

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Economía y Negocios



**"VALORACIÓN INCREMENTAL DEL DESARROLLO DE UNA TARJETA DE
CRÉDITO DENOMINADA "PRODUCTIVA" PARA CLIENTES DE MICRO
CRÉDITO PERTENECIENTES AL SEGMENTO PREFERENCIAL DE UNA
IMFS"**

PROYECTO DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO COMERCIAL

Presentado por

Byron Crespo Meza

Guayaquil - Ecuador

2009

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría, la responsabilidad y constancia necesarias para concluir con este proyecto que fue hecho con dedicación y entusiasmo.

Agradezco a todas aquellas personas que hicieron posible la realización de este proyecto, en especial a Sonia Zurita y Walter Mejía por su tiempo y apoyo.

Además quiero agradecer a Liliana Garzón quien constantemente me impulsó a continuar luchando por lograr este importante objetivo, gracias por ser una persona siempre especial para mí.

Byron Crespo M.

DEDICATORIA

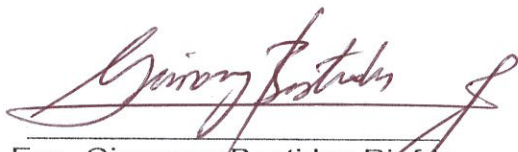
A toda mi familia que de una u otra forma ha sido mi guía y motivación.

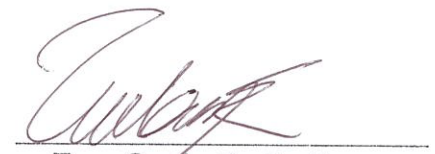
Pero en forma especial este trabajo esta dedicado a mi madre, Graciela Meza, que ha sabido ser un ejemplo de lucha y constancia, siempre dándome su apoyo incondicional y por quien me he podido convertir en un profesional.

Byron Crespo M.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN




Eco. Giovanni Bastidas Riofrio
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


Eco. Sonia Zurita Erazo
DIRECTORA DEL PROYECTO


Eco. José González Zambrano
VOCAL

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual del mismo a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Byron Crespo', with a stylized flourish at the end.

Byron Crespo M.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	III
DECLARACIÓN EXPRESA	IV
ÍNDICE GENERAL	V
ÍNDICE DE CUADROS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
INTRODUCCIÓN	9
1. ANÁLISIS DE MERCADO	
1.1. Características del mercado.	12
1.2. Distribución de la cartera preferencial de una IMF.	16
1.2.1 Distribución por sector económico	18
1.2.2 Distribución por destino de crédito.	20
1.3. Fuentes de financiamiento de los microempresarios preferenciales.	22
1.4. Tendencias de endeudamiento.	25
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	
2.1. Problema de la Investigación del mercado.	31
2.2. Datos necesarios a recopilar.	33
1.2.1 Reseña institucional de Banco ProCredit.	36
2.3. Canales de recolección y necesidad de encuesta.	41
2.3.1. Desarrollo del cuestionario y Focus Group.	45
2.4. Interpretación de resultado.	52

3. ANÁLISIS DE PROCESOS

3.1.	Ventajas y desventajas del producto financiero.	56
3.1.1	Análisis FODA.	60
3.2.	Análisis de los Costos.	61
3.3.	Socios Estratégicos que acepten la tarjeta.	64
3.4.	Marco Legal.	66
3.4.1	Reglamento para el funcionamiento de las compañías de tarjetas de crédito.	67

4. ANÁLISIS FINANCIERO

4.1.	Presupuesto de Inversión, costos y gastos.	78
4.2.	Proyección de la Demanda.	81
4.3.	Beneficios del proyecto.	85
4.3.1	Ingresos financieros.	85
4.3.2	Egresos financieros.	91
4.4.	Flujos de caja.	93
4.4.1	Flujo de Caja sin proyecto.	93
4.4.2	Flujo de Caja con proyecto.	94
4.5.	Análisis incremental de los flujos de efectivo con y sin proyecto.	94
4.6.	Evaluación económica y financiera.	95

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
---------------------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CAPÍTULO 1	
ANÁLISIS DE MERCADO	
1.4 A Morosidad cartera de créditos para la microempresa	16
1.5 A 10 Principales actividades de clientes	18
1.6 A Reporte 31 de Diciembre - 30 de Noviembre de 2008	19
1.7 A 10 Principales destinos de crédito	20
1.8 A Reporte 31 de Diciembre - 30 de Noviembre de 2008	21
1.12 A Banco ProCredit – Cartera preferencial	28
 CAPÍTULO 3	
ANÁLISIS DE PROCESOS	
3.2 Costo de membrecía	61
3.3 Costo de comisión	62
3.4 Fijación de precios	63
 CAPÍTULO 4	
ANÁLISIS FINANCIERO	
4.1 Inversión inicial	80
4.2 A Banco Pichincha – Credife	83
4.3 Tasa de interés efectivas máximas autorizadas por el Banco Central	86
4.4 Saldo en vigencia y monto	87
4.5 Necesidad de Oficiales según No de clientes	89
4.6 Valor de desecho contable	90
4.7 Interés causado	91
4.8 Modelo CAPM	96

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
CAPÍTULO 1	
ANÁLISIS DE MERCADO	
1.1 Cobertura provincial del número de tarjetas	14
1.2 Panorámico del número de tarjetas de crédito nacionales	15
1.3 Número de tarjetahabientes nacionales serie comparativa anual	15
1.4 B Morosidad cartera de créditos para la microempresa	17
1.5 B Porcentaje saldo - 10 Principales actividades de clientes	18
1.6 B Reporte 31 de Diciembre / 30 de Noviembre de 2008 - % Saldo	19
1.7 B Porcentaje saldo - 10 Principales destinos de crédito	20
1.8 B Reporte 31 de Diciembre / 30 de Noviembre de 2008 - % Saldo	21
1.9 Total consumo 2008	22
1.10 Endeudamiento de tarjetahabientes	25
1.11 Volumen que se movió en el 2008	27
1.12 B Banco ProCredit / Cartera preferencial - Saldo de cartera	29
1.12 C Banco ProCredit / Cartera preferencial - Número	29
CAPÍTULO 2	
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	
2.1 Datos Secundarios	33
2.2 Diseño de investigación exploratoria	35
2.3 Accionistas de Banco ProCredit	40
2.4 Investigación Cualitativa	41
2.5 Características de grupo de enfoque	42
2.6 Componentes del problema de investigación de mercado	45
CAPÍTULO 3	
ANÁLISIS DE PROCESOS	
3.1 Análisis FODA	60
CAPÍTULO 4	
ANÁLISIS FINANCIERO	
4.2 B Línea de Tendencia Credife	84

INTRODUCCIÓN

Con este tema se plantea poner a disposición de los microempresarios una tarjeta de crédito con características que cubran sus necesidades de financiamiento a nivel de microempresa más que de consumo y establecer que tan factible sería desarrollar este producto financiero en este sector, tomando en cuenta variantes importantes en lo que respecta a características del producto y el enfoque a un mercado diferente que lo convertirían en un producto nuevo.

En la actualidad un instrumento muy común de la financiación al consumo son las tarjetas de crédito pero lamentablemente estas son impulsadas en exceso sin análisis de crédito alguno para comprobar si en un hogar es factible otro crédito llegando al sobreendeudamiento.

Caso contrario se presenta con la microempresa a quienes no se les desarrolla productos agresivos acorde a sus necesidades y se prefiere mantener un perfil bajo en el otorgamiento de créditos teniendo acceso a limitados productos para el financiamiento de insumos, mercadería o gastos acordes a su actividad.

El propósito entonces, es brindar al microempresario el acceso a un servicio financiero que brinde facilidades, seguridad y mayores posibilidades de aprovechar oportunidades de inversión tomando en consideración que los créditos de microempresa son relevantes al desarrollo porque este tipo de créditos forman la base productiva de un país creando riqueza y empleo, lo que no se da en el financiamiento al consumo. Se propone una tarjeta de crédito con características de financiamiento a actividades productivas que generen

desarrollo, características que son vitales para la subsistencia de los microempresarios permitiendo así su crecimiento económico.

Las tarjetas de crédito para el consumo suponen una gran rentabilidad gracias a los bajos costos administrativos para dar financiamiento, ya que no invierten en el personal para mejorar la calidad del análisis de crédito, y a las elevadas tasas de interés que se aplican debido al alto índice de mora y castigos que se presentan en este tipo de productos. Se hace fácil suponer entonces que con la tecnología basada en personal capacitado el cual utiliza actualmente la microempresa sería baja la morosidad y se podría mantener una tasa razonable que cubra los costos administrativos.

Se plantea un producto financiero que comúnmente es utilizado por personas asalariadas, sector al cual normalmente se ha dedicado la banca tradicional, dando así una opción que brinde más posibilidades de financiamiento a un sector algo olvidado como lo es el microempresarial.

Esta tarjeta brindaría importantes ventajas a los clientes con buen historial crediticio a nivel de microempresa “buenos clientes”, como una mayor liquidez, facilidad y seguridad en la compra de mercaderías. A su vez las IMFs se verán beneficiadas de un producto que puede generar un mayor movimiento comercial y que fidelizaría a clientes responsables que notarían una diferencia en el trato con respecto a clientes nuevos o que no tienden a ser puntuales, y por otro lado dará apertura a inversiones y ahorros de socios estratégicos que acepten la tarjeta como medio de pago debido a que se plantea recibir el valor monetario en una cuenta de la IMFs emisora del producto.

1. ANÁLISIS DE MERCADO

1.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Al hablar de microempresa se definirá a esta como lo hace una Agencia Estadounidense para el Desarrollo Internacional (USAID) a través del proyecto SALTO, que brinda un estudio de la Microempresa en Ecuador:

“Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante (sino la mas importante) fuente de ingresos para el hogar. No se incluyen profesionales, técnicos medios, científicos, intelectuales, ni peones, ni jornaleros.”

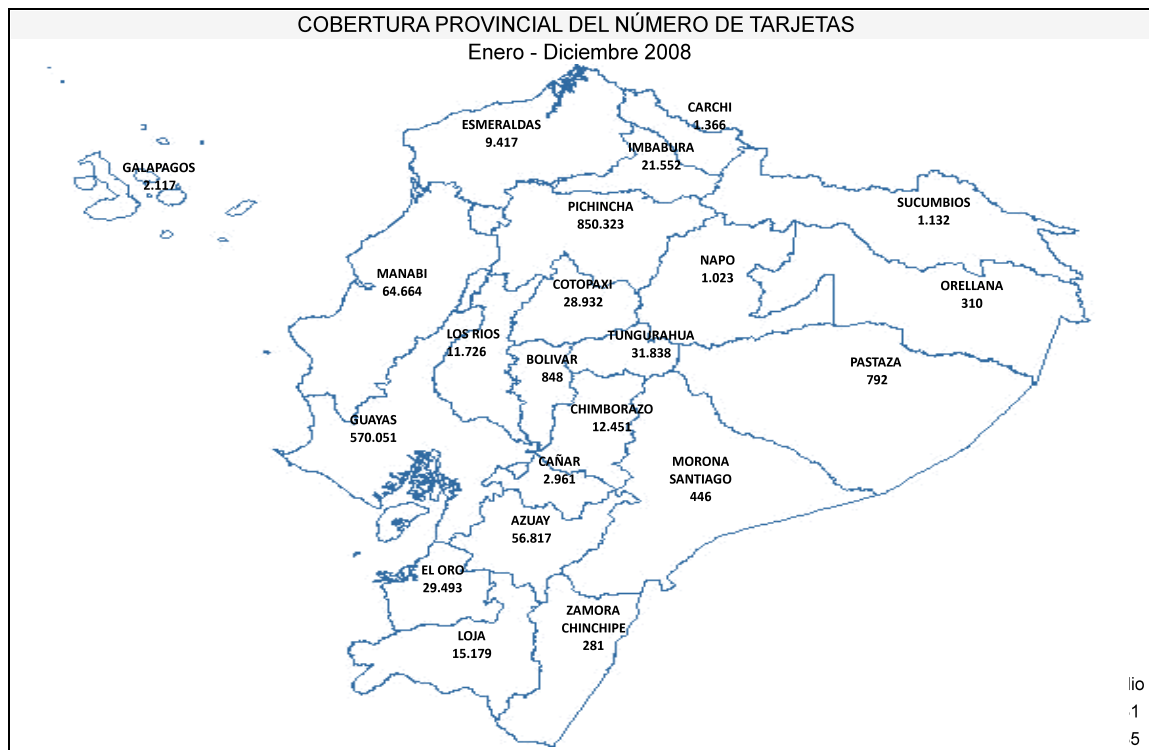
Durante años la banca tradicional en su labor de intermediación ofrece productos financieros diversos que dan muchas opciones ya sea para ahorro o financiamiento. Pero, esta atención no ha sido la misma para todos los demandantes de estos productos, ya que por factores de riesgo o una necesaria alta inversión de recursos se ha dejado de lado sectores, como el microempresarial, que en la actualidad se desarrollan con financiamientos que por su naturaleza implican un alto costo.

Comúnmente los dueños de pequeños negocios han optado por acudir a prestamistas informales, siendo estos los grandes beneficiados de esta desatención, ya que al no ser regulados abusan de los costos. En su mayoría son aquellos los causantes de que estas microempresas con el tiempo debido a un endeudamiento desmedido dejen de existir.

Actualmente existen oferentes para el sector que han logrado un cambio, dando oportunidades de servicios financieros razonables. Pero aun así, existen necesidades relacionadas al financiamiento que no están siendo atendidas, como diversificar la oferta de productos financieros específicamente orientados a la microempresa.

Las tarjetas de créditos comunes ofrecen gastos de consumo que no miden la capacidad de endeudamiento de un microempresario y esto hace que en un momento dado se encuentren sobre endeudados. Si analizamos la situación de las tarjetas de crédito nacionales e internacionales en el Ecuador y cuantas personas las tienen, nos encontraremos con 1'731785 como lo muestra la figura 1.1.

Figura 1.1



Fuente: Superintendencia de Bancos

Hay otros cientos de miles de usuarios que pagan sus compras con dinero plástico, pero esa cifra es un misterio porque los establecimientos comerciales que las otorgan no dan esa información y tampoco existe un control para este tipo de tarjetas.

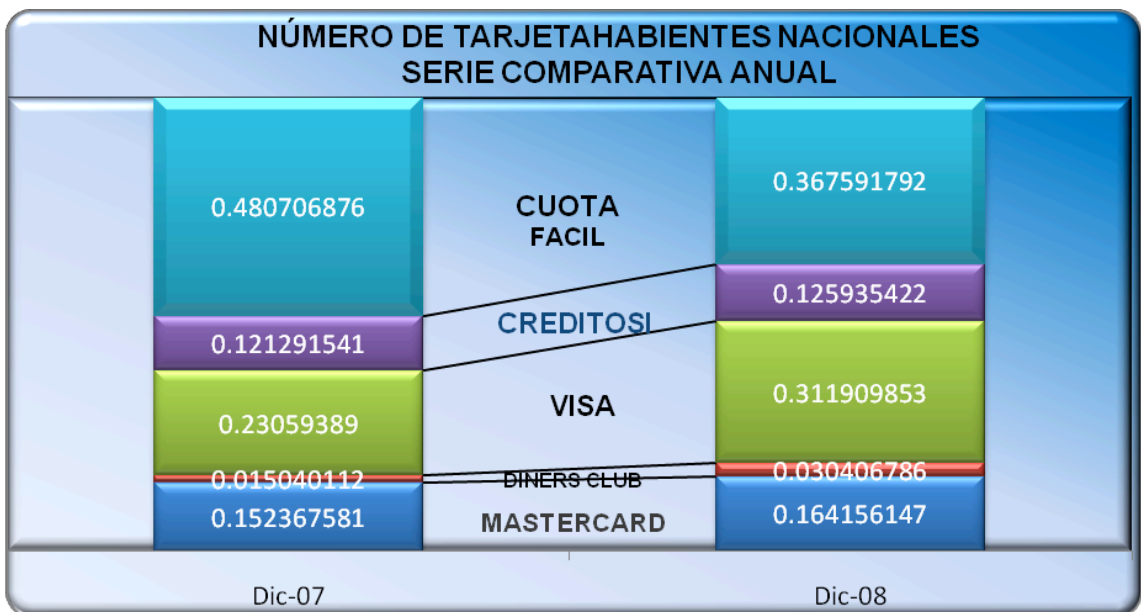
La facilidad con la que se puede adquirir una tarjeta de crédito eleva el número de usuarios y, con ello, el monto de las deudas. La oferta se diversifica. Los requisitos para obtener el documento crediticio se han reducido, y el trámite es menos complicado. Esta situación desencadenó en que el número de personas que cuenta con el denominado “dinero plástico” se incremente como lo muestra las figuras 1.2 y 1.3.

Figura 1.2



Fuente: Superintendencia de Bancos

Figura 1.3



Fuente: Superintendencia de Bancos

1.2 DISTRIBUCIÓN DE LA CARTERA PREFERENCIAL DE UNA IMF.

Como se puede ver en el cuadro y figura 1.4 A y B nos muestra la morosidad de la cartera de créditos para la Microempresa, para efectos de nuestro análisis consideraremos a Banco ProCredit, esta IMF (Institución Micro Financiera) presenta un porcentaje bajo de morosidad de un 2.61%.

Cuadro 1.4 A

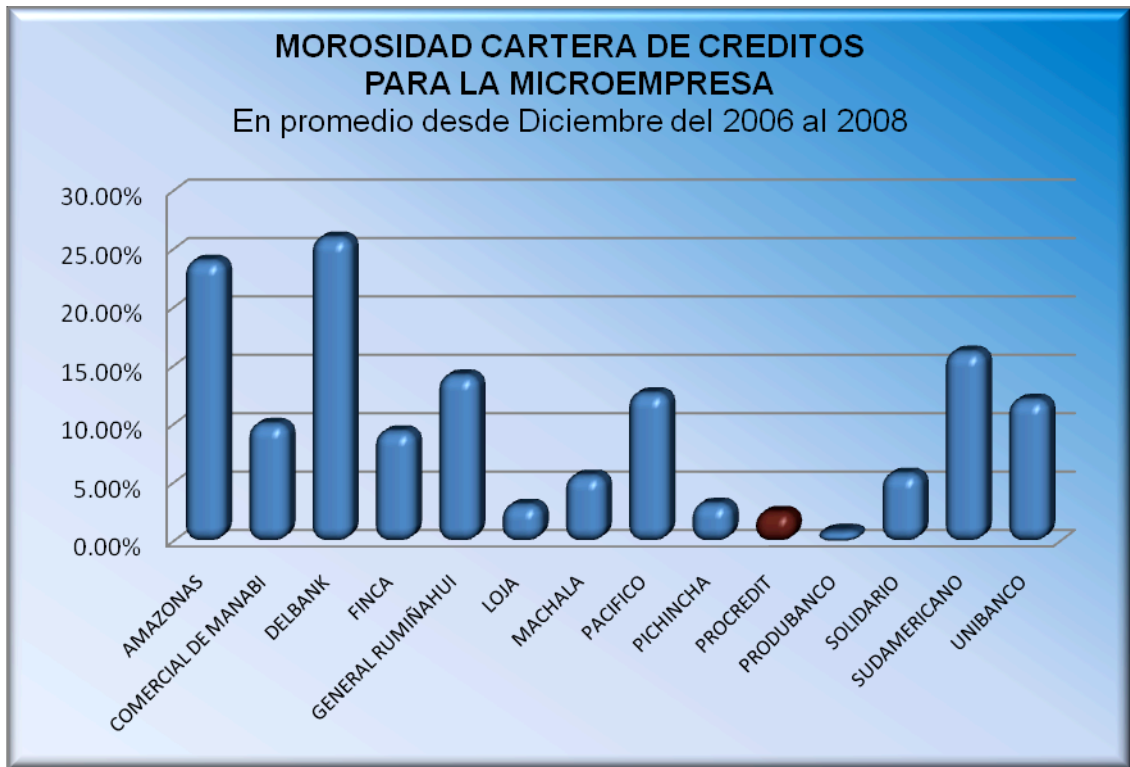
MOROSIDAD CARTERA DE CREDITOS PARA LA MICROEMPRESA	
En promedio desde Diciembre del 2006 al 2008	
IFIS	PROMEDIO
AMAZONAS	24.12%
COMERCIAL DE MANABI	10.15%
DELBANK	26.10%
FINCA	9.51%
GENERAL RUMIÑAHUI	14.30%
LOJA	3.22%
MACHALA	5.72%
PACIFICO	12.77%
PICHINCHA	3.31%
PROCREDIT	2.61%
PRODUBANCO	1.03%
SOLIDARIO	5.89%
SUDAMERICANO	16.33%
UNIBANCO	12.21%
TOTAL SISTEMA	4.96%

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Autor

Se ha considerado a las IMFs que en los dos últimos años se han dedicado a las microfinanzas omitiendo a aquellas instituciones que no participan activamente en el sector y las que en los últimos meses dejaron de hacerlo (ver anexo 1).

Figura 1.4 B



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Autor

1.2.1 DISTRIBUCIÓN POR SECTOR ECONÓMICO.

Basándose en lo anteriormente expuesto se presenta datos de la distribución de la cartera preferencial de la institución antes mencionada, en ella podemos ver la información referente a la concentración de esta cartera por sector económico o actividad aparte de presentar datos del destino que los microempresarios dan a los créditos que solicitan.

Cuadro 1.5 A

Reporte al: 31/12/2008
10 PRINCIPALES ACTIVIDADES DE CLIENTES

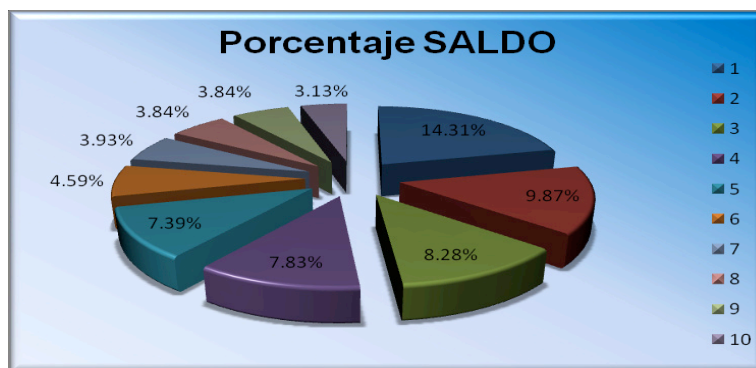
Región: Costa, Cierra, Oriente y Región Insular

Agencia: Carta Preferencial a nivel Nacional

		ECUADOR					
		SALDO	% SALDO	SALDO MORA > 30	% MORA > 30	MORA TOTAL	% VENCIDO
1	Total Transporte	2,379,991.52	14.31%	18,639.05	0.78%	27,867.73	1.17%
2	HOTEL	1,641,280.53	9.87%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
3	ROPA, PRENDAS DE VESTIR, BOUTIQUE	1,377,609.31	8.28%	15,022.51	1.09%	17,904.92	1.30%
4	ARTICULOS HOGAR	1,302,556.48	7.83%	14.00	0.00%	14.00	0.00%
5	POLLOS Y HUEVOS	1,229,124.31	7.39%	515.09	0.04%	1,531.47	0.12%
6	OTRO TIPO DE EMPRESAS COMERCIALES	764,155.54	4.59%	27,091.32	3.55%	34,831.73	4.56%
7	MATERIAL, EQUIPO, ACABADOS DE CONS.	654,079.31	3.93%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
8	RESTAURANTE Y COMIDA RAPIDA	639,252.62	3.84%	9,604.82	1.50%	18,880.33	2.95%
9	SERV. ARREN./MANTENIM. MAQ. EQUIPO	639,135.50	3.84%	696.01	0.11%	2,251.41	0.35%
10	CONSUMO MASIVO (AL POR MAYOR)	520,709.58	3.13%	8.00	0.00%	8.00	0.00%
Total		16,631,606.55					

Fuente: Banco ProCredit

Figura 1.5 B



Fuente: Banco ProCredit

Cuadro 1.6 A

Región: Costa, Cierra, Oriente y Región Insular

Agencia: Carta Preferencial a nivel Nacional

	GUAYAQUIL			
	SALDO	% SALDO	%MORA>30	%MORA TOT
1 Total Transporte	2,379,991.52	14.31%	0.78%	1.17%
2 HOTEL	1,641,280.53	9.87%	0.00%	0.00%
3 ROPA, PRENDAS DE VESTIR, BOUTIQUE	1,377,609.31	8.28%	1.09%	1.30%
4 ARTICULOS HOGAR	1,302,556.48	7.83%	0.00%	0.00%
5 POLLOS Y HUEVOS	1,229,124.31	7.39%	0.04%	0.12%
6 OTRO TIPO DE EMPRESAS COMERCIALES	764,155.54	4.59%	3.55%	4.56%
7 MATERIAL, EQUIPO, ACABADOS DE CONS.	654,079.31	3.93%	0.00%	0.00%
8 RESTAURANTE Y COMIDA RAPIDA	639,252.62	3.84%	1.50%	2.95%
9 SERV.ARREN./MANTENIM.MAQ.EQUIPO	638,135.50	3.84%	0.11%	0.35%
10 CONSUMO MASIVO (AL POR MAYOR)	520,709.58	3.13%	0.00%	0.00%
Total	11,147,894.70	6.70%	0.84%	0.93%

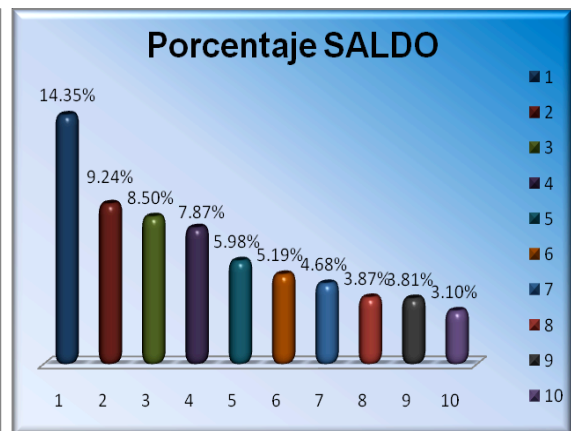
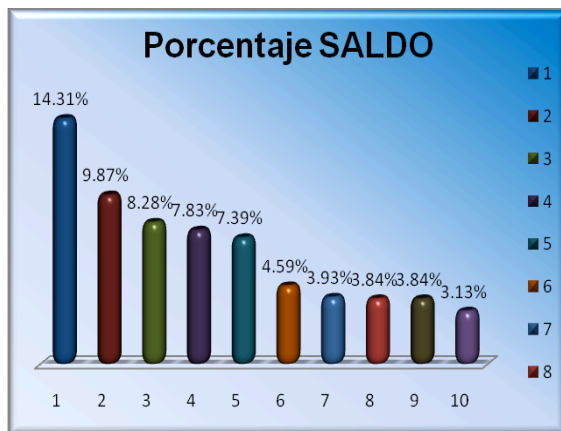
Fuente: Banco ProCredit

Región: Costa, Cierra, Oriente y Región Insular

Agencia: Carta Preferencial a nivel Nacional

	GUAYAQUIL			
	SALDO	% SALDO	%MORA>30	%MORA TOT
1 Total Transporte	2,498,119.25	14.35%	0.73%	1.37%
2 HOTEL	1,609,551.15	9.24%	0.00%	0.00%
3 ROPA, PRENDAS DE VESTIR, BOUTIQUE	1,480,578.23	8.50%	0.74%	1.51%
4 ARTICULOS HOGAR	1,371,349.27	7.87%	0.00%	0.04%
5 POLLOS Y HUEVOS	1,040,530.69	5.98%	0.05%	0.05%
6 SERV.ARREN./MANTENIM.MAQ.EQUIPO	904,550.92	5.19%	0.08%	0.27%
7 OTRO TIPO DE EMPRESAS COMERCIALES	814,289.98	4.68%	3.05%	4.48%
8 MATERIAL, EQUIPO, ACABADOS DE CONS.	673,991.03	3.87%	0.00%	0.00%
9 RESTAURANTE Y COMIDA RAPIDA	663,554.51	3.81%	1.44%	2.76%
10 CONSUMO MASIVO (AL POR MAYOR)	539,569.90	3.10%	0.00%	0.18%
Total	11,596,084.93	6.66%	0.56%	1.00%

Figura 1.6 B



Fuente: Banco ProCredit

Realizando una revisión de los cuadros y figuras 1.5 A y B; 1.6 A y B, se puede determinar una mayor concentración en las actividades relacionadas a transporte, hotelería, ropa, prendas de vestir y boutique, lo que implica que la tarjeta que se propone en este proyecto debería ir segmentada en relación a esta cartera a los sectores antes mencionados procurando así una mayor aceptación y su mayor uso.

1.2.2 DISTRIBUCIÓN POR DESTINO DE CRÉDITO.

Aparte de las actividades en la que se distribuye esta cartera se presenta importante información sobre el destino que le dan los clientes a los créditos que reciben.

Cuadro 1.7 A

Reporte al: 31/12/2008
10 PRINCIPALES DESTINOS DE CREDITO

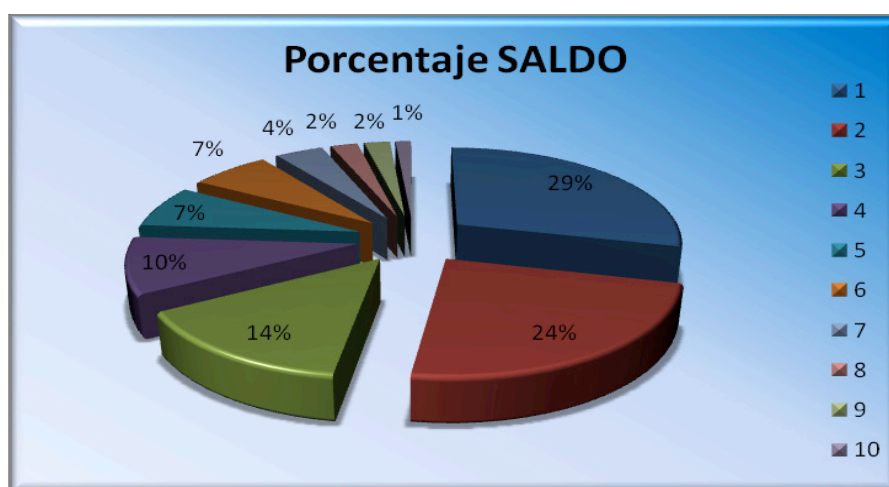
Región: Costa, Cierra, Oriente y Región Insular

Agencia: Carta Preferencial a nivel Nacional

	ECUADOR					
	SALDO	% SALDO	SALDO MORA > 30	% MORA > 30	MORA TOTAL	% VENCIDO
1 Activo fijo: infraestructura para el negocio	4,667,612.48	28.06%	5,421.77	0.12%	12,881.53	0.28%
2 c.Capital de trabajo(otros)	3,804,317.08	22.87%	19,172.84	0.50%	46,042.37	1.21%
3 b.Capital de Trabajo(mercadería)	2,316,183.06	13.93%	25,305.81	1.09%	40,881.15	1.77%
4 d.Activo fijo(maquinaria y vehiculo)	1,532,948.38	9.22%	11,013.44	0.72%	15,218.78	0.99%
5 f.Activo fijo(otros)	1,163,280.56	6.99%	10,111.90	0.87%	17,640.14	1.52%
6 p.Pago de deudas	1,090,272.53	6.56%	22,338.73	2.05%	24,962.15	2.29%
7 Adquisición de casa para vivienda	657,976.84	3.96%	227.43	0.03%	576.61	0.09%
8 Ampliación/mejora vivienda	368,061.24	2.21%	8,045.60	2.19%	12,536.96	3.41%
9 g.Capital de trabajo y activo fijo	357,635.45	2.15%	16,147.02	4.51%	21,063.63	5.89%
10 (NO USAR) Adquisición de casa para vivienda productiva	215,850.90	1.30%	1.00	0.00%	1.00	0.00%
Total	16,631,606.55					

Fuente: Banco ProCredit

Figura 1.7 B



Fuente: Banco ProCredit

Cuadro 1.8 A

Región: Costa, Cierra, Oriente y Región Insular
Agencia: Carta Preferencial a nivel Nacional

miércoles, 31 de diciembre de 2008

GUAYAQUIL				
	SALDO	% SALDO	%MORA>30	%MORA TOT
1 Activo fijo: infraestructura para el negocio	4,667,612.48	28.06%	0.12%	0.28%
2 c Capital de Trabajo(otros)	3,804,317.08	22.87%	0.50%	1.21%
3 b Capital de Trabajo(mercadería)	2,316,183.06	13.93%	1.09%	1.77%
4 d Activo fijo (maquinaria y vehículos)	1,532,948.38	9.22%	0.72%	0.99%
5 f Activo fijo (otros)	1,183,280.56	6.99%	0.87%	1.52%
6 p Pago de deudas	1,090,272.53	6.56%	2.05%	2.29%
7 Adquisición de casa para vivienda	657,976.84	3.96%	0.03%	0.09%
8 Ampliación/mejora vivienda	388,061.24	2.21%	2.19%	3.41%
9 g Capital de trabajo y activo fijo	357,635.45	2.15%	4.51%	5.89%
10 (NO USAR) Adquisición de casa para vivienda productiva	215,850.90	1.30%	0.00%	0.00%
Total	16,174,138.52	9.72%	0.73%	1.19%

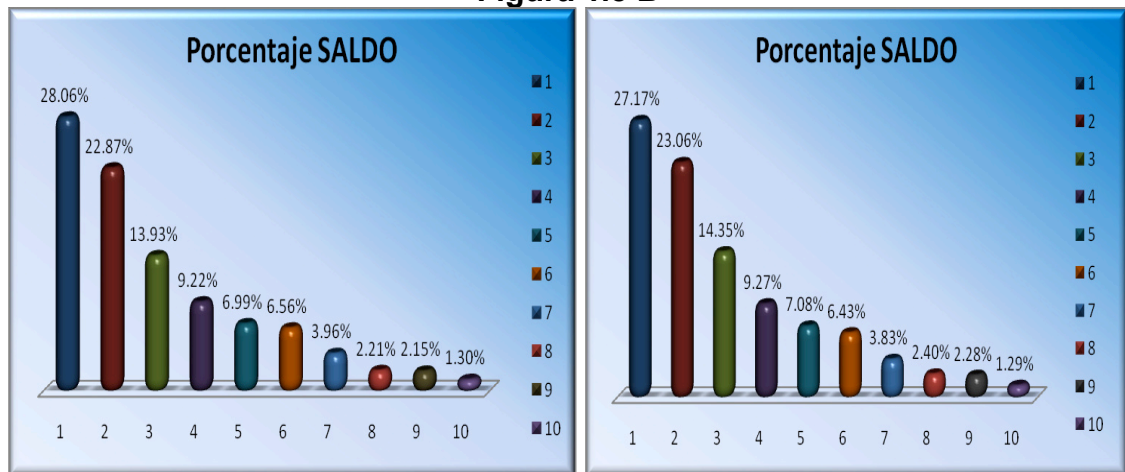
Fuente: Banco ProCredit

Región: Costa, Cierra, Oriente y Región Insular
Agencia: Carta Preferencial a nivel Nacional

domingo, 30 de noviembre del 2008

GUAYAQUIL				
	SALDO	% SALDO	%MORA>30	%MORA TOT
1 Activo fijo: infraestructura para el negocio	4,731,893.28	27.17%	0.24%	0.44%
2 c Capital de Trabajo(otros)	4,016,555.64	23.06%	0.32%	0.89%
3 b Capital de Trabajo(mercadería)	2,499,035.92	14.35%	1.35%	2.14%
4 d Activo fijo (maquinaria y vehículos)	1,613,461.26	9.27%	0.76%	2.48%
5 f Activo fijo (otros)	1,233,719.57	7.08%	0.22%	1.24%
6 p Pago de deudas	1,120,229.26	6.43%	1.56%	2.18%
7 Adquisición de casa para vivienda	667,005.48	3.83%	0.03%	0.03%
8 g Capital de trabajo y activo fijo	418,773.13	2.40%	3.49%	5.38%
9 Ampliación/mejora vivienda	396,917.82	2.28%	0.51%	3.00%
10 (NO USAR) Adquisición de casa para vivienda productiva	223,882.78	1.29%	0.00%	0.00%
Total	16,921,474.14	9.72%	0.63%	1.33%

Figura 1.8 B



Fuente: Banco ProCredit

De acuerdo a los cuadros y figuras 1.7 A y B; 1.8 A y B, los créditos que obtienen los clientes de la cartera preferencial son destinados a su mayoría en inversiones en activos fijos y capital de trabajo (mercadería y otros), lo que concuerda con las actividades anteriormente segmentadas en donde por cuestión de transporte hotelería se solicita en su mayoría para realizar arreglos en vehículos e infraestructuras de hoteles, mientras que las actividades de venta de ropa, prendas de vestir y boutique prefieren invertir en inventario.

1.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LOS MICROEMPRESARIOS PREFERENCIALES

El consumo de los hogares en el 2008 sumó 32.788 millones de dólares, de acuerdo con las previsiones del Banco Central de Ecuador (BCE). En tanto que el consumo realizado con tarjeta de crédito ascendió a 4.286 millones de dólares, aquello representa el 13% del consumo total previsto (consumo anual de los hogares) según las estadísticas de la Superintendencia de Bancos como lo muestra el grafico 1.9.

Figura 1.9



Fuente: Banco Central y Superintendencia de Bancos
Elaboración: Autor

Foto: Jonathan Miranda / EXPRESO



En el país, existe un promedio de tres tarjetas por cliente. De acuerdo con la Superintendencia de Bancos, al cierre de diciembre, la suma total de tarjetas emitidas fue de 1'831.491.

A pesar de la masiva emisión de tarjetas de crédito, todavía no se ha considerado la creación de una tarjeta para los microempresarios acorde a sus necesidades en actividades productivas, pese a la demanda y oferta potencial en el mercado de créditos a microempresarios que crece exponencialmente como lo muestra el proyecto SALTO que durante sus años de ejecución logro recopilar información valiosa sobre la oferta, que se complementa con la realización de la Encuesta Nacional de Microempresa (ENAME) para el estudio de la demanda.

Por ello con este proyecto se espera lograr una aceptación por parte de las IMFs ya que nuestro objetivo general es *“Evaluar el desarrollo de una tarjeta de crédito que brinde financiamiento a clientes de micro crédito perteneciente al segmento preferencial de una institución financiera”*.

A nivel internacional existen ciertas tarjetas utilizadas solo por el microempresario, con este proyecto se plantea dar este tipo de producto financiero en el Ecuador.

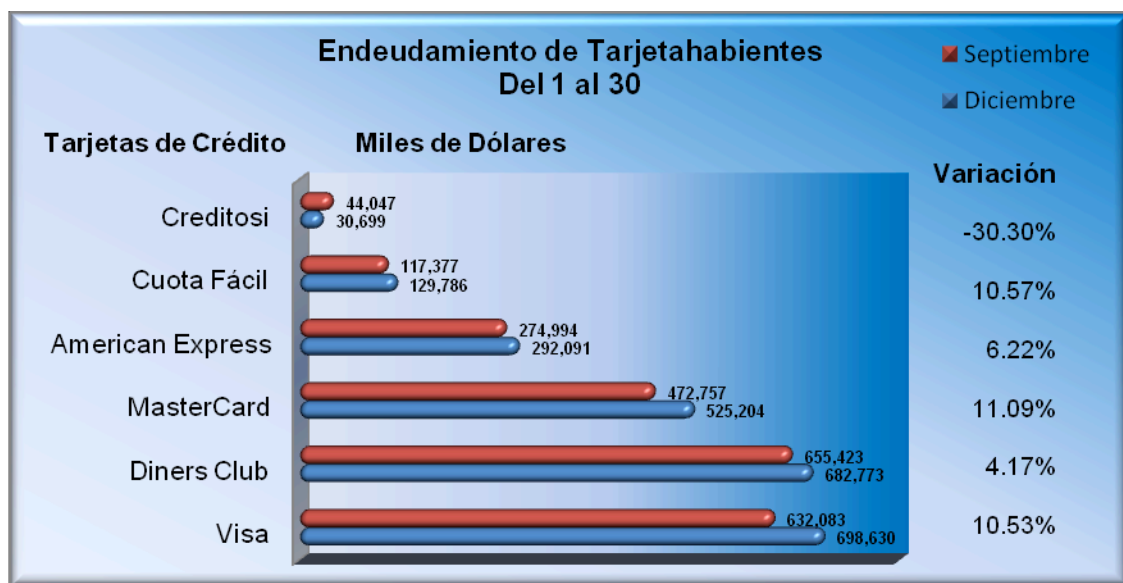
La cartera de microcrédito las manejan los subsistemas de la Banca Privada, Cooperativas, Mutualistas, Sociedades Financieras y Banca Publica. Por registros de la Superintendencia de Bancos se obtuvo que 39 Cooperativas, 2 Mutualistas, 8 Sociedades Financieras, 2 Instituciones Públicas y 13 Bancos Privados desarrollan actualmente actividades Microfinancieras (ver anexo 2).

En las microfinanzas existen los créditos grupales (bancos comunales y solidarios) y los créditos individuales para montos mayores. También hay servicios limitados de cajeros automáticos con tarjetas de debito, y varios productos de ahorros. Esta oferta aun es escasa y en parte se debe a un limitado interés de las IMFs (Instituciones Microfinancieras), aduciendo el no querer complicar a los microempresarios ofreciéndoles productos que resulten complejos para ellos. Productos que son típicos en otros segmentos del mercado, como lo es una tarjeta de crédito, no se ha adaptado todavía para las microempresas. Muchos de los que se dedican a este sector se concentran únicamente en sus tareas diarias de captar y colocar recursos. La fuerte competencia por los clientes los mantiene ocupados sin invertir recursos en el desarrollo de nuevos productos financieros.

1.4 TENDENCIAS DE ENDEUDAMIENTO

Según la Superintendencia de Bancos la deuda con la que quedaron los tarjetahabientes en el 2008 ascendió a 2.359 millones de dólares, un 25% por encima de los compromisos que adquirieron en el 2007, y un 7.40% respecto a septiembre del 2008 como se presenta en el siguiente cuadro comparativo 1.10 entre Septiembre y Diciembre.

Figura 1.10



Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Autor

El nivel de morosidad de endeudamiento con tarjetas de crédito no es elevado. Captar un mayor número de clientes, es el objetivo de la mayoría de las marcas de tarjetas que operan en el mercado.

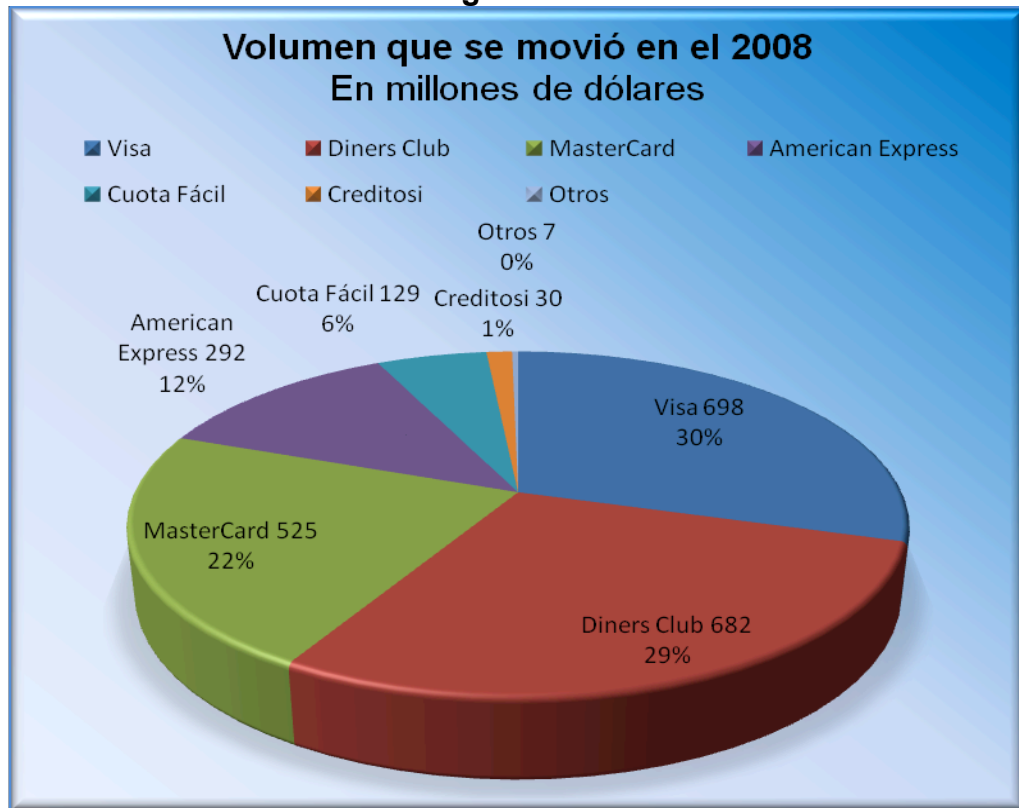
La estrategia de las instituciones que tienen este producto es llamar a potenciales clientes para ofrecerles el documento, indicándoles que desde ya tienen una tarjeta pre-aprobada, sin necesidad de que aquellas personas tengan una cuenta abierta en los bancos que las promocionan a través de este sistema. El uso de este instrumento alimenta el historial crediticio de los tarjetahabientes que los ayudará para futuros préstamos bancarios.

La Junta Bancaria emitió una resolución en el que se ejercerá un mayor control sobre los cupos que se les otorga a los tarjetahabientes. Los montos no podrán exceder la capacidad real de pago de los usuarios del dinero plástico, sólo podrán comprometer hasta el 50% de sus ingresos mensuales. Con esto no se busca restringir el crédito, sino que las entidades que ofrecen las tarjetas realicen un estudio adecuado, mediante el cual se otorgue un cupo de acuerdo con el patrimonio de los clientes.

Las entidades deben tomar en cuenta parámetros como el sueldo, los activos, las propiedades, el sector donde vive, profesión, entre otros factores del cliente. Sin embargo, Instituciones Financieras como Pacificard se están enfocando en el segmento medio-bajo porque es un nicho donde hay personas cuyos recursos son bajos pero fijos.

En Ecuador, la tarjeta más usada es Visa. Con este documento se adquirió un monto de 698 millones de dólares durante el año anterior. Le siguió Diners Club con 682 millones y MasterCard con 525 millones de dólares. American Express financió 292 millones y Cuota Fácil 129 millones. Creditosi entregó \$ 30 millones en créditos a través de su tarjeta como se observa en el grafico 1.11.

Figura 1.11



Fuente: Diario Expreso
Elaboración: Autor

Las compras con dinero plástico en este 2008 siguieron incrementándose. Entre los factores que provocaron este dinamismo podemos enumerar:

1. Todos los sectores tienen acceso a las tarjetas de crédito, conseguir una es más sencillo.
2. La facilidad con la que las personas pueden realizar sus compras ya que hay más de 15 mil establecimientos a nivel nacional que aceptan las diversas tarjetas de crédito.
3. La seguridad que está tiene puesto que no es necesario llevar efectivo, incentivaron el mayor endeudamiento.

Cabe recalcar que en el caso de este proyecto se considera la no existencia de oferta de la tarjeta de crédito como un producto diferenciado para el sector, la cual contaría con beneficios y restricciones que ayudaran a medir en forma razonable el endeudamiento de los microempresarios con algunas normas propias de las IMFs.

Desde el análisis a una cartera de clientes de créditos considerada preferencial en una IMFs también se puede comprobar la tendencia a incrementar el endeudamiento basada en el crecimiento que esta ha tenido en el año 2008 como lo muestra el cuadro siguiente:

Cuadro 1.12 A

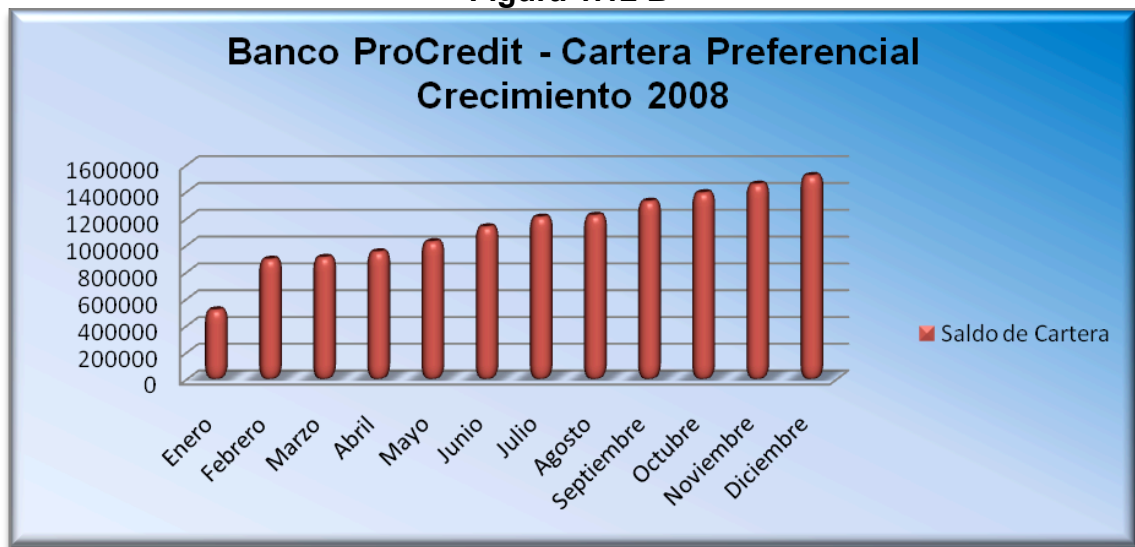
Banco ProCredit - Cartera Preferencial				
Crecimiento 2008				
Meses	Numero	Saldo de Cartera	Mora	% de Mora
Enero	220	521151,72	16369,65	3,14%
Febrero	230	542285,56	17397,70	3,21%
Marzo	245	563980,98	12737,56	2,26%
Abril	232	586540,06	12392,07	2,11%
Mayo	310	615865,86	13828,57	2,25%
Junio	360	646656,08	12115,94	1,87%
Julio	340	678988,80	13847,28	2,04%
Agosto	357	712938,28	15668,47	2,20%
Septiembre	305	748586,00	17854,80	2,39%
Octubre	393	786014,00	18624,52	2,37%
Noviembre	450	826315,14	19712,35	2,39%
Diciembre	441	858327,70	15595,73	1,82%

Fuente: Banco ProCredit

Elaboración: Autor

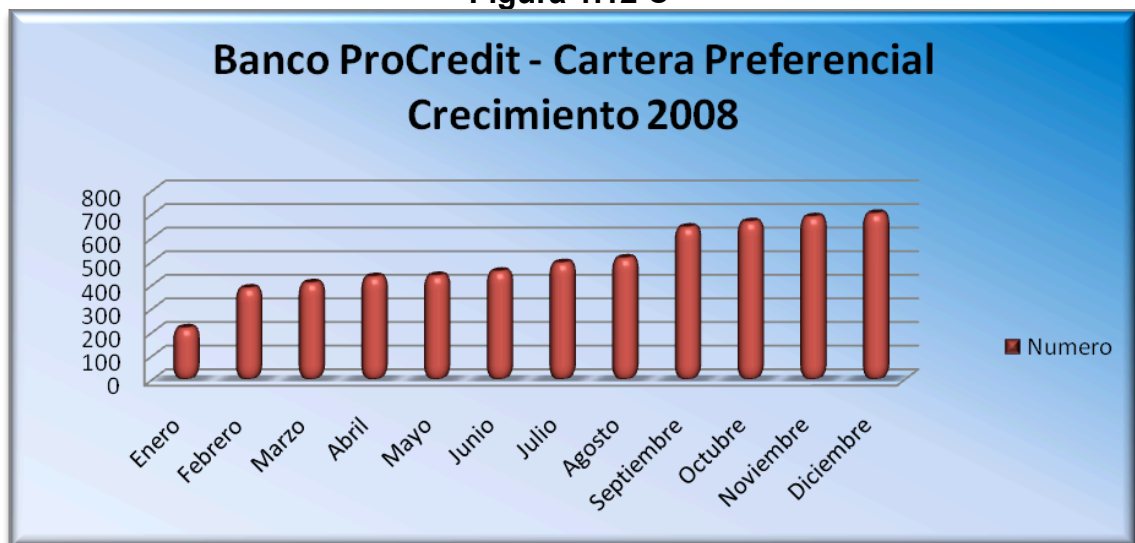
Mostrando gráficamente el crecimiento que ha tenido esta cartera de clientes preferenciales durante el 2008 se puede presentar sus efectos en saldo de cartera y en número (ver figura 1.12 B y C).

Figura 1.12 B



Fuente: Banco ProCredit
Elaboración: Autor

Figura 1.12 C



Fuente: Banco ProCredit
Elaboración: Autor

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

“La investigación de mercados nos permite identificar, recopilar, analizar y difundir la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la solución de problemas y oportunidades de mercado”

“La investigación puede arrojar toda la información necesaria para tomar una decisión sólida”.

El Problema de la Investigación de Mercado atañe a la información. Consiste en determinar qué información se requiere y cómo puede obtenerse de manera eficaz y eficiente. En tanto que el problema de decisión se centra en los síntomas, el de investigación de mercados se enfoca en las causas”

En base a lo expuesto anteriormente se puede determinar como problema de la investigación a la necesidad de identificar las características de una tarjeta de crédito para microempresarios y saber cuales son sus preferencias. Se hace necesaria a la vez la identificación de los socios estratégicos los cuales proveerán de productos y servicios básicos para el uso de dicha tarjeta.

La industria de la microfinanzas en el Ecuador consideramos que esta todavía en proceso de crecimiento, aunque en algunos lugares (Sierra) muestra signos de maduración, en su conjunto continua en su proceso de expansión.

Como todo ser vivo en crecimiento, presenta por un lado de madurez y por el otro actuaciones de una industria incipiente que denotan la no comprensión total de sus roles de desempeño. En general consideramos que la industria esta en un proceso de consolidación mayor, enfrentando cada día en forma más organizada y eficiente las amenazas que se ciernen sobre ella.

Los microempresarios no cubren todas sus necesidades productivas que tienen por la falta de efectivo (*liquidez*) para así obtener un mejor desarrollo en el mercado.

Componentes específicos:

- No pueden cubrir todas sus necesidades productivas.
- No pueden aplicar fácilmente a un financiamiento.
- Algunos no pueden incrementar su mercadería por falta de liquidez.
- Otros no se esfuerzan por realizar mejoras en la infraestructura de sus establecimientos.

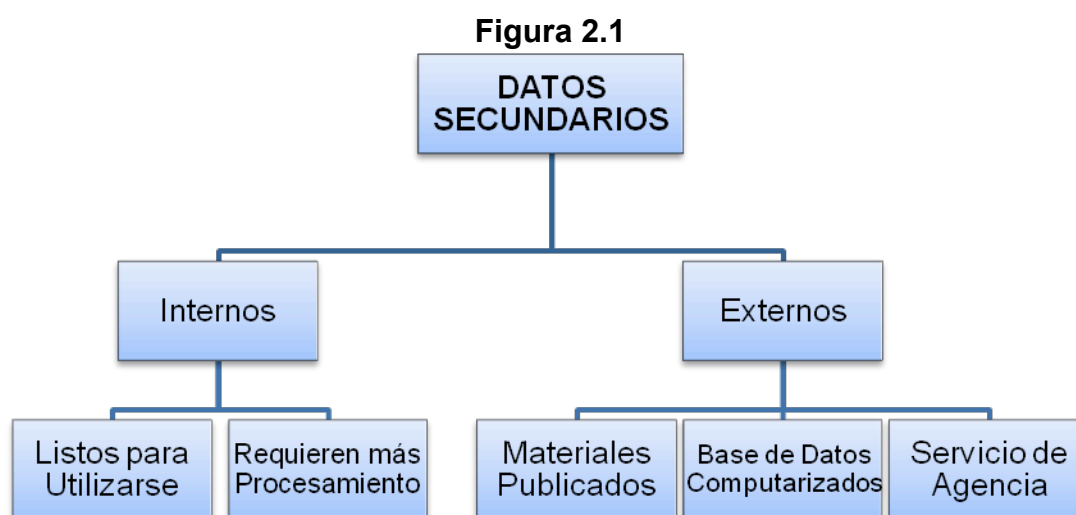
2.2 DATOS NECESARIOS A RECOPIRAR

Los **Datos Secundarios** pueden ser un medio inmediato y de costo eficaz para obtener conocimientos invaluable acerca de los temas de la investigación; siempre que la información provenga de fuentes confiables y oportunas. *“Son aquellos que ya se han recolectado para fines distintos al problema que enfrenta”*.

En el (figura 2.1) se presenta una clasificación de datos secundarios. Éstos pueden clasificarse como internos y externos:

*“Los **Datos Internos** son aquellos que se generan dentro de la organización para la cual se realiza la investigación”*.

*“Los **Datos Externos**, por otro lado, son aquellos que se generan por fuentes fuera de la organización”*.



Elaboración: Autor

En el desarrollo de este proyecto será necesario recopilar datos secundarios tanto internos como externos, estos datos serán obtenidos de estadísticas, publicidades, y demás información relevante de una IMFs, en este caso Banco ProCredit. Se considera que existe información cualitativa que se debe obtener aparte de la que brindan los datos secundarios, es por esa razón que se desarrollara una investigación con el fin de obtener datos primarios que complementen el desarrollo de la tarjeta productiva.

*“Los **Datos Primarios** se originan por el propósito específico del investigador de atender el problema que enfrenta”.*

Los datos primarios son de naturaleza cualitativa, se originan con el propósito específico de atender el problema que se enfrenta y la solución del mismo, para ello se aplicara el focus group de un grupo de microempresarios.

A veces la información obtenida por medio de los directivos, los expertos del ramo y los datos secundarios no son suficientes para definir el problema de la investigación. Por eso realizamos un **Diseño de Investigación** para comprender el problema y sus factores básicos (ver figura 2.2)

Figura 2.2



Elaboración: Autor

“El diseño de investigación es una estructura o plano para llevar a cabo el proyecto de la investigación de mercados. Especifica los detalles de los procedimientos necesarios a fin de obtener la información que se necesita para estructurar o resolver los problemas de investigación de mercados”

Tomando en cuenta lo requerido para este proyecto se establece una Investigación Exploratoria para obtener información cualitativa, esta información se obtendrá de fuentes secundarias externas e internas complementándose con información a obtenerse mediante la elaboración de un grupo focal como lo muestra el figura antes expuesto.

2.2.1 RESEÑA INSTITUCIONAL DE BANCO PROCREDIT

En el gobierno de los Estados Unidos, a través de su Agencia para el Desarrollo Internacional, USAID (United States Agency International Development) en su Proyecto SALTO menciona sobre Banco ProCredit lo siguiente:

“En base de los logros alcanzados, se puede predecir un futuro con perspectivas positivas, que contempla el desarrollo exitoso de toda la Red ProCredit, caracterizada por su solidez financiera, capacidad técnica y valores Institucionales”.

Desde su apertura hasta la presente fecha, Banco ProCredit S.A. ha experimentado un franco crecimiento y consolidación en el mercado financiero ecuatoriano, convirtiéndose en un referente para la industria de microfinanzas.

El accionista principal del Banco ProCredit S.A. es una compañía de inversiones con sede en Alemania, especializada en servicios financieros para la micro, pequeña y mediana empresa desde hace más de 22 años.

La tecnología crediticia microempresarial del Banco ProCredit se diferencia considerablemente de la tecnología bancaria convencional. Ha desarrollado una estrategia de pequeño y largo plazo e implementado tecnología adecuada a las expectativas de las instituciones microfinancieras.

“La tecnología crediticia permite, en esencia, que los créditos se adapten a las necesidades de los clientes, con requisitos y procedimientos flexibles y sencillos que minimicen los altos costos de transacción y de oportunidad”

Misión

Banco ProCredit es un banco orientado al desarrollo de los países que se operan que ofrece servicios financieros integrales. Ofrece un excelente servicio al cliente y una amplia gama de productos bancarios. En las operaciones de crédito se orienta principalmente a la micro, pequeñas y medianas empresas porque está convencido de que éstas crean el mayor número de empleos y aportan una contribución significativa a las economías en las que operan.

A diferencia de otras instituciones financieras, el banco no promueve el crédito de consumo, sino que pone su enfoque primordial en la prestación de servicios de banca socialmente responsable, contribuyendo a la creación de una cultura de ahorro y estableciendo relaciones a largo plazo con los clientes.

Si bien los accionistas buscan obtener un retorno sostenible de su inversión, su fin no es obtener el máximo beneficio a corto plazo. Invirtiendo considerables recursos en la capacitación del personal para crear un ambiente de trabajo agradable y eficiente para brindar a los clientes el servicio más atento y competente posible.

Historia

Banco ProCredit inició sus operaciones en octubre 2001 bajo el nombre Sociedad Financiera Ecuatorial S.A. (SPE). Después de 3 exitosos años en el mercado de microfinanzas, SPE se convirtió en enero del 2005 en Banco ProCredit S.A. con el fin de ampliar la gama de productos y servicios financieros para servir mejor a los clientes. A lo largo de la trayectoria, se han manteniendo la morosidad más baja del sistema financiero.

Filosofía

En las operaciones de crédito se enfoca a los prestamos de micro, pequeñas y medianas empresas porque están convencidos que los negocios generan el mayor número de empleos y realiza una contribución vital a las economías en las que operan. El banco evita expresamente todo tipo de negocios especulativos y otorga préstamos grandes solamente en casos excepcionales, minimizando así el riesgo asociado con tales actividades.

Los accionistas, son solidas y prestigiosas instituciones internacionales, que buscan obtener una rentabilidad razonable de su inversión. De forma de asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

El Grupo ProCredit

Banco ProCredit S.A. es el resultado de la confianza en el país demostrada por accionistas europeos que conforman el Grupo ProCredit, integrado por 22 instituciones a nivel mundial.

En su base las instituciones de la Red ProCredit se enfocaron en otorgar préstamos, con el tiempo y a medida que amplían su gama de productos, las instituciones gradualmente se desarrollan en Bancos que ofrecen todos los servicios de la banca sin perder su carácter especial y su enfoque en los micro, pequeños y medianos empresarios.

El grupo financiero orientado a las microfinanzas que han integrado el Holding ProCredit, no es solamente exitoso en Ecuador, sino en muchos otros mercados de América Latina, Europa del Este y África.

Banco ProCredit S.A. Ecuador es parte de una red de 22 bancos que aplican similares políticas de negocios y su misión es proveer préstamos y servicios bancarios generales a la micro, pequeña y mediana empresa, de manera competente y confiable. Actualmente la mayoría de las 22 entidades han homologado su nombre, con un logo y colores distintivos propios de la red.

Banco ProCredit y sus Accionistas

Entre sus accionistas se encuentran entidades del sector público y privado conformando la Holding. De acuerdo a la participación de los accionistas se puede presentar un figura donde se evidencia un mayor porcentaje de ProCredit Holding y la intervención de DOEN que es una entidad representante de la lotería holandesa (ver figura 2.3):

Figura 2.3

Accionistas	País	Participación
ProCredit Holding AG	Alemania	85.3%
DOEN	Holanda	14.7%
Total:		100%

Fuente: Banco ProCredit

Elaboración: Autor

2.3 CANALES DE RECOLECCIÓN Y NECESIDAD DE ENCUESTA

*“El objetivo primordial de la **Investigación Exploratoria** es proporcionar conocimiento y entendimiento del problema que enfrenta el investigador. La investigación exploratoria se utiliza cuando se debe definir el problema con precisión, identificar las acciones pertinentes u obtener conocimiento adicional antes de establecer un método”.*

*“La **Investigación Cualitativa** no esta estructurada, es exploratoria, se basa en muestras pequeñas y aplica las técnicas conocidas, como grupos focales (entrevistas en grupo), asociación de palabras (pedirle a los entrevistados su primera respuesta a palabras de estimulo) y entrevistas de profundidad (entrevistas personales en las que se sondean los pensamientos de los entrevistados). (Ver figura 2.4).*

Figura 2.4



Elaboración: Autor

Razones por la que se utilizara la investigación cualitativa:

- Los microempresarios pueden no estar dispuestos o no ser capaces de contestar ciertas preguntas, o no estar dispuestos a dar respuestas verdaderas a preguntas que invaden su privacidad, que los avergüenzan o que tienen un impacto negativo en su ego o status.
- Los microempresarios pueden ser incapaces de proporcionar respuestas exactas a preguntas que topan su subconsciente. Los valores, impulsos emocionales y motivaciones que residen en su nivel subconsciente se disfrazan ante el mundo exterior con la razón y otras defensas del ego.

El grupo de enfoque es la principal técnica directa (ver figura 2.5).

*“El **Grupo de Enfoque** establece una entrevista realizada por un moderador capacitado en forma no estructurada y natural con un pequeño grupo de microempresarios preferenciales para efectos de este proyecto.*

Figura 2.5

CARACTERÍSTICAS DE GRUPO DE ENFOQUE	
Tamaño del Grupo	De ocho a doce
Composición del Grupo	Homogéneo, encuestados preseleccionados
Entorno Físico	Relajado, atmósfera informal
Duración	De una a tres horas
Registro	Uso de encuestas a borrador
Moderador	Habilidad de observación, interpersonales y de comunicación del moderador

Elaboración: Autor

El objetivo general de la investigación es obtener la mayor información relevante de los microempresarios, y conocer la percepción que ellos tienen hacia la tarjeta *de crédito PRODUCTIVA*.

Para la obtención de la información se elaborara un cuestionario previo al grupo focal para los microempresarios que participaran y de esta manera se podrá determinar con mayor precisión las características más importantes que debe presentar la tarjeta de crédito del proyecto. Las preguntas deberán ser elaboradas adecuadamente y de fácil comprensión para los participantes.

Este proyecto esta planteado para poner a disposición de los microempresarios una tarjeta de crédito con características que cubran sus necesidades de financiamiento a nivel de microempresa más que de consumo y establecer que tan factible seria desarrollar este producto financiero en este sector, tomando en cuenta variables importantes en lo que respecta a características del producto y el enfoque a un mercado diferente que lo convierte en un producto nuevo.

*“En forma regular las **Encuestas** son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado”.* Se ha determinado que en este proyecto no es necesario aplicar una encuesta. La encuesta se realiza en intervalos regulares, es la manera más flexible de obtener datos; da información con motivos implícito, pero es muy probable que se den errores del entrevistador y errores del encuestado debido a la disposición a dar información que tienen los microempresarios como se lo resalto anteriormente. Se confirma el desarrollo de una investigación cualitativa mediante un grupo de enfoque.

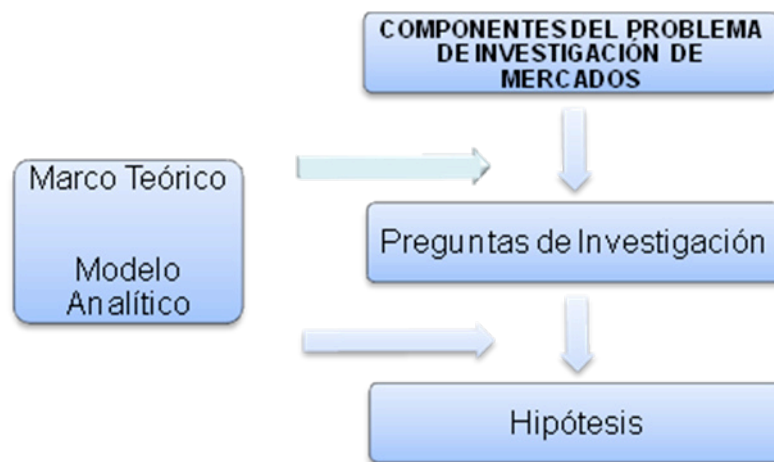
El propósito principal al aplicar un grupo focal es obtener puntos de vista de un grupo de microempresarios de una IMF, en este caso Banco ProCredit, por ser el que más se ajusta a las necesidades del proyecto, de estos microempresarios se ha escogido a los clientes preferenciales para hablar sobre varios temas de interés. El valor de la técnica reside en los resultados inesperados que con frecuencia se obtienen de una discusión de grupo de flujo libre.

Los grupos de enfoque son el procedimiento de investigación cualitativa más importante. Son tan populares que muchos practicantes de investigación de mercados consideran esta técnica como sinónimo de la investigación cualitativa.

2.3.1 DESARROLLO DEL CUESTIONARIO Y FOCUS GROUP

Mediante esta herramienta de investigación se obtendrá información cualitativa de un grupo de microempresarios escogidos de la cartera preferencial de una IMF para en un Focus Group conocer sus necesidades y expectativas con respecto a la tarjeta de crédito PRODUCTIVA como un nuevo instrumento financiero, darán sus opiniones que serán útiles para identificar las ventajas y desventajas que les podría ofrecer, para esto se ha planteado algunas preguntas de investigación y se ha analizado las hipótesis (ver figura 2.6).

Figura 2.6



Elaboración: Autor

Para el desarrollo del grupo de enfoque se conto con la participación de 10 microempresarios, los cuales fueron seleccionados previamente con las siguientes características que garantizaron la existencia de un grupo homogéneo:

- Personas con negocio propio y casa propia.
- Estado civil casado.
- Numero de hijos dependientes entre 1 y 2.
- Ganancias mensuales no mayores a 1.000 dólares.
- Sin otros ingresos fuera de los que genera el negocio.
- Uso de una tarjeta de consumo por más de un año.
- Pertenecientes a la cartera preferencial de Banco ProCredit.

Este se desarrollo en la sala de reuniones de la IMFs antes mencionada en un atmosfera relajada e informal, previo al inicio se ofreció refrigerios y cada participante tenia a la mano una botella de agua.

La duración planificada fue de una hora treinta y un minutos de acuerdo a una guía desarrollada previamente(ver anexo 3), mientras que la duración real fue de una hora cuarenta minutos iniciando esta a la 4pm y concluyendo 5h40pm, esto muestra el cumplimiento de los tiempos de acuerdo a lo estimado. Se requirió este periodo para establecer la afinidad con los microempresarios y explorar a fondo sus ideas, actitudes, conocimientos en relación con una tarjeta de crédito para microempresa.

Con el fin de obtener información cuantitativa necesaria para la elaboración del presente proyecto, se procedió a realizar un cuestionario dirigido a los micoempresarios preferenciales que participaron en el grupo de focal. En dicho

cuestionario se plantearon preguntas para ayudar a cumplir los objetivos de la investigación. En el cuestionario se basó en preguntas abiertas las cuales permitieron obtener información del libre criterio del encuestado.

Para el desarrollo se contó con un cuestionario de selección que contenía una lista de preguntas que se quería que respondan.

*“Las **Preguntas de Investigación** son enunciados perfeccionados de los componentes específicos del problema”.* Si la investigación da respuestas a las preguntas, la información será de utilidad para la toma de decisiones. Las preguntas de investigación se formulan no sólo con la definición del problema, sino también con el marco teórico y los modelos analíticos apropiados.

Preguntas de la Investigación:

1. ¿Usa comúnmente alguna tarjeta de crédito?
2. ¿Cómo financia sus necesidades de inversión?
3. ¿Con qué frecuencia utiliza su tarjeta de crédito?
4. ¿En qué normalmente utiliza su tarjeta?
5. ¿Dónde le sería más útil?
6. ¿Cuáles son sus más importantes necesidades productivas en su microempresa?

7. ¿Cuáles son los insumos, mercadería o servicios más representativos en su microempresa?
8. ¿Dónde suelen proveerse de estos insumos?
9. ¿Cuáles son sus principales proveedores?
10. ¿Cuál es la compra promedio en su microempresa?
11. ¿Que característica a usado aunque sea una vez en una tarjeta de crédito y por qué?
12. ¿Qué característica utiliza regularmente y por qué?
13. ¿Qué atributos evaluaría en la tarjeta de crédito PRODUCTIVA?
14. ¿Qué los motivó a pedir un microcrédito?
15. ¿Qué necesidades querían satisfacer?
16. ¿Cuáles piensan que serian algunas de la razones para preferir una tarjeta a obtener un microcrédito directo?
17. ¿Qué haría que cambien a este nuevo sistema de tarjeta de crédito exclusivo para microempresarios preferenciales?
18. ¿Cuáles serian los factores que determinarían esa decisión?
19. ¿Cuál seria la razón principal?
20. ¿Cuánto tiempo le tomaría decidir en aplicar una solicitud para la tarjeta de crédito PRODUCTIVA?
21. ¿Cuáles serian las razones para no solicitar inmediatamente su tarjeta PRODUCTIVA?

- 22. ¿Cuál sería la razón principal para dejar pasar el tiempo?
- 23. ¿Cuándo piensa que cambiará el crédito directo por una tarjeta PRODUCTIVA?
- 24. ¿Qué les estimularía a hacer esto?
- 25. ¿Existe una característica fenomenal que les hiciera cambiar inmediatamente?
- 26. ¿Qué buscarían realmente en esta tarjeta de crédito?

Hipótesis de la Investigación:

“Una Hipótesis es un enunciado o proposición que no se ha probado acerca de un factor o fenómeno que interesa al investigador”. Con frecuencia una hipótesis es una respuesta posible a la pregunta de investigación. Las hipótesis son más que preguntas de investigación, puesto que son declaraciones de relaciones o proposiciones, más que meras interrogantes para las que se busca una respuesta. Las preguntas de investigación son interrogativas; las hipótesis, declarativas y se verifican empíricamente.

- H1.** Los microempresarios usan comúnmente las tarjetas de crédito para cubrir sus necesidades de consumo.
- H2.** Los microempresarios financian sus necesidades de inversión solo mediante créditos grupales y créditos directos.
- H3.** Los microempresarios consideran que sus necesidades productivas más importantes son de insumos y mercaderías.

- H4.** Los dueños de negocios destinan los microcréditos en su gran mayoría a la compra de mercadería e inversiones en activos fijos.
- H5.** Los microempresarios tienen de 5 a 10 proveedores comunes.
- H6.** Los microempresarios necesitarían un cupo de tarjeta acorde a su nivel de compras promedio.
- H7.** Los microempresarios consideran importantes ciertas características en una tarjeta de crédito.
- H8.** Existen ventajas de una tarjeta que los microempresarios valoran más.
- H9.** Hay desventajas que consideran los microempresarios para decidir utilizar una tarjeta de crédito.
- H10.** Los microempresarios están dispuestos a solicitar la tarjeta de crédito PRODUCTIVA y darle uso.
- H11.** Los microempresarios acceden a los microcréditos por la necesidad de inversión en su empresa.
- H12.** A los microempresarios les resultaría mucho más rápido y cómodo el uso de una tarjeta de crédito diseñada para ellos.

El moderador tiene un papel clave en el éxito de este grupo de enfoque. Debía establecer afinidad con los microempresarios preferenciales, hacer que los comentarios avancen e interrogar a los encuestados para evocar sus conocimientos. Además, el moderador tiene un papel central en el análisis e interpretación de los datos. Por lo tanto, tiene la habilidad, experiencia, conocimiento del problema en discusión y un entendimiento de la naturaleza de la dinámica de grupo.

Entre las habilidades fundamentales del moderador para este grupo de enfoque se busco sugerir las siguientes características:

1. **Amabilidad con Firmeza:** El moderador combina una separación disciplinada con empatía con el fin de generar la interacción necesaria.
2. **Tolerancia:** El moderador al ser tolerante, también esta alerta a las señales de que la cordialidad del grupo o el propósito se está desintegrando.
3. **Compromiso:** El moderador alienta y estimula el compromiso personal intenso.
4. **Entendimiento Incompleto:** El moderador alienta a los encuestados a ser más específicos acerca de comentarios generalizados al mostrar un entendimiento incompleto.
5. **Aliento:** El moderador alienta a participar a los miembros que no responden.
6. **Flexibilidad:** El moderador es capaz de improvisar y alterar el perfil planeado en medio de las distracciones del proceso de grupo.
7. **Sensibilidad:** El moderador es lo suficientemente sensible para guiar la discusión de grupo a nivel intelectual así como emocional.

El encargado de cumplir con este rol fue el autor del presente proyecto basado en que cuenta con la habilidad necesaria, la experiencia de 3 años dedicado al microcrédito y un conocimiento exacto del problema en discusión. Esto permitió evidenciar directamente las características del mercado meta y ampliar los conocimientos para el desarrollo del proyecto obteniendo la información necesaria del grupo de enfoque.

2.4 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el presente proyecto, relacionando las opiniones de los participantes con las hipótesis previamente planteadas, se pueden resumir de la siguiente manera:

Ocho de los diez participantes utilizan sus tarjetas solo para necesidades de consumo mientras que dos indicaron que suelen usarlas para compra de mercaderías. Esto permite comprender que los microempresarios si se encuentran en capacidad de utilizar una tarjeta de crédito, siendo novedoso el hecho de utilizarlas en necesidades de inversión.

Los diez participantes financian sus necesidades de inversión mediante créditos directos, dos de ellos suelen usar las tarjetas de crédito realizando avances de efectivo y ninguno utiliza créditos grupales. Con esto se puede confirmar que los microempresarios no tienen acceso a una tarjeta de crédito propia para clientes de microempresa, y el hecho de que ninguno realice créditos grupales se puede concluir que se debe a que los clientes de la cartera preferencial ya no tienen la necesidad de asociarse para ser sujetos de crédito.

Siete de los participantes expresaron su primordial necesidad de mercadería mientras tres expresaron que tendrían solo necesidades de inversión en activo fijo. Podemos darnos cuenta que el 100% de los participantes indicaron la primordial necesidad de invertir en sus negocios debido a que las tres personas que se pronunciaron a favor de solo activos lo hicieron por ser propietario de

taxi, de bus de transporte urbano y de una casa rentera respectivamente, a su vez esto permite confirmar la necesidad de financiamiento de servicios como de mercadería.

Todos los participantes indicaron tener en común como proveedores en un 60% a mercados formales y un 40% informales de sus respectivos sectores y la bahía en el centro de la ciudad, se pudo identificar los siguientes proveedores en común que para el desarrollo de este proyecto se consideraran los socios estratégicos:

- Pronaca.
- Ferretería Espinoza.
- Almacenes de tela como: El Tijerazo y El Batatazo.
- Almacenes El Gato.
- Estuardo Sánchez.
- Dipaso.
- Pingüino.
- Cordialsa.
- Coca Cola.
- Toni.

Ocho personas indicaron que como mínimo el cupo les debe cubrir su necesidad de inversión mensual. Esto permite identificar a los requerimientos

de liquidez como necesidad básica a financiar mediante la tarjeta productiva, esto es analizado previamente por los oficiales de crédito en las IMFs de acuerdo a la tecnología de crédito que utilizan concentrándose primordialmente en el capital de trabajo y el nivel de ventas.

Los participantes opinaron acerca de las características que prefieren, entre las que más se resaltaron se encuentran las siguientes:

- Que se fácil de utilizar.
- Que sea aceptada en los lugares de su preferencia.
- Cupo suficiente para poder invertir.
- Facilidades de pago.

Esto permite identificar que características que más valoran los microempresarios son aquellas que les brinde más beneficios de fondo que de forma, así puede establecer con más claridad ventajas que debe llevar la tarjeta PRODUCTIVA acorde al segmento que se esta analizando.

Los participantes al pertenecer a una cartera preferencial consideraron un beneficio el poder obtener una tarjeta de crédito que seria accesible solo a su segmento, por lo que manifestaron su intención de rápidamente solicitar el producto al momento que la IMFs lo ponga a su disposición para poder darle uso a sus necesidades de inversión. Esto evidencia la aceptación que tendría la tarjeta productiva al ser considerada de exclusividad de los buenos clientes, diferenciándolos y dándoles ventajas con respecto a los demás.

3. ANÁLISIS DE PROCESOS

3.1 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL PRODUCTO FINANCIERO

Las microfinanzas han evolucionado a una gran velocidad y los intermediarios microfinancieros más importantes están utilizando las mejores prácticas, lo que ha permitido que mantengan sus carteras sanas a pesar de la crisis mundial comparadas con los estándares internacionales. Todavía queda un largo recorrido para poder decir que las microfinanzas en el Ecuador están totalmente integradas a las finanzas comerciales y formales.

Por eso se ha realizado este proyecto con el propósito de integrar un poco más al microempresario a los servicios microfinancieros y colaborar un poco a este avance de la evolución microfinanciera a través de la tarjeta PRODUCTIVA. En base a la investigación de mercado desarrollada en el capítulo anterior se han considerado las siguientes ventajas y desventajas del producto financiero.

Principales ventajas:

- **Producto Novedoso:** El no existir en Ecuador una tarjeta de crédito segmentada para uso de microempresarios le brinda características de producto nuevo teniendo así mayores facilidades para ingresar al mercado en este caso el de los microempresarios.
- **Ahorro en tiempo:** Los clientes ahorraran mucho de su tiempo al no tener que solicitar un nuevo préstamo cada vez que este le sea necesario porque con la tarjeta podrán realizar la compra directamente con el proveedor de acuerdo al disponible de su cupo.

- **Evita largos trámites de crédito:** Minimiza bastante los tramites para acceder a un crédito, en primera instancia la tarjeta de crédito PRODUCTIVA se otorgara a los clientes preferenciales de una IMF, el historial crediticio con los que constan estos clientes es excelente, les resultara más fácil el obtener un crédito microempresarial resultando un beneficio para ellos el poder acceder a avances o compras.
- **Rapidez:** A los clientes les resultara mucho más rápido y eficiente el manejar la tarjeta PRODUCTIVA para proveerse de sus insumos, mercaderías o servicios para su microempresa por su fácil manejo, esto creara más otorgamiento de microcréditos evitando el trámite de tres días promedio que tiene Banco ProCredit al otorgar créditos directos.
- **Se evita ir al Banco:** Para algunos clientes les resulta bastante tedioso el hecho de tener que ir muchas veces al banco, les ahorrara mas tiempo.
- **Comodidad:** Representa bastante comodidad para el cliente el no tener que realizar gestiones en el banco para obtener el dinero en efectivo y le resulta mas cómodo reemplazarlo por la tarjeta PRODUCTIVA para acceder a su crédito directamente con los establecimientos autorizados.
- **Regulariza destinos de crédito:** Genera un beneficio al banco que el cliente no pueda desviar el destino para el cual se ha otorgado el préstamo, ya que con los créditos directos se suelen realizar gastos de consumo que afectan el crecimiento del negocio al realizar una inversión improductiva que por lo general generan situaciones de mora.
- **Seguridad:** Para el cliente resultara mas seguro el uso de la tarjeta porque así evitara en gran parte ser victima de la delincuencia (modalidades de saca pintas).

- **Servicios Bancarios para Socios Estratégicos:** Los proveedores son clientes potenciales para una IMF, a largo plazo se puede establecer una estrecha relación dando uso a los productos y servicios que se ofrece.
- **Fidelización de clientes:** Los buenos clientes percibirán un trato preferencial y optaran por utilizar los productos de la IMF que les da mas beneficios, así mismo los nuevos clientes mostraran mayor interés en mantener un historial de crédito regular para acceder a la tarjeta de crédito PRODUCTIVA.

Principales desventajas:

- **Las Instituciones Bancarias con nuevas líneas de Crédito Microempresarial:** Anteriormente se menciona que las microfinanzas han evolucionado a una gran velocidad por esta razón cada IMF procura mejorar e innovar creando mayor competencia.
- **Inestabilidad Económica:** Existen factores de crisis mundial y política que crean inestabilidad en los mercados, esto crearía escenarios negativos donde no sería posible un crecimiento basado en el endeudamiento porque existiría mayor riesgo de mora.
- **Imagen de Tarjeta Costosa:** Los clientes pueden llegar a creer que puede ser muy costosa sin haberla utilizado debido a la exclusividad que se da a microempresarios preferenciales, además porque como ya es conocido algunas tarjetas de crédito para el consumo han creado cierta mala imagen de alto costo y endeudamiento desmedido.

- **Bajo porcentaje en la asignación del cupo:** Al financiarse por medio de la tarjeta solo sus necesidades de capital de trabajo esta podría dar una imagen de bajo cupo porque no serviría para realizar compras no acorde como vehículos o viviendas, para eso seguirá siendo necesario los créditos directos.
- **No contar con la experiencia en el manejo de Tarjetas de Crédito:** Es muy probable que algunos clientes no sepan de la utilización de tarjetas de crédito debido a que solo han trabajado mediante créditos directos o grupales, esto podría crearles problemas y no ser un beneficio para ellos.

La tarjeta de crédito PRODUCTIVA brinda algunos beneficios, cuenta con la principal ventaja de ser novedosa, brinda comodidad y seguridad. Presenta desventajas propias del mercado, es recomendable dar capacitación previa a los clientes preferenciales de la IMFs con el afán de asegurar un correcto manejo del producto financiero.

3.1.1 ANÁLISIS FODA

A continuación en la **Figura 3.1** detallaremos las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que posee la tarjeta de crédito PRODUCTIVA.

Figura 3.1



Elaboración: Autor

Para el desarrollo del análisis FODA del proyecto de la tarjeta de crédito PRODUCTIVA se ha tomado en cuenta las ventajas y desventajas del producto financiero, se han considerado los puntos más importantes entre los cuales se consideran las fortalezas y oportunidades que se pueden presentar en el desarrollo del proyecto sin dejar de considerar las debilidades y amenazas que también que son aspectos necesarios de superar y prevenir brindando soluciones a corto y largo plazo.

3.2 ANÁLISIS DE LOS COSTOS

Para la realización de este análisis se consideraron costos existentes en el mercado con respecto a tarjetas de crédito y en especial los valores de una tarjeta de debito ya existente en Banco ProCredit S.A. Se mencionan varios componentes del costo de la tarjeta de crédito PRODUCTIVA para los microempresarios o tarjetahabientes en los siguientes puntos:

- **Costo de membrecía**

El costo de membrecía se refiere a la emisión y renovación que va a tener la tarjeta de crédito PRODUCTIVA. Es decir como se cambiará el diseño de la tarjeta y el costo para los microempresario (ver cuadro 3.2), (ver anexo 4):

Cuadro 3.2

TARJETAS PARA CLIENTES	TARIFAS
Emisión Tarjeta	\$ 6.40
Emisión Tarjeta Adicional	\$ 6.40
Costo de Tarjeta	\$ 4.50

Fuente: Banco ProCredit S.A.
Elaboración: Autor

- **Costo de Comisión**

También se les cobrará a los socios estratégicos una comisión por cada transacción que realicen los clientes con la tarjeta (ver cuadro 3.3):

Cuadro 3.3

TRANSACCIONES	TARIFA
Compra con Tarjeta	1% del monto

Fuente: Banco ProCredit

Elaboración: Autor

En forma general los costos de membrecía que se mencionan en este proyecto pueden ser transferidos al cliente para lo cual es recomendable establecer una correcta fijación de precios procurando que estos no afecten en forma negativa las perspectivas de los clientes con respecto al producto financiero.

Eso no sucede con la comisión que será asumida por el socio estratégico y a su vez este será un ingreso para la IMFs como después se lo podrá evidenciar en el análisis financiero. No se establece una comisión que deban asumir los clientes debido a que las regulaciones actuales a los créditos bancarios lo prohíben, existe una diferenciación de tasas de interés de acuerdo al segmento del crédito como se lo analizará posteriormente.

- **Fijación de Precios**

Como podemos (ver en el Cuadro 3.4) la estrategia de fijación de precios a aplicar para la tarjeta de crédito PRODUCTIVA es la DE ALTO VALOR, en la cual la calidad del producto es alta pero con un precio medio que permita generar una rentabilidad moderada pero que no cree perspectivas de alto precio. Lo que se pretende con esta estrategia es ofrecer calidad a un precio razonable procurando estabilidad y apoyo al sector de microempresa.

Cuadro 3.4

CALIDAD	ALTA	De recompensa	De alto valor "PRODUCTIVA"	De súper valor
	MEDIA	De margen excesivo	De valor medio	De buen valor
	BAJA	De robo	De falsa economía	De economía
		ALTO	MEDIO	BAJO
		PRECIO		

Elaboración: Autor

3.3 SOCIOS ESTRATÉGICOS QUE ACEPTEN LA TARJETA

Desde el instante en que los proveedores aceptan la tarjeta PRODUCTIVA como medio de pago, permiten ampliar la cobertura de la IMFs que la emite, además de contar con la posibilidad de mediante ellos extender los servicios financieros y búsqueda de nuevos clientes.

- **Convenios y alianzas estratégicas**

Existe la posibilidad de que no sea una única institución o un único grupo de empresas las que lleven adelante este proceso sino que sean mediante convenios y con alianzas estratégicas que puedan complementar todos los servicios que requieren los microempresarios en términos generales. Un ejemplo de aquello es la tarjeta de debito del Banco ProCredit que por medio de la red cirrus y mastercard logro gran cobertura por medio de sus cajeros.

- **Beneficios de la aceptación como medio de pago**

Un beneficio importante a resaltar de la aceptación de la tarjeta de crédito PRODUCTIVA como medio de pago por parte de los principales proveedores, es el contar con una alternativa de cobro diferente a efectivo, cheque, pagarés, etc. Esto permitirá a los socios estratégicos contar con un crédito otorgado que fácilmente se hará efectivo en forma mensual y sin correr con el riesgo que en este caso es asumido por IMFs emisora.

Al ser la tarjeta un medio de pago dinámico permitirá a los socios estratégicos tener un mayor volumen de ventas tomando en cuenta además que tendrán acceso a nuestros clientes (buenos clientes) que estarán dirigidos a realizar las compras con ellos.

- **Identificación de los proveedores**

De acuerdo al capítulo anterior de “Investigación de Mercado” por medio de siete de los participantes del Focus Group se pudo identificar los siguientes proveedores en común y considerarlos como los socios estratégicos:

- Pronaca.
- Ferretería Espinoza.
- Almacenes de tela como: El Tijerazo y El Batatazo.
- Almacenes El Gato.
- Estuardo Sánchez.
- Dipaso.
- Pingüino.
- Cordialsa.
- Coca Cola.
- Toni.

3.4 MARCO LEGAL

Será necesario un reglamento para el uso de la tarjeta de crédito productiva que lo desarrollara la IMF según sus necesidades, enmarcado en las leyes vigentes las mismas que son:

- a.** La Ley General de Bancos, Instituciones Financieras No Bancarias y Grupos Financieros.
 - a.1.** Reglamento para el Financiamiento de las Compañías de Tarjetas de Crédito.
- b.** Código de Comercio.
- c.** Escritura de constitución y Estatutos del banco.
- d.** Las normativas internas del banco.
- e.** Normas Prudenciales de la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras.

En el Ecuador no existe ley que norme en forma específica el funcionamiento de las tarjetas de crédito como tal.

La Ley General de Bancos y su Reglamento: A partir del año 1984 con las reformas a la Ley General de Bancos, se sometió al control de la Superintendencia de Bancos, la actividad de la emisión de tarjetas de crédito de circulación general, institución que emitió el Reglamento para el funcionamiento de las compañías de tarjetas de crédito, el que, sin ser la forma legal ideal para el control de las empresas delicadas a este fin, ha servido de guía para su operación. A continuación, transcribo este Reglamento, por considerarlo de importancia para dar a conocer cómo ejerce la Superintendencia dicho control sobre las compañías de tarjetas de crédito.

3.4.1 REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE TARJETAS DE CRÉDITO

Art. 1.- AUTORIZACIÓN.- Solamente podrán operar en la emisión de tarjetas de crédito de circulación general y en la administración de un sistema de tarjetas de crédito, las compañías anónimas que se constituyan exclusivamente para tal objeto y que hubieren obtenido, previamente, la autorización correspondiente; así como los bancos privados legalmente establecidos, a quienes el Superintendente de Bancos les autorice expresamente, de conformidad con el reglamento especial que expedirá para el efecto.

En consecuencia, quien no estuviere legalmente autorizado, no podrá realizar las operaciones que este reglamento permite a las entidades señaladas. La Superintendencia de Bancos ordenará la clausura de los establecimientos que funcionen en contravención de estos preceptos, sin perjuicio de cualquier otra sanción a que hubiere lugar.

Art. 2.- DEFINICIONES.- Emisión de tarjetas de crédito de circulación general, son aquellas operaciones que tienen el crédito como mercancía a través de la emisión de instrumentos de pago diferidos conocidos como tarjetas de crédito.

Tarjetas de crédito de circulación general son aquellas que pueden ser utilizadas en varios establecimientos de comercio y no las que se emiten para ser utilizadas exclusivamente por sus clientes en uno de ellos.

Para efectos de este Reglamento, se incluyen en esta categoría a las llamadas “tarjetas de pago”, “tarjetas de cargo”, “tarjetas de viaje y entretenimiento”, “tarjetas de descuento”, “tarjetas de garantía” u otras de circulación general que reúnan los elementos que caracterizan al sistema de tarjetas de crédito.

Art. 3.- ACTIVIDADES COMPRENDIDAS.- Las operaciones de emisión de tarjetas de crédito de circulación general incluyen la organización del siguiente proceso de afiliación, la emisión del instrumento concesión de crédito, la recepción de pagos y las actividades conexas o complementarias.

Las entidades autorizadas podrán convenir entre sí, o con los bancos establecidos, el compartir autorización de la totalidad o de una parte de estas actividades.

Art. 4.- CAPITALES MINIMOS.- Para autorizar el establecimiento de una compañía que se dedica a las actividades permitidas por este Reglamento, requerirá de un capital mínimo.

Art. 5.- GARANTIAS.- Las compañías de tarjetas de crédito sometidas al presente Reglamento, constituirán a órdenes del Superintendente de Bancos, una garantía suficiente por el valor que señalará dicho funcionario de acuerdo con el capital y el movimiento operativo de las mismas, comprendido entre el diez por ciento (10%) y el veinte por ciento (20%) del capital social.

La garantía podrá ser hipotecaria, bancaria o el depósito de dinero o de valores fiduciarios de primera clase que satisfagan a dicho funcionario.

Las garantías bancarias se sujetarán al texto proporcionado por la Superintendencia de Bancos. Los valores fiduciarios se recibirán y mantendrán a precio de mercado, certificado por la Bolsa de Valores.

Art. 6.- LICENCIA PARA UTILIZAR MARCAS DE SERVICIO.- Cuando un banco o una compañía de tarjetas de crédito vaya a operar, utilizando una marca de servicio que pertenezca a un tercero, deberá, previamente acreditar ante la Superintendencia de Bancos que se halla autorizado para ello.

Art. 7.- PRESENTACIÓN DE MODELOS.- Los bancos o las compañías de tarjetas de crédito elevarán a conocimiento de la Superintendencia de Bancos, antes de poner en aplicación, los modelos de:

- a) Acuerdos a celebrarse con los tarjetahabientes;
- b) Acuerdos a celebrarse con los establecimientos afiliados;
- c) Formatos de tarjeta de crédito:
- d) Formatos de comprobantes de venta de bienes o servicios, a ser utilizados por los establecimientos afiliados.

Cualquier modificación a estos instrumentos, antes de ponerse en aplicación, se llevarán a conocimientos de la Superintendencia de Bancos.

Los modelos presentados podrán ser observados, en caso de que no reúnan los requisitos de ley, para su existencia o validez, o sus condiciones generales contengan cláusulas que impliquen excesiva onerosidad o beneficios inmoderados para una de las partes, exoneración de toda culpa, condonación del ídolo futuro u otros pactos prohibidos por la ley. El banco o la compañía de tarjetas de crédito deberán abstenerse de aplicar tales instrumentos en la parte observada, mientras no subsane la observación.

Art. 8.- ACUERDO DE EMISIÓN DE TARJETAS Y APERTURA DE CRÉDITO.- El banco o la compañía de tarjetas de crédito, previamente a la celebración del acuerdo para la emisión de tarjetas de crédito de circulación general y apertura de crédito, practicar la investigaciones del caso, a fin de establecer la solvencia del solicitante y la idoneidad de las garantías, en caso de ofrecerse.

En el acuerdo entre el Banco o la compañía de tarjetas de crédito y el tarjetahabiente se hará constar obligatoriamente el monto del cupo del que el tarjetahabiente podrá disponer para el consumo de bienes y servicios, o la forma de terminarlo.

Los bancos y las compañías de tarjetas de crédito no podrán celebrar estos contratos con aquellas personas que hayan sido sancionadas con el cierre de sus cuentas corrientes, mientras no hayan obtenido la rehabilitación de las mismas. Tampoco podrán hacerlo con aquellas personas a las que se les haya cancelado su tarjeta de crédito de circulación general por mal manejo.

Art. 9.- DE LA EMISIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO DE CIRCULACIÓN GENERAL.- El banco o la compañía de tarjetas de crédito únicamente podrán emitir tarjetas de crédito de circulación general, con el carácter de intransferible. El instrumento contendrá, las siguientes menciones.

- a) El nombre y el distintivo de la respectiva marca de servicio;
- b) La denominación del banco o de la compañía que emite la tarjeta;
- c) La numeración codificada de la tarjeta;
- d) El nombre y el modelo de la firma del tarjetahabiente;
- e) El plazo de vigencia de la tarjeta;
- f) La indicación expresa de que la tarjeta puede ser utilizada exclusivamente en el país (tarjeta nacional), cuando se la emita con esta limitación; y,
- g) La banda para la impresión de caracteres magnéticos.

Art. 10.- EMISIÓN EN EL ECUADOR DE TARJETAS DE CRÉDITO PARA SER UTILIZADAS EN EL EXTERIOR.- El Superintendente de Bancos, con sujeción a las disposiciones de la Ley de Régimen Monetario, de la Ley sobre Cambios Internacionales y demás normas aplicables a la materia, impartirá las instrucciones pertinentes para la emisión en el Ecuador de tarjetas de crédito utilizables en el exterior.

Art. 11.- TARJETAS DE CRÉDITO EMITIDAS EN EL EXTERIOR.- Las tarjetas de crédito de circulación general emitidas en el exterior, podrán ser utilizadas en el país, pero se prohíbe expresamente a las empresas extranjeras de emisión de tarjetas de crédito de circulación general, la promoción de afiliaciones de tarjetahabientes en el país, si es que previamente no cumplen con los requisitos de la ley para operar en el Ecuador.

Art. 12.- PROVISIÓN DE FONDOS POR LOS TARJETAHABIENTES.- Los tarjetahabientes podrán realizar provisiones de fondos, para que la compañía de tarjetas de crédito los utilice en el pago de los consumos que ellos realicen. Las cantidades ingresadas deberán mantenerse en cuentas especiales, a órdenes de los tarjetahabientes, y podrán devengar intereses que en ningún caso serán superiores a las tasas fijadas por la Junta Monetaria para operaciones pasivas.

La compañía de tarjetas de crédito no podrá recibir, en conjunto de sus tarjetahabientes, por concepto de provisión de fondos, una suma que exceda de tres veces el capital pagado y reserva de la compañía.

Prohibese expresamente a las compañías de tarjetas de crédito, promover esta provisión de fondos entre el público.

Art. 13.- TASAS DE INTERÉS, COMISIONES Y OTROS CARGOS.- Las regulaciones de la Junta Monetaria, relativas a las tasas de interés, comisiones y otros cargos, son igualmente aplicables a las relaciones entre los bancos o compañías de tarjetas de crédito y su tarjetahabientes.

Los bancos o compañías de tarjetas de crédito que estipulen cobren o perciban, en cualquier forma, interés, comisiones o cargos superiores a los permitidos por la Ley, o que infringieren las disposiciones relativas a la entrega al Fisco u otras entidades beneficiarias o partícipes de los valores que, por cuenta de ellos, deban cobrar o retener a terceros por impuestos, timbres, tasas y otros conceptos análogos, serán sancionados por el Superintendente de Bancos en la forma dispuesta en el art. 245¹¹ de la Ley General de Bancos, sin perjuicio de cualquier otra sanción a que hubiere lugar.

¹¹ *“Art. 245.- Lo relativo a la tasa sobre operaciones activas y pasivas de los bancos, así como lo relativo a modificación de las tasas y comisiones bancarias, será regulado por la Junta Monetaria”.*

Art. 14.- ENVÍOS DE ESTADOS DE CUENTA.- El Banco o la compañía de tarjetas de crédito enviarán a los tarjetahabientes, por lo menos una vez al mes, salvo que no hubieran tenido movimiento, un estado de cuenta con el detalle al menos: el estado anterior, el valor de los consumos realizados, los abonos efectuados, los créditos otorgados, la liquidación de intereses, comisiones, impuestos y otros cargos y el saldo final.

Art. 15.- ACUERDO CON ESTABLECIMIENTOS AFILIADOS.- Los bancos o las compañías de tarjetas de crédito celebrarán acuerdos escritos con los establecimientos afiliados, en los cuales se establecerá la obligación del banco o compañía de tarjetas de crédito de pagar los comprobantes suscritos por sus tarjetahabientes, contra su presentación o dentro del plazo convenido, menos los descuentos pactados, a condición de que el establecimiento haya cumplido

con los requisitos acordados. Entre otros, los establecimientos se comprometerán a:

- 1) Verificar que la firma y rúbrica que el tarjetahabiente consigne en el comprobante corresponda a la de su tarjeta de crédito;
- 2) Examinar que el valor del comprobante no exceda de los montos máximos autorizados;
- 3) Comprobar en la forma prevista en el correspondiente sistema, que la tarjeta de crédito se halle vigente y habilitada; y,
- 4) Efectuar la venta o el suministro de bienes o servicios a los precios fijados para sus operaciones de contado. En los casos de crédito diferido, se agregarán los respectivos intereses.

Art. 16.- CONSTITUCION DE RESERVAS.- Las compañías de tarjetas de crédito deberán constituir reservas para cuentas incobrables, de conformidad con la reglamentación dictada para el efecto por el Superintendente de Bancos.

Art. 17.- ADQUISICIÓN Y CONSERVACIÓN DE BIENES MUEBLES Y RAÍCES.- La compañía de tarjetas de crédito solamente podrán adquirir y conservar los bienes muebles o raíces que les sean necesario para el desarrollo de sus actividades. En caso de duda, el Superintendente de Bancos resolverá si los bienes muebles o raíces poseído por una compañía de tarjeta de crédito, le son o no necesario para el desarrollo de sus actividades.

Los bienes muebles e inmuebles que las compañías de tarjetas de crédito reciban en pago de obligaciones contraídas a su favor, se deberán enajenar dentro de los plazos establecidos en los artículos 11 y 165 número 24 de la Ley General de Bancos.

Art. 18.- DEBERES ESPECIALES.- Las compañías de tarjetas de crédito están especialmente obligadas a:

- a) Exhibir y conservar en un lugar público el certificado de autorización;
- b) Llevar la contabilidad de sus negocios, de acuerdo con las normas dictadas por la Superintendencia de Bancos;
- c) Presentar los informes y balances mensuales e imprevistos firmados por el gerente o representante legal y el contador de la compañía, adjuntado los anexos correspondientes, así como, al final de cada semestre, el balance liquidado y el estado de pérdidas y ganancias del ejercicio;
- d) Conservar todos los comprobantes de las partidas definitivas de sus libros y de sus operaciones, de conformidad con lo que dispone el art. 93 de la Ley General de Bancos;
- e) Remitir copias de las actas de las Juntas Generales de Accionistas, en las formas y dentro del plazo establecido en el art. 105 de la Ley General de Bancos;
- f) Enviar cada vez que el Superintendente de Bancos lo requiera, la nómina de accionistas de la compañía. En caso de producirse transferencias de acciones, éstas serán comunicadas a la Superintendencia de Bancos dentro del plazo señalado en el art. 21 de la Ley de Compañías;
- g) Remitir a la Superintendencia de Bancos, dentro de los ocho días de haber sido designados los directores, gerentes, auditores y comisarios, una comunicación con la firma autógrafa de los designados. Asimismo, enviarán copias del nombramiento inscrito, dentro de los ocho días de registrados;

- h) Llevar los libros sociales de conformidad con las leyes y reglamentos vigentes;
- i) Comunicar a la Superintendencia de Bancos, la nómina de las personas a quienes hubiere cancelado sus tarjetas de crédito por mal manejo;
- j) Hacer imprimir sus estatutos y distribuirlos a los accionistas y al público; y,
- k) Las demás previstas en las leyes y los reglamentos pertinentes,

Art. 19.- LIMITES DE ENDEUDAMIENTO.- El monto total de las cuentas por pagar de una compañía de tarjetas de crédito a los establecimientos afiliados en ningún caso excederá del ochenta por ciento (80%) de los saldos netos de las cuentas por cobrar a sus tarjetahabientes.

El monto total de las obligaciones de una compañía de tarjetas de crédito para con terceros, excluidas las cuentas por pagar a los establecimientos afiliados, no podrá ser mayor de ocho veces su capital pagado y reservas; en caso de excederse, la compañía de tarjetas de crédito no podrá contraer nuevos créditos hasta cuando se encuentre en el limite establecido.

Art. 20.- PROHIBICIONES.- Sin perjuicio de lo dispuesto por el art. 49 de la Ley General de Bancos, las compañías sometidas al presente reglamento, no podrán realizar otras operaciones que las autorizadas por el mismo. Sus administradores no podrán realizar, por cuenta de la compañía, operaciones ajenas a su objeto.

Estas compañías no podrán recibir depósitos monetarios, depósitos de plazo menor, depósitos de plazo mayor, ni depósitos de ahorro.

Art. 21.- CASOS DE DEUDA.- Las deudas que en la práctica produjeren la aplicación del presente reglamento, serán resueltas por el Superintendente de Bancos”.

Según información de prensa publicada en internet en el mes de junio del presente año, se hizo conocer que el Ministro Coordinador de la Política Económica aseguró que se creará una ley para el control de las tarjetas de crédito de casas comerciales. Esto podría ser considerado una ventaja en vista de que se tendría mayor control de las tarjetas que se dedican al segmento de consumo ya que a estas les corresponde una aplicación de tasa diferente a una tarjeta que sea usada en términos de microcrédito.

4. ANÁLISIS FINANCIERO

4.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS

La idea de crear una tarjeta de crédito microempresarial, es que solo sea usada por microempresarios con buen historial dentro de una IMFs; por lo que la principal inversión seria establecer una red para poder conectar los establecimientos afiliados con la base de datos de clientes preferenciales y esta al respectivo software ya existente en toda IMFs.

Para tener un conocimiento de los costos se acudió al departamento de sistemas de Banco ProCredit donde el Ing. Juan Carlos Paredes y la Ing. Jessica Púas encargados del área explicaron que establecer una red privada que conecte a los establecimientos resultaría sumamente costosa por lo sofisticado de los equipos a adquirir. Ellos recomendaron la creación de una página web que conecte a los establecimientos con la base de datos, página que permitiría llevar un registro que los socios estratégicos ingresarían al realizar una transacción con la tarjeta y permitan una replica que se conecte al software original del banco el cual permite llevar las transacciones, elaboración de estados de cuenta y contabilidad en general.

Indicaron que si bien es muy cierto que una pagina web es una red publica, esta puede servir como medio de promoción e información del producto y se pueden establecer mecanismos estrictos de seguridad como creación de usuarios y contraseñas los cuales soliciten actualización periódica y sean de solo acceso de los establecimientos afiliados.

Cotizando precios de mercado se obtuvo que la aplicación web sola tuviera un costo de \$500 y solicitando la base de datos mas la replica necesarias para conectar a los establecimientos el costo total seria de \$3000. A esto se debe añadir el pago por una conexión de internet que cuesta \$40 por socio estratégico. Consultando con los encargados de Marketing de la IMFs se planteo costos de capacitación y promoción necesarios previo al lanzamiento de la tarjeta que basados en la tarjeta de debito existente ascenderían a \$6000.

Los socios estratégicos son proveedores considerados mayoristas y en sus establecimientos cuentan con al menos un computador será necesario entonces la compra lectores de tarjetas para que los establecimientos afiliados puedan conectarlo con cualquier PC o terminal y así poder leer los datos de la banda magnética de la tarjeta. Según precios de mercado se puede obtener un lector en \$250.





El lector de tarjetas que se presenta ofrece el programa de software para Windows 98 / XP y los manuales correspondientes. Los socios estratégicos son proveedores que cuentan con el equipo de computación necesario para la instalación siendo esta de forma simple. (Ver anexo 5)

El Valor de la inversión inicial de acuerdo a precios de mercado se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.1

INVERSION INICIAL	
Comunicaciones y redes	\$4.000
Equipos	\$5.000
Capacitación y Gastos de Promoción	\$6.000
TOTAL GASTOS DE INTALACION	\$15.000

Elaboración: Autor

4.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Previo a la utilización de los antecedentes cuantitativos para la predicción de la demanda se estudiaron dos puntos importantes.

- **Elasticidad Precio de la Demanda.**

El proyecto constituye en si mismo una especie de monopolio al tratarse de un producto novedoso por lo que la elasticidad precio de la demanda seria la curva de demanda del mercado respecto a la tarjeta PRODUCTIVA.

El mercado del microcrédito es un mercado insatisfecho, se lo evidencia en la existencia de prestamistas que facilitan dinero a un alto precio, la mayoría de clientes valoran mas la facilidad que el interés.

Esto permite concluir en que la demanda de este producto es inelástica porque indiferente del precio la cantidad demandada no tendería a disminuir, obteniendo así a un menor precio un menor ingreso total.

Actualmente existen regulaciones con respecto a las tasas de interés que buscan que las IFIs establezcan un precio justo, en el análisis de los ingresos financieros de este proyecto estas regulaciones y el precio de mercado de bienes sustitutos serán la base para fijar el precio.

- **Bienes Sustitutos y Complementarios.**

Se considera a los créditos directos y grupales para microempresa, es decir créditos ya existentes en el mercado, como bienes sustitutos porque satisfacen una necesidad similar y por lo tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del producto financiero del proyecto.

La existencia de estos bienes considerados como sustitutos no implican una disminución de la cantidad ofrecida y demandada con respecto al otro al haberse determinado ya la existencia de una demanda insatisfecha que no es cubierta con todos sus requerimientos.

Se consideran como bienes complementarios a los insumos y mercadería necesarios para los negocios de la cartera de clientes preferenciales.

- **Método de Extrapolación de la Tendencia Histórica**

Para estimar el comportamiento futuro de los saldos de cartera se considera la información histórica disponible en los registros de la IMF (ver anexo 6). De donde la ecuación de regresión para la proyección mensual sin proyecto queda como:

$$Y' = 9497,40 + 14667,56X$$

Para determinar que tan correcto es el estimado de la ecuación de regresión se utiliza el coeficiente de determinación r^2 .

$r^2 =$	94%
---------	-----

Esto quiere decir que el 94% de la variación del saldo de cartera se explican mediante el comportamiento de la variable x (periodos de tiempo).

Se pudo determinar un índice de relación porcentual entre la tendencia de crecimiento anual de la cartera preferencial y el saldo actual como lo muestra el cuadro siguiente:

Relación % Tendencia - S. de Cartera
20,51%

Según datos de Banco Pichincha (Credife), esta IMF ha tenido saldos de cartera anuales como lo muestra el cuadro siguiente:

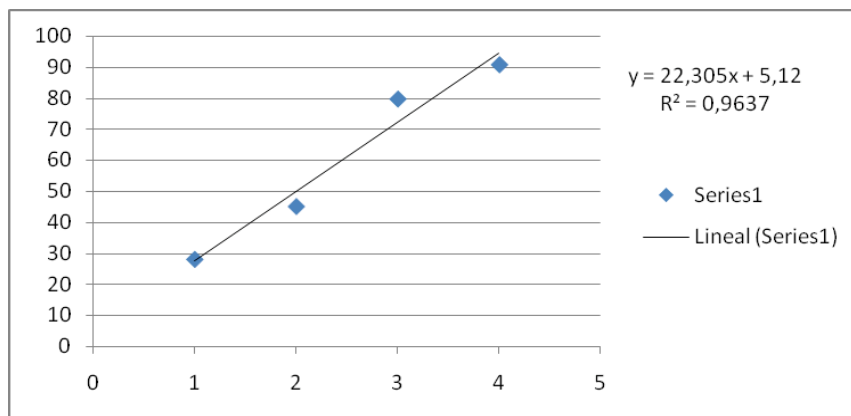
Cuadro 4.2 A

Banco Pichincha - Credife		
S. Anuales de Cartera - Millones US(\$)		
2005	1	27,99
2006	2	45,05
2007	3	79,70
2008	4	90,79

Elaboración: Autor

Estos datos se representan mediante puntos de dispersión y su respectiva línea de tendencia como lo muestra la figura siguiente:

Figura 4.2 B



Elaboración: Autor

Se hizo un análisis de la relación tendencia anual saldo de cartera de Credife considerada la principal competencia para Banco ProCredit dando como resultado lo que muestra el siguiente cuadro.

Relación % Tendencia - S. de Cartera
24,57%

Se toma en cuenta los índices de relación para el análisis, considerando que la tarjeta de crédito productiva generaría un mayor movimiento comercial creando así un incremento en la cartera de crédito mediante una tendencia que fácilmente podría ser similar a la de la IMF que prevalece en el mercado.

Entonces la proyección de la demanda con Proyecto mediante la ecuación de regresión que permitirá en lo posterior realizar un análisis incremental queda expresada como:

$$Y' = 9497,40 + 17572,60X$$

4.3. BENEFICIOS DEL PROYECTO

Como beneficios del proyecto, se revisaran las variables que impacten positivamente el resultado de la inversión a los ingresos, las reducciones de costos y el aumento de eficiencia.

4.3.1 INGRESOS FINANCIEROS

- **Ingresos por Intereses Ganados**

Al ser la tarjeta de crédito PRODUCTIVA un producto de intermediación financiera, el precio estará dado por la tasa de interés activa.

La tasa de interés será de acuerdo al segmento que pertenezca, en este caso microcrédito, esta tasa se basara en la información obtenida por el Banco Central (ver cuadro 4.3) y la aplicada actualmente la IMFs en estudio.

Cuadro 4.3

INFORMACIÓN DEL BANCO CENTRAL	
Tasa de Interés Efectivas Máximas Autorizadas por el Banco Central (Fecha: Julio 2009)	
Segmento de Crédito	Tasa Efectiva Máxima
Productivo Corporativo	9.33
Productivo Pymes	11.83
Productivo Empresarial	10.21
Consumo	18.92
Vivienda	11.33
Micro Acumulada Ampliada	25.50
Micro Acumulada Simple	33.30
Micro Minorista	33.90

Fuente: Banco Central

Elaboración: Autor

Microempresa.- Son aquellos créditos con ventas mensuales menores o iguales a \$8.333.

Este segmento se subdivide en tres subsegmentos: Minoristas, Acumulación Simple y Acumulación Ampliada. La definición de cada subsegmento y la tasa de interés correspondiente serán en función al saldo vigente y al monto del préstamo a otorgar, según cuadro 4.4.

Cuadro 4.4

VIGENTE DESDE JULIO DE 2009		
SUBSEGMENTO	Saldo y monto en función a la nueva tabla	Tasa
SEGMENTO Microempresa		
Ventas Mensuales $\leq$ 8.333		
Minoristas	Hasta 3.000	29.10
Acumulación Simple	Desde 3.001 Hasta 10.000	28.74
Acumulación Amplia	Mayor a 10.000	22.71
SEGMENTO Productivo		
Ventas Mensuales $>$ 8.333		
Pyme	Hasta 200.000	11.17
Empresarial	Desde 200.001 Hasta 1.000.000	9.72
Corporativo	Mayor a 1.000.000	8.92

Fuente: Banco ProCredit**Elaboración:** Autor

De acuerdo al cuadro anterior la tasa de interés nominal a aplicar en un cupo de hasta 3000 es del 29.10% para al sector considerado como minorista. La tarjeta de crédito Productiva utilizara este monto como tope de cupo y utilizando la tasa antes mencionada en los saldos de cartera proyectados se podrá estimar los ingresos por interés.

- **Ingresos por Venta de Tarjetas**

Según Costos y Precios de venta de una tarjeta de debito ya existente en la IMFs en análisis se consideran US(\$) 6,40 como Pv, siendo el costo de la misma de US(\$) 4,50. Se consideraran los mismos valores para procurar mantener los estándares preestablecidos y no dar una imagen de producto caro.

Fue necesario estimar el número de clientes de la cartera durante el tiempo proyectado, para lo cual se realizo una regresión lineal simple utilizando la información histórica disponible en los registros de la IMF (ver anexo 5).

La ecuación de regresión queda de la siguiente manera:

$$Y' = 47872,05 + 1896,25 X$$

El r^2 de la ecuación que indica la variación del saldo de cartera se explicada mediante el comportamiento del número de clientes preferenciales fue:

$$r^2 = 98,70\%$$

- **Ingresos por comisiones**

Como se concluyo anteriormente en el Focus Group el 60% de los proveedores de la cartera preferencial corresponden a un mercado formal, este dato es tomado para establecer que el 60% del crecimiento mensual de la cartera esta

dado por los establecimientos afiliados los cuales deberán cancelar una comisión por las ventas realizadas por ellos a través de la tarjeta. Basándose en los valores de la tarjeta de debito antes mencionada se decidió establecer el 1% como comisión.

Los plazos de los créditos de la cartera preferencial van de 6 a 12 meses, se considera el plazo de 12 meses para determinar un decrecimiento mensual del saldo de la cartera y determinar posteriormente el crecimiento que estaría dado por los establecimientos para calcularle la respectiva comisión. Se considera el año como plazo porque se estima que en promedio este aumentaría al darse facilidades con la tarjeta de mayor tiempo para el pago de las cuotas.

- **Ahorro de Gastos**

Según datos proporcionados por el Jefe de Agencia de Banco ProCredit se pudo establecer el siguiente cuadro:

Cuadro 4.5

NECESIDAD DE OFICIALES SEGÚN EL No DE CLIENTES			
No de Clientes	No de Oficiales	Salario de Oficial	G. Personal
1-300	1	\$500,00	\$500,00
301-600	2	\$500,00	\$1.000,00
601-900	3	\$500,00	\$1.500,00

Elaboración: Autor

Esto es considerado al analizar el efecto en los gastos de personal debido a que con el proyecto no sería necesario el mismo nivel de oficiales de crédito que se podría dedicar a crear nueva cartera.

Los plazos de los créditos otorgados por los oficiales en la cartera preferencial van de 6 a 12 meses, se considera el plazo de 24 meses para la actualización de información financiera por parte del oficial al darse el uso de la tarjeta, con esto se establece una mayor disponibilidad de atención al cliente que de acuerdo a los plazos tendrían una relación de 2.67 (24/9) por 300 que es el número de clientes por oficial según la escala. Se obtendría entonces que un oficial podría con el mismo sueldo atender una cartera de 800 clientes debido a su mayor disponibilidad.

Se puede así determinar un ahorro en el Gasto de Personal que se lo refleja en el Flujo de Caja con proyecto.

- **Valor de Desecho**

Para el cálculo del valor de desecho de los equipos utilizados al final del periodo de evaluación que en este caso será de 3 años (36 meses), se utiliza el valor contable. Los resultados mediante el método contable se muestran a continuación:

Cuadro 4.6

VALOR DE DESECHO CONTABLE						
ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPRECIACIÓN MENSUAL	MESES DEPRECIÁNDOSE	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
M _{0,60}	\$5.000	60	83	36	3000	2000
VALOR DE DESECHO						2000

Elaboración: Autor

4.3.2 EGRESOS FINANCIEROS

- **Intereses Causados**

Banco ProCredit paga en sus Cuentas de Ahorro un interés nominal anual del 2% y al ser un Banco Internacional obtiene el 60% de su financiamiento mediante créditos del exterior pagando una tasa nominal anual del 10% según datos del jefe de Agencia de esta IMFs. Entonces como resultado de estos datos secundarios se determina la tasa de interés de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro 4.7

TASA DE INTERÉS CAUSADO	Tasa Nominal Anual	Ponderación	Promedio Ponderado
Tasa de Interés por Deposito del Público	2,00%	40,00%	0,80%
Tasa de Interés por Financiamiento	10,00%	60,00%	6,00%
Tasa de interés causado anual			6,80%

Elaboración: Autor

Utilizando el saldo de cartera ya anteriormente proyectado se obtendrá entonces un interés a pagar mensualmente.

- **Provisión de Cartera**

De acuerdo a datos de la cartera preferencial en el 2008 se tuvo un porcentaje de mora promedio de 2.34%, de acuerdo a balances de Banco ProCredit esta institución provisiona más que las IMFs de su mismo segmento por lo que para efectos de este análisis se considera un porcentaje de provisión del 3% anual del saldo de cartera.

- **Gastos de Personal**

De acuerdo a Estados de Resultados mensuales de Banco ProCredit, esta IMFs ocupa un promedio del 33% de los Ingresos Operativos en conceptos de Gastos de Personal, se toma este dato como referencia para el análisis de la cartera preferencial considerando que el porcentaje antes mencionado se relaciona con pagos a todo el personal en general como asesores al cliente, cajeros, asistentes operativos, supervisores, jefes, oficiales de crédito, etc. Se considera este gasto como variable porque dependen del saldo de cartera y nivel de transacciones el personal necesario a utilizar y su sobre tiempo.

- **Gastos Administrativos**

Analizando nuevamente los Estados de Resultados mensuales de Banco ProCredit, esta IMFs ocupa un promedio del 50% de los Ingresos Operativos en conceptos de Gastos Administrativos, se toma este dato como referencia para el análisis de la cartera preferencial considerando que el porcentaje antes mencionado se relaciona con gastos de comunicación, transporte, suministros, guardianía, etc. Se considera este gasto como variable porque dependen del nivel de transacciones el uso de los rubros antes mencionados.

4.4 FLUJO DE CAJA

4.4.1 FLUJO DE CAJA SIN PROYECTO

FLUJO DE CAJA CARTERA PREFERENCIAL - SIN PROYECTO																
MESES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2009	2010	2011
Intereses Ganados		17659	18015	18370	18726	19082	19437	19793	20149	20505	20860	21216	21572	235384	286603	337822
(-) Intereses Causados		(4127)	(4210)	(4293)	(4376)	(4459)	(4542)	(4625)	(4708)	(4791)	(4875)	(4958)	(5041)	(55004)	(66973)	(78941)
Margen Bruto Financiero		13533	13805	14078	14350	14623	14895	15168	15441	15713	15986	16258	16531	180380	219631	258881
(-) Provision Cartera		(1821)	(1857)	(1894)	(1931)	(1967)	(2004)	(2041)	(2077)	(2114)	(2151)	(2187)	(2224)	(24266)	(29547)	(34827)
Total Igresos Operativos		11712	11948	12184	12420	12656	12892	13127	13363	13599	13835	14071	14307	156114	190084	224054
(-) Gastos de Personal		(3865)	(3943)	(4021)	(4099)	(4176)	(4254)	(4332)	(4410)	(4488)	(4566)	(4643)	(4721)	(51518)	(62728)	(73938)
(-) Gastos Administativos		(5856)	(5974)	(6092)	(6210)	(6328)	(6446)	(6564)	(6682)	(6800)	(6918)	(7036)	(7153)	(78057)	(95042)	(112027)
(-) Depreciación																
Utilidad Operativa		1991	2031	2071	2111	2151	2192	2232	2272	2312	2352	2392	2432	26539	32314	38089
(-) 15% Participación		(299)	(305)	(311)	(317)	(323)	(329)	(335)	(341)	(347)	(353)	(359)	(365)	(3981)	(4847)	(5713)
(-) Impuesto a la Renta		(498)	(508)	(518)	(528)	(538)	(548)	(558)	(568)	(578)	(588)	(598)	(608)	(6635)	(8079)	(9522)
Utilidad Neta		1195	1219	1243	1267	1291	1315	1339	1363	1387	1411	1435	1459	15924	19389	22853
(+) Depreciación																
(-) Inversión																
(+) Valor de Desecho																
FLUJO DE CAJA	0	1195	1219	1243	1267	1291	1315	1339	1363	1387	1411	1435	1459	15924	19389	22853

Elaboración: Autor

4.4.2 FLUJO DE CAJA CON PROYECTO

FLUJO DE CAJA CARTERA PREFERENCIAL - CON PROYECTO																
MESES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2009	2010	2011
Intereses Ganados		21111	21537	21963	22389	22815	23242	23668	24094	24520	24946	25372	25798	281456	342820	404183
(-) Intereses Causados		(4933)	(5033)	(5132)	(5232)	(5331)	(5431)	(5531)	(5630)	(5730)	(5829)	(5929)	(6029)	(65770)	(80109)	(94448)
Margen Bruto Financiero		16178	16504	16831	17157	17484	17811	18137	18464	18790	19117	19443	19770	215687	262711	309735
Venta de Tarjetas		2777	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	3429	712	712
(-) Costo de Venta		(1952)	(42)	(42)	(42)	(42)	(42)	(42)	(42)	(42)	(42)	(42)	(42)	(2411)	(500)	(500)
Comisión Ganada		532	541	549	558	567	576	585	593	602	611	620	629	6963	8228	9493
(-) Provision Cartera		(2176)	(2220)	(2264)	(2308)	(2352)	(2396)	(2440)	(2484)	(2528)	(2572)	(2616)	(2660)	(29016)	(35342)	(41668)
Total Igresos Operativos		15358	14842	15134	15425	15717	16008	16299	16591	16882	17174	17465	17756	194651	235808	277771
(-) Gastos de Personal		(4568)	(4398)	(4494)	(4590)	(4686)	(4783)	(4879)	(4975)	(5071)	(5167)	(5263)	(5360)	(58235)	(68817)	(79665)
(-) Gastos Administrativos		(7679)	(7421)	(7567)	(7713)	(7858)	(8004)	(8150)	(8295)	(8441)	(8587)	(8733)	(8878)	(97326)	(117904)	(138886)
(-) Depreciación		(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(83)	(996)	(996)	(996)
Utilidad Operativa		3028	2940	2990	3039	3089	3138	3188	3237	3287	3337	3386	3436	38095	48091	58225
(-) 15% Participación		(454)	(441)	(448)	(456)	(463)	(471)	(478)	(486)	(493)	(500)	(508)	(515)	(5714)	(7214)	(8734)
(-) Impuesto a la Renta		(757)	(735)	(747)	(760)	(772)	(785)	(797)	(809)	(822)	(834)	(847)	(859)	(9524)	(12023)	(14556)
Utilidad Neta		1817	1764	1794	1824	1853	1883	1913	1942	1972	2002	2032	2061	22857	28855	34935
(+) Depreciación		83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	996	996	996
(-) Inversión	(15000)															
(+) Valor de Desecho																2000
FLUJO DE CAJA	(15000)	1900	1847	1877	1907	1936	1966	1996	2025	2055	2085	2115	2144	23853	29851	37931

Elaboración: Autor

4.5 ANÁLISIS INCREMENTAL DE LOS FLUJOS DE EFECTIVO CON Y SIN PROYECTO

FLUJO DE CAJA CARTERA PREFERENCIAL - ANÁLISIS INCREMENTAL																
MESES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2009	2010	2011
FLUJO DE CAJA	(15000)	705	628	634	640	645	651	657	662	668	674	679	685	7929	10462	15078

Elaboración: Autor

4.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

Para la evaluación del flujo incremental planteado previamente se utilizara los métodos del VAN y la TIR.

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Para realizar el cálculo de Valor Actual Neto, se necesitó de una tasa de descuento que actualice los flujos de caja del proyecto y determinar así si al menos se cubre el costo de capital. Se considera un financiamiento con recursos propios de la IMFs mediante aportes de los accionistas por lo cual dicha tasa se la ha calculado mediante el modelo CAPM para determinar el costo del patrimonio.

El costo de capital propio por este método esta dado por:

$$K_e = R_f + \beta [R_m - R_f] + R_p$$

R_f = Tasa libre de riesgo¹

$R_m - R_f$ = Prima de riesgo²

β = Beta de Bancos Sudamericanos de Microcrédito³

R_p = Riesgo País⁴

¹ Fuente: Infomercados

² Fuente: Infomercados

³ Fuente: Infomercados

⁴ Fuente: Banco Central del Ecuador

- **Tasa Libre de riesgo**

Se ha tomado como tasa libre de riesgo al rendimiento que se obtiene por un bono con vencimiento a 5 años emitido por el gobierno norteamericano, el cual tiene una tasa del 5,30%.

- **BETA**

Haciendo uso de los betas patrimoniales de Bancos sudamericanos que también tienen en los microcréditos su actividad principal, se decidió utilizar 1.08

- **Prima por riesgo de mercado**

Representa la diferencia entre la rentabilidad del mercado y la tasa libre de riesgo. Durante un periodo de 75 años, la prima por riesgo de mercado ($R_m - R_f$) ha sido una medida de 8,4%.

- **Tasa de Riesgo País**

Se utilizará una tasa del 5,88%, que es el valor del EMBI (Emergency Markets Bonds Index, por sus siglas en ingles), emitido por el Banco Central los primeros días de septiembre del 2009.

- **Cálculo del CAPM**

Los datos a utilizar para el cálculo de la tasa de costo patrimonial son:

Cuadro 4.8

MODELO CAPM	
Tasa libre de riesgo	5,30%
Beta	1,08
Prima por riesgo de mercado	8,40%
Tasa de riesgo país	5,88%
Tasa de descuento	20,25%

Elaboración: Autor

El resultado del VAN utilizando la tasa de descuento antes calculada es de \$8.681, este es el valor monetario que excede la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión. Se concluye mediante este método la factibilidad de desarrollar la tarjeta de crédito productiva.

- **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La TIR del flujo incremental en este proyecto es de 51.13% anua. Este valor es mayor a la tasa de descuento que es del 20.25% lo cual indica que tarjeta de crédito PRODUCTIVA genera una ganancia considerable y atractiva para su constitución.

- **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Lo evaluado anteriormente muestra la rentabilidad de uno de los escenarios que se pueden presentar. Por esta razón, se desarrolla un Análisis de Sensibilidad, para determinar como cambian los resultados en un escenario optimista y en otro pesimista.

En el escenario **optimista** se considera un índice de tendencia de crecimiento superior al de Credife, en este caso el 28%. Bajo estas circunstancias los resultados son los siguientes:

VALOR PRESENTE	\$30.942
VAN	\$15.942

TIR MENSUAL	6,12%
TIR ANUAL	73,41%

En el escenario **pesimista** se considera que se mantiene el índice de tendencia de crecimiento la cartera preferencial, es decir que el desarrollar la tarjeta no crearía mayor dinámica de crecimiento, en este caso el 20.51%. Bajo estas circunstancias los resultados son los siguientes:

VALOR PRESENTE	\$15.089
VAN	\$89

TIR MENSUAL	1,72%
TIR ANUAL	20,61%

Estos valores son menores a los proyectados inicialmente, pero el proyecto sigue siendo rentable debido a que la TIR sigue siendo mayor a la tasa de descuento. Esto permite concluir que es un proyecto rentable, puesto que se ha analizado en diversos escenarios y el resultado mostró siempre ganancias.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Las IMFs en su labor de intermediación ofrecen productos financieros diversos que dan muchas opciones ya sea para ahorro o financiamiento, pero aun así existen necesidades relacionadas al financiamiento que no están siendo atendidas, como diversificar la oferta de productos financieros específicamente orientados a la microempresa. Se recomienda entonces la utilización de la tarjeta de crédito PRODUCTIVA como una opción diferente que incrementa las alternativas para los clientes preferenciales.
2. Los microempresarios consideraran un beneficio el poder obtener una tarjeta de crédito accesible solo a su segmento, por lo que manifestaron su intención de rápidamente solicitar el producto al momento que la IMFs lo ponga a su disposición para poder darle uso a sus necesidades de inversión. Esto evidencia la aceptación que tendría la tarjeta productiva al ser considerada de exclusividad de los buenos clientes, diferenciándolos y dándoles ventajas con respecto a los demás.
3. La tarjeta de crédito PRODUCTIVA brinda algunos beneficios, cuenta con la principal ventaja de ser novedosa, brinda comodidad y seguridad. Se recomienda dar capacitación previa a los clientes preferenciales de la IMFs con el afán de asegurar un correcto manejo del producto financiero.

4. Los proveedores al aceptar la tarjeta PRODUCTIVA como medio de pago, permiten ampliar la cobertura de la IMFs que la emite, además de contar con la posibilidad de mediante ellos extender los servicios financieros y búsqueda de nuevos clientes. Se recomienda establecer convenios y alianzas que permitan oportunidades diversas a los beneficios del presente proyecto.

5. El análisis del flujo incremental permite concluir que es un proyecto rentable, puesto que se ha analizado en diversos escenarios y el resultado mostró siempre ganancias, se determina así la factibilidad del uso de la tarjeta PRODUCTIVA como instrumento microfinanciero. Se recomienda la aplicación de este proyecto que brinda beneficios tanto a los buenos clientes como a la institución que lo utilice.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS CON EDICIÓN

- 📖 Preparación y Evaluación de Proyectos.- Sapag, Nassir y Sapag, Reinaldo. Cuarta edición. McGraw – Hill, Chile, 2000.
- 📖 SHAPLEIGH ALEXANDER, DÁVILA MIGUEL, PÁLAN CARLOS, *“Ecuador: moviendo fronteras en microfinanzas”*, Development Alternatives, Inc., Estados Unidos 2006.
- 📖 CARVAJAL EDGAR, AUERBACH PAULA, *“La Microempresa en Ecuador”*, Banco Interamericano de Desarrollo, Quito - Ecuador 2006.
- 📖 KOTLER PHILIP, ARMSTRONG GARY, *“Marketing”*, Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Octava edición, México 2001.
- 📖 MALHOTRA, *“Investigación de Mercados”*, Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Cuarta edición, México 2001.
- 📖 BANCO PROCREDIT, *“Memoria Anual 2007”*, Banco ProCredit Ecuador, Quito - Ecuador 2007.
- 📖 JORDAN FAUSTO, VACA JAVIER, *“Microfinanzas Ecuador”*, Red Financiera Rural, Quito - Ecuador 2006.
- 📖 VACA JAVIER, *“Boletín Microfinanciero”*, Red Financiera Rural, Quito – Ecuador 2007.

PÁGINAS WEB

- www.superbanc.gov.ec
- www.gestiopolis.com
- www.bancoprocredit.com.ec
- www.superban.gov.ec
- www.bancocajasocial.com.co
- www.mibanco.com.pe
- www.mercadolibre.com.ec
- www.diarioexpreso.com
- www.etvtelerama.com
- www.bce.fin.ec

ANEXO 1. CARTERA DE MICROEMPRESA

SISTEMA DE BANCOS PRIVADOS

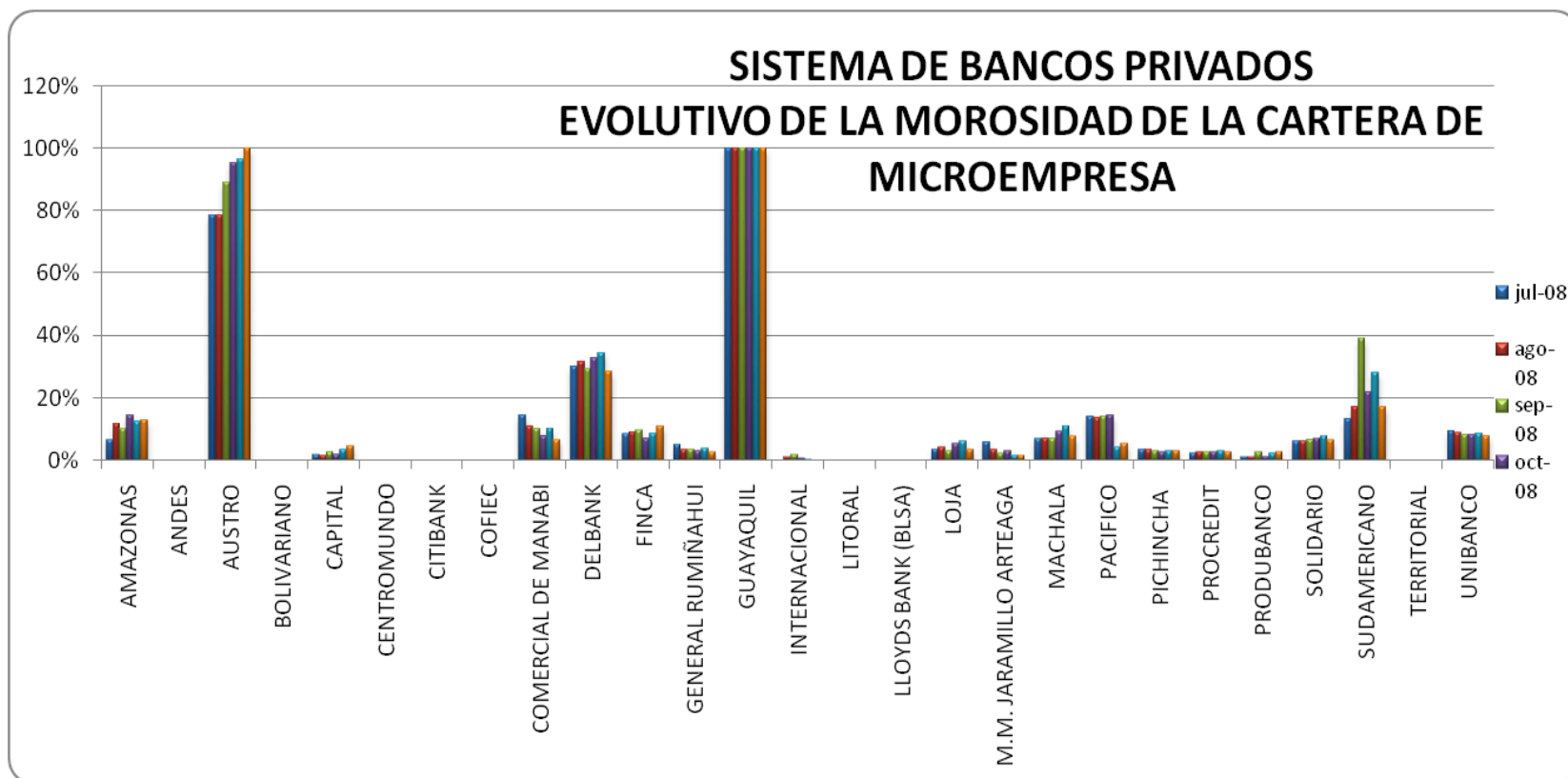
COMPORTAMIENTO DE LA MOROSIDAD AMPLIADA POR LINEA DE NEGOCIO

(en porcentajes)

MOROSIDAD CARTERA DE CREDITOS PARA LA MICROEMPRESA

IFIS

	dic-06	ene-07	feb-07	mar-07	abr-07	may-07	jun-07	jul-07	ago-07	sep-07	oct-07	nov-07	dic-07	ene-08	feb-08	mar-08	abr-08	may-08	jun-08	jul-08	ago-08	sep-08	oct-08	nov-08	dic-08	PROMEDIO
AMAZONAS	8.07%	6.47%	26.39%	32.92%	39.99%	35.91%	42.48%	37.38%	52.76%	52.85%	22.52%	22.47%	10.59%	13.23%	25.04%	22.85%	13.94%	21.42%	16.61%	6.50%	11.74%	10.16%	14.28%	12.17%	12.87%	24.12%
ANDES																	0.00%		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
AUSTRO	13.25%	30.86%	34.93%	33.13%	31.95%	40.67%	38.36%	45.09%	47.20%	47.52%	51.38%	46.81%	54.64%	61.99%	58.55%	65.39%	64.66%	66.19%	72.90%	78.59%	78.51%	89.15%	95.43%	96.36%	100.00%	62.02%
BOLIVARIANO																0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
CAPITAL				100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	6.15%	1.99%	3.10%	0.00%	2.22%	0.00%	1.09%	3.33%	0.00%	1.71%	1.54%	2.49%	1.88%	3.26%	4.56%	33.33%
CENTROMUNDO	13.93%	12.65%	15.03%	15.14%	19.15%												0.00%		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.43%
CITIBANK																0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
COFIEC																0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
COMERCIAL DE MANABI	4.15%	6.93%	6.28%	6.44%	8.93%	7.71%	8.53%	9.92%	7.86%	7.08%	9.71%	11.75%	8.03%	11.38%	12.73%	13.74%	12.17%	13.69%	14.63%	14.30%	10.78%	9.95%	7.70%	9.91%	6.43%	10.15%
DELBANK	18.76%	17.23%	14.14%	13.15%	16.65%	18.98%	17.02%	23.70%	19.92%	21.08%	22.12%	21.89%	22.43%	27.69%	29.77%	31.33%	32.14%	38.24%	32.52%	29.88%	31.54%	29.17%	32.52%	34.23%	28.29%	26.10%
FINCA																12.76%	10.51%	9.68%	9.45%	8.30%	8.84%	9.44%	6.92%	8.53%	10.69%	9.51%
GENERAL RUMIÑAHUI	15.70%	19.31%	32.29%	13.63%	12.89%	41.20%	40.63%	30.84%	23.84%	27.58%	22.59%	17.87%	11.35%	18.02%	9.68%	11.51%	3.92%	4.27%	3.95%	4.89%	3.33%	3.26%	2.97%	3.75%	2.72%	14.30%
GUAYAQUIL	11.62%	11.31%	12.90%	12.03%	14.13%	16.01%	8.03%	12.77%	13.56%	18.27%	24.17%	16.88%	28.55%	42.50%	54.31%	74.85%	85.66%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	55.53%
INTERNACIONAL																0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.91%	1.69%	0.57%	0.26%	0.00%	0.34%
LITORAL																0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
LLOYDS BANK (BLSA)																0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
LOJA	1.17%	2.59%	3.04%	1.74%	2.62%	3.93%	1.53%	2.43%	2.49%	2.38%	3.37%	2.78%	2.08%	3.18%	3.22%	3.34%	2.88%	4.08%	3.31%	3.44%	4.24%	3.15%	5.32%	5.98%	3.29%	3.22%
M.M. JARAMILLO ARTEAGA														0.00%	0.00%	1.93%	3.70%	3.73%	3.85%	5.88%	3.37%	2.37%	2.99%	1.52%	1.48%	2.57%
MACHALA	2.62%	5.06%	5.79%	3.35%	4.19%	4.36%	4.15%	4.33%	4.65%	7.34%	4.61%	3.59%	3.30%	6.71%	6.19%	4.55%	5.04%	5.57%	5.76%	6.73%	7.03%	6.91%	9.05%	10.99%	7.50%	5.72%
PACIFICO	13.98%	16.01%	15.77%	10.73%	12.27%	12.70%	9.40%	12.94%	14.14%	13.46%	14.43%	15.06%	13.18%	14.43%	14.51%	15.90%	13.66%	14.72%	14.14%	13.82%	13.66%	14.11%	14.29%	4.12%	5.28%	12.77%
PICHINCHA	2.04%	2.17%	2.55%	2.47%	2.20%	2.27%	3.24%	3.46%	3.42%	3.70%	3.48%	3.11%	3.15%	4.37%	3.73%	4.72%	4.04%	4.26%	3.70%	3.23%	3.17%	2.84%	2.55%	2.82%	2.82%	3.31%
PROCCREDIT	2.46%	2.22%	2.60%	2.03%	2.47%	2.24%	2.25%	2.46%	2.34%	2.80%	2.72%	2.73%	2.58%	2.67%	2.99%	3.11%	2.76%	3.01%	2.84%	2.31%	2.47%	2.54%	2.70%	2.84%	2.46%	2.61%
PRODUBANCO																0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.91%	1.02%	2.41%	1.20%	2.14%	2.66%	1.03%
SOLIDARIO	4.81%	5.30%	5.90%	5.10%	4.91%	4.69%	4.80%	5.11%	5.10%	5.67%	5.36%	5.57%	4.83%	6.09%	7.02%	6.90%	6.14%	6.48%	6.29%	5.98%	6.11%	6.62%	6.89%	7.50%	6.44%	5.89%
SUDAMERICANO	2.61%	4.68%	7.44%	1.02%	1.15%	8.05%	8.24%	19.30%	18.56%	9.82%	17.39%	17.12%	12.36%	18.10%	24.68%	15.02%	19.06%	20.26%	13.78%	13.19%	16.96%	38.78%	21.58%	27.92%	16.96%	16.33%
TERRITORIAL	3.24%	4.04%	5.20%	9.36%	14.14%	21.68%	11.66%	11.66%	27.50%	15.90%	24.07%	50.17%	58.30%	66.82%	9.15%	7.00%	20.55%	52.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	18.18%
UNIBANCO	16.73%	14.29%	16.44%	18.39%	16.31%	15.19%	13.33%	14.93%	15.23%	15.73%	16.52%	15.01%	11.07%	10.47%	12.33%	13.33%	10.88%	9.95%	9.33%	9.12%	8.68%	8.16%	8.20%	8.56%	7.84%	12.21%
TOTAL SISTEMA	5.39%	5.21%	5.87%	5.45%	5.42%	4.70%	5%	5.01%	4.95%	5.26%	5.08%	4.83%	4.28%	5.15%	5.38%	6.04%	5.20%	5.38%	4.98%	4.53%	4.56%	4.53%	4.47%	4.84%	4.42%	4.96%



ANEXOS

ANEXO 2. INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS

- **Las Cooperativas de Ahorro y Crédito:**

- 11 de Junio
- 15 de Abril
- 23 de Julio
- 29 de Octubre
- 9 de Octubre
- Alianza del Valle
- Andalucía
- Atuntaqui
- CAPCE Pastaza Ltda.
- CAPCE Biblian Ltda.
- CACPECO
- CALCETA Ltda.
- Cámara de Comercio de Quito Ltda.
- Chone
- Codesarrollo
- Comercio
- COOPAD
- COOPMEGO
- Cotocollao
- El Sagrario
- Guaranda
- Jardín Azuayo
- Jesús del Gran Poder
- Juventud Ecuatoriana Pr

La Cooperativa Jesús del Gran Poder: Mediante Resolución SBS-2008-330 de 26 de mayo de 2008. Fusión Ordinaria por Absorción por parte de la Cooperativa CACPECO.

- La Dolorosa
- Nacional
- Ocus
- Pablo Muñoz Vega
- Padre Juan Lorente Ltda.
- Progreso
- Riobamba
- San Francisco
- San Francisco de Asís
- San José Ltda.
- Santa Ana
- San José
- Santa Rosa
- Tulcán
- Mego

- **Mutualistas como:**

- Ambato
- Imbabura

- **Sociedades Financieras como:**

- Consulcredito
- Corfinsa.
- Ecuatorial.
- Fidasa.
- Finca S.A.
- Global.
- Leasingcorp.
- Proinco S.A.
- Unifinsa
- Vazcorp S.A.

OBSEVACIONES:

- IFIS a reclasificar a Junio de 2004: Corfinsa
- En el mes de Septiembre de 2004 ingresa al mercado la Sociedad Financiera FINCA S.A., con su línea de negocio microempresarial
- En el mes de Diciembre de 2004, sale del mercado la SOCIEDAD FINANCIERA ECUATORIAL, para convertirse en el BANCO PROCREDIT S.A.
- En el mes de Marzo de 2007, sale del mercado la SOCIEDAD FINANCIERA

- **Banca Publica:**

- Banco Nacional de Fomento
- Corporación Financiera Nacional

- **Banca Privada:**

- Amazonas
- Comercial de Manabí.
- Delbank
- General Rumiñahui
- Loja
- Machala
- Pacifico
- Pichincha
- ProCredit
- Produbanco
- Solidario
- Sudamericano
- Unibanco

ANEXO 3. GUÍA DE GRUPO DE ENFOQUE – TARJETA DE CRÉDITO PRODUCTIVA

Preámbulo (5 minutos)

- Gracias y bienvenida.
- No existen respuestas correctas e incorrectas, todo en cuanto a averiguar lo que los microempresarios piensan.
- Servirse refrescos.
- Se estará hablando acerca de una tarjeta de crédito para microempresa.

Introducción y animación (3 minutos)

Ir a su alrededor y pedirles que se presenten...

- Primer nombre.
- Lo bueno de tener una tarjeta de crédito.
- Lo malo de tener una tarjeta de crédito.

Ambiente de tarjeta de crédito (5 minutos)

- ¿Usa comúnmente alguna tarjeta de crédito?
- ¿Cómo financia sus necesidades de inversión?

Uso de tarjetas de crédito (10 minutos)

Quisiera entender como utiliza en general su tarjeta de crédito...

- ¿Con que frecuencia utiliza su tarjeta de crédito?
- ¿En que normalmente utiliza su tarjeta?

De tener una tarjeta para cubrir necesidades de inversión para su negocio...

- ¿Dónde le sería más útil?
- ¿Cuáles son sus más importantes necesidades productivas en su microempresa?

**Adquisición de los insumos, mercadería o servicios de su microempresa
(10 minutos)**

- ¿Cuáles son los insumos, mercadería o servicios más representativos en su microempresa?
- ¿Dónde suelen proveerse de estos insumos?
- ¿Cuáles son sus principales proveedores?
- ¿Cuál es la compra promedio en su microempresa?

**Uso de las características de la tarjeta de crédito microempresarial
PRODUCTIVA (10 minutos)**

- Pensando ahora en las características de una tarjeta de crédito, quisiera empezar por hacer una lista de todas las que puedan recordar, cualquier cosa que con una tarjeta pueda hacer, cualquier uso que le pueda cambiar.
- En un minuto hablaremos de las características que realmente utiliza, pero quiero empezar con una lista de todo lo que una tarjeta pueda hacer.
- ¿Que característica a usado aunque sea una vez y por qué?
- ¿Qué característica utiliza regularmente y por qué?

Características deseadas (3 minutos)

- Si tuviera una tarjeta de crédito PRODUCTIVA ¿Qué atributos evaluaría?

Motivaciones para un cambio (10 minutos)

- Todos han sido invitados aquí porque han adquirido un microcrédito y han tenido una tarjeta de crédito alguna vez...
- ¿Qué los motivó a pedir un microcrédito?
- ¿Qué necesidades querían satisfacer?
- ¿Cuáles piensan que serian algunas de la razones para preferir una tarjeta a obtener un microcrédito directo?

Detonadores para el cambio anterior (10 minutos)

- ¿Qué haría que cambien a este nuevo sistema de tarjeta de crédito exclusivo para microempresarios preferenciales?
- ¿Cuáles serian los factores que determinarían esa decisión?
- ¿Cuál seria la razón principal?

Barreras para el cambio anterior (5 minutos)

- ¿Cuánto tiempo le tomaría decidir en aplicar una solicitud para la tarjeta de crédito PRODUCTIVA?
- ¿Cuáles serian las razones para no solicitar inmediatamente su tarjeta PRODUCTIVA?
- ¿Cuál seria la razón principal para dejar pasar el tiempo?

Detonadores y barreras para un cambio futuro (10 minutos)

- En cuanto al futuro, ¿Cuándo piensa que cambiará el crédito directo por una tarjeta PRODUCTIVA?
- ¿Qué les estimularía a hacer esto?
- ¿Existe una característica fenomenal que les hiciera cambiar inmediatamente?
- ¿Qué buscarían realmente en esta tarjeta de crédito?

Cierre del ejercicio (10 minutos)

- Finalmente, pedir su creatividad por unos pocos minutos – que den ideas...
- No se debe preocupar por si es una buena idea o mala idea
- ¡La única palabra que se prohíbe es “gratis”!
- Suponiendo que el Banco ProCredit los quisiera alentar por el uso de la tarjeta de crédito PRODUCTIVA mañana...
- ¿Qué haría?
- Sólo decir cualquier cosa que se le ocurra – obvio, profundo, serio, tonto, lo que sea...
- Se le agradece a los participantes y cerrar la sesión.

ANEXO 4. DISEÑO DE TARJETA PRODUCTIVA



ANEXO 5. LECTOR/GRABADOR DE TARJETA CON BANDA MAGNÉTICA

MSR206 MAX POS



DESCRIPCIÓN

Precio: **US\$ 200** (Artículo nuevo)

FEATURES

- Reading/Writing magnetic stripe card complied with ISO 7811/1~6 formats
- Read/Write High & Low Coercive force of magnetic stripe (300~4000Oe)
- High/Low Coercivity encoding circuitry selectable on screen
- Program software for Windows 98/Me/XP
- Programming software for various read/write performance
- Programmable leading bit, raw data, DMV/AAMVA, and user defined forma
- Manual Swipe to read and/or write card with RS-232 output
- Writing and verifying data on single, dual, or triple track in one swipe
- 5~35ips operational swipe speed of writing data

- 5~55ips operational swipe speed of reading data
- +24VDC+/-10%, 2.0A Max., external power adapter attached
- Good size with dimensions of 210(L) x 60(W) x 65(H) mm
- CE, FCC, UL, cUL certified

SPECIFICATION

Electrical

Power requirements +24VDC +/- 5%

Consumption Typical 350mA Max. 600mA plus for each writing track

Power supply External switching power 24V/2.2A

Communication Standard RS232 signal level

Ripple 50mVp-p or less

Dielectric strength 500 VDC for 1 minute

Performance

Read card	Track1	Track2	Track3
-----------	--------	--------	--------

Bit per density	210 bpi	75/210bpi	210 bpi
-----------------	---------	-----------	---------

Coercive force Read/write 300-4000 oe Mag.card

Card thickness 0.76-1.2mm

Read speed	STD card	Jitter +/-15%	Amp. 60%
	5-55ips	5-50ips	5-50ips

Write speed 5-30ips

Write jitter Interval < +/- 10%, Sub-interval < +/- 12%

Error rate Read < 0.5%

Write < 0.8%

Head life Min. 1000K swipes for both read/write head

Mechanical

Body material ABS 94V-0

Weight Approx. 1.5kg

Dimension 210.1L x 65W x 60H mm

Swipe Manual, single direction

Environments

Operation -10 to 55oC, 10 to 85% humidity

Storage -30 to 70oC, 10 to 90% humidity

Safety Approval

Rating FCC Class B, CE ClassB, UL, cUL

ANEXO 6. BANCO PROCREDIT – CARTERA PREFERENCIAL

	Banco ProCredit - Cartera Preferencial					
	Meses	No Clientes (X)	Saldo de Cartera (Y)	X*Y	X ²	Y ²
2005	Enero	30	100490.62	3014718.60	900	10098364708
	Febrero	42	106907.35	4490108.70	1764	11429181484
	Marzo	48	113730.74	5459075.52	2304	12934681221
	Abril	40	120987.54	4839501.60	1600	14637984835
	Mayo	53	128710.61	6821662.33	2809	16566421127
	Junio	70	136923.00	9584610.00	4900	18747907929
	Julio	63	145662.87	9176760.81	3969	21217671697
	Agosto	65	154960.50	10072432.50	4225	24012756560
	Septiembre	55	164851.56	9066835.80	3025	27176036834
	Octubre	73	175374.00	12802302.00	5329	30756039876
	Noviembre	90	184605.10	16614459.00	8100	34079042946
	Diciembre	79	192297.51	15191503.29	6241	36978332352
2006	Enero	70	200060.88	14004261.60	4900	40024355706
	Febrero	89	207355.14	18454607.46	7921	42996154084
	Marzo	94	215770.76	20282451.44	8836	46557020871
	Abril	81	224756.12	18205245.72	6561	50515313477
	Mayo	105	234121.90	24582799.50	11025	54813064060
	Junio	123	243877.44	29996925.12	15129	59476205741
	Julio	115	254039.00	29214485.00	13225	64535813521
	Agosto	117	264624.79	30961100.43	13689	70026279483
	Septiembre	108	275364.47	29739362.76	11664	75825591338
	Octubre	130	286838.46	37288999.80	16900	82276302135
	Noviembre	161	298790.58	48105283.38	25921	89275810697
	Diciembre	141	310914.24	43838907.84	19881	96667664635
2007	Enero	130	323869.06	42102977.80	16900	1.04891E+11
	Febrero	150	336480.89	50472133.50	22500	1.13219E+11
	Marzo	160	350131.08	56020972.80	25600	1.22592E+11
	Abril	151	364340.45	55015407.95	22801	1.32744E+11
	Mayo	185	379117.80	70136793.00	34225	1.4373E+11
	Junio	205	394502.42	80872996.10	42025	1.55632E+11
	Julio	195	410502.40	80047968.00	38025	1.68512E+11
	Agosto	198	427161.70	84578016.60	39204	1.82467E+11
	Septiembre	179	444495.36	79564669.44	32041	1.97576E+11
	Octubre	209	462529.30	96668623.70	43681	2.13933E+11
	Noviembre	233	481300.63	112143046.79	54289	2.3165E+11
	Diciembre	205	500830.07	102670164.35	42025	2.50831E+11
2008	Enero	220	521151.72	114653378.40	48400	2.71599E+11
	Febrero	230	542285.56	124725678.80	52900	2.94074E+11
	Marzo	245	563980.98	138175340.10	60025	3.18075E+11
	Abril	232	586540.06	136077293.92	53824	3.44029E+11
	Mayo	310	615865.86	190918416.60	96100	3.79291E+11
	Junio	360	646656.08	232796188.80	129600	4.18164E+11
	Julio	340	678988.80	230856192.00	115600	4.61026E+11
	Agosto	357	712938.28	254518965.96	127449	5.08281E+11
	Septiembre	305	748586.00	228318730.00	93025	5.60381E+11
	Octubre	393	786014.00	308903502.00	154449	6.17818E+11
	Noviembre	450	826315.14	371841813.00	202500	6.82797E+11
	Diciembre	441	858327.70	378522515.70	194481	7.36726E+11
	SUMA	8125	17704926.52	4072410185.51	1942487	8.64166E+12
	MEDIA	169.2708333	368852.64			