



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE
LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

TEMA:

**INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS VENDEDORES DEL MERCADO
AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA MEDIANTE EL ACCESO A
UN PRODUCTO CREDITICIO.**

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en
Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

Autora:

Roció Ibeth Aguirre Sánchez

Tutor: Ing. Maritza Rojas Fárez MBA.

QUITO - ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**


Yo, Rocío Ibeth Aguirre Sánchez, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “Inclusión Financiera de los vendedores del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra mediante el acceso a un producto crediticio”, como requisito para optar al grado de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 30 días de junio de 2020, firmo conforme.

Autora: Rocío Ibeth Aguirre Sánchez

Firma: 

Número de Cédula: 1716287865

Dirección: Imbabura, Ibarra,

Correo Electrónico: rocioibethaguirresanchez@gmail.com

Teléfono: 0984604877

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “**Inclusión Financiera de los vendedores del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra mediante el acceso a un producto crediticio.**” presentado por Rocío Ibeth Aguirre Sánchez, para optar por el Título de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 30 de junio del 2020

.....

Ing. Maritza Rojas Fárez

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria., son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Quito, 30 de junio 2020



.....

Rocío Ibeth Aguirre Sánchez

CC. 1716287865

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS VENDEDORES DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA MEDIANTE EL ACCESO A UN PRODUCTO CREDITICIO”, previo a la obtención del Título de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 15 de agosto de 2020

.....

Ing. Jorge Daniel Mancero Espinoza

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Ing. Luis Alejandro Zambrano Cisneros

VOCAL

.....

Ing. Maritza Rojas Fárez

VOCAL

DEDICATORIA

A mi viejito mi ángel guardia y a mi madre amada que, con su amor, dedicación y ejemplo siempre sembraron en mí el anhelo de superación personal y profesional.

A mis mujercitas guerreras, mis hermanas que siempre han estado tomando mi mano para guiarme por el buen camino y me han dado la dicha de ahora tomar la manito de mis hermosos sobrinos Luis Fernando, Thais, Julián y Abigail.

AGRADECIMIENTO

A mi esposo por ser mi compañero de vida.

A la Universidad por impulsar a los estudiantes a un crecimiento profesional basado en principios y valores sociales que mucha falta hace a nuestra sociedad, finalmente a mi Tutora por ese apoyo incondicional para presentar el presente trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
Importancia y actualidad.....	1
Justificación	3
Macro.....	3
Meso	4
Micro	8
Planteamiento del problema.....	12
OBJETIVOS	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos.....	14
CAPÍTULO I	15
MARCO TEÓRICO.....	15
Antecedentes de la Investigación (Estado del arte)	15
Desarrollo teórico de objeto y campo.....	18
CAPÍTULO II.....	32
DISEÑO METODOLÓGICO	32
Paradigma y tipo de investigación.....	32

Paradigma Asumido	32
Tipo de investigación.	33
Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos	34
Población y Muestra.....	34
Operacionalización de variables.....	36
Procedimiento de recolección de la información.....	39
Procesamiento de la Información	39
Resultados del diagnóstico de la situación actual	40
CAPÍTULO III.....	59
PRODUCTO / RESULTADO	59
CREACIÓN DE UN PRODUCTO DE MICROCRÉDITO Y AHORRO COMUNAL EN VISIONFUND ECUADOR PARA LOS VENDEDORES DEL MERCADO AMAZONAS.....	59
DESARROLLO DE LA PROPUESTA:	63
ETAPAS PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTO	63
Investigación de Mercado	68
Desarrollo del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal.....	69
Operatividad, Aprobación e Implementación del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal.....	76
Promoción del Producto.....	84
Organización y Formación de Grupos Objetivos para el nuevo producto.	86
Capacitación de los Grupos.....	89
Desembolso del Producto.....	93
Recuperación y Seguimiento.....	93
Morosidad del Producto	94
Cierre del Ciclo.....	97
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PRODUCTO E IMPACTO.....	98
CAPÍTULO IV	109
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
Conclusiones.....	109
Recomendaciones	110

Bibliografía	111
--------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Listado de Puestos considerados para el Proyecto de Construcción del Mercado Amazonas	9
Tabla 2. Asociaciones Registradas en el Mercado Amazonas	10
Tabla 3. Calificación de los Microcréditos por días de Morosidad	20
Tabla 4. Sectorización de los ocupados a nivel Nacional	24
Tabla 5 Clasificación por Sexo y Estado Civil	40
Tabla 6. Propiedad de los locales comerciales	41
Tabla 7. Tiempo de trabajo en el Mercado	42
Tabla 8. Miembros de asociaciones.....	43
Tabla 9. Giro del Negocio	44
Tabla 10. Tipo de Financiamiento del negocio	45
Tabla 11. Planes de Incremento del Negocio	47
Tabla 12. Características deseadas para el Financiamiento del negocio	48
Tabla 13. Capacidad de Pago de deudas.....	49
Tabla 14 Conoce los productos y Servicios Financieros que ofrece la Banca	50
Tabla 15. Frecuencia deseable de Pago	51
Tabla 16. Lugar de Preferencia de pago	53
Tabla 17. Capacidad de Ahorro.....	54
Tabla 18. Conocimiento del Microcrédito que ofrecen los Bancos	55
Tabla 19. Disposición para obtener un crédito del Banco VisionFund Ecuador.....	56
Tabla 20. Ciclo 1 del Microcrédito	73
Tabla 21. Ciclo 2 del Microcrédito	73
Tabla 22. Ciclo 3 del Microcrédito	74
Tabla 23. Tasas de Interés Bco. Central Microcrédito.....	75
Tabla 24. Tabla de Indicadores para la Evaluación del Nuevo Producto.....	97
Tabla 25 Proyección de Nro. De Operaciones y Monto de Colocación.....	98
Tabla 26 Capital de Trabajo	99
Tabla 27 Sueldos del Personal de Microcrédito	100

Tabla 28 Proyección de Sueldos y Salarios del Personal de Microcrédito	100
Tabla 29 Costo Directo Intereses Pagados en Ahorros	101
Tabla 30 Costos Indirectos Materiales de Oficina	101
Tabla 31 Costos por Promoción y Publicidad	102
Tabla 32 Ingresos por Intereses de Créditos	102
Tabla 33 Tabla de Amortización Primer año de Proyección	103
Tabla 34 Otros Costos.....	103
Tabla 35 Costos Directos e Indirectos.....	104
Tabla 36 Estado de Resultados del Producto de Microcrédito	105
Tabla 37 Flujo de Caja	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Esquema de Inclusión Financiera en la dinámica de desarrollo Económico y Social	6
Gráfico 2. Tasa de Interés activas máximas de Microcrédito	7
Gráfico 3. Clasificación por Sexo y Estado Civil	40
Gráfico 4. Propiedad de los locales comerciales	41
Gráfico 5. Tiempo de trabajo en el Mercado	42
Gráfico 6. Miembros de Asociaciones	43
Gráfico 7. Giro del Negocio	45
Gráfico 8. Tipo de Financiamiento del negocio	46
Gráfico 9. Planes de Incremento del Negocio	47
Gráfico 10. Características deseadas para el Financiamiento del negocio	48
Gráfico 11. Capacidad de Pago de deudas	49
Gráfico 12. Conoce los productos y Servicios Financieros que ofrece la Banca	51
Gráfico 13. Frecuencia deseable de pago	52
Gráfico 14. Lugar de Preferencia de pago	53
Gráfico 15. Capacidad de Ahorro.....	54
Gráfico 16. Conocimiento del Producto de Microcrédito	55
Gráfico 17. Disposición para obtener un crédito del Banco VisionFund Ecuador.....	56
Gráfico 18 Flujograma de Apertura de cuenta de Ahorros	77
Gráfico 19 Proceso del Nuevo Producto de Microcrédito Comunal	78

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Árbol de Problemas	13
Imagen 2 Operacionalización de la Variable Independiente.....	37
Imagen 3. Operacionalización de la Variable Dependiente	38
Imagen 4. Etapas para el Desarrollo del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal ..	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta a los Vendedores del Mercado Amazonas	114
Anexo 2 Formulario de Registro de Reuniones	117

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

TEMA: INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS VENDEDORES DEL
MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA MEDIANTE EL
ACCESO A UN PRODUCTO CREDITICIO-

AUTOR: Rocío Ibeth Aguirre Sánchez

TUTOR: Ing. Maritza Rojas Fárez. MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El Mercado Amazonas se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, es el lugar más representativo del comercio de la ciudad, se desarrollan varias actividades económicas de comercialización de productos que demanda tener un capital de trabajo para poner en marcha los negocios; este tipo de vendedores han sido atendidos en su mayoría por el crédito informal. La investigación propone un producto crediticio a través del Banco VisionFund Ecuador, que genere fondos para que el comerciante pueda incrementar la oferta de productos en su negocio; que minimice los riesgos que representan el crédito informal y apoyando a mejorar del giro del negocio, de manera que la metodología solidaria de grupos, garantice entre ellos las operaciones. Se aplicaron herramientas como las encuestas que se ejecutaron en los puestos de trabajo de los vendedores para identificar la necesidad desde este grupo productivo, los resultados obtenidos determinaron: la problemática de los vendedores de la falta del capital de trabajo frente a su giro del negocio en el Mercado Amazonas, la informalidad en la obtención de créditos, la falta de educación financiera para acceder a entidades que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos en el Ecuador y la facilidad endeudarse y sobre endeudarse con altas tasas de interés a pagar.

La Propuesta del producto de Microcrédito y Ahorro Comunal se desarrolla en varias etapas que contemplan el proceso de implementación y aprobación por el Banco y la oferta del producto a los Vendedores del Mercado Amazonas considerando: la investigación del mercado, la promoción del producto, la organización de los grupos comunales, la capacitación y la aprobación hasta el desembolso del crédito, el producto que establece ciclos claramente definidos para atención a los clientes que se encuentren inmersos en actividades comerciales. La metodología para ofertar el producto Microcrédito queda abierta para la atención a otros nichos de mercado asociados que oferta el Banco VisionFund Ecuador, contribuyendo a la inclusión financiera y mejora de la calidad de vida de este sector comercial.

Descriptor: Inclusión financiera, microcrédito, indicadores

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

THEME: FINANCIAL INCLUSION OF SELLERS IN THE “AMAZONAS”
MARKET OF IBARRA CITY THROUGH ACCESS TO A CREDIT PRODUCT

AUTHOR: Rocio Ibeth Aguirre Sánchez

TUTOR: Ing. Maritza Rojas Fárez MBA

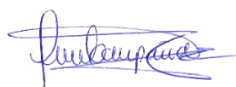
ABSTRACT

The “Amazonas” Market is located in the city of Ibarra, Imbabura province, it is the most representative place of commerce in the city, various economic activities are developed for the commercialization of products that demand to have a working capital to start the businesses; these types of merchants have been served mostly by informal credit. The investigation proposes a credit product through “VisionFund Ecuador” Bank, which generates funds so that the merchant can increase the offer of products in his business; that minimizes the risks posed by informal credit and helps to improve the business, so that the solidarity methodology of groups guarantees credit operations among themselves. Tools such as the surveys that were carried out in the merchants' jobs were applied to identify the need for this productive group, the results obtained determined: the problem of the merchants due to the lack of working capital compared to their business line in the Amazon Market, the informality in obtaining loans, the lack of financial education to access entities that are under the control of the Superintendency of Banks in Ecuador and the ease of over-indebtedness with high interest rates to pay.

The Proposal for the Microcredit and Community Savings product is developed in several stages that contemplate the process of implementation and approval by the Bank and the offer of the product to the Sellers of the “Amazonas” Market considering: market research, product promotion, organization from community groups, training and approval to the disbursement of the credit, the product that establishes clearly defined cycles to serve customers who are immersed in commercial activities. The methodology for offering the Microcredit product remains open to serve other associated market niches where “VisionFund Ecuador” Bank has a presence, contributing to financial inclusion and improving the quality of life of this commercial sector.

Keywords: Financial inclusion, microcredit, indicators

Reviewed by:



MSc. Lorena Espinosa F.

INTRODUCCIÓN

Importancia y actualidad

La investigación va enmarcado con la línea de investigación de “MERCADOS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR”, con la sub línea “Asociatividad financiera social y solidaria”, con el objetivo de permitir que los vendedores del mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, sean parte de una inclusión financiera efectiva y de esta forma acceder a los productos y servicios financieros que les permita una adecuada administración de sus ingresos y con ello apoyar sus micro-negocios y el nivel de vida para sus familias.

La consecución de la presente investigación está en función de lo que establece la Constitución de la República del Ecuador que fue aprobada en referéndum del 28 de septiembre de 2008 y que entró en vigor el 21 de octubre del mismo año, en su artículo 310 establece que *“El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que se otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía”*

La Constitución del Ecuador, pretende reconocer de manera efectiva al ser humano como sujeto y fin, no obstante existen sectores sociales, que no han sido atendidos por la banca tradicional, ya sea porque sus fuentes de ingresos provienen de actividades económicas informales que dificultan la justificación de

sus ingresos para calificar a un producto de crédito o por no contar con garantías personales o reales.

De igual manera el art. 311 de la Constitución vigente establece que *“El sector financiero popular y solidario que las micro, pequeñas y medianas unidades productivas recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida a que impulsen el desarrollo de economía popular y solidaria”*.

En el Ecuador existen muchas Instituciones Financieras que ofrecen productos y servicios de crédito de todo tipo, constituyéndose esto como un mecanismo de dinamismo e impulso al desarrollo económico y social del país; si estas instituciones financieras con sus productos consideran como mercado objetivo a aquellas personas que no cuentan con ingresos formales y/o garantías reales, el impulso es más representativo y apoya a los emprendedores a crear o fortalecer pequeños negocios para lograr un mayor nivel de ingresos y así mejorar su calidad de vida.

Las personas que tienen más dificultades para solicitar productos y servicios financieros son quienes más se podrían beneficiar de ellos y los que generan más sostenibilidad y riqueza para el país, esto en vista que la inclusión financiera está llamada a desempeñar un importante papel a la hora de reducir la pobreza y desigualdad social.

El micro crédito es una actividad que provee servicios de crédito por lo general a personas emprendedoras o pequeñas empresas con un nivel limitado de recursos económicos, que carecen de las garantías suficientes para obtener un financiamiento en las entidades financieras tradicionales. Estos recursos por lo general son destinados a la puesta en marcha de micro y pequeñas empresas como capital de trabajo o para la compra o adquisición de insumos y materia prima y es por esto su gran importancia para el desarrollo económico y social del país.

Justificación

Macro

Ragnar Nurske (1953) explica por qué los pobres difícilmente salen de su situación, debido a que en la práctica la totalidad de sus ingresos los invierten en solucionar sus primeras necesidades, por lo que no pueden ahorrar para invertir en algún tipo de negocio que les permita mejorar sus ingresos y con esto su nivel de vida, así como su casi nula capacidad para acceder a un crédito para iniciar un emprendimiento.

(Jolis, 2006) Muhammad Yunus, líder social bangladesí condecorado con el Premio Nobel de la Paz en 2006 por desarrollar el Banco Grameen ("Banco de los pueblos" en bengalí) y ser el desarrollador de los conceptos de microcrédito, y micro finanzas, Es famoso por ser el creador de los microcréditos y del Banco de los Pobres.

La convivencia de este líder social en Bangladesh con los campesinos de la zona de Jobra, que tenían pobreza extrema como un mal generalizado que se mantenía en el tiempo básicamente porque los bancos no ofrecían créditos a los pobres, que no podían aportar garantías de devolución. Ante esta situación creó los denominados "microcréditos" para las personas más desfavorecidas y las convertía en accionistas del banco que creó para el efecto y que según los datos registrados en la página web de Muhammad Yanus al momento funciona con más de 22.000 empleados que trabajan en las calles de casi 38.000 de las 68.000 aldeas y pueblos de Bangladesh, y concede préstamos a 2,3 millones de personas, de los que el 94% son mujeres pobres con una tasa de devolución de los préstamos es de aproximadamente el 97%.

Al momento según el Banco Mundial, existen alrededor de 7.000 instituciones micro financieras que otorgan microcréditos que si bien es cierto se han inspirado en el modelo de Grameen, no se han centrado únicamente en los países en vías de desarrollo llegando a implantarse también en países desarrollados como Estados Unidos o España.

Meso

Según publicación realizada en la Revista Galega de Economía, (Ortiz Montes & Nuñez Tabales, 2017), en su investigación de INCLUSIÓN FINANCIERA: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE concluye que:

- *La reducción de las desigualdades o el desarrollo económico sostenible se han vuelto prioritarios a nivel global en los últimos tiempos.*
- *La inclusión financiera definida brevemente como el acceso a los servicios financieros de toda la población a un coste razonable repercuten en bienestar general y contribuye sin duda a lograr los objetivos de igualdad y desarrollo sostenible.*
- *Es necesario que exista una concienciación de los distintos organismos y agentes intervinientes en el proceso para seguir unas líneas de actuación generales con el objetivo de lograr un sistema inclusivo muy necesario para poder seguir avanzando en materia social y económica.*
- *Se ha constatado que las barreras sociales y microeconómicas son las principales causas de falta de inclusión financiera general, esto se acentúa en América Latina y el Caribe que presenta unos servicios más ineficientes y caros que dejan excluidos a población que desearía formar parte del sistema.*
- *La importante brecha que existe entre los usuarios de teléfonos móviles y el acceso que hay a las cuentas bancarias genera una oportunidad crucial de conseguir la inclusión financiera de la población o de al menos, la que posee este dispositivo, a través de lo que se conoce como banca móvil*

La reducción de las desigualdades y el desarrollo económico sostenible se han vuelto prioritarios no solo a nivel mundial, en el Ecuador la constitución vigente, así como la normas y resoluciones emitidas por los organismos de control pretenden cumplir con este objetivo, pero todavía es necesario concienciar su cumplimiento con la articulación de productos que incentiven una verdad

inclusión financiera de manera especial a aquellos sectores que han sido marginados de esto.

Según el informe técnico de la Subdirección de estadísticas y Estudios de la Superintendencia de Bancos de Ecuador de diciembre de 2017, en el ámbito mundial, el 38 por ciento de los adultos siguen sin tener acceso a una cuenta bancaria pero al momento hay oportunidades prometedoras para expandir la propiedad de cuenta entre los no bancarizados, acompañada de una política nacional de inclusión financiera basada en cinco pilares: mayor acceso a servicios financieros, uso de servicios financieros, regulación apropiada, protección al usuario financiero y educación financiera.

Estos cinco pilares que deben ser trabajados de forma integral para garantizar mayores probabilidades de impacto en la población son propuestos por la RFD (Red de Instituciones Financieras de Desarrollo 2017) con el fin de que sean mecanismos idóneos para la generación de un modelo sostenible de desarrollo socioeconómico para la población excluida, que representa a alrededor de 6 millones de personas.

- Acceso
- Uso
- Regulación apropiada
- Protección al usuario
- Educación Financiera

El acceso a servicios financieros es un aspecto crítico para que se incorporen en el proceso de desarrollo socioeconómico auto sostenible a la población que por diversos factores como económicos, geográficos, discapacidad, culturales, género, edad, estatus migratorio, educación, etc., está excluida; es por esto que nace la necesidad de contar con una Política Nacional de Inclusión Financiera para brindar estas oportunidades.

RFD (2017) estima que en Ecuador solo el 46% de adultos tienen acceso al sistema financiero, el 23% tiene un crédito en el 2014, 26% utiliza canales electrónicos y solo el 5,7% tarjeta de crédito; aspecto que permite tener amplias posibilidades de expansión que son totalmente factibles de implementar con una estrategia adecuada.

La teoría económica que permite multiplicar la inversión define que el ahorro es un factor clave para los procesos de desarrollo cuando se logra convertir a este en inversión; el sistema financiero juega un rol importante en este esquema porque es quien convierte el ahorro obtenido de los entes excedentarios en inversión de los entes deficitarios; si este a este proceso se le da el enfoque de inclusión financiera se puede lograr un proceso que logre este objetivo de acuerdo al siguiente esquema:

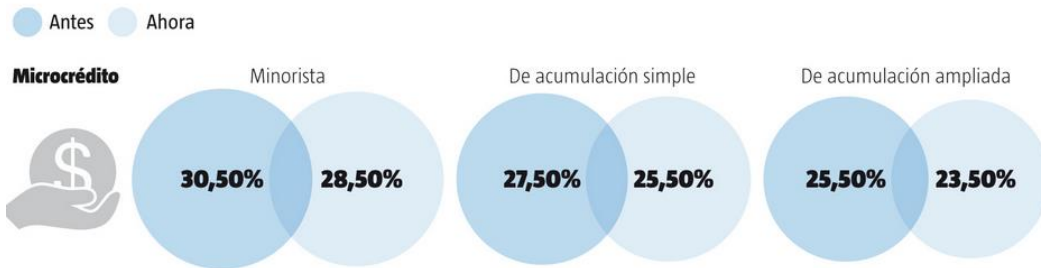


Gráfico 1. Esquema de Inclusion Financiera en la dinamica de desarrollo Economico y Social
Autor: RFD Javier Vaca 2017

Con el fin de promover los niveles y relaciones aceptables entre las tasas de interés pasivas y activas de tal forma que estimulen el ahorro nacional y el financiamiento de la actividades productivas, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera en el artículo 302 de la Constitución de la República según Resolución 437-208-F que entró en vigencia desde el 1ero de febrero de 2018, motiva el emprendimiento a través de una rebaja en las tasas activas de acuerdo al siguiente detalle:

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS

El nuevo costo del microcrédito aplica desde el 1 de febrero



Volumen de microcrédito (en millones de \$)

La resolución de la Junta Monetaria aplica para bancos públicos, privados y cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1.

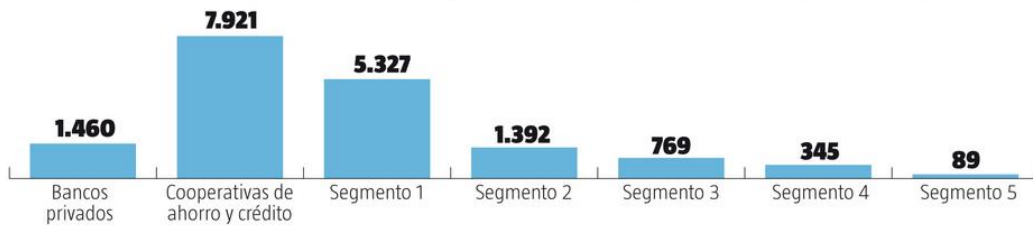


Gráfico 2. Tasa de Interés activas máximas de Microcrédito

Fuente: Resolución Núm. 437-2018-F/ SEPS

Las tasas de interés efectivas aplicadas para el sistema Financiero Nacional se distribuyen de acuerdo a su segmento: minorista, de acumulación siempre y ampliada, estos segmentos son aplicados para los Bancos y Cooperativas.

De acuerdo al Gráfico 2. Las Cooperativas tienen un mayor volumen de colocación de los microcréditos distribuidos en todos los segmentos, registrando la que mayor colocación registra son las Cooperativas de Ahorro y crédito del segmento uno.

Un microcrédito es un factor predeterminante para la creación de emprendimientos que por lo general son para el comercio y agricultura, generan reactivación de la economía a nivel macro y permite mejorar sustancialmente el nivel de vida de sus protagonistas siempre y cuando este sea bien analizado, porque caso contrario puede convertirse incluso en un detonante para una crisis financiera.

Según el informe técnico de la Subdirección de Estadísticas y Estudios de la SBS de diciembre 2017, los servicios financieros están fuera del alcance de muchas personas porque las fallas del mercado y del Estado que han elevado los costos de estos servicios a niveles tan altos que se convierten en inalcanzables.

El Banco Central del Ecuador en función de la constitución vigente viene aplicando una política pública de inclusión financiera, a fin de ampliar a través del Sistema Nacional de Pagos, el acceso y utilización de los servicios financieros a segmentos de la población con limitado acceso a estos servicios de las organizaciones que conforman el Sistema Financiero Popular y Solidario a través de un esquema de participantes directa e indirecta, que permite canalizar la gestión transaccional de cobros y pagos emitidas por los clientes de las instituciones financieras nacionales participantes.

Según publicación trimestral sobre “Inclusión Financiera” del BCE del 17 de enero de 2018, con corte a diciembre de 2016, cuarenta y cuatro de cada cien ecuatorianos adultos tenían acceso a los servicios financieros, cerca de 4,8 millones de ecuatorianos tenían acceso a productos financieros, lo que representó 12,1 millones de cuentas. Aproximadamente el 38% de ciudadanos accedió a productos pasivos y el 19,2% a activos; estadísticas que reflejan la necesidad de seguir trabajando desde varias perspectivas para lograr una mayor inclusión financiera.

Micro

En la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, el Mercado Amazonas es el más grande e importante centro comercial de abastecimiento de productos de todo tipo al por menor e incluso en algunos casos al por mayor de la ciudad, está ubicado en la Calle Sánchez y Cifuentes y Obispo Mosquera de la parroquia urbana San Francisco. A partir del año 2015 ha tenido un crecimiento considerable tanto en espacio físico como de número de vendedores que no han sido organizados, lo que dificulta la comercialización con los usuarios que diariamente visitan este mercado.

La ciudad de Ibarra, sector de Pílanquí al momento tiene un proyecto importante que es la construcción de un nuevo Mercado para todos los vendedores, que entre sus expectativas pretende:

- El incremento formal de nuevos vendedores.
- Un mejor espacio físico para atención a los clientes
- Ampliar la demandar de los productos de los vendedores.
- Garantizar la seguridad a los vendedores en el expendio de sus productos y a los usuarios su consumo.
- Incrementar baterías sanitarias para una mejorar asepsia del centro comercial.

El detalle de los vendedores que pertenecen al mercado Amazonas y que serían los potenciales beneficiarios del microcrédito que se desarrollará en el presente trabajo de investigación está especificado en el siguiente cuadro:

Tabla 1. Listado de Puestos considerados para el Proyecto de Construcción del Mercado Amazonas

GIRO DE NEGOCIOS	LISTADO DE PUESTOS CONSIDERADOS	LISTADO DE PUESTOS VERIFICADOS	DIFERENCIAS
RES/CERDO/EMBUTIDOS	162	147	15
PESCADO/MARISCOS	32	32	0
POLLOS	79	94	-15
LACTEOS Y HUEVOS	53	62	-9
ANIMALES EN PIE	43	38	5
FRUTAS Y VERDURAS	591	565	26
TUBERCULOS Y PLATANOS	78	67	11
PLANTAS Y FLORES	33	33	0
GRANOS	70	107	-37
HIERBAS Y ESPECIAS	27	33	-6
ABARROTES	569	235	334
COMIDAS	378	349	29
JUGOS/REFRESCOS	75	100	-25
BOCADOS	25	69	-44
PANADERIA	10	8	2
ESTERAS	0	1	-1
OTROS	0	42	-42
TOTAL →	2225	1982	243

Fuente: Avalúos y catastros y macro Proyectos GAD-I

Lo que se puede observar en el cuadro anterior, es el segmento de mercado y/o posibles beneficiarios al que se pretende atender con una adecuada tecnología de

microcrédito que esté articulada para satisfacer las necesidades puntuales de los vendedores del Mercado Amazonas y que sea rentable para implementarlo como producto en el Banco VisionFund Ecuador.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, tiene una proyección de incorporar nuevos puestos adicionales a los ya existentes y que corresponden a la columna de verificados que son los que actualmente se encuentran habilitados, en algunos casos existe demasiada demanda por lo que en esos casos la planificación es realizar un nuevo reordenamiento.

Los vendedores están agrupados en 30 asociaciones, cada una con diferente número de asociados; esto no quiere decir que todos pertenezcan a alguna, existen algunos vendedores que no pertenecen a ninguna agrupación y se definen como independientes. Estas agrupaciones se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Asociaciones Registradas en el Mercado Amazonas

Núm.	Asociación	Representante	Núm. socios
1	Ciudad de Ibarra	Sra. Alicia Polo	80
2	F.E. Defensa Amazonas	Ing. Jesús Núñez	180
3	24 de diciembre	Sra. Magali Fuentes	15
4	Pérez Guerrero	Sr. Darwin Morales	32
5	San José de Betuneros	Sr. heraldo Cánchala	28
6	27 de Junio	Sra. Rosa Ipiales	16
7	Centro de la Moda	Sr. Fernando Aguirre	43
8	Del Pequeño Comerciante F.D.	Sr. Segundo Villa	18
9	27 de Julio	Tngla. Ivana López	60
10	Amazonas	Sra. Blanca Morales	26
11	Luchando por un futuro mejor	Sr. Heriberto Farinango	22
12	Unión de organizaciones	Sra. Blanca Quiguango	12
13	28 de abril	Sra. Rosa Otavalo	60
14	Jesús del Gran Poder	Sr. Juan Carrera	60
15	Mercado la Playa	Sr. José Imbaquingo	415
16	19 de Febrero	Sra. Rosa Sani	20

17	Eugenio Espejo	Sra. Olga López	106
18	Libertad	Sr. José Valencia	90
19	Dr. Telmo Hidalgo	Sr. Geovany Cifuentes	80
20	13 de abril	Sr. Jorge Yamuca	28
21	Ampliación remodelada	Sr. Aurelio Jumbo	s/d
22	Tercenistas de la Ciudad de Ibarra	Sra. Blanca Quiguango	20
23	C.C. la bahía	Sra. Zeneida Fierro	
24	San Miguel de Ibarra	Sr. Edwin Tuabanda	15
25	NI un paso atrás	Sra. María Aguilar	140
26	Unión y Progreso ciudad blanca	Sr. Marco Correa	174
27	Nuevo milenio	Sr. Edgar Tenelema	19
28	COARCI	Sr. Marcelo Nenjer	s/d
29	28 de septiembre	Sr. José Chiza	28
30	Coop. Amazonas	Sra. Margarita Vallejos	s/d

Fuente: Administración del Mercado Amazonas

El cuadro anterior fue facilitado por la administración del mercado Amazonas en la cual se detallan las organizaciones existentes con sus representantes y número de socios sin embargo existen tres organizaciones que no han reportado el listado de sus socios para el respectivo registro.

Los vendedores del Mercado Amazonas en su informalidad viven al día con los ingresos producto de sus ventas y cuando necesita un financiamiento por mínimo que este sea, acuden a personas que están al margen de la ley y que ante cualquier eventualidad de no pago, se convierte en un problema que incluso puede afectar su seguridad y la de sus familias; a lo que se suma su poca preparación académica y mucho menos financiera, lo que limita el que acuda a una Institución legalmente autorizada para obtener un crédito que le permita sustentar su negocio.

A pesar de lo que establece la Constitución del Ecuador en la gran mayoría de Instituciones Financieras es muy restringido el crédito para este nicho de mercado que no cuentan con garantías reales, ni tampoco con ingresos fijos y sustentables a mediano y largo plazo. Al no tener acceso al financiamiento no pueden tener un

crecimiento sostenible y sustentable de sus micros negocios e incluso en muchos casos les lleva a cerrar sus comercios.

Este proyecto identifica, diseña un tipo de microcrédito que permita el endeudamiento y acceder a servicios complementarios de los vendedores pertenecientes al Mercado Amazonas, con un producto que se ajuste a sus necesidades, formen parte de una inclusión financiera efectiva, sean sostenibles y sustentables en el tiempo, lo cual permitirá mejorar su calidad de vida.

Planteamiento del problema

El artículo 1.4.2.4. del libro I de la Normas generales para las instituciones del Sistema Financiero según la Superintendencia de Bancos, define a un microcrédito que garantice la entrega de dinero por medio de un crédito con garantías reales, sean éstas hipotecarias o prendarias, y que posibiliten a la institución prestamista una fuente alternativa de repago. Los microcréditos que se concedan sin garantías hipotecarias o prendarias registrables pueden ser respaldados por garantes personales o por bienes del negocio propio y/o familiar, declarados por el prestatario.

El Artículo 1.4.2.4 limita a la mayoría de las personas que no pueden acceder a una línea de crédito en instituciones del sistema financiero por falta de ingresos que justifiquen el pago de una cuota mensual; por no tener garantías personales o reales por lo que se incentiva la proliferación de prácticas al margen de la ley como lo es la usura o chulco, que es una práctica en la que una persona presta una cantidad de dinero, la misma que es cobrada de forma diaria, semanal o mensual, con intereses que superan lo establecidos por los organismos de control y que cuando existen retrasos existen represalias que incluso pueden llegar a poner en riesgo la integridad física del deudor o de sus familias.

En el Mercado Amazonas existe muchas agrupaciones y/o asociaciones con un alto índice de vendedores cuyo capital de trabajo rota de manera diaria y que ante cualquier variación o imprevisto puede hacer que el negocio se vea afectado y

para evitar que esto pase tienen que acudir a financiamiento inmediato que por lo general no es en el sistema financiero legal si no a personas que están al margen de la ley y del cual es muy difícil salir.

En la ciudad de Ibarra existen un sinnúmero de entidades financieras que ofrecen el microcrédito dentro de su portafolio de productos y servicios que no han definido como segmento objetivo a los vendedores del Mercado Amazonas precisamente por temas de riesgo y normativa, pero tampoco han innovado en metodologías y productos que aprovechen la concentración geográfica de los cientos de vendedores que tienen alta rotación de efectivo, así como su poca organización que se podría potencializar además de la experiencia que tienen los vendedores en el medio.

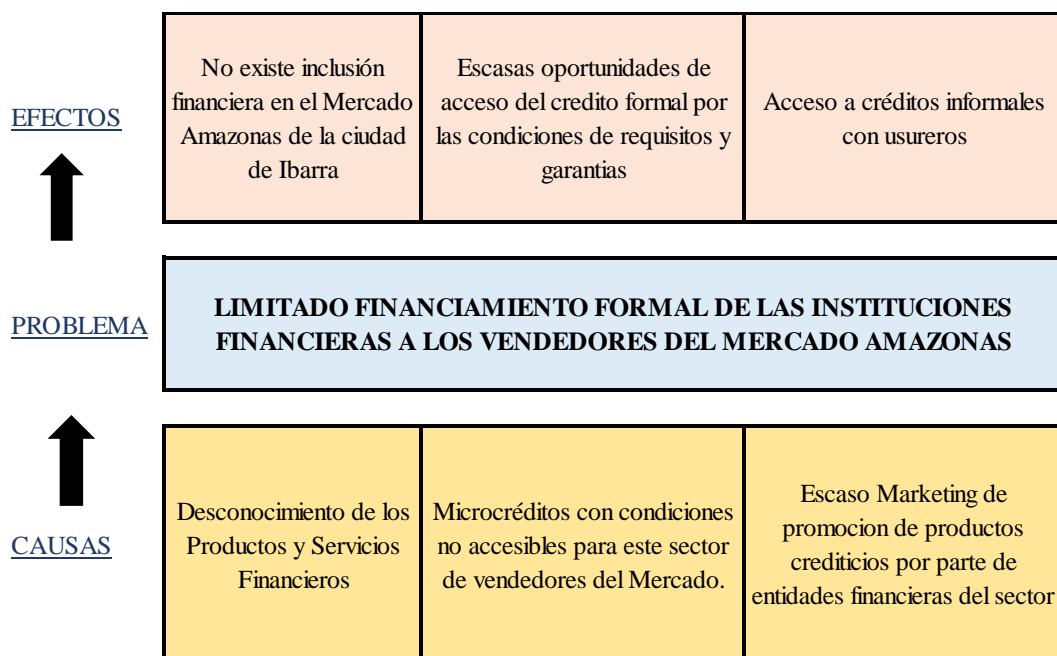


Imagen 1 Árbol de Problemas
Fuente: Investigación de campo
Autor: Rocío Aguirre (2020)

OBJETIVOS

Objetivo General

Establecer un producto de microcrédito y ahorros comunal para los vendedores del Mercado Amazonas en la ciudad de Ibarra, que beneficie el desarrollo a largo plazo de sus emprendimientos y permita mejorar su calidad de vida.

Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades y condiciones de financiamiento de los vendedores del mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra, que permita establecer los factores para la definición de un producto de microcrédito que se ajuste a sus demandas.
- Identificar las opciones de financiamiento al cual tienen acceso los vendedores del mercado Amazonas para determinar cuál es la más requerida y el porqué.
- Desarrollar un producto de microcrédito que se ajuste a las necesidades particulares de los miembros del mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra que permita reposicionar sus emprendimientos y lograr mejorar su calidad de vida.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación (Estado del arte)

La definición más aceptada sobre microcrédito es que son programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias que tiene sus orígenes en Bangladesh a comienzos del siglo pasado donde se dio a conocer mundialmente por Muhammad Yunus a través de su institución microfinanciera el Grameen Bank.

Armendáris Beatriz y Morduch Jonathan, (2007) establece que el microcrédito es el otorgamiento de créditos que ha ido ampliando su concepción a otros productos financieros como los microseguros, los cuales están diseñados para cubrir necesidades específicas, tanto en aspectos de salud, como protección de inmuebles o cuestiones de tipo agrario. Por otro lado, la garantía de devolución del crédito, se refiere a una devolución efectiva debido a que los créditos son otorgados a los grupos de autoayuda constituidos por personas que asumen de una forma solidaria la garantía.

Perspectiva perceptual Andrés (Coca, 2014) establece que las microfinanzas están orientadas al servicio de la población excluida con productos que estén diseñados acorde a las necesidades de esta población no solo enfocándose únicamente al crédito como tal si no también al ahorro e incluso los microseguros

que en conjunto estos aspectos permitirán mejorar el bienestar de los pobres en general.

Las tecnologías de microcrédito se adecuaron a una realidad que está ligada con lo social, cultural y económica de la sociedad, de los cuales desprenden los diferentes tipos de microcrédito, entre los que se destacan:

- **Crédito asociativo** orientado a asociaciones productivas que tengan un reglamento que justifique la viabilidad de un proyecto que contemple un aporte propio y con garantías reales
- **Microcrédito de libre disponibilidad** utiliza la tecnología del grupo solidario con montos definidos de manera individual a corto plazo (menor a un año),
- **Bancos comunales** que agrupan a 20 a 200 personas que operan con una garantía solidaria mancomunada donde la agrupación como tal es responsable de la devolución de los recursos, se fomenta en esta modalidad el ahorro dirigido por un comité elegido entre sus integrantes
- **Crédito individual** que es tratado como tal

Para estructurar uno u otro tipo de microcrédito es necesario establecer estrategias de tal forma que la metodología se adapte mejor a la realidad del mercado donde se pretende aplicar la metodología que se defina y para esto es necesario:

- Segmentar el mercado donde se pretende aplicar la metodología de microcrédito
- Analizar los atributos básicos del producto que me permite la normativa interna, así como nacional
- Definir un producto ideal que se ajuste a las necesidades de los posibles beneficiarios del microcrédito que luego se ajustaran a las limitaciones normativas y de riesgo.

Stella Carreño, N., & Hernández Escolar, H., & Méndez Sayago, J. (2011) en su publicación sobre Microcrédito expone que el crecimiento de instituciones financieras no está creciendo directamente proporcional a la inclusión financiera de los más pobres, si bien es cierto el microcrédito apunta a la inclusión social esto no está siendo tan eficiente como se creería, y en estas instituciones prefieren el fomento de actividades productivas ya consolidadas y hasta cierto punto estratégicas que tengan mejores perspectivas, lo que no sucede con el financiamiento a los micro emprendedores que en su gran mayoría no cuentan ni siquiera con garantías reales; a esto se suma la ausencia de mecanismos de seguimiento por parte de los organismos de control que hace que muchos de los recursos asignados no cumplan su cometido e incluso desfavorezcan más la situación de quienes supuestamente deben ser los beneficiarios.

Los pequeños emprendimientos en sus inicios no cuentan con la formalidad de una empresa consolidada lo que hace que se complique el acceso a financiamiento y por otro lado el proceso hacia la formalidad sea lleno de obstáculos por trámites burocráticos y en algunos casos hasta costosos origina que el proceso se convierta en un ciclo vicioso que no permita a estos emprendedores consolidar sus proyectos e ideas y menos aún a mejorar sus ingresos y calidad de vida que en teoría busca los microcréditos.

El impacto del Microcredito en el desarrollo economico (Masabanda Tiche, 2018), en su trabajo de investigación *sobre “El Impacto del Microcrédito en el desarrollo económico de los socios de la Coac Oscus Ltda., en la ciudad de Ambato”* concluye: El Microcrédito se ha convertido en una importante alternativa al sistema financiero tradicional para combatir la pobreza en Latinoamérica y otros países del mundo. En el Ecuador se han logrado importantes transformaciones en la economía social y solidaria lo cual tributó a la creación de la Superintendencia de Economía Popular y solidaria “SEPS” como sistema integral de supervisión y control de este sistema financiero.

El manejo de las microfinanzas es un factor importante de inclusión financiera y social lo describe (Ligña, 2017) en su trabajo de investigación “*El Microcrédito como alternativa para la generación de nuevas fuentes de trabajo en las unidades económicas populares del sector artesanal de la producción – Confección de artículos de cuero en la parroquia Quisapincha provincia de Tungurahua*” considera al microcrédito como elemento fundamental en el desenvolvimiento de la cadena productiva, permitiendo generar un mejor nivel de vida personal, familiar y ser tomado como posibilidad ante el desempleo a través de la generación de nuevas fuentes de trabajo.

Desarrollo teórico de objeto y campo

La creciente expansión y consolidación a nivel mundial del microcrédito en los últimos años puede convertirse en una herramienta para cumplir el objetivo original que es el facilitar el acceso a los recursos financieros a la población más pobre a fin de mejorar su situación socioeconómica y nivel de vida y es por esto que la legislación ecuatoriana a través de su constitución política la ha definido como parte fundamental para alcanzar el buen vivir.

La constitución política del Ecuador en su art. 302 establece como uno de los objetivos de las políticas monetarias, crediticias, cambiarias y financieras el promover niveles y relaciones entre las tasas de interés pasivas y activas que estimulen el ahorro y el financiamiento de las actividades productivas; por lo que las entidades financieras deberán aplicar los mecanismos necesarios para cumplir con esto. Por otro lado, el art. 308 establece que las actividades financieras son un servicio de orden público y podrá ejercerse previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley para fortalecer la inversión productiva nacional y el consumo social y ambientalmente responsable.

Los requisitos para la constitución de una institución Financiera en Ecuador esta especificada en el art.1 del libro de normas generales para las instituciones

del sistema Financiero de la Superintendencia de Bancos que establece por lo menos un patrimonio constituido mínimo de:

Para Bancos	US\$ 7.886.820
Para Sociedades Financieras	US\$ 3.943.410

La Economía Popular y Solidaria es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (Art.1 LOEPS).

En concordancia con el Art. 311 de la Constitución de la República del Ecuador las organizaciones de la economía popular y solidaria, se guían por los siguientes principios:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- El comercio justo y consumo ético y responsable;
- La equidad de género;
- El respeto a la identidad cultural;
- La autogestión;
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas;
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

La Sección II en el art. 1.4 del Libro de Normas Generales para las Instituciones del Sistema financiero de la Superintendencia de Bancos establece que en el proceso de administración del microcrédito se deberá dar especial

importancia a la política que se aplique para la selección de los microempresarios, incluida en su tecnología crediticia, a la determinación de la capacidad de pago del deudor y a la estabilidad de la fuente de sus recursos, provenientes de los ingresos relacionados con su actividad. Para el otorgamiento de estas operaciones no se requerirá la presentación del balance general ni del estado de pérdidas y ganancias del microempresario solicitante. La información financiera del deudor será levantada por la institución prestamista con base en su propia metodología de evaluación del deudor.

La calificación de los microcréditos según la Superintendencia de Bancos establece que la calificación cubrirá la totalidad de las operaciones de microcrédito concedidas por la institución del sistema financiero, según los criterios antes señalados y con base en los siguientes parámetros:

Categorías	Días de Morosidad
A -1	0
A -2	1 -8
A -3	8 -15
B -1	16-30
B -2	31-45
C -1	46-70
C -2	71-90
D	91-120
E	+ 120

Tabla 3. Calificación de los Microcréditos por días de Morosidad
Fuente: SBS Normas Generales Instituciones Financieras art. 1.4.1

El microcrédito por ser dirigido a microempresarios, así como a personas de fuentes de ingresos limitados y periódicos, necesita de una metodología y herramientas especiales para su análisis; por lo cual la SB en su art.1.4.2 establece que las instituciones del sistema financiero deben tener una adecuada tecnología de acuerdo al siguiente detalle:

- Carpetas de crédito para cada prestatario o grupo de prestatarios, conteniendo la información requerida en los manuales de crédito de la

propia institución, así como lo definido por las normas establecidas por la SB.

- Manuales de crédito que definan la tecnología crediticia y el detalle de la documentación requerida para la correcta aplicación de la misma, que al menos contemplen:
 - Descripción de la estructura organizacional del área de crédito y sus procedimientos de control interno por cada producto;
 - Identificación de los prestatarios y de los responsables de la aprobación de sus créditos;
 - Detalle de la documentación que los responsables de la aprobación de los créditos deben analizar antes de otorgar la aprobación respectiva, entre la que deben constar los criterios de elegibilidad de los prestatarios, el análisis del destino del crédito, monto, plazo, tasa de interés y garantías del crédito.
 - Detalle de la documentación que debe ser generada por la institución del sistema financiero para evidenciar la administración y seguimiento de los créditos, así como los mecanismos de control interno pertinentes.
 - Detalle de la información que debe ser generada por la institución del sistema financiero para evidenciar las gestiones de cobro, tanto por la vía administrativa como por la vía judicial.

- Información específica para cada microcrédito, que incluya:
 - Copia del documento de aprobación de la operación, en el que deberá constar el monto, plazo, forma de pago, garantías, si éstas se requieren, así como los nombres y las firmas de quienes la aprobaron;
 - Copia del contrato, pagaré u otros documentos, de ser el caso, que respaldan los microcréditos otorgados;

- En caso de que se requieran garantías reales y registrables, copia de los contratos, pagarés y otros documentos que las respalden, tales como títulos de propiedad, pagos de impuestos, certificado de gravámenes y constancia de su inscripción en el Registro de la Propiedad o Mercantil, según corresponda.
- Copia del avalúo de los bienes inmuebles recibidos en garantía, efectuado por peritos previamente calificados por la SBS y/o por el organismo competente.

El sector informal del Ecuador es un sector muy importante que no ha tenido una real inclusión financiera, cuando está cumple una función importante en la generación de empleo e ingresos económicos como factor de desarrollo económico y social por lo que es necesario contar con información estadística que permita la formulación de políticas para que este sector se incorpore al proceso de desarrollo de manera eficiente.

La Oficina Internacional del Trabajo, en el apartado 5 del Informe General, de la Décima Séptima Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo, celebrada en Ginebra, entre el 24 de noviembre y 3 de diciembre de 2003, señala:

“El sector informal puede describirse como un conjunto de unidades que producen bienes o servicios principalmente con la finalidad de crear empleos e ingresos para las personas involucradas. Estas unidades, tienen un bajo nivel de organización, operan a pequeña escala y de manera específica, con poca o ninguna división entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo cuando existen se basan sobre todo en el empleo ocasional, los parentescos o las relaciones personales y sociales más que en acuerdos contractuales que implican garantías en buena y debida forma.”

Según la Actualización metodológica: El empleo en el Sector Informal realizado por Andrea Molina, Ana Rivadeneira y José Rosero del INEC en 2015 al igual que de otros autores que tratan sobre el sector informal, las características del sector informal, así como también los diferentes tipos de trabajadores informales están de acuerdo al siguiente detalle:

Características generales del sector informal

Actualmente, la informalidad es una característica importante y común a todas las economías latinoamericanas, ocupa espacios similares en los que el sector formal actúa, alude a los más desposeídos de la población, principalmente de las áreas urbanas, más pobres donde se dificulta la accesibilidad a empleos de calidad sin que esto implique que son evasores de impuestos cuyas principales características son:

- Organizaciones pequeñas con capital empleado muy bajo.
- Empleo de tecnologías no adecuadas que ocasiona baja productividad.
- Bajo nivel de organización para la producción
- Mano de obra no calificada
- Sueldos mucho menores a lo establecido en la ley
- La familia actúa como mano de obra no remunerada.
- Incumplimiento de normas legales y tributarias.
- Producción de bienes y servicios diferentes a los del sector formal.
- Exclusión del sistema financiero

En función de estas características existen diferentes tipos de trabajo informal:

- **Trabajadores por cuenta propia.** - Trabajan solos con un empleo independiente, sus socios pueden ser o no miembros de la misma familia.
- **Empleadores.** - Trabajan por cuenta propia, contratan una o varias personas como asalariados para que trabajen para ellos sin afiliarles a la seguridad social.
- **Trabajadores familiares auxiliares.** - Tienen un empleo independiente en un establecimiento orientados a la comercialización; trabajan en forma temporal sin seguridad social.
- **Asalariado.** - Son los trabajadores del servicio doméstico, que reciben un salario por sus servicios pero que no están en la seguridad social.
- **Productores** Son trabajadores por cuenta propia que producen bienes exclusivos para el propio uso.

El resultado de la actualización metodológica para clasificar al sector informal arroja como resultado los datos expresados en la siguiente tabla:

Actualización metodológica: la sectorización de los ocupados a nivel nacional

Periodo	Formal	Informal	Empleo doméstico	No clasificado
dic-03*	37,3%	44,5%	3,7%	14,5%
dic-04*	38,4%	49,2%	3,1%	9,3%
dic-05*	39,6%	47,5%	4,1%	8,8%
dic-06*	41,0%	49,0%	3,3%	6,7%
dic-07	41,0%	45,1%	3,3%	10,6%
dic-08	43,9%	43,5%	3,5%	9,2%
dic-09	43,7%	43,8%	3,4%	9,1%
dic-10	47,2%	42,8%	2,9%	7,1%
dic-11	46,5%	42,7%	2,3%	8,4%
dic-12	48,7%	40,8%	2,5%	8,0%
dic-13	49,3%	40,1%	3,1%	7,5%
dic-14	50,9%	39,7%	3,2%	6,2%
jun-15	51,2%	39,3%	2,7%	6,8%

Tabla 4. Sectorización de los ocupados a nivel Nacional
Fuente: INEC –Encuesta de Empleo, desempleo y sub empleo 2003-2015

Según los resultados de la tabla anterior se puede observar que el empleo formal de acuerdo a la actualización metodológica ha crecido de manera sostenida y por otro lado la informalidad y el empleo doméstico ha disminuido, ahora bien y de acuerdo a esta clasificación para obtener estos datos, todos los vendedores del mercado amazonas entrarían como sector formal, aspecto que es positivo para el éxito de este producto micro financiero.

Matriz FODA

Proviene del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

¿Cómo identificar las fortalezas y debilidades?

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con atributos psicológicos y su evidencia de competencias. Otro aspecto como es la Fortaleza son los recursos valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro que brinda la organización y una situación favorable en el medio social. Una debilidad de una organización se define como un factor vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil. Para Porter, las fortalezas y oportunidades son, en su conjunto, las capacidades, es decir, el estudio tanto de los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc.). Estos talones de aquiles de situaciones pueden generar en la organización una posición competitiva vulnerable.

Es posible destacar que acerca del procedimiento para el análisis FODA, que una vez identificados los aspectos fuertes y débiles de una organización se debe proceder a la evaluación de ambos, es decir, de las fortalezas y las debilidades. Es

importante destacar que algunos factores tienen mayor preponderancia que otros, como lo plantea Strickland, al denominar el análisis FODA como la construcción de un balance estratégico, mientras que los aspectos fuertes de una organización son los activos competitivos, y los débiles son los pasivos también competitivos. Pero se comete un error si se trata de equilibrar la balanza.

Lo importante radica en que los activos competitivos o aspectos fuertes superen a los pasivos competitivos o situaciones débiles; es decir, lo trascendente es darles mayor ponderación a los activos.

El éxito de la dirección es diseñar estrategias a partir de lo que la organización realiza de la mejor manera, obviamente tratando de evitar las estrategias cuya probabilidad de éxito se encuentre en función de los pasivos competitivos.

¿Cómo identificar las oportunidades y amenazas?

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría.

La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones.

Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. Las oportunidades y amenazas no sólo pueden influir en la atractividad del estado de una organización; ya que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico, pero lo importante de este análisis es evaluar sus fortalezas y debilidades, las oportunidades y las amenazas y llegar a conclusiones.

En la matriz que se presenta a continuación (ver cuadro 1), Thompson propone cuales son los aspectos que se deben considerar para elaborar los listados de la Matriz FODA.

Sostenibilidad y permanencia

(Carrizosa, 1998), En términos abstractos define qué es la sostenibilidad, vista desde ese punto de vista muy amplio, no solamente económico sino de otras dimensiones. Define como la propiedad inherente de un proceso que lo hace perpetuo en un sistema dado. Esa condición de perpetuidad es sumamente difícil, pero existe. El problema más grave de la idea de sostenibilidad es esa perpetuidad porque no se habla de que el proceso sea permanente en el mediano plazo o en el largo plazo, sino que sea permanente, punto, o sea que sea perpetuo.

En ese sentido, dentro de la economía eso es posible y se habla de procesos a perpetuidad en la economía, pero si uno introduce otras variables no económicas se encuentran dificultades grandísimas.

Capacidad de pago

La capacidad de pago o capacidad de endeudamiento, es un indicador que permite establecer la probabilidad que se tiene de cumplir las obligaciones financieras que se tienen en una entidad del sistema financiero.

Este indicador generalmente se usa por las diferentes instituciones del sector financiero como una herramienta que servirá para otorgar un crédito, es decir que antes de que una entidad financiera apruebe un crédito, primero deberá evaluar que el prestatario se encuentre en capacidad de responder por dicho compromiso, caso contrario el crédito deberá ser negado. Se puede decir entonces que la capacidad de pago es la cantidad de deuda máxima que alcanza una persona u organización sin que le cause problemas de solvencia. Se suele establecer como un porcentaje por encima de los ingresos del solicitante. (Enciclopedia económica, 2016)

Otra manera de llamar a este aspecto económico es capacidad de crédito, precisamente porque refleja la adaptabilidad de las personas o las empresas a la hora de acometer un préstamo en concreto o un recibir un crédito sin tener por ello que poner en especial peligro su patrimonio o sus rentas presentes y futuras. El estudio y la medición de un determinado nivel de capacidad de endeudamiento responde a la necesidad de conocer las condiciones más favorables a la hora de

realizar préstamos de muy diverso tipo y atendiendo a su posterior y lógica devolución a entidades o individuos que actúan como agentes prestamistas.

Por ello, generalmente este concepto es evaluado por bancos y otras entidades de crédito como paso previo a la concesión o denegación de una línea de crédito o préstamo a personas e individuos. Lógicamente el objetivo es asegurar la devolución íntegra más intereses como modelo de consecución de beneficios económicos eliminando en la medida de lo posible la aparición de riesgos.

Marco Legal de los Mercados de la ciudad de Ibarra

Los mercados de la ciudad de Ibarra se encuentran regulados bajo la Ordenanza Nro. 31 que regula la actividad de comercio en el Cantón Ibarra de fecha 26 de febrero del año 2002, en la que entre los temas principales cuenta con las siguientes secciones:

1. De la organización y funcionamiento
2. De la administración de mercados
3. De la adjudicación de puestos
4. Terminación del contrato
5. Del Pago del Canon de arrendamiento
6. Seguridad interna
7. De la obligación de los arrendatarios
8. De las prohibiciones
9. De las sanciones
10. De las ferias libres
11. De las ventas ambulantes
12. De las pesas y medidas
13. Disposiciones finales

El art. 5 de la mencionada Ordenanza describe que: para garantizar la organización de los mercados del cantón Ibarra, actuará la Unidad Administrativa de Mercados, la que contar con un Inspector de Servicios Municipales para cada uno de estos.

El Jefe de la Unidad y cada uno de los inspectores de servicios Municipales, bajo su responsabilidad, organizarán de forma eficiente la marcha y administración de los mercados, y del área exterior de los mismos, cuidando el orden, corrección y absoluta disciplina y el más eficiente, honrado y culto servicio a la colectividad.

El Art. 9 El Jefe de la Unidad Administrativa de Mercados y el Servicio de Rentas Municipales llevarán un catastro actualizado de los arrendatarios de puestos fijos. La Unidad Administrativa de Mercados entregará una credencial que les acredite ser usuarios de los puestos. Además, elaborará y actualizará sistemáticamente una lista de vendedores ocasionales del mercado, para que de acuerdo a su antigüedad se les adjudique puestos vacantes que se presenten a futuro, siempre que los postulantes se constituyan en una unidad familiar.

Art. 14 La persona que aspire a ocupar un puesto en cualquier mercado municipal o en lugares señalados por el Concejo, deberá presentar al señor Alcalde una solicitud, llenará y adjuntará la ficha socio – económica, la misma que contendrá:

- a) Datos personales
- b) Fotografía tamaño pasaporte
- c) Copia de Cédula de ciudadanía
- d) Dirección domiciliaria
- e) Productos que pondrá a la venta
- f) Record Policial
- g) Obligaciones de pagar el derecho de la patente municipal y mensual y la tarifa que se le asigne, así como de cumplir el convenio de concesión.
- h) Compromiso de cumplir esta ordenanza y las disposiciones emanadas de la Comisión de Abastos y Mercados y la Comisaria Municipal de Higiene.
- i) Certificación de la Asociación del sector al que se pertenece

La solicitud pasará a conocimiento de la Comisión de Abastos y Mercados previa sumilla del señor Alcalde, el administrador de Mercados informará a la

Comisión de Abastos y Mercados sobre la posibilidad de arrendar o no el puesto al solicitante, mediante un informe escrito. La Comisión en el plazo de quince días deliberará y recomendará en forma positiva o negativa sobre la adjudicación del puesto de trabajo, la resolución dará a conocer al interesado, al Inspector de Servicios Municipales, Administrador de Mercados y al Comisario Municipal de Higiene.

De ser favorable la solicitud de arrendamiento del puesto, la documentación pasará a conocimiento de Procuraduría Sindica Municipal, para la elaboración del respectivo contrato de arrendamiento, caso contrario el puesto será declarado vacante.

Art. 15 los contratos de arrendamiento tendrán vigencia de cinco años y se sujetarán a las siguientes cláusulas:

- a) Celebrados entre el Ilustre Municipio de Ibarra y personas mayores de edad hábiles para contratar.
- b) Intransferibles y exclusivamente dedicados al expendio de artículos materia del contrato.
- c) Que conste el compromiso del arrendatario para atenderlo ininterrumpidamente y solo por motivos de fuerza mayor ausentarse y encargarlo a otra persona con autorización de autoridad competente.
- d) Renovable previo el informe de servicio de Rentas Municipales, Tesorería, visto bueno del Administrador de Mercados y Comisario Municipal de Higiene.
- e) La concesión y renovación de los contratos de arrendamiento se realizarán sin prórroga entre el 2 de enero al 31 de marzo de cada año.
- f) El canon de arrendamiento será establecido por la Municipalidad y este será fijado de acuerdo a la categoría, ubicación y dimensiones del puesto pudiendo ser revisado anualmente por la Municipalidad sin perjuicio del establecido en el contrato.

Art. 17 El Ilustre Consejo Municipal garantizará a los vendedores minoristas la tendencia y uso de los puestos en los mercados municipales, siempre que el arrendatario suscriba el respectivo contrato, pague puntualmente el canon de arrendamiento y acate las disposiciones emanadas por las Autoridades Municipales, leyes, ordenanzas y reglamentos municipales.

Art. 18 A partir de la vigencia de esta Ordenanza, los locales, covachas y mesas de venta se adjudicarán solo uno por cada unidad familiar, por lo tanto, ninguna persona podrá ocupar por si solo a por interpuesta persona o familiar más de un puesto en los mercados Municipales de este Cantón.

Art. 19 Cualquier mejora que realice el arrendatario de un puesto en el mercado se hará previa autorización del Administrador de Mercados, sobre la base de informes técnicos de los Departamentos de Planificación, mejoras que quedaran en beneficio del Ilustre Municipio de Ibarra, sin reconocimiento alguno de los gastos efectuados por el arrendatario.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

Paradigma y tipo de investigación

La presente investigación aplicará los siguientes elementos de acuerdo a las características y cualidades:

Paradigma Asumido

El enfoque de investigación aplicado es mixto, esto es cuantitativo y cualitativo; cuantitativo por que se recolectarán datos en base a la encuesta aplicada y estos resultados numéricos determinarán de manera objetiva la situación actual o diagnóstico de los vendedores del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra.

En cuanto al enfoque cualitativo dentro de las encuestas podremos determinar el limitado conocimiento sobre las opciones de financiamiento y ahorro que el sistema financiero nacional ofrece a sus socios y clientes.

Con este enfoque mixto se valorará la necesidad y el diseño de producto crediticio de microcrédito y de ahorro acorde a los vendedores del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra.

Modalidad Aplicada.

Para (Sampieri, 2014) “La investigación científica como cualquier tipo de investigación es sistemática por que se realiza con disciplina, empírica porque recolecta y analiza los datos y crítica por que está en una evolución constante; que puede ser más o menos controlada, flexible abierta, estructurada, pero nunca caótica y sin método que cumple dos propósitos fundamentales:

- a) Producir conocimiento y teorías (investigación básica)
- b) Resolver problemas (investigación aplicada)”.

La modalidad utilizada es la aplicada en el presente trabajo de investigación porque se utiliza para encontrar soluciones a problemas concretos y reales del día a día que al momento tienen los vendedores del Mercado Amazonas con teorías científicas previamente validadas que aplican al microcrédito.

Tipo de investigación.

(Sampieri, 2014) Considera que para complementar la investigación también se debe incorporar dos etapas que tiene que ver con:

- La revisión analítica de la literatura correspondiente.
- La construcción del marco teórico.

La revisión de la literatura implica detectar, consultar y obtener referencias que sean útiles para realizar el estudio que sea relevante y necesaria para enmarcar el problema de investigación.

La modalidad aplicada de esta investigación se complementó con la modalidad básica de la investigación bibliografía y documental que será selectiva, puesto que cada año se publican en el mundo miles de artículos en revistas académicas y periódicos, libros y otras clases de materiales sobre las diferentes áreas del conocimiento.

Según (Stracuzzi & Pestana, 2012) la investigación de campo consiste en la recolección de datos directo de la realidad, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural.

Por lo anotado la investigación de campo como estudio sistemático de los hechos en el mercado Amazonas permitirá acceder a información para conocer a detalle la operatividad del mercado Amazonas con respecto a la problemática detectada en este trabajo de investigación.

Los tipos de investigación a aplicarse en el presente trabajo son:

- La investigación descriptiva según (Bernal, 2010) es un procedimiento usado para describir las características de un problema, sujeto o población a estudiar, a través de este tipo de estudio se miden las variables implícitas en los objetivos de la investigación.

El proyecto fue encaminado a través del nivel descriptivo, para lo cual utilizó la encuesta, instrumento que sirvió para conocer la situación actual del Mercado Amazonas basada en la indagación a los vendedores en función de las variables de este trabajo de investigación.

Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos

Población y Muestra

Población

Para Hernández Sampieri, "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (p. 65). Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Sampieri, 1997)

Para determinar la población de la muestra sujeto a estudio tiene como principal característica ser comerciante del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra

Muestra

Para Ander – Egg (citado por Tamayo y Tamayo 1998 Pág. 115). La muestra es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada.

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población (H. Sampieri, citado por Balestrini 2001 Pág. 141).

Determinar el tamaño de la muestra que se va a seleccionar es un paso importante en cualquier estudio de investigación, se debe justificar convenientemente de acuerdo al planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación tal y como lo establece (Enrique & Ángel, 2017)

La población global abarca a todos los vendedores que forman parte del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra que según el estudio realizado por el GAD de la ciudad son 2225 vendedores en el año 2018.

En vista que se conoce el número total de la población se procede a establecer la muestra utilizando la siguiente fórmula, establecida por el autor del libro Investigación de mercados de William G. Zikmund, Babin 1998.

$$N = \frac{Z^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- N= Población= 2225
- Z= Nivel de confiabilidad 90% - 0.90/2=0.45 Z=1.65

- e= Error de muestreo 0.05 (5%)
- p= Probabilidad de ocurrencia 0.5
- q= Probabilidad de no ocurrencia 1- 0.5= 0.5
- n= Tamaño de la muestra

Cálculos para obtener el valor de la muestra:

$$N = 2225$$

$$Z = 1.65$$

$$e = 0.10$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$n = \frac{2225 \times 1.65^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1^2 \times (2225-1)) + 1.65^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 66.07$$

La muestra obtenida con el cálculo realizado es de 66 vendedores, esto es el número de personas a quien se aplicará la encuesta para obtener la información necesaria que permita estructurar el producto de microcrédito.

Operacionalización de variables

A continuación, se desarrolla la Operacionalización tanto de las variables dependientes e independientes:

- Variable independiente: INCLUSION FINANCIERA A LOS VENEDORES DEL MERCADO AMAZONAS
- Variable dependiente: ACCESO AL FINANCIAMIENTO CREDITICIO FORMAL

Estas variables independientes y dependientes es necesario conceptualizarles para establecer las mejores técnicas e instrumentos que se aplicara en la investigación.

Operacionalización de variables

Variable independiente: Inclusión Financiera a los vendedores del Mercado Amazonas

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e Instrumentos
Productos y servicios financieros accesibles para este sector de vendedores del Mercado Amazonas	Productos financieros	<p>Vendedores que han obtenido crédito en el Sistema Financiero Formal / El total de Vendedores del Mercado Amazonas * 100</p> <p>Vendedores de X actividad económica / el total de vendedores del mercado Amazonas * 100</p>	<p>¿Conoce Ud., Los productos de ahorro y crédito que les ofrecen los bancos a los vendedores?</p> <p>¿Conoce a que interés le cobra el banco en un crédito?</p> <p>¿Cuánto tiempo trabaja en el mercado?</p> <p>¿Cuál es el giro de comercio al que se dedica?</p>	<p>Técnica: Encuesta aplicada a los vendedores del mercado amazonas</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>

Imagen 2 Operacionalización de la Variable Independiente

Autora: Rocío Aguirre

Fuente: Investigación de campo

Variable dependiente: Acceso al Financiamiento Crediticio Formal

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e Instrumentos
El financiamiento actual que obtienen los vendedores en un alto porcentaje es al margen del sistema financiero	Asociatividad Microcrédito de libre disponibilidad	(Núm. de vendedores asociados / núm. total de vendedores) x 100 % Nro. De vendedores que han accedido al Crédito Informal / total de vendedores del mercado Amazonas Nro. De vendedores con planes de expansión del negocio/ total de vendedores del Mercado Amazonas. Nro. De vendedores con acceso al crédito / total de vendedores del Mercado Amazonas.	¿Pertenece a alguna organización legalmente constituida? ¿Qué tipo de financiamiento utiliza para complementar las actividades comerciales? ¿Por qué utiliza o utilizaría el crédito informal sobre un o de una institución financiera? ¿En el caso de obtener un crédito cual sería la frecuencia de pago que mejor se adapta a sus necesidades? ¿Según su disponibilidad de tiempo, donde se facilitaría realizar el pago de un crédito? ¿Tiene planes de expandir su emprendimiento o negocio? Estaría Ud. dispuesto a recibir un crédito de VisionFund que le de facilidades en cuanto a requisitos, monto y tasa de interés, ¿así como a periodicidad y lugar de pago con una capacitación previa para mejorar su negocio?	Técnica: Encuesta aplicada a los vendedores del mercado amazonas Instrumento: cuestionario

Imagen 3. Operacionalización de la Variable Dependiente

Autora: Rocío Aguirre

Fuente: Investigación de campo

Procedimiento de recolección de la información

El procedimiento que se aplicará para recolección de información necesaria para esta investigación estará en su totalidad realizada por mi persona en calidad de investigadora con el fin de que la recolección, análisis e interpretación de los resultados sean los objetivos posibles.

Las personas que serán objeto de las encuestas para la elaboración del presente trabajo de investigación serán en un total de 66 tratando que sean de diferentes zonas del mercado, así como de diferentes tipos de comercio.

Las técnicas que se emplearan en el proceso de recolección de la información además de la información y entrevistas no estructuradas son las encuestas dirigidas a los vendedores propietarios de los puestos del mercado

La correcta estructuración y utilización de las encuestas aplicadas en el presente procedimiento de recolección de la información garantiza la veracidad y confiabilidad de los resultados obtenidos que serán utilizados como insumo para la estructuración del producto de Microcrédito del Banco VisionFund Ecuador en la sucursal Ibarra.

Procesamiento de la Información

Los datos recabados con las encuestas se procesarán en función de los siguientes aspectos:

- Recolección de información en campo en diversos puntos del mercado.
- Revisión de la información recogida, esto es para realizar una limpieza de información identificando la que este defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección. En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Ordenamiento y Tabulación de la información.

- Análisis estadístico de los datos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de la información recabada.
- Formulación de conclusiones que serán insumos para la propuesta del producto financiero

Resultados del diagnóstico de la situación actual

Con el objetivo de identificar las necesidades y condiciones de financiamiento de los vendedores del mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra, que permita establecer los factores para la definición de un producto de microcrédito que se ajuste a sus necesidades, se planteó una encuesta cuyos resultados son los siguientes:

Pregunta Núm. 1

Datos generales con respecto a sexo y estado civil

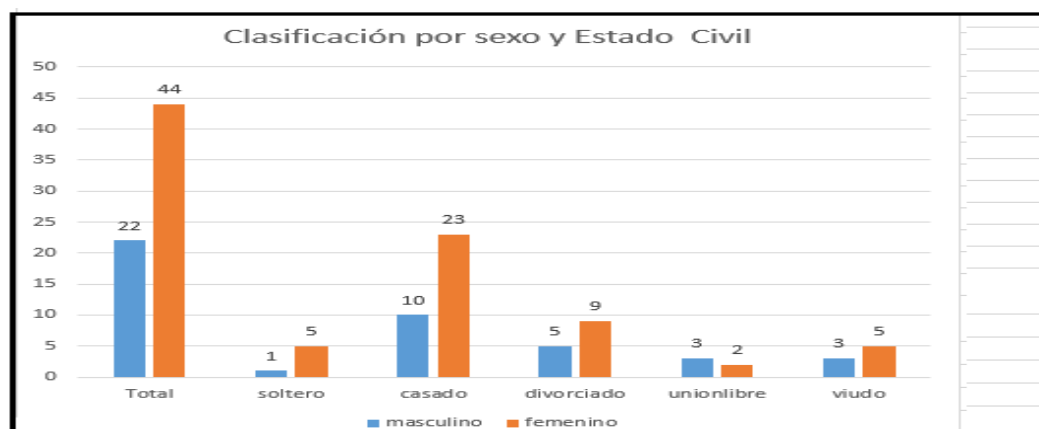
Tabla 5 Clasificación por Sexo y Estado Civil

Sexo	Total	Soltero	Casado	Divorciado	Unión Libre	Viudo
Masculino	22	33.33%	1	10	5	3
Femenino	44	66.67%	5	23	9	2
TOTAL	66	100.0 %	9.09%	50%	21.21%	7.58%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 3. Clasificación por Sexo y Estado Civil



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 66.67 % de los vendedores son mujeres de las cuales la gran mayoría son casadas; el 33.33 % son hombres de los cuales poco menos del 50% son casados

Interpretación

El 50 % de los encuestados son casados de los cuales la mayoría son mujeres que estadísticamente son mejores pagadores, uno de los requisitos para acceder a los puestos del mercado es específicamente que tengan formación de la unidad familiar lo cual bajo este análisis estas condiciones se cumplirían.

Pregunta Núm. 2

¿Cuenta Ud. con un puesto de venta propio o arrendado?

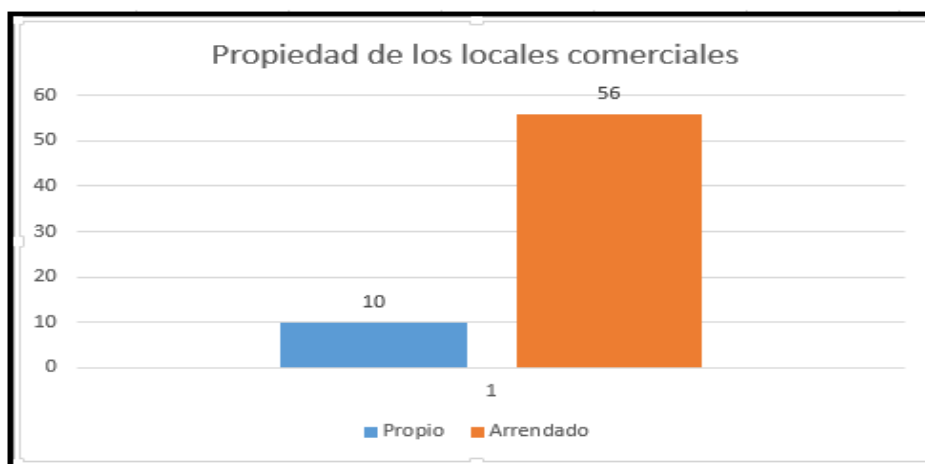
Tabla 6. Propiedad de los locales comerciales

Opción	Total	Porcentaje
Propio	10	15.15%
Arrendado	56	84.85%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 4. Propiedad de los locales comerciales



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 84.85 % de los vendedores pagan un arriendo al municipio de Ibarra y únicamente el 15.15 % son dueños de sus locales en algunos casos como uso de suelo y en otros como propiedad horizontal.

Interpretación

El 84.85% de los vendedores del Mercado Amazonas se rigen a la Ordenanza Municipal de Arrendamiento de los puestos de trabajo, en sus diversas actividades económicas, esta ordenanza contiene los requisitos para acceder a los diversos puestos del Mercado así como las condiciones para su renovación o cancelación del contrato.

Pregunta Núm. 3

¿Cuánto tiempo lleva laborando en este sitio?

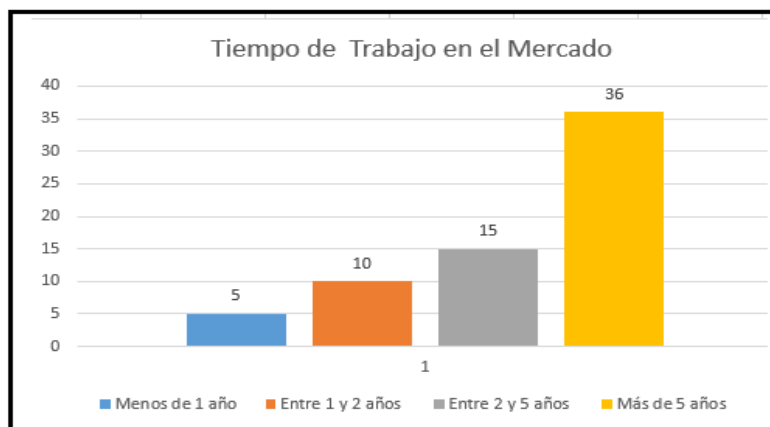
Tabla 7. Tiempo de trabajo en el Mercado

Descripción	Total	Porcentaje
Menos de 1 año	5	7.58
Entre 1 y 2 años	10	15.16
Entre 2 y 5 años	15	22.72
Más de 5 años	36	54.54
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 5. Tiempo de trabajo en el Mercado



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 54.54 % de los vendedores encuestados trabajan en el mercado por más de 5 años, el 37.88 % trabaja entre uno y 5 años y únicamente el 7.58 % menos de un año que es mínimo y demuestra la poca rotación de vendedores que existe.

Interpretación

El 77.26 % de los vendedores encuestados trabajan en el mercado por más de 2 años y únicamente el 7.58 % menos de un año, lo que quiere decir que la gran mayoría de los vendedores tienen una antigüedad que demuestra que sus negocios son sostenibles en el tiempo.

Pregunta Num.4

¿Pertenece a alguna agrupación o asociación?

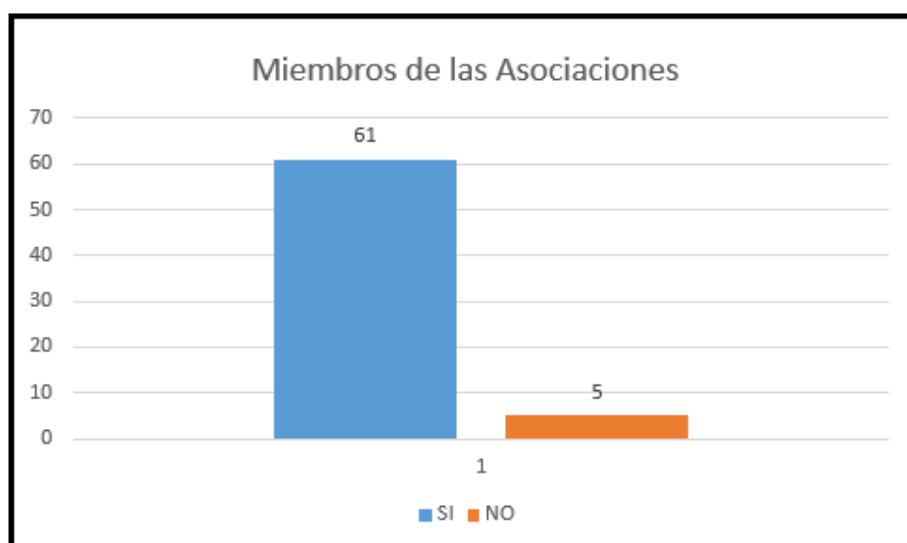
Tabla 8. Miembros de asociaciones

Descripción	Total	Porcentaje
SI	61	92.42%
NO	5	7.58%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 6. Miembros de Asociaciones



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 92.42 % de los vendedores encuestados pertenece a una de las 30 asociaciones que existen el mercado amazonas y el 7.58% que no son parte de una manifiestan que a corto plazo se unirán a una de las asociaciones existentes.

Interpretación

La gran mayoría de los vendedores encuestados pertenece a una de las 30 asociaciones que existen el mercado amazonas, los pocos que no pertenecen a una asociación es por desconocimiento y por ser nuevos en el mercado, los vendedores que no son parte de ninguna asociación tienen interés de formar parte de una de ellas; aspecto que es positivo para el proyecto en vista que se podría realizar acercamientos con los representantes de estas asociaciones para optimizar el trabajo de inclusión financiera con los vendedores.

Adicionalmente para identificar las opciones de financiamiento al cual tienen acceso los vendedores del mercado amazonas que permitan determinar las causas que están limitando el crecimiento y potencialización de sus emprendimientos, se plantearon en la encuesta las siguientes interrogantes:

Pregunta Num.5

¿Cuál es el giro de comercio al que se dedica?:

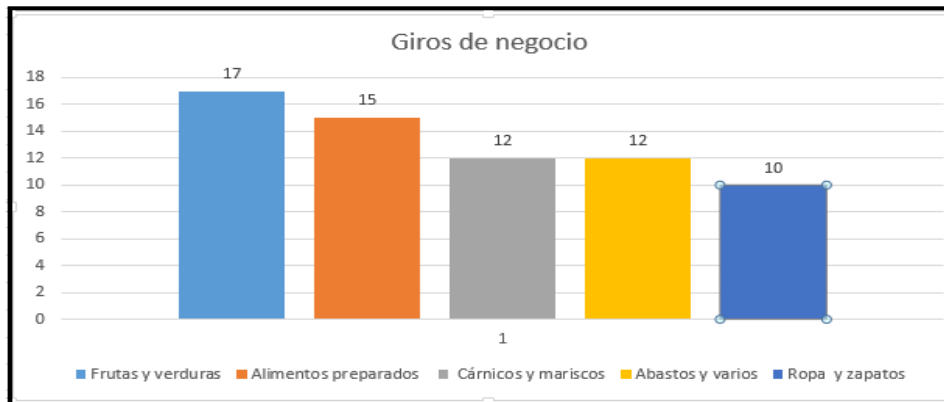
Tabla 9. Giro del Negocio

Descripción	Total	Porcentaje
Frutas y verduras	17	25.76%
Alimentos preparados	15	22.73%
Cárnicos y mariscos	12	18.18%
Abastos y productos varios	12	18.18%
Ropa y zapatos	10	15.15%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 7. Giro del Negocio



Elaborado por: Rocío Aguirre (2019)
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

Los diferentes tipos de negocio están distribuidos de manera regular, el 25.76% que es el más alto está dedicado a la comercialización de frutas y verduras y el 15.15 % que es el más bajo a ropa y zapatos

Interpretación

El mercado tiene zonas bien definidas en cuanto al giro del negocio, áreas que son similares en espacio físico, así como en número de puestos de trabajo de los cuales el único que tiene cierto grado de temporalidad es el de ropa y zapatos como lo es en época escolar, navidad, día de la madre y otras fechas en particular; mientras que los otros giros de negocios mantienen ventas similares en todo el año.

Pregunta Núm. 6

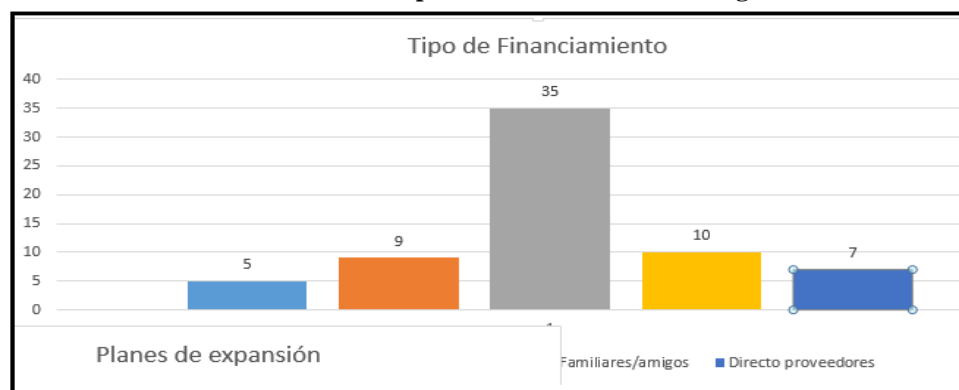
¿Cómo financia su negocio?

Tabla 10. Tipo de Financiamiento del negocio

Descripción	Total	Porcentaje
Préstamo bancario	5	7.58%
Préstamo de cooperativas	9	13.63%
Préstamos informales	35	53.03%
Préstamo de familiares o amigos	10	15.15%
Crédito directo de proveedores	7	10.61%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 8. Tipo de Financiamiento del negocio



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 53.03 % de los vendedores financia el giro de su negocio con prestamistas informales que ofrecen dinero en todo el mercado a plazos cortos y con tasas muy altas; Únicamente el 21.21 % de los vendedores acude a entidades financieras legalmente autorizadas y controladas por los organismos de control competentes. El 25.26% cuando necesita dinero lo hace a través de familiares o directamente con el proveedor de su materia prima que cobra su dinero en la próxima entrega.

Interpretación

El 53.03 % de los vendedores financia el giro de su negocio con prestamistas informales que ofrecen dinero al instante en todo el mercado a plazos cortos y con tasas muy altas que por tener la modalidad de cobros diarios en su gran mayoría dan la apariencia de ser muy flexibles, pero que si los analiza a detalle están muy por encima de las tasas permitidas; Únicamente el 21.21 % de los vendedores acude a entidades financieras legalmente autorizadas y controladas por los organismos de control competentes.

Los vendedores que utilizan el crédito directo con los proveedores tiene como plazo de pago la próxima entrega de la materia prima, lo que conlleva a que se cree un vínculo con estos proveedores que en muchos casos no les asigna el producto en las mejores condiciones por el hecho de darles a crédito.

Pregunta Núm. 7

Tiene planes de aumentar su materia prima y/o expandir su negocio?

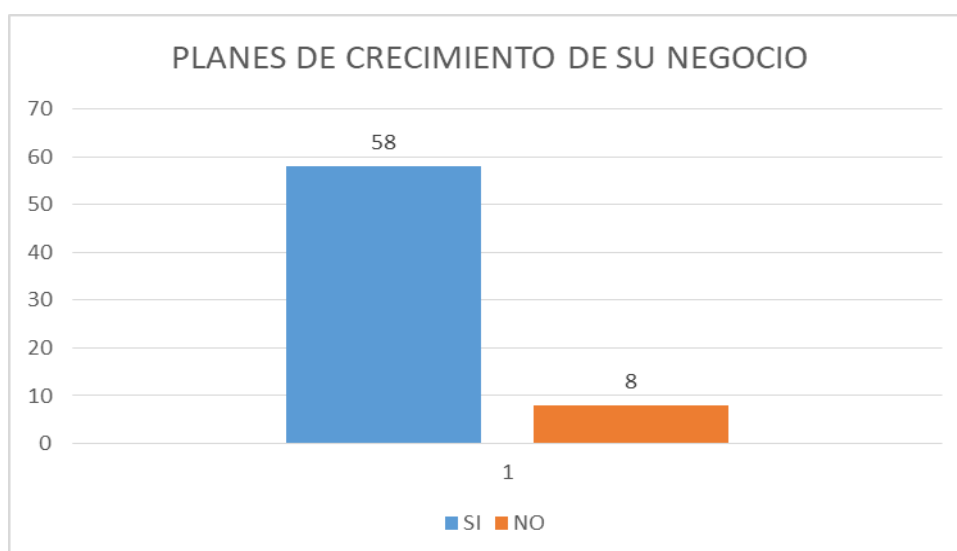
Tabla 11. Planes de Incremento del Negocio

Descripción	Total	Porcentaje
SI	58	87.88%
NO	8	12.12%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 9. Planes de Incremento del Negocio



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 87.88% de los encuestados manifiesta tener planes de incrementar su materia prima e incluso ampliar su negocio en cuanto a diversidad o cantidad de productos; el 12.12 % manifiesta que no tiene planes para incrementar su negocio.

Interpretación

El 87.88% de los encuestados manifiesta tener planes de incrementar su materia prima e incluso ampliar su negocio en cuanto a diversidad o cantidad de productos; esto en vista que al momento no están bien provistos de lo necesario para dar una buena atención o en su defecto cuentan con espacio físico para proceder con esto; el 12.12 % manifiesta que no tiene planes para incrementar su

negocio por cuanto el espacio físico no le permite, pero cuando se haga realidad el proyecto del nuevo Mercado Amazonas lo tendrán que hacer por cuanto las nuevas condiciones físicas es necesario.

Pregunta Núm. 8

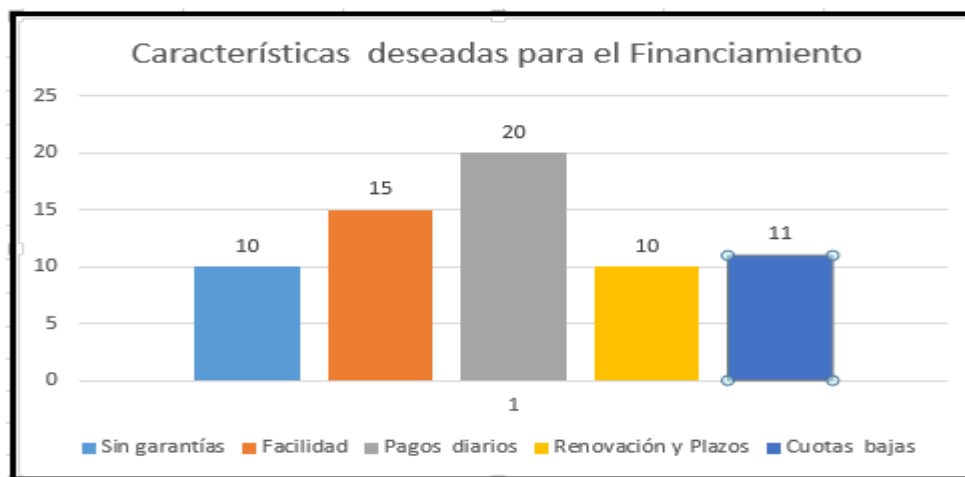
¿Por qué utiliza o utilizaría el crédito informal sobre uno de una institución financiera?

Tabla 12. Características deseadas para el Financiamiento del negocio

Descripción	Total	Porcentaje
No requiere garantías	10	15.15%
Facilidad y rapidez	15	22.73%
Pagos diarios o semanales	20	30.30%
Renovación y Plazos	10	15.15%
Cuotas bajas	11	16.67%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 10. Características deseadas para el Financiamiento del negocio



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 30.30 % de los encuestados desea que el cobro de los créditos sea diario como rubro más destacable y que está muy por encima de aquellos que dan importancia las garantías que son el 15.15%.

Interpretación

La mayoría de vendedores vive al día con su ingresos y egresos, buscan que el financiamiento sea igual de rotativo en cuanto al pago, lo que se puede apreciar en el 30.30 % de los encuestados que desea que el cobro de los créditos sea diario y en su puesto de trabajo.

Por la modalidad y dinámica del mercado los vendedores no pueden abandonar desde las 06h00 que llegan hasta las 18h00 que terminan su jornada laboral y es por esto que valoran el tema de la facilidad y rapidez para obtener financiamiento, renovación de los créditos, así como pagos de los mismos.

Pregunta Núm. 9

¿Sus ventas permiten cubrir sus deudas a corto plazo?

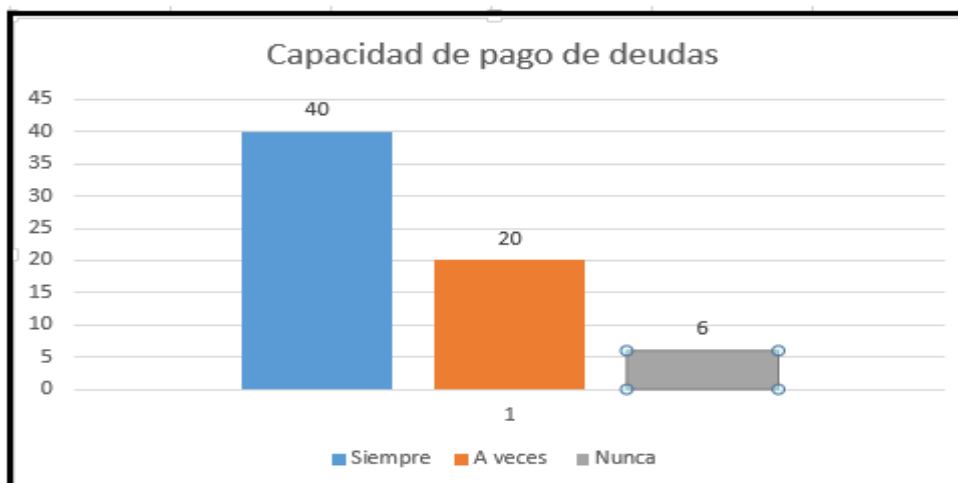
Tabla 13. Capacidad de Pago de deudas

Descripción	Total	Porcentaje
Siempre	40	60.61%
A veces	20	30.30%
Nunca	6	9.09%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 11. Capacidad de Pago de deudas



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 60.61% de los encuestados manifiestan que pagan sus deudas a tiempo con lo que les produce su negocio, el 30.30% en cambio manifiestan que hay días o temporadas que se les complica pagar sus deudas y únicamente el 9.09% aseguran que los ingresos no les alcanza para pagar el financiamiento que obtuvo para su negocio

Interpretación

El 60.61% de los encuestados manifiestan que pagan sus deudas a tiempo con lo que les produce su negocio, aspecto que es positivo para el proyecto, el 30.30% que manifiesta que hay días o temporadas que se les complica pagar sus deudas pero igual se igualan con esto así que la temporalidad del negocio cambia y únicamente el 9.09 % aseguran que los ingresos no les alcanza pagar y que han tenido problemas con los prestamistas y que para evitar esto han tenido que recurrir a otras fuentes de financiamiento.

Pregunta Núm. 10

Conoce Ud., ¿los productos y servicios que ofrecen los Bancos para los vendedores?

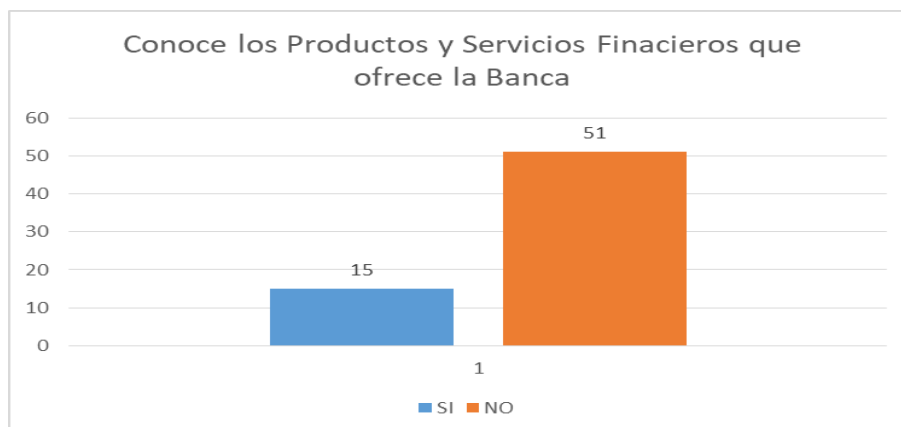
Tabla 14 Conoce los productos y Servicios Financieros que ofrece la Banca

Descripción	Total	Porcentaje
SI	15	22.73%
NO	51	77.27%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 12. Conoce los productos y Servicios Financieros que ofrece la Banca



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 22.73% de los encuestados responden que conocen los productos y servicios financieros que ofrece la banca, mientras que el 77.27% responden no conocer sobre lo que ofrece la Banca a este nicho de mercado.

Interpretación

El 77.27% de los encuestados responden no conocer los productos y servicios financieros que ofrece la Banca, a pesar de los medios publicitarios que hace uso el sistema financiero nacional para todos los nichos de mercado en donde tiene presencia, el 22.73% responden que si lo conocen puesto que en algunos casos han hecho uso de los mismos los que coinciden con el acceso al crédito formal una de las preguntas planteadas en la presente encuesta.

Pregunta Núm. 11

En el caso de obtener un crédito cual sería la frecuencia de pago que mejor se adapta a sus necesidades:

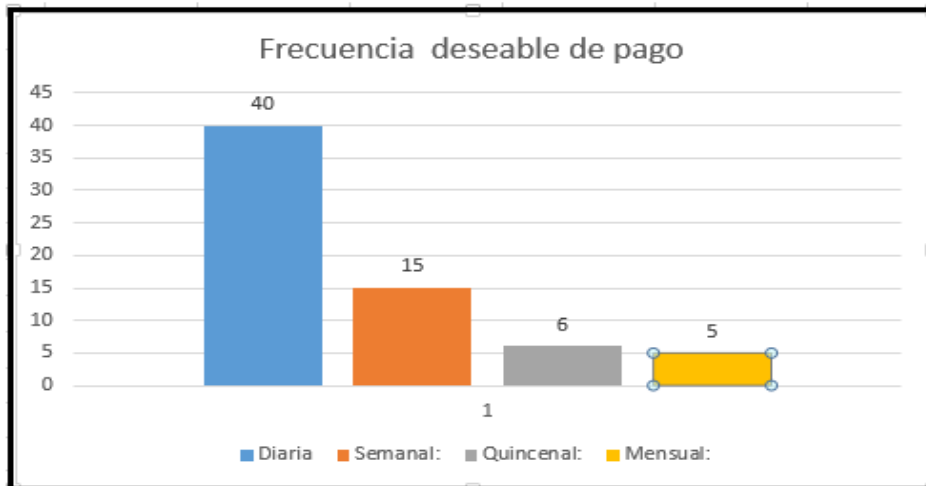
Tabla 15. Frecuencia deseable de Pago

Descripción	Total	Porcentaje
Diaria	40	60.60%
Semanal:	15	22.72%
Quincenal:	6	9.09%
Mensual:	5	7.58%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 13. Frecuencia deseable de pago



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 60.60 % de los encuestados manifiesta que la forma de pago que más se ajusta a sus necesidades es con periodicidad diaria, la preferencia semanal también es significativa con un 22.75 % de los encuestados, mientras que la periodicidad mensual es la más baja con el 7.58 %.

Interpretación

El 60.60 % de los encuestados manifiesta que la forma de pago que más se ajusta a sus necesidades es con periodicidad diaria, por cuanto la gran mayoría de vendedores trabaja con cantidades relativamente bajas y en efectivo por cada día de trabajo; La preferencia por pagos semanales también tiene un alto porcentaje de aceptación por cuanto mucha de las provisiones de productos y materia prima se lo hace con esta periodicidad.

La periodicidad de los pagos tradicionales que se aplica en las entidades financieras que es mensual o quincenal no es práctica para los vendedores que su gran mayoría administran sus finanzas de manera diaria.

Pregunta Núm. 12

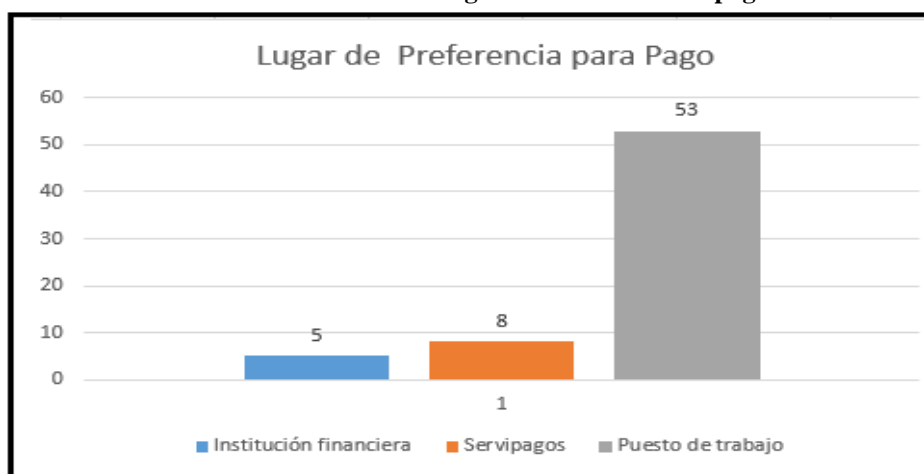
¿Según su disponibilidad de tiempo donde se facilitaría realizar el pago de un crédito?

Tabla 16. Lugar de Preferencia de pago

Descripción	Total	Porcentaje
Institución financiera	5	7.58%
Servipagos	8	12.12%
Puesto de trabajo	53	80.30%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 14. Lugar de Preferencia de pago



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 80.30 % de los encuestados prefiere que el cobro de las cuotas sea de manera directa en sus puestos de trabajo por cuanto es muy complicado ausentarse de los mismos. El 12.12% de los encuestados que prefieren realizar sus pagos en Servipagos. El 7.58% que paga en instituciones financieras en su gran mayoría es por la cercanía que tienen al mercado.

Interpretación

El 80.30 % de los encuestados prefiere que el cobro de las cuotas sea de manera directa en sus puestos de trabajo por cuanto es muy complicado ausentarse de los mismos. El 12.12% de los encuestados que prefieren realizar sus pago en Servipagos manifiestan que es por la flexibilidad de horario que tienen en esta

entidad que les permite realizar estos pagos hasta las 20h00 y que además está muy cerca al mercado amazonas. El 7.58% que paga en instituciones financieras en su gran mayoría es por la cercanía que tienen al mercado, pero si esto no es así se les complica mucho

Pregunta Núm. 13

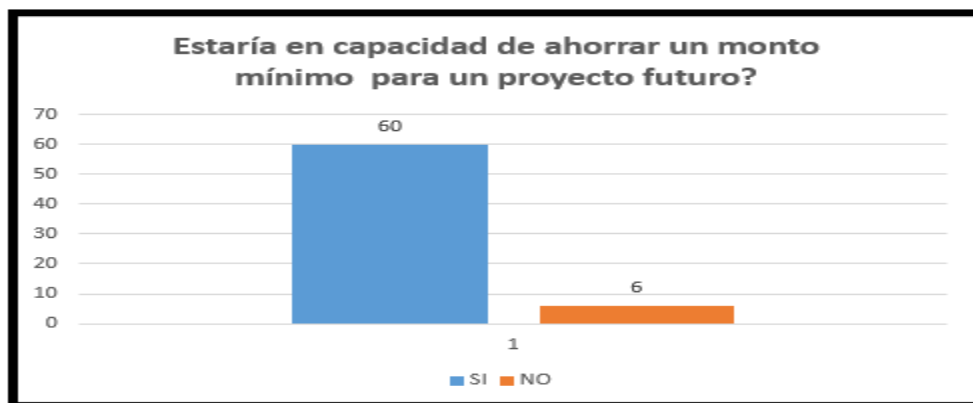
¿Estaría en capacidad de ahorrar un monto mínimo para un proyecto futuro?

Tabla 17. Capacidad de Ahorro

Descripción	Total	Porcentaje
SI	60	90.09%
NO	6	9.01%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 15. Capacidad de Ahorro



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)
Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 90.09 % de los encuestados está de acuerdo y tiene la capacidad de ahorrar un monto mínimo, el 09.01 % no tiene o no está dispuesto a ahorrar.

Interpretación

De los encuestados nueve de cada diez está de acuerdo y tiene la capacidad de ahorrar un monto mínimo mientras paga su crédito, solo uno de cada diez no acepta y no tiene idea de los beneficios de ahorrar.

El no tener un programa de capacitación esto ha limitado que las personas en un 90% desconocen del producto de ahorro.

Pregunta Núm. 14

¿Conoce o ha escuchado hablar de los microcréditos que ofrece el Banco VisionFund Ecuador o de otros bancos?

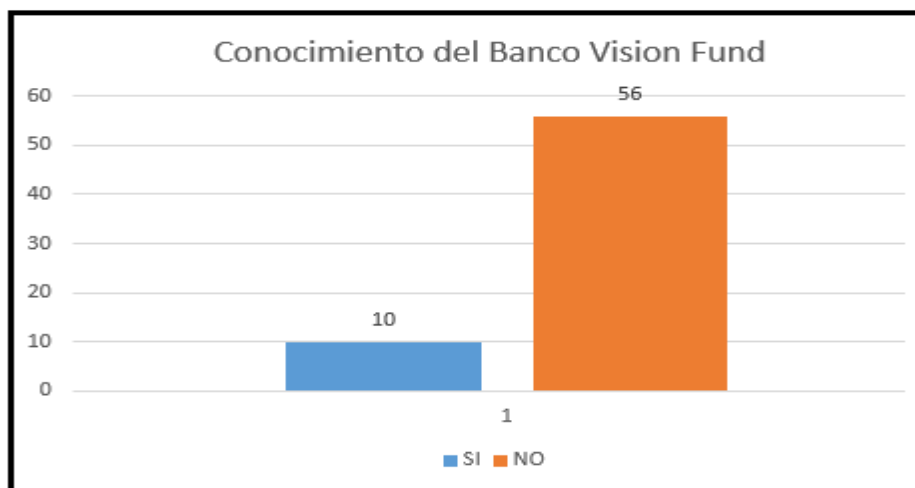
Tabla 18. Conocimiento del Microcrédito que ofrecen los Bancos

Descripción	Total	Porcentaje
SI	10	15.15%
NO	56	84.85%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 16. Conocimiento del Producto de Microcrédito



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 15.15 % de los encuestados afirma conocer sobre los microcréditos que ofrece el Banco VisionFund Ecuador o de otros bancos, mientras que el 84.85 % desconoce totalmente del Banco y sus beneficios.

Interpretación

El 15.15 % de los encuestados afirma conocer sobre los microcréditos que ofrece la Banco esto serán las personas que de alguna u otro manera han accedido

a este tipo de operaciones sin embargo el 84.85% desconoce de este producto y de sus beneficios que oferta la banca y en especial el Banco VisionFund Ecuador.

Pregunta Núm. 15

¿Estaría Ud. dispuesto a recibir un crédito de VisionFund que le de facilidades en cuanto a requisitos, monto y tasa de interés, así como a periodicidad y lugar de pago con una capacitación previa para mejorar su negocio?

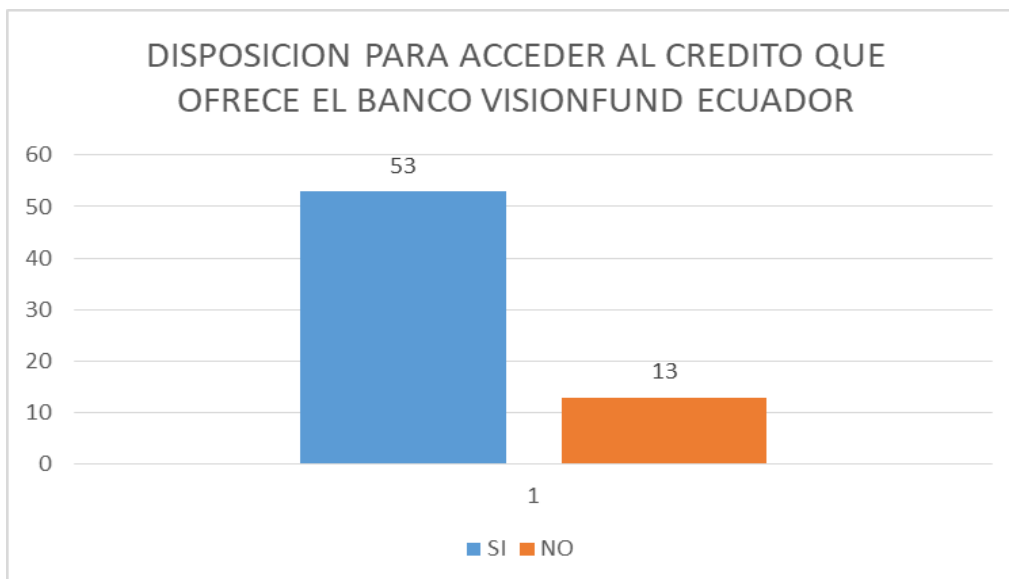
Tabla 19. Disposición para obtener un crédito del Banco VisionFund Ecuador

Descripción	Total	Porcentaje
SI	53	80.30%
NO	13	19.70%
Total	66	100%

Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Gráfico 17. Disposición para obtener un crédito del Banco VisionFund Ecuador



Elaborado por: Rocío Aguirre (2020)

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis

El 80.30% de los encuestados manifiesta su aceptación para obtener un crédito que se ajuste a sus necesidades por parte de VisionFund Ecuador; el 19.70% manifiesta que no le interesa un crédito en esta institución.

Interpretación

El 80.30% de los encuestados manifiesta su aceptación para obtener un crédito formal que se ajuste a sus necesidades por parte del Banco VisionFund Ecuador y de esta manera obtener ventajas y beneficios que ofrece la inclusión financiera a este nicho de mercado, enfocado a un programa de educación financiera que le permita una adecuada toma de decisiones que le contribuye a mejorar sus finanzas; el 19.70% manifiesta que no le interesa un crédito en esta institución básicamente porque tiene dudas si el producto se ajustará a sus necesidades o por que ya operan con otras entidades financieras.

En base a los resultados obtenidos se define las características principales del diagnóstico actual de los vendedores del mercado Amazonas:

RESUMEN DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LOS VENEDORES DEL MERCADO AMAZONAS	
Preg 6 Como financia su negocio, el 53.03% tienen créditos informales, el 15.15% prestamos con familiares y el 10.61% con los proveedores.	Los vendedores del Mercado Amazonas se mantienen en la informalidad por falta de conocimiento financiero, administrativo y capacidad de ahorro, lo que impide el aumento de capital al no ser sujetos de financiamiento en el sistema financiero formal que les permita desarrollar su actividad comercial.
Preg. 8 el 30.30% de los encuestados usan el crédito informal por la modalidad pagos diarios el 22.73% por la facilidad y rapidez con la que les atienden el 15.15% por que no se les requiere garantías	Los vendedores financian el giro de su negocio con prestamistas informales que ofrecen dinero al instante a plazos cortos y con tasas muy altas, pero que por tener la modalidad de cobros diarios en su gran mayoría dan la apariencia de ser muy flexibles, pero si es que existen retrasos la forma de cobro puede ser a través de intimidación y amenazas de todo tipo.

<p>Preg. 10 el 77.27% no conoce los productos y servicios que ofrece el Sistema Financiero y la</p>	<p>La mayoría de vendedores desconocen los productos y servicios financieros que oferta la banca, por lo que no han accedido a ellos, se denota la falta de inclusión financiera puesto que no saben de los beneficios de obtener un crédito formal a una tasa autorizada por los ente de control.</p>
<p>Preg. 12 el 80.30% prefiere que los cobros del crédito se lo realice en su puesto de trabajo.</p>	<p>De las encuestas se obtiene que los vendedores prefieren que el cobro de las cuotas sea de manera directa en sus puestos de trabajo por cuanto es muy complicado ausentarse de los mismos y preferentemente con una periodicidad diaria o en algunos casos semanales, son muy pocos que pagarían de manera quincenal y casi nadie mensual, como lo son en la gran mayoría de productos crediticios que ofrecen las entidades financieras tradicionales.</p>
<p>Preg. 13 el 90.09% responden estar en la capacidad de ahorrar para un proyecto futuro.</p>	<p>El ahorro es un tema es muy importante y un aspecto en el que hay que trabajar mucho previo al lanzamiento del producto, debido a que la metodología de crédito comunal demanda de un ahorro que además de generar los beneficios propios de esta práctica</p>
<p>Preg. 15 el 80.30% de los vendedores del Mercado Amazonas están dispuestos acceder a un crédito formal que tenga características especiales para este nicho de mercado.</p>	<p>Los vendedores del Mercado Amazonas están dispuestos a acceder a un financiamiento formal por parte del Banco VisionFund Ecuador que le de facilidades en cuanto a requisitos, montos, y tasas de intereses así como la periodicidad y lugar de pago acompañado de una adecuada capacitación sobre temas de mejora de su negocio</p>

CAPÍTULO III

PRODUCTO / RESULTADO

Propuesta de solución al problema:

Nombre de la Propuesta:

CREACIÓN DE UN PRODUCTO DE MICROCRÉDITO Y AHORRO COMUNAL EN VISIONFUND ECUADOR PARA LOS VENEDORES DEL MERCADO AMAZONAS

Contribución de la propuesta

El producto crediticio que se plantea deberá ajustarse a las necesidades particulares de los vendedores de mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra permitiendo:

- Lograr que el financiamiento de sus operaciones comerciales en condiciones financieras adecuadas para potenciar sus negocios
- Motivar e incentivar la cultura del ahorro como fuente de inversión.
- Mejorar la seguridad al interior del Mercado Amazonas como consecuencia de eliminar o reducir el financiamiento ilegal.
- Crear fuentes de trabajo directas e indirectas por el crecimiento de los emprendimientos y negocios.

Este producto de microcrédito permitirá al Banco VisionFund Ecuador:

- Incrementar los activos productivos.
- Incentivar una cultura de responsabilidad social de la institución con la ciudad.

- Generar una cultura de ahorro en sus clientes.
- Fortalecer la confianza y solidaridad entre los miembros de los grupos que se conformen.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus clientes y potenciales nuevos clientes del Banco.
- Fortalecer las habilidades y capacidades de autogestión de la cartera vigente.

Elementos que lo conforman:

- **Beneficiarios:** Vendedores del mercado Amazonas
- **Ubicación:** Mercado Amazonas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura
- **Tiempo estimado de ejecución:**
 - **Inicio:** enero 2021
 - **Fin:** octubre de 2021
- **Equipo responsable**
 - **Investigadora:** Rocío Aguirre
 - **Vendedores:** 2.225 vendedores del mercado amazonas

Viabilidad

La creación de un producto financiero de microcrédito y ahorro comunal en el Banco Visión Fund orientado para los vendedores del mercado Amazonas es viable, puesto que es una Institución que tiene experiencia en este tipo de productos financieros y se cuenta con acceso a la información del mismo en cuanto a metodología y análisis del crédito; así como la del grupo objetivo, al haber identificado en campo sus necesidades financieras.

Viabilidad Jurídica

La Constitución del Estado en la cual señala que si bien el crédito por sí solo no es suficiente para impulsar el desarrollo económico del país, si permite que los pobres adquieran su activo inicial y utilicen su capital humano y productivo de la manera más rentable. Las microfinanzas han promovido el desarrollo de las

microempresas y estas a su vez, han contribuido a una mayor generación de ingresos y de empleo.

La ley de Instituciones del Sistema Financiero para el control de las instituciones que hacen intermediación financiera de microcrédito rige las normas de solvencia y prudencia financiera establecidas en la Ley General de Instituciones financieras, Decreto Ejecutivo 354 y por la normativa constante en la Codificación de Resoluciones emitidas por la Junta de Regulación Financiera y Monetaria, y la Superintendencia de Bancos a través de las Normas Generales para las Instituciones del Sistema Financiero. Título IX de los Activos y de los Límite de Crédito Capítulo de Calificación de Activos de Riesgo y constitución de provisiones por parte de las entidades controladas por la Superintendencia de Bancos.

La implementación del presente producto crediticio en el Banco VisionFund Ecuador es viable por cuanto su metodología y tecnología de Microcrédito ha sido aprobada por el organismo de control, las tasas de interés se enmarcan dentro de las aprobadas por el Banco Central del Ecuador para este segmento de crédito.

Viabilidad Técnica

El Banco VisionFund Ecuador cuenta con procesos y tecnología para la implementación de este nuevo producto desarrollado para atender a los Vendedores del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra, como un producto diseñado a cubrir sus necesidades de financiamiento formal, con un sistema de atención personalizada con los recursos que este producto requiere.

Viabilidad Socio Económica

La sostenibilidad del producto se basa en la metodología aplicarse como es la de Banca Comunal la misma que garantiza el pago oportuno a través de la solidaridad y apoyo de sus integrantes y el impacto social de atención a este nicho de mercado no atendido por el resto de entidades financieras lo cual es una oportunidad de posicionamiento para el banco para expandir este producto a otros sectores con iguales características.

FODA	
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Entrega de productos y servicios de calidad. · Precios accesibles del mercado · Asociaciones que representan a los Vendedores. · Organizaciones de los servicios. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> · Alta concurrencia de clientes · Fortalecer el capital de trabajo · Acceso a financiamiento formal · Incrementar la demanda de productos y servicios
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> · Insuficiente capacitación en temas financieros · Desconocimiento de la gestión de sus negocios · Infraestructura de las instalaciones del mercado básica · Acceso a crédito en el mercado informal 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Deficiencia en política pública de mercados. · Inseguridad por personas que se infiltran en los mercados. · Competencia entre los mismos vendedores por los puestos y productos de expendio · Competencia de otros mercados o lugares de expendio de los mismos productos

La Competencia

Dentro del financiamiento al cual han accedido los vendedores del Mercado Amazonas se encuentran:

Bancos	7.58%
Cooperativas	13.63%

En el Sector se encuentran varios Bancos Nacionales entre ellos:

- Banco Pichincha
- Banco de Guayaquil
- Banco Solidario
- Banco Internacional
- Banco Produbanco

Y Cooperativas del sector con mayor presencia:

- Cooperativa 23 de Julio
- Cooperativa 29 de Octubre

- Cooperativa Policía Nacional
- Cooperativa Cooprogreso
- Cooperativa Atuntaqui
- Cooperativas de otros segmentos

A Pesar de ser algunas las entidades que tienen presencia en la ciudad no han atendido a este nicho de mercado, el producto de crédito que ofrecen es el Microcrédito tradicional que oscila en la tasa tope del Banco Central que oscila entre el 22% al 30%.

Objetivo de la Propuesta:

Desarrollar un producto de microcrédito que se ajuste a las necesidades particulares de los miembros del mercado amazonas de la ciudad de Ibarra que permita reposicionar sus emprendimientos y lograr mejorar su calidad de vida.

Objetivos específicos

- Establecer el proceso de desarrollo de las Etapas del producto de Banco VisionFund Ecuador.
- Diseñar el Producto de Microcrédito bajo la metodología de banca Comunal que permita el acceso al financiamiento a los vendedores del Mercado Amazonas.
- Evaluar el impacto Financiero para el Banco con la implementación de este nuevo producto.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA:

ETAPAS PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

La presente propuesta considera nueve etapas secuenciales que han sido consideradas para el desarrollo del producto de micro crédito en el Banco VisionFund Ecuador y que se detallan a continuación:

1. Investigación de Mercado, definir las características y particularidades del mercado.

2. Desarrollo del Producto. - Levantar la propuesta del producto en función del mercado objetivo.
3. Operatividad, Aprobación e Implementación del Proceso del Producto de Microcrédito
4. Promoción del producto
5. Organización y formación de grupos objetivos para el nuevo producto
6. Programa de Capacitación de los grupos
7. Desembolso del producto
8. Recuperación y seguimiento
9. Cierre de ciclo

A continuación, se detallan los objetivos, acciones y resultados a obtener en cada una de las etapas del desarrollo del nuevo Producto.

Imagen 4. Etapas para el Desarrollo del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal

No.	ETAPA	OBJETIVOS	ACCIONES	RESULTADO
1	Investigación de mercado	Investigar la forma de organización.	Reconocimiento de las zonas, sectores y tipos de comercio.	Elaborado en la fase de diagnóstico de la Situación actual-investigadora
		Recabar información sobre las actividades económicas.		
		Identificar líderes y personas influyentes.	Identificación de las zonas, los sectores y formas de organización que tienen los vendedores.	Elaborado en la fase de diagnóstico de la Situación actual-investigadora
		Informarse sobre la experiencia de los vendedores con préstamos.		
		Evaluar la solidaridad y las relaciones comunitarias entre los vendedores	Estudio de zonas, sectores y tipos de vendedores seleccionados	Elaborado en la fase de diagnóstico de la Situación actual-investigadora
		Definir fortalezas, debilidades, oportunidades y		

		amenazas.		
2	Desarrollo del Producto	Evaluar el Informe de la Investigación del Mercado para el desarrollo del Producto	Identificar las necesidades de la Investigación del Mercado, zonas, sectores y formas de organización de los vendedores	Elaborado en la fase de diagnóstico de la Situación actual-investigadora
		Levantar la Propuesta del Producto de Microcrédito y las características del mismo para el mercado objetivo	Realizar un borrador de propuesta del Producto en base a la Investigación de mercado	Elaborado en la fase de diagnóstico de la Situación actual-investigadora
		Desarrollar el Proceso del Producto en base a la normativa interna de Visión Found	Identificar las características y atributos del producto de Microcrédito	Lista de características y atributos del productos
		Preparar presentación del nuevo producto con sus correspondientes atributo y características para el grupo objetivo		Registro del Proceso de nuevo producto
3	Operatividad, Aprobación e Implementación del Proceso del Producto de Microcrédito	Describir la Operatividad del Producto y las personas que intervienen	Desarrollar los flujogramas del proceso del producto en donde participa el cliente	Flujograma de apertura de cuenta y del proceso del crédito
		Aprobación del Nuevo Producto por parte de la Gerencia General	Proceso de revisión de las áreas internas del banco y aprobación de la gerencia	Producto aprobado

		Implementación del Producto	Parametrización del nuevo Producto, Definición de responsables de la aplicación, evaluación y control	Implementación del nuevo Producto
4	Promoción del producto	Presentar al Banco con sus servicios y beneficios.	Acercamiento a los vendedores.	Estrategias de la unidad de marketing
		Lograr a través de capacitaciones, e interrelación con los vendedores.	Definir un plan de trabajo con la unidad de MK, que permita el posicionamiento del banco y del producto a promover	
		Identificar a los líderes que pueden ser apoyo para el producto.		
5	Organización y formación de grupos objetivos para el nuevo producto	Recabar la documentación que formara parte del file de los créditos.	Realizar una nueva presentación del Banco y del producto.	Núm. de grupos formados por mes/ meta establecida de conformación de grupos
		Lograr que todos los beneficiarios conozcan y sean conscientes de los beneficios y responsabilidades que implica ser parte de un grupo de crédito y ahorro comunal.	Solicitar documentos personales y firma en el documento para revisión del buró de crédito.	
			Coordinar con quienes se han inscrito el proceso de capacitación.	
			Realizar lo pertinente de tal forma que se cuente con personas que están claras sobre su compromiso y responsabilidad.	

6	Programa de Capacitación de los grupos	Lograr que los integrantes de los grupos estén debidamente capacitados en todo el proceso del microcrédito y ahorro comunal	Planificar las reuniones de capacitación de tal forma que:	Plan de capacitación con los temas y responsables de su ejecución
			El horario de las reuniones de capacitación esté fijado por los integrantes.	
			En 3 reuniones que por lo general son semanales y duran alrededor de 1 hora cada una, el asesor haga de facilitador para la toma de decisiones.	
7	Desembolso del producto	Realizar la entrega del crédito del primer ciclo, en el grupo.	El desembolso del crédito de primer ciclo incluye la realización de una reunión especial la cual se denomina Inauguración del Ciclo de Crédito del Grupo.	Informe sobre los resultados de la colocación frente a la meta establecida o total del grupo objetivo
		Administración y sistema de monitoreo e informe	Capacitar en administración, manejo del grupo, proceso de pago y apoyo mutuo.	Informe ejecutivo sobre el monitoreo del nuevo producto
8	Recuperación y seguimiento	Facilitar los pagos y la recolección de ahorros.	En el evento de inauguración, los integrantes se comprometen a administrar su grupo, cancelar puntualmente los créditos y a depositar ahorros obligatorios.	Generar evaluaciones mensuales sobre el índice de morosidad en relación a las colocaciones.

9	Cierre de ciclo	Cerrar el ciclo y preparar la reunión de apertura de uno nuevo.	Pago de la totalidad de créditos individuales.	(Núm. de ciclos renovados /núm. de ciclos total) * 100
		Cuadrar las cuentas del ciclo.	Acumulación de ahorros, por el 10% del crédito a solicitar en un nuevo ciclo.	
			Informe de calificación del grupo.	

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: la Investigación

Investigación de Mercado

Los vendedores del Mercado Amazonas se mantienen en la informalidad por falta de conocimiento financiero, administrativo y capacidad de ahorro, lo que impide el aumento de capital no ser sujetos de financiamiento que les permita desarrollar su actividad comercial, a esto se suma la falta de capital de trabajo que limita el incremento del negocio por la falta de recursos que puedan solventar este crecimiento del negocio.

El vendedor del Mercado Amazonas según la investigación realizada en el capítulo anterior arroja que son financiados por prestamistas informales que ofrecen dinero al instante, pero con cobros diarios y a plazos cortos a tasas fuera de mercado que a pesar de tener la apariencia de ser flexibles son altamente costosos y con alto riesgo de seguridad.

Forma de Organización

Los vendedores del mercado Amazonas se encuentra organizados a través de varias asociaciones que se han organizado dentro del mercado y que se han registrado dentro de la misma, de la muestra ejecutada en su mayoría indican que pertenecen a una asociación.

Actividades Económicas

Las actividades económicas que se desarrollan dentro del mercado amazonas son:

- Venta de Frutas y verdura
- Venta de alimentos preparados
- Venta de cárnicos y mariscos
- Venta de abastos y productos varios
- Venta de ropa y calzado

Líderes e influyentes del Mercado

Debido a que existen varias asociaciones dentro del mercado sus representantes son quienes lideran y toman decisiones en bienestar de sus socios, sin embargo existe una administración interna que reporta al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra quien se encarga del control, seguridad e infraestructura del mercado.

Experiencia Financiera

Los vendedores del mercado Amazonas según la encuesta han accedido y hacen uso de varios tipos de financiamiento entre ellos el formal a través del Sistema Financiero Nacional el 21.21% mientras que el 78.79% es informal de personas que se dedican a prestar recursos, amigos familiares y proveedores, créditos a corto plazo y a tasas altas.

Desarrollo del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal

Características Generales del Producto

El producto de microcrédito y ahorro comunal a desarrollar en base a las demandas y necesidades identificadas de los vendedores del Mercado Amazonas, debería considerar las características del grupo objetivo, identificadas en los resultados del diagnóstico de la situación actual, del capítulo anterior como:

- **Modelo de agrupación para direccionar el crédito**

Se deberá considerar que el producto debe llegar a grupos de personas de una misma localidad que para el caso en particular son los vendedores del mercado Amazonas, con una actividad comercial productiva propia y que se organizan para acceder a un crédito individual, prestar la garantía personal y solidaria, así como fomentar el ahorro comunal entre los grupos establecidos siendo estos entre 6 y 20 personas.

- **Destino de los Créditos**

A cada comerciante integrante del grupo, el Banco deberá conceder un crédito que su destino será exclusivo para el desarrollo y potencialización de sus emprendimientos y comercios ya establecidos al interior del Mercado Amazonas.

- **Ahorro Individual**

Cada integrante de un grupo de Crédito y Ahorro Comunal deberá consignar un valor de manera obligatoria y sistemática, de acuerdo a lo establecido para cada ciclo del crédito, el ciclo corresponde al periodo de tiempo que se asigna a cada crédito grupal; el ahorro individual recaudado es depositado en la cuenta grupal. Adicionalmente los clientes podrán hacer depósitos de ahorro de manera voluntaria en su cuenta individual.

- **Ahorro Acumulado o Grupal**

El ahorro acumulado es el valor equivalente al 10% del total de crédito a solicitar para todo el grupo, se depositará en la cuenta grupal hasta el fin del periodo de cada crédito, previa a la aprobación de un crédito.

El Banco podrá disponer de este ahorro acumulado para la cancelación de créditos vencidos de cualquiera de los integrantes del grupo, minimizando el riesgo de colocación del crédito.

- **Amortización**

Los créditos individuales se amortizarán en el sistema del Banco, mediante pagos fijos de 30 días; sin embargo, en los grupos la recuperación puede realizarse

de manera semanal, o cada ocho, quince o veinte días, según el ciclo de crédito y el modelo de grupo al que corresponda y cuyo control estará de acuerdo al sistema implementado para el efecto. Es importante anotar que la amortización se define de acuerdo a la actividad económica de los vendedores del Mercado Amazonas y su giro de capital y financiamiento.

- **Reembolso Regular**

Todos los préstamos deben ser cancelados al Banco dentro del plazo establecido su capital más intereses de los créditos individuales, este proceso se realiza en las reuniones mensuales regulares donde la Directiva recolecta y deposita directamente en la cuenta de ahorros grupal; cada cliente puede realizar el depósito o pago directamente en el Banco de manera extraordinaria.

- **Ciclo del Microcrédito**

Es el plazo comprendido entre el desembolso del crédito y su cancelación durante este período los integrantes del grupo reciben los recursos, desarrollan sus actividades productivas, comerciales o de servicios, cumplen con el ahorro obligatorio, el reembolso del crédito y participan en las reuniones del grupo

- **Capacitación a los vendedores**

Capacitar a los vendedores del Mercado Amazonas en todo el proceso de microcrédito y ahorro comunal, adicionalmente temas de administración que aporten a una mejor de toma de decisiones financieras y como parte de una cultura de Educación Financiera y responsabilidad social hacia los clientes del banco.

- **Recuperación de la Cartera de Microcrédito**

Cuando un socio cae en mora, los ahorros de las socias sirven para responder oportunamente en el pago de la obligación contraída con el Banco VisionFund Ecuador, es decir se aplica la garantía solidaria, que el grupo es mancomunadamente responsable por la devolución de la cuota: en caso que uno o más socios no puedan cumplir con el pago de la misma, el grupo debe responder saldando la deuda.

Ventajas para la conformación del Producto de Microcrédito Comunal

Entre las ventajas más destacadas del Producto de Microcrédito Comunal podemos señalar las siguientes:

- Es un medio eficiente para superar las restricciones enfrentadas por las personas de escasos recursos.
- No se exige garantías prendaías, la garantía es solidaria entre todos los miembros del Banco Comunal.
- Potencia a los clientes hacia la auto-administración, en crédito y ahorro.
- Refuerza la solidaridad y mecanismos de apoyo.
- Impulsa la autoestima y seguridad individual de las personas.

Condiciones Financieras

En base al presupuesto del Banco definido en el desarrollo de este nuevo producto y condiciones de los micro créditos que actualmente otorga a los clientes se ha realizado una tabla de condiciones de acuerdo a los ciclos que el cliente solicite su crédito para mejorar su negocio a través de capital de trabajo, adquisición de activos fijos entre otros requerimientos del negocio.

Se inicia con el **primer ciclo** en el cual se fija como montos mínimos de 500 a 1000 con un plazo máximo de un año a una tasa del 18%.

Tabla 20. Ciclo 1 del Microcrédito

CICLO 1	· Monto: Usd. 500 a 1000
	· Plazo: 6 meses a 1 año
	· Requisitos:
	a) Ser cliente del banco
	b) Documentos personales
	c) Garantía personal en cadena
	· Tasa de interés: 18%
	· Período de pago:
	a) semanal
	b) quincenal
	· Periodos de ahorro:
	a) semanal
	b) Quincenal
	· Monto de ahorro inicial: 10 % del monto concedido
· Monto de ahorro periódico: Usd 2 y Usd 5	

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

El **segundo ciclo** se fija como montos mínimos de 500 a 2000 con un plazo máximo de uno a dos años, y a una tasa del 17%.

Tabla 21. Ciclo 2 del Microcrédito

CICLO 2	· Monto: Usd. 500 a 2000
	· Plazo: 1 a 2 años
	· Requisitos:
	a) Documentos personales
	b) Garantía personal en cadena
	· Tasa de interés: 17%
	· Período de pago:
	a) semanal
	b) quincenal
	· Periodos de ahorro:
	a) semanal
	b) Quincenal
	· Monto de ahorro inicial: 10 % del monto concedido
	· Monto de ahorro periódico: Usd. 5 y Usd 10

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

El **tercer ciclo** se fija como montos mínimos de 500 a 3000 con un plazo máximo de uno a tres años, y a una tasa del 16%.

Tabla 22. Ciclo 3 del Microcrédito

CICLO 3	· Monto: Usd. 500 a 3000
	· Plazo: 1 a 3 años
	· Requisitos:
	a) Documentos personales
	b) Garantía personal en cadena
	· Tasa de interés: 16%
	· Período de pago:
	a) semanal
	b) quincenal
	c) mensual
	· Periodos de ahorro:
	a) semanal b) Quincenal
	c) mensual
	· Monto de ahorro inicial: 10 % del monto concedido
· Monto de ahorro periódico:	
Usd. 5 y Usd 10	

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

Definición de Montos de Microcrédito

Los montos serán definidos por el Comité de Activos y Pasivos del banco sin embargo en la presente propuesta se han definido en base a un estudio realizado a entidades que manejan este tipo de producto considerando además que son negocios de pequeña y mediana escala.

Definición de tasas para el Producto de Microcrédito

Las tasas de interés de igual manera serán definidas por el Comité de Activos y Pasivos del Banco, en función de un análisis técnico y que se encuentren dentro de los parámetros autorizados por el Banco Central, para la presente propuesta se ha considerado una tasa inferior a la de microcrédito considerando la parte social y de ayuda que se debe dar a este nicho de mercado.

A continuación, se presenta las tasas vigentes con corte al mes de junio 2020 publicadas por el Banco Central del Ecuador del segmento de Microcrédito como se puede observar la tasa planteada para nuestro producto es inferior a la máxima permitida por el ente de control, y se ha considerado además que de acuerdo al mercado financiero de Ibarra las tasas para este nicho de mercado se encuentran sobre el 20%.

Tabla 23. Tasas de Interés Bco. Central Microcrédito

Tasas de Interés			
Junio - 2020			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Microcrédito Agrícola y Ganadero**	19.17	Microcrédito Agrícola y Ganadero**	20.97
Microcrédito Minorista ^{1*} .	21.9	Microcrédito Minorista ^{1*} .	28.5
Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*} .	22.43	Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*} .	25.5
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*} .	20.6	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*} .	23.5
Microcrédito Minorista ^{2*} .	21.79	Microcrédito Minorista ^{2*} .	30.5
Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*} .	21.65	Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*} .	27.5
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*} .	20.26	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*} .	25.5
<p>1. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector financiero privado y de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 y mutualistas).</p>			
<p>2. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 2, 3, 4 y 5).</p>			
<p>3. De acuerdo a la Resolución 555-2019-F de 23 de diciembre de 2019, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.</p>			
<p>*Resolución 437-2018-F de 26 de enero de 2018 de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.</p>			
<p>** Conforme Resolución 496-2019-F de 28 de febrero de 2019, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera crea los segmentos de la cartera Productivo Agrícola y Ganadero; y, Microcrédito Agrícola y Ganadero, aplicable para todo el Sistema Financiero Nacional.</p>			

Fuente: Banco Central del Ecuador Boletín de tasas de interés de Microcrédito a junio 2020

Definición de Plazos

Los plazos propuestos son en función del cumplimiento de los ciclos a fin de crear responsabilidad en el pago de los créditos estos van de la mano de los montos a desembolsarse.

Garantías

Como parte de la metodología de este tipo de productos y la accesibilidad que se quiere dar a este producto las garantías son circulares dentro de cada uno de los grupos comunales.

Períodos de Pago

De acuerdo a las actividades comerciales y de la frecuencia de rotación del capital de trabajo se ha considerado pagos de forma semanal, quincenal y mensual sin descartar que en algunos casos se pudiera considerar un tipo de pago diario.

Operatividad, Aprobación e Implementación del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal.

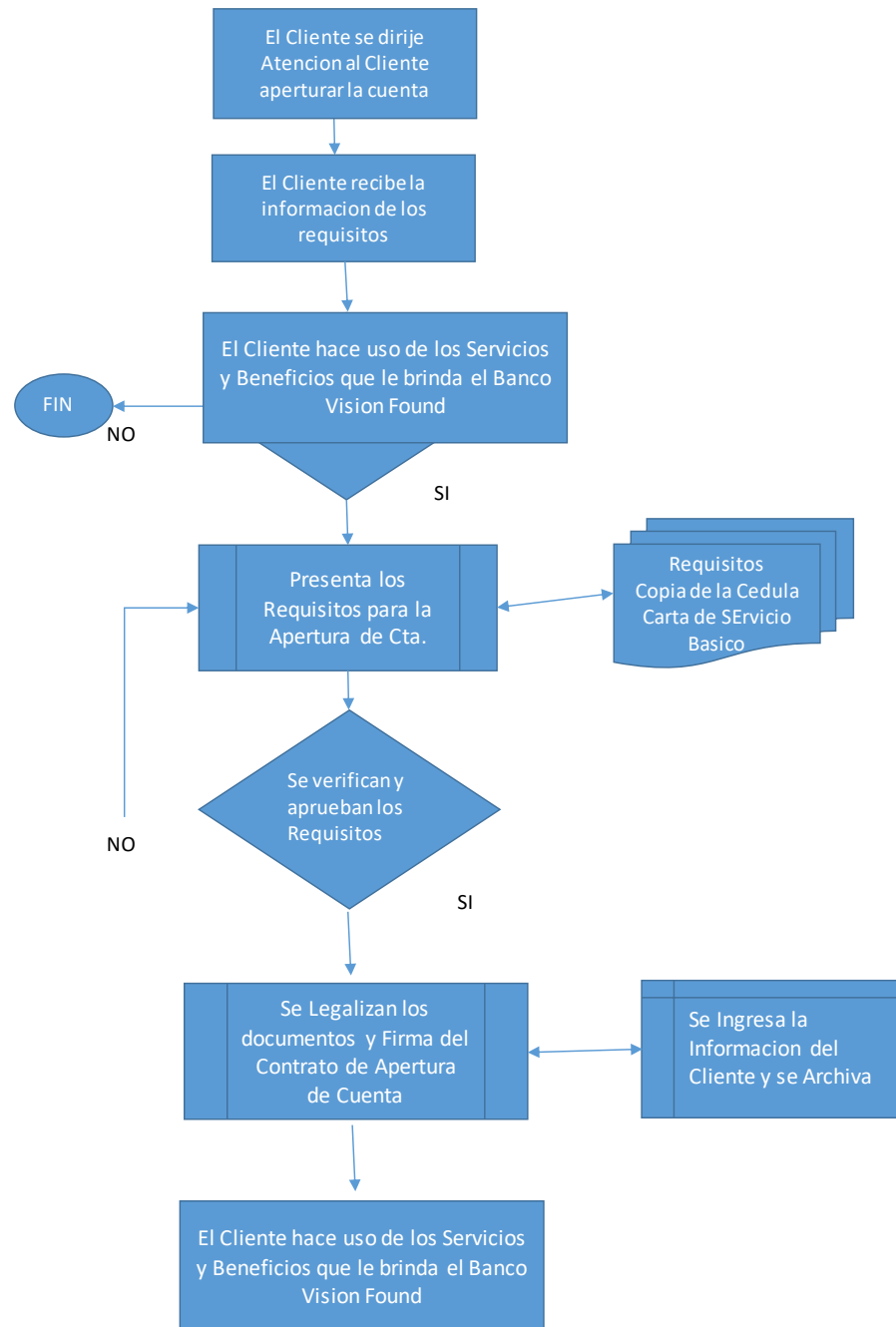
El proceso de microcrédito a desarrollarse demanda de la interrelación de entes internos como externos al Banco, los mismos que por lo tanto deben estar claramente definidos, el proceso planteado se lo presenta a través de un diagrama de flujo funcional, que es una representación gráfica de un proceso porque muestra la relación secuencial de las actividades, facilitando su comprensión.

Para lo indicado se ha diseñado un Flujograma en donde se describe la Operatividad del Producto partiendo de las siguientes premisas.

- 1.- Para acceder al crédito los clientes deberán aperturar una cuenta de ahorros
- 2.- Para acceder al crédito lo clientes deberán haberse conformado los grupos

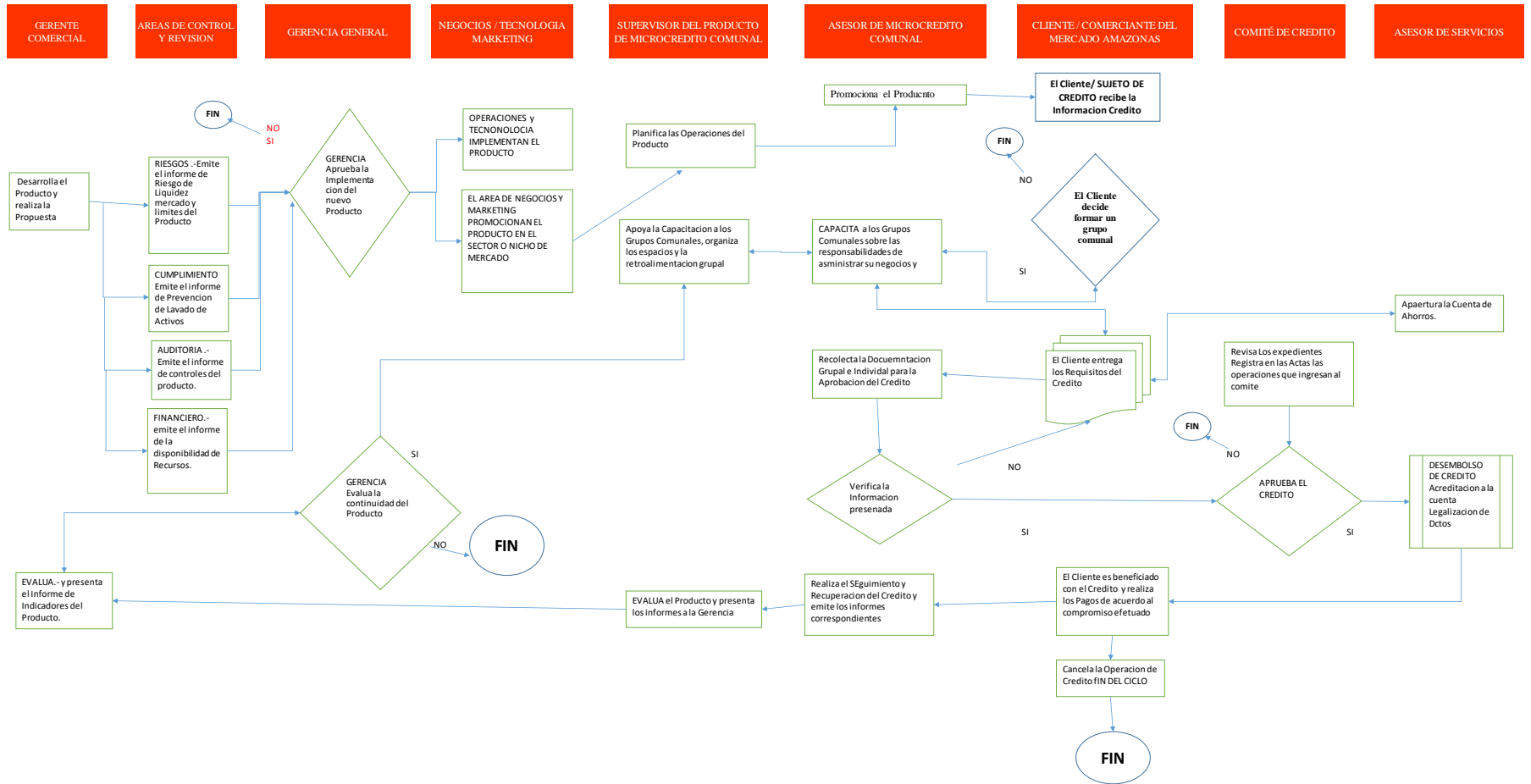
Para tal efecto se describirá el flujograma de apertura de cuenta que es el siguiente:

Gráfico 18 Flujograma de Apertura de cuenta de Ahorros



Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

Gráfico 19 Proceso del Nuevo Producto de Microcrédito Comunal



Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

Personas que intervienen en el proceso del crédito y apertura de cuenta de Ahorros.

El Sujeto de Crédito

Una persona que es sujeto de crédito y aplica para este producto financiero debe cumplir al menos los siguientes requisitos:

- Ser comerciante por lo menos con dos años de antigüedad del Mercado Amazonas, para lo cual deberá presentar una certificación emitida por la directiva del Mercado Amazonas en donde abalice la pertenencia.
- Ser cliente del Banco por lo que deberá abrir una cuenta de ahorros únicamente con un aporte mínimo voluntario, documentos personales y una carta de servicios básicos
- Tener entre 18 y 70 años de edad.
- Certificación del número de puesto asignado y la actividad comercial a la que se dedica.
- No poseer impedimentos legales, requisito de revisión previa por parte del banco a través de las listas de control.

Supervisor del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal

Los productos micro financieros basados en grupos, por sus características, requiere de un sistema de supervisión continua, permanente y cíclica que se enfoca en:

- Planificación de las Operaciones del Producto Microcrédito y Ahorro Comunal
- Supervisión (en oficina y en campo),
- Retroalimentación
- Verificación de cumplimiento de proceso del Producto de Microcrédito.

Para este caso en particular se contará con un supervisor con funciones específicas asignadas por el Banco para la administración y manejo del producto, cuyas responsabilidades relacionadas a la operación del producto en campo son:

- Capacitar y apoyar en los procesos para la investigación, promoción y organización de los grupos.
- Verificar que los clientes integrantes hayan sido capacitados para asumir las responsabilidades de administrar su propio grupo de crédito y ahorro.
- Retroalimentar el trabajo realizado por el Asesor de Crédito y Ahorro Comunal en cada etapa del proceso para la conformación, administración y seguimiento del Grupo.
- Hacer visitas periódicas a los grupos, al menos una vez durante el ciclo para supervisar la administración de los grupos, motivar a una buena gestión financiera y acentuar sobre las reglas de participación.
- Apoyar, en las reuniones programadas, la facilitación del análisis de factibilidad de los créditos y el proceso de aprobación.
- Verificar el adecuado mantenimiento, actualización, organización y archivo de la documentación, tanto del grupo como del Banco.
- Preparar y remitir, a tiempo, informes y formularios correspondientes a su nivel, de acuerdo al sistema de monitoreo para asegurar el crecimiento y la productividad del producto.
- Obtener, verificar y analizar la información y documentos referentes al producto y a los grupos.
- Asegurar la rigurosa aplicación metodológica del Producto.
- Organizar espacios de capacitación y retroalimentación grupal.
- Supervisar y coordinar la planificación mensual y semanal del trabajo de los Asesores de Crédito y Ahorro Comunal.
- Filtrar y aprobar los expedientes crediticios de los integrantes de los grupos.

Asesor de Microcrédito y Ahorro. - El asesor de este producto de Microcrédito y Ahorro Comunal que es la persona que trabaja directamente con los clientes,

transmite sus conocimientos y habilidades de organización y administración que les ayudarán a administrar su grupo tiene entre sus responsabilidades y funciones las siguientes:

- Responsable de la calidad y sostenibilidad del producto
- Promociona, capacita, supervisa y da seguimiento a los grupos para que sean sostenibles en el tiempo.
- Facilitador y promotor de los servicios financieros que ofrece el Banco.
- Investigar, promover el producto, organizar y capacitar a nuevos grupos de crédito, así como a sus s Directivas.
- Capacitar a los clientes integrantes para asumir las responsabilidades de administrar su propio grupo de crédito y ahorro.
- Supervisar la administración de los grupos y motivar a una buena gestión financiera.
- Asistir a todas las reuniones programadas de los grupos para: facilitar el análisis de factibilidad del crédito y el proceso de aprobación; facilitar el desembolso de los créditos individuales; documentar el pago de capital e interés y los depósitos de ahorros.
- Recolectar la documentación grupal e individual previa para el proceso de los créditos en el Banco.
- Preparar y remitir a tiempo informes y formularios correspondientes a su nivel, de acuerdo al sistema de monitoreo para asegurar el crecimiento y la productividad del grupo.
- Obtener, verificar y analizar la información y documentos referentes al producto y los grupos.
- Participar en los eventos de capacitación, estudios especiales y otras tareas programadas por el Banco.
- Realizar la verificación In-situ a los integrantes de los Grupos de Desarrollo Solidario, levantar el informe respectivo e incluirlo en el expediente.

Adicional a estas funciones y responsabilidades el asesor de microcrédito deberá:

- Incorporar en su labor prácticas y normas claras como son la honestidad y transparencia.
- Motivar de las ventajas de trabajo en grupo.
- Brindar confianza y seguridad, a través de una atención y un servicio de calidad.
- Respetar y hacer respetar la metodología, políticas y procedimientos del producto.
- Reforzar su responsabilidad social, generando oportunidades de aprendizaje y crecimiento para los integrantes de los grupos.
- Verificar, en lo posible, el destino del crédito.
- Tener disciplina y responsabilidad al realizar sus actividades.
- Mantener con los integrantes de los grupos de crédito relaciones profesionales, evitando que éstas se conviertan en relaciones personales.
- Abstenerse de manejar el dinero del grupo bajo ningún concepto.
- No recibir regalos o presentes de los integrantes de grupos de crédito.

Comité de Crédito. - estará conformado por el Jefe de Oficina, Supervisor Operativo y el Asesor de microcrédito y Ahorro quienes revisaran el cumplimiento de los parámetros establecidos para la aprobación y riesgo de cada una de las operaciones aprobarse,

El Comité tendrá las siguientes funciones;

- Revisión de los expedientes de cada grupo comunal para su aprobación
- Aprobación de los créditos Microcréditos comunales
- Registro de las operaciones aprobadas
- Registro de las actas de aprobación de los créditos Microcréditos comunales
- Sesionar al menos dos veces en la semana

Asesor de Servicios. –

El asesor de servicios atenderá entre sus funciones a este producto de Microcrédito y Ahorro Comunal, en las funciones propias de la apertura de la cuenta de ahorros individual y grupal, procederá con el desembolso del crédito una vez que se hayan cumplido con las etapas del proceso de crédito.

Para la apertura de la cuenta deberá requerir a los clientes lo siguiente:

- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación
- Carta de servicio básico de la vivienda en donde reside
- El valor mínimo de ahorro para la apertura de la cuenta

Para la cuenta grupal deberá efectuarse de acuerdo al acta suscrita por los responsables del grupo creándose la cuenta de firmas conjuntas con los requisitos mínimos de las personas asignadas.

Para el desembolso deberá requerirse la presencia de socios deudores y garantes para la legalización de los documentos, se procederá con la acreditación a la cuenta y la entrega de la tabla de amortización en la cual se detallará fecha de pago y valor a pagar de acuerdo a las condiciones establecidas en la solicitud de crédito.

Aprobación del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal

El proceso de Aprobación del Microcrédito deberá contemplar los respectivos informes de revisión del Desarrollo del Producto, así como los parámetros principales de control para ello se deberá contar con los informes de:

- El Área de cumplimiento con relación a los aspectos que se deberán tomar en consideración a las políticas y procedimientos de Prevención de Lavado de Activos.

- El área de Riesgos en función de los riesgos de mercado, liquidez y demás que puedan afectar al desarrollo del producto, así como del Banco, y los límites de colocación en función de la propuesta efectuada.
- El área de Auditoria contemplará en su informe los controles internos y límites establecidos en la unidad de riesgos.
- El área Financiera certificara los fondos aplicarse en este producto y la partida presupuestaria asignada para el efecto.

Con estos informes que se presentarán a la Gerencia se procederá con la Aprobación del Producto.

Implementación del Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal

Para la Implementación del nuevo Producto se deberán realizar las siguientes acciones en función del proceso con la unidad de tecnología y que son:

- Parametrización de las condiciones generales del Producto en el sistema o plataforma informática del Banco.
- Parametrización de las condiciones en el Modulo de cartera que opera el Banco
- Parametrización de las condiciones en el Modulo de garantías que opera el Banco.
- Definición de los roles y perfiles de los usuarios que operan el Producto de Microcrédito y Ahorro Comunal.
- Definición de los controles automáticos y manuales del Producto.

Promoción del Producto

La Promoción del Producto estará a cargo de la Unidad de Marketing quien presentará su Plan de trabajo enfocado principalmente en lo siguiente:

- Presentación del Banco. - en el que se incluya los principales beneficios a nivel Macro de Banco VisionFund Ecuador.

- Presentación del Producto con un enfoque humanístico y social para este nicho de mercado

La actividad promocional necesita estar basada sobre un proceso de revisión y de acción continuos, lo que implica no solo probar y comprobar métodos promocionales sino también tener una buena disposición para llegar de forma clara y precisa a los usuarios del producto financiero en este caso de los Vendedores del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra.

Los objetivos principales de la Promoción del Producto serán:

- Aumentar la participación del mercado objetivo, concentrándose en segmentos seleccionados, desarrollando aplicaciones del producto y utilizando diferentes nombres de marca.
- Expandir los mercados existentes aumentando la frecuencia de difusión de los productos y servicios en general que ofrece el Banco y enfocándose en el producto desarrollado.
- Crear nuevas formas de difusión y tácticas para llegar al mercado objetivo.
- Lograr introducir en un año el producto financiero en el mercado local.

Estrategias de mercado:

Producto financiero: Línea de crédito para vendedores minoristas del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra, los que podrán acceder luego de asociarse y reunir los requisitos establecidos para este producto.

Ventaja competitiva: Sistema eficiente y rápido con una tasa de interés razonable para el nicho de mercado establecido, así como el plazo y forma de pagos adecuados a las necesidades de los Vendedores del Mercado Amazonas.

Publicidad. - La publicidad que aplicará Banco VisionFund servirá para dar a conocer e informar de la nueva línea de crédito, principalmente a los vendedores de la localidad, en la misma se dará a conocer las principales características y beneficios del producto.

La publicidad pretende atraer la atención del cliente sobre la línea de crédito, y considerando las condiciones y demás características del mercado potencial, que hay que recordar que son vendedores, por lo que durante el día permanecen atendiendo sus negocios, se ha optado por adaptar una publicidad escrita y muy ilustrativa, es decir diseñar dípticos, afiches y hojas volantes informativos que mostrarán datos generales de Banco Visión Fund y el servicio financiero: concepto, características y beneficios; las cuales se entregaran en Banco en lugares de acceso público.

Para la aplicación de todo este plan de introducción del producto, su difusión y continuidad se contará con el respectivo presupuesto anual del Plan de Marketing haciendo énfasis en el lanzamiento del producto que contará con:

- Difusión en medios de comunicación local.
- Difusión en redes sociales
- Colocación de lonas dentro del mercado Amazonas
- Flyres de publicidad.
- Manejo de papelería especial para la inscripción de los socios y conformación de grupos
- Publicaciones en diarios digitales e impresos de la localidad

Organización y Formación de Grupos Objetivos para el nuevo producto.

La organización y formación de grupos objetivos se forman en base a una metodología o funcionamiento que encierran dos conceptos o elementos financieros básicos como es el crédito y el ahorro. A su vez estos dos elementos se encuentran ligados por dos componentes sociales como la confianza y la solidaridad.

Esta metodología es considerada como un programa social, sostenible y rentable con servicios de crédito, ahorro, capacitación y otros servicios no financieros , que busca trabajar principalmente con personas de pocos recursos

económicos que tienen alguna actividad que genere ingresos, con el objetivo de mejorar la calidad de vida, promoviendo el desarrollo integral de sus familias, a través de la conformación de grupos solidarios u organizaciones con deseos de salir adelante con dignidad y voluntad propia.

El grupo de personas es capacitado inicialmente por un oficial de crédito del Banco VisionFund Ecuador. Luego, ellos se constituyen con todas las formalidades de una asociación, formando el grupo comunal. Existe una garantía mutua, y capacidad de autogestión por parte de las personas o socios que forman el grupo comunal. Durante la capacitación, el grupo aprende conceptos básicos de gestión organizacional relacionados con la metodología de bancos comunales, conocen la filosofía de esta práctica crediticia, elaboran su acta constitutiva y reglamentos internos, preparan libros de control interno, libros contables y otros documentos.

Además, nombran a sus representantes: generalmente un presidente, tesorero, secretario y otros. También se organizan en pequeños grupos solidarios de 6 a 20 personas. Después, solicitan al Banco el primer préstamo por un plazo de 6 meses a un año. Dicho financiamiento es distribuido a cada uno de los socios. Inicialmente reciben entre 500 a 1000 dólares en su primer ciclo.

La metodología de Grupo Solidario, es una de las más difundidas en el mundo y en nuestro país. En términos muy simples, se trata de una mecánica seguida por las organizaciones para reemplazar las garantías patrimoniales - hipotecas, prendas, etc. por lo general ausentes entre los emprendedores más precarizados, puesto que cada integrante actúa como garante solidario de los demás.

El Grupo Solidario está integrado de 6 y 20 emprendedores dedicados a actividades similares en cuanto a su tamaño, niveles de ventas o rubro, que se organizan para recibir microcréditos, capacitación, asistencia técnica y otras prestaciones.

De este modo, se puede afirmar que la metodología de microcrédito es mucho más que el otorgamiento de pequeños créditos. Se trata de un procedimiento

mediante el cual se busca crear reforzar lazos de confianza y solidaridad entre los mismos emprendedores y con la organización que ejecuta el programa.

La conformación de los grupos será la primera fase para aplicar el desarrollo del nuevo producto de Microcrédito, para lo cual se seguirán los siguientes pasos:

1. El o los asesores de crédito visitan la zona del Mercado Amazonas a fin de organizar los grupos de acuerdo a lo establecido en la metodología o desarrollo del producto para lo cual realizara la primera reunión de difusión personalidad del producto en donde reafirmara los beneficios del producto.
2. Apertura de una cuenta de ahorros. - para el efecto deberá presentar una copia de la cedula de Identidad, papeleta de votación y una carta de servicio básico de cada uno de los integrantes
3. Levantará el acta de la primera reunión de conformación de los grupos comunales a los cuales se les identificará con un nombre referencial de cada grupo.
4. Se elegirá una directiva dentro del grupo quien se encargará de realizar los pagos del crédito y quienes serán los responsables de depositar los ahorros comprometidos a efectuarse.
5. La directiva deberá coordinar con el asesor de crédito la entrega de requisitos para cada uno de los files de créditos los mismos que constaran de lo siguiente:
 - a. Acta de Conformación del grupo, con firmas de los integrantes.
 - b. Copia de la cedula de Identidad y papeleta de Votación de cada uno de los integrantes
 - c. Carta de Servicio Básico de los integrantes del grupo
 - d. Solicitud de Crédito, individual y grupal firmada por todas las integrantes de la Caja Comunal y la Junta Directiva

- e. Certificado de pertenecer alguna organización dentro del mercado amazonas (opcional)
- f. Información previa con los números de las Cédulas de Identidad de cada una de las integrantes de la Caja Comunal, con el resultado de la revisión del Buró de Crédito
- g. Informe de Investigación Comunitaria con un croquis del sitio de reunión, así como de la Presidenta, Tesorera o Secretaria del grupo Comunal

Capacitación de los Grupos

Dentro de la propuesta se ha considerado la etapa de capacitación a los grupos conformados considerando la importancia del ahorro y el funcionamiento del sector financiero, con el propósito que las participantes puedan mejorar el manejo de la economía personal, y tomar decisiones correctas en un futuro que le permitan el desarrollo de su negocio.

La evaluación desarrollada en la capacitación para la formación de un Grupo Comunal, primeramente, debe de ser la mediante aplicación de una encuesta de entrada en donde se atienden puntos de interés mutuo para analizar las condiciones en las que se encuentran los Vendedores del Mercado Amazonas referente a conocimientos de educación en el ámbito financiero.

Para este efecto se considera como acción principal la planificación de reuniones de formación en las cuales se cumplirán las siguientes actividades:

- Comunicación de las personas que se encuentran habilitados.
- Recolección de copias de cédulas de nuevos posibles integrantes
- Presentación del Crédito Comunal.
- Definición y Explicación de Caja Comunal y su funcionamiento.
- Exposición sobre el funcionamiento del servicio de crédito.
- Exposición sobre el funcionamiento del servicio de ahorro.
- Información sobre los requisitos para la formación de la Caja Comunal
- Conformación de la Caja Comunal

- Explicación de la normativa del Crédito Comunal
- Elaboración y aprobación del Reglamento Interno de la Caja Comunal
- Elección de la Junta Directiva
- Elección del nombre del grupo
- Hasta esta reunión pueden ingresar nuevos integrantes
- Se realiza reuniones con las personas que no hayan presentado novedades en el Buró de Crédito
- Capacitación sobre la utilización de la libreta individual interna del ciclo
- Explicación sobre el pago de cuotas del crédito
- Recolectar documentos para apertura de cuentas de ahorros de los socios
- Se planifica la siguiente reunión

Para la siguiente reunión de formación y confirmación de información se ejecutan las siguientes actividades:

- Se realiza un breve resumen de la reunión anterior
- Se realiza el levantamiento del acta de conformación
- Se explica sobre la garantía personal, así como también sobre la garantía solidaria
- Cada socio elige su garante, no pueden ser cruzados
- Socios completan los requisitos
- Se define el plazo del crédito
- Se firma solicitud de crédito individual y grupal
- Se planifica las verificaciones de los conformantes de la caja comunal

Para la ejecución de estas actividades se deberá llevar un registro de control conforme el Anexo 1, el mismo que deberá contener la firma y custodia del responsable del Grupo de Microcrédito Comunal.

Los asesores de negocios que impartan esas capacitaciones deben tomar en cuenta los siguientes puntos:

- No usar un vocabulario técnico en el ámbito de las finanzas.
- Crear conciencia de Ahorro con pequeños y accesibles montos
- Dar explicaciones con ejemplos prácticos aplicados en la vida cotidiana.
- Utilizar herramientas de apoyo, para crear dinámicas entre los asistentes a las capacitaciones.
- Entregar Manuales con la información proyectada en las capacitaciones.
- Por último entregar un manual informativo de todos los aspectos que se estudiaron y analizaron en todas las capacitaciones a los participantes de la comunidad.

Si bien el objetivo de esta etapa es lograr que los integrantes de los grupos estén debidamente capacitados en todo el proceso del microcrédito y ahorro comunal, el Banco VisionFund Ecuador como parte de su responsabilidad social y enfocados a una adecuada Educación Financiera para sus clientes se encargara de anclar este producto al programa de Educación Financiera del Banco de tal manera que este producto este dentro de un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación, permiten a los individuos:

- a. Tomar decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana.
- b. Utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza.
- c. Permite a las personas comprender conceptos y los productos financieros.
- d. Desarrolla habilidades y confianza en la entidad financiera
- e. Permite conocer las oportunidades y riesgos de las decisiones.
- f. Las personas saben a dónde acudir en caso de dudas.
- g. Permite tomar decisiones que mejoren su bienestar financiero.
- h. Contribuye a reducir la desigualdad.

El Programa de Educación Financiera “**Aprendiendo con Banco VisionFund Ecuador**” consiste en desarrollar iniciativas predispuestas a determinar la cultura financiera de los ciudadanos dotándoles de herramientas, habilidades y conocimientos para toma de decisiones. Además, fomenta la estabilidad y confianza en el sistema financiero como en el crecimiento económico, por lo tanto, su desarrollo contribuye a que los particulares adopten medidas financieras ajustadas a sus características personales y familiares con respecto a productos y servicios que mejor se adapten a sus necesidades. La estructura temática está basada en las distintas etapas y situaciones del ciclo de vida de una persona, y en las necesidades de información respectivas.

Los principales temas de aprendizaje de su Programa de Educación Financiera son:

- Ahorro y Productos de ahorro
- Administración del Crédito
- Productos y Servicios Financieros
- Código de derechos del Usuario Financiero
- Planificación financiera y Presupuesto
- Administración de riesgos y seguros
- Canales electrónicos
- Estructura y Funcionamiento del Sistema Financiero

Dentro de cada uno de estos temas existe una explicación amplia adjunto a un archivo pdf de descarga rápida para el usuario que le permitirá recordar los temas descritos.

Desembolso del Producto

Una vez que se ha cumplido con la etapa de capacitación del grupo, el Oficial o asesor de negocios prepara la inauguración del Ciclo y organiza el expediente de crédito, en el que constan los requisitos de cada integrante y los documentos grupales.

El Oficial digitaliza la documentación e información, la misma que es revisada y verificada para luego proceder con la aprobación de los créditos individuales y coordinar el respectivo desembolso.

La acreditación se lo realiza mediante nota de crédito a las cuentas de ahorros individuales de los socios luego de la respectiva legalización y registro de firmas en los documentos habilitantes del Banco.

El desembolso o entrega formal se lo realizara en una reunión que se la denomina reunión de inauguración o inicio del ciclo 1.

El responsable del desembolso previo a la liquidación del crédito, adjuntara y validara el acta de conformación del Grupo Comunal.

Jefe de Agencia o delegado de Oficina deberá asistir a la reunión de entrega de crédito del o de los grupos comunales en el lugar de reuniones con la finalidad de validar la conformación del Grupo Comunal, su normativa y relación contractual siendo este lugar el Banco o el Mercado Amazonas.

Recuperación y Seguimiento

Para la recuperación y seguimiento de los créditos individuales, la reunión del Grupo es parte fundamental, es aquí donde los integrantes de los grupos se congregan para gestionar y pagar los préstamos, depositar ahorros, administrar su grupo y ejercer la solidaridad. Se realizan con la facilitación del Oficial de Crédito quien garantiza el orden y la estructura para las reuniones.

Las reuniones pueden tener una duración aproximada de una hora y son de dos tipos:

- Reuniones Regulares: Son aquellas reuniones programadas, a las que los integrantes asisten para pagar la cuota del préstamo y depositar el ahorro.

- Reuniones Especiales: La primera y las dos últimas reuniones del ciclo se consideran especiales.

Los integrantes del Grupo Comunal deberán realizar por lo menos 2 transacciones en la cuenta de ahorros con montos mínimos de ahorro de \$5 durante el ciclo de crédito.

Morosidad del Producto

Un grupo cierra su ciclo de crédito cuando se ha recuperado la totalidad de los créditos individuales en el plazo previsto, sin embargo, si algún o algunos créditos hayan registrado morosidad se aplicará el cálculo de los intereses por mora y se iniciará el proceso de cobranzas de acuerdo a las políticas específicas del Banco y que se detallan a continuación:

Los intereses por mora se rigen conforme los porcentajes establecidos por parte del Banco Central del Ecuador, con un máximo del 10%

La mora se genera al día de exigible la obligación	
Días Retraso Hasta día de Pago	Recargo por Morosidad Hasta
0 días	0%
1 a 15 días	5% de la tasa de interés pactada
16 a 30 días	7% de la tasa de interés pactada
30 a 60 días	9% de la tasa de interés pactada
Más de 60 días	10% de la tasa de interés pactada

Proceso de Cobranzas

La gestión de cobranzas deberá efectuarse con un trato no discriminatorio, transparente, equitativo y adecuado, que considere la dignidad personal del usuario, el respeto de sus derechos, y que evite vulnerar su intimidad y descanso. Evitando atentar contra su privacidad, dignidad personal y/o familiar.

El Jefe de Agencia, Supervisor de Crédito, Asesor de Crédito, Cobrador Interno son los responsables realizar la gestión de cobranzas de acuerdo a las actividades correspondientes en los diferentes rangos de días de mora incluida cartera castigada.

Las notificaciones de cobranza extrajudicial deberán ser firmadas por el Asesor Legal del Banco; en el caso de las agencias que, por la distancia, el Asesor Legal no puede firmar los documentos, debe firmar el Jefe de Agencia.

El Asesor Legal revisará el estado de los procesos judiciales a cargo de los Abogados Externos, quienes entregarán el Informe judicial, detallando avances, acciones vigentes y situación actual. Si existen casos que son irrecuperables, el Asesor Legal deberá recomendar acciones para este tipo de crédito en un informe mensual.

El Cobrador Externo, Abogado Externo deberán realizar la gestión de cobranzas de acuerdo al Instructivo de recuperación extrajudicial empresa de cobranza - abogados externos que maneja el Banco VisionFund Ecuador

El Cobrador Externo mensualmente deberá entregar las notificaciones de cobranzas al Jefe de Agencia.

En las visitas de cobranzas informar al cliente sobre los costos adicionales de acuerdo al rango de morosidad que se están generando por la gestión de cobranzas realizada.

De existir cambios en la normativa relacionada con la gestión de cobranzas, la Gerencia de Negocios revisará y actualizará el número de días y texto que se debe utilizar en los mensajes SMS de la gestión de cobranzas y notificar al Departamento de Sistemas para que ejecuten los requerimientos y parametrizaciones de manera correcta.

Los mensajes SMS enviados a los clientes en las diferentes etapas de la gestión de cobranzas se registran automáticamente en la Bitácora de cobranzas del sistema.

Los convenios de pago y notificaciones pre-impresas, impresos de la intranet y del sistema, utilizados en las diferentes etapas de cobranzas tienen la misma validez.

Se podrá asignar cartera menor a 61 días de vencido a otras instancias con la debida autorización de la Gerencia de Negocio considerando los niveles de cartera en riesgo.

Si se declara el abandono del proceso judicial por la cesación de la prosecución durante el término de ochenta días determinado en el art. 245 del COGEP, el procurador judicial a cargo del proceso deberá informar inmediatamente al Banco y se debe proceder a dar de baja en nuestro sistema.

El Jefe de Agencia deberá realizar mensualmente dentro de los primeros 5 días, el comité de mora para evaluar la gestión de cobranzas realizada y asignar la cartera en mora a las diferentes instancias en el Core Bancario.

Realizar el Comité de Cobranzas de manera trimestral en el cual se debe analizar la cartera en riesgo, la gestión de cobranza extrajudicial y judicial.

Si el cliente paga los valores adeudados en su totalidad, antes de que sea emitida la sentencia, se debe proceder con el desistimiento de la demanda a través de un escrito suscrito por el Banco con la firma del procurador judicial (Abogados Externo, Asesor Legal), solicitando el desglose de los documentos aparejados a la demanda (pagaré y copia de cédula) y devolución de bienes por parte del Depositario Judicial, en caso de haber procedido con el secuestro; posterior el Asesor Legal procede a realizar el escrito de desistimiento.

Para la recuperación de cartera castigada se debe aplicar las políticas y actividades de cobranza extrajudicial y judicial descritas anteriormente documento y el Instructivo para condonación de intereses y otros rubros en los casos que aplique.

Costos de Cobranzas

La cobranza preventiva no generará ningún valor de cobro al cliente.

Los costos de cobranza extrajudicial serán establecidos por Comité ALCO de acuerdo a lo aprobado por la Superintendencia de Bancos.

Los costos de la cobranza judicial serán establecidos de acuerdo a los honorarios fijados en los contratos con abogados externos.

Cierre del Ciclo

Un grupo cierra su ciclo de crédito cuando se ha recuperado la totalidad de los créditos individuales en el plazo previsto. Los integrantes han acumulado ahorros y cuentan con el 10% del monto de crédito a solicitar en el nuevo ciclo.

El Asesor de Crédito documentará el cierre del ciclo con el informe de fin de ciclo y la calificación del grupo, considerando los siguientes aspectos

- Cumplimiento de pagos a las fechas registradas
- Cumplimiento del ahorro obligatorio dentro del grupo
- Asistencia a las reuniones o que hayan sido justificados

La Calificación de estos tres aspectos se pondera al 100% y constituye la calificación del grupo.

Con el cierre se procederá a dar inicio al Ciclo 2 de una nueva operación de crédito.

En cada uno de los cierres de ciclo se evaluarán los siguientes indicadores de gestión del producto a fin de establecer un análisis pormenorizado del producto su impacto y participación dentro de la cartera que maneja actualmente el Banco.

Tabla 24. Tabla de Indicadores para la Evaluación del Nuevo Producto

No.	Indicador	Objetivo	Fórmula de calculo	Frecuencia	Responsable
1	% de Morosidad de la Cartera de Microcredito	Evaluar el cumplimiento de pagos de producto de microcredito	$\text{Cartera Vencida} / \text{total de la Cartera} \times 100$	Mensual	Asesor de Microcredito
2	% Cumplimiento del Numero de Operaciones Planificadas	Evaluar el numero de operaciones colocadas en este producto	$\text{Nro. De Operaciones Desembolsadas} / \text{Presupuesto (nicho de mercado)} \times 100$	Mensual	Asesor de Microcredito
3	% Ahorro Captado	Evaluar la captacion de recursos en este nuevo producto	$\text{Ahorro Captado} / \text{Presupuestado} \times 100$	Fin del Ciclo	Asesor de Microcredito

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PRODUCTO E IMPACTO

La evaluación financiera tiene como objetivo principal evaluar los niveles de rentabilidad del proyecto de un nuevo producto del Segmento de Microcrédito dirigido a los Vendedores del Mercado Amazonas en la modalidad de microcrédito comunal, a ser implementado por el Banco VisionFund Ecuador.

El Banco VisionFund Ecuador dentro de su presupuesto anual considera la implementación de nuevos productos desarrollados para diversos nichos de mercado, es decir que cuenta los recursos suficientes para atender a este nicho de mercado.

El tiempo estimado de la proyección será de cinco años, y el número de vendedores a ser atendidos será del 75%; en el primer año iniciará con la atención de al menos el 50% de los vendedores y dependiendo de la aceptación del producto se puede ir atendiendo en el transcurso del tiempo hasta llegar al porcentaje asignado a este proyecto o que se proyecten a otros nichos de mercado similares.

Tabla 25 Proyección de Nro. De Operaciones y Monto de Colocación

	1	2	3	4	5
Nro. De Clientes	835	960	1152	1382	1660
Crecimiento anual		15.00%	20.00%	20.00%	20.00%
CREDITOS \$1000	835,000.00	960,000.00	1,152,000.00	1,382,000.00	1,660,000

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

Se partirá el primer año con la atención a 835 vendedores del Mercado Amazonas de un total de 2.225 para los cuales se ha considerado una colocación promedio de \$1000,00, en el segundo año se atenderá un 15% más de vendedores y el tercero, cuarto y quinto año se irán incrementando un 20% cada año hasta completar el 75% del total de vendedores del Mercado que se encuentran registrados a la presente fecha, hay que considerar que en base a información recibida de la administración del mercado tienen un crecimiento del 10% cada año de vendedores de diversas actividades, y con el proyecto del nuevo mercado se tiene una proyección de un número aproximado de 3mil vendedores.

De acuerdo a la metodología del producto el primer año se iniciará con la proyección de seis meses es decir que se obtendrán dos ciclos en el primer año.

Capital de Trabajo. - dentro del presupuesto del Banco se ha considerado un rubro importante para el manejo de nuevos productos que puedan generar una adecuada rentabilidad e imagen del Banco con enfoque de inclusión financiera y responsabilidad social.

La razón del ser del Banco es la atención del Microcrédito para lo cual el Banco no recurre al financiamiento externo, sino su atención es con recursos propios denominado capital de trabajo.

De acuerdo a la proyección de atención al nicho de mercado no es necesario considerar como fondos disponibles la totalidad de la colocación que se efectuará durante el año sino que se considerará un flujo de una colocación de dos meses, en este caso se ha calculado de la siguiente manera.

Tabla 26 Capital de Trabajo

Total de la colocacion 1er año	835,000.00
colocacion mensual / 12	69,583.33
Efectivo Bancos Proyección dos meses	139,166.67

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

Costos Directos. -

Sueldos del personal de Microcrédito. - Para la implementación de este proyecto se requiere contar con dos oficiales de microcrédito, un supervisor de Microcrédito, un operativo de desembolso y atención al cliente este personal asignado para este producto cumplirá las funciones asignadas para el desenvolvimiento y atención del producto.

Para la proyección se considera el incremento del 5% para el segundo año en adelante considerando el cumplimiento de metas y objetivos del producto y la colocación efectiva de los recursos.

Tabla 27 Sueldos del Personal de Microcrédito

SUELDOS PERSONAL DE MICROREDITO

CANTIDAD	FUNCION	COSTO INDIVIDUAL (USD/mes)	COSTO TOTAL (USD/mes)	13ERO	14TO	APORTE PATRON AL IESS	COSTO TOTAL DEL PERSONAL
2	Oficial de Credito	400.00	800.00	66.67	33.33	97.20	997.20
1	Supervisor de Credito	500.00	500.00	41.67	33.33	60.75	635.75
1	Operativo de desembolso	400.00	400.00	33.33	33.33	48.60	515.27
1	Atencion al Cliente	400.00	400.00	33.33	33.33	48.60	515.27
5	Total Nomina Mensual		2,100.00	175.00	133.33	255.15	2,663.48
5	Total Nomina Anual		25,200.00	2,100.00	1,600.00	3,061.80	31,961.80

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

El costo total de la nómina anual es de \$31.905,80 valor que será desembolsado de manera mensual en los roles de pago de cada uno de los funcionarios que ejerzan los cargos mencionados en la tabla Nro. 27

Tabla 28 Proyección de Sueldos y Salarios del Personal de Microcrédito

Sueldos y Salarios	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos	25,200.00	26,460.00	27,783.00	29,172.15	30,630.76
Decimos 13 y 14	3,700.00	3,885.00	4,079.25	4,283.21	4,497.37
Obligaciones Patronales	3,061.80	3,214.89	3,375.63	3,544.42	3,721.64
Total Sueldos	31,961.80	33,559.89	35,237.88	36,999.78	38,849.77

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

Pago de Intereses en cuentas de Ahorros.-Para la aplicación de este producto se deberán considerar los costos directos a fin de determinar la rentabilidad para lo cual se tomara en cuenta los intereses que el Banco reconoce a sus clientes en las cuentas de ahorros según esta metodología será un ahorro obligatorio de diez dólares, para el año uno se considera el 50% del total de los vendedores y al último año se considera la atención a su totalidad; la tasa considerada es la pasiva referencial del Banco Central a Junio 2020 del 1.16%

Tabla 29 Costo Directo Intereses Pagados en Ahorros

Intereses Pagados en Ahorros	Años				
	1	2	3	4	5
Total Comerciantes Agrupados	835	960	1152	1382	1660
Monto de Ahorro Inicial	8,350.00	9,600.00	11,520.00	13,820.00	16,600.00
Interes Pagado 1.16%	96.86	111.36	133.63	160.31	192.56

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

El primer año se cancelará el valor de \$96.86 por un ahorro inicial de \$8.350,00 correspondiente al aporte de \$10 de 835 vendedores del mercado amazonas, para los siguientes años de acuerdo al número de operaciones que vayan ingresando al ciclo o pasen al segundo ciclo se irán incrementando los valores.

Materiales de Oficina. -Se consideran los materiales de oficina como costos indirectos en la aplicación del producto referente a la papelería del Banco que se utilizara para la atención de este nuevo producto en específico, considerando el número de clientes que serán atendidos durante los años de la proyección.

Tabla 30 Costos Indirectos Materiales de Oficina

Materiales de Oficina	Años				
	1	2	3	4	5
	835	960	1152	1382	1660
ContratosApertura de cuentas	200.40	230.40	276.48	331.68	398.40
Libretas de Ahorros	501.00	576.00	691.20	829.20	996.00
Solicitudes de Crédito	200.40	230.40	276.48	331.68	398.40
Otros formularios	120.24	55.30	66.36	79.60	95.62
Total Costos de Materiales	1022.04	1092.10	1310.52	1572.16	1888.42

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

Se considera en los materiales de Oficina los que serán utilizados en el proceso del nuevo producto como son los contratos de apertura de cuenta, libreta de ahorros, las solicitudes de Crédito y formularios o formatos que se utilicen como hojas de control de asistencia como por ejemplo el que se diseñó como anexo 1 a la presente propuesta, sus costos varían entre 0.02 y 0.05ctvs., por el número que el Banco maneja en su proveeduría.

Promoción y Publicidad. -Dentro de las estrategias de Marketing se ha considerado la publicidad en radio, prensa, redes sociales, así como en papelería, valores que son considerados dentro del Presupuesto del Plan de Marketing.

Tabla 31 Costos por Promoción y Publicidad

Promoción y Publicidad	Años				
	1	2	3	4	5
Prensa y Radio	1800.00	1800.00	1800.00	1800.00	1800.00
Dípticos y Afiches	2400.00	2400.00	2400.00	2400.00	2400.00
Gigantografías	500.00		500.00		
Total Costos de Promoción y Publicidad	4,700.00	4,200.00	4,700.00	4,200.00	4,200.00

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

Para los rubros de promoción y publicidad se presupuesta un gasto en prensa y radio a razón de \$150 dólares mensuales, se elaborarán dípticos para entrega en las reuniones informativas del producto y se colocaran los afiches en lugares estratégicos del mercado amazonas se estima un gasto mensual de \$200, para este rubro, en cuanto a las gigantografías se elaboran dos para uso de los dos primeros años a razón de \$250 cada una.

Ingresos por Intereses de Crédito. -Los intereses de los créditos son los ingresos que se obtienen producto de la colocación de los créditos, considerando que estas metodologías tienen períodos de tiempo cortos incluso el primer año por operación inicial puede tener dos ciclos. Con esta consideración se realiza la proyección de ingresos por intereses en el periodo de cinco años.

Tabla 32 Ingresos por Intereses de Créditos

Intereses cobrados	Años				
	1	2	3	4	5
	835	960	1152	1382	1660
Monto Colocado	835,000.00	960,000.00	1,152,000.00	1,382,000.00	1,660,000.00
Intereses cobrados	88,762.65	96,153.52	115,384.22	138,421.00	166,265.46
Total ingresos	88,762.65	96,153.52	115,384.22	138,421.00	166,265.46

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

Los ingresos proyectados se calculan en función de la colocación del año y la tabla de amortización aplicada a cada operación de crédito considerando el monto

colocado en el año a una tasa de crédito del 18% en el primer año se proyectan dos periodos de colocación y en el segundo año un promedio de un año plazo.

Tabla 33 Tabla de Amortización Primer año de Proyección

PRIMER AÑO					
CAPITAL INICIAL			835,000.00		
PLAZO EN MESES			6		
FORMA DE PAGO			MENSUAL		
% INTERÉS NOMINAL ANUAL			18.00%		
MES	FECHA	INTERESES	AMORTIZACION	PAGO TOTAL	SALDO
				0.00	835,000.00
1		12,525.00	134,038.55	263,287.82	700961.4458
2		10,514.42	136,049.13	263,287.82	564912.3133
3		8,473.68	138,089.87	263,287.82	426822.4437
4		6,402.34	140,161.22	263,287.82	286661.2262
5		4,299.92	142,263.64	263,287.82	144397.5904
6		2,165.96	144,397.59	263,287.82	0
				0.00	835,000.00
7		12,525.00	134,038.55	263,287.82	700,961.45
8		10,514.42	136,049.13	263,287.82	564,912.31
9		8,473.68	138,089.87	263,287.82	426,822.44
10		6,402.34	140,161.22	263,287.82	286,661.23
11		4,299.92	142,263.64	263,287.82	144,397.59
12		2,165.96	144,397.59	263,287.82	-
TOTAL INGRESOS GENERADOS 1 AÑO		88,762.65			

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

Otros Costos. -Se consideran otros costos en función de los intereses a recibir por los créditos productos de la morosidad que a pesar que esta metodología aplica garantías circulares y que por ser grupal no aplica sin embargo en el peor escenario se considerarán una tasa de morosidad de microcrédito promedio del segmento de microcrédito que según el Boletín que publica la Superintendencia de Bancos a dic 2020 es del 4.68%.

Tabla 34 Otros Costos

Costos x morosidad	Años				
	1	2	3	4	5
	835	960	1152	1382	1660
Monto Colocado	835,000.00	960,000.00	1,152,000.00	1,382,000.00	1,660,000.00
Intereses cobrados	88,762.65	96,153.52	115,384.22	138,421.00	166,265.46
Total ingresos	88,762.65	96,153.52	115,384.22	138,421.00	166,265.46
% Morosidad	4.68%	4.68%	4.68%	4.68%	4.68%
Costos por Morosidad	4,154.09	4,499.98	5,399.98	6,478.10	7,781.22
	84,608.56	91,653.53	109,984.24	131,942.90	158,484.24

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

Para el primer año penalizado el indicador de la morosidad del 4.68% en valores absolutos se disminuiría de los ingresos el valor de \$4.154,09 para el presente ejercicio se considerará un costo dentro de la evaluación financiera.

Presupuesto de Costos. -Los costos considerados para el presente proyecto se describieron en cada uno de los ítems anteriores con relación al giro del negocio del microcrédito y los indirectos con relación a la promoción y publicidad, materiales de oficina; la suma de estos nos dará el total de los costos generales para el presupuesto.

Tabla 35 Costos Directos e Indirectos

Costos Directos e Indirectos	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y Salarios	31,961.80	33,559.89	35,237.88	36,999.78	38,849.77
Int. Pag. en Ctas de Ahorro	96.86	111.36	133.63	160.31	192.56
% Morosidad	4,154.09	4,499.98	5,399.98	6,478.10	7,781.22
Materiales de Oficina	1,022.04	1,092.10	1,310.52	1,572.16	1,888.42
Promoción y Publicidad	4,700.00	4,200.00	4,700.00	4,200.00	4,200.00
Costos	9,972.99	9,903.44	11,544.13	12,410.58	14,062.20

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020
Fuente: La Investigación

La tabla anterior refleja el resumen de los costos aplicarse en la presente evaluación financiera, en base al detalle que se describieron en cada uno de los ítems en los párrafos anteriores, como se puede observar el primer año se tiene el resultado de \$9.972,99 el total de costos y de acuerdo al crecimiento y atención del producto este costo se va incrementando.

Estado de Resultados -Consolidando todos los rubros detallados anteriormente podemos determinar la proyección de la rentabilidad anual considerando los ingresos por intereses generados producto de la colocación de créditos y los costos directos e indirectos que se mencionaron anteriormente con su respectivo detalle y desglose.

Tabla 36 Estado de Resultados del Producto de Microcrédito

ESTADO DE RESULTADOS	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y Salarios	31,961.80	33,559.89	35,237.88	36,999.78	38,849.77
Int. Pag. en Ctas de Ahorro	96.86	111.36	133.63	160.31	192.56
% Morosidad	4,154.09	4,499.98	5,399.98	6,478.10	7,781.22
Materiales de Oficina	1,022.04	1,092.10	1,310.52	1,572.16	1,888.42
Promoción y Publicidad	4,700.00	4,200.00	4,700.00	4,200.00	4,200.00
Costos	41,934.79	43,463.33	46,782.01	49,410.36	52,911.97
Nro. Clientes	835	960	1,152	1,382	1,660
Monto Colocado \$1.000	835,000.00	960,000.00	1,152,000.00	1,382,000.00	1,660,000.00
Intereses x cobrar	88,762.65	96,153.52	115,384.22	138,421.00	166,265.46
INGRESOS	88,762.65	96,153.52	115,384.22	138,421.00	166,265.46
Rentabilidad	46,827.86	52,690.19	68,602.21	89,010.65	113,353.49
15% trabajadores	7,024.18	7,903.53	10,290.33	13,351.60	17,003.02
Utilidad antes de Imptos	39,803.68	44,786.66	58,311.88	75,659.05	96,350.47
25% Impto a la Renta	9,950.92	11,196.66	14,577.97	18,914.76	24,087.62
Utilidad Neta	29,852.76	33,589.99	43,733.91	56,744.29	72,262.85

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

Flujo de Caja. -Para el flujo de caja se aplicará como Inversión inicial el capital de trabajo destinado para iniciar la colocación de los créditos y la proyección de la utilidad del ejercicio que resumen las operaciones de ingresos y gastos del proyecto.

Tabla 37 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversion Inicial	139,166.67					
Flujo de Producción		29,852.76	33,589.99	43,733.91	56,744.29	72,262.85

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020

Fuente: La Investigación

INDICADORES FINANCIEROS

Los Indicadores Financieros nos sirven para medir la estabilidad del proyecto presentado, la capacidad de generar liquidez, rendimientos y utilidades a la entidad bancaria, para el presente proyecto se aplicarán los siguientes indicadores a fin de realizar el análisis de impacto de la implementación de este nuevo producto de microcrédito comunal para los Vendedores del Mercado Amazonas en la ciudad de Ibarra en el Banco VisionFund Ecuador como parte de la inclusión económica del sector.

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= \frac{\text{VPI0}}{(1+i)} + \frac{\text{VPI1}}{(1+i)^2} + \frac{\text{VPI2}}{(1+i)^3} + \frac{\text{VPI3}}{(1+i)^4} + \frac{\text{VPI4}}{(1+i)^5} - \text{I} \\ \text{VAN} &= \frac{29852.76}{(1+0.10)} + \frac{33589.99}{(1+0.10)^2} + \frac{43,733.91}{(1+0.10)^3} + \frac{56744.29}{(1+0.10)^4} + \frac{72262.85}{(1+0.10)^5} - 139,166.67 \\ \text{VAN} &= 27138.87256 + 27760.32612 + 32857.93239 + 38757.1112 + 44869.545 - 139,166.67 \\ \text{VAN} &= 171383.7873 - 139,166.67 \\ \text{VAN} &= \mathbf{32,217.12} \end{aligned}$$

El resultado obtenido de VAN. Es de 32.217,12 que significa que durante el tiempo de ejecución del proyecto presenta un valor positivo lo cual es viable la implementación del nuevo producto de Microcrédito Comunal para los vendedores del Mercado Amazonas de la ciudad de Ibarra.

Tasa Interna de Retorno. - Este indicador evalúa la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, este indicador nos da una medida relativa de la rentabilidad expresada en porcentaje. Para nuestro proyecto realizado el cálculo de la tasa Interna de Retorno y nos da como resultado el 17,3822%, por lo que aplicada la fórmula del Valor Actual Neto podemos comprobar que este es Cero

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= \frac{\text{VPI0}}{(1+i)} + \frac{\text{VPI1}}{(1+i)^2} + \frac{\text{VPI2}}{(1+i)^3} + \frac{\text{VPI3}}{(1+i)^4} + \frac{\text{VPI4}}{(1+i)^5} - \text{I} \\ \text{VAN} &= \frac{29852.76}{(1+0.1738)} + \frac{33589.99}{(1+0.1738)^2} + \frac{43,733.91}{(1+0.1738)^3} + \frac{56744.29}{(1+0.1738)^4} + \frac{72262.85}{(1+0.1738)^5} - 139,166.67 \\ \text{VAN} &= 25432.10 + 24378.40549 + 27,040.29 + 29889.1018 + 32426.7555 - 139,166.67 \\ \text{VAN} &= 139166.67 - 139,166.67 \\ \text{VAN} &= \mathbf{0.00} \end{aligned}$$

$$\mathbf{TIR= 17.3822\%}$$

El impacto al implementar el nuevo producto de Microcrédito comunal para los vendedores del Mercado Amazonas en la ciudad de Ibarra a través del Banco VisionFund Ecuador es positivo en vista de los principales indicadores financieros los cuales demuestran un valor actual neto mayor a 1, una tasa interna de Retorno

del 17% mayor a la del 10% como referencial de costo de oportunidad si ese dinero se lo invertiría de depósitos a plazo fijo en una institución de similares características, y una rentabilidad de 1.23 que demuestra que por cada un dólar tenemos 0.23 de retorno.

Con lo expuesto queda demostrado que el proyecto es factible y rentable para el Banco.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- A través de la investigación de campo se determina el escaso acceso de financiamiento que han obtenido los vendedores del Mercado Amazonas, varias han sido sus necesidades en cuanto a conocer los productos y servicios del sistema financiero, condiciones de financiamiento, tasas de interés lo cual limita a una adecuada toma de decisiones.
- Los vendedores del Mercado Amazonas han accedido a fuentes de financiamiento informal lo cual se ven afectados sus ingresos puesto que estos a pesar de las facilidades son otorgados a plazos cortos y a tasas altas.
- Los vendedores del Mercado Amazonas están expuestos a riesgos financieros, ocasionado entre otros aspectos por el desconocimiento que tienen de las consecuencias que trae el endeudamiento “informal”, por lo que demandan de servicios y productos financieros que, en función de sus necesidades y movimiento económico, les permita mejorar sus negocios y por ende mejorar su calidad de vida.

Recomendaciones

- EL Banco VisionFund a través de sus canales deberá promocionar programas adecuados de Educación Financiera a los vendedores del Mercado Amazonas a fin de que se fomente la Inclusión financiera de este sector.
- Los vendedores del Mercado Amazonas representan un nicho importante para fortalecer la atención formal de la Banca y minimizar los riesgos que representa el crédito informal al que han accedido la mayoría de ellos.
- El Banco VisionFund Ecuador al implementar la propuesta planteada, deberá tener su rédito económico, pero sobre todo ofrece un producto de impacto social positivo que debería ser reproducido a otros grupos asociativos de la región, al orientarse o mejorar la calidad de vida en un ente asociativo.

Bibliografía

- 2008, C. D. (2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. ECUADOR .
- Bancos, S. d. (2017). *Mecanismos de Inclusión Financiera "IF" en Ecuador* . Quito .
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* . Colombia : Pearson .
- Carrizosa, J. (1998). Construcción de la Teoría de la Sostenibilidad. *Revista Transición, Convivencia y sostenibilidad*, 28(5).
- Coca, C. A. (2014). El Microcrédito: Perspectiva Perceptual de los usuarios . *Revista Perspectivas* , 7-28.
- Enrique, R. M., & Ángel, V. K. (2017). El protocolo de investigación V : El cálculo del tamaño de la muestra . *revisata Alergia Mexico* , 220-227.
- Jolis, A. M. (2006). *El banquero de los pobres : los microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo*. Barcelona: Barcelona :. Paidós,. c2006.. 277, [8] p. de lam. : 24 cm. Edición ; Ed. rev. y actualizada /, por Lamiya Morshed.
- Jonathan, A. B. (01 de 01 de 2007). *EconPapers* . Obtenido de EconPapers : <https://EconPapers.repec.org/RePEc:mtp:titles:0262512017>
- Ligña, B. B. (12 de 2017). *Uti Repositorio*. Obtenido de Uti Repositorio: <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/759>
- Masabanda Tiche, I. I. (08 de 06 de 2018). *Repositorio Uti*. Obtenido de Repositorio Uti: <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/782>
- Molina, V. A., Rivadeneira, A. A., & Rosero, M. J. (2018). Actualización Metodológica: El Empleo en el sector informal. *REvista de Estadística y Metodologías*, 3-8.
- Ortiz Montes, S., & Nuñez Tabales, J. M. (2017). INCLUSION FINANCIERA: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE. *REVISTA GALENA DE ECONOMIA*, 45-54.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación* . Mexixo: Mac Graw Hill .
- Stella Carreño, N., Hernández Escolar, H. A., & Mendez Sayago, J. A. (2011). Microcrédito y Bienestar: Una evaluación empírica. *Sociedad y Economía*, 195-220.
- Stracuzzi, S. P., & Pestana, F. M. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.

La Oficina Internacional del Trabajo, en el apartado 5 del Informe General, de la Décima Séptima Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo, celebrada en Ginebra, entre el 24 de noviembre y 3 de diciembre de 2003

<http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/techmeet/icls/subjects.htm>

Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (25 de enero 2018).

Resolución No. 437-2018-F. Obtenido de

<https://www.juntamonetariafinanciera.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/Resolucion-437-2018-F.pdf>

Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (30 de marzo de 2015).

Resolución No. 043-2015 F. Recuperado el junio de 2017, de

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/RegTasas043.pdf>

Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (23 de diciembre 2019).

Resolución No. 555-2019-F. Obtenido de:

<https://www.juntamonetariafinanciera.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/01/Res.-555-2019-F.pdf>

Rocanello, K. H. (2014). Educación e Inclusión financiera. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México), 119-141.

Marguerite Berger Lara Goldmark Tomas Miller-Sanabria. (2007). El boom de las microfinanzas El Modelo latinoamericano visto desde adentro. Washington: Marguerite Berger Lara Goldmark Tomas Miller-Sanabria Editores

Roa, María José. Inclusión financiera y el costo del uso de instrumentos financieros formales: las experiencias de América Latina y el Caribe / María José Roa y Oscar Alfonso Carvallo, Banco Interamericano de Desarrollo 2018, Pro-ahorros, Educación Financiera, Un camino hacia la inclusión, Banco Interamericano de Desarrollo, 2012. www.pro-ahorros.org, pro-savings@iadb.org, www.forming.org. Noviembre 2012

Fernández Herráis Carlos, Gobernanza e Inclusión Financiera, Gobernanza de la Inclusión Financiera Digital, estudio apoyado por el GIF 2018

Cuasquer Héctor, Maldonado Rene, Microfinanzas y microcrédito en Latinoamérica estudios de caso: Colombia, Ecuador, El Salvador, México y Paraguay, DGRV, marzo 2011, Centro de estudios Monetarios latinoamericanos Asociación Regional de Bancos Centrales.

Superintendencia de Bancos y Seguros, Libro I.- Normas generales para las instituciones generales para las instituciones del Sistema Financiero, Título XIV.- Código de Transparencia y Derechos del Usuario (reformado con resolución No. JB-2013-2393 de 22 de enero del 2013) Capítulo IV.- De Los Programas de Educación Financiera por parte de las entidades controladas por la Superintendencias de Bancos y Seguros (incluido con resolución No. JB2013-2393 de 22 de enero del 2013)

Ordenanza Nro. 31 del 26 de febrero 2002 Ordenanza que Regula la Actividad de Comercio en el Cantón Ibarra.



CREACION DE UN MICROCREDITO PARA LOS VENDEDORES DEL MERCADO AMAZONAS

PRESENTACION

Buenos días, agradeceríamos su apoyo para responder esta encuesta con carácter netamente académico.

DATOS GENERALES

Sexo

Estado Civil

Cuenta Ud. con un puesto de venta propio o arrendado

- Propio:
- arrendado:

CUANTO TIEMPO LLEVA LABORANDO EN ESTE SITIO

- MENOS DE 1 AÑO
- ENTRE 1 Y 2 AÑOS
- ENTRE 2 Y 5 AÑOS
- MÁS DE 5 AÑOS

¿Pertenece a alguna agrupación o asociación?

- Si..... Asociación a la que pertenece:
.....
- No.....

Cuál es el giro de comercio al que se dedica: (tabla de los giros de negocio)

.....

¿COMO FINANCIA SU NEGOCIO?

- Préstamo bancario
- Préstamo de cooperativas
- Préstamos informales (Chulqueros)
- Préstamo de familiares o amigos
- Crédito directo de proveedores

Tiene planes de aumentar su materia prima y/o expandir su negocio?

- Si
- No

PORQUE UTILIZA O UTILIZARÍA EL CRÉDITO INFORMAL (CHULQUERO)

- No requiere garantía
- Facilidad y rapidez
- Pagos diarios o semanales
- Renovación y Plazos
- Cuotas Bajas

ANÁLISIS FINANCIERO

¿Sus ventas permiten cubrir sus deudas a corto plazo?

- Siempre
- A veces
- Nunca

¿Estaría en la capacidad de Ahorrar un monto mínimo para un proyecto a futuro?

- Si
- No

¿Conoce Ud., los productos y servicios financieros que ofrece la banca a los vendedores?

- Si
- No

En el caso de obtener un crédito cual sería la frecuencia de pago que mejor se adapta a sus necesidades:

- Diaria:
- Semanal:
- Quincenal:
- Mensual:

¿Según su disponibilidad de tiempo donde se facilitaría realizar el pago de un crédito?

- Institución financiera:
- Servipagos:
- Puesto de trabajo

ANÁLISIS DE VIABILIDAD

¿Conoce o ha escuchado hablar de los microcréditos del Banco VisionFund Ecuador o de otros bancos?

- Si
- No

¿Estaría Ud. dispuesto a recibir un crédito de VisionFund Ecuador que tiene facilidades en cuanto a requisitos, monto y tasa de interés, así como a periodicidad y lugar de pago?

- Si
- No

Anexo 2 Formulario de Registro de Reuniones



**FORMULARIO DE REGISTRO DE REUNIONES DEL PRODUCTO MICROCRÉDITO
COMUNAL**

Fecha _____ Hora de Inicio _____

Horario de la Capacitación (en horas) _____ Hora de Inicio _____

Nombre del Grupo Comunal _____

Nombre del Asesor de Crédito _____

Nombres	Cedula	Firma	

Firma: Responsable del Grupo (Asesor de Crédito)

Elaborado por: Rocío Aguirre 2020