraje. El cálculo de esta comisión se realiza: sobre el valor total de los créditos transferidos y corresponde al pago por la gestión de los servicios prestados por el Factor en nuestro caso la Cooperativa.

Para realizar este cálculo las empresas que brindan este servicio financiero fijan en los contratos un porcentaje de comisión del valor total de la cartera que se va a recuperar, estableciendo anticipos de pagos y el pago final al momento de cobrar la totalidad de la cartera el pago final. En este sentido no existe una ley específica pero para este servicio deberá estar dentro de las tasas activas y pasivas de las instituciones financieras del país.

Obviamente es fundamental explicarle al cliente que la compra de la cartera es de las cuentas por cobrar que tienen estos negocios a corto plazo, es decir los créditos de los clientes que todavía no han cancelado para proceder a la operación.

### 3.7.6 La Transferencia de Créditos

En este artículo del Código Civil Ecuatoriano menciona que la parte que se obliga a brindar un servicio de calidad es el cliente del contrato de Factoring, la obligación del Factor es únicamente restituir los créditos es por eso que las partes deben estar de acuerdo en la cesión de crédito para que el deudor no se oponga a esta operación.

El Código Civil ecuatoriano establece que: **Art. 1675.-** El deudor que acepta sin reserva alguna la cesión que el acreedor haya hecho de sus derechos a un tercero, no podrá oponer, en compensación, al cesionario los créditos que antes de la aceptación hubiera podido oponer al cedente. Si la cesión no ha sido aceptada, podrá el deudor oponer al cesionario todos los créditos que antes de notificársele la cesión haya adquirido contra el cedente, aun cuando no hubieren llegado a ser exigibles sino después de la notificación. (Código Civil Ecuatoriano, 2007, págs. 294).

En este artículo del Código Civil Ecuatoriano menciona que la parte que se obliga a brindar un servicio de calidad es el cliente del contrato de Factoring, la obligación del Factor es únicamente restituir los créditos es por eso que las partes deben estar de acuerdo en la cesión de crédito para que el deudor no se oponga a esta operación.

Para la legislación Ecuatoriana en el artículo 1841 del Código Civil en la cesión de un crédito personal nos manifiesta lo siguiente:

“La cesión de un crédito personal, a cualquier título que se haga, no tendrá efecto entre el cedente y el cesionario sino en virtud de la entrega del título” (Código Civil Ecuatoriano, 2007, págs. 294).

En este artículo que habla sobre la cesión de derechos en el cual surge efecto de la cesión, siempre y cuando el título cambie de dominio, para que pueda efectuarse esta operación entre el cedente y el cesionario. Ahora en cuanto a la transferencia de créditos, es una de las partes más importantes del contrato de Factoraje; ya que opera por parte del cliente adherente directamente hacia el Factor. Debemos tomar en cuenta que la transferencia de créditos tiene la característica de ser futura y sobre la totalidad de los créditos.

Ahora tenemos que hablar también de la responsabilidad del cedente, ya que el artículo 1848 del Código Civil manifiesta:

El que cede un crédito a título oneroso se hace responsable de la existencia del crédito al tiempo de la cesión esto es, de que verdaderamente le pertenecía en ese tiempo; pero no se hace responsable de la solvencia del deudor. (Código Civil Ecuatoriano, 2007, págs. 296).

Este artículo nos habla sobre la cesión de los derechos al comprar la cartera de asumir el riesgo de no pago, es por eso muy importante efectuar primero una verificación y análisis de la posible cartera para poder determinar el porcentaje de compra debido a que en la cooperativa se va asumir el riesgo pero que en definitiva ganaremos más clientes y nos adentramos a un nuevo potencial mercado.

### **3.7.7 La Reserva de Dominio**

Se reserva el dominio en nuestro caso de estudio la cancelar la deuda total acordada en el momento del contrato en los términos indicados como las características y descripción de bien, que en nuestro caso es el vehículo, en donde el comprador tendrá el vehículo prendado y aparecerá en la matrícula como NO NEGOCIABLE, es decir hasta que termine de cancelar el bien.

En nuestro país en el artículo 1 de la sección de La Venta con Reserva de dominio señala que, en las ventas de bienes muebles que se realicen a crédito o plazos, el vendedor podrá reservarse el dominio hasta que el comprador pague la totalidad de la deuda acordada del bien, seguidamente el comprador adquirirá el dominio del bien con el pago de la totalidad de la deuda, pero asumirá el riesgo de la misma la Cooperativa en el momento que reciba los contratos del comprador, situación que nos hará llegar los patios conjuntamente con el pagaré.

Ahora es necesario anotar que la mayoría de juristas hablan acerca de la reserva de dominio como una cláusula del contrato de compraventa, y otros se refieren a una modalidad del contrato de compraventa. En realidad es clave para entender las características de la venta con reserva de dominio, ya que es tratada como una sección más del título que habla acerca de la compraventa en el Código de Comercio, porque tiene algunas características diferentes a las del contrato de compraventa.

## **CAPITULO 4**

### **PROUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO**

Este estudio es uno de los procesos más importantes en la ejecución del proyecto de factoraje para la Cooperativa Imbacoop porque enmarca la información en datos comparativos para la elaboración del mismo.

Nos permite integrar todos los procesos de investigación de mercado, el estudio técnico para verificar el comportamiento de las inversiones y gastos necesarios para la implementación del presente servicio financiero tomando en cuenta todas las variables que intervienen en este proceso considerando los indicadores financieros que vamos a tener de la información que tenemos de la empresa para obtener los índices financieros, capital de trabajo, flujos de caja, permitiéndonos tener una proyección clara para poder evaluar la rentabilidad y el periodo de recuperación de las inversiones en cuanto a la implementación.

#### **4.1 Objetivos del Estudio Financiero**

- Determinar la inversión total requerida para la implementación del servicio de factoraje financiero para la ejecución del proyecto.
- Determinar el presupuesto de ingresos y gastos en el que incurrirá el presente servicio financiero en la Cooperativa.
- Analizar y evaluar las diferentes variables financieras que intervienen en las operaciones económicas en el presente estudio
- Determinar los índices e indicadores financieros que vamos a utilizar en la implementación del servicio.



## **4.2 Propuesta de Implementación**

En este capítulo se va a realizar un análisis financiero para realizar la propuesta de implementación del servicio de factoraje financiero que va a beneficiar a la Cooperativa Imbacoop y a los patios de vehículos usados lo que le permitía a la institución financiera diversificar su portafolio de inversiones asumiendo el riesgo, pero garantizándose el pago de la cartera que se va a recuperar y los patios con la liquidez para contar con capital de trabajo.

Con todo este preámbulo vamos a realizar una propuesta de implementación de este servicio financiero que le va a permitir a la cooperativa adquirir una cartera nueva de los patios de vehículos usados porque se va a negociar las tablas de amortización de la cartera a negociar, es decir que la Cooperativa compra las tablas de amortización con los intereses y al recuperar la cartera vamos a entregar a los patios el valor del Saldo a Financiar restando los intereses, ya que solamente les vamos a entregar el capital y sobretodo que los accionistas puedan invertir en este proyecto que va a incrementar sus clientes a través de este servicio.

## **4.3 Análisis de la Cartera a negociar con los Patios**

Para esto vamos a hacer un análisis de cuantos clientes de vehículos van a ser parte de la operación del servicio de factoraje, en el siguiente cuadro es donde podemos apreciar los promedios de venta de los patios ya que en nuestro proyecto nos interesa conocer cuál es el valor de venta promedio de vehículos usados en la ciudad de Otavalo.

Para poder determinar este valor recurrimos a las encuestas donde tenemos la cantidad el precio y los ingresos que estos establecimientos generan en el mes por lo que sacamos la media aritmética para determinar los valores que están comercializando en cuanto a unidades valor y promedio de ingresos.

**Tabla 31 Valores promedios de los patios de autos usados**

PATIO	PLAZO	CANTIDAD	V P V	S A F	INGRESOS
IMBAUTO	12	18	23.000	6.900	124.200
TÍO CAR	12	16	21.000	6.300	100.800
RUIZ AUTOS	12	15	20.000	6.000	90.000
MALEX CAR	12	14	18.000	5.400	75.600
AUTOVENTAS MAYUCAR	12	10	18.000	5.400	54.000
BT AUTOS	18	9	16.000	4.800	43.200
AUTOMOTORES DEL NORTE	18	8	15.000	4.500	36.000
AUTOCASIÓN	12	8	14.500	4.350	34.800
MEGACAR AUTOVENTAS	18	7	12.000	3.600	25.200
TOTAL	14	12	17.500	5.250	583.800

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

De esos datos tenemos que el valor de venta de vehículos promedio es de \$17.500 y de esta cantidad sabemos que el cliente que adquiere un auto usado en los patios generalmente con el 70% del valor del automotor por lo se genera un 30% de endeudamiento que otorgan a los clientes en un plazo promedio 14 meses. Para nuestro caso de estudio vamos a referirnos a esos datos para determinar realmente cual es el saldo a financiar promedio de cada uno de estos clientes y a cuánto asciende el valor de la cartera que se va a negociar.

**Tabla 32 Desglose del costo del servicio de factoraje**

Demanda Insatisfecha	Trabajar con el 1% D. I.	Saldo a Financiar	80% Cartera Aprobada	20% Cartera Negada	Total Cartera a Negociar
7.325	73	\$ 5.250	58	15	\$ 304.500

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

Para el año 2013 tenemos una demanda insatisfecha considerable para el desarrollo del servicio de factoraje financiero en la Cooperativa Imbacoop que trabajará con el 1% inicial, es decir para el año 2013 vamos a desarrollar el servicio que atenderá a 58 clientes que serán aprobados para la compra de la cartera.

Vamos a poner un ejemplo de un vehículo promedio que se vende en los patios de autos usados en la ciudad de Otavalo. En los cuadros de abajo tenemos las tablas de amortización que nos entregarán los patios de vehículos usados para realizar la operación de factoraje con los siguientes datos:

Valor : 17.500  
 Monto : 5.250  
 Interés : 15,30%  
 Plazo : 12 meses

**Tabla 33 Cuotas fijas**

MESES	SALDO AL	PAGO	PAGO	CUOTA
	INCIO	CAPITAL	INTERES	
1	5.250,00	407,66	66,94	\$ 474,60
2	4.842,34	412,86	61,74	474,60
3	4.429,48	418,12	56,48	474,60
4	4.011,35	423,45	51,14	474,60
5	3.587,90	428,85	45,75	474,60
6	3.159,05	434,32	40,28	474,60
7	2.724,72	439,86	34,74	474,60
8	2.284,86	445,47	29,13	474,60
9	1.839,40	451,15	23,45	474,60
10	1.388,25	456,90	17,70	474,60
11	931,35	462,72	11,87	474,60
12	468,62	468,62	5,97	474,60
TOTAL		5.250,00	445,20	5.695,20

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

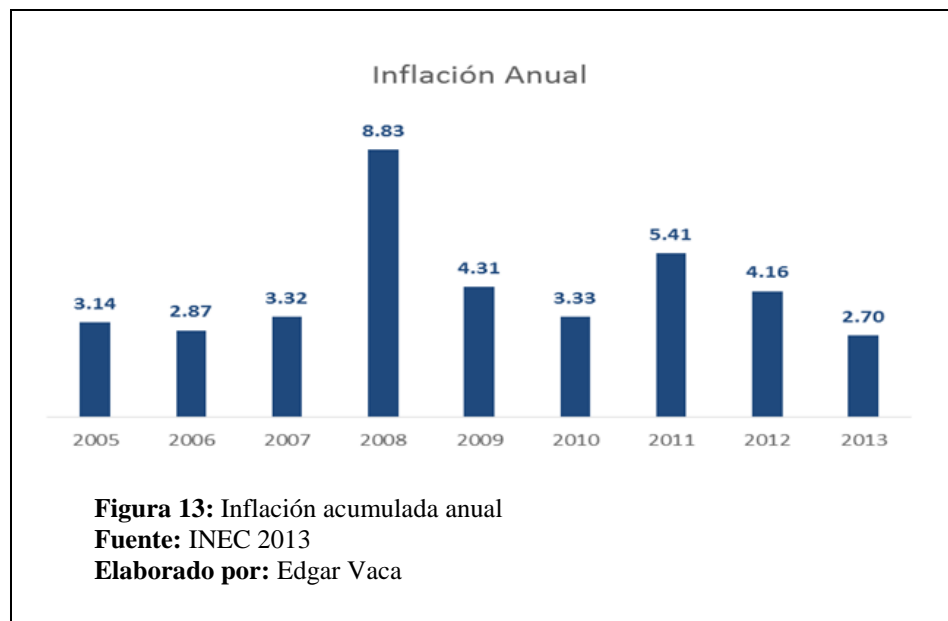
**Tabla 34 Cuotas variables**

MESES	SALDO AL INICIO	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	CUOTA
1	5.250,00	437,50	66,94	\$ 504,44
2	4.812,50	437,50	61,36	498,86
3	4.375,00	437,50	55,78	493,28
4	3.937,50	437,50	50,20	487,70
5	3.500,00	437,50	44,63	482,13
6	3.062,50	437,50	39,05	476,55
7	2.625,00	437,50	33,47	470,97
8	2.187,50	437,50	27,89	465,39
9	1.750,00	437,50	22,31	459,81
10	1.312,50	437,50	16,73	454,23
11	875,00	437,50	11,16	448,66
12	437,50	437,50	5,58	443,08
TOTAL		5.250,00	435,09	5.685,09

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

#### 4.4 Tasa de Inflación en el Ecuador

Ecuador registró una inflación anual de 2,70% en el 2013 frente al 4,16% del 2012, lo que la ubica como la inflación anual más baja desde hace ocho años, según el último reporte del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).



La Canasta Básica se ubicó en 620,86 dólares, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de 593,60 dólares. En diciembre del 2012, la Canasta Básica llegó a 595,7 dólares con un ingreso familiar de 545,07 dólares.

$$\bar{X} = \frac{X1 + X2 + \dots + Xn}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{4,31\% + 3,33\% + 5,41\% + 4,16\% + 2,70\%}{5}$$

$$\bar{X} = \frac{19,91\%}{5}$$

$$\bar{X} = 3,98\%$$

## **4.5 Presupuesto**

Para nuestro estudio vamos a determinar los ingresos y gastos que la Cooperativa de Ahorro y Crédito va a tener en un período determinado.

### **4.5.1 Presupuesto de Inversión**

Está compuesto del capital de trabajo que el proyecto necesita para llevarse a cabo.

#### **4.5.1.1 Activos Fijos**

Los Activos fijos son todos los bienes de una empresa, que son necesarios para su funcionamiento, pero que no son destinados para la venta. Para el presente servicio de factoraje financiero no se va considerar estos recursos.

#### 4.5.1.2 Gastos de Suministros y Materiales

Para la implementación del Servicio de Factoraje Financiero es necesario incurrir en gastos de papelería y formularios, para lo cual se procederá de acuerdo al diseño de los formatos de la Cooperativa con su respectivo logo y diseño que detallará los distintos formatos que serán para evaluar la situación crediticia de los clientes y los datos de los patios de autos usados a quienes vamos a comprar la cartera de crédito detallado en la siguiente tabla:

**Tabla 35 Suministros y materiales**

Suministros y Materiales						
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papelería	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 187,16	\$ 194,61	\$ 202,36	\$ 210,41
Formularios	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 311,94	\$ 324,36	\$ 337,26	\$ 350,69
Total	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 499,10	\$ 518,97	\$ 539,62	\$ 561,10

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

#### 4.5.1.3 Capacitación para los Asesores de Crédito

Se destina este rubro al Capacitador de los asesores quienes serán los responsables de la captación de los clientes del servicio de factoraje financiero que va a ser el eje fundamental en la operación.

**Tabla 36 Capacitaciones a los asesores de crédito**

Capacitación						
Concepto	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacitador	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

#### 4.5.2 Capital de Trabajo

Es la cantidad de recursos que requiere una empresa para iniciar sus actividades en un corto plazo antes de recibir sus primeros ingresos, para nuestro caso será la cantidad que se necesita para empezar las operaciones del servicio financiero de factoraje a través de la Cooperativa.

**Tabla 37 Resumen de gastos del proyecto**

Resumen de los Gastos a realizarse en el Proyecto						
Concepto	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacitación	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros de Oficina	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 499,10	\$ 518,97	\$ 539,62	\$ 561,10
Reposicion por Fact. a PVU	\$ -	\$ 318.276,00	\$ 364.266,00	\$ 375.900,00	\$ 387.534,00	\$ 399.168,00
<b>Total</b>	<b>\$ 40,00</b>	<b>\$ 319.256,00</b>	<b>\$ 364.765,10</b>	<b>\$ 376.418,97</b>	<b>\$ 388.073,62</b>	<b>\$ 399.729,10</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

**Tabla 38 Inversión para implementar el servicio de factoraje**

Inversiones	
Detalle	Valor
Capital de trabajo	\$ 79.814,00
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 79.814,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

Como se puede apreciar en el cuadro, en la Cooperativa no tenemos inversiones en activos fijos en lo que se refiere a los recursos materiales y tecnológicos, sino que simplemente tenemos una inversión en Capital de trabajo que tomamos del primer año de inversión en la Cooperativa. No vamos a tener más gastos porque es una empresa ya establecida que tiene su estructura, activos, materiales y se encuentran 10 años en el mercado de Imbabura, es por eso que únicamente vamos a detallar lo que se va a utilizar en la implementación del Servicio de Factoraje.

#### **4.6 Beneficios del Servicio de Factoraje para la Cooperativa**

En este cuadro se va a preciar de acuerdo a nuestra proyección de clientes aprobados que vamos a tener para la cooperativa para los próximos años los siguientes ingresos, gastos y la utilidad que se va a generar solamente del servicio de Factoraje para la cooperativa Imbacoop.

**Tabla 39 Proyección de compra de cartera**

Proyección de Compra de Cartera Cada Año			
Año	Demanda Insatisfecha	Análisis de Cartera	Cartera de Clientes Aprobados 80%
2010	6.473	65	52
2011	6.723	67	54
2012	6.998	70	56
2013	7.284	73	58
2014	7.578	76	61
2015	8.673	87	69
2016	8.950	90	72
2017	9.227	92	74
2018	9.504	95	76
2019	9.781	98	78

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

**Tabla 40 Ingresos por servicio de factoraje**

Ingresos por Factoring para la Cooperativa					
Años	2014	2015	2016	2017	2018
Número de clientes de la Cartera Negociada	61	69	72	74	76
Total Ingresos	345.265,80	395.155,76	407.776,32	420.396,88	433.017,45
Egresos	\$ 319.256,00	\$ 364.765,10	\$ 376.418,97	\$ 388.073,62	\$ 399.729,10
Reposición por Fact	\$ 318.276,00	\$ 364.266,00	\$ 375.900,00	\$ 387.534,00	\$ 399.168,00
Suministros	\$ 480,00	\$ 499,10	\$ 518,97	\$ 539,62	\$ 561,10
Capacitación	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad	\$ 26.009,80	\$ 30.390,65	\$ 31.357,35	\$ 32.323,26	\$ 33.288,35

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca

**Tabla 41 Flujo anual y mensual del servicio de factoraje**

Flujo Anual de Factoraje para la Cooperativa Imbacoop					
Años	2014	2015	2016	2017	2018
Anual	26010	30391	31357	32323	33288
Mensual	2.167,48	2.532,55	2.613,11	2.693,60	2.774,03

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Edgar Vaca



## 4.7 Realidad de la Cooperativa sin Factoraje

**Tabla 42 Estado de pérdidas y ganancias**

COOP. DE AHORRO Y CREDITO IMBABURA LTDA  
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
<b>GASTOS</b>				
<b>41 INTERESES CAUSADOS</b>	<b>84.689,17</b>	<b>85.235,42</b>	<b>89.484,39</b>	<b>\$ 92.003,37</b>
4101 Obligaciones Con El Publico	84.689,17	85.235,42	89.484,39	\$ 92.003,37
<b>42 COMISIONES CAUSADAS</b>	<b>9.237,63</b>	<b>9.745,36</b>	<b>11.795,16</b>	<b>\$ 13.359,78</b>
4201 Obligaciones Financieras	9.237,63	9.745,36	11.795,16	\$ 13.359,78
<b>43 PERDIDAS FINANCIERAS</b>	<b>125,31</b>	<b>152,43</b>	<b>99,41</b>	<b>\$ 92,88</b>
4303 En Venta De Activos Productivos	125,31	152,43	99,41	\$ 92,88
<b>44 PROVISIONES</b>	<b>2.563,44</b>	<b>2.789,49</b>	<b>3.489,29</b>	<b>\$ 4.080,82</b>
4402 Cartera De Creditos	2.563,44	2.789,49	3.489,29	\$ 4.080,82
<b>45 GASTOS DE OPERACION</b>	<b>143.731,51</b>	<b>153.191,10</b>	<b>173.893,45</b>	<b>\$ 191.821,18</b>
4501 Gastos De Personal	72.847,16	77.847,16	85.047,86	\$ 91.899,94
4502 Honorarios	3.850,45	3.930,57	4.403,60	\$ 4.714,39
4503 Servicios Varios	30.471,29	33.851,63	41.991,23	\$ 49.368,76
4504 Impuestos, Contribuciones Y Multas	5.283,11	5.858,24	6.058,88	\$ 6.492,43
4505 Depreciaciones	6.355,56	6.805,56	7.805,04	\$ 8.654,49
4506 Amortizaciones	134,70	134,70	174,70	\$ 200,64
4507 Otros Gastos	24.789,24	24.763,24	28.412,14	\$ 30.490,53
<b>47 OTROS GASTOS Y PERDIDAS</b>	<b>2.573,47</b>	<b>2.861,43</b>	<b>3.691,26</b>	<b>\$ 4.433,02</b>
4703 Intereses Y Comisiones Devengados En	2.573,47	2.861,43	3.691,26	\$ 4.433,02
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$242.920,53</b>	<b>\$253.975,23</b>	<b>\$282.452,96</b>	<b>\$ 305.791,05</b>
<b>INGRESOS</b>				
<b>51 INTERESES Y DESCUENTOS GANADOS</b>	<b>195.562,27</b>	<b>200.489,42</b>	<b>216.680,18</b>	<b>\$ 228.158,92</b>
5104 Intereses De Cartera De Créditos	195.562,27	200.489,42	216.680,18	\$ 228.158,92
<b>54 INGRESOS POR SERVICIOS</b>	<b>38.726,96</b>	<b>42.692,09</b>	<b>49.708,05</b>	<b>\$ 56.341,33</b>
5403 Afiliaciones Y Renovaciones	22.359,83	24.584,03	28.794,00	\$ 32.691,57
5404 Manejo Y Cobranzas	13.723,21	15.268,54	17.674,53	\$ 20.062,23
5405 Servicios Cooperativos	2.643,92	2.839,52	3.239,52	\$ 3.587,53
<b>56 OTROS INGRESOS</b>	<b>11.639,18</b>	<b>12.653,74</b>	<b>16.293,16</b>	<b>\$ 19.351,78</b>
5604 Recuperaciones De Activos Financiero	11.639,18	12.653,74	16.293,16	\$ 19.346,37
5690 Otros	40,00	30,00	10,00	\$ 5,42
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$245.928,41</b>	<b>\$255.835,25</b>	<b>\$282.681,39</b>	<b>\$ 303.852,03</b>
<b>EXEDENTE / PÉRDIDA</b>	<b>\$3.007,88</b>	<b>\$1.860,02</b>	<b>\$228,43</b>	<b>-\$ 1.939,02</b>

Fuente: Cooperativa Imbacoop

Elaborado por: Edgar Vaca

## 4.8 Realidad de la Cooperativa con Factoraje

**Tabla 43 Estado de pérdidas y ganancias proyectado**

COOP. DE AHORRO Y CREDITO IMBABURA LTDA  
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014 *		AÑO 2015		AÑO 2016		AÑO 2017		AÑO 2018		AÑO 2019	
<b>GASTOS</b>												
<b>41 INTERESES CAUSADOS</b>		\$ 92.003,37		\$ 95.665,10		\$ 99.472,58		\$ 103.431,58		\$ 107.548,16		\$ 111.828,58
4101 Obligaciones Con El Publico	\$ 92.003,37		\$ 95.665,10		\$ 99.472,58		\$ 103.431,58		\$ 107.548,16		\$ 111.828,58	
<b>42 COMISIONES CAUSADAS</b>		\$ 13.359,78		\$ 13.891,50		\$ 14.444,38		\$ 15.019,27		\$ 15.617,04		\$ 16.238,60
4201 Obligaciones Financieras	\$ 13.359,78		\$ 13.891,50		\$ 14.444,38		\$ 15.019,27		\$ 15.617,04		\$ 16.238,60	
<b>43 PERDIDAS FINANCIERAS</b>		\$ 92,88		\$ 96,57		\$ 100,42		\$ 104,42		\$ 108,57		\$ 112,89
4303 En Venta De Activos Productivos	\$ 92,88		\$ 96,57		\$ 100,42		\$ 104,42		\$ 108,57		\$ 112,89	
<b>44 PROVISIONES</b>		\$ 4.080,82		\$ 4.243,23		\$ 4.412,11		\$ 4.587,72		\$ 4.770,31		\$ 4.960,16
4402 Cartera De Creditos	\$ 4.080,82		\$ 4.243,23		\$ 4.412,11		\$ 4.587,72		\$ 4.770,31		\$ 4.960,16	
<b>45 GASTOS DE OPERACION</b>		\$ 510.577,18		\$ 530.898,15		\$ 552.027,90		\$ 573.998,61		\$ 596.843,75		\$ 620.598,14
4501 Gastos De Personal	\$ 91.899,94		\$ 95.557,56		\$ 99.360,75		\$ 103.315,31		\$ 107.427,26		\$ 111.702,86	
4502 Honorarios	\$ 4.714,39		\$ 4.902,03		\$ 5.097,13		\$ 5.299,99		\$ 5.510,93		\$ 5.730,27	
Reposición por Fact*	\$ 318.276,00		\$ 330.943,38		\$ 344.114,93		\$ 357.810,71		\$ 372.051,57		\$ 386.859,22	
4503 Servicios Varios	\$ 49.368,76		\$ 51.333,64		\$ 53.376,72		\$ 55.501,11		\$ 57.710,06		\$ 60.006,92	
4504 Impuestos, Contribuciones Y	\$ 6.492,43		\$ 6.750,83		\$ 7.019,51		\$ 7.298,88		\$ 7.589,38		\$ 7.891,44	
4505 Depreciaciones	\$ 8.654,49		\$ 8.998,94		\$ 9.357,09		\$ 9.729,51		\$ 10.116,74		\$ 10.519,39	
4506 Amortizaciones	\$ 200,64		\$ 208,62		\$ 216,93		\$ 225,56		\$ 234,54		\$ 243,87	
4507 Otros Gastos	\$ 30.490,53		\$ 31.704,05		\$ 32.965,87		\$ 34.277,91		\$ 35.642,17		\$ 37.060,73	
Suministros*	\$ 480,00		\$ 499,10		\$ 518,97		\$ 539,62		\$ 561,10		\$ 583,43	
<b>47 OTROS GASTOS Y PERDIDAS</b>		\$ 4.433,02		\$ 4.609,45		\$ 4.792,91		\$ 4.983,67		\$ 5.182,02		\$ 5.388,26
4703 Intereses Y Comisiones	\$ 4.433,02		\$ 4.609,45		\$ 4.792,91		\$ 4.983,67		\$ 5.182,02		\$ 5.388,26	
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$ 624.547,05</b>		<b>\$ 649.404,02</b>		<b>\$ 675.250,30</b>		<b>\$ 702.125,26</b>		<b>\$ 730.069,85</b>		<b>\$ 759.126,63</b>
<b>INGRESOS</b>												
<b>51 INTERESES Y DESCUENTOS</b>		\$ 228.158,92		\$ 237.239,64		\$ 246.681,78		\$ 256.499,72		\$ 266.708,40		\$ 277.323,40
5104 Intereses De Cartera De Créditos	\$ 228.158,92		\$ 237.239,64		\$ 246.681,78		\$ 256.499,72		\$ 266.708,40		\$ 277.323,40	
<b>54 INGRESOS POR SERVICIOS</b>		\$ 401.607,13		\$ 417.591,10		\$ 434.211,22		\$ 451.492,83		\$ 469.462,24		\$ 488.146,84
5403 Afiliaciones Y Renovaciones	\$ 32.691,57		\$ 33.992,70		\$ 35.345,61		\$ 36.752,36		\$ 38.215,11		\$ 39.736,07	
5404 Manejo Y Cobranzas	\$ 20.062,23		\$ 20.860,71		\$ 21.690,96		\$ 22.554,26		\$ 23.451,92		\$ 24.385,31	
5405 Servicios Cooperativos	\$ 3.587,53		\$ 3.730,31		\$ 3.878,78		\$ 4.033,15		\$ 4.193,67		\$ 4.360,58	
Ingresos por Fact*	\$ 345.265,80		\$ 359.007,38		\$ 373.295,88		\$ 388.153,05		\$ 403.601,55		\$ 419.664,89	
<b>56 OTROS INGRESOS</b>		\$ 19.351,78		\$ 20.121,98		\$ 20.922,84		\$ 21.755,57		\$ 22.621,44		\$ 23.521,77
5604 Recuperaciones De Activos	\$ 19.346,37		\$ 20.116,35		\$ 20.916,98		\$ 21.749,48		\$ 22.615,11		\$ 23.515,19	
5690 Otros	\$ 5,42		\$ 5,63		\$ 5,86		\$ 6,09		\$ 6,33		\$ 6,58	
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$ 649.117,83</b>		<b>\$ 674.952,72</b>		<b>\$ 701.815,84</b>		<b>\$ 729.748,11</b>		<b>\$ 758.792,09</b>		<b>\$ 788.992,01</b>
<b>EXEDENTE / PÉRDIDA</b>		<b>\$ 24.570,78</b>		<b>\$ 25.548,70</b>		<b>\$ 26.565,54</b>		<b>\$ 27.622,85</b>		<b>\$ 28.722,24</b>		<b>\$ 29.865,38</b>

Fuente: Cooperativa Imbacoop  
Elaborado por: Edgar Vaca

## 4.9 Beneficios del Servicio de Factoraje para los Patios de Autos Usados

### 4.9.1 Realidad sin Factoring

La realidad de los patios de autos usados actualmente en la ciudad de Otavalo, es que se quedan con stock de vehículos, debido a los diversos problemas que se presenta para el cliente como es el financiamiento, ya que si el cliente cuenta con una entrada menor del 70% del valor de vehículo es mucho más difícil y por supuesto, no existen otras alternativas de financiamiento, por lo que se quedan con estos vehículos en los patios sin poder venderlos, lo que produce la falta de liquidez para adquirir más modelos para comercializar en los patios.

Valor del Vehículo Promedio: 17.500

**Tabla 44 Realidad de los patios sin factoraje**

<b>PATIO</b>	<b>VENTAS</b>	<b>STOCK</b>	<b>DIFERENCIA</b>	<b>DEJAN DE VENDER</b>
IMBAUTO	252	264	12	210.000
TÍO CAR	228	276	48	840.000
RUIZ AUTOS	216	240	24	420.000
MALEX CAR	192	216	24	420.000
AUTOVENTAS MAYUCAR	168	192	24	420.000
BT AUTOS	144	180	36	630.000
AUTOMOTORES DEL NORTE	132	156	24	420.000
AUTOCASIÓN	120	156	36	630.000
MEGACAR AUTOVENTAS	120	144	24	420.000
<b>TOTAL</b>	<b>1.572</b>	<b>1.824</b>	<b>252</b>	<b>4.410.000</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

#### 4.9.2 Realidad de los Patios de Autos Usados con Factoraje

Tomando en cuenta la realidad de los patios, en el cuadro anterior lo que están dejando de vender, se propone este servicio que simplificaría la dificultad en las negociaciones con los clientes, ya que al negociar con el patio, el comprador tiene que movilizarse con la matrícula del dueño anterior hasta terminar de pagar al patio y entregar los documentos para que pueda hacer el traspaso. Lo que nos lleva a plantear esta alternativa que va a beneficiar al patio, ya que va a tener ingresos de la entrada que deja el cliente y del saldo a financiar que para nuestro caso de estudios es el pagaré que vamos a negociar por el saldo a financiar, ya que el cliente tendrá su vehículo a su nombre y estará prendado por la Cooperativa con la Reserva de Dominio hasta que termine de cancelar y podemos apreciar con un ejemplo real de lo que podemos negociar con los patios según nuestros clientes aprobados, tomando en cuenta también los negados por lo que se puede apreciar los ingresos para el patio en el siguiente cuadro:

**Valor Promedio del Saldo a Financiar (Pagaré) : 5.250,00**

**Valor Promedio de la entrada del Vehículo : 12.250,00**

**Valor Promedio del Saldo A Financiar (interés) : 5.695,20**

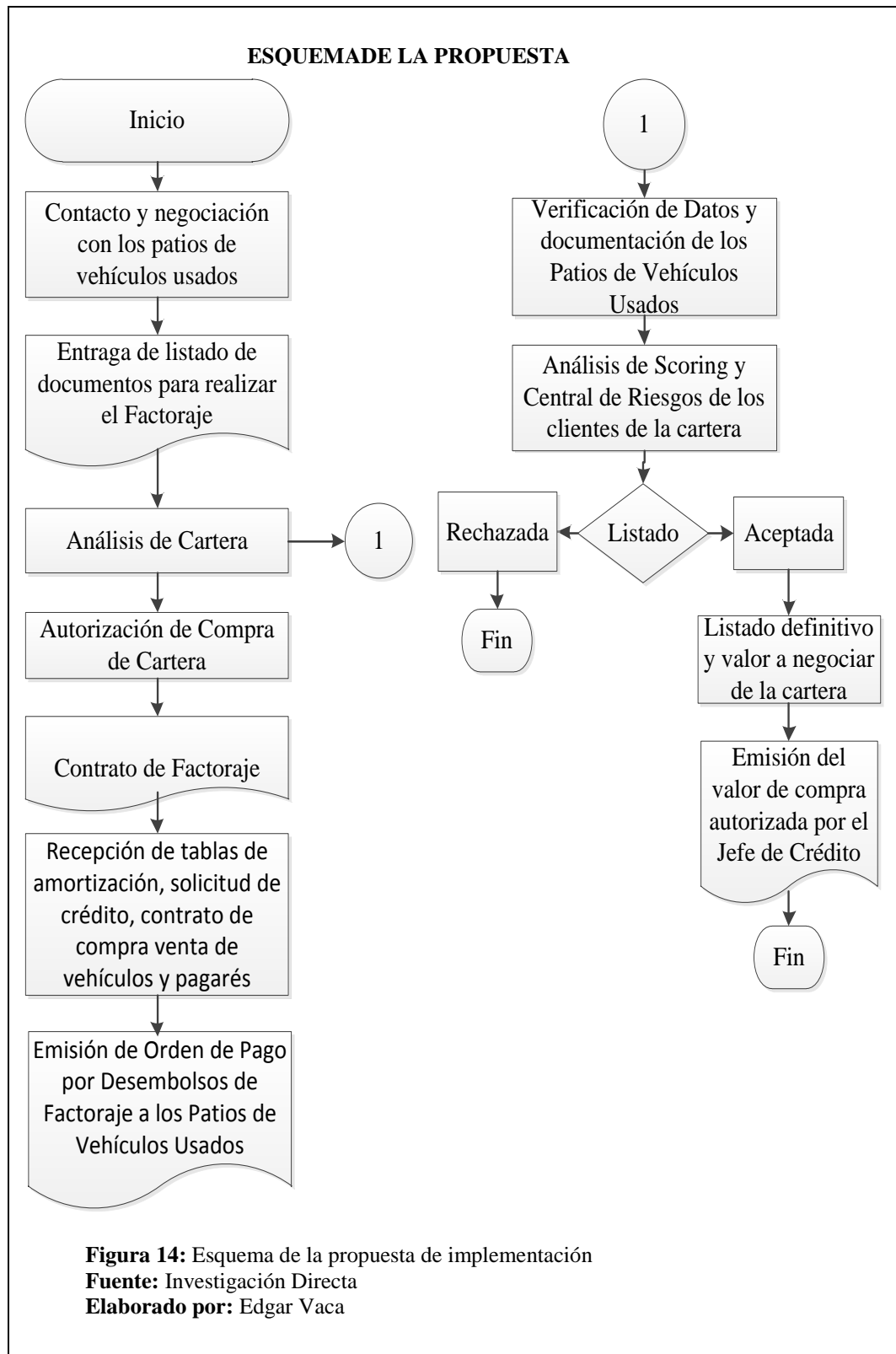
**Tabla 45 Realidad de los patios con factoraje**

PATIO	DIFERENCIA APROBADOS		INGRESOS DEL SALDO A FINANCIAR	INGRESOS DE LAS ENTRADAS DE VEHÍCULOS	INGRESOS POR INTERESES PARA LA COOPERATIVA
IMBAUTO	12	6	31.500	73.500	34.171,20
TÍO CAR	48	3	15.750	36.750	17.085,60
RUIZ AUTOS	24	4	21.000	49.000	22.780,80
MALEX CAR	24	4	21.000	49.000	22.780,80
AUTOVENTAS MA YUCAR	24	4	21.000	49.000	22.780,80
BT AUTOS	36	5	26.250	61.250	28.476,00
AUTOMOTORES DEL NORTE	24	4	21.000	49.000	22.780,80
AUTOCASIÓN	36	5	26.250	61.250	28.476,00
MEGACAR AUTOVENTAS	24	4	21.000	49.000	22.780,80
<b>TOTAL</b>	<b>252</b>	<b>39</b>	<b>204.750</b>	<b>477.750</b>	<b>222.112,80</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>				<b>682.500</b>	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Edgar Vaca

#### 4.10 Esquema de la Propuesta



# BALANCE GENERAL DE LA COOPERATIVA IMBACOOOP

Tabla 46 Balance general 2013

COOP. DE AHORRO Y CREDITO IMBABURA LTDA						
<b>BALANCE GENERAL</b>						
FECHA DEL BALANCE - 2013/12/31 CONSOLIDADO ** DEFINITIVO **						
CUENTA	DESCRIPCION	SALDO				
ACTIVO					ACT. CORR.	LIQUEDEZ
<b>11</b>	<b>FONDOS DISPONIBLES</b>			<b>76.702,75</b>	<b>992.128,57</b>	<b>1,11</b>
1101	Caja	76.702,75				
1103	Bancos Y Otras Instituciones Financi	0,00				
<b>13</b>	<b>INVERSIONES</b>			<b>154.643,79</b>		
1307	De Disponibilidad Restringida	154.643,79				
<b>14</b>	<b>CARTERA DE CREDITOS</b>			<b>545.574,51</b>		
1401	Cartera De Créditos Por Vencer	0,00				
1404	Cartera De Créditos Para La Microemp	505.328,50				
1414	Cartera De Créditos Para La Microemp	47.798,05				
1424	Cartera De Créditos Para La Microemp	21.339,62				
1499	(provisiones Para Créditos Incobrabl	-28.891,62				
<b>16</b>	<b>CUENTAS POR COBRAR</b>			<b>115.012,63</b>		
1601	Intereses Por Cobrar De Operaciones	0,00				
1603	Intereses Por Cobrar De Cartera De C	20.847,86				
1614	Pagos Por Cuenta De Clientes	50,00				
1690	Cuentas Por Cobrar Varias	94.114,77				
<b>17</b>	<b>BIENES REALIZABLES, ADJUDICADOS POR PA</b>			<b>0,00</b>		
1706	Bienes No Utilizados Por La Instituc	0,00				
<b>18</b>	<b>PROPIEDADES Y EQUIPO</b>			<b>100.194,89</b>		
1801	Terrenos	42.000,00				
1805	Muebles, Enseres Y Equipos De Oficin	18.612,67				
1806	Equipos De Computación	13.823,97				
1807	Unidades De Transporte	36.730,27				
1890	Otros	3.855,17				
1899	( Depreciación Acumulada )	-14.827,19				
<b>19</b>	<b>OTROS ACTIVOS</b>			<b>12.007,92</b>		
1901	Inversiones En Acciones Y Participac	0,00				
1904	Gastos Y Pagos Anticipados	2.140,00				
1905	Gastos Diferidos	8.646,47				
1908	Transferencias Internas	0,00				
1990	Otros	1.221,45				
1999	(provision Para Otros Activos Irrecu	0,00				
	<b>TOTAL ACTIVO</b>			<b>\$1.004.136,49</b>		
	<b>PASIVOS</b>				<b>PAS. CORR.</b>	
<b>21</b>	<b>OBLIGACIONES CON EL PUBLICO</b>			<b>-765.806,95</b>	<b>896.545,72</b>	
2101	Depositos A La Vista	-217.525,58				
2103	Depositos A Plazo	-548.281,37				
<b>25</b>	<b>CUENTAS POR PAGAR</b>			<b>-130.738,77</b>		
2501	Intereses Por Pagar	-44.935,59				
2503	Obligaciones Patronales	-2.820,60				
2504	Retenciones	-329,81				
2505	Contribuciones, Impuestos Y Multas	0,00				
2590	Cuentas Por Pagar Varias	-82.652,77				
<b>29</b>	<b>OTROS PASIVOS</b>			<b>-20,00</b>		
2990	Otros	-20,00				
	<b>TOTAL PASIVOS</b>			<b>-\$896.565,72</b>		
	<b>PATRIMONIO</b>					
<b>31</b>	<b>CAPITAL SOCIAL</b>			<b>-54.690,12</b>		
3103	Aportes De Socios	-54.690,12				
<b>33</b>	<b>RESERVAS</b>			<b>-52.191,14</b>		
3301	Legales	-16.194,95				
3303	Especiales	-15.484,68				
3305	Revalorizacion Del Patrimonio	-20.511,51				
<b>34</b>	<b>OTROS APORTES PATRIMONIALES</b>			<b>-242,00</b>		
3402	Donaciones	-242,00				
<b>36</b>	<b>RESULTADOS</b>			<b>-447,51</b>		
3601	Utilidades O Excedentes Acumulados	-219,08				
3603	Utilidad Del Ejercicio	-228,43				
	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>-\$107.570,77</b>		
	<b>PASIVO + PATR :</b>			<b>\$-1,004,136,49</b>		
	<b>CUENTAS DE ORDEN</b>					
<b>71</b>	<b>CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS</b>			<b>-2.045,30</b>		
7102	Intereses Vencidos	-3.292,05				
7109	Intereses En Suspense	1.246,75				
<b>72</b>	<b>DEUDORAS POR CONTRA</b>			<b>2.045,30</b>		
7202	Intereses Vencidos	3.292,05				
7209	Intereses En Suspense	-1.246,75				
<b>73</b>	<b>ACREDORAS POR CONTRA</b>			<b>2.788.859,27</b>		
7301	Valores Y Bienes Recibidos De Tercer	2.788.859,27				
<b>74</b>	<b>CUENTAS DE ORDEN ACREDO RAS</b>			<b>-2.788.859,27</b>		
7401	Valores Y Bienes Recibidos De Tercer	-2.788.859,27				
	<b>TOTAL CTAS ORDEN</b>			<b>\$0,00</b>		
Fecha Impresión: 2014/01/12 18:45:53				Pag : 4 de 4		
Sonuem Cia. Ltda.				Trans: 10/80		

Fuente: Imbacoop  
Elaborado por: Edgar Vaca

## **Razón Corriente**

Es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar los índices de liquidez de una empresa. La razón corriente indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. En nuestro caso particular para el proyecto que estamos desarrollando tomamos el activo corriente y se divide para el pasivo corriente, es decir [Activo corriente/Pasivo corriente]. Al dividir sabremos cuantos activos corrientes tendremos para cubrir o respaldar esos pasivos exigibles a corto plazo.

Para determinar la liquidez y que la cooperativa en efecto cuenta con esta posibilidad de afrontar y tener en nuestro caso de estudio la liquidez necesaria vamos a realizar la siguiente fórmula:

ACTIVOS CORRIENTES : 992.128,57

PASIVOS CORRIENTES : 896.545,72

$$\text{LIQUIDEZ} = \frac{\text{ACTIVOS CORRIENTES}}{\text{PASIVOS CORRIENTES}}$$

$$\text{LIQUIDEZ} = 1,11$$

Como podemos apreciar en la fórmula que se utiliza para verificar la razón corriente se va a tener la liquidez necesaria porque en la respuesta es mayor a uno. Los valores fueron recabados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbacoop Compañía Limitada del Balance General al 31 de Diciembre del año 2013 y esto quiere decir que el establecimiento económico por cada dólar \$1 que debe tiene 1,11 para pagar, cubrir o respaldar esa deuda.

## CAPITULO 5

### FORMATOS

#### 5.1 Formato 1 Modelo de la Encuesta

#### CUESTIONARIO

Soy egresado de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana y el objetivo es recabar información para mi proyecto de tesis.

**Nombre del patio:** \_\_\_\_\_

**1. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene el patio?**

1 a 3                    \_\_\_\_\_  
4 a 6                    \_\_\_\_\_  
7 a 9                    \_\_\_\_\_  
10 o más              \_\_\_\_\_

**2. ¿Cuántos vehículos se venden en su patio al mes?**

\_\_\_\_\_

**3. ¿Cuál es el stock promedio de vehículos que mantiene en su patio por mes?**

\_\_\_\_\_

**4. ¿Cuál es el precio promedio de los vehículos que comercializa?**

\_\_\_\_\_

**5. ¿Otorga usted créditos para los clientes de su negocio?**

Si \_\_\_\_\_

¿Cuáles son sus políticas de crédito?

\_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Cuál es su forma de cobro o política de ventas?

\_\_\_\_\_

**6. ¿Del total de sus ventas que usted realiza, qué cantidad de vehículos son comercializados a crédito y de estos cuantos son crédito directo o de terceros?**

Ventas a Crédito \_\_\_\_\_

Crédito Directo \_\_\_\_\_

Crédito Terceros \_\_\_\_\_



7. **¿Al vender los vehículos a crédito como entregan la matricula del automotor?**

A nombre del Cliente \_\_\_\_\_

A nombre del patio y/o dueño \_\_\_\_\_

8. **¿Indique el plazo del crédito directo que otorga a sus clientes?**

\_\_\_\_\_

9. **¿Si usted otorga crédito directo a sus clientes, indique el nivel de dificultad?**

Alta \_\_\_\_\_

Media \_\_\_\_\_

Baja \_\_\_\_\_

10. **¿Cuál es la tasa de interés promedio en el crédito directo a sus clientes?**

\_\_\_\_\_

11. **¿Estaría usted dispuesto a financiar a sus clientes por medio de la venta de cartera a través de una cooperativa de la zona que le brinde liquidez inmediata?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_ Si la respuesta es No

¿Qué servicio utiliza para tener liquidez?

\_\_\_\_\_

12. **¿Conoce usted que es el factoring (venta de cartera)?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

13. **¿Ha realizado factoring?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

14. **¿Conoce empresas dedicadas al factoring en la ciudad?**

Si \_\_\_\_\_ ¿Cuáles?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## 5.2 Formato 2 Carta de Auspicio de la Cooperativa Imbacoop



### AUTORIZACIÓN

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbabura "IMBACOOOP" Ltda. CERTIFICA, al señor Edgar Paul Vaca Romero con cédula de identidad N° 100238073-9, estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana de la ciudad de Quito, de la facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Administración de Empresas para que pueda realizar el proyecto de tesis, con el auspicio de nuestra institución financiera.

Autorizado, a la fecha 5 de Octubre de 2013

Atentamente,

Sr. Alberto Ascanta Males

GERENTE DE "IMBACOOOP"

TAITA IMBABURA LTDA.



DIRECCIÓN:

MATRIZ:  
C. LA COMPAÑIA  
CALLE, REPUBLICA Y RUMINAWUI  
TELEFAX: 062 919-185

SUC. OTAVALO:  
CALLE, ROCA 9-20 Y ABDÓN CALDERÓN  
TELEFAX: 062 920-337  
IGLESIA EL JORDÁN

AGE. IBARRA  
SÁNCHEZ Y CURIENTES Y RAFAEL LARREA  
CEL.: 095456115

### 5.3 Formato 3 Listado de Documentos para Realizar Factoring

**Imbacoop**  
**La Compañía**  
**República y Rumiñahui**  
**San Pablo del Lago**  
**Otavaló, Ecuador**



**Telefonos**  
**San Pablo 062 919 185**  
**Otavaló 062 926 387**  
**Ibarra 062 609 059**

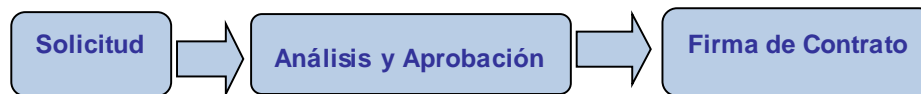
#### Listado de Documentos

Requisitos

#### Instrucciones

- 1 Es necesario completar la solicitud

#### Proceso



- 2 Anexe a su solicitud la siguiente documentación:

#### Documentación financiera requerida

- 1. Copia de Cédula del Representante Legal y/o dueño del patio
- 2. Copia del RUC del Representante Legal y/o dueño del patio
- 2. Copia de las 3 últimas declaraciones del negocio sea persona natural y/o jurídica
- 4. Listado de clientes con sus respectivas cuentas por pagar

#### Documentación legal requerida

- 1. Contrato original de compra - venta del vehículo
- 2. Solicitud de Factoraje
- 3. Documentos de Crédito originales como facturas, pagares y letras de cambio
- 4. Copia a color de cédula y del último certificado de votación de los clientes.
- 5. Copia a color del ruc en el caso de independientes
- 6. Copia de planilla de último pago de agua o luz de los clientes
- 7. Copia de las solicitudes de crédito de los clientes
- 8. Copia de los certificados laborales, roles de pago, facturas, etc.
- 9. Copia del(os) impuesto predial

- 3 Una vez recibida, se realiza la verificación de datos. Se firma el contrato.

## 5.4 Formato 4 Solicitud de Crédito de los Patios

### Solicitud de Credito de los Patios

INFORMACION PERSONAL					
<b>INFORMACION DE DEUDOR</b>					
Nombres y Apellidos: _____					
No. Cedula / RUC No. _____			Lugar de Nacimiento: _____		
Nacionalidad: _____			Fecha de Nacimiento: _____		
Ciudad: _____		Provincia: _____			
Estado Civil: _____		Separación de Bienes: Si <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>	
Número de Cargas Familiares: _____					
Nivel de Instrucción: _____					
Dirección: _____					
Teléfono: _____		Celular: _____		e-mail: _____	
<b>INFORMACION DE LA CONYUGE</b>					
Nombres y Apellidos: _____					
No. Cedula / RUC No. _____			Lugar de Nacimiento: _____		
Nacionalidad: _____			Fecha de Nacimiento: _____		
Nivel de Instrucción: _____					
Número de Cargas Familiares: _____					
INFORMACION DEL TRABAJO					
Situación Laboral:					
Empleado/Dependiente <input type="checkbox"/>		Independiente <input type="checkbox"/>		Jubilado <input type="checkbox"/>	
				Ama de Casa <input type="checkbox"/>	
				Rentista <input type="checkbox"/>	
Nombre de la empresa o negocio: _____					
Area / Departamento: _____					
Cargo: _____			Antigüedad: _____		
Dirección de trabajo: _____					
Teléfono: _____		Extensión: _____		Email: _____	
Página Web: _____					
INFORMACION DEL VEHICULO					
Marca: _____			Modelo: _____		
Año de Fabricación: _____			Placa: _____ Color: _____		
Motor: _____			Chasis: _____		
Valor del Vehículo: _____					
Teléfono: _____					
PERFIL ECONOMICO DEL CLIENTE					
INGRESOS	VALORES	CTVS	EGRESOS		
Sueldos			Alimentación		
Honorarios Profesionales			Educación		
Otros Ingresos Fijos			Pago de Arriendo / Cuota de Hipoteca		
Otros Ingresos Variables			Pagos de Servicios Básicos		
Ingresos Conyuge			Tarjetas de Crédito		
			Cuota de Vehículo		
			Seguros		
			Otros Egresos		
<b>TOTAL INGRESOS MENSUA</b>			<b>TOTAL EGRESOS MENSUAES</b>		
			<b>TOTAL INGRESO NETO</b>		

ACTIVOS													
Activos Corrientes				Activos Fijos									
	Institución	Valores	Ctvs	Bienes Inmuebles	Hipoteca	Dirección		Area	Valor Comercial	Ctvs			
Caja - Bancos				Departamento									
Inversiones				Casa									
Ctas por Cobrar				Oficina									
Otros Activos				Local									
				Terreno									
				Vehículos	Prendado	Año	Modelo		Valor Comercial	Ctvs			
<b>Total Activos corrientes (a)</b>				<b>Total Activos Fijos (b)</b>									
				<b>Total Activos (a+b)</b>									
PASIVOS													
Deudas	Institución	L P	C P	Propósito	Vaor Original	Ctvs	Cuota	Ctvs	Saldo Actual	Ctvs			
LP:	Largo plazo (mayor a 1 año)							TOTAL PASIVOS					
CP:	Corto plazo (menor a 1 año)												
					TOTAL PATRIMONIO (Activos - Pasivos)								
REFERENCIAS BANCARIAS													
	Banco / Tarjeta de Crédito		No De Cuenta / Tarjeta			Saldo Prom / Cupo		Titular de Cuenta / Tarjeta					
1													
2													
3													
4													
5													
Referencias Comerciales													
<b>Nombre:</b>					<b>Nombre:</b>								
<b>Dirección:</b>					<b>Dirección:</b>								
<b>Ciudad:</b>					<b>Ciudad:</b>								
<b>Teléfono:</b>					<b>e-mail:</b>			<b>Teléfono:</b>			<b>e-mail:</b>		
<b>Contacto:</b>					<b>Contacto:</b>								

Yo certifico que esta información está completa y precisa. También autorizo expresamente a LA Cooperativa Imbacoop, para que obtenga referencias de cualquier fuente de información, la central de Riesgos, Scoring comportamiento crediticio, manejo de cuentas corrientes, ahorros, tarjetas de crédito inversiones y en general sobre el cumplimiento de nuestras obligaciones y demás activos, pasivos y datos corporativos y personales. Igualmente, otorgo la autorización para verificar la antes referida información. De igual manera, la Cooperativa Imbacoop queda expresamente autorizada para que pueda transferir o entregar dicha información a las autoridades competentes, organismos de control, burós de información crediticia, instituciones o personas jurisdiccionales o internacionales legal o reglamentariamente facultadas, así como pueda hacer público nuestro comportamiento crediticio.

**Por:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_  
**FIRMA DEL CLIENTE** (Lugar y Fecha)

Nombre: \_\_\_\_\_  
Cédula: \_\_\_\_\_

## 5.5 Formato 5 Contrato de Factoring

### CONTRATO DE FACTORING

En Otavalo; a los..... días del mes de....., comparece por una parte el Señor..... que en adelante se le denominará “EL CEDENTE”; y por otra parte la Cooperativa de Ahorro y Crédito Imbacoop Cia Ltda, representada por....., en adelante “EL FACTOR”; Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, hábiles y capaces para contratar y poder obligarse, libre y voluntariamente acuerdan:

Realizar un contrato de factoring cuyo objeto es la compra de cartera en donde EL FACTOR se encargará de la realización de operaciones de gestión de cobro de créditos y entrega de anticipo de fondos sobre los mismos, de acuerdo a lo dispuesto en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El FACTOR realizará investigaciones sobre la solvencia de los clientes, clasificándolos mediante una calificación de riesgo económico a través de la central de riesgo y el scoring.

SEGUNDA: El CLIENTE se obliga a transferir su cartera al FACTOR todos los créditos de sus DEUDORES, previamente clasificados por el FACTOR, con independencia del riesgo económico que cada uno de ellos hubiere asignado el FACTOR. El CLIENTE no podrá transferir ninguno de estos créditos a terceros.

TERCERA: El CLIENTE se obliga a entregar al FACTOR los documentos que le son exigidos por este contrato, así como cualquier otro que, en relación a los créditos cedidos, le sea solicitado por el FACTOR.

CUARTA: El CLIENTE se compromete a no intervenir en ninguna gestión de las que el FACTOR realice para el cobro de los créditos adquiridos y a no modificar las condiciones de pago o cualquier otra relativa a los referidos créditos, así como a reintegrar inmediatamente al FACTOR las cantidades que recibiese directamente del DEUDOR.

QUINTA: El CLIENTE se obliga a pagar como remuneración al FACTOR, el ... por ciento sobre el nominal de los créditos transmitidos en el momento de su vencimiento.

SEXTA: El CLIENTE responde de la legitimidad, existencia y exigibilidad de los créditos cedidos, declarando que sobre los mismos no existe gravamen ni incidencia alguna y que todos responden a verdaderas operaciones provenientes del desarrollo de su actividad comercial.

SÉPTIMA: El FACTOR se obliga a pagar al CLIENTE el precio de los créditos cedidos, que será determinado deduciendo del importe nominal de los mismos la remuneración del FACTOR, de acuerdo con lo establecido en las condiciones particulares de este contrato.

OCTAVA: El FACTOR se obliga a anticipar al CLIENTE, a petición de éste, cantidades en efectivo sobre los créditos cedidos en las condiciones financieras que se determinan en las condiciones particulares del presente contrato.

NOVENA: La duración del presente contrato es de ... a contar desde la fecha de la firma. Finalizado este plazo se entenderá tácitamente prorrogado por un período igual, salvo cuando una de las partes, con al menos treinta días de antelación al vencimiento, comunique a la otra su voluntad contraria a la prórroga. Tal comunicación deberá ser realizada mediante carta certificada con acuse de recibo.

DECIMA: Las partes podrán resolver el presente contrato cuando concurra/n alguna/s de las siguientes causas:

a) Por la solicitud de declaración legal de suspensión de pagos o de quiebra de cualquiera de las partes.

b) Por el incumplimiento de cualquiera de las obligaciones establecidas en este contrato.

c) Igualmente, el FACTOR podrá dar por terminado el presente contrato en cualquiera de los supuestos de disolución, liquidación o cese de actividades del CLIENTE.

DECIMOSEGUNDA: Todos los gastos judiciales o extrajudiciales que puedan originarse como consecuencia de reclamación por incumplimiento de las condiciones establecidas en este contrato, o por la resolución del mismo serán a cargo de la parte contratante que hubiere dado origen a los mismos.

DECIMOTERCERA: Las partes, con renuncia expresa a su fuero propio si lo tuvieran, se someten expresamente al de los juzgados y tribunales de la plaza de ..... para el conocimiento y resolución de cualquier controversia que pudiera surgir en orden a la interpretación o ejecución del presente contrato.

Las partes se manifiestan conformes con la presente póliza, la otorgan y firman con mi intervención en ..... ejemplares igualmente originales y auténticos formalizados a un solo efecto y para su entrega a las mismas, quedando un ejemplar en mi archivo.

EL FACTOR EL CLIENTE

p.p.  
Firma Firma

## 5.6 Formato 6 Contrato de Compra Venta de Vehículos

### CONTRATO DE COMPRAVENTA CON RESERVA DE DOMINIO

Conste por el presente instrumento, un CONTRATO DE COMPRAVENTA CON RESERVA DE DOMINIO (en adelante el “CONTRATO”) que se celebra al tenor de las siguientes cláusulas:

#### CLÁUSULA PRIMERA: COMPARECIENTES.-

1.1. La Cooperativa \_\_\_\_\_, representada por \_\_\_\_\_ en su calidad de \_\_\_\_\_, de nacionalidad \_\_\_\_\_, profesión \_\_\_\_\_, domiciliado en \_\_\_\_\_; parte a la que en adelante y para los efectos de este documento se la podrá denominar simplemente como la “VENDEDORA”.

1.2. La(s) siguiente(s) persona(s), a quien(es) en adelante y para los efectos del presente CONTRATO se la(s) podrá denominar simplemente como la “COMPRADORA”:

COMPRADORA	
NOMBRE(S) Y APELLIDO(S):	
NACIONALIDAD(ES):	
DOCUMENTO(S) IDENTIFICACIÓN:	
PROFESIÓN(ES):	
ESTADO(S) CIVIL(ES):	
DOMICILIO(S):	
TELÉFONOS DE CONTACTO:	

A los comparecientes, para efectos del presente CONTRATO, se los podrá aludir en conjunto como las “PARTES”. En caso de que alguna de las “PARTES” estuviere compuesta por más de una persona natural, se entenderá que el uso de los términos definidos en esta cláusula se refieren tanto a cada una de ellas individualmente consideradas como a todas en su conjunto, según fuere aplicable, y que sus obligaciones serán solidarias e indivisibles. Si las personas comparecientes tuvieran sociedad conyugal o de bienes conformada entre sí, las declaraciones contenidas en este instrumento, se entenderán también hechas por los derechos que representan de la sociedad conyugal o de bienes.

**CLÁUSULA SEGUNDA: ANTECEDENTES.-** La COMPRADORA está interesada en adquirir un vehículo usado para su uso personal y familiar, que cuente con las características y accesorios deseados, por lo que ha acudido para su compra ante la VENDEDORA que es el Patio de Autos Usados \_\_\_\_\_ que ofrece, entre otros, vehículos del tipo requerido por la COMPRADORA; motivo por el cual, han decidido celebrar el presente instrumento bajo los términos y condiciones que se señalan a continuación.

**CLÁUSULA TERCERA: COMPRAVENTA CON RESERVA DE DOMINIO.-** Con los antecedentes expuestos y en virtud del presente instrumento, la VENDEDORA da en venta real, pero reservándose para sí el dominio mientras no se cancele el precio acordado, a favor de la COMPRADORA, que por su parte compra en los términos indicados, el vehículo de las características que se detallan a continuación (en adelante, el VEHÍCULO):

DESCRIPCIÓN DEL VEHÍCULO	
MARCA:	
MODELO:	
COLOR:	
MOTOR:	
CHASIS:	
AÑO:	
CLASE:	

**CLÁUSULA CUARTA: PRECIO Y FORMA DE PAGO.-**

**4.1. PRECIO DE VENTA.-** Las PARTES acuerdan fijar como justo precio por el VEHÍCULO materia de este CONTRATO, la cantidad de \_\_\_\_\_ DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ \_\_\_\_\_), que es el SALDO A FINANCIAR que se encuentra en el pagaré.

**4.2. FORMA DE PAGO.-** El valor total que la COMPRADORA se compromete a pagar a la VENDEDORA en virtud del presente CONTRATO, asciende a la suma de \_\_\_\_\_ DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ \_\_\_\_\_), que cancelará de la siguiente forma: El saldo, esto es, la suma de \_\_\_\_\_ dólares de los Estados Unidos de América (US\$ \_\_\_\_\_), a crédito, a \_\_\_\_\_ meses plazo, conforme a la Tabla de Amortización que se anexa al CONTRATO, en la que consta descrita el monto y número de las cuotas, intereses respectivos y plazos en que la COMPRADORA deberá realizar cada pago (en adelante, el “SALDO A FINANCIAR”).

**4.3.** Las PARTES aceptan y declaran que si uno de los pagos no se realiza hasta la fecha en que corresponde conforme a la Tabla de Amortización, se generará automáticamente un recargo por mora, que se liquidará de acuerdo a la tasa de interés máxima permitida, a la fecha de la mora, por el Banco Central del Ecuador o el organismo legalmente facultado para ello. Esto, sin perjuicio de las demás acciones que se prevén en el presente CONTRATO en caso de incumplimiento de la COMPRADORA.

**CLÁUSULA QUINTA: TÉRMINOS Y CONDICIONES.-**

**5.1. ACEPTACIÓN DE LA COMPRADORA.-** A la suscripción de este CONTRATO, la COMPRADORA declara haber recibido a su entera satisfacción, el VEHÍCULO USADO con todos los ACCESORIOS. La declaración precedente la efectúa la COMPRADORA, por cuanto ha revisado y hecho revisar por técnicos de su confianza al VEHÍCULO, sin tener ninguna queja o reparo en cuanto al estado y características de éste.

**5.2. LIMITACIONES A LA COMPRADORA.-** La COMPRADORA asume los riesgos que corre el VEHÍCULO, desde la fecha en que ha sido recibido, conforme a lo indicado en el numeral precedente. Sin embargo, hasta que no se haya cancelado a la VENDEDORA, la totalidad del SALDO A FINANCIAR, la COMPRADORA no podrá enajenar ni limitar el dominio del VEHÍCULO en ninguna forma, lo que incluye su venta, permuta, arrendamiento, prenda, entre otras. Tampoco podrá sacar el VEHÍCULO del territorio nacional, ni destinarlo o darle un uso distinto al recomendado por los fabricantes (esto último, en atención a las características del mismo), salvo autorización escrita de la VENDEDORA. El VEHÍCULO deberá permanecer, hasta que no se levante la reserva de dominio, en la siguiente dirección y solo podrá circular dentro del territorio nacional del Ecuador:

UBICACIÓN DEL VEHÍCULO			
PROVINCIA:		CIUDAD / CANTÓN:	
BARRIO / SECTOR / ETAPA:			
CALLE PRINCIPAL:		CALLE INTERSECCIÓN:	
MANZANA:		VILLA / SOLAR:	
No. DEL INMUEBLE:			
REFERENCIA UBICACIÓN:			

**5.3. MANTENIMIENTO DEL VEHÍCULO.-** Para asegurarse del cumplimiento de las obligaciones que en virtud de este instrumento le corresponden a la COMPRADORA, la VENDEDORA podrá inspeccionar el VEHÍCULO en cualquier tiempo, por lo que desde ya, la COMPRADORA se compromete a brindar las facilidades necesarias para que se puedan llevar a cabo tales inspecciones.

**CLÁUSULA SEXTA: ACCIONES.-**

**6.1.** La VENDEDORA tendrá derecho para declarar vencido el plazo para el pago del SALDO A FINANCIAR y consecuentemente, exigirle a la COMPRADORA el pago íntegro del mismo, por todo el monto que estuviere pendiente, de presentarse cualquiera de los siguientes casos:

**6.1.1.** Si la COMPRADORA dejare de pagar, a la fecha exacta de vencimiento y en el monto correspondiente, cualquiera de los dividendos del SALDO A FINANCIAR;



**6.1.2.** Si el VEHÍCULO sufre algún deterioro que ponga en riesgo la recuperación del SALDO A FINANCIAR;

**6.1.3.** Si la COMPRADORA fuere declarada insolvente; y en caso de incumplimiento de cualquier otra de las obligaciones asumidas por la COMPRADORA en el presente CONTRATO, sus anexos o posteriores adendas, y en los demás casos previstos en la ley.

**6.2.** Así también las PARTES acuerdan, que si la COMPRADORA incumpliere cualquiera de las obligaciones previstas en este CONTRATO o en sus anexos o adendas, la VENDEDORA tendrá la facultad para declarar unilateral y anticipadamente su terminación, sin necesidad de realizar diligencia o trámite judicial alguno.

**6.3.** En los casos contemplados en el apartado “6.1” precedente, la VENDEDORA además podrá, a su sola elección, optar por cualquiera de estos procedimientos: (i) La aprehensión del VEHÍCULO, la que procederá de acuerdo con lo dispuesto en los artículos noveno y décimo cuarto de la Sección V (De la Venta con Reserva de Dominio), del Título II, del Libro II del Código de Comercio (incluidas sus reformas), quedando en este caso, en su beneficio los pagos parciales a título de indemnización, hasta el monto permitido por dicha normativa; o, (ii) El remate del VEHÍCULO, conforme la facultad el artículo innumerado décimo de la referida sección del Código de Comercio. Si los bienes o valores recaudados por la ejecución de las acciones indicadas no alcanzaren a cubrir la totalidad del SALDO A FINANCIAR (incluidos sus intereses y recargos amparados en este CONTRATO y la ley), se mantendrán a favor de la VENDEDORA los demás derechos de cobro previstos en el derecho común y podrá hacer efectivas las obligaciones de la COMPRADORA en otros bienes que sean de su propiedad, excepto en caso de que este financiamiento reúna los requisitos previstos en la Ley Orgánica para la Regulación de los Créditos para Vivienda y Vehículos, en cuyo caso con la aprehensión o remate del VEHÍCULO, según la acción que se hubiere seguido, se extinguirán todas las obligaciones de la COMPRADORA materia de este CONTRATO.

**CLÁUSULA SÉPTIMA: GASTOS.-**

**7.1.** Todos los gastos y/o costos, lo que incluye expresamente cualquier tributo que se pudiere originar con ocasión de este CONTRATO, serán de cuenta y cargo de la COMPRADORA, así como también todos los que se ocasionaren para el perfeccionamiento de la presente compraventa con reserva de dominio.

**CLÁUSULA OCTAVA:**

**PAGOS EXTRAORDINARIOS Y EXTINCIÓN TOTAL DE LA OBLIGACIÓN.-**

**8.1. ABONOS EXTRAORDINARIOS:** La VENDEDORA se compromete a aceptar, en cualquier momento, abonos extraordinarios para el pago del SALDO A FINANCIAR, los cuales se aplicarán directamente al capital y a los intereses de la cuota corriente. Una vez aplicado el abono extraordinario, se reliquidará el crédito emitiéndose, para el efecto, un nueva Tabla de Amortización con los valores pendientes de pago por el plazo correspondiente.

**8.2. PRE-CANCELACIÓN O PREPAGO:** De igual forma, la VENDEDORA acepta el prepago o pre-cancelación que conlleve la extinción total de la deuda antes del plazo convenido sin sujetarse a penalidad alguna. Para estos efectos, se tomará en cuenta el capital reducido a la fecha del prepago o pre-cancelación más los intereses correspondientes a la cuota o dividendo corriente.

**CLÁUSULA NOVENA: MEJORAS DEL VEHÍCULO.-** La COMPRADORA reconoce expresamente, que si por cualquier circunstancia de acuerdo a lo previsto en el presente CONTRATO, volviese el VEHÍCULO a estar en poder de la VENDEDORA, quedará en beneficio de esta última cualquier aumento de su valor, así como todas las mejoras, adiciones e incorporaciones que se hubieren efectuado en el mismo.

**CLÁUSULA DÉCIMA: CESIÓN DE DERECHOS.-**

La COMPRADORA deja expresa constancia que acepta desde ya que la VENDEDORA pueda transferir a terceros los derechos y acciones que le asisten, sin que sea necesario practicar la notificación prevista en el Código Civil para estos efectos. En tal virtud, la COMPRADORA con pleno valor vinculante: (i) Reconoce como válidas y con plenos efectos legales, las cesiones, transferencias, asignaciones o enajenaciones, que la VENDEDORA realice de los créditos y/o acciones que le corresponden; (ii) Renuncia a cualquier derecho que tuviese de requerir notificación judicial o de cualquier otro tipo respecto de tales cesiones, transferencias, asignaciones o enajenaciones de los créditos y/o acciones provenientes del presente CONTRATO, sus anexos o de sus posteriores adendas; y, (iii) Se compromete a efectuar los pagos y cumplir con las obligaciones que le corresponden en virtud de este CONTRATO a favor del

nuevo acreedor, sin alegar ineficacia de la cesión, transferencia, asignación o enajenación de los derechos por falta de notificación y/o aceptación de las mismas. Si la referida transferencia se realizara con el objeto de aportar el título de crédito a un proceso de titularización, el procedimiento deberá enmarcarse en lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y la Ley de Mercado de Valores.

Se deja expresamente estipulado desde ya que, en caso de cesión de los derechos que asisten a la VENDEDORA conforme a este CONTRATO, el Cesionario estará investido para exigir el cumplimiento de todos los derechos, compromisos o autorizaciones a favor de la VENDEDORA, que la COMPRADORA se obliga a cumplir en el presente CONTRATO, así como en sus anexos o adendas, tanto las que existen o existan actualmente, así como las adendas o anexos que se llegaren a suscribir en el futuro. Queda igualmente aclarado, y aceptado desde ya por la COMPRADORA, que el Cesionario que se subrogue en los derechos y acciones derivados de este CONTRATO a favor de la VENDEDORA, podrá ejercerlos plenamente sin necesidad de ratificación ni aceptación de la COMPRADORA como ha quedado expresado en esta cláusula. La COMPRADORA reconoce que esta misma metodología aplicará en caso de cesiones posteriores a favor de terceros, que se realicen por quien suceda o se subrogue en los derechos de la VENDEDORA.

#### **CLÁUSULA UNDÉCIMA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y CONTROVERSIAS.-**

Las PARTES contratantes señalan como domicilio el cantón de \_\_\_\_\_ y en caso que surja cualquier controversia relacionada directa o indirectamente con el presente CONTRATO se someten a la jurisdicción y competencia de los Jueces y Tribunales de dicho cantón, en la vía que la VENDEDORA elija.

Para constancia de todo lo cual, las PARTES suscriben el presente CONTRATO en cuatro (4) ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de \_\_\_\_\_, **A LOS \_\_\_\_\_ DÍAS DEL MES DE \_\_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_.**

Firma: \_\_\_\_\_  
VENDEDORA  
R.U.C.:

Firma: \_\_\_\_\_  
COMPRADORA  
C.C. / C.I.:

Firma: \_\_\_\_\_  
COMPRADORA  
C.C. / C.I.:

#### **CESIÓN DE DERECHOS:**

**A LOS \_\_\_\_\_ DÍAS DEL MES DE \_\_\_\_\_ DEL \_\_\_\_\_,** se celebra el presente instrumento de CESIÓN DE DERECHOS entre el Patio de Autos Usados \_\_\_\_\_, representado por quien suscribe este documento, en su calidad de CEDENTE; La Cooperativa Imbacoop Ltda., por la interpuesta persona del representante que comparece a este acto, en su calidad de CESIONARIO; y, la(s) siguiente(s) persona(s) \_\_\_\_\_, como PARTE DEUDORA, quien(es) comparece(n) para los efectos determinados en el Título XXIV del Libro IV del Código Civil y artículo 95 del Código de Procedimiento Civil; así como, para efectuar las demás declaraciones constantes en este instrumento. En caso de que la PARTE DEUDORA estuviere compuesta por más de una persona natural, se entenderá que el uso de este término se refiere tanto a cada una de ellas individualmente consideradas como a todas en su conjunto, y que sus obligaciones serán solidarias e indivisibles. Si además estas personas tuvieran constituida entre sí sociedad conyugal o de bienes, se entenderá que las declaraciones aquí contenidas son también hechas por los derechos que representan de la sociedad conyugal o de bienes.

**1. CESIÓN DE DERECHOS.-** En este acto y fecha, la CEDENTE procede a ceder y transferir sin reservarse nada, a favor de la Cooperativa Imbacoop Ltda., que por su parte acepta, todos los derechos y

acciones que le asisten en calidad de VENDEDORA en el CONTRATO DE COMPRAVENTA CON RESERVA DE DOMINIO que antecede (en adelante el “CONTRATO”, celebrado con la PARTE DEUDORA en \_\_\_\_\_, el \_\_\_\_\_). La PARTE DEUDORA, al estampar su firma en la presente cesión de derechos, la acepta de conformidad con lo establecido en el Art. 1842 del Código Civil, por lo que la misma ha surtido plenos efectos legales, sin necesidad de notificación o trámite adicional.

**2. DECLARACIONES Y AUTORIZACIONES:** En virtud de la cesión de derechos aquí contenida, la PARTE DEUDORA declara y se compromete con la Cooperativa Imbacoop Ltda. a lo siguiente:

**2.1.** A partir de la presente fecha, a cumplir con todas y cada una de las obligaciones que le corresponden en virtud del CONTRATO DE COMPRAVENTA CON RESERVA DE DOMINIO a favor de la Cooperativa Imbacoop Ltda., reconociéndole a este último todas las estipulaciones que constan ahí establecidas para con la VENDEDORA; en especial, a realizar el pago de los valores adeudados por el SALDO A FINANCIAR u otros conceptos, directamente en sus oficinas o a través de los canales de recaudo previstos por la COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA. para tales fines.

En lo que respecta a los pagos que le corresponden a la PARTE DEUDORA, ésta autoriza expresa e irrevocablemente a la COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA., a debitar en cualquier momento -y especialmente si ha caído en mora- de cualquiera de sus cuentas, valores provenientes de documentos al cobro o de cualquier otro crédito que tuviera a su favor en la COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA. los valores necesarios para pagar, de forma parcial o total, todas las obligaciones derivadas del CONTRATO, inclusive los gastos relacionados, sin que este detalle sea taxativo, tales como costas, impuestos, primas de seguros, gastos de renovación de seguros, intereses de mora en caso de haberlos, y demás gastos e impuestos necesarios para la implementación y ejecución de las obligaciones que en virtud del CONTRATO fueren de cargo de la PARTE DEUDORA; sin que para ello deba dar aviso alguno ni recibir nueva autorización de la PARTE DEUDORA, bastando la simple afirmación de la COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA. respecto al concepto y valores adeudados. En especial, la PARTE DEUDORA autoriza a la COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA. a ejecutar estas acciones directamente contra su cuenta \_\_\_\_\_, número \_\_\_\_\_.

**2.2.** Autoriza expresa e indefinidamente a la COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA. para que obtenga de cualquier fuente de información habilitada para el efecto, incluida la Central de Riesgos, los Burós de Información Crediticia autorizados para operar en el país o cualquier otra entidad que llegare a ejercer tales funciones en virtud de lo que dictamine el ordenamiento jurídico vigente, sus referencias personales y/o patrimoniales anteriores o posteriores a la suscripción de esta autorización. La autorización antes aludida faculta a la COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA. a solicitar a las anotadas fuentes de información o bases de datos, las referencias de la PARTE DEUDORA en el rol de deudor principal, codeudor o garante, o sobre su comportamiento crediticio, manejo de cuentas bancarias, corrientes, de ahorro, tarjetas de crédito, etc., y en general al cumplimiento de obligaciones y manejo de activos, pasivos, datos personales y/o patrimoniales, aplicables para uno o más de los servicios y productos que brindan las Instituciones del Sistema Financiero y Comercial, según corresponda.

Firma: \_\_\_\_\_

CEDENTE / VENDEDORA

**R.U.C.:** \_\_\_\_\_

**Representante:** \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

CESIONARIO

**COOPERATIVA IMBACOOPT LTDA.**

**R.U.C.:** \_\_\_\_\_

En señal de aceptación.-

Firma: \_\_\_\_\_

PARTE DEUDORA / COMPRADORA

**C.C. / C. I.:** \_\_\_\_\_

**NACIONALIDAD:** \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

PARTE DEUDORA / COMPRADORA

**C.C. / C. I.:** \_\_\_\_\_

**NACIONALIDAD:** \_\_\_\_\_

## 5.7 Formato 7 Orden de Compra de la Cartera

Imbacoop  
 La Compañía  
 República y Rumiñahui  
 San Pablo del Lago  
 Otavalo, Ecuador



Telefonos  
 San Pablo 062 919 185  
 Otavalo 062 926 387  
 Ibarra 062 609 059

### Orden de Compra

Nombre del Patio:

Fecha del Pedido:

Fecha del Pago:

**Sírvase encontrar el listado de clientes**

No	CLIENTE	VALOR DEL VEHÍCULO	VALOR DE ENTRADA	SALDO A FINANCIAR	SALDO A CANCELAR
TOTAL					

USO EXCLUSIVO DE LA COOPERATIVA IMBACOOOP		
AUTORIZACIÓN	TOTAL	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> Jefe de Crédito		

## CONCLUSIONES

Una vez realizado el presente estudio de factoraje se plantea las siguientes conclusiones a partir de la investigación y el trabajo realizado:

- ✓ El Factoraje Financiero está muy poco desarrollado a nivel local y en particular en la ciudad de Otavalo, pese a la existencia de entidades bancarias que ofertan el sistema, el uso de Factoring es inexistente o prácticamente nulo, ya que no existe mucho conocimiento sobre este servicio.
- ✓ El sector automotriz de Otavalo está enfocado más hacia el crédito directo, asumiendo el riesgo de incobrabilidad de los clientes pero debido a desconocimiento de los varios servicios financieros, sobre todo para girar el capital de trabajo que son el motor principal de este negocio para seguir rotando los activos.
- ✓ Las principales necesidades de liquidez que tiene el sector automotriz y que requiere como capital de trabajo para la compra de nuevas unidades principalmente para tener variedad de modelos y poder ofertar en la provincia de Imbabura, debido a que existe un retraso de pagos en el flujo de caja de los clientes, porque el patio es una unidad económica que no cuenta con personas especializadas para gestionar la cartera y la cobranza, por lo que genera la falta de liquidez de estos establecimientos económicos que es su mayoría son personas naturales.
- ✓ El servicio de factoraje financiero les va a permitir garantizar capital de trabajo para estos establecimiento económicos, pero no para el total de los documentos de crédito que vamos a adquirir sino máximo el 80% de los mismos y dependiendo del análisis de riesgo, plazos y forma de pago, porque no todos los clientes que van a ser parte de nuestra cartera serán sujetos de crédito, previa verificación y análisis que hemos planteado en nuestro estudio.
- ✓ La falta de conocimiento de los negocios de venta de vehículos usados sobre el factoring los hace incurrir en préstamos a las entidades financieras como bancos y mutualistas que les generan mayores gastos y por ende continúan con los problemas de liquidez, lo que nos les permite tener un flujo de efectivo adecuado sino que simplemente es una medida que adoptan para cubrir las necesidades de los clientes en cuanto a un modelo en particular, lo cual es perjudicial porque finalmente es deuda que va generar otra deuda y se tiene que esperar el momento que realicen los pagos los clientes y asumiendo el riesgo de incobrabilidad.

## RECOMENDACIONES

Con la finalidad de que el presente estudio no quede en la teoría o en simples resultados, sino que sirva de base para orientar la implementación y el uso adecuado del servicio de factoraje se formula las siguientes recomendaciones:

- ✓ Poner en práctica el servicio de factoraje financiero en la ciudad de Otavalo ya que existe un mercado completamente nuevo para desarrollar nuevas oportunidades de negocios enfocado a brindar liquidez a estos establecimientos económicos que necesitan recuperar cartera para tener el capital de trabajo y brindar variedad de modelos para los futuros clientes de los patios de vehículos usados en el sector y expandir este beneficio a toda la provincia de Imbabura.
- ✓ Este servicio les va a permitir a los patios de autos usados deslindarse de la responsabilidad de cobro a los clientes, ya que no cuentan con un departamento de crédito que se dedique a la recuperación de cartera y cobranzas de los mismo, por lo que la Cooperativa que cuenta con este servicio va a asumir el riesgo de los clientes, pero que han sido previamente verificados y aprobados para realizar el crédito con la Cooperativa respaldándose con la reserva de dominio de los vehículos.
- ✓ El principal objetivo para los patios de autos usados será que van a tener mayores ingresos en cuanto a las ventas, porque les va a generar mayor liquidez en cuanto a su flujo de caja los que les va a permitir incrementar sus operaciones y brindar a los clientes más alternativas de financiamiento y brindarles a los mismos la seguridad en la entrega de los documentos del bien a su nombre.
- ✓ El principal beneficio para la Cooperativa es que adquirirá una cartera nueva planteando esta alternativa de negocio en donde se adquiere la deuda de los clientes con el patio sobre el saldo a financiar del valor del vehículo, la misma que va a estar sujeta a verificación y análisis crediticio ya aprobación para garantizar el pago de la deuda y poder realizar el desembolso del total de la cartera que fue comprada a los patios de vehículos usados.
- ✓ Los beneficios tanto para el patio de vehículos usados como para la Cooperativa es que cada uno va a realizar su rol. El patio tiene que preocuparse en vender y la Cooperativa en cobrar su deuda y en este caso también es beneficiado el cliente porque va a tener la matricula a su nombre y con la reserva de dominio a favor de Imbacoop.

## LISTA DE REFERENCIAS

- EL COMERCIO - Fin de la Crisis para el Sector Automotor. (Sábado 3 de Agosto de 2013). *EL COMERCIO*.
- AEADE. (2012). *ANUARIO*. Quito.
- Andrade, D. R. (2003). *Legislación Económica del Ecuador*. Quito: Producciones digitales Abya - Yala.
- Andrade, S. (2002). *Diccionario de Economía*. Lima: Andrade.
- Ascanta A.; Arregui A. (2004). *Cooperativa Imbacoop*. Otavalo.
- Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador - AEADE. (2012). *Anuario 2012*. Quito.
- Baca Urbina G., I. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: MacGrawHill.
- Código de Comercio, C. (2008). *Registro Oficial*. Quito.
- Estallo M. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa: Conceptos e instrumentos*. ESIC.
- Gómez C., G., & Marquez Z., M. (2006). *La Banca en el Comercio Internacional*. España: ESIC.
- <http://www.cfn.fin.ec>. (29 de 06 de 2013). <http://www.cfn.fin.ec>.
- INEC. (2011). *Estratificación Nivel socio-económico*. Quito.
- Kotler, P. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Limusa.
- Malhotra J. (1997). *Investigación de Mercados*. Mexico: Prentice Hall.
- Martínez R. (2010). *Productos financieros básicos y su cálculo*. España: Editorial Club Universitario.
- Massons, J. (2002). *Finanzas: análisis y Estrategia Financiera*. España: Hispano.
- Miranda J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM.
- Miranda Juan, J. (1999). *Gestión de Proyectos cuarta edición*. Bogotá: Nueva Colombia Industrial.
- Pastor L., & Rubio J. (2008). *El departamento de comercio internacional en la PYME*. España: Editorial Club Universitario.
- Rodriguez V. (2012). *Revista Empresarial y Laboral*. 3.
- Santos D. (1994). *Plan de Negocios*. Madrid: edigrafos S. A.

SEPS. (2013). *Ley Orgánica del Sistema Financiero Cooperativo Popular y Solidario*. Quito.

Simón, A. (2006). *Diccionario de Economía*. Lima: Andrade.

Walker, M. C. (2001). *Contratos Bancario*. Argentina: UNL.