

CAPÍTULO 1

I. ESTUDIO DE MERCADO

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO GENERAL: Determinar la factibilidad de mercado, organizativa y financiera de crear una empresa orientada a otorgar créditos en beneficio de los agricultores rurales de ciclo corto de la provincia del Guayas para la recuperación del nivel de vida en el medio rural de dicha provincia.

- Determinar la demanda actual y su proyección, así como la determinación del segmento de mercado al que debe apuntar la financiera.

- Determinar si existe la necesidad insatisfecha de créditos más efectivos, fáciles y rápidos en el mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que se ofrece actualmente en el mercado.
- Conocer las características y ubicación de los potenciales clientes.
- Analizar las fortalezas y debilidades de las financieras actuales a fin de incluir los aspectos positivos en el modelo planteado (Benchmarking).
- Determinar la estrategia comercial más acorde a la realidad, que permita cumplir las expectativas del cliente.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar nuestros servicios a los clientes.

La viabilidad o no de un proyecto reside principalmente en el mercado consumidor, que será quien decida la adquisición del servicio que proporcionará “CREDIFIN S.A.”. Por consiguiente, el estudio del mercado consumidor requiere del máximo esfuerzo para determinar la existencia de una demanda real para el servicio en términos de su precio, cantidad y periodicidad, en un lugar y tiempo determinado.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Los créditos alternativos aunque tienen una cierta flexibilidad para responder a las situaciones específicas que viven los pequeños agricultores, las restricciones que se derivan de su subordinación (falta de garantías,

exclusión de la membresía de organizaciones productivas, desconocimiento de los requisitos para optar por crédito y otros), son de carácter marginal y no se han previsto mecanismos para que ellos hagan el tránsito desde las experiencias crediticias flexibles y subsidiadas a las instancias de crédito formal, con lo que se mantiene una especie de discapacidad estructural que evita que los pequeños agricultores participen en mejores condiciones en el acceso al crédito.

Nosotros crearemos condiciones favorables para que los pequeños productores agrícolas puedan resistir de mejor forma a las condiciones adversas de este escenario.

Ofreceremos servicios crediticios, con facilidades de pago y un buen manejo de liquidez y captaciones de inversión a plazos fijos. Dentro de la oferta crediticia para pequeños agricultores figuran:

- Crédito Agrícola de Temporada
- Crédito Flexible
- Crédito Obras de Riego y Drenaje
- Crédito de Enlace de Suelos Degradados
- **Crédito Agrícola Microempresas**
- Crédito para compra de activos productivos

Los primeros dos tipos de créditos están exclusivamente destinados a la pequeña empresa con giro agrícola. Los siguientes dos productos (Crédito Obras de Riego y Drenaje y Crédito de Enlace de Suelos Degradados) sirven principalmente como financiamiento intermedio hasta que el productor obtenga la bonificación estatal para su proyecto seleccionado por el respectivo programa de fomento (BNF). Pueden ser solicitados tanto por pequeñas empresas como por microempresas agrícolas.

El principal producto para el segmento de mercado sujeto al presente estudio, es decir los pequeños productores agrícolas (microempresarios), es el Crédito Agrícola microempresas. Este está destinado al financiamiento de capital de trabajo en general (ANEXO 1).

La compra o reparación de activos productivos, como maquinaria, herramientas, equipos y otros, así como para financiar necesidades de cultivos anuales, como semillas, fertilizantes, pesticidas y mano de obra pertenecerá a nuestra oferta crediticia para compra de activos productivos.

El segundo grupo de productos y servicios que se ofrece consiste en una serie de seguros. Se ofrece un seguro agrícola que cubre pérdidas económicas por sucesos climáticos adversos y que está reglamentado a nivel nacional por el Ministerio de Agricultura.

Con respecto a las colocaciones de crédito, se efectuará una evaluación completa al principio de la temporada y se determinará un monto máximo sobre el cual el cliente puede disponer durante este tiempo. La introducción de esta línea, que se la denominará “multipropósito de crédito” el cual nos llevará a tener un tiempo de aprobación de máximo cuatro días y disminuirá los costos administrativos para nuestra financiera y los costos del crédito para el cliente.

Lo decisivo para una evaluación positiva son únicamente la capacidad y la voluntad del agricultor de trabajar y pagar. Cuando un cliente solicite un crédito, el oficial de crédito le hará una entrevista inicial que consiste en una evaluación subjetiva de la persona y que sirve para aclarar las necesidades del cliente. También se verifica que cumpla con dos requisitos básicos para acceder a un crédito. Por un lado, tiene que tener por lo menos un año de antigüedad en el rubro, con o sin iniciación de actividades, y por otro lado, tiene que mostrar antecedentes comerciales favorables.

1.3 SEGMENTACIÓN

La agrupación de consumidores o en este caso pequeños productores agrícolas, de acuerdo con algún comportamiento similar en el acto de compra, se denomina segmentación, la cual reconoce que el mercado consumidor está compuesto por individuos con diversidad de ingresos, edad,

sexo, clase social, educación y residencia en distintos lugares, lo que provoca necesidades y deseos también distintos.

1.3.1 TIPOS DE SEGMENTACIÓN:

- **Geográfica:** Para el presente proyecto se ha seleccionado la provincia del Guayas con sus 25 cantones pero tomando en cuenta que para el análisis solo consideramos como mercado objetivo a los cantones de DAULE, SAMBORONDON, MILAGRO, SANTA LUCIA y SALITRE, basándonos en los cuadros de la caracterización de las UPAs (parte inferior).

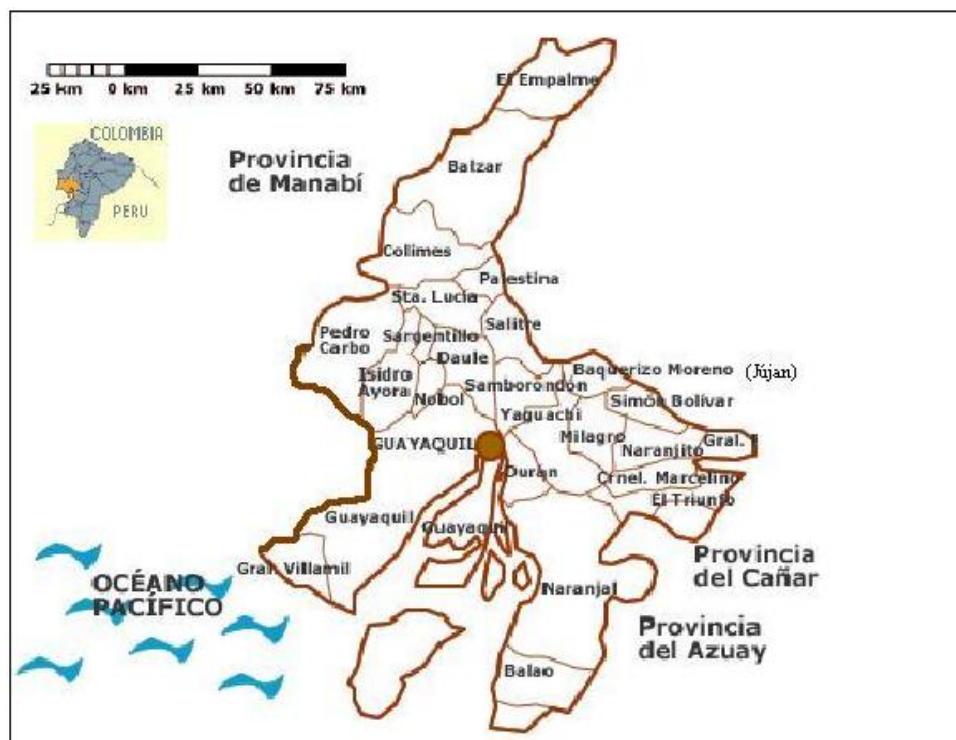


TABLA N° 1.1
CARACTERIZACIÓN DE LAS UPAs Y DE SU POBLACIÓN POR CANTÓN

- UPAs CON SUPERFICIE DESDE 5 Has. A MENOS DE 10 Has.

PROVINCIA Cantón	Superficie sembrada con cultivos ⁽¹⁾ (has)	Cultivos predominantes y porcentaje de superficie sembrada ⁽²⁾					
		Primer cultivo más sembrado		Segundo cultivo más sembrado		Tercer cultivo más sembrado	
		Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
GUAYAS							
Guayaquil	1.884	Cacao	15,7%	Banano	14,5%	Camaroneras	4,9%
Alfredo Baquerizo Moreno	1.823	Arroz	58,7%	Cacao	20,0%	Asociados	12,1%
Balao	1.126	Cacao	66,3%	Banano	19,3%	Camaroneras	1,5%
Balzar	3.312	Maíz Duro Seco	41,0%	Arroz	29,0%	Asociados	3,8%
Colimes	2.914	Arroz	79,2%	Cañá	5,9%	Asociados	2,8%
Daule	6.074	Arroz	94,0%	Mango	1,4%	Asociados	0,2%
Durán	752	Arroz	71,8%	Cacao	16,3%	Asociados	1,4%
Empalme	5.949	Asociados	33,4%	Maíz Duro Seco	23,4%	Arroz	9,9%
El Triunfo	2.819	Maíz Duro Seco	29,5%	Banano	23,6%	Asociados	1,5%
Milagro	5.236	Cacao	44,7%	Asociados	14,5%	Maíz Duro Seco	11,8%
Naranjal	4.529	Cacao	56,6%	Arroz	13,3%	Asociados	6,5%
Naranjito	1.444	Caña de azúcar	35,3%	Maíz Duro Seco	23,6%	Asociados	2,8%
Palestina	1.276	Arroz	91,3%	Maíz Duro Seco	3,8%	Asociados	2,3%
Pedro Carbo	1.709	Asociados	40,8%	Arroz	22,3%	Maíz Duro Seco	19,6%
Salinas							
Samborombón	6.333	Arroz	97,1%	Asociados	0,0%	Maíz Duro Choclo	0,0%
Santa Elena	1.578	Maíz Duro Seco	23,7%	Paja toquilla	13,0%	Asociados	2,9%
Santa Lucía	3.264	Arroz	99,0%	Plátano	0,3%		
Salitre	7.753	Arroz	79,7%	Maíz Duro Seco	4,6%	Asociados	1,5%
Yaguachi	5.758	Arroz	59,9%	Cacao	23,3%	Asociados	0,2%
Playas (Gral. Villamil)	31	Camaroneras	69,7%	Sandia	28,0%	Mango	2,0%
Simón Bolívar	3.277	Cacao	40,6%	Asociados	18,7%	Arroz	16,3%
Coronel Marcolino Maridueña	1.278	Maíz Duro Seco	34,7%	Caña de azúcar	21,6%	Asociados	14,9%
Lomas de Sargentillo	358	Arroz	69,9%	Mango	8,5%	Asociados	5,7%
Nobol (Vicente Piedrahita)	548	Arroz	88,1%	Asociados	8,5%	Mango	2,2%
La Libertad							
Gral. Antonio Elizalde	478	Cacao	17,2%	Maíz Duro Seco	14,1%	Asociados	3,3%

Fuente y elaboración: III Censo Nacional Agropecuario (datos Guayas)

TABLA N° 1.2
CARACTERIZACIÓN DE LAS UPAs Y DE SU POBLACIÓN POR CANTÓN

- UPAs CON SUPERFICIE MENOR A 5 Has.

PROVINCIA Cantón	Superficie sembrada con cultivos ⁽¹⁾ (has)	Cultivos predominantes y porcentaje de superficie sembrada ⁽²⁾					
		Primer cultivo más sembrado		Segundo cultivo más sembrado		Tercer cultivo más sembrado	
		Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
GUAYAS							
Guayaquil	1.184	Cacao	29,3%	Banano	17,0%	Camaroneras	9,5%
Alfredo Baquerizo Moreno	1.509	Arroz	52,2%	Cacao	28,6%	Asociados	10,2%
Balao	379	Cacao	55,9%	Banano	11,6%	Asociados	4,9%
Balzar	2.251	Maíz Duro Seco	43,2%	Arroz	40,3%	Asociados	5,1%
Colimes	1.954	Arroz	83,9%	Café	5,6%	Asociados	3,4%
Davile	11.335	Arroz	96,2%	Maíz Duro Seco	0,8%	Asociados	0,3%
Durón	390	Arroz	56,9%	Cacao	34,2%	Asociados	4,3%
Empalme	4.461	Asociados	34,5%	Maíz Duro Seco	25,1%	Arroz	12,3%
El Triunfo	952	Banano	22,4%	Arroz	20,5%	Asociados	4,3%
Milagro	4.867	Cacao	48,2%	Asociados	17,4%	Maíz Duro Seco	11,8%
Naranjal	2.144	Cacao	49,2%	Arroz	18,2%	Asociados	11,5%
Naranjito	1.280	Maíz Duro Seco	35,8%	Cacao	17,3%	Asociados	3,7%
Palestina	1.249	Arroz	92,7%	Maíz Duro Seco	4,1%	Asociados	1,2%
Pedro Carbo	1.654	Arroz	39,0%	Maíz Duro Seco	24,7%	Asociados	22,3%
Salinas	18	Pimiento	43,6%	Sandía	43,6%	Camaroneras	0,5%
Sambarondón	4.750	Arroz	99,4%	Cacao	0,2%		
Santa Elena	1.088	Maíz Duro Seco	26,9%	Café	11,3%	Asociados	6,4%
Santa Lucía	6.685	Arroz	98,4%	Maíz Duro Seco	0,6%	Asociados	0,2%
Salitre	9.077	Arroz	81,5%	Maíz Duro Seco	4,9%	Asociados	2,7%
Yaguachi	4.577	Arroz	47,7%	Cacao	33,3%	Asociados	1,8%
Playas (Gral. Villamil)	31	Camaroneras	66,1%	Asociados	11,9%	Maíz Duro Seco	8,8%
Simón Bolívar	2.218	Cacao	39,4%	Asociados	14,8%	Maíz Duro Seco	13,1%
Coronel Marcelino Maridueña	637	Maíz Duro Seco	36,8%	Cacao	18,8%	Asociados	11,4%
Lomas de Sergentillo	576	Arroz	68,0%	Mango	10,1%	Asociados	6,2%
Nobol (Vicenta Piedrahita)	608	Arroz	80,4%	Asociados	10,0%	Mango	3,5%
La Libertad	4	Asociados	38,4%	Camote	28,8%	Tomate riñón	13,6%
Gral. Antonio Elizalde	247	Maíz Duro Seco	26,3%	Cacao	18,7%		

Fuente y elaboración: III Censo Nacional Agropecuario (datos Guayas)

- **Demográfica:** Nuestro mercado objetivo serán pequeños agricultores que posean no más de diez hectáreas cada uno en los cantones señalados anteriormente.
- **Psicográficas:** El grupo objetivo serán también aquellos agricultores que no posean los suficientes recursos y requisitos para poder ser calificados como sujeto de crédito por otros tipos de instituciones financieras y a la vez trataremos de abarcar el grupo de pequeños agricultores que recurre a redes cerradas de especuladores que les proporcionan diversas formas de crédito especulativo.
- **Comportamiento:** El segmento de mercado seleccionado, tiene como prioridad la obtención de un crédito rápido, sencillo e inmediato; toman muy en cuenta la imagen de la empresa prestadora del servicio y sobretodo la confianza en una institución financiera que brinde un proceso crediticio seguro.

Esto es lo que hace de ellos, segmentos accesibles para nuestra empresa; pero siempre contando con la dificultad que representa la existencia de nuestra competencia que está dispuesta a brindar también un servicio que cubra las necesidades de nuestro mercado potencial.

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

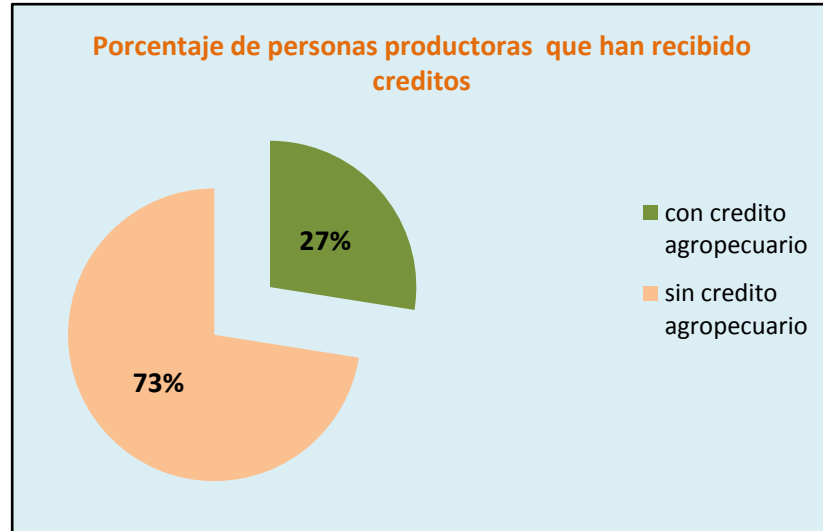
El objetivo principal que se pretenderá alcanzar con el análisis de la demanda de los productores agrícolas de ciclo corto en la provincia del Guayas será determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.

La cuantificación de la demanda, es decir, de la cantidad del servicio que el mercado requiere para satisfacer una necesidad o deseo específico a un precio determinado, no se obtiene fácilmente cuando no existe información estadística actualizada y disponible para conocer la situación crediticia actual de los consumidores. En este caso, la información obtenida a través de la investigación de campo (encuestas) será de carácter necesario.

En relación a su **oportunidad** la demanda a la que nos enfrentamos es una demanda insatisfecha, ya que lo que se ofrece actualmente no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

GRÁFICO N° 1.1

ÁREA RURAL



Fuente y elaboración: datos del III Censo Nacional Agropecuario

Este cuadro nos muestra de acuerdo a datos del III Censo Nacional Agropecuario (provincia del Guayas) realizado en el año 2000 que solo el 27% de los productores de esta provincia (área rural) han recibido créditos, divididos de la siguiente manera:

- Por parte de prestamistas_____13.5%
 - Por otras fuentes_____6.7%
 - Por parte de Empresas e Inst. privadas_____4.3%
 - Por parte de bancos y Coop. de Ahorro_____1.6%
- } 27%

La demanda no ha sido atendida habitualmente por miembros del sector financiero formal, ya que relaciona al sector rural con sujetos de crédito de

alto riesgo y altos costos operativos. De hecho en los años ochenta la poca participación de la banca privada en el sector rural y su concentración en sectores con menores costos de transacción como el consumo y la vivienda, hacía pensar que el crédito rural no era rentable.

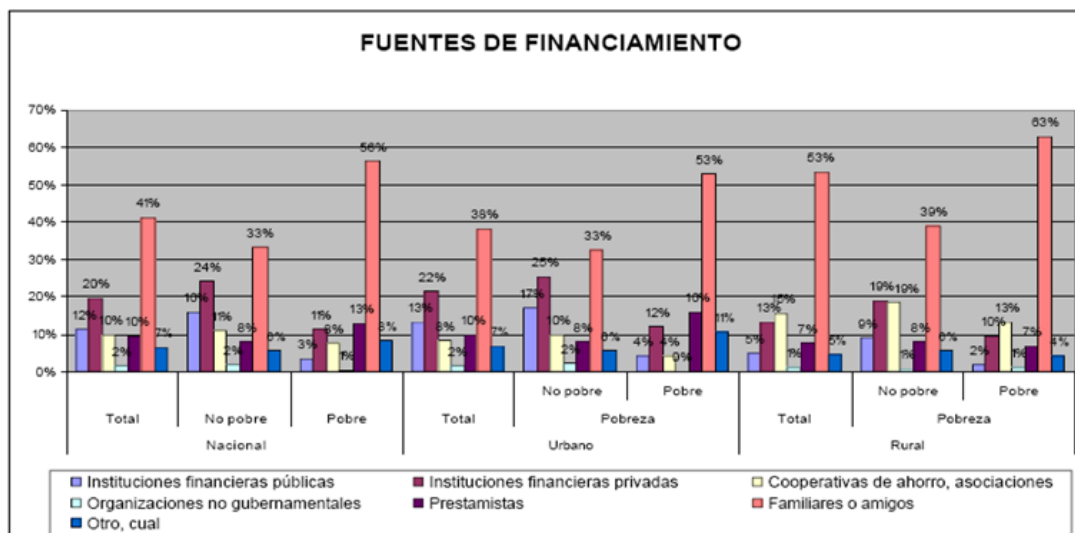
Actualmente y a pesar de que esta situación ha cambiado y cada vez más operadores especializados reconocen y deciden intervenir en el sector rural, persiste la brecha entre lo que éstos ofrecen y lo que realmente se necesita.

La demanda insatisfecha respondería básicamente a tres causas que pueden ser corregidas mediante legislación apropiada que genere incentivos a favor de cambiar situaciones como:

- a) La reducción de la oferta de crédito agrícola formal, relacionada con la disminución de crédito agrícola en los portafolios de los bancos de desarrollo y la contracción de transferencias fiscales para este propósito;
- b) Las pérdidas sustanciales y la eventual descapitalización de la banca de desarrollo estatal y el fracaso de programas dirigidos de crédito, utilizados como canales de fondos públicos o de donantes;
- c) La poca respuesta en la oferta de fondos de los bancos privados, para ampliar sus operaciones hacia áreas rurales.

GRÁFICO Nº 1.2

FUENTES DE FINANCIAMIENTO



Fuente: INEC, Encuestas de Condiciones de Vida, 5ta ronda 2005-2006
Elaboración: Hexagon Consultores

En relación con su **Necesidad**, el tipo de nuestra demanda es de un servicio social o necesario, ya que la sociedad, específicamente los pequeños agricultores necesitan de los créditos como una herramienta importante para su desarrollo y crecimiento productivo.

De acuerdo a su **Temporalidad**, la demanda es continua, ya que la necesidad de obtener créditos permanece normalmente en crecimiento de acuerdo al número de UPAS, es decir que el consumo de servicios crediticios va en aumento mientras crece la población dedicada a esta actividad.

1.4.1 FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

1.4.1.1 TAMAÑO Y CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

Para establecer el tamaño de la población consideramos como nuestro mercado a la **provincia del Guayas** que tiene una población de **3`309.034 habitantes**; de los cuales, habitan en el área urbana aproximadamente 2'661.057 personas; mientras que en el **área rural** viven **595.706 personas**.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) según el IV Censo de población y el V de vivienda de los años 2001 y 2002, muestra los siguientes resultados:

TABLA N° 1.3
TOTAL POBLACIÓN DEL ECUADOR Y PROVINCIA DEL GUAYAS

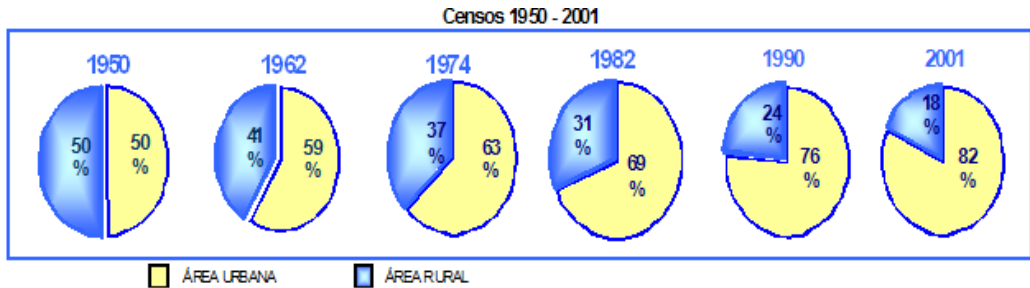
POBLACIÓN DEL ECUADOR Y DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS			
Censo 1950-2001			
AÑO	ECUADOR	GUAYAS	%
1950	3.202.757	582.144	18,2
1962	4.564.080	979.223	21,5
1974	6.521.710	1.512.333	23,2
1982	8.138.974	2.038.454	25,0
1990	9.697.979	2.515.146	25,9
2001	12.156.608	3.309.034	27,2

El porcentaje (%) expresa la participación de la provincia en relación al país.

Fuente y elaboración: INEC

GRÁFICO N° 1.3

GUAYAS: EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA Y RURAL



Fuente y elaboración: INEC

Vemos como ha evolucionado la población rural y urbana de la Provincia, esta última ha tenido un crecimiento rápido debido a que en busca de una mejor calidad de vida, crecen las corrientes migratorias internas, de distintas zonas del país, y dejan cada año sus tierras rurales para llegar a las ciudades en busca de mejores oportunidades sociales y económicas.

Sectorizando más la población, vemos la tasa de crecimiento de la **población dedicada a la Agricultura, silvicultura, caza y pesca en el año 2001, que es de 200,547 personas, con una tasa de crecimiento del 2.6%.**

TABLA N° 1.4
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 12 AÑOS Y MÁS, POR ESTRUCTURAS PORCENTUALES Y TASAS DE CRECIMIENTO, SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA – GUAYAS

RAMAS DE ACTIVIDAD	1.982		1.990		2.001		TCA %	
	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	82-89	89-2001
TOTAL	598.425	100,0	877.022	100,0	1.217.139	100,0	4,8	3,0
AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA	105.425	17,6	151.001	17,2	200.547	16,5	4,5	-2,6
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	1.328	0,2	1.103	0,1	2.191	0,2	-2,3	6,2
MANUFACTURA	85.474	14,3	95.724	10,9	127.645	10,5	1,4	2,6
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	3.096	0,5	3.437	0,4	4.605	0,4	1,3	2,7
CONSTRUCCIÓN	45.162	7,5	58.211	6,6	78.938	6,5	3,2	2,8
COMERCIO	108.200	18,1	174.496	19,9	301.419	24,8	6,0	5,0
TRANSPORTE	33.305	5,6	41.101	4,7	68.790	5,7	2,6	4,7
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	19.085	3,2	34.159	3,9	57.932	4,8	7,3	4,8
SERVICIOS	158.868	26,5	229.119	26,1	218.226	17,9	4,6	-0,4
ACTIVIDADES NO BIEN ESPECIFICADAS *	11.646	1,9	75.133	8,6	146.910	12,1	23,3	6,1
TRABAJADOR NUEVO	26.836	4,5	13.538	1,5	9.936	0,8	-8,6	-2,8

* EN EL AÑO 2001, INCLUYE A NO DECLARADO

TCA = TASA DE CRECIMIENTO ANUAL

Fuente y elaboración: INEC, CENSOS 1982, 1990, 2001

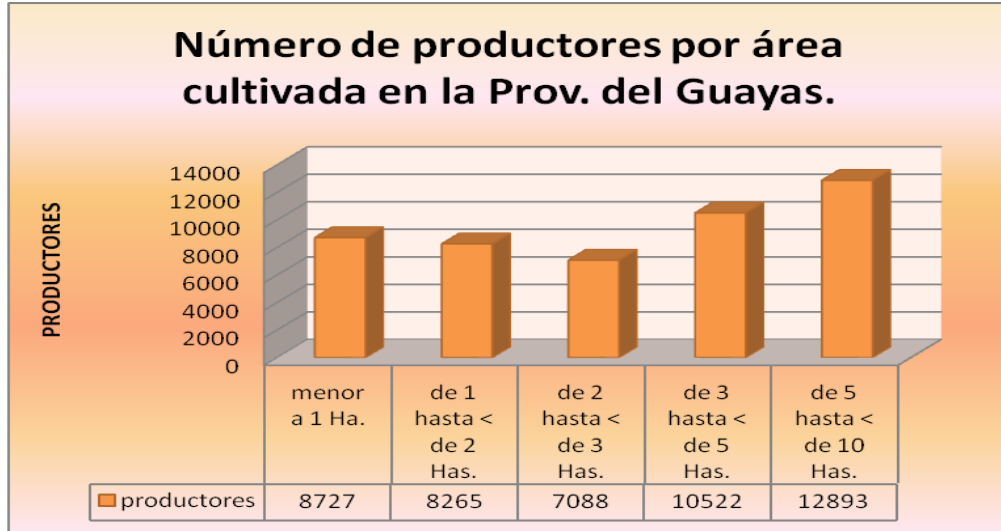
El problema para implementar políticas de desarrollo rural es que, debido a ciertos factores como la alta vulnerabilidad de sus ingresos, la estacionalidad y las variaciones de sus cosechas se ha considerado tradicionalmente a ésta, como una población de alto riesgo financiero y, por ende, el mercado ha asignado poca cobertura de los servicios de crédito. Un desigual acceso a recursos financieros, debido a que las instituciones financieras dedicadas a esta actividad prefieren intervenir en actividades vinculadas a la exportación y excluyen de este beneficio a los campesinos ya que los consideran como grupos de alto riesgo.

1.4.1.2 HÁBITOS DE CONSUMO

Mostramos primero el número de productores con respecto al consumo de tierra (área cultivada) en el siguiente gráfico:

GRÁFICO Nº 1.4

PRODUCTORES VS. HECTÁREAS



Fuente: III Censo Nacional Agropecuario

Elaboración: las autoras

Esto nos da una idea de cual es nuestro público objetivo; para saber cual es la manera en la que esas personas productoras han llevado su consumo de crédito nos basamos nuevamente en el III Censo Nacional Agropecuario con datos de la Provincia del Guayas, analizamos la siguiente tabla:

TABLA Nº 1.5
NÚMERO DE PERSONAS PRODUCTORAS Y HAS. POR CRÉDITO OBTENIDO (PROVINCIA GUAYAS)

tamaño de UPA		TOTAL	BANCO PRIVADO	BNF	COOP. DE AHORRO Y CREDITO	EMPRESA PROVEEDORA DE INSUMOS	EMPRESA PROCESADORA	CHULQUERO	INTERMEDIARIO	FAMILIAR	FUNDACION U ONG	OTRA FUENTE
menos de 1 hectarea	productores	1620	18	18	8	*	195	888	138	242	45	68
	hectareas	881	*	*	*	*	108	495	97	113	25	43
de 1 hasta menos de 2 has.	productores	2136	11	18	37	15	240	1204	255	256	29	71
	hectareas	2895	*	*	*	21	332	1668	379	363	39	93
de 2 hasta menos de 3 has.	productores	2108	11	30	30	19	324	1086	279	208	74	47
	hectareas	5020	27	66	76	51	793	2562	659	506	170	110
de 3 hasta menos de 5 has.	productores	3792	30	129	89	13	459	2008	632	259	69	104
	hectareas	14603	111	502	357	54	1813	7657	2453	1018	248	390
de 5 hasta menos de 10 has.	productores	4073	65	260	108	37	572	2043	497	295	98	98
	hectareas	27334	451	1812	730	244	3751	13725	3332	1927	687	675
de 10 hasta menos de 20 has.	productores	2152	89	236	67	23	202	1004	274	159	72	26
	hectareas	28835	1323	3138	879	298	2672	13610	3727	1972	915	301
TOTALES	productores	15881										
	hectareas	79568										

Fuente: datos III Censo Nacional Agropecuario (Prov. Guayas) Elaboración: las autoras

Aquí podemos ver que el consumo del crédito esta dividido de acuerdo al tamaño de la Unidad de Producción Agrícola (UPA) y al número de Instituciones tanto privadas como públicas que prestan esta clase de servicios, y claramente se muestra que en todos los tamaños de UPAs la mayor cantidad de créditos son otorgados por chulqueros o prestamistas informales.

Generalmente la adquisición del servicio de créditos es pagadera a 1 año con tasas de interés referenciales, se selecciona a la empresa prestadora de este servicio por facilidad de acceso al crédito, rapidez en la entrega, una no rigurosa selección, bajos costos de comisión y tasa de interés.

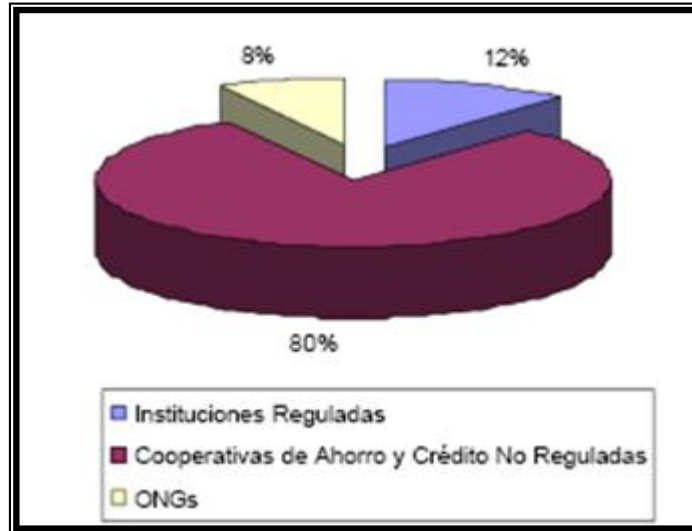
Entre las motivaciones que existen para contratar este servicio, se encuentran: la compra de semillas, fertilizantes, maquinaria agropecuaria, mejoras o implantación de sistemas de riego, creación o adecuación de estructuras, equipos de transporte, producción de cultivos y otros destinos.

1.4.2 DEMANDA ACTUAL

De acuerdo al Banco Mundial, diferentes simulaciones del potencial impacto de diversas intervenciones destinadas a aumentar la eficiencia agrícola, como el acceso al crédito, la educación formal y técnica agrícola, los mercados y los intermediarios en la venta, el uso de fertilizantes y pesticidas y la asistencia técnica, muestran que el acceso al crédito y la educación técnica agrícola son las medidas que más inciden en la productividad de las explotaciones agrícolas pequeñas.

GRÁFICO N° 1.5

INSTITUCIONES MICROCREDITICIAS



Fuente y elaboración: Superintendencia de Bancos

Vale la pena recalcar que, bajo la actual normativa, la calificación de cartera de la Superintendencia de Bancos se divide en categorías generales como: vivienda, consumo, comercial y microcrédito; afortunadamente, la última categoría existe, pero desafortunadamente, ésta última se registra (por falta de especificidad en la normativa) de manera general, sin que sea posible hacer, por ahora, una diferenciación entre el crédito que se origina, en lo formal, entre lo urbano y lo rural.

1.4.2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el análisis utilizamos principalmente los datos del III Censo Nacional Agropecuario ya que nos sirven de fuente primaria de información para nuestro estudio, por ello hay que tener en cuenta su alcance, su periodo de

tiempo y algunos de los significados de sus elementos censados. Estos datos toman en cuenta la población nacional de agricultores pero limitados a áreas rurales, específicamente parroquias integralmente consideradas y zonas periféricas de las capitales provinciales y cabeceras cantonales en este caso primordialmente de la Provincia del Guayas, estos datos están respaldados en este estudio con los datos arrojados por las encuestas (fuente secundaria) realizadas a la muestra escogida.

Es necesario tener claro el significado de los términos:

Unidad de producción agropecuaria (UPA): Es una extensión de tierra de 500 m² o más dedicada total o parcialmente a la producción agropecuaria, considerada como una unidad económica, que desarrolla su actividad bajo una dirección o gerencia única, independientemente de su forma de tenencia y de su ubicación geográfica; utilizando indistintamente los medios de producción en la superficie que la conforma. Superficies menores de 500 m² que mantuvieron las características de UPA descritas, solo fueron consideradas como tales por el Censo, si durante el año censal generaron algún producto agropecuario para la venta.

En la práctica la UPA es toda finca, hacienda, quinta, granja, fundo o predio dedicados total o parcialmente a la producción agropecuaria. En general una UPA está conformada por uno o varios terrenos (en al menos uno de los que realizan actividades agropecuarias) que son manejadas bajo

el criterio de una gerencia única y comparten los mismos medios de producción como: mano de obra, maquinaria, etc. La gerencia de la UPA puede ser ejercida por una persona, un hogar, una empresa, una cooperativa o cualquier otra forma de organización.

El uso del suelo se refiere a como se encontró la UPA el día en que fue censada, y se clasifica en 9 grupos, de los cuales para nuestro estudio nos basamos solo en:

Bajo cultivos transitorios: Son suelos dedicados al cultivo de productos agrícolas que se destinan a la alimentación humana y/o animal o para materias primas industriales. Son cultivos cuyo ciclo vegetativo o de crecimiento es generalmente menos a un año, llegando incluso a ser unos pocos meses.

Por ultimo tomamos en cuenta también el significado de ciertos términos relativos a la persona productora:

Persona productora (PP): Es la persona natural que decide y organiza las actividades habituales de producción y comercialización que se realizan en la UPA y ejerce el control y dirección de estas actividades.

La persona productora no siempre es la propietaria de la tierra ni tampoco se la designa por su género o edad. La PP puede ser un administrador,

mayordomo u otro empleado, siempre y cuando cumpla las responsabilidades correspondientes. Por definición la PP es un solo individuo, consecuentemente, en los casos de UPAs bajo control compartido entre dos o más personas, el Censo considerado como PP a quien las demás reconocieron como tal.

Financiamiento (crédito agropecuario): Se refiere a la obtención de recursos a través de terceros, para sufragar los gastos que demandan las actividades agropecuarias u operación de la UPA. El censo investigó exclusivamente el financiamiento a través de crédito agropecuario; es decir, de préstamos de dinero o de especies, que la PP recibió durante el año censal para financiar las actividades propias de la UPA.

Siguiendo el esquema de Kinnear y Taylor, los siguientes son los pasos para definir una muestra¹:

1. Definir la población.
2. Identificar el marco muestral
3. Determinar el tamaño de la muestra: Se utilizará el Método probabilístico, a través del muestreo proporcional.
4. Seleccionar un procedimiento de muestreo.
5. Seleccionar la muestra.

1 BERNAL, Augusto, *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*, Pearson Educación de Colombia, Bogotá, 2000

1.4.2.2 PRUEBA PILOTO

Se efectuó una prueba piloto de validación de la encuesta a 10 agricultores, con el objetivo de establecer si la encuesta está correctamente diseñada, y si a través de las preguntas se puede conocer las necesidades reales de ellos.

La información recogida de la prueba piloto permitió reestructurar de mejor manera la encuesta (ANEXO 2) y que sirva como un instrumento que recopile las expectativas de los usuarios a fin de posteriormente diseñar un servicio de calidad.

1.4.2.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra, se usará el muestreo proporcional cuya fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} P Q N}{\epsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra necesaria.

$Z_{\alpha/2}$ = margen de confiabilidad o número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza (para una confianza de 95% o un $\alpha = 0,05$, $Z=1,96$)

P = probabilidad de que el evento ocurra 0,50.

Q = probabilidad de que el evento no ocurra 1-P = 0, 5.

ϵ = error o diferencia máxima entre la media muestral y la media de la población que se está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza que se ha definido. $\epsilon = 0,05$ o 5%.

N = tamaño de la población: 65,292 UPAs de las cuales el 57% pertenecen a cultivos transitorios, 37,216 UPAs.

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,50) * (0,50) * (37,216)}{(0,05)^2 (37,216) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{34,298.2656}{93.9616}$$

$$n = \mathbf{365 \text{ UPAs}}$$

1.4.2.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTA

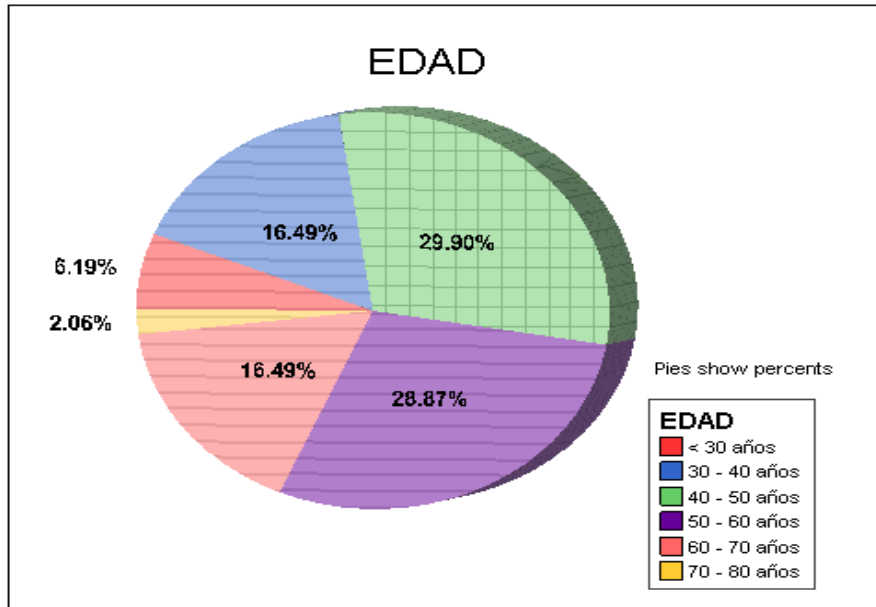
Empezamos por definir la edad de nuestros encuestados, que se muestra en el cuadro inferior, cabe recalcar que sabemos que son todos AGRICULTORES de productos de ciclo corto (algunos cosechan ambos ciclos) dentro varios diferentes Cantones en la Provincia del Guayas, ya que con esta condición se realizaron las encuestas.

Como podemos ver en el cuadro, la mayoría de los encuestados se encuentran en un rango de edades entre 40 y 50 años, personas que en su mayoría eran de sexo masculino (con un 84%) y que se habían dedicado a

esta actividad incluso algunos por más de 20 años, adquiriéndola de una generación a otra.

GRÁFICO N° 1.6

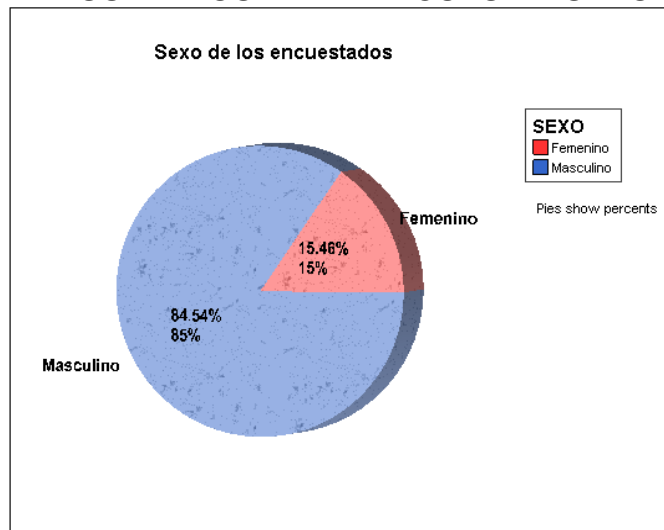
RESULTADOS DE LA ENCUESTA: EDAD



Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

GRÁFICO N° 1.7

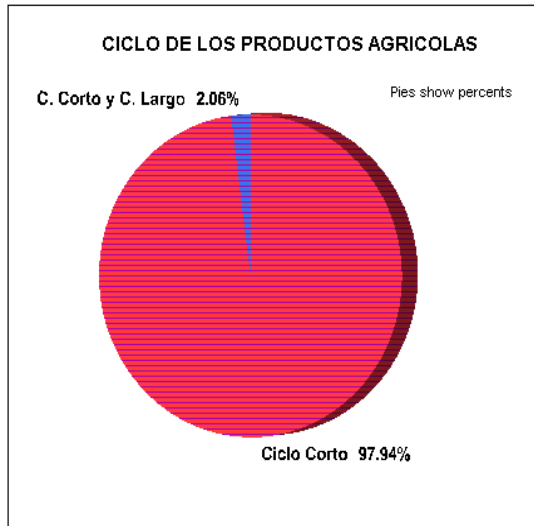
RESULTADOS DE LA ENCUESTA: SEXO



Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

GRÁFICO N° 1.8

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: TIPO DE CICLO DEL PRODUCTO

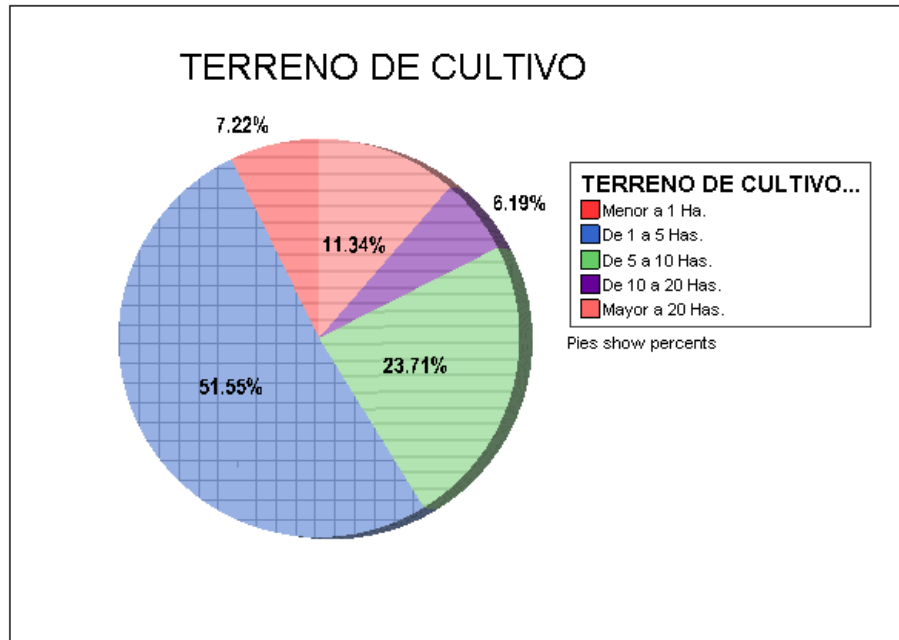


Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

Otro dato arrojado por la encuesta y muy significativo para nuestro análisis fue sobre el terreno de cultivo que poseía cada agricultor, así confirmamos que nuestro grupo objetivo sigue siendo el de pequeños agricultores con no más de 10 hectáreas cada uno, ya que justamente son los que poseen un porcentaje más alto de 51.55% y de 23.71% como se puede apreciar a continuación:

GRÁFICO N° 1.9

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: HECTÁREAS



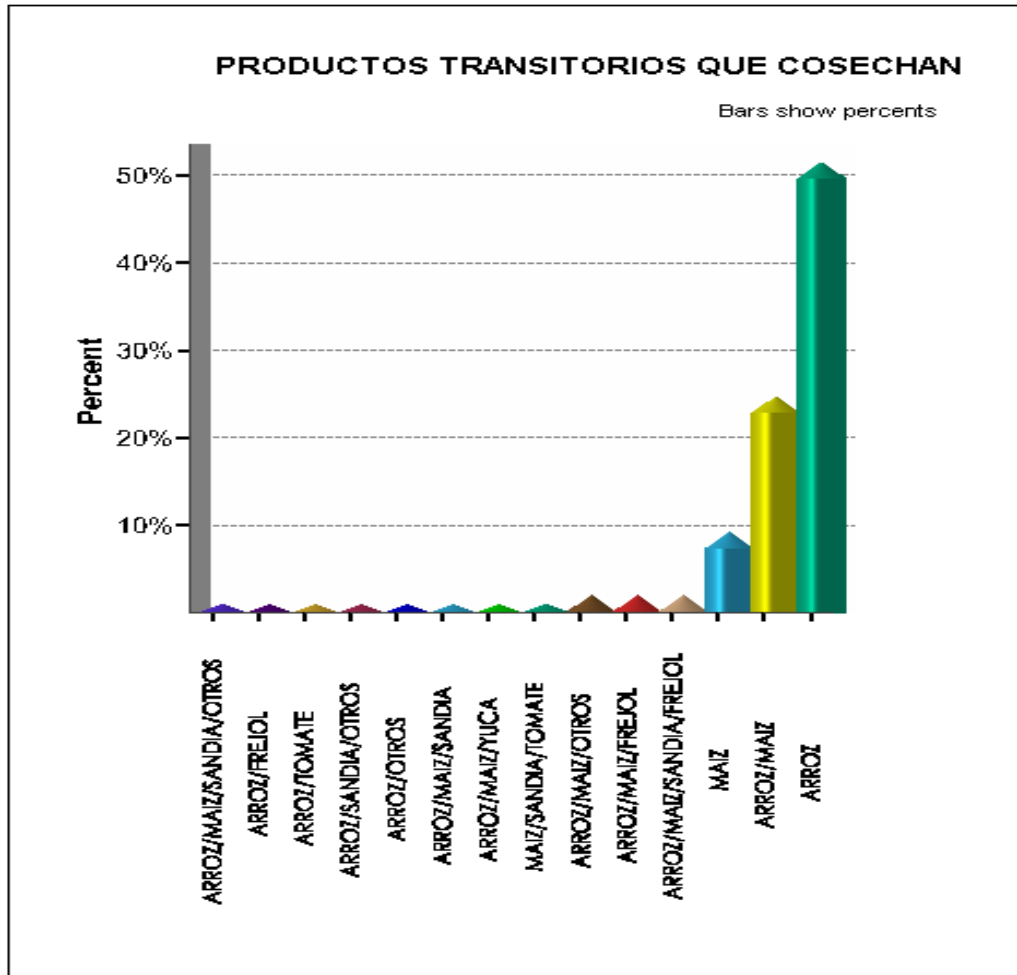
Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

Como dato adicional, de acuerdo a la opinión verbal de los encuestados pudimos saber que la situación real de algunos de ellos es que unos poseen el terreno, mientras otros solamente alquilan la tierra que cultivan, y para hacerla producir deben pagar entre \$40 y \$60 por hectárea arrendada.

Por otro lado no todos cosechan dos veces al año, depende del lugar donde esta ubicado el terreno de cultivo (tierras altas o bajas) debido al esfuerzo que conlleva hacerlas producir, depende también de los sistemas de riego pocos tecnificados que poseen, o de las condiciones del suelo en si, y del capital que puedan invertir en insumos agrícolas.

GRÁFICO N° 1.10

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: PRODUCTOS COSECHADOS



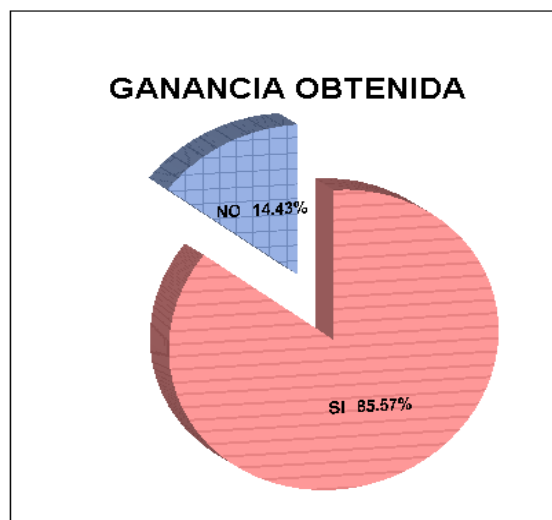
Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

Como vemos en el cuadro superior, el producto estrella de los de la clasificación de ciclo corto es el arroz, entendiéndose como estrella que dicho producto es el más cultivado por los que serán nuestros posibles clientes, seguido de otros que siembran tanto arroz como maíz y otros que siembran maíz, este resultado va de la mano con el hecho de que esta zona (Guayas) en su mayoría es agrícola de ciclo corto.

En un 85.57% de los casos, las cosechas si producen ganancias pero profundizando en el tema la necesidad real que refleja el sector, más que nada en sus actores, es el hecho de que las ganancias que obtienen les alcanza tan solo para poder sobrevivir; es decir, es cierto que se obtienen ganancias de esta actividad, pero por falta de ayuda técnica y crediticia como veremos más adelante con las siguientes preguntas, estas ganancias están sujetas al precio del producto, a la demanda del bien y en general a la situación política y económica del país y de los mismos agricultores.

GRÁFICO Nº 1.11

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: GANANCIAS OBTENIDAS



Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

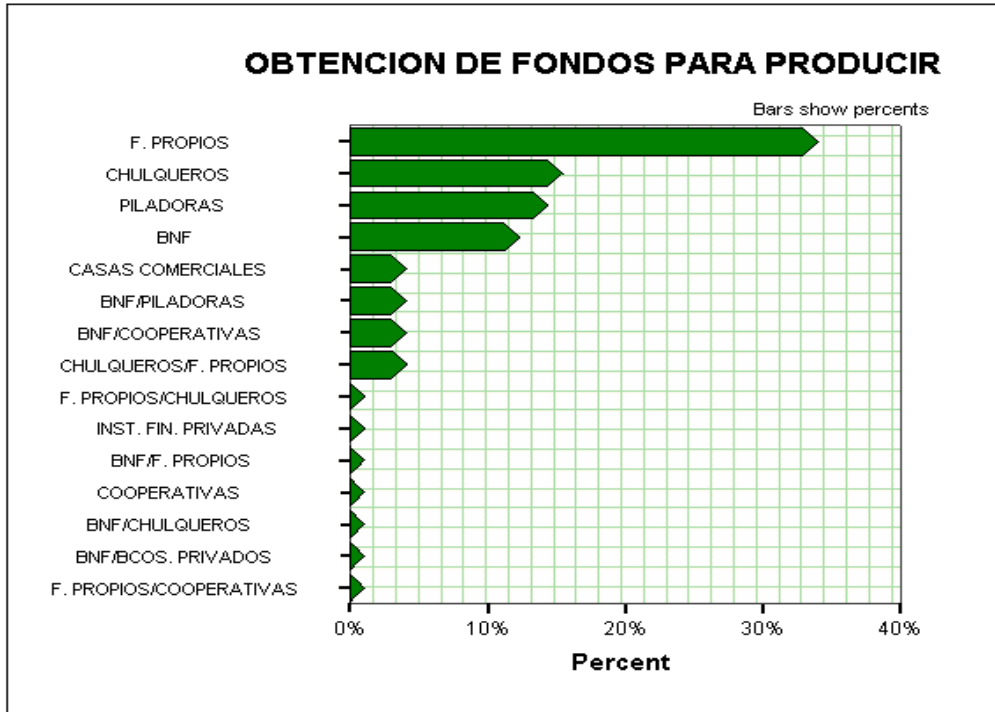
Esto nos lleva a pensar en el hecho de que si las ganancias son pocas, en su mayoría los agricultores para poder producir en sus tierras deberían endeudarse, ya sea en efectivo o por medio de insumos, entonces ¿cómo obtienen esos fondos que necesitan?

Lo vemos aquí en el siguiente cuadro y los resultados son llamativos, ya que de nuestros encuestados la mayoría trabaja en sus tierras utilizando sus propios recursos, esto es porque en algunas zonas de nuestra provincia (zonas netamente agrícolas) no conocen incluso lo que es una institución financiera, o hacer un trámite en ella, esto demuestra la falta de apoyo tanto por parte del Gobierno como de las instituciones privadas, lo cual refleja el hecho de que un 54.64% de los encuestados no confían en las Instituciones Financieras Privadas (Gráfico N° 1.12), pero esto es lo que nos lleva a afirmar nuestra intención de entrar a este mercado poco favorecido, lo cual predecimos que llevará a nuestro proyecto a obtener un gran beneficio social sin dejar de lado la rentabilidad del mismo.

Notamos también que algo muy importante es la existencia de CHULQUEROS e incluso PILADORAS que terminan teniendo las mismas funciones; es decir, prestarle dinero a los agricultores a tasas de interés incluso más altas que las que ofrece el sector privado y público (BNF, Mutualistas, Cooperativas) pero la ventaja para los pequeños agricultores es que lo hacen solicitando requisitos menos complicados, estando al mismo tiempo ubicados más cerca del lugar donde el agricultor trabaja.

GRÁFICO Nº 1.12

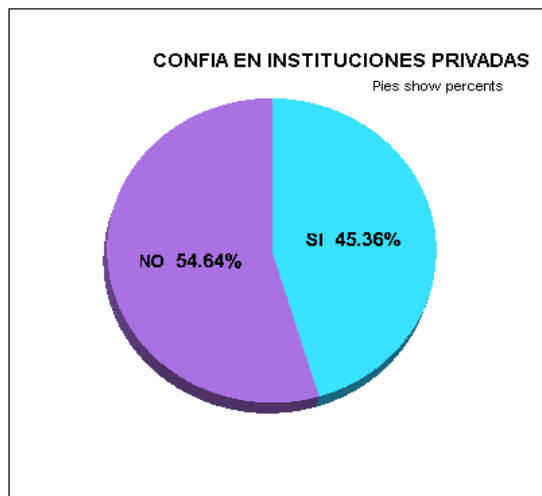
RESULTADOS DE LA ENCUESTA: OBTENCIÓN DE FONDOS



Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

GRÁFICO Nº 1.13

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: CONFIANZA

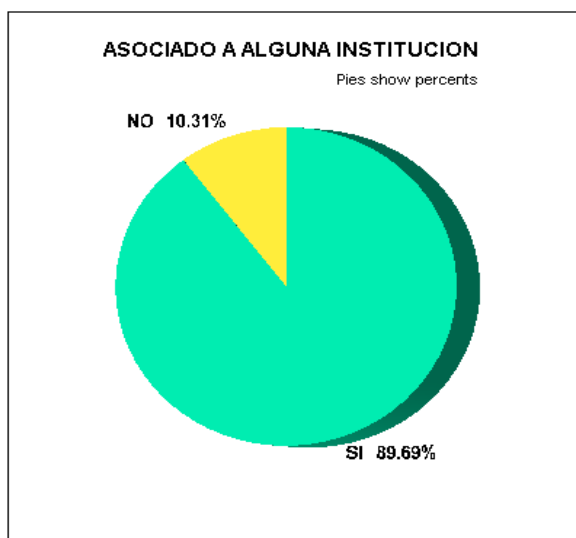


Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

Nos hemos dado cuenta de que los pequeños agricultores son personas que tratan de buscar las mejores alternativas para hacer su trabajo de la mejor manera, y así este los lleve a obtener más y mejores ganancias, este espíritu de luchar en el día a día por medio de su trabajo, los a llevado a organizarse tanto que, en los diferentes cantones visitados apreciamos una situación similar, ellos están agrupados en un 89.69% en CENTROS AGRÍCOLAS, los cuales prestan les prestan servicios en un 80.41% de capacitación y ayuda conjunta en sus tareas agrícolas, como apreciamos en los siguientes cuadros.

GRÁFICO Nº 1.14

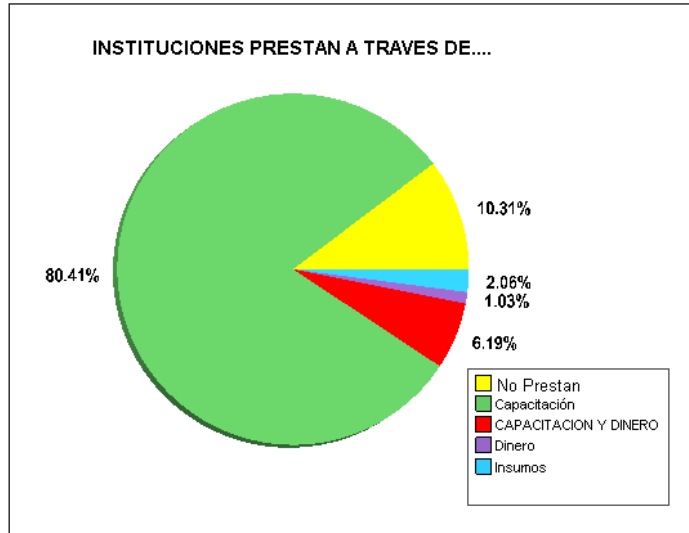
RESULTADOS DE LA ENCUESTA: ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES



Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

GRÁFICO Nº 1.15

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: FORMAS DE LOS PRÉSTAMOS

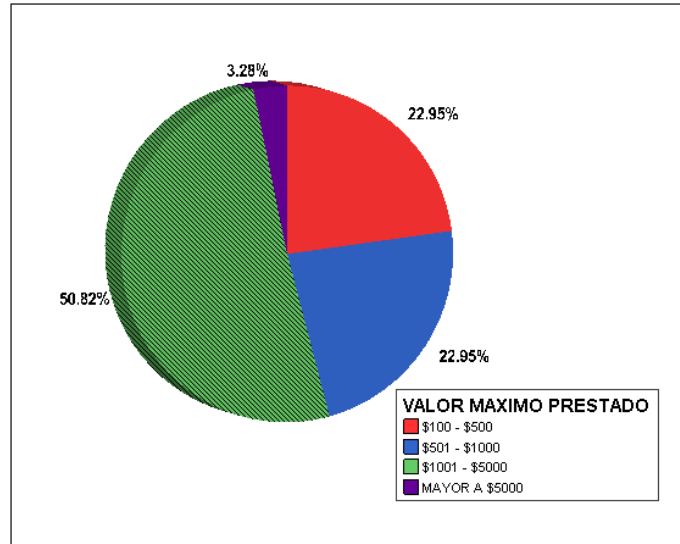


Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

Pasando a cifras importantes, analizamos el monto de crédito en dólares que se les ha otorgado a los agricultores del Guayas encuestados, teniendo así que a un 50.82% se les ha prestado cantidades en un rango de entre \$1,001.00 y \$5,000.00 (color verde) pero estos resultados contrastan con el hecho de que ninguno de los encuestados que si realizaron alguna vez un crédito, ha podido renovarlo, es decir recibir dichos créditos más de una vez durante su vida laboral; y si tuvieron la posibilidad de obtenerlo cada vez se les hace más difícil acceder a el nuevamente.

GRÁFICO Nº 1.16

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: MONTOS DE CRÉDITO

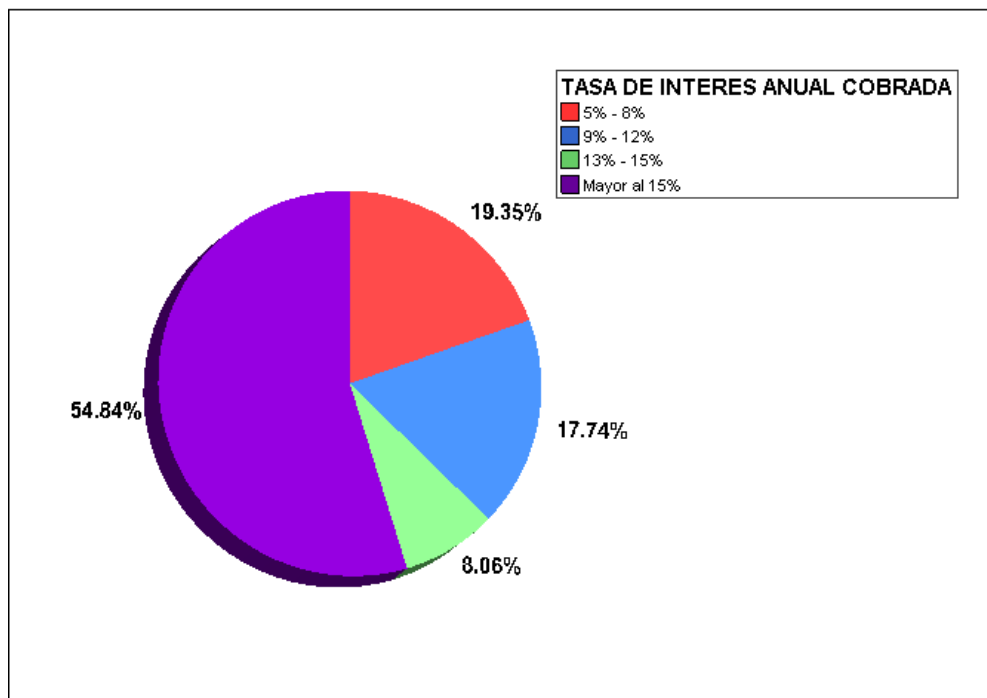


Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

Analizando otra variable, pero no menos importante, encontramos a la tasa de interés que se les ha cobrado por el crédito concedido a nuestros encuestados, sin tomar en cuenta el monto exacto del crédito (no hay relación directa entre tasa de interés y monto), más de la mitad de las veces, es decir en un 54.84% esas tasas tan importantes para nuestro análisis y puesta en marcha del proyecto, han sido mayores al 15% cobrado anualmente, estos resultados incluyen a las piladoras, chulqueros e Instituciones Privadas y Públicas mencionadas anteriormente, por lo que incluyendo comisiones y costos financieros o sin incluirlos en el caso de los chulqueros, estas tasas pueden alcanzar en ciertas ocasiones cifras desorbitantes como del 50% o 70%, que por la necesidad, en la mayoría de los casos, los agricultores utilizan como su principal fuente de financiamiento.

GRÁFICO Nº 1.17

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: TASA DE INTERÉS



Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

Para terminar este análisis, ante los planteamientos anteriores conjuntamente con la necesidad de un proyecto que ayude a controlar la demanda insatisfecha de créditos en este sector agrícola del país, nuestros encuestados decidieron que una de las mejores maneras de enfrentar la dura situación en la que se encuentran actualmente es la posible existencia de una Financiera como “CREDIFIN S.A.” que les otorgue créditos a pequeños agricultores de productos de ciclo corto en la Provincia del Guayas.

Nuestra financiera compartirá con ellos la intención de impulsar el desarrollo productivo del sector poniendo a su alcance tasa de interés

adecuadas, con montos de créditos reales de acuerdo a las cosechas, extensiones de cultivo y a plazos razonables.

GRÁFICO Nº 1.18

RESULTADOS DE LA ENCUESTA: ACEPTACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Investigación directa
Elaboración: las autoras

1.4.2.5 DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO

Actualmente, agrupando las instituciones financieras públicas (el Banco Nacional de Fomento) y privadas (Bancos privados y sociedades financieras), las ONGs que intermedian crédito y las cooperativas de ahorro y crédito, apenas cubren un 26% y un 48% de las necesidades de financiamiento de la población pobre y no pobre rural del país.

A nivel internacional se ha señalado, por ejemplo que, un 1% de aumento en el producto agrícola incrementa el consumo per cápita de 0.16% a 0.30%

en los hogares cuyo jefe trabaja por cuenta propia en la agricultura, lo que significa un aumento aproximado de uno a uno para los hogares rurales promedio compuestos de cuatro a cinco miembros.

Para los trabajadores agrícolas, en tanto, un 1% de aumento en la productividad agrícola incrementa los salarios en una cifra de 0.10% a 0.30%. Por otra parte, se ha visto que en comunidades con acceso a servicios de micro crédito y ahorro, “se percibe una disminución de la usura, se desarrolla la capacidad local, aumenta la autoestima, las personas tienden a priorizar sus necesidades y se desarrolla una visión de mediano y largo plazo”.

La base para el incremento de la cartera de créditos bruta que fue de aproximadamente 135 millones (118 millones de cartera neta y 17 millones de provisiones), habría provenido de varias fuentes como las captaciones que alcanzaron un incremento de 64 millones de dólares (44.46% de aporte), valores en circulación que aportó 19 millones (13.37%), cuentas por pagar cuyo aporte fue de 14 millones de dólares (9.69%), obligaciones financieras que aportó 12 millones (8.73%); y el capital social que contribuyó con 13 millones de dólares (9.00%), entre otros. Es decir, que este sistema para cubrir la creciente demanda de créditos diversificó las fuentes de recursos.

En cuanto a la descomposición de la cartera y contingentes por sector económico receptor de los créditos, de acuerdo con información de la

Central de Riesgos, se determina que el sector Personas Naturales, registró la mayor demanda de créditos con una participación del 42.92% en Mar/05 y del 40.49% en Mar/06 y con tasas de morosidad del 9.51% y 7.78%, respectivamente. Este sector registró un crecimiento absoluto de 26 millones de dólares (13.87%).

Según datos del Censo Agropecuario (año 2000), únicamente el 7.4% de los productores tiene acceso al crédito agropecuario, de ellos, sólo el 1.2% accede a recursos del BNF.

Como ya se señaló, el sistema financiero prefiere invertir en otras áreas de la economía o en la agricultura para la exportación, lo que deja a los campesinos en gran desventaja para impulsar procesos productivos que sean sostenibles en el mediano y largo plazo.

En estas condiciones, los agricultores continúan sujetos a redes cerradas de especuladores que les proporcionan diversas formas de crédito especulativo: Entre las modalidades más utilizadas están:

- Las formas precarias de “al partir”, a través de las cuales, el dueño del dinero cubre una parte de los requerimientos del campesino y obtiene hasta seis veces en productos,
- La compra de la producción por adelantado aprovechando los bajos precios de temporada, y,

- El préstamo usurero a tasas elevadas y garantizadas con prendas y garantías que siempre se ejecutan.

Por otro lado, en los últimos años se ha consolidado un incipiente pero importante sistema financiero rural que ha venido a llenar el vacío dejado por el financiamiento público. Si bien, el porcentaje de financiamiento de bancos, CAC y otras entidades rurales es bajo (3.5%), su cobertura supera a la del BNF y en la práctica se ha constituido en fuente de apoyo a iniciativas de pequeños y medianos productores.

Surge la pregunta de por qué la población rural no ha tenido un acceso adecuado a servicios financieros y la respuesta obedece a la incuestionable dificultad del financiamiento rural.

1.4.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para poder estimar la demanda potencial de nuestra Financiera para los siguientes 10 años, se tomará como base fundamental la potencialidad de compra de productos financieros, así también se aplicaron los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada en diversos cantones de la provincia, y un criterio empresarial basado en información pública anterior perteneciente a una Institución Financiera que es similar a la nuestra.

Con los datos referentes a dicha Institución Financiera ya existente, con funciones, mercado y tamaño similares al nuestro, nos damos cuenta de que el número potencial de clientes con los que han contado en los últimos 4 años de funcionamiento es de un promedio de 980 personas, a las cuales se les coloca crédito anualmente y han incrementado año a año en casi un 100%. Debido a estos antecedentes, y como política de una empresa que recién está por emprender sus actividades, decidimos **castigar la demanda en un 15% anual**, así alcanzaremos un total de clientes potenciales **entre 900 y 1000 UPA'S durante los primeros 4 años**, basados en los datos históricos presentados.

TABLA N° 1.6

ESTRUTURA DE LA CARTERA DE FINCA S.A.

Características de la cartera	Ene03-Dic03	Ene04-Dic04	Ene05-Dic05	Oct05-Sep06
Cartera bruta total (US\$)	1.186.995	2.150.447	2.820.152	3.600.264
Cartera bruta (moneda nacional)	1.186.995	2.150.447	2.820.152	3.600.264
Crecimiento de la cartera bruta	2,9%	81,2%	31,1%	22,4%
Crédito otorgado promedio (US\$)	1.690	2.460	2.560	2.821
Crédito otorgado promedio sobre PIB p. c.	80%	106%	105%	109%
Numero de prestatarios activos	647	860	1.194	1.210
Numero de préstamos	718	1.002	1.309	1.331
% de mujeres como prestatarios activos	43,3%	43,3%	56,1%	49,5%
Tasa de deserción	25,3%	17,8%	8,8%	17,4%

Fuente y elaboración: Sociedad Financiera para la Asistencia Comunitaria FINCA S.A.
(Resumen Ejecutivo a marzo del 2007)

En el cuadro presentado a continuación, podemos ver como discriminamos las UPA'S hasta llegar a un total de 6,219 UPA'S que conformarían nuestra demanda estimada. Cabe destacar que para nuestro cálculo y todo el estudio consideramos que una UNIDAD DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA (UPA) equivale a 1 PERSONA PRODUCTORA.

Así pues, con el castigo que aplicamos a la demanda explicado anteriormente, nuestros clientes al primer año son de 933 UPA´S, los cuales tendrán un **crecimiento anual de un 2.6%** debido a la tasa de crecimiento de la población dedicada a la rama de actividad agrícola que nos da el III Censo Nacional Agropecuario (Prov. Guayas), la cual tomamos en consideración para el cálculo.

Por tanto, los resultados de aplicar todos estos porcentajes y políticas, en el incremento que nos da la tasa son:

TABLA N° 1.7
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

DATOS			
VALORES	DETALLE	FUENTE	TASA CREC.
65.292	No. UPAS en la Provincia (Pob. Objetivo)	senso agric.	2,60%
47.493	No. UPAS menores a 10 Ha. En el Guayas (72,74%)	senso agric.	
18.860	No. UPAS menores a 10 Ha. En el Guayas (cantones encuestados 39,71%)	senso agric.	
6.350	No. UPAS dedicadas a cultivos de ciclo corto (33,67%)	senso agric.	
6.219	No. UPAS que les gustaria que existiera una financiera como la que ofrecemos (97,94% encuesta)		
933	castigamos la demanda en un 15%		
años	demanda estimada		
1	932,88		
2	957,14		
3	982,02		
4	1.007,56		
5	1.033,75		
6	1.060,63		
7	1.088,21		
8	1.116,50		
9	1.145,53		
10	1.175,31		

Elaboración: las autoras

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA DE CRÉDITO

Para el segmento de productores agrícolas en que se ha centrado este análisis – pequeños productores que corresponden a las características de los clientes del BNF- existe un mercado de crédito y, consecuentemente, una oferta.

Esta oferta tiene características muy específicas, básicamente determinadas por las políticas y las capacidades de las instituciones que participan en la formación de la misma. Estas características pueden resumirse como sigue:

- Proviene de instituciones formales e informales. Algunas de las formales ofrecen plataformas que van más allá del crédito y que incluyen otros servicios financieros y bancarios (Banco Nacional del Fomento) o servicios complementarios como asistencia técnica (INIAP). Otras formales (cooperativas), informales u otras que ligan el crédito a la compra de insumos, lo que modifica el crédito a un servicio en especie, algunas veces acompañado de servicios no financieros como la asistencia técnica o la comercialización. Sin embargo, los servicios financieros se concentran en el crédito y los no financieros en la asistencia técnica, en términos generales.
- Es una oferta segmentada, desde varios puntos de vista: límites en los montos del crédito definidos por las instituciones formales

dominantes (BNF y Gobierno); clasificación formal e informal de los usuarios del servicio; dedicación o uso del crédito (mayoritariamente de corto plazo, pero con términos mensuales según dedicación).

- Diferenciada entre fuentes, con distinciones importantes para el otorgamiento de los créditos y para el manejo de la cartera: diferentes requisitos de entrada según fuente (manejo histórico del crédito, garantía no prendaria o codeudor, acceso a propiedad o arrendamiento formal, respaldo con documentos negociables, visitas de evaluación, mayores o menores posibilidades de renegociación, etc.) que varían según la fuente del crédito y el conocimiento o recomendación de los nuevos clientes.
- Como parte de la diferenciación debe mencionarse especialmente las diferencias en las tasas de interés entre las fuentes y, particularmente, la percepción de los usuarios en relación con el manejo y cumplimiento en el pago de los créditos. El BNF mantiene una tasa de interés menor en relación a la banca privada, sumando que el BNF entrega servicios de asistencia técnica para la mayoría de sus usuarios de crédito.
- La percepción de los usuarios sobre el manejo de la cartera de las instituciones juega, aparentemente, un papel muy importante: prefieren la institución que consideran que 'ayuda a los agricultores

pobres' por su flexibilidad en la supervisión, la negociación de créditos atrasados y la no ejecución judicial de sus clientes y por otra parte, muchos buscan evitar las instituciones 'más serias que pueden ejecutar', teniendo preferencias por las cooperativas y casas comerciales, dado que tienen cierta flexibilidad en la negociación de la cartera y son menos estrictos en las condiciones de entrada, comparativamente con el Banco.

- Los costos asociados a la operación de créditos son más elevados con relación al resto de segmentos (crédito vivienda, consumo, comercialización, etc.), los montos de cada operación son muy bajos y la garantía requiere una gran infraestructura operativa de seguimiento y cobranza, en consecuencia los costos operativos son elevados y los procesos de provisiones para cartera vencida son muy exigentes.

TABLA N° 1.8
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
TASAS DE INTERES			
FEBRERO 2008			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Comercial Corporativo	10.50	Comercial Corporativo	11.55
Comercial PYMES	13.60	Comercial PYMES	15.64
Consumo	17.74	Consumo	20.41
Consumo Minorista	21.30	Consumo Minorista	25.56
Vivienda	12.27	Vivienda	13.50
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.33	Microcrédito Acumulación Ampliada	27.98
Microcrédito Acumulación Simple	30.86	Microcrédito Acumulación Simple	38.98
Microcrédito de Subsistencia	38.31	Microcrédito de Subsistencia	39.98
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.97	Depósitos de Ahorro	1.76
Depósitos monetarios	2.23	Depósitos de Tarjetahabientes	2.08
Operaciones de Reporto	1.58		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	5.30	Plazo 121-180	6.72
Plazo 61-90	5.81	Plazo 181-360	6.35
Plazo 91-120	6.21	Plazo 361 y más	7.84
4. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5.97	Tasa Básica del BCE	2.88
Tasa Activa Referencial	10.50	Tasa Máxima Convencional	11.55
Tasa Legal	10.50		

Fuente y elaboración: Banco Central del Ecuador

Las consideraciones anteriores y la percepción de los usuarios sobre las instituciones que intervienen en el mercado hacen que la demanda se comporte de una manera igualmente segmentada, más en función de 'llenar el cupo disponible' en la fuente de crédito más conveniente, para acudir después a otras fuentes que le sean convenientes. Esta situación que es muy frecuentemente encontrada entre los productores y conocida por los operadores formales e informales del crédito, presenta además una condición en la que tiene mucha influencia la percepción de las fuentes que

tiene el usuario final del crédito. Este comportamiento puede representarse como sigue:

GRÁFICO Nº 1.19

COMPARACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA



Elaboración: las autoras

El gráfico intenta representar los principales segmentos del mercado, que se generan por la influencia de las instituciones que ofrecen el crédito. Lo que vale destacar es el comportamiento del usuario del servicio: primero acude al BNF, donde puede obtener su 'cupó o nivel de crédito' (A, B y C, no representado) dependiendo de su comportamiento como usuario, después acude preferencialmente al mercado de cooperativas y pequeños productores de insumos. Alternativamente, muchos clientes del BNF pasarían directamente a satisfacer su demanda a nuestra financiera.

Lo anterior no significa que no existe una proporción de usuarios exclusivos de cada tipo de fuente. De hecho, una proporción de la demanda por capital de trabajo es satisfecha directamente con ahorros propios o a través de familiares.

El BNF mantiene una demanda perfectamente elástica y una oferta perfectamente inelástica, es decir, que si llegara a aumentar el precio de obtener un crédito, ellos como institución, seguirán ofreciendo la misma cantidad de colocaciones, y existirá igual cantidad de personas con la necesidad de obtener un préstamo; en cambio, las cooperativas y demás proveedores de este servicio crediticio son más selectivos o se inclinan a ser adversos al riesgo. Por tal motivo, optan por ofrecer una cantidad limitada de crédito, segmentando por el precio de ofrecimiento del servicio y la implantación de mayores requerimientos de requisitos

La parte importante que se quiere representar en el gráfico es que el binomio BNF – Proveedores y Cooperativas obliga a los usuarios a incurrir en costos directos del crédito más elevados de lo que pudieran pagar al complementar el crédito del BNF con el que ofreceremos.

Esta aparente contradicción se explica por la percepción de los usuarios sobre las consecuencias de incumplimiento de los pagos de sus compromisos de crédito; y esa percepción está basada en la experiencia directa con las fuentes de crédito, por una parte, y en el riesgo inherente a las labores de producción y comercialización agrícola, que hace alta la probabilidad de obtener ingresos/años menores a los esperados.

1.5.1 FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

1.5.1.1 NÚMERO Y CAPACIDAD DE LOS COMPETIDORES

Existe una oferta de crédito y otros servicios financieros que proviene de dos grandes fuentes:

- a) Instituciones formales, jurídicamente reconocibles, con reglas de operación establecidas y, en general, conocidas por oferentes y demandantes; y

- b) Fuentes informales que pueden tomar carácter institucional, pero que mayormente corresponden a comerciantes de insumos de producción y pequeños negociantes de las cabeceras municipales. A esto se suma en algunas oportunidades compradores ambulantes que buscan asegurar los productos al tiempo de las cosechas adelantando dinero a los productores, en un esquema de “mutua ayuda”.

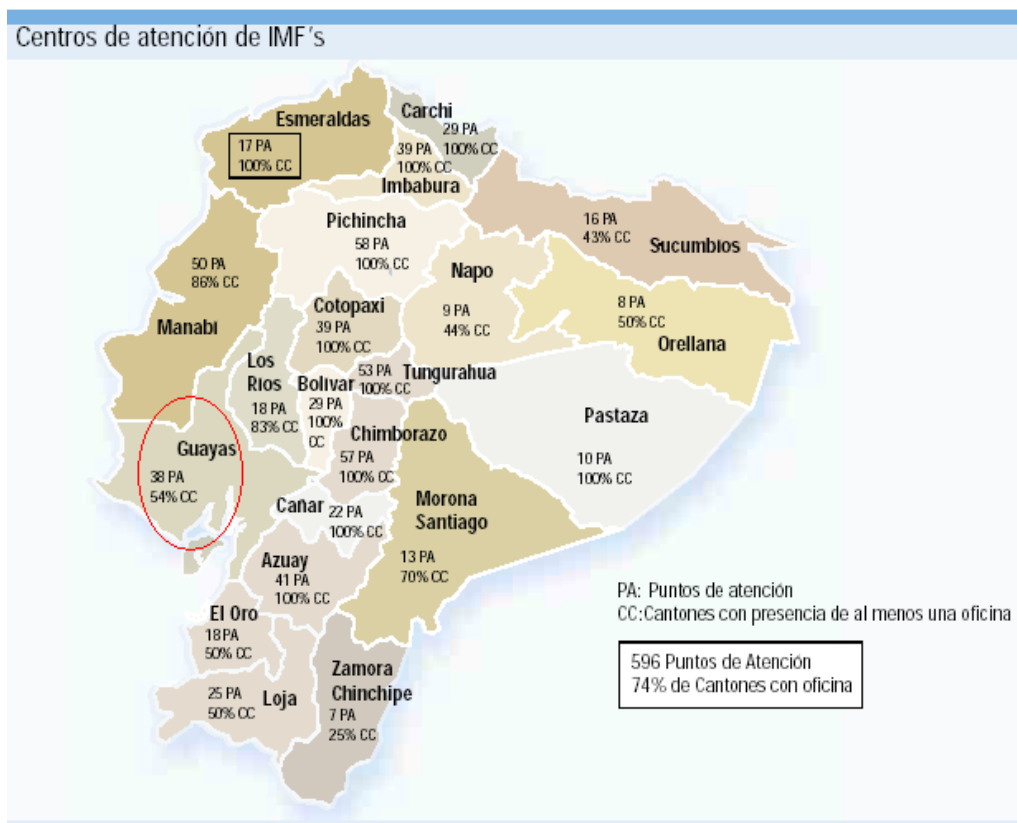
Este último tipo de oferta, independientemente del tipo de facilidades que pueda ofrecer, suele ser insuficiente para satisfacer las necesidades de crédito de los pequeños agricultores. Es conocido que los productores acuden además del BNF a otras fuentes formales como las cooperativas y las financieras y, en un grado bastante menor, al sistema bancario que en

este caso tienen muy poca presencia en el medio rural y aún menos dentro del estrato de productores al que se refiere este análisis.

La mayoría de los casos de productores de ese estrato complementan el crédito del BNF con crédito informal. Por tal motivo nuestro principal competidor es el BNF como mercado formal y los agiotistas mercados informales sin dejar en consideración las instituciones microfinancieras “IMFs” que poseen actualmente 38 puntos de atención en aproximadamente el 54% de los cantones.

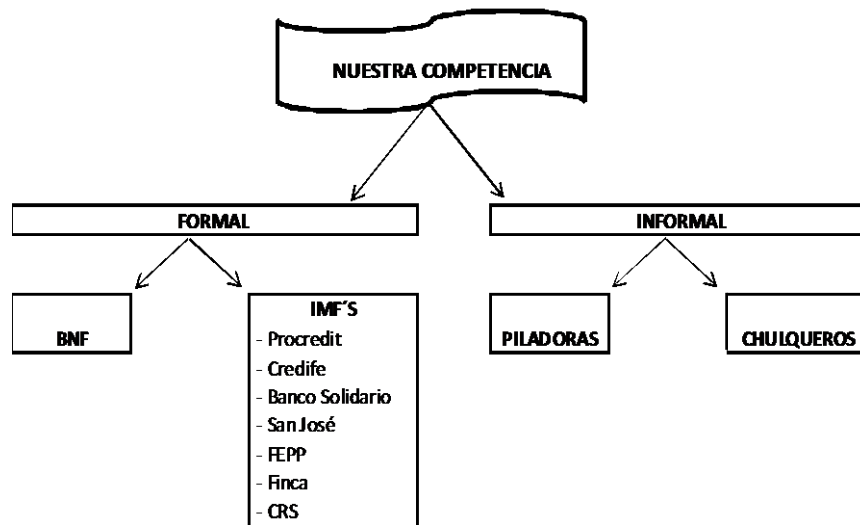
GRÁFICO Nº 1.20

MAPA DE CENTRO DE ATENCIÓN DE LAS IMF'S



Fuente y Elaboración: III Censo Nacional Agropecuario

De las 44 instituciones microfinancieras y sus 38 puntos de atención respectivos, solamente 7 IMFs (Tabla N° 1.9) se dedican a la colocación de créditos a pequeños agrícolas, por tanto, serían nuestros competidores indirectos.



1.5.1.2 INESTABILIDAD POLITICA, ECONOMICA Y SOCIAL

Las Políticas de Estado son, por definición, un reflejo de la voluntad de las naciones y del interés de la colectividad, con la finalidad de orientar la acción pública. La sociedad ecuatoriana y en particular los actores del desarrollo del sector agrícola del Ecuador, se han pronunciado en forma permanente sobre la necesidad de contar con Políticas de Estado para el desarrollo sostenible de esta actividad económica.

Actualmente es verdad que se han concretado algunos puntos positivos para el sector agrícola, así citamos la entrega subsidiada de fertilizantes o de semillas a bajo costo, e incluso pequeños créditos a través del Banco de Fomento; pero ninguna vislumbra el real inicio de una acción en beneficio de la producción nacional, y peor de la más importante, la producción del sector agrícola; sector que demuestra anualmente una desaceleración preocupante porque de esta depende el grueso de la población nacional económicamente activa.

No se visualiza nada palpable respecto al crédito para el sector agrícola. El Banco de Fomento tiene un tope de apenas \$ 20.000 por beneficiario, no existiendo líneas para el real fomento de cultivos de ciclo corto y cultivos permanentes. Así como también las líneas para infraestructura a nivel de fincas destruidas por el último impacto del Fenómeno del Niño; los suelos agrícolas siguen afectados y no existen obras de nivelación, reconfiguración de canales de riego y drenaje. No se aplica una efectiva política de comercialización que preserve el bienestar de los agricultores a través de la eficaz colocación de las cosechas. Tampoco se ha escuchado nada de la necesaria investigación y transferencia de tecnología agrícola.

Por último se puede citar el alto nivel de especulación que se mantiene en las tasas de interés, aun cuando recientemente se puso en marcha la nueva “Ley de Justicia Financiera” que regula los costos de comisiones por parte de las Instituciones Financieras.

1.5.2 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA

Uno de los problemas estructurales recurrentes en el sector agrícola ecuatoriano ha sido el bajo nivel de inversión-ahorro, financiamiento y articulación a fuentes formales de crédito del sector agrícola, especialmente para los productores cuya producción está orientada al mercado interno.

La existente preocupación por la deficiente oferta de crédito agrícola ha sido provocada por:

- Reducción del mercado en la oferta interna y externa de crédito agrícola formal, en parte relacionado con el descenso de crédito agrícola en los portafolios de los bancos de desarrollo multilaterales y de los donantes bilaterales y también por la contracción de transferencias fiscales para este propósito.
- Las pérdidas sustanciales y la eventual descapitalización de la mayoría de los bancos de desarrollo estatales y el fracaso de la mayoría de los programas dirigidos de crédito utilizados como canales de fondos públicos o de donantes.
- La reducida respuesta en la oferta de fondos de los bancos privados, para ampliar sus operaciones hacia áreas rurales, luego de los

programas de liberación financiera y/o del cierre, transferencia o privatización de la banca pública agrícola.

Existen flujos de crédito de proveedores y de intermediarios pero en cantidades reducidas, y hay evidencia de financiamiento propio de la población rural, particularmente con fondos de amigos y parientes, lo cual revela la capacidad de ahorro en el sector rural.

Mediante los resultados del procesamiento de la información indicado en la parte superior y ratificado por la FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) mediante documental investigativo el cual nos indica que las personas acuden, casi en las mismas proporciones a prestamistas formales e informales. Del total de los créditos, el 53.8% pertenecen a prestamista informales y el 46.2% a formales. Por otro lado, las mujeres acceden en mayor medida a los créditos que los hombres; del total de los créditos, el 61.5% son otorgados a mujeres y el 38.5% a los hombres.

TABLA Nº 1.10

ACCESO AL CRÉDITO POR PRESTAMISTA Y GÉNERO

Sexo	Informal		Formal		Total	
	Número	%	Número	%	Número	%
Mujer	58	63.7	46	59.0	104	61.5
Hombre	33	36.3	32	41.0	65	38.5
Total	91	100.0	78	100.0	169	100.0

Sexo	Informal		Formal		Total	
	Número	%	Número	%	Número	%
Mujer	58	55.8	46	44.2	104	100.0
Hombre	33	50.8	32	49.2	65	100.0
Total	91	53.8	78	46.2	169	100.0

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaboración: las autoras

Así vemos que aunque el nivel de crédito ha aumentado en el sector formal, la parte rural es la que menos acceso a crédito ha tenido, por tal motivo, el mercado informal presenta un porcentaje elevado al momento que se analiza la oferta al crédito.

1.5.3 OFERTA ACTUAL

En el Ecuador existen más de 50 instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Bancos: bancos públicos y privados, sociedades financieras, mutualistas y cooperativas de ahorro y crédito que mantienen cartera de micro crédito. Las instituciones reguladas, en términos de número representan apenas el 12% del total de instituciones relacionadas con el micro-crédito, mientras las cooperativas no reguladas y las ONGs representan casi un 90% del sistema.

Se estima que existirían más de 400 cooperativas de ahorro y crédito bajo la tutela de la Dirección Nacional de Cooperativas, junto con al menos 40 ONGs registradas y una serie de programas de micro crédito, que se suman a un conjunto amplio de estructuras financieras locales (una más, y otras menos) informales: cajas de ahorro y crédito, bancos comunales, asociaciones de crédito, comités de crédito, entre otros, las cuales brindan opciones de micro crédito a los pequeños productores del país, 40% de los cuales se encontraría en el sector rural.

Por medio de este cuadro demostramos que a pesar del aumento progresivo de crédito tanto público como privado, actualmente la oferta de nuevas líneas de crédito no convence, arroceros, maiceros y microempresarios de la zona rural de Guayas aún esperan los nuevos fondos de reactivación que beneficie a todo el sector agrícola. Ejemplarizando la situación actual mencionamos el Centro Agrícola de Santa Lucía, 20 campesinos pudieron acceder al crédito 5-5-5 ofrecido por el Gobierno con intermediación del BNF, mientras que más de 100 buscan otros mecanismos de endeudamiento.

TABLA Nº 1.11
OTORGAMIENTO DE CRÉDITO

BANCO NACIONAL DE FOMENTO						
Zonales	Otorgamiento de crédito					
	Ene-07	Feb-07	Mar-07	Abr-07	May-07	Jun-07
Guayaquil	411,671	601,788	817,413	1,030,593	1,573,732	1,889,813
Pedro Carbo	80,432	108,430	116,664	127,839	145,839	146,339
Daule	350,618	623,350	1,020,837	1,392,991	1,795,664	2,187,012
Balzar	152,464	173,311	209,431	242,555	252,666	278,866
Milagro	279,432	610,763	944,838	1,288,888	1,315,738	1,459,829
El Triunfo	55,935	165,725	248,145	312,868	451,217	523,707
El Empalme	173,207	201,316	235,118	256,588	303,837	336,727
Naranjal	208,675	399,577	551,720	605,390	718,147	835,647
Santa Elena	4,200	9,850	28,840	36,340	50,340	87,340

Fuente y elaboración: estadísticas del Banco Nacional de Fomento

TABLA N° 1.12
VOLÚMEN DE CRÉDITO POR ENTIDAD

	2001		2002		2003	
	GUAYAS	NACIONAL	GUAYAS	NACIONAL	GUAYAS	NACIONAL
BANCOS	1.201.071.419	4.412.918.437	1.284.119.323	4.820.781.650	1.968.260.168	6.088.209.359
COOPERATIVAS	21.402.145	141.523.486	24.902.708	180.730.601	39.902.939	281.638.596
IFIS PUBLICAS	51.493.703	325.207.875	35.349.318	197.539.061	69.136.298	307.920.503
MUTUALISTAS	20.480	63.691.224	54.500	59.850.636	64.090	73.456.663
SOC. FINANCIERAS	12.616.744	100.927.978	9.073.232	95.604.947	8.899.275	122.346.672
TOTAL	1.286.604.491	5.044.269.000	1.353.499.081	5.354.506.895	2.086.262.730	6.843.570.793

	2004		2005		2006	
	GUAYAS	NACIONAL	GUAYAS	NACIONAL	GUAYAS	NACIONAL
BANCOS	2.690.072.648	8.133.393.672	3.098.443.293	9.494.418.145	2.739.286.989	9.801.456.338
COOPERATIVAS	64.594.864	523.243.553	80.341.999	579.210.622	74.159.482	752.224.028
IFIS PUBLICAS	53.093.690	330.106.143	58.422.316	576.411.362	91.618.261	455.666.064
MUTUALISTAS	2.477.622	110.796.613	3.794.356	147.377.486	5.876.387	175.437.643
SOC. FINANCIERAS	22.266.703	205.649.084	35.615.547	204.779.587	42.936.727	245.582.917
TOTAL	2.832.505.527	9.303.189.065	3.276.617.511	11.002.197.202	2.953.876.846	11.430.355.990

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: las autoras

En el cuadro adjunto se ratifica lo indicado en el comportamiento de la oferta con respecto al mercado formal, en realidad la cobertura al crédito ha aumentado pero solamente el 7,4% de las unidades productivas agropecuarias han tenido acceso a estas fuentes de crédito ya sean públicas o privadas, estando la mayoría sujetas a sistemas informales con tasas de interés superiores al promedio del mercado.

1.6 COMERCIALIZACIÓN

Esta sección abarca todos los aspectos cualitativos de nuestros productos ofertados. Tal es el caso de que en servicios financieros, esto incluye la estructura de intereses y honorarios de los productos, sus plazos y liquidez. Por esto detallamos a continuación las estrategias a seguir.

1.6.1 ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

- Informaremos al público ampliamente sobre las ventajas y desventajas de ser nuestros clientes y sobre conceptos básicos como tasas de interés, costos, etc.
- Centrarse en el cliente, acercarse territorial (en cantones y recintos cercanos al lugar de trabajo) a los clientes y ciudadanos, para que cuenten con atención focalizada a su necesidad; y centrar al mismo tiempo los esfuerzos comerciales en los mercados, para liderar en estos segmentos.
- No se pedirán garantías físicas a los clientes, mas serán de tipo moral.
- Contaremos con visitas técnicas al terreno en cuestión, para evaluar el nivel de riesgo de la cosecha, condiciones del suelo, ubicación, situación de riego, etc.
- En caso de que existan razones ajenas al cliente, que hayan causado algún incumplimiento en el pago pactado, se procederá a una reprogramación del crédito.

- Más allá de eso, hacemos énfasis en que la relación con los clientes rurales es mucho más personal y por ende existirá un fuerte compromiso del cliente con el ejecutivo que tiene su base en valores y principios tradicionales.

1.6.2 ESTRATÉGIA DE PRECIOS

- Tendremos un retorno objetivo basado en tasas interbancarias. Es decir, estableceremos una tasa de interés que nos permita estar al mismo nivel de nuestra competencia con plazos similares, así trataremos de adicionar un margen entre captaciones y colocaciones para cubrir el costo anticipado asociado con el producto y para alcanzar el retorno objetivo deseado por el período.
- Durante el curso del ciclo de vida de cualquiera de nuestros productos, los cambios en las tasas serán necesarios para mantener competitivos dichos productos.
- Nuestros clientes, al encontrarse en áreas rurales están más dispersos, lo que hace que la promoción en estas áreas sea más caras que en áreas urbanas, por lo tanto también afectará a la tasa de interés.

- Aplicaremos también la estrategia de fijar un precio promedio y competitivo con relación al rango de precios esperados por el mercado objetivo, esto es conocido como penetración de mercado. La meta principal de esta estrategia es la de penetrar el mercado inmediatamente y, por consiguiente, generar un volumen sustancial de ventas y participación de mercado significativa. Esta estrategia es usada, ya que existe un gran mercado para el producto, una feroz competencia en el mercado por este producto, y principalmente porque la demanda es altamente sensible al precio.
- La estrategia de Precios Variables o Flexibles, se refiere a que similares clientes nuestros pueden pagar tasas diferentes por montos idénticos de un préstamo. Usaremos esta estrategia para entrar al mercado, ya que teniendo un mercado geográfico específico con un grupo de clientes objetivo trataremos de contrarrestar o igualar a nuestra competencia específica.

1.6.3 ESTRATÉGIA DE PROMOCIÓN / PUBLICIDAD

- Asociar nuestra imagen con conceptos como: solidez, facilidad, confianza y respaldo, alcanzando así los componentes de dinamismo, modernidad y cercanía con las personas.

- Realizar campañas semestrales o trimestrales con altos niveles en “Top of Mind”, es decir nivel de recordación en la mente del consumidor.
- NUESTRO LOGOTIPO será:



- Realizar alianzas estratégicas con Instituciones que ya tengan experiencia en áreas complementarias como: seguros o tecnificación de suelos; para así brindar un mejor servicio con atención especializada.
- Brindar servicios con valor agregado que contribuyan al desempeño de la Financiera.
- Desarrollar en cada cantón de la Provincia eventos como exposiciones, conferencias, específicamente en los Centros Agrícolas, sobre temas que contribuyan al desarrollo de la población y actividad productiva, así como también exponiendo las ventajas de acceder al crédito con nuestra Institución; abarcando así más clientes.

- Realizaremos publicidad de acción directa ya que se busca una respuesta rápida. Lo haremos con anuncios en estaciones de radio y periódicos locales, presentando información sobre las líneas de producto para así crear una impresión favorable sobre la Financiera.

1.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio y la oferta deben ser directamente proporcionales, ya que de no ser así no se pudiese ingresar competitivamente a un mercado y menos captar clientes potenciales.

La definición del precio depende de qué se está vendiendo exactamente.

El precio es una combinación de:

- El bien o servicio que es el objeto de la transacción;
- Cualquier servicio suplementario que se provee; y
- Los beneficios provistos por el producto, que pueden incluir beneficios no monetarios.

El precio esperado de un producto es el precio al cual los clientes lo valoran, y es normalmente expresado como un rango de precios en vez de un número exacto.

CREDIFINSA basándose especialmente en la investigación de mercado realizada puede definir un rango de tasas de interés para nuestros créditos entre un 9% y 12% incluyendo los costos respectivos (como se muestra en el gráfico 1.17) ya que así abarcaríamos como parte de nuestros clientes a dos segmentos del gráfico (verde y morado) que obtienen créditos a tasas mucho más altas.

Actualmente el Banco Central (BCE) calculó las tasas de interés que estarán vigentes de manera transitoria hasta que se elabore el reglamento final a la Ley de regulación del costo efectivo del crédito en nuestro país. Por tanto las nuevas tasas son diferentes, según los segmentos de crédito: vivienda, consumo, microcrédito y comercial, e incluyen los costos de las operaciones crediticias. Con esto, se busca una compensación a la banca por la prohibición de cobrar comisiones.

CREDIFINSA solo maneja el segmento de microcréditos direccionados al sector agrícola de la Provincia del Guayas.

Por ejemplo, la tasa máxima efectiva para microcrédito es de 41,85% con lo que se incluyen, según el BCE, los costos de concesión del crédito; así entre marzo y junio, la tasa más alta del microcrédito fue del 83,19%, según publicaciones del Banco Central. El microcrédito es el segmento que implica los mayores costos operativos, por el esfuerzo que deben hacer las

instituciones financieras al prestar montos pequeños a usuarios con alto riesgo de caer en mora.

Antes de la vigencia de la Ley, el Banco Central calculaba una sola tasa máxima convencional para todo tipo de crédito. Para cada segmento existirá una tasa efectiva referencial, que equivaldrá al promedio ponderado de todas las operaciones del mercado en la semana inmediata anterior a la vigencia de la tasa. Esa tasa servirá como una referencia, al igual que la antigua tasa activa referencial. No se trata de un mínimo o piso, pues los bancos podrán cobrar porcentajes inferiores a esa tasa. En tanto, la tasa máxima efectiva es producto de la suma de dos desviaciones estándar al promedio ponderado. Los cobros por encima de esa tasa serán considerados usura y podrán ser denunciados y sancionados.

1.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El servicio tratará de llegar lo más cerca posible de nuestros clientes, por consiguiente se hará a través de dos Canales de Distribución:

1. *Red Presencial (Sucursales), y*
2. *Red a Distancia.*

RED PRESENCIAL

La Red de Distribución Física (sucursales en los distintos cantones) tiene como función principal manejar el proceso de otorgamiento de créditos de la manera más directa, confiable y fácil que sea posible tomando en cuenta las necesidades de nuestros clientes.

RED A DISTANCIA

Este contacto y relación a distancia se mantiene, a través de todos los medios tecnológicos actuales y los que se desarrollen en el futuro. A la fecha nuestro medio será el de **Atención telefónica**.

Con el uso de este medio el cliente podrá tener información a través de nuestras líneas telefónicas. Así como también por medio de nuestros oficiales de crédito en las visitas que realizarán periódicamente para cubrir sus necesidades financieras sin acudir necesariamente a la sucursal varias veces gastando recursos de tiempo y dinero.

A través de Atención Telefónica (Fono Cliente 1800-200-200), este medio comprende un servicio de respuesta automática, como también un servicio asistido por operadores (capacitados – oficiales de crédito). A través de él se están atendiendo consultas de los servicios, entrega de saldos, o fecha de pago, información de deudas, y otros.