ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas

“ PROYECTO DE INVERSION PARA EL ANALISIS DE RIESGOS CREDITICIOS COMERCIALES PRIVADOS Y PARTICULARES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL UTILIZANDO SISTEMAS DE INFORMACION”

Proyecto de Grado

Previo a la obtención del Titulo de:

Ingeniero Comercial y Empresarial,

Especialización Marketing

Ingeniero Comercial y Empresarial,

Especialización Sistemas de Información Gerencial

Presentado por:

José Luis Larrea Jurado

Rodney Paúl Vivas González

Guayaquil – Ecuador

2006

PROYECTO DE INVERSION PARA EL ANALISIS DE RIESGOS CREDITICIOS COMERCIALES PRIVADOS Y PARTICULARES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL UTILIZANDO SISTEMAS DE INFORMACION

José Luis Larrea Jurado[1], Rodney Vivas González[2], Pedro Gando[3]

[1]**Ingeniero Comercial en Marketing 2006**
[2]**Ingeniero Comercial en Sistemas de Información 2006**
[3]**Director de Proyecto, Economista Escuela Superior Politécnica del Litoral**

RESUMEN

El objetivo del presente proyecto es crear una empresa que funcione como una herramienta importante en el crecimiento de la cartera de clientes de todas las instituciones comerciales que lo necesiten, mediante un manejo eficiente que brinde respuesta inmediata y concisa de los requerimientos de información crediticia y de cartera.
A su vez se analizará la viabilidad de la empresa, el entorno y el mercado, y se presentará una valoración inicial de la empresa y una estimación de la rentabilidad prevista de la inversión.

La propuesta general del plan de empresa contiene las siguientes partes: Estudio del entorno. Plan de marketing. Plan de operaciones. Plan financiero. Tendencias de futuro.

Si tenemos en cuenta todo lo explicado en el Plan Financiero hay suficientes razones como para pensar que el negocio es rentable ya en el corto plazo.

Según los ratios financieros nuestra empresa gozará ya en el corto plazo tanto de un buen equilibrio financiero como económico. Para finalizar, exponer que el equilibrio económico se da en nuestra empresa a partir del tercer año, ya que es el ejercicio a partir del cual nuestra empresa es rentable. También reseñar que en ningún momento a excepción del primer año, la empresa se encuentra en situación de desequilibrio, ya que en todos los sucesivos años, la empresa tiene ingresos suficientes como para afrontar con tranquilidad el hecho de sufragar todos los costos fijos y variables que tenga.

RESUMEN EN INGLES

The goal of this project, is create one enterprise that works like a big support system in the growth of the wallet size of clients from all kinds of institutions who needed, through the efficient management and the immediately response of the information requirements of credit.

The general propose contains the fallowing subjects: general plan, marketing plan, operation plan, financial plan and future movements.

If we had in consideration all that we explained in the financial plan, we can realize that, there are enough reasons to think that this project in convenient, even though in a short period.

According to the financial rates, our enterprise will have an excellent economic and financial equilibrium in the short time. In the realization of this project we could prove that we will get profits after the third year, after that, our enterprise will provide us of profits.

Also it is very important to tell that, the Creditcom´s incomes always will be enough to support the costs but the first year.

Finally, we have to tell that, there are not other projects like ours, because nobody else provides complete information about the private credits in the commercial sector. We are very confident in the success of this new business.

INTRODUCCION

La visión actual del Ecuador es la de un país en un estado de transición, considerando los diferentes escenarios que debe manejar este y el próximo gobierno. En algunos sectores ya se puede percibir la necesidad de los empresarios de una mayor eficiencia, la mejora en la calidad de los productos y la reducción de costos para lograr ser competitivos con respecto al resto del mundo.

Con respecto al entorno macroeconómico del Ecuador al año 2006, creemos que será un año complejo para el país ya que todavía hay temas de vital importancia a ser discutidos y aprobados como por ejemplo las negociaciones sobre el TLC, entre otros que deben buscar la recuperación del crecimiento para la reducción de la pobreza. Todo esto se complica además ya que este será un año de elecciones lo cual, sumado a la ya existente inestabilidad política no representan buenos augurios para la economía y el entorno macro que rodea a la empresa.

Podemos decir entonces que Ecuador todavía es un país vulnerable a factores internos y externos que, de hacerse realidad, podrían desencarrilar el programa de estabilización y ajuste. Como principales factores de inestabilidad consideramos al sistema político del Ecuador, con un gobierno que depende de coaliciones frágiles y variables, la debilidad del sistema bancario y de las instituciones financieras, la ausencia de regulaciones y la intervención gubernamental; todo esto genera mayor malestar social e influye negativamente.

No obstante, todavía existen esperanzas y eso se nota en el empuje de muchos empresarios privados que creen en el país y en el desarrollo de las empresas nacionales.

CONTENIDO

1. Generalidades

Actualmente existe una gran necesidad en las grandes cadenas comerciales para elegir acertadamente a qué persona otorgar una línea de crédito. Son cada vez más las empresas que deciden lanzar al mercado su propia tarjeta de crédito, por citar algunos ejemplos tenemos a De Prati con su tarjeta De Prati, Casa Tosi con su tarjeta CrediTosi, Pycca con su Credipycca, Marathon con su Marathon card, Créditos Económicos con su Credicard, entre otras.

Esto se evidencia debido a que estas empresas han puesto sus ojos a un nuevo mercado al cual no estaban enfocadas antes: el mercado de la clase económica media baja y baja, que nunca han podido acceder a tarjetas de crédito.

Lo que las empresas y cadenas comerciales buscan es saber con precisión que tan buenos clientes y que tan cumplidores en sus pagos son con otras tarjetas de crédito similares, y así reducir significativamente los riesgos y los costos de cobranzas y las pérdidas por incobrables.

Mediante el análisis de la información sobre los créditos comerciales y privados se establecerá la reputación que tiene el cliente en relación al cumplimiento de obligaciones y compromisos comerciales, pues esta referencia es la evidencia misma para comprobar o desmentir lo anterior.

2. Investigación de mercados

Para la investigación de mercados hemos decidido que dada la característica de nuestro servicio no sería de mucha utilidad utilizar técnicas cuantitativas, principalmente por que no es un servicio masivo y la cantidad total de posibles clientes es finita y pequeña, por lo que fácilmente podríamos encuestar a todos los clientes potenciales.

Por esto hemos decidido que la mejor alternativa de recolección de datos será la de aplicar técnicas cualitativas y para ser mas específicos en nuestro caso usaremos entrevistas a profundidad de los principales clientes potenciales según su tamaño y volumen de demanda.

3. Criterios de evaluación

- **TIR**

Desde el punto de vista del inversionista la medida más adecuada del beneficio de la inversión es la tasa interna de retorno, o TIR, sobre los recursos propios comprometidos. Esta tasa equivale al rendimiento promedio, en el proyecto en cuestión, de los recursos aportados, teniendo en cuenta los incentivos de cualquier tipo y los impuestos si los hubiere.

La TIR es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los futuros netos de efectivo de un proyecto de inversión con el flujo de salida de efectivo inicial del proyecto. Esta constituye la medida más efectiva para comparar si un proyecto es rentablemente atractivo o no.

El proyecto obtuvo una TIR final del 28% que resulta del flujo de caja que se muestra en el Anexo 5. Con esta tasa queda demostrado que el proyecto es rentable.

- **VAN (Valor Actual Neto)**

El VAN es un indicador del valor del proyecto que tiene en cuenta la influencia del tiempo (es decir, que comprende la actualización). La operación de ajustar valores futuros al momento actual se denomina actualización. El valor "ajustado" resultante se denomina "valor actualizado o valor actual". Específicamente el valor presente neto, nos mide el valor actualizado de los beneficios netos del proyecto, y nos brinda información adicional a la que nos provee la TIR. Si el VAN es positivo, la inversión puede generar ganancias después de reponer el capital y pagar los intereses incurridos. Si el VAN es negativo, el rendimiento de la inversión no es suficiente para reponer el capital invertido y pagar los intereses.

Este método para calcular el atractivo de un proyecto consiste en ajustar los valores futuros de los beneficios netos del proyecto al presente. Si la suma de estos flujos descontados a una mínima tasa alternativa de inversión es cero o positiva se considera rentable el proyecto. Caso contrario sería preferible invertir en otro proyecto. El VAN obtenido con la tasa de descuento del 15% es de US$ 44.476,46 por lo tanto el proyecto es rentable.

A continuación se muestra un cuadro con el detalle financiero del primer año.

	INVERSION	1 2006
INGRESO POR VENTAS		30.750,00

Ingresos por Cuota Anual		18.000,00
Ingresos por Consultas		6.750,00
Ingresos por Reportes		6.000,00
COSTOS DE VENTA		**12.974,40**
Costo de Servicio de banda ancha		4.200,00
Costo por Conexión Internet		7.800,00
Comisiones por ventas		1.800,00
GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS		**17.225,76**
Sueldos		3.360,00
Bonificaciones y Compensaciones		5.880,00
Arriendo		2.400,00
Luz		720,00
Agua		240,00
Teléfono		960,00
Movil (Plan)		1.680,00
Gastos de Oficina (Suministros)		1.200,00
Depreciación equipos de oficina		785,76
PARTICIPACIÓN UTILIDADES		**82,48**
IMPUESTOS		**116,84**
FLUJO NETO	**-8.000,10**	**350,52**

CONCLUSIONES

Una vez elaborado el estudio y el plan de mercadeo y de haber realizado un adecuado análisis financiero, se pone en consideración algunas conclusiones.

- Los estudios preliminares determinan que la situación actual del mercado es ideal para la creación de una empresa que brinde asesoría crediticia a nivel comercial, lo cual asegura una alta rentabilidad.

- La demanda en este tipo de mercado tan especial ha experimentado un continuo crecimiento durante los últimos años pero actualmente se encuentra insatisfecha por los servicios que prestan los competidores, con lo cual la principal estrategia de posicionamiento será: mayor información crediticia dentro del ámbito comercial y privado, excelente servicio a precios muy competitivos.

- El estudio también demuestra que la operación del prototipo implementado es rentable y que los rubros de las ventas y utilidad son atractivos.

- La propuesta demuestra en su funcionamiento que es un negocio viable y atractivo con una utilidad acertada. Con un manejo mercadológico y administrativo eficiente cuya implementación del sistema facilitará el acceso a información crediticia eficaz y confiable.

- Las diferentes actividades de la empresa crearán fuentes directas de trabajo.

- El análisis de rentabilidad del proyecto con base en un plan sistemático, arroja una TIR del 48% y un VAN de $. 26.674,30. Con esto demuestra que el proyecto es viable.

REFERENCIAS

1. BRACHFIELD, PERE J. - CÓMO VENDER A CRÉDITO SIN CORRER RIESGOS- MC.GRAW HILL - MÉXICO - 2002
2. CHAIN, SAPAG - PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS - MC GRAW HILL - EE.UU. - 2001
3. KOTLER, PHILLIP - DIRECCION DE MERCADOTECNIA, MC. GRAW HILL - EE.UU. - 1998
4. TAYLOR, KINNEAR - INVESTIGACION DE MERCADOS, MC. GRAW HILL - EE. UU. 1999